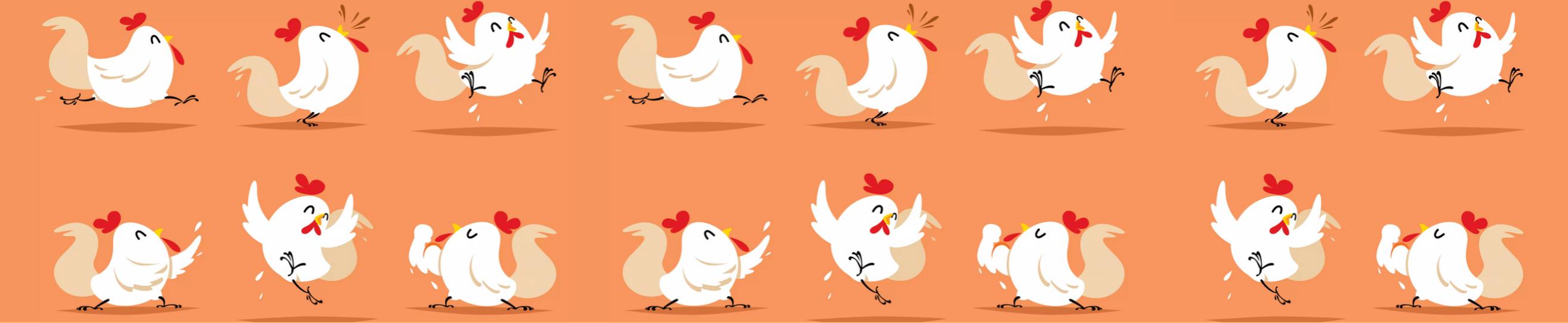


ETUDE DE MARCHÉ

---

# SARL CHER'2 POOL



## POURQUOI FAUT-IL S'IMPLANTER À L'INTERNATIONAL ? L'ENTREPRISE DÉFINITION DU MARCHÉ FRANÇAIS

---

### VERS QUELS PAYS SE TOURNER ? ÉTUDE DE LA DEMANDE EXEMPLE DE PAYS

- ▶ Activité : Élevage de volailles
- ▶ Chiffre d'affaires : 180 000 000€
- ▶ Salariés : 500 salariés
- ▶ 3 eme producteur français.



# LES DONNÉES

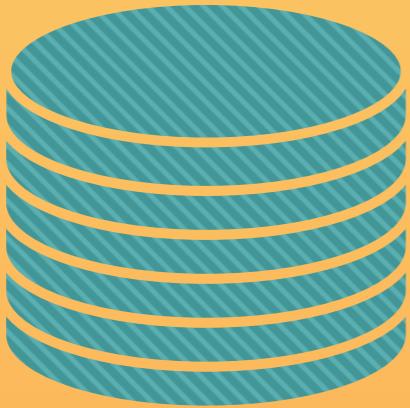
---

## LES DONNÉES (CONSTRUCTION DE L'ÉCHANTILLON)

---

- ▶ Importation des jeux de données
- ▶ Les jointures
- ▶ Les calculs

# IMPORTATION DES JEU DE DONNÉES



DataFrame 'Base'



DataFrame 'Population 2012'  
provenant de FAOSTAT

Code Pays	Pays	Année	Produit	Code Produit	Nature Produit	Aliments pour animaux (en milliers de tonnes)	Autres Utilisations (en milliers de tonnes)	Disponibilité alimentaire (Kcal/personne/jour)	Disponibilité alimentaire en quantité (kg/personne/an)	... Semences (en milliers de tonnes)	Traitement (en milliers de tonnes)	Population totale (en milliers)	
0	1	Arménie	2013	Abats Comestible	2736	autre	0.0	3.0	14.0	4.59 ...	0.0	0.0	2977.0
1	2	Afghanistan	2013	Abats Comestible	2736	autre	0.0	0.0	5.0	1.72 ...	0.0	0.0	30552.0
2	3	Albanie	2013	Abats Comestible	2736	autre	0.0	0.0	11.0	3.50 ...	0.0	0.0	3173.0
3	4	Algérie	2013	Abats Comestible	2736	autre	0.0	0.0	4.0	1.45 ...	0.0	0.0	39208.0
4	7	Angola	2013	Abats Comestible	2736	autre	0.0	0.0	3.0	1.15 ...	0.0	0.0	21472.0

Code Pays	Pays	Population 2012 en milliers	
0	2	Afghanistan	29825
1	202	Afrique du Sud	52386
2	3	Albanie	3162
3	4	Algérie	38482
4	79	Allemagne	82800

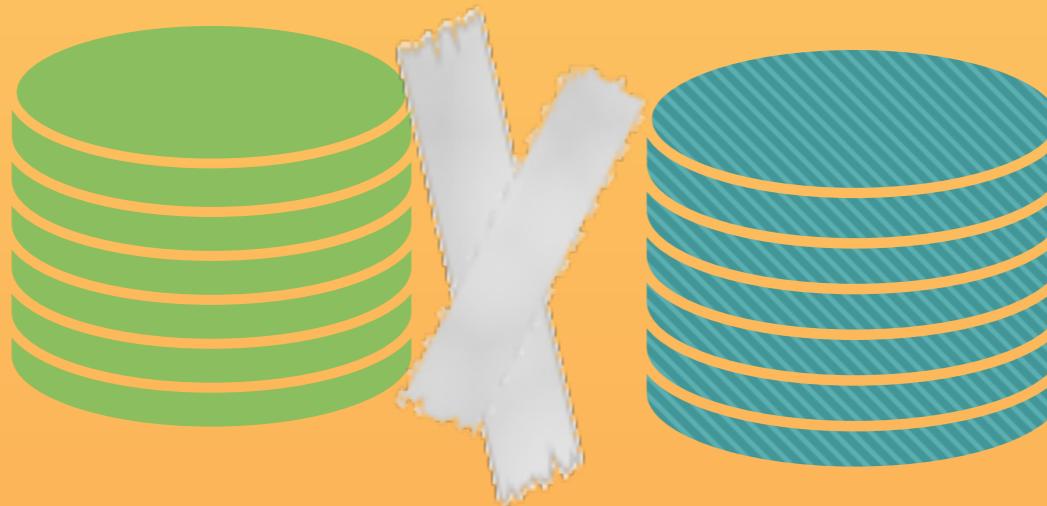


Suppression des données concernant les différentes zones de Chine pour éviter la redondance.

# JOINTURE

DataFrame 'Population 2012' provenant de FAOSTAT

DataFrame 'Base' provenant du projet 3



## CONDITION DE JOINTURE : COLONNE 'PAYS'

Code Pays	Pays	Produit	Code Produit	Nature Produit	Disponibilité alimentaire (Kcal/personne/jour)	Disponibilité de protéines en quantité (g/personne/jour)	Nature Produit 2	Nature Produit 3	Evolution population 2012/2013 en pourcentage	
0	2	Afghanistan	Abats Comestible	2736	autre	5.0	0.77	animal	non viande	2.437552
1	2	Afghanistan	Agrumes, Autres	2614	autre	1.0	0.02	végétal	non viande	2.437552
2	2	Afghanistan	Aliments pour enfants	2680	autre	1.0	0.03	végétal	non viande	2.437552
3	2	Afghanistan	Ananas	2618	autre	0.0	0.00	végétal	non viande	2.437552
4	2	Afghanistan	Bananes	2615	autre	4.0	0.05	végétal	non viande	2.437552
5	2	Afghanistan	Beurre, Ghee	2740	autre	23.0	0.03	animal	non viande	2.437552

# CALCULS

Code Pays	Pays	Produit	Code Produit	Nature Produit	Disponibilité alimentaire (Kcal/personne/jour)	Disponibilité de protéines en quantité (g/personne/jour)	Nature Produit 2	Nature Produit 3	Evolution population 2012/2013 en pourcentage
0	2 Afghanistan	Abats Comestible	2736	autre	5.0	0.77	animal	non viande	2.437552
1	2 Afghanistan	Agrumes, Autres	2614	autre	1.0	0.02	végétal	non viande	2.437552
2	2 Afghanistan	Aliments pour enfants	2680	autre	1.0	0.03	végétal	non viande	2.437552
3	2 Afghanistan	Ananas	2618	autre	0.0	0.00	végétal	non viande	2.437552
4	2 Afghanistan	Bananes	2615	autre	4.0	0.05	végétal	non viande	2.437552
5	2 Afghanistan	Beurre, Ghee	2740	autre	23.0	0.03	animal	non viande	2.437552

**EVOLUTION POPULATION (%) = POPULATION 2013 / POP 2012 \*100-100**  
**PROPORTION DISPONIBILITÉ PROTÉINE (ORIGINE ANIMALE) DANS**  
**DISPONIBILITÉ PROTÉINE TOTALE = DISPO PROT ANIMALE / DISPO PROT**  
**TOTALE**

## JEU DE DONNÉES FINAL

Code Pays	Pays	Evolution population 2012/2013 en pourcentage	Disponibilité alimentaire (Kcal/personne/jour)	Disponibilité de protéines en quantité (g/personne/jour)	Proportion de protéines d'origine animale par rapport à la quantité totale de protéines dans la disponibilité alimentaire du pays (%)
0	1 Arménie	0.269451	2924.0	90.06	48.123473
1	2 Afghanistan	2.437552	2087.0	58.26	20.992104
2	3 Albanie	0.347881	3188.0	111.37	53.461435
3	4 Algérie	1.886596	3293.0	91.92	27.241079
4	7 Angola	3.126651	2474.0	57.27	32.268203
5	8 Antigua-et-Barbuda	1.123596	2416.0	83.49	68.391424
6	9 Argentine	0.873756	3226.0	102.60	65.233918
7	10 Australie	1.271150	3278.0	106.26	67.852437
8	11 Autriche	0.366257	3770.0	106.20	59.284369



ÉTUDE DE MARCHÉ

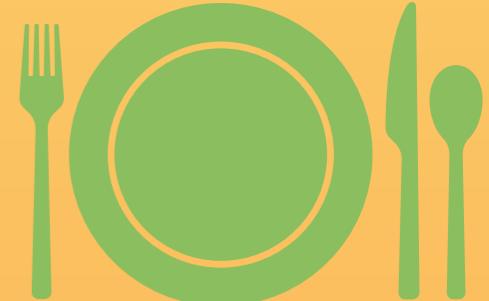
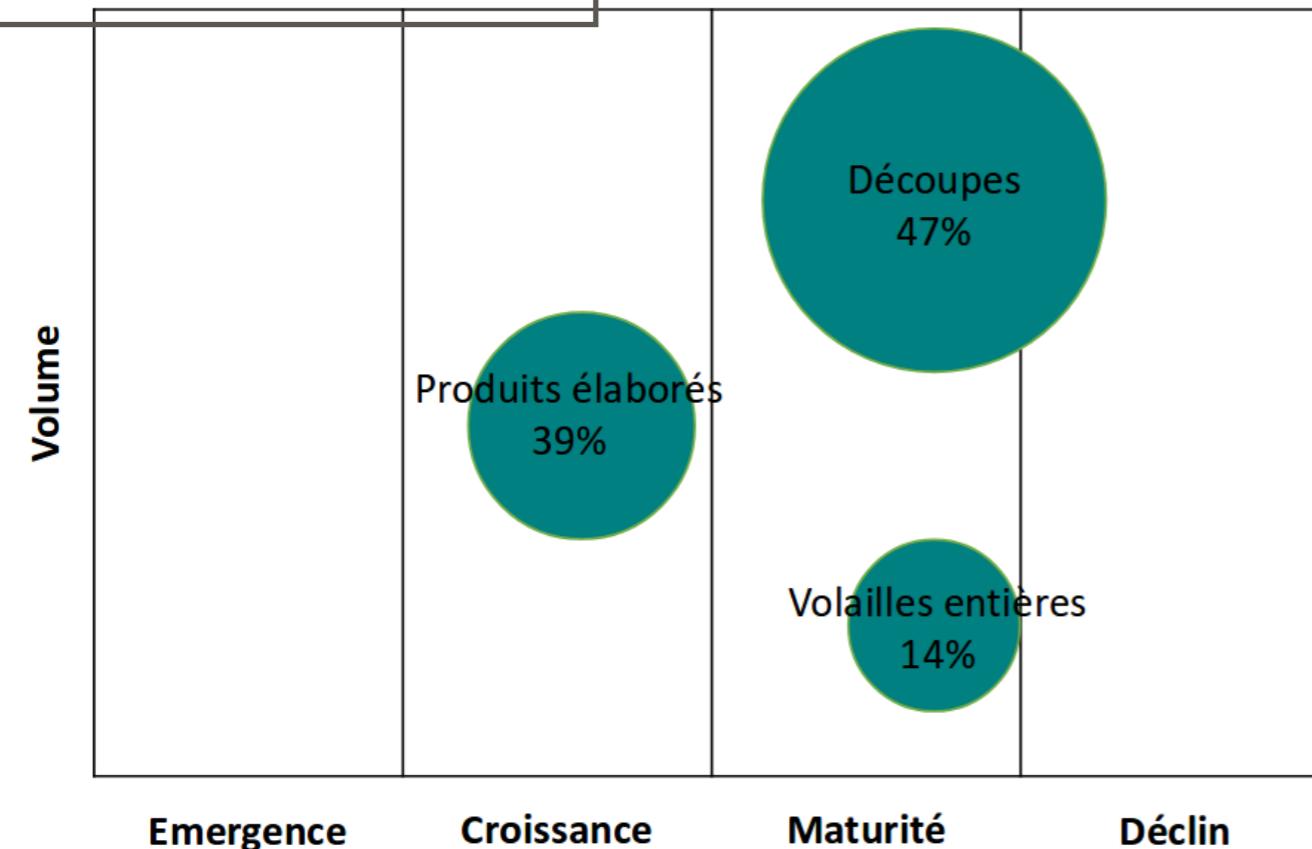
---

DÉFINITION DU MARCHÉ  
FRANÇAIS



# IDENTIFICATION ET EVOLUTION

## CYCLE DE VIE EN FRANCE



LES VOLAILLES ENTIÈRES SONT ARRIVÉES AU STADE DE MATURITÉ (FORTE CONCURRENCE ET PEU DE PROFIT). D'OÙ LA NÉCESSITÉ DE TROUVER DE NOUVELLES DÉBOUCHÉES.

<http://marketing4innovation.com/WP/wp-content/uploads/2016/12/Etude-de-march%C3%A9-la-viande-de-volaille.pdf>

LA FRANCE EST LE 2ÈME PRODUCTEUR EUROPÉEN DE VOLAILLES, AVEC PLUS DE 1,8 MILLION DE TONNES EN 2014.

