



Analyse des vins dans le marché Américain

Zoom sur le Pinot Noir de
Bourgogne

Réalisé par : Ibtissam COSSON

Sommaire:

- Rappel du contexte et de la problématique
- Analyse exploratoire des données
- Méthodologie, outils et langages utilisés
- Analyse des habitudes de consommation
- Conclusion et préconisations



Contexte, objectif et problématique

Contexte, objectif et problématique:

Contexte :

Le Domaine des Croix, un domaine viticole en Bourgogne, souhaite s'implanter sur le marché américain du vin. Cette expansion nécessite une compréhension approfondie des attentes des consommateurs et des pratiques de tarification locales.

Objectif :

Analyser le marché américain du vin, comprendre les prix actuels et proposer un prix adapté pour les vins du Domaine des Croix pour ainsi allier compétitivité et image premium du domaine.

Problématique :

Comment fixer un prix compétitif pour le vin du Domaine des Croix tout en restant cohérent avec le marché ?



Analyse exploratoire des données

Analyse exploratoire des données : Données d'étude

Situation initiale :

❑ Le vin :

- 130 000 bouteilles de vin dans le jeu de données,
- 16756 vignobles de toutes nationalités confondues,
- 707 cépages.

❑ La localisation :

- 43 Pays représentant les 5 continents,
- 425 régions sont représentées dans le jeu de données.

Données exploitables :

❑ Colonnes (Variables) :

- Suppression de la colonne "Region_2" car le % de remplissage est à seulement 38.87%,
- Suppressions les lignes vides dans country, price, variety(cépages),
- Création d'une colonne Année pour le millésime,
- Création d'une colonne "Continent" pour une visualisation interactive macro

❑ Les lignes (données) :

- Remplissage "designation" grâce au "title"
- Remplissage des Nan(vide) par "Unknown" (Inconnue)

Analyse exploratoire des données : jeux Domaines des Croix

Situation initiale :

- ❑ **Le vin :**
 - 1 bouteille de vin dans le jeu de données.
- ❑ **La localisation :**
 - 1 région est représentée dans le jeu de données.

Données exploitables :

- ❑ **Colonnes (Variables) :**
 - Suppression de la colonne "Region_2" (Vide) Pour rester en cohérence avec l'analyse de la base précédente.
 - Création d'une colonne Année pour le millésime.
- ❑ **Les lignes (données) :**
 - Remplissage "designation" grâce au "title"

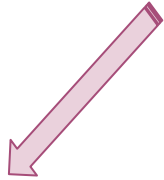


Méthodologie, outils et langages utilisés

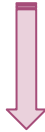
Langage et outils utilisés:

LANGAGES

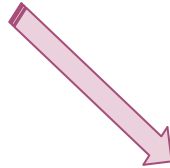
L'exploration et l'analyse des données ont été réalisée grâce au langage de programmation Python et ses différentes bibliothèques:



Traitement



Dataviz



NLP

OUTILS UTILISÉS



Autres



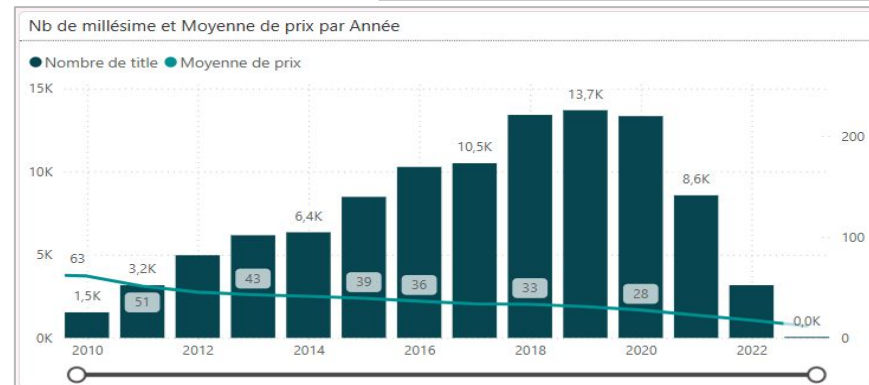
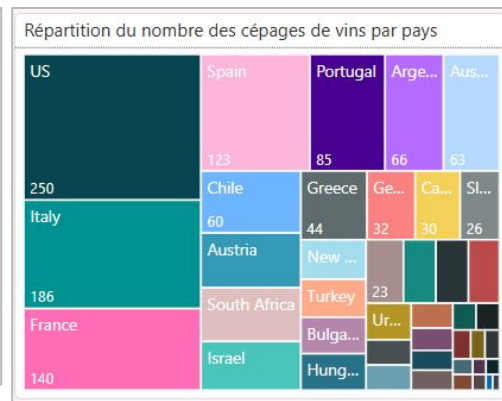
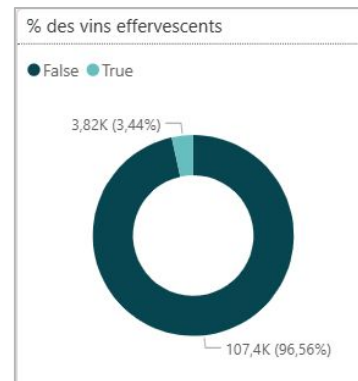
Dashboard :
visualisation
interactive