CONSOMMATION DE VOLAILLE DANS LE MONDE :

- PRÈS DE 105 MILLIONS DE TONNES EN 2012
- LA VOLAILLE REPRÉSENTE 35% DE LA VIANDE CONSOMMÉE DANS LE MONDE
- 2ÈME VIANDE CONSOMMÉE APRÈS LA VIANDE PORCINE

CONSOMMATION MOYENNE DE VOLAILLE PAR HABITANT ET PAR AN (EN 2014) :

- DANS LE MONDE : PLUS DE 13 KG / HABITANT
- EN EUROPE : 21.9 KG / HABITANT (+600G /2013)
- EN FRANCE : 26.1 KG / HABITANT

<https://www.volaille-francaise.fr/la-filiere-avicole/chiffres-cles/>

# ATOUTS ET INCONVÉNIENTS DU PRODUIT

ATOUTS DE LA VIANDE DE VOLAILLE :

- QUALITÉ NUTRITIONNELLE
- ABSENCE D'INTERDIT RELIGIEUX
- PRIX

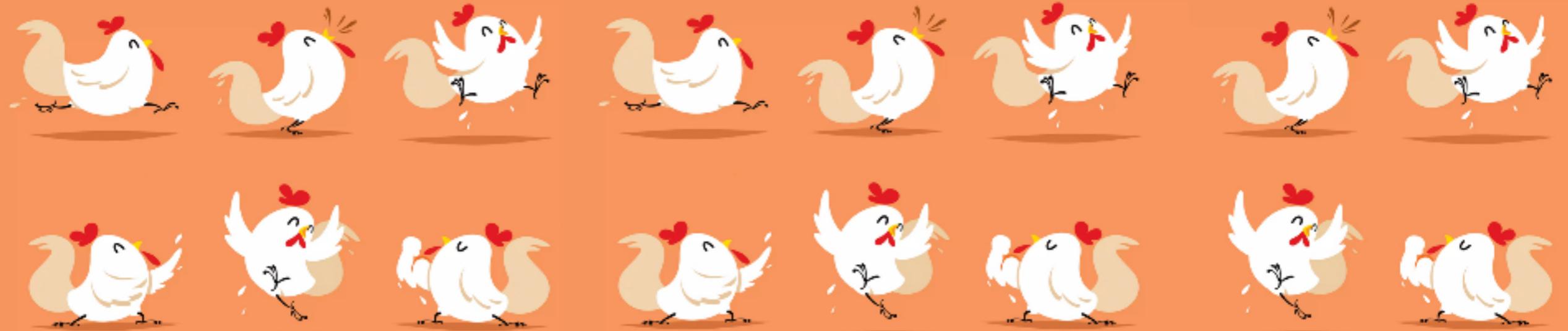
--> POSSIBILITÉ DE TOUCHER UN MAXIMUM DE PAYS



NOMBRE CONSIDÉRABLE DE SIGNES ET LABELS DE DISTINCTIONS

--> JOUÉ SUR LE MADE IN FRANCE POUR S'IMPLANTER





ETUDE DE MARCHÉ

---

# LA DEMANDE

## LA DEMANDE

---

- ▶ Evolution globale de la demande
- ▶ Segmentation de la demande

# EVOLUTION GLOBALE DE LA DEMANDE

EVOLUTION : -8,1%

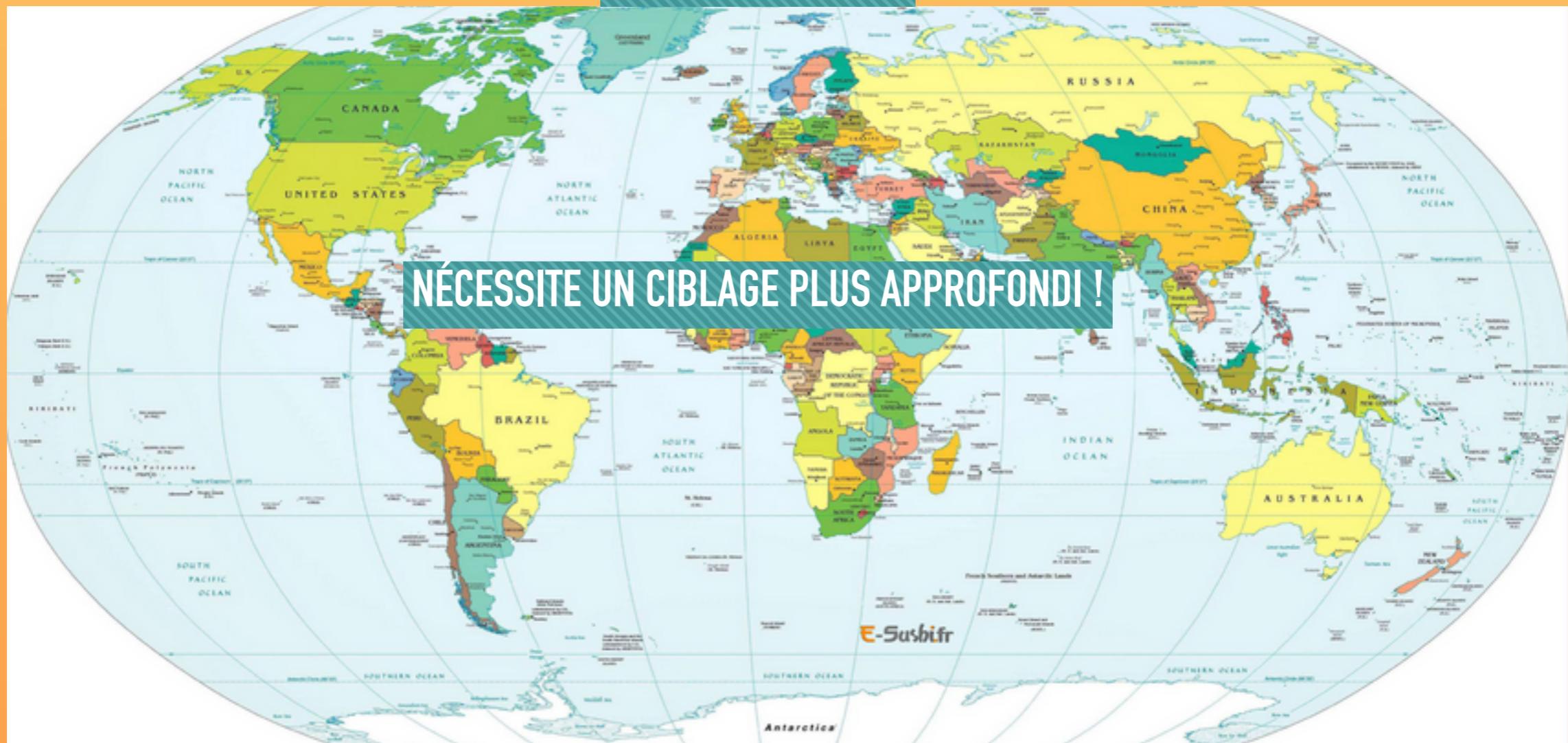
## EXPORTATIONS FRANCE VERS INTERNATIONAL (EN MILLIONS D'EUROS) :

- 2013 : 1238,6
- 2014 : 1138,4

<http://www.franceagrimer.fr/content/download/44330/423068/file/STA-VBL-VOL-2016-03-29.pdf>

TAILLE DU MARCHE

NÉCESSITE UN CIBLAGE PLUS APPROFONDI !



# SEGMENTATION DE LA DEMANDE

**OBJECTIF :** TROUVER UN GROUPE DE PAYS (SEGMENT) SUFFISAMMENT RICHES POUR ACHETER NOTRE PRODUIT ET QUI ONT UN MARCHÉ PEU CONCURRENTIEL POUR FACILITER NOTRE IMPLANTATION.

LE NOMBRE DE PAYS DU SEGMENT DOIT ÊTRE RAISONNABLE AFIN DE FACILITER L'APPLICATION UNE MÊME STRATÉGIE MARKETING

1. LES DIFFÉRENCES ENTRE LES ÉLÉMENTS D'UN MÊME SEGMENT CONSTITUÉ SONT FAIBLES VOIRE NULLES
2. LES DISPARITÉS ENTRE LES MÊMES SEGMENTS CONSTITUÉS SONT AUSSI GRANDES QUE POSSIBLES (IRRÉDUCTIBILITÉ)
3. LES SEGMENTS CONSTITUÉS SONT DONC RÉELLEMENT DIFFÉRENTS

MÉTHODE DE GROUPAGE UTILISÉE : CLASSIFICATION ASCENDANTE HIÉRARCHIQUE

MÉTHODE DE VISUALISATION UTILISÉE : ANALYSE PAR COMPOSANTES PRINCIPALES

ÉTAPE 1 : PREMIÈRE CLASSIFICATION (5 GROUPES)

ÉTAPE 2 : PRISE EN COMPTE DU PIB/HABITANTS DES PAYS

ÉTAPE 3 : SECONDE CLASSIFICATION (8 GROUPES)

# ÉTAPE 1 : PREMIÈRE CLASSIFICATION (5 GROUPES)

## ÉCHANTILLON UTILISÉ

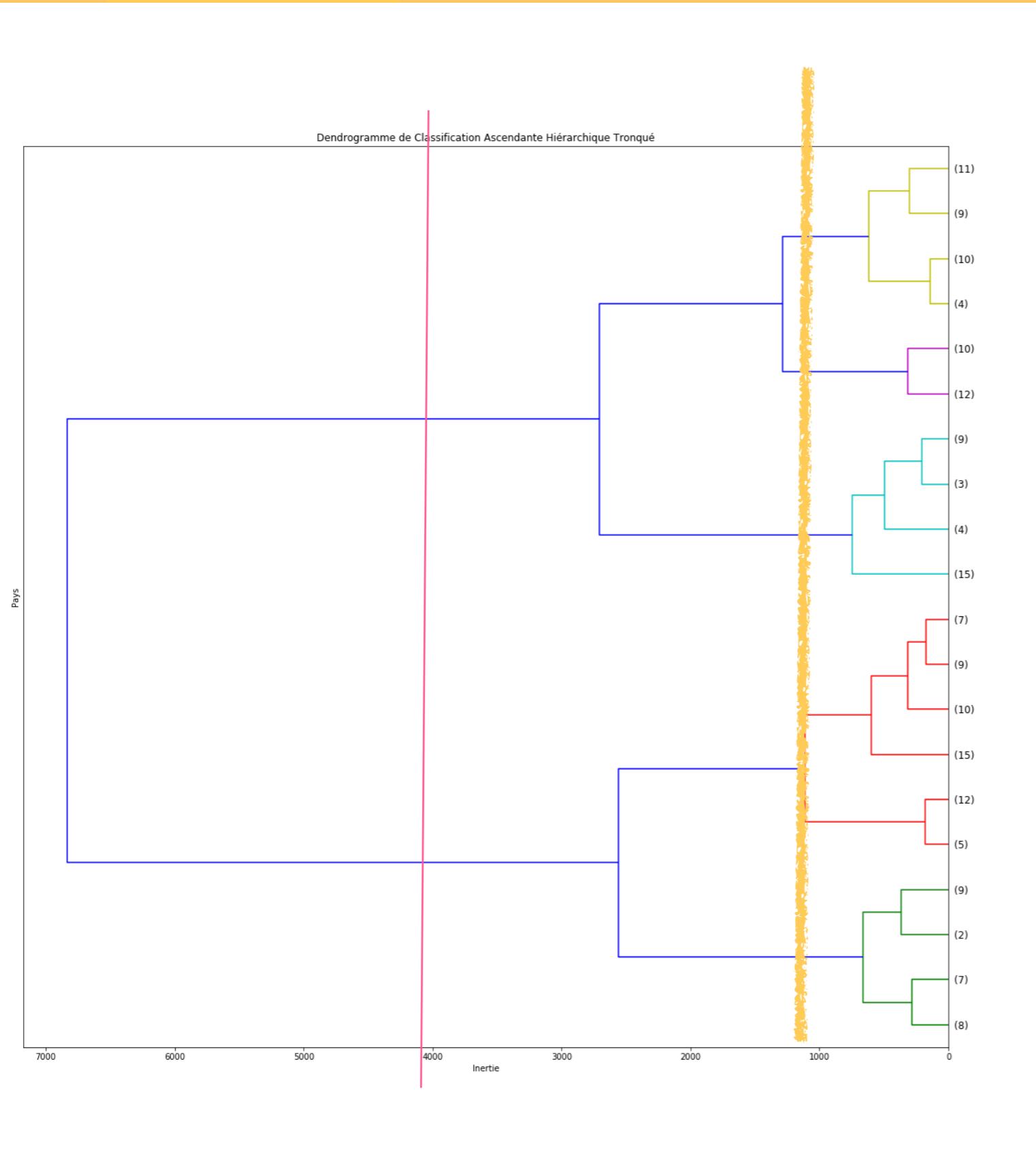
Code Pays	Pays	Evolution population 2012/2013 en pourcentage	Disponibilité alimentaire (Kcal/personne/jour)	Disponibilité de protéines en quantité (g/personne /jour)	Proportion de protéines d'origine animale par rapport à la quantité totale de protéines dans la disponibilité alimentaire du pays (%)
0 1	Arménie	0.269451	2924.0	90.06	48.123473
1 2	Afghanistan	2.437552	2087.0	58.26	20.992104
2 3	Albanie	0.347881	3188.0	111.37	53.461435
3 4	Algérie	1.886596	3293.0	91.92	27.241079
4 7	Angola	3.126651	2474.0	57.27	32.268203
5 8	Antigua-et-Barbuda	1.123596	2416.0	83.49	68.391424
6 9	Argentine	0.873756	3226.0	102.60	65.233918
7 10	Australie	1.271150	3278.0	106.26	67.852437
8 11	Autriche	0.366257	3770.0	106.20	59.284369

### CRITÈRE DE CONSTRUCTION DES GROUPES :

- RESSERRÉS SUR EUX MÊMES : DEUX PAYS QUI SONT PROCHES DOIVENT APPARTENIR AU MÊME GROUPE
- LES UNS DES AUTRES : DEUX PAYS QUI SONT ÉLOIGNÉS DOIVENT APPARTENIR À DES GROUPES DIFFÉRENTS.

# ÉTAPE 1 : PREMIÈRE CLASSIFICATION (5 GROUPES)

## DENDROGRAMME



LE DENDROGRAMME "SUGÈRE" 2 GROUPES (LONGUE BRANCHE = INERTIE FORTE) MAIS LES GROUPES COMPRENDRONTROP DE PAYS !

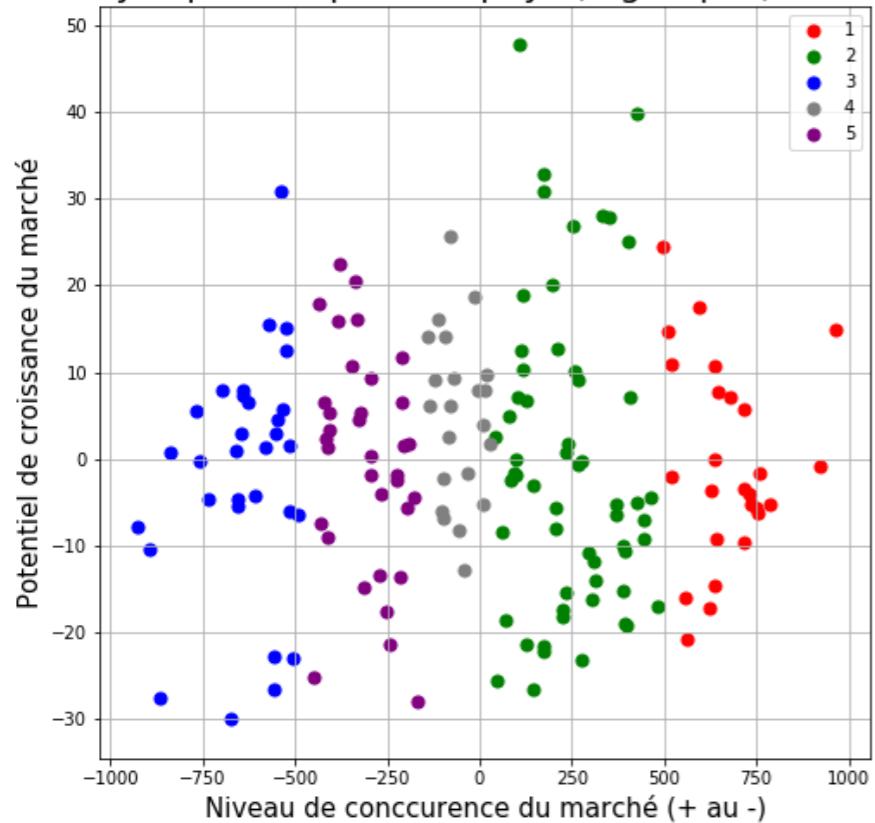
POURQUOI 5 GROUPES ? POUR RÉDUIRE LE NOMBRE DE PAYS CONTENU DANS LE SEGMENT

# ÉTAPE 1 : PREMIÈRE CLASSIFICATION (5 GROUPES)

## PAYS A CIBLER

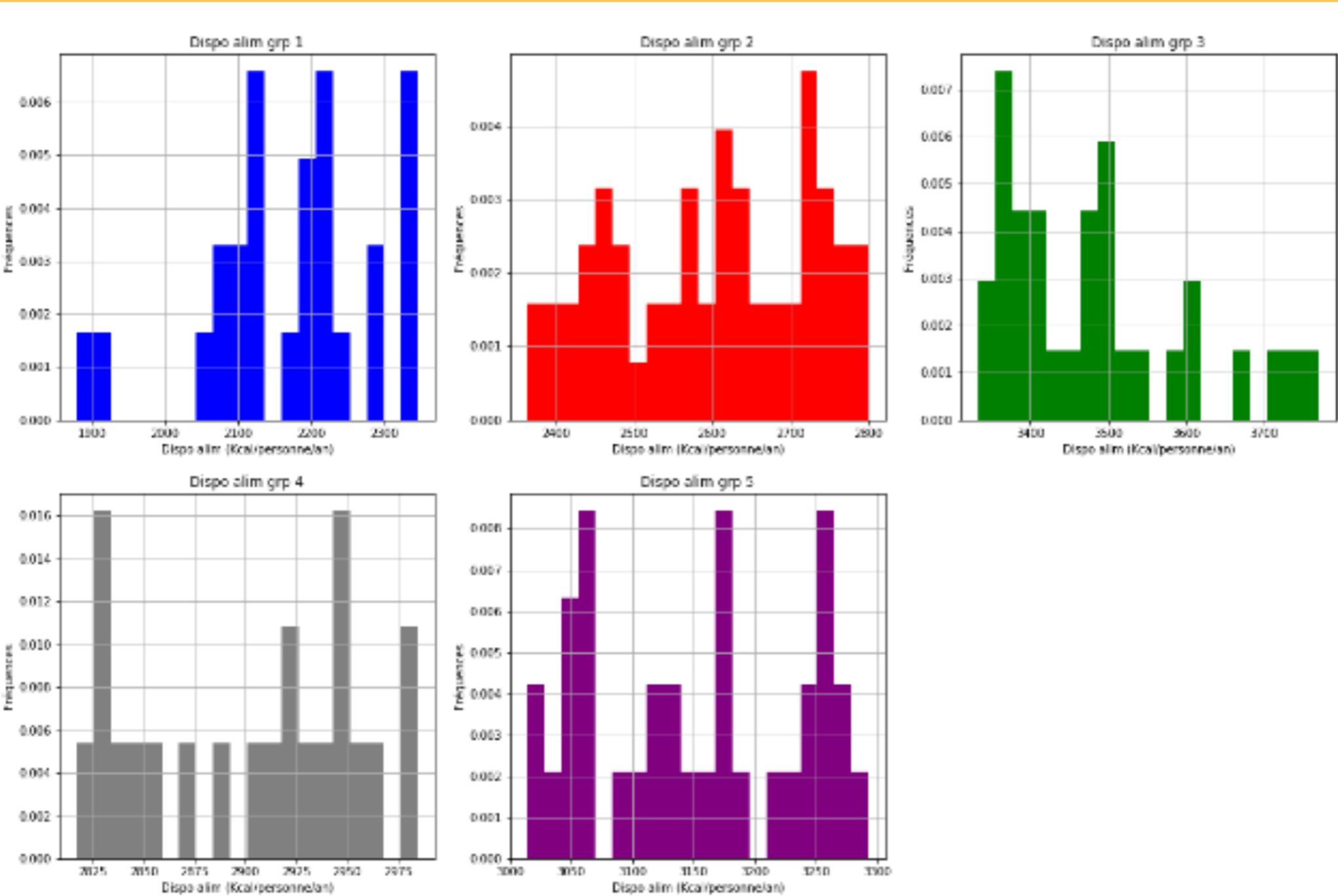
groupe_cah	Evolution population 2012/2013 en pourcentage	Disponibilité alimentaire (Kcal/personne/jour)	Disponibilité de protéines en quantité (g/personne/jour)	Proportion de protéines d'origine animale par rapport à la quantité totale de protéines dans la disponibilité alimentaire du pays (%)
1	2.282213	2173.576923	55.654231	27.232617
2	1.574862	2599.810345	70.381897	37.114192
3	0.653198	3481.967742	107.558065	53.689526
4	0.989683	2902.272727	83.527273	49.355988
5	1.064611	3151.470588	92.103529	49.429386

Analyse par composante pays (5 groupes) sans PIB



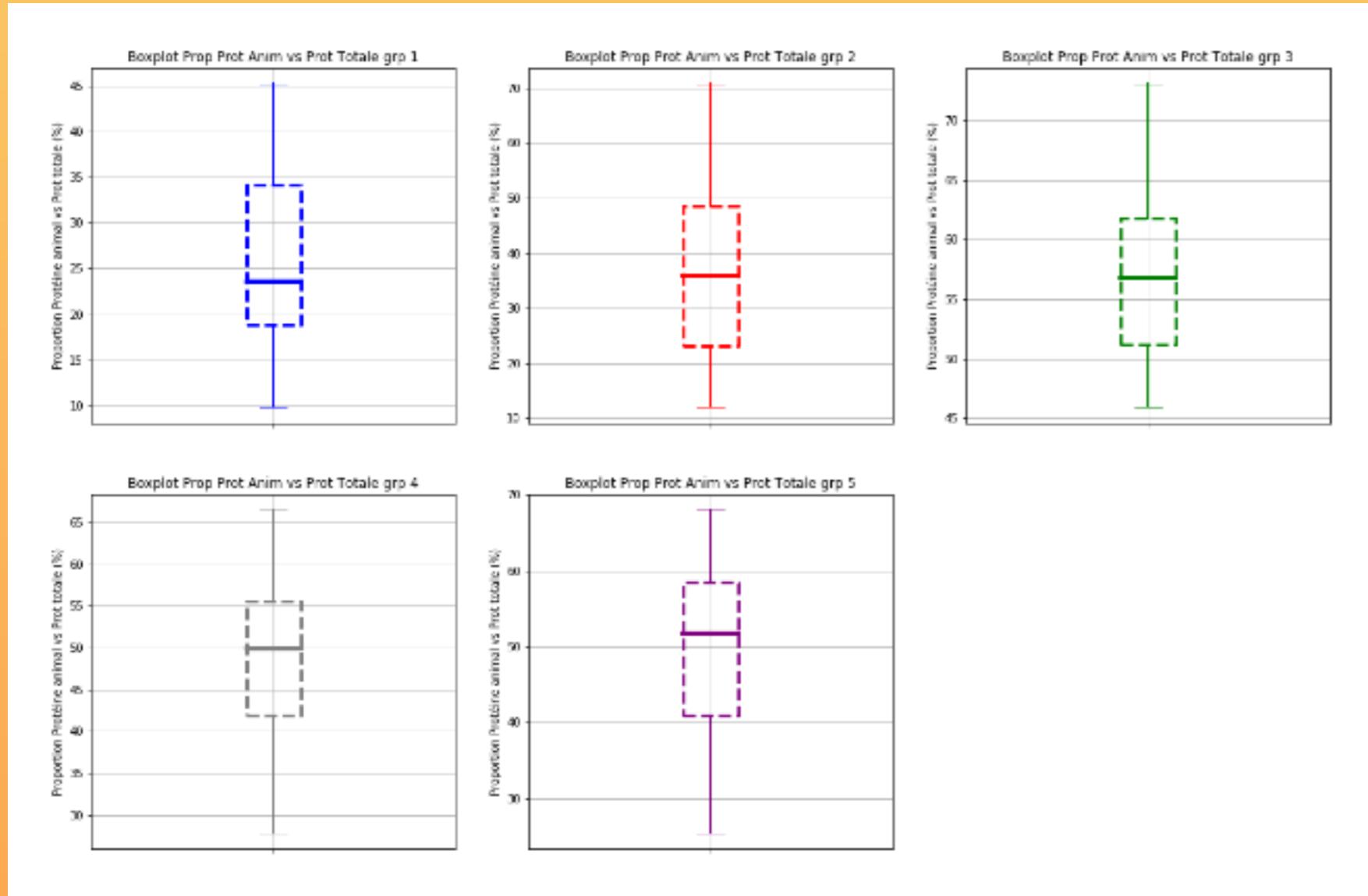
# ÉTAPE 1 : PREMIÈRE CLASSIFICATION (5 GROUPES)

## CARACTÉRISTIQUES DES GROUPES



# ÉTAPE 1 : PREMIÈRE CLASSIFICATION (5 GROUPES)

## CARACTÉRISTIQUES DES GROUPES (SUITE)



**CHOIX = GROUPE 2**

- PROPORTION MOYENNE DE PROTÉINE ANIMALE : 37%
- EVOLUTION DÉMOGRAPHIQUE : 2%
- FAIBLE DISPONIBILITÉ ALIMENTAIRE = CONCURRENCE MOYENNE

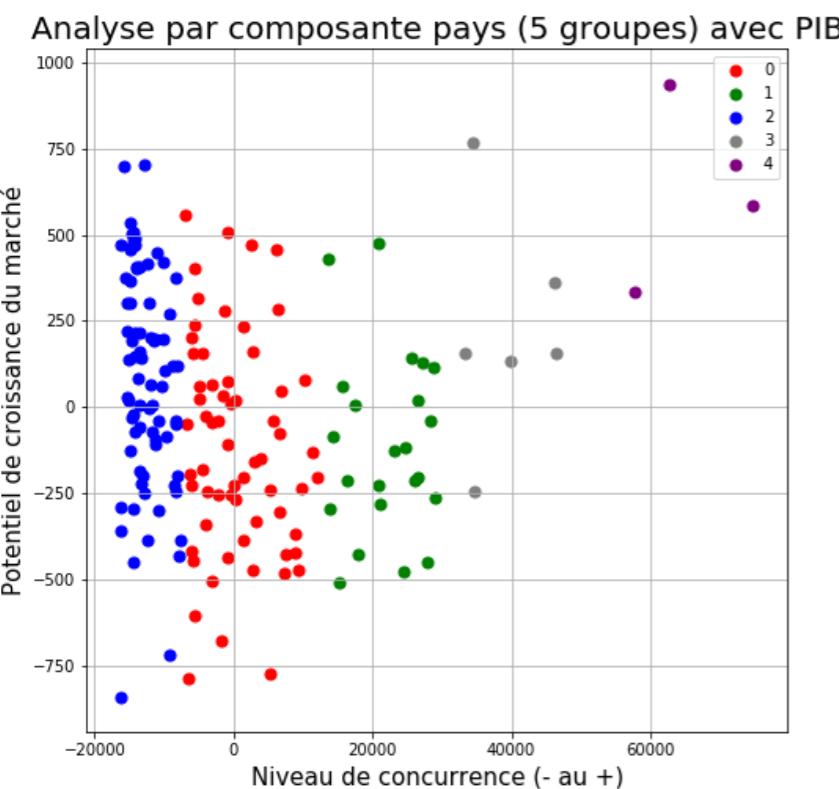
# ÉTAPE 2 : PRISE EN COMPTE DE LA RICHESSE DES PAYS (PIB/HABITANTS)

## ÉCHANTILLON UTILISÉ

Pays	PIB par habitant (PPA)	Evolution population 2012/2013 en pourcentage	Disponibilité alimentaire (Kcal/personne/jour)	Disponibilité de protéines en quantité (g/personne /jour)	Proportion de protéines d'origine animale par rapport à la quantité totale de protéines dans la disponibilité alimentaire du pays (%)
Afghanistan	1814.2	2.437552	2087.0	58.26	20.992104
Afrique du Sud	12445.6	0.744474	3020.0	85.33	42.646197
Albanie	10504.1	0.347881	3188.0	111.37	53.461435
Algérie	13253.2	1.886596	3293.0	91.92	27.241079
Allemagne	42914.5	-0.088164	3503.0	101.39	60.656870
Angola	6185.0	3.126651	2474.0	57.27	32.268203
Antigua-et-Barbuda	18862.8	1.123596	2416.0	83.49	68.391424
Arable saoudite	49537.6	1.912472	3255.0	91.59	44.207883