Analyse des habitudes de consommation

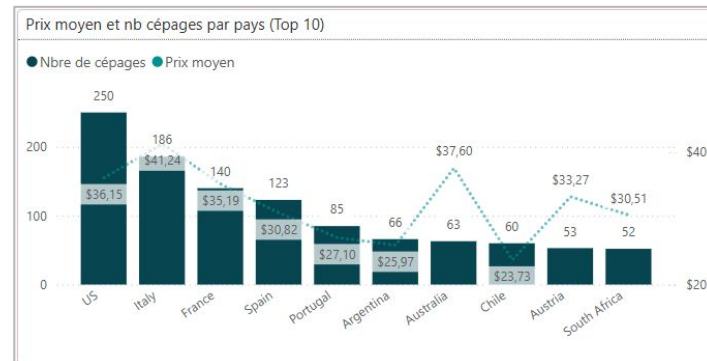
Analyse des habitudes de consommation: Vue globale

- Dans la base de donnée fournie nous avons 3,44% de vins effervescents (ex : champagnes, mousseux ..etc) que nous avons écarté de notre étude.
- Le marché américains produit 250 types de cépages en local, l'Italie et la France et l'Espagne sont les principaux fournisseurs de vins tous cépages confondus.
- Le dernier graphique nous apporte deux constatations:
 - une baisse progressive du prix du vin dans le marché américain suite à la forte compétitivité,
 - La production de vin est en déclin depuis 2021 impactée par les épisodes de grêle, pluie et tempêtes affectant la quasi-totalité des bassins viticoles français, en plus des maladies comme l'oïdium et le mildiou à cause des fortes pluies estivales.

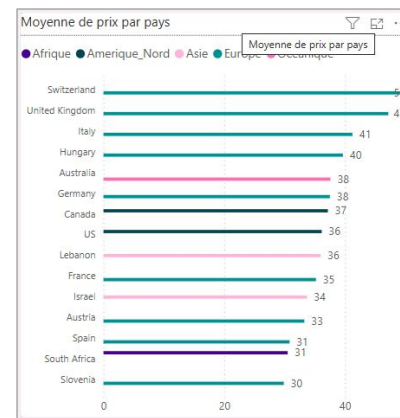


Analyse des habitudes de consommation : Tous cépages

- La France maintient sa compétitivité dans le marché du vin américain avec un prix moyen de 35\$
- Placée 3ème après respectivement les Etats Unis et l'Italie, elle maintient sa diversité dans l'approvisionnement du marché par 140 cépages différents.