# ÉTAPE 2 : PRISE EN COMPTE DE LA RICHESSE DES PAYS (PIB/HABITANTS)

## NUAGE DE POINTS

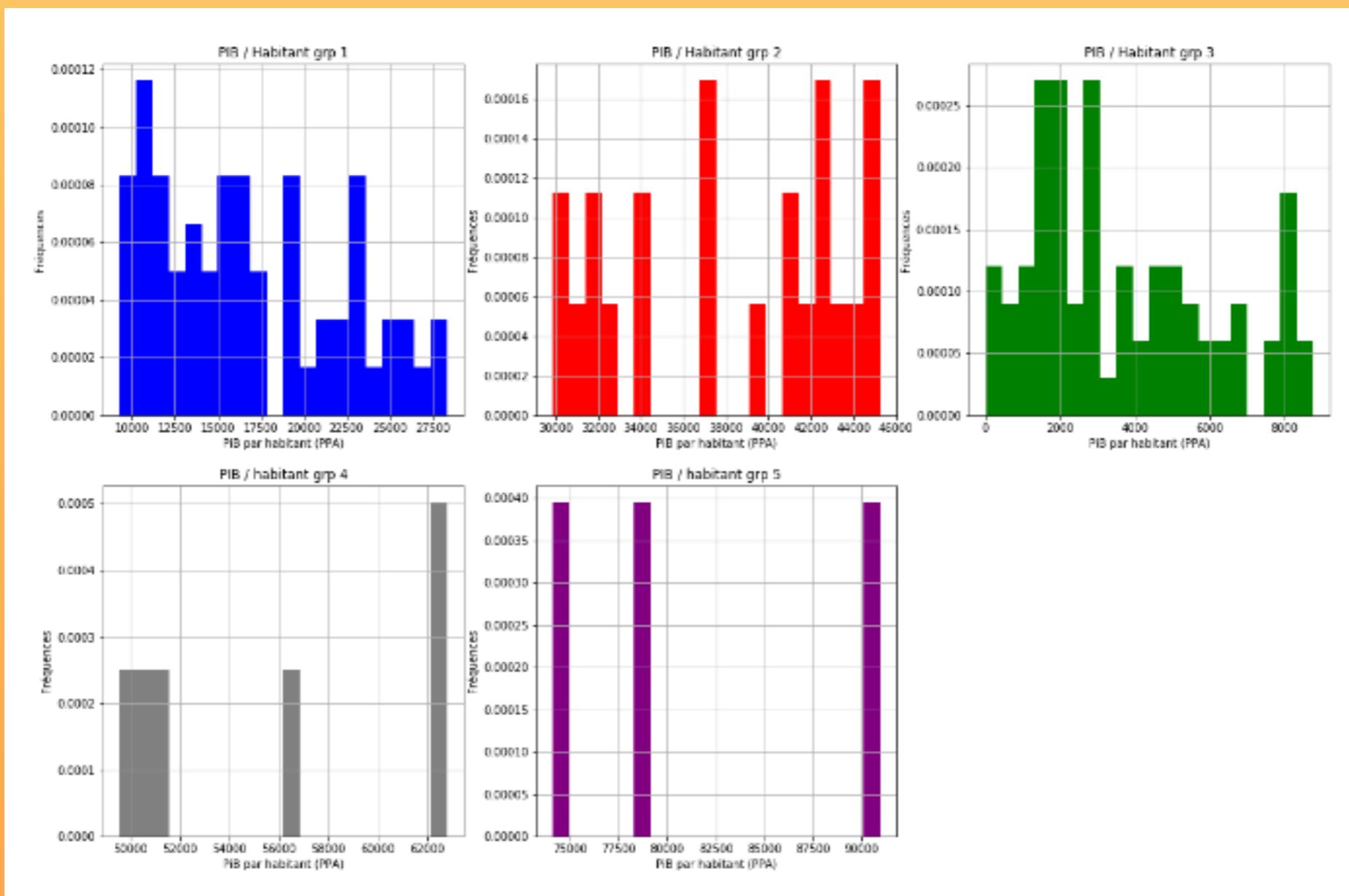


## PAYS A CIBLER

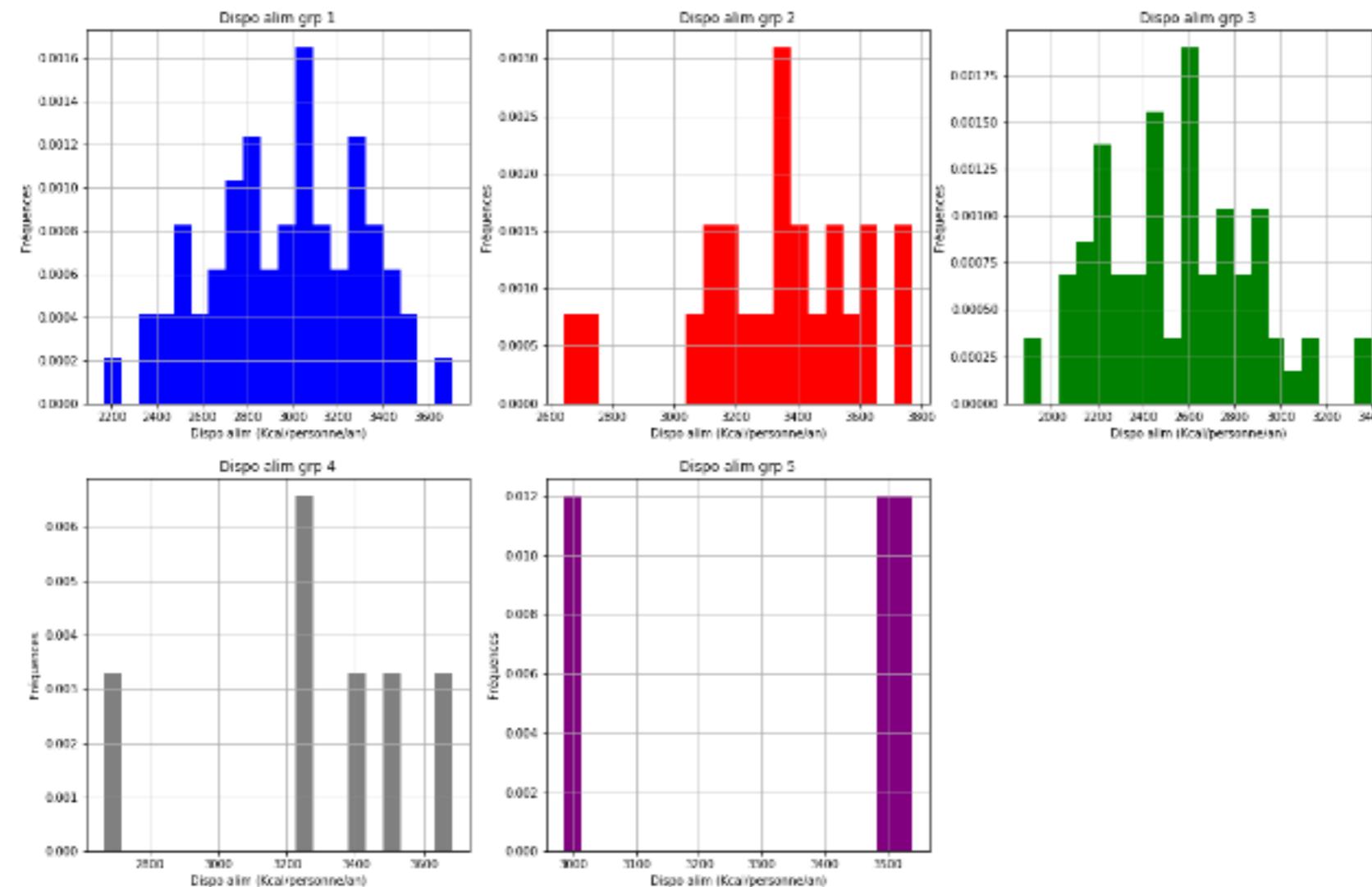
	PIB par habitant (PPA)	Evolution population 2012/2013 en pourcentage	Disponibilité alimentaire (Kcal/personne/jour)	Disponibilité de protéines en quantité (g/personne/jour)	Proportion de protéines d'origine animale par rapport à la quantité totale de protéines dans la disponibilité alimentaire du pays (%)
cluster ID					
0	16715.353968	0.771412	2966.492063	86.333968	48.922366
1	38275.204348	0.972785	3329.391304	104.214348	59.327149
2	3646.573684	1.913598	2539.447368	66.868816	30.675032
3	55466.733333	1.038192	3292.666667	99.916667	56.980949
4	81368.266667	2.087629	3341.333333	105.026667	57.218575

# ÉTAPE 2 : PRISE EN COMPTE DE LA RICHESSE DES PAYS (PIB/HABITANTS)

## CARACTÉRISTIQUES DES GROUPES



# ÉTAPE 2 : PRISE EN COMPTE DE LA RICHESSE DES PAYS (PIB/HABITANTS)



**CHOIX = GROUPE 0 (GROUPE 1 SUR SCHÉMA)**  
- CONCURRENCE MOYENNE  
- PIB / HABITANT SUFFISANT  
- FORTE CONSOMMATION DE PROTÉINE

## REMISE EN CAUSE DES RÉSULTATS

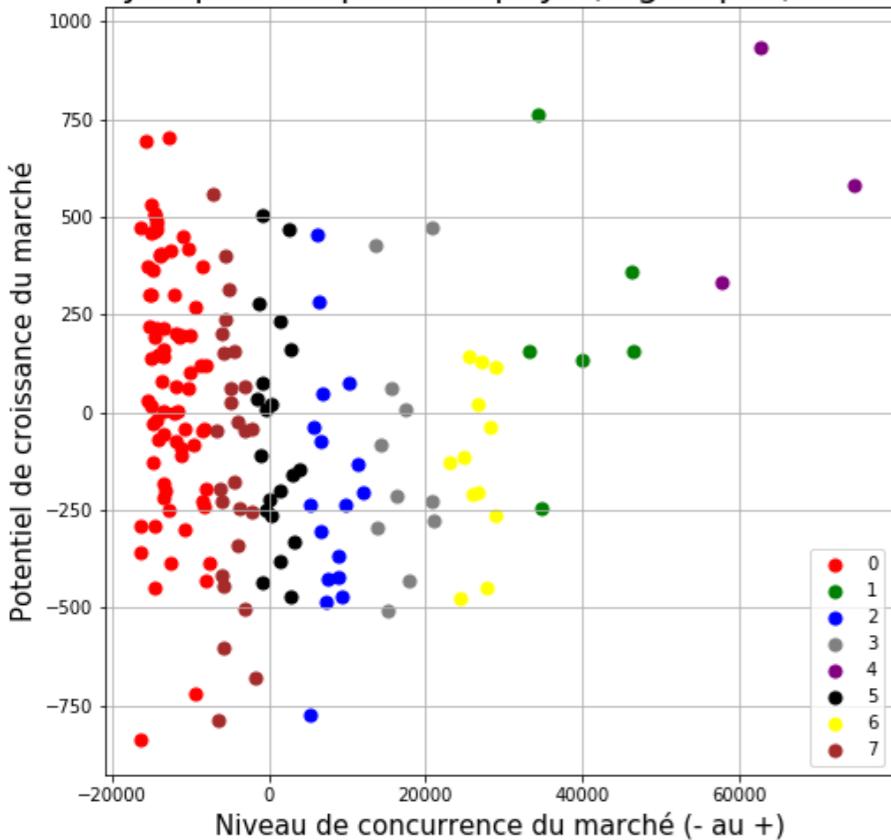
AFIN D'OBTENIR UN NOMBRE RAISONNABLE DE PAYS AVEC LES MÊMES SIMILITUDES DANS LESQUELS S'IMPLANTER  
NOUS ALLONS GROUPER NOS PAYS PAR 8.

# ÉTAPE 3 : SECONDE CLASSIFICATION (8 GROUPES)

## PAYS A CIBLER

### NUAGE DE POINTS

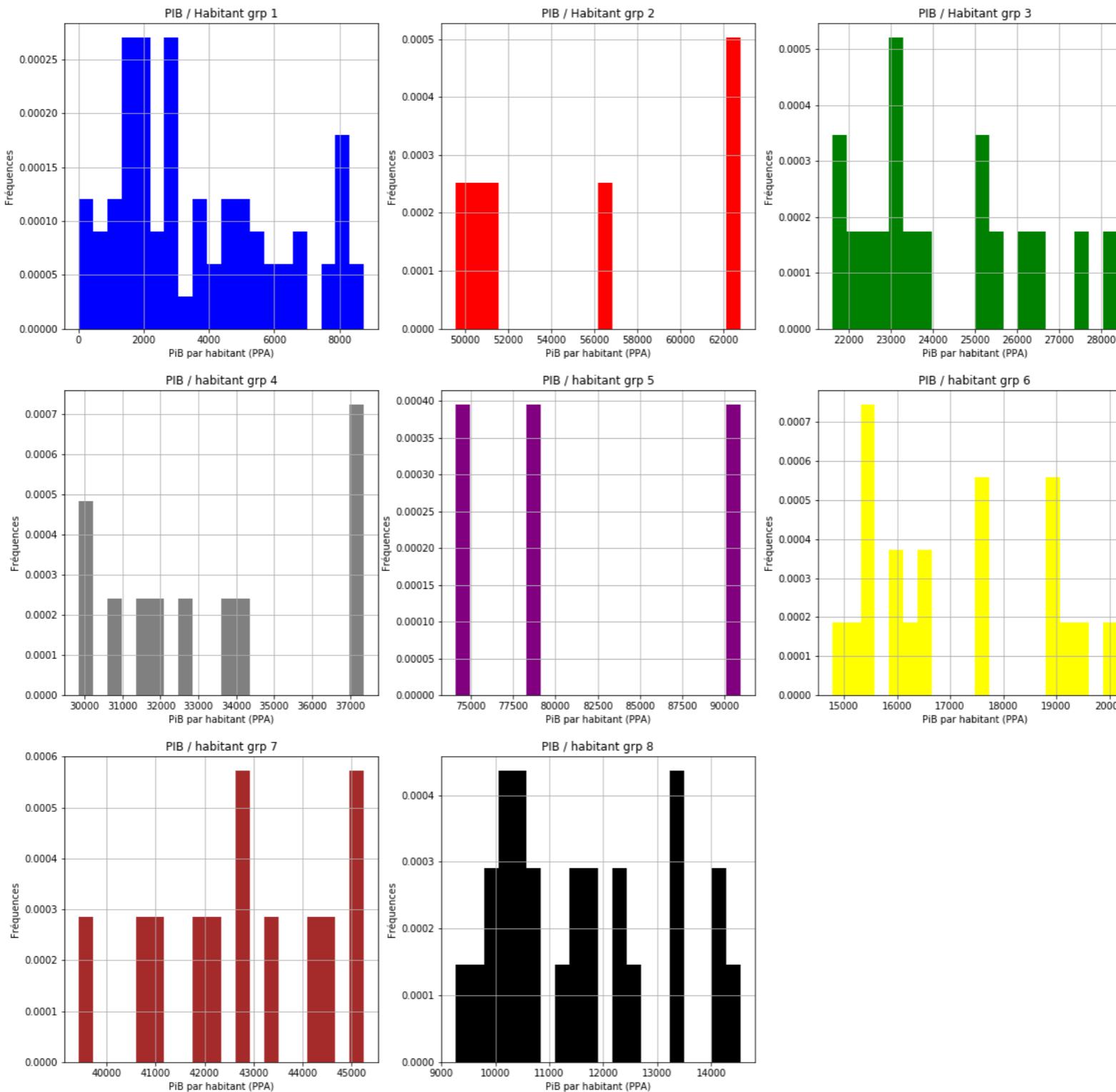
Analyse par composante pays (8 groupes) avec PIB



cluster ID	PIB par habitant (PPA)	Evolution population 2012/2013 en pourcentage	Disponibilité alimentaire (Kcal/personne/jour)	Disponibilité de protéines en quantité (g/personne/jour)	Proportion de protéines d'origine animale par rapport à la quantité totale de protéines dans la disponibilité alimentaire du pays (%)
0	3646.573684	1.913598	2539.447368	66.868816	30.675032
1	55466.733333	1.038192	3292.666667	99.916667	56.980949
2	24209.694118	0.312361	3172.647059	94.662941	55.145413
3	33298.054545	0.535848	3230.181818	100.202727	56.478431
4	81368.266667	2.087629	3341.333333	105.026667	57.218575
5	17088.410000	0.823602	2915.750000	83.675500	48.590905
6	42837.591667	1.373310	3420.333333	107.891667	61.938474
7	11528.242308	1.031415	2870.730769	82.933077	45.108420

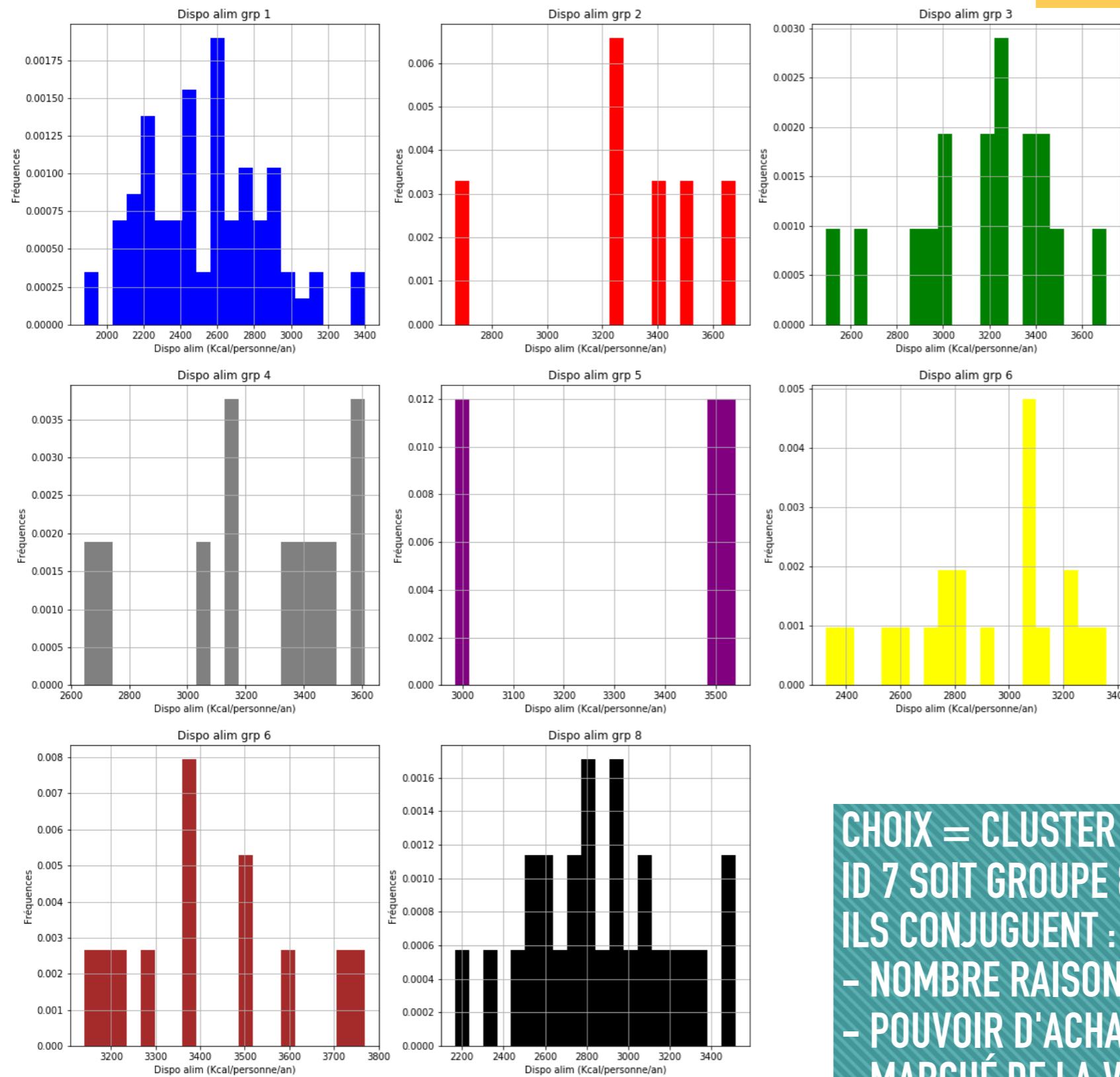
# ÉTAPE 3 : SECONDE CLASSIFICATION (8 GROUPES)

## CARACTÉRISTIQUES DU GROUPE



# ÉTAPE 3 : SECONDE CLASSIFICATION (8 GROUPES)

## CARACTÉRISTIQUES DU GROUPE

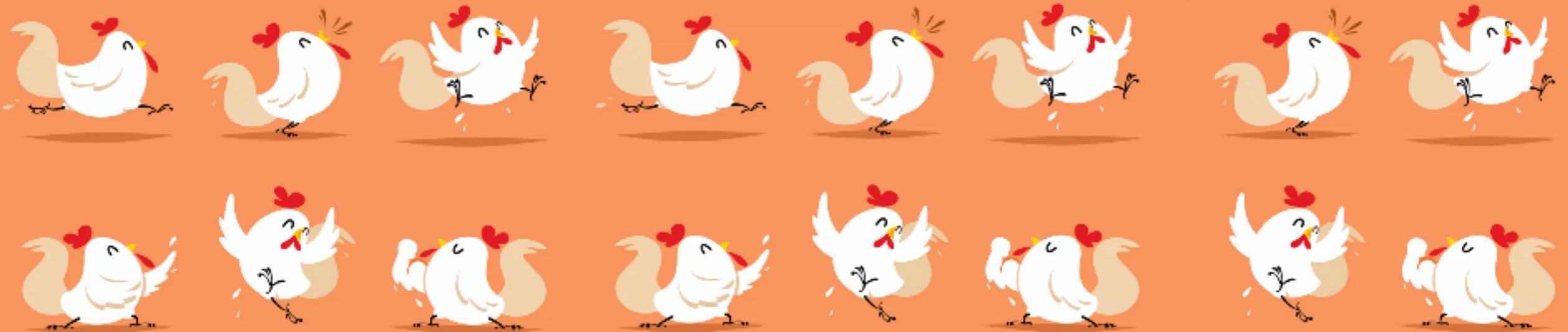


**CHOIX = CLUSTER ID 5 SOIT GROUPE 6 OU CLUSTER ID 7 SOIT GROUPE 8**  
**ILS CONJUGUENT :**  
**- NOMBRE RAISONNABLE DE PAYS**  
**- POUVOIR D'ACHAT DES HABITANTS SUFFISANT**  
**- MARCHÉ DE LA VOLAILLE PEU CONCURRENTIEL**

# ÉTAPE 3 : SECONDE CLASSIFICATION (8 GROUPES)

## LISTE DES PAYS

cluster ID		Pays	PIB par habitant (PPA)	Evolution population 2012/2013 en pourcentage	Disponibilité alimentaire (Kcal/personne/jour)	Disponibilité de protéines en quantité (g/personne/jour)	Proportion de protéines d'origine animale par rapport à la quantité totale de protéines dans la disponibilité alimentaire du pays (%)
6	5	Antigua-et-Barbuda	18862.8	1.123596	2416.0	83.49	68.391424
8	5	Argentine	19482.2	0.873756	3226.0	102.60	65.233918
12	5	Azerbaïdjan	16593.2	1.117198	3113.0	93.11	32.381055
15	5	Barbade	15335.3	0.706714	2936.0	88.76	58.370888
16	5	Bélarus	17656.1	-0.510367	3249.0	93.78	58.871828
23	5	Botswana	15568.3	0.848303	2325.0	64.85	41.603701
24	5	Brésil	15430.3	0.858771	3262.0	95.01	55.352068
26	5	Bulgarie	15997.2	-0.755702	2828.0	83.41	49.634336
39	5	Croatie	20153.3	-0.394706	3056.0	84.27	56.924172
56	5	Gabon	16502.8	2.388242	2826.0	86.28	50.162262
72	5	Iran (République islamique d')	15964.6	1.338585	3089.0	87.25	25.455587
73	5	Iraq	15078.2	3.011166	2542.0	63.60	20.849057
100	5	Maurice	17628.8	0.322581	3067.0	88.20	45.328798
102	5	Mexique	16315.9	1.228827	3068.0	87.58	46.437543
119	5	Panama	19057.4	1.630721	2731.0	79.32	52.887040
134	5	Roumanie	19008.7	-0.257412	3359.0	103.00	45.951456
151	5	Suriname	15419.3	0.747664	2752.0	62.86	46.150175
156	5	Thaïlande	14778.0	0.338399	2785.0	60.85	40.870994
164	5	Uruguay	19270.6	0.353461	3052.0	92.33	58.659157
166	5	Venezuela (République bolivarienne du)	17665.2	1.502253	2633.0	72.96	52.302632



ÉTUDE DE MARCHÉ

---

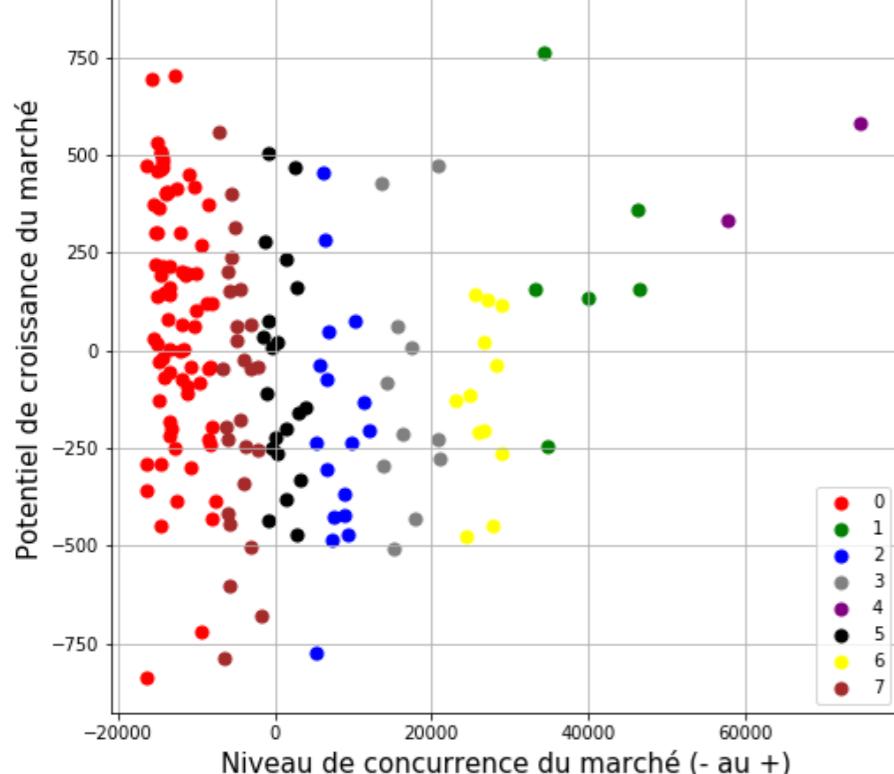
# LES TESTS

# STRATÉGIE CONCENTRÉE OU STRATÉGIE DIFFÉRENCIÉE ?

## PAYS A CIBLER

### NUAGE DE POINTS

Analyse par composante pays (8 groupes) avec PIB



cluster ID	PIB par habitant (PPA)	Evolution population 2012/2013 en pourcentage	Disponibilité alimentaire (Kcal/personne/jour)	Disponibilité de protéines en quantité (g/personne/jour)	Proportion de protéines d'origine animale par rapport à la quantité totale de protéines dans la disponibilité alimentaire du pays (%)
0	3646.573684	1.913598	2539.447368	66.868816	30.675032
1	55466.733333	1.038192	3292.666667	99.916667	56.980949
2	24209.694118	0.312361	3172.647059	94.662941	55.145413
3	33298.054545	0.535848	3230.181818	100.202727	56.478431
4	81368.266667	2.087629	3341.333333	105.026667	57.218575
5	17088.410000	0.823602	2915.750000	83.675500	48.590905
6	42837.591667	1.373310	3420.333333	107.891667	61.938474
7	11528.242308	1.031415	2870.730769	82.933077	45.108420

STRATÉGIE CONCENTRÉE : UN SEUL SEGMENT DU MARCHÉ EST VISÉ (DE NICHE)

STRATÉGIE DIFFÉRENCIÉE : PLUSIEURS SEGMENTS DE MARCHÉ SONT VISÉS AVEC UN TRAITEMENT SPÉCIFIQUE POUR CHAQUE SEGMENT.

LE CLUSTER 5 ET 7 ONT PRESQUE LES MÊMES CENTROÏDES ? SUIVENT-ILS LA MÊME DISTRIBUTION ? PEUT-ON APPLIQUER UNE MÊME STRATÉGIE MARKETING À CES DEUX GROUPES ?

## TEST D'ADÉQUATION (DISPONIBILITÉ ALIMENTAIRE EN KCAL)

---

VARIABLE PIB PAR HABITANT = VARIABLE CONTINUE

VARIABLE CONTINUE = TEST DE KOLMOGOROV SMIRNOV

OBJECTIF : ÉVALUER SI CET ÉCHANTILLON PEUT ÊTRE CONSIDÉRÉ COMME GAUSSIEN, ON PEUT ÉTUDIER L'ÉCART ENTRE LA FONCTION DE RÉPARTITION D'UNE LOI NORMALE ( $F_0$ ) ET CELLE ESTIMÉE DE NOTRE ÉCHANTILLON : LA FONCTION DE RÉPARTITION EMPIRIQUE ( $F$ ).

HYPOTHÈSE NULLE ( $H_0$ ) :  $F = F_0$

HYPOTHÈSE ALTERNATIVE ( $H_1$ ) :  $F$  DIFFÉRENT DE  $F_0$

CONCLUSION : P-VALEUR = 0.72 > 0.05 ON REJETTE  $H_1$  ET ON GARDE  $H_0(F = F_0)$ . LA VARIABLE DISPONIBILITÉ ALIMENTAIRE EN KCAL SUIT LA LOI NORMALE.

## TEST DE COMPARAISON (GROUPE 6 ET 8)

VARIABLE DISPONIBILITÉ ALIMENTAIRE = VARIABLE GAUSSIENNE

TEST COMPARAISON DE DEUX ÉCHANTILLONS GAUSSIENS =

- TEST ÉGALITÉ DES VARIANCES:

HYPOTHÈSE NULLE ( $H_0$ ) : VARIANCE GROUPE 6 = VARIANCE GROUPE 8

HYPOTHÈSE ALTERNATIVE ( $H_1$ ) : VARIANCE GROUPE 6 DIFFÉRENT DE VARIANCE GROUPE 8

CONCLUSION : P-VALEUR = 0.43 > 0.05 ON REJETTE  $H_1$  ET ON GARDE  $H_0$  (VARIANCES ÉGALES). LES DEUX ÉCHANTILLONS ONT LES MÊMES VARIANCES.

- TEST ÉGALITÉ DES MOYENNES:

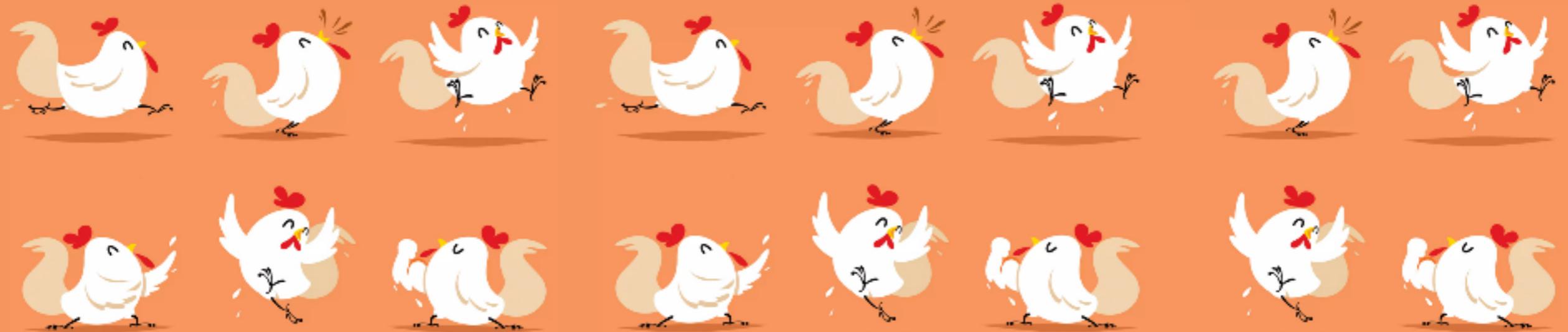
HYPOTHÈSE NULLE ( $H_0$ ) : MOYENNE GROUPE 6 = MOYENNE GROUPE 8

HYPOTHÈSE ALTERNATIVE ( $H_1$ ) : MOYENNE GROUPE 6 DIFFÉRENT DE MOYENNE GROUPE 8

CONCLUSION : P-VALEUR = 0.64 > 0.05 ON REJETTE  $H_1$  ET ON GARDE  $H_0$  (MOYENNES ÉGALES). LES DEUX ÉCHANTILLONS ONT LES MÊMES MOYENNES

CONCLUSION GÉNÉRALE:

ON NE REJETTE PAS QUE LES GROUPES 6 ET 8 DE PAYS SUIVENT LA MÊME DISTRIBUTION, ON N'A PAS EN EFFET REJETÉ L'HYPOTHÈSE D'ÉGALITÉ DES VARIANCES ET MOYENNES.



ETUDE DE MARCHÉ

---

**ENVIRONNEMENT DU PROJET**

# ENVIRONNEMENT DU PROJET : (EX : ARGENTINE)

POLITIQUE

STABILITÉ POLITIQUE (30 ANS DE DÉMOCRATIE)

ÉCONOMIQUE

TAUX DE CROISSANCE DU PIB 2014 : 0,45%

SOCIALE

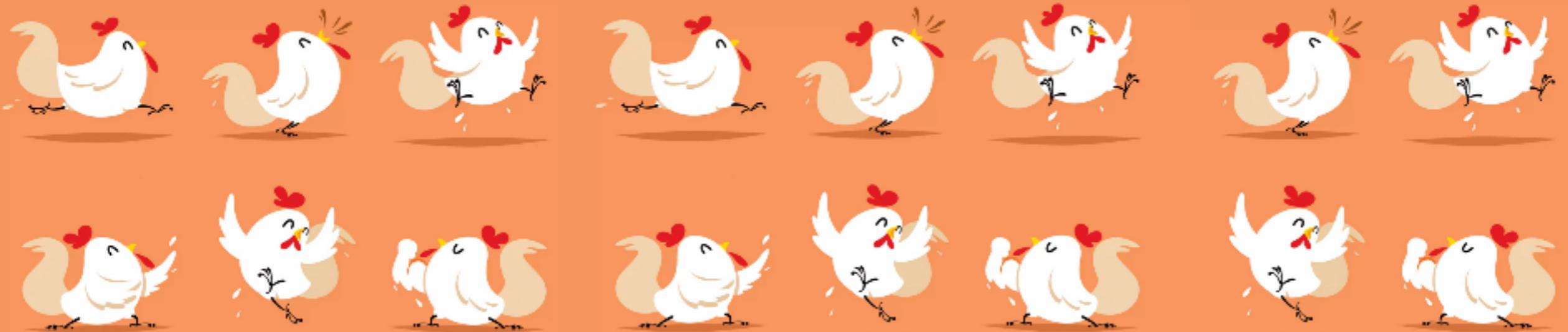
ÉCOLOGIQUE

APRÈS DES ANNÉES DE LAISSEZ FAIRE ENVIRONNEMENTAL, LES AUTORITÉS ONT DÉCIDÉ DE CONTRÔLER LES ENTREPRISES SUR LE RESPECT DE LA LÉGISLATION ENVIRONNEMENTALE.

EVOLUTION DÉMOGRAPHIQUE : 1%

[https://www.lesechos.fr/01/09/1997/LesEchos/17469-055-ECH\\_l-argentine-attire-les-industriels-de-l-agroalimentaire.htm](https://www.lesechos.fr/01/09/1997/LesEchos/17469-055-ECH_l-argentine-attire-les-industriels-de-l-agroalimentaire.htm)

<https://www.novethic.fr/actualite/environnement/pollution/isr-rse/argentine-les-autorites-traquent-les-entreprises-polluantes-111683.html>



ETUDE DE MARCHÉ

---

# CONCLUSION

## CONCLUSION

---

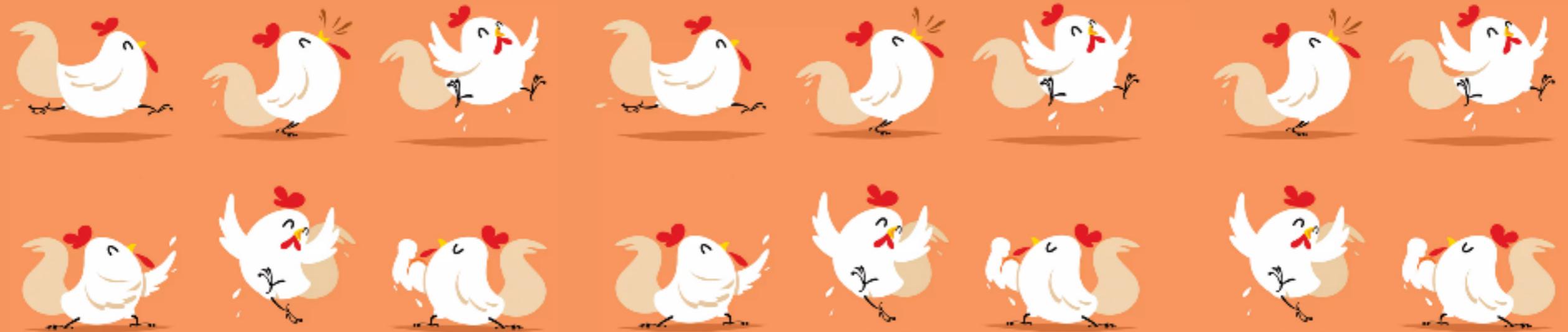
OÙ S'INTERNATIONALISER ? DANS DES PAYS TELS QUE L'ARGENTINE, LE BRÉSIL, LA BULGARIE OU LA CROATIE ...

### COMMENT S'INTERNATIONALISER ?

#### L'EXPORTATION :

- ▶ L'EXPORTATION DIRECTE : L'ENTREPRISE COMMERCIALISE ELLE-MÊME SES PRODUITS À L'ÉTRANGER SOIT PAR INTERNET, SOIT À TRAVERS UNE FORCE DE VENTE SITUÉE DANS LE PAYS D'IMPORTATION.
- ▶ L'EXPORTATION INDIRECTE : L'ENTREPRISE CONTINUE À FABRIQUER DANS SON PAYS D'ORIGINE, MAIS VEND UNE PARTIE DE SA PRODUCTION À L'ÉTRANGER PAR L'INTERMÉDIAIRE DE SOCIÉTÉS SPÉCIALISÉES.  
L'EXPORTATION ASSOCIÉE : LES ENTREPRISES AYANT LE MÊME PAYS D'ORIGINE ET DES ACTIVITÉS VOISINES PEUVENT SE RÉUNIR ET CONSTITUER DES
- ▶ GROUPEMENTS D'EXPORTATEURS EN SE DOTANT DE MOYENS COMMUNS DE PROSPECTION ET DE VENTE. EX: GIE

### LE RÉSEAU DE DISTRIBUTION À L'ÉTRANGER

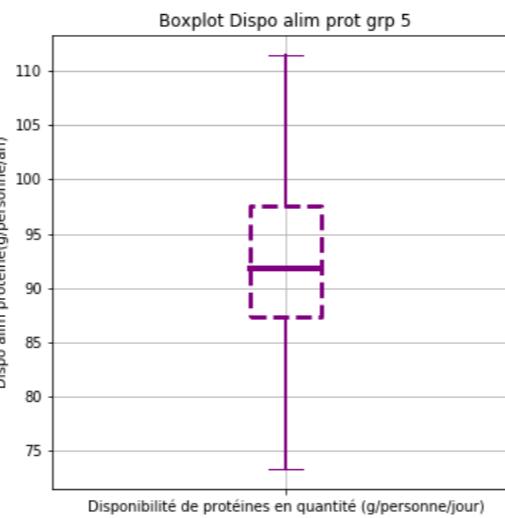
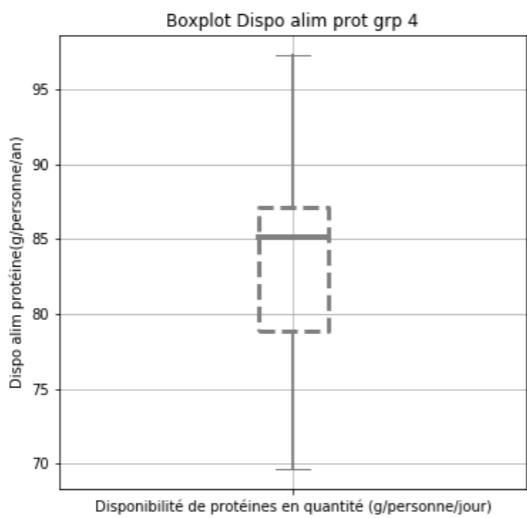
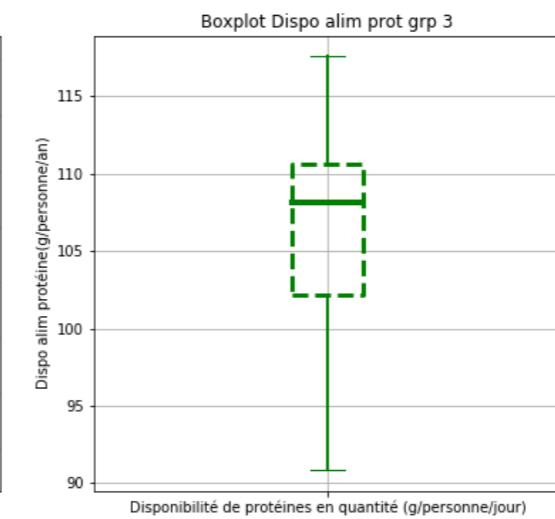
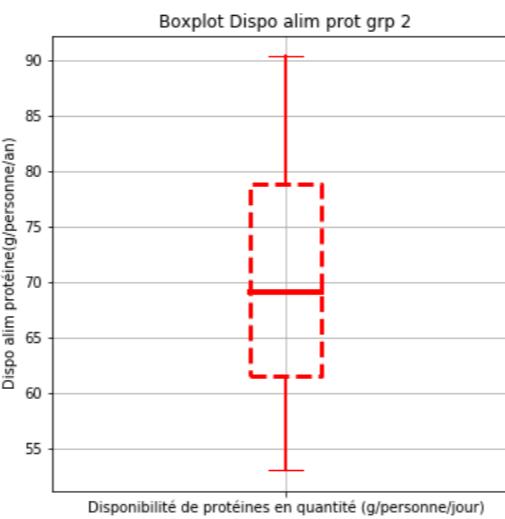
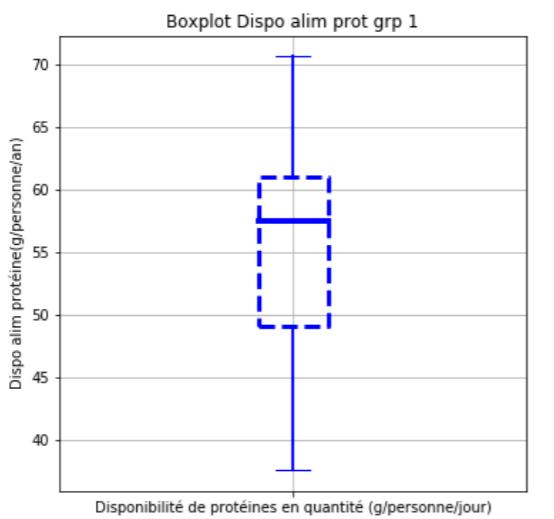


ETUDE DE MARCHÉ

---

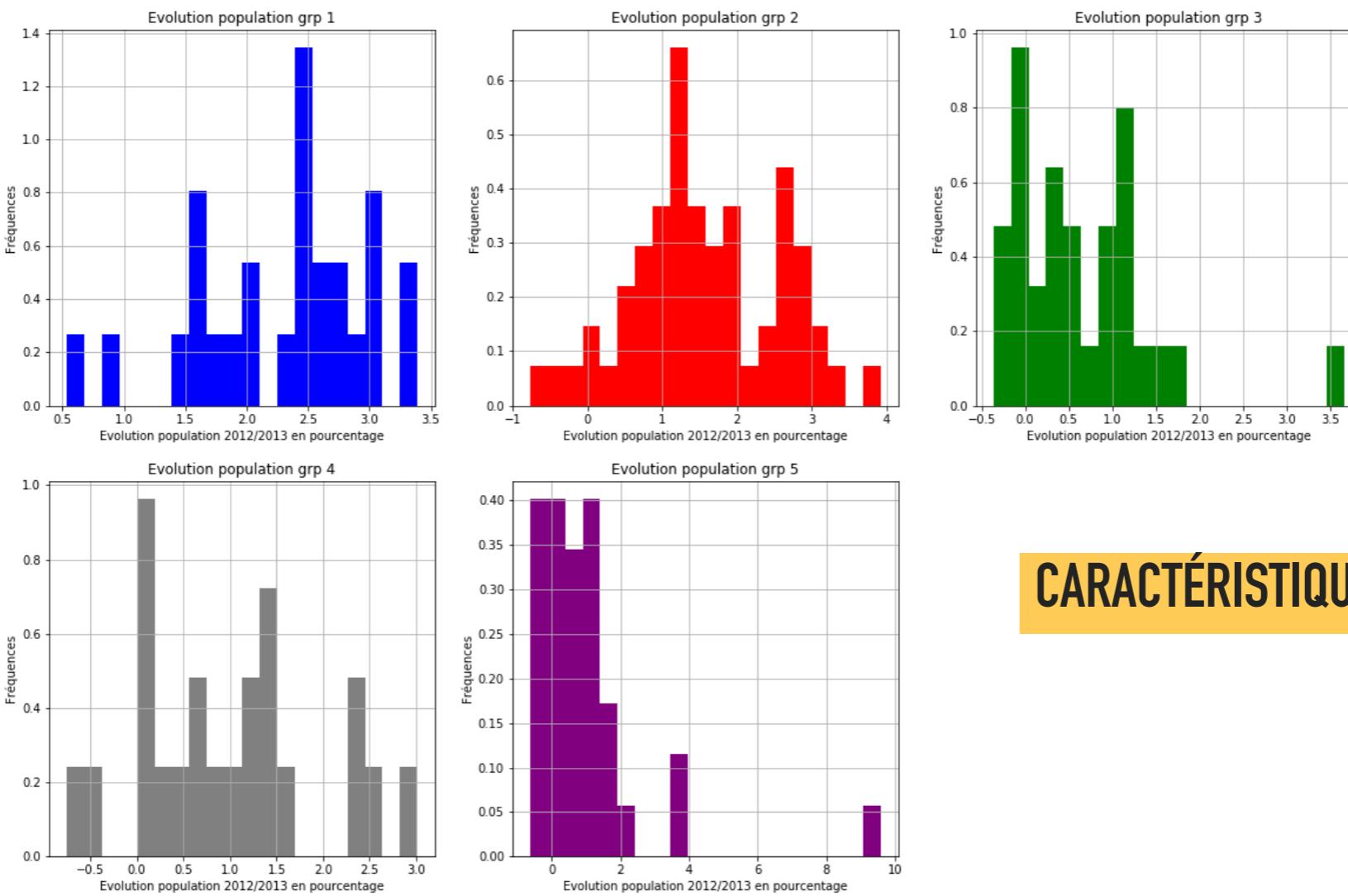
# ANNEXES

# ANNEXE 1 : PREMIÈRE CLASSIFICATION (5 GROUPES)



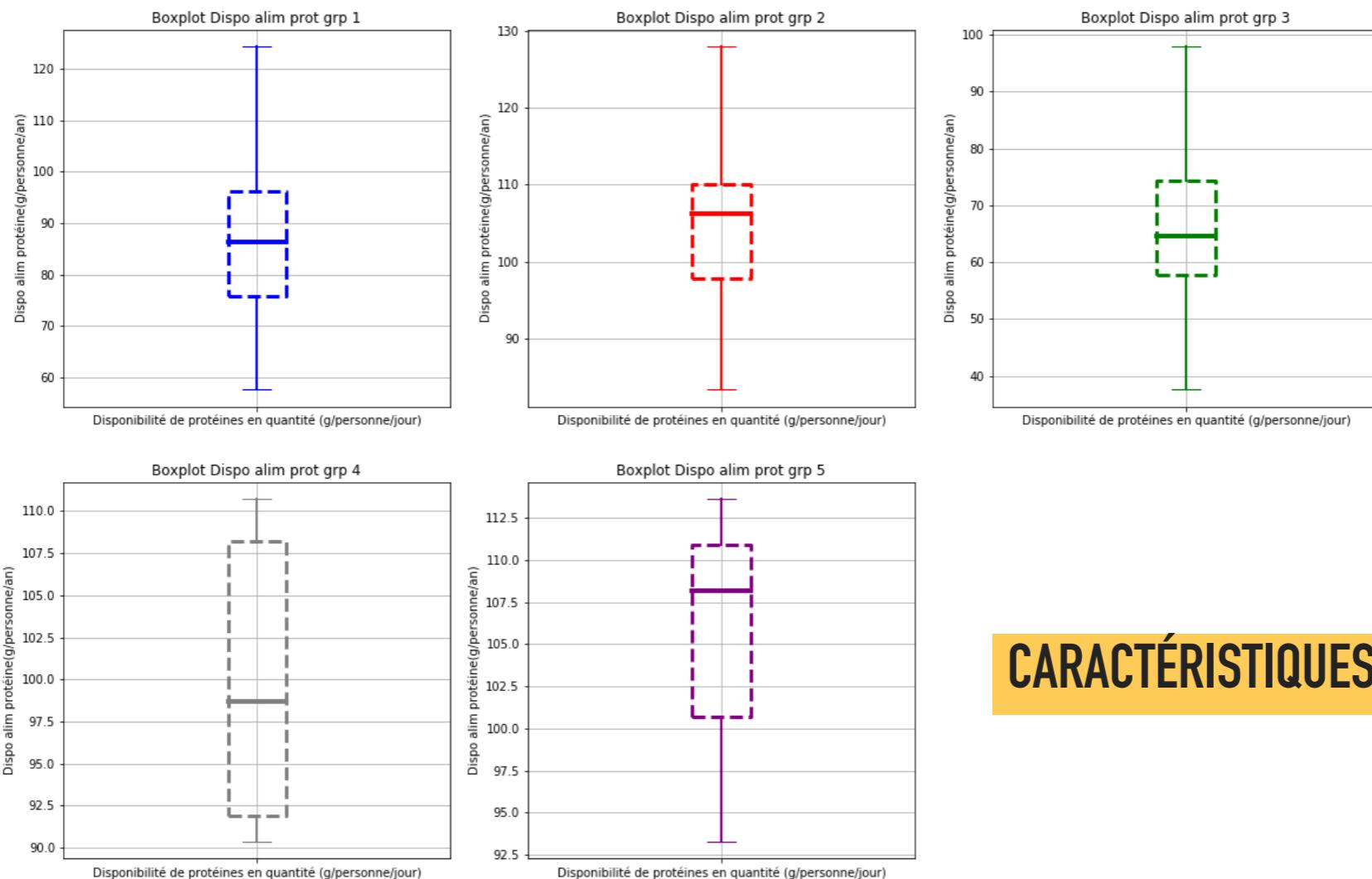
**CARACTÉRISTIQUES DES GROUPES**

# ANNEXE 1 : PREMIÈRE CLASSIFICATION (5 GROUPES)



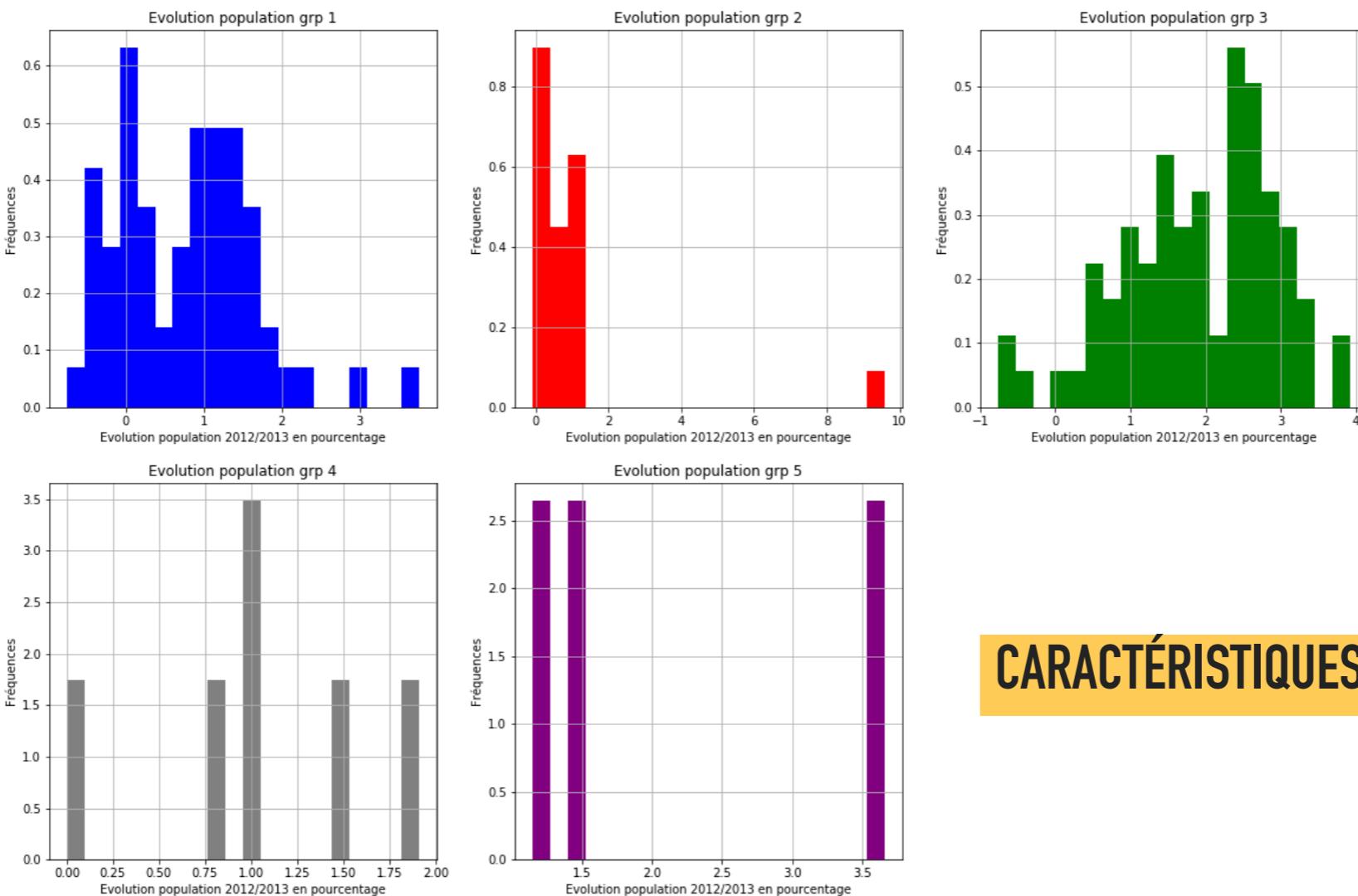
**CARACTÉRISTIQUES DES GROUPES**

# ANNEXE 2 : PRISE EN COMPTE DE LA RICHESSE DES PAYS (PIB/HABITANTS)



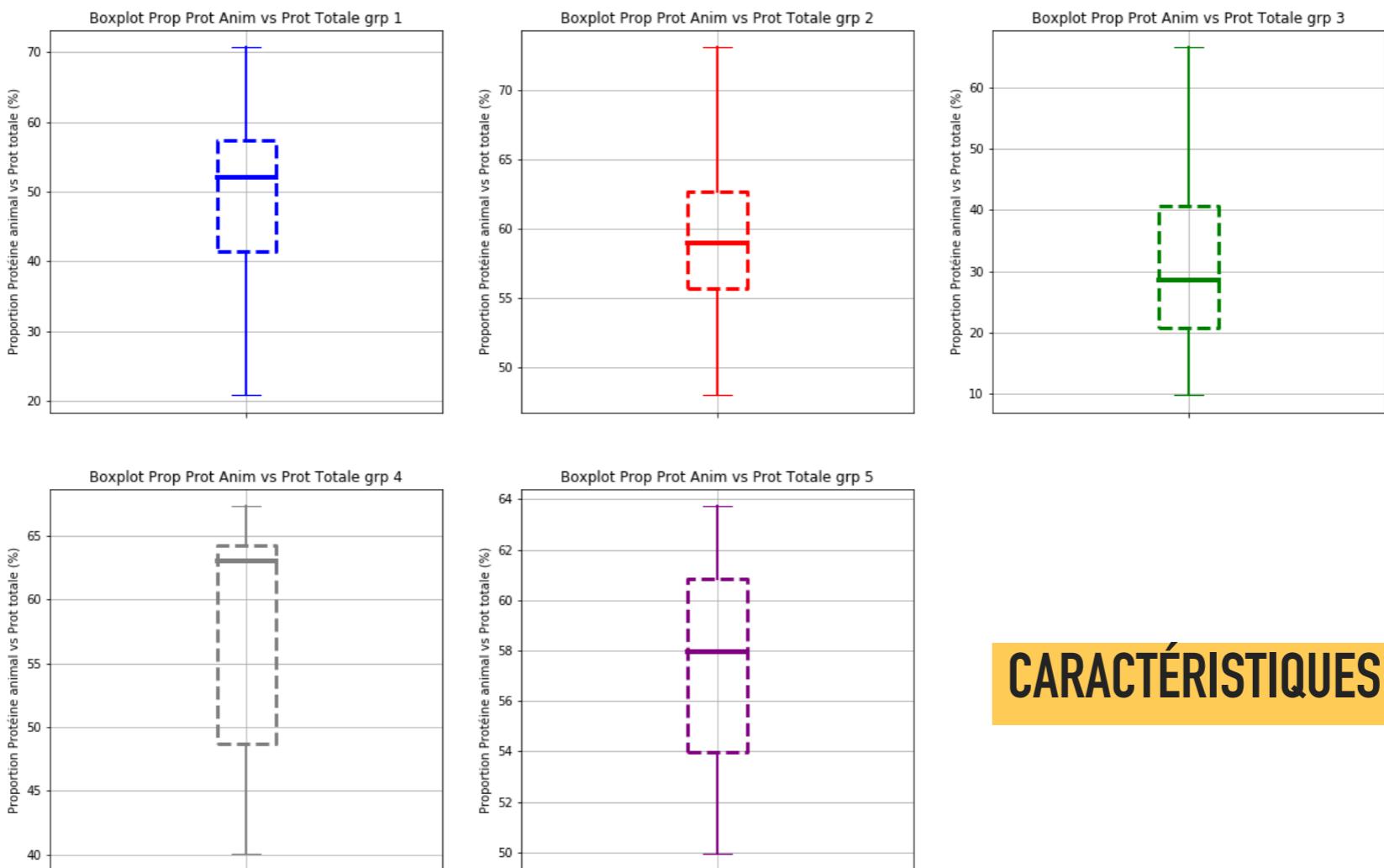
**CARACTÉRISTIQUES DES GROUPES**

# ANNEXE 2 : PRISE EN COMPTE DE LA RICHESSE DES PAYS (PIB/HABITANTS)



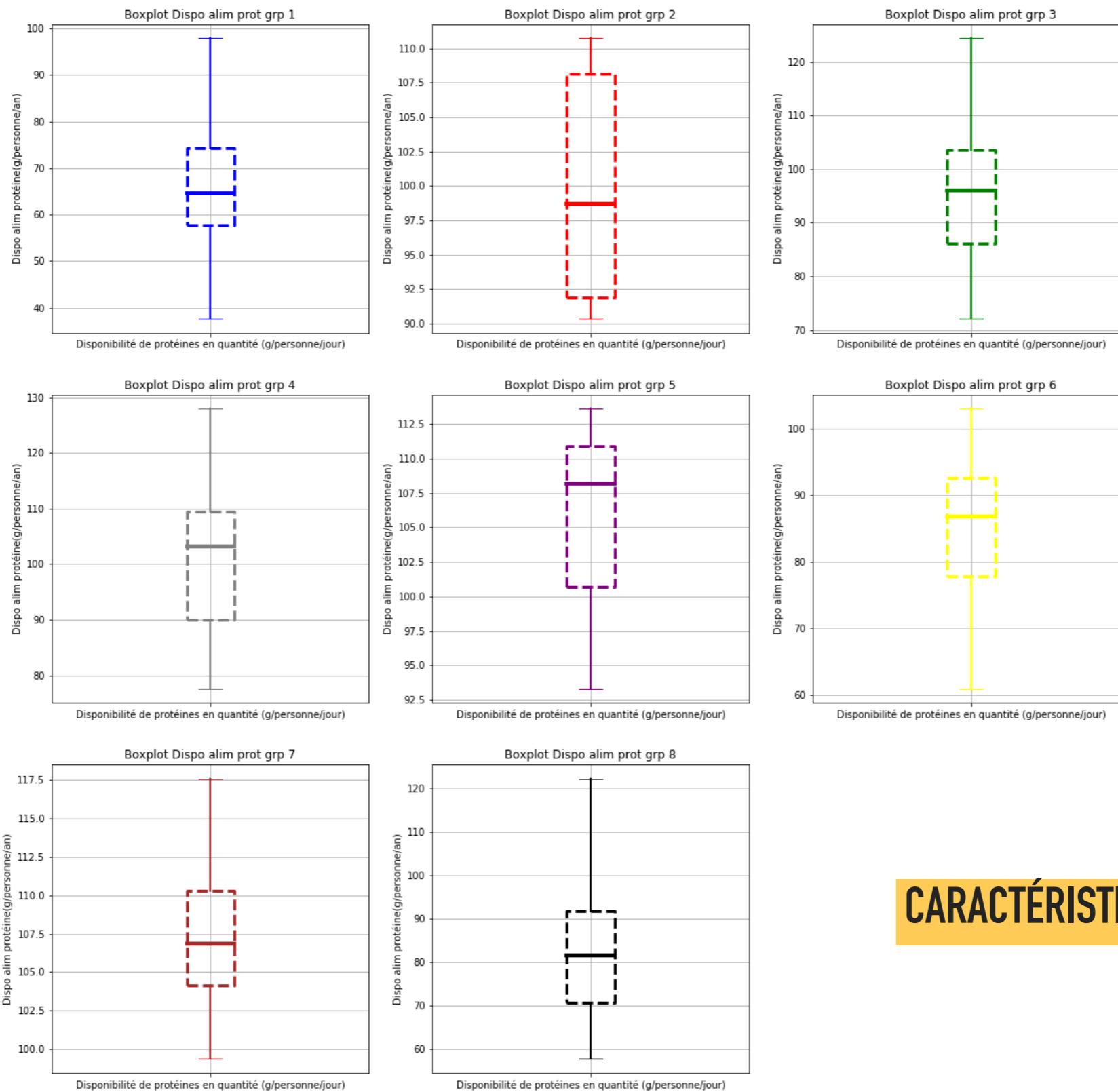
**CARACTÉRISTIQUES DES GROUPES**

# ANNEXE 2 : PRISE EN COMPTE DE LA RICHESSE DES PAYS (PIB/HABITANTS)



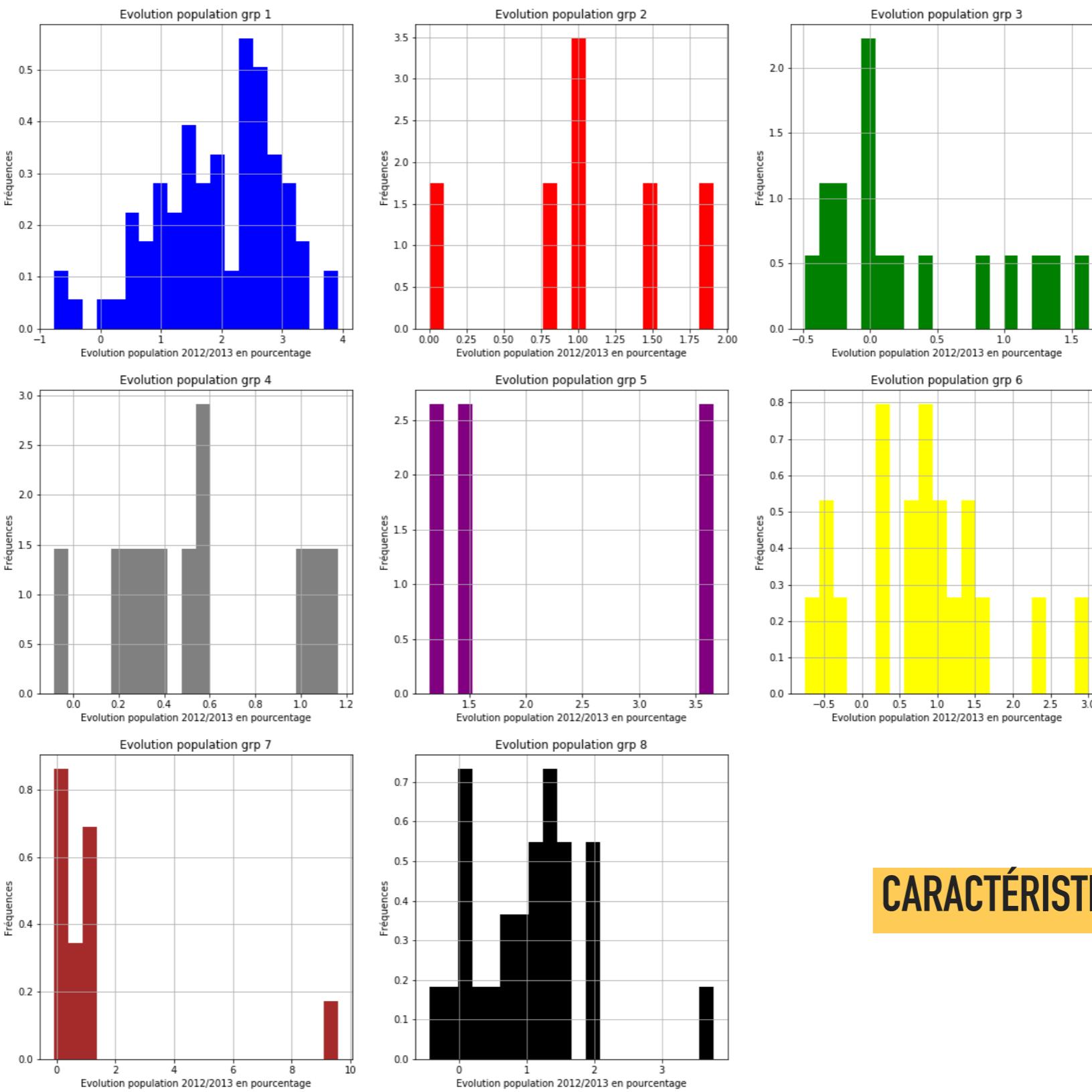
**CARACTÉRISTIQUES DES GROUPES**

# ANNEXE 3 : SECONDE CLASSIFICATION (8 GROUPES)



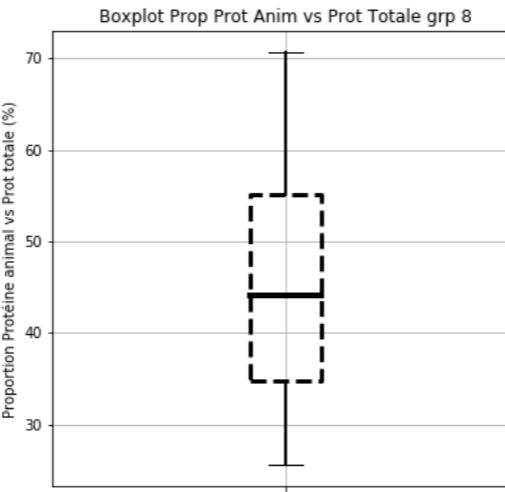
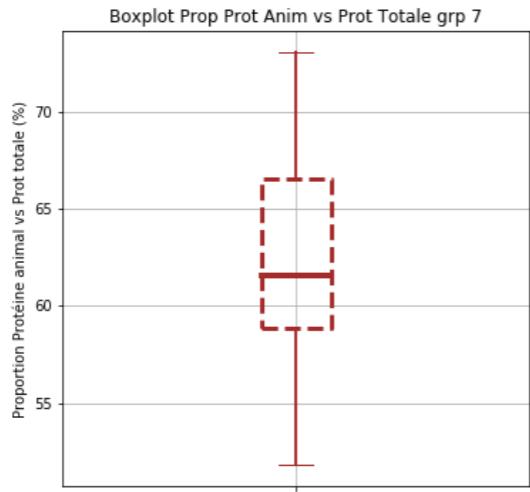
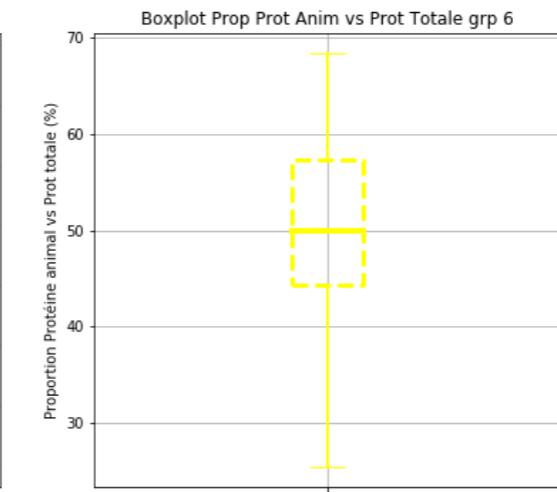
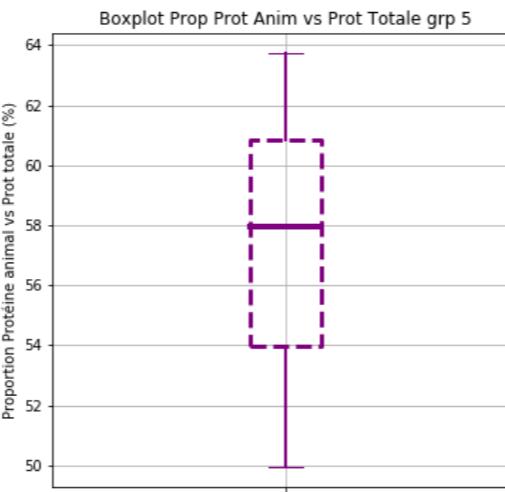
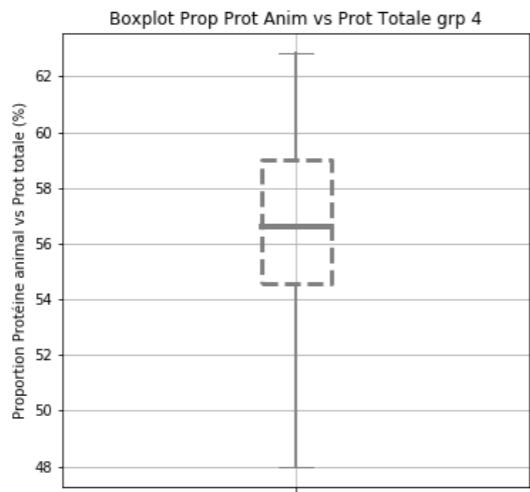
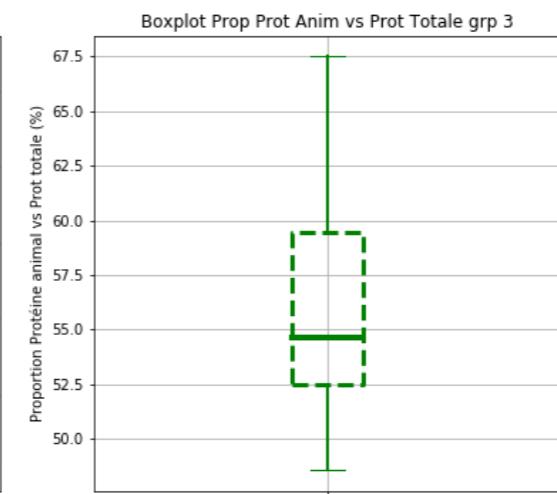
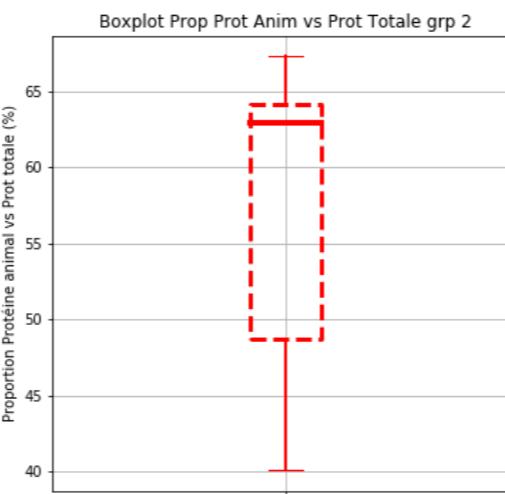
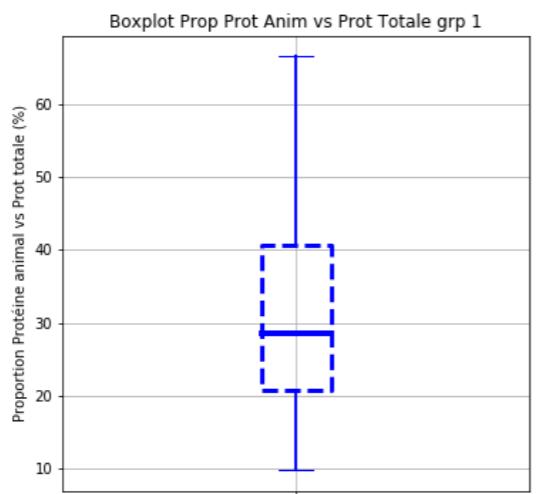
**CARACTÉRISTIQUES DU GROUPE**

# ANNEXE 3 : SECONDE CLASSIFICATION (8 GROUPES)



CARACTÉRISTIQUES DU GROUPE

# ANNEXE 3 : SECONDE CLASSIFICATION (8 GROUPES)



CARACTÉRISTIQUES DU GROUPE