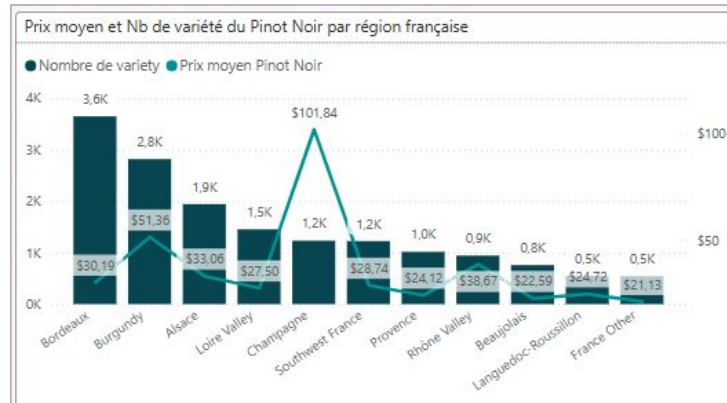
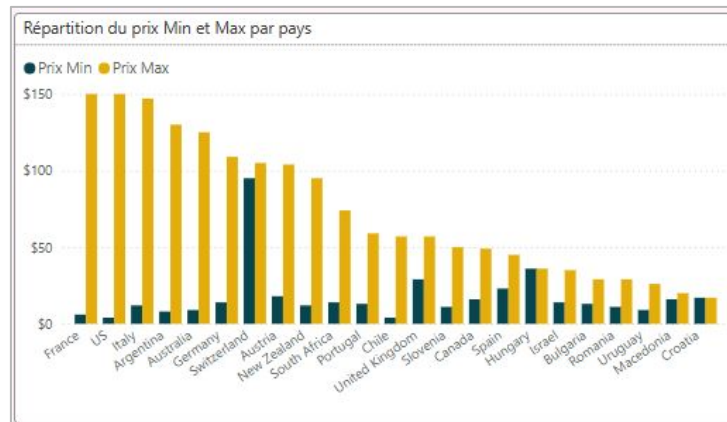


- Une majorité des pays européens applique un prix élevé un risque à prendre en considération, La Suisse est sortie du marché depuis 2019, la Grande Bretagne n'a pas marqué sa présence depuis 2022.
- L'Italie et La France maintiennent leurs positions grâce à la diversité de leurs cépages et les prix pratiqués (du bas au très haut de gamme) assurant une compétitivité avec la production locale



Analyse des habitudes de consommation : Pinot Noir

- Les prix pratiqués par les pays confirme la diversité des gammes de Pinot Noire (entrée de gamme, intermédiaire et haut de gamme) ce qui est positif afin de répondre aux besoin et budget des consommateurs américains.
- La France se positionne très bien comparaison faite avec la production local américaine.
- En regardant de plus prêt, côté région française, nous constatons que le Pinot de Bourgogne se positionne parfaitement bien avec les autres régions en plus du prix moyen attractif c'est la deuxième région qui approvisionne le marché américain après Bordeaux.





Conclusion et préconisations

Analyse du potentiel du marché américain _ SWOT :

Forces

- Réputation du vin Français
- Prestige du vin de la Bourgogne : Région mondialement connue pour la qualité de son Pinot Noir (Produit de terroir)
- Méthodes de production : la région conserve son authenticité en adoptant des méthodes artisanales
- Les Vignobles français maintiennent la propriété directe (familiale) ce qui permet un contrôle aussi bien sur la production que sur le contrôle qualité (Produit Premium) => assurance qualité garantie

S

Faiblesses

- Coût élevé aussi bien pour la production que la distribution internationale ce qui explique le prix de vente élevé du Pinot noir de Bourgogne.
- Processus d'exportation long et compliqué : réglementation douanières, taxes ...etc). une attention particulière est à prendre en considération suite aux propos de D.TRUMP sur les importations qu'il souhaite taxé à l'entrée du territoire.
- Concurrence des vins locaux : Marché saturé, des vins locaux bon marché bien établis et connus.

W

Opportunités

- Croissance de la demande pour les vins premium: Une clientèle américaine exigeante qui a une préférence pour les vins de terroir, artisanal et donc tend vers le choix du vin FRANCAIS.
- les domaines viticoles ouvrent de plus en plus leurs portes pour les clients ce qui motive la consommation du vin français.
- La gastronomie française est très réputée et est un allié et un propulseur pour la commercialisation du vin français (Premium)

O

Menaces

- Changement climatique : impact la production et sa stabilité. les séries de dérèglement climatique de grêles, affecte la production du raisins en Bourgogne et affaiblit les vignes difficile à remplacer à court terme.
- Concurrence : aussi bien des vins américains que d'autres pays (ex : Italien qui suit la même tendance que le vin français).
- Tension commerciale (hausse prévu des taxes douanières) de nos jours constitue un handicap

T

Conclusion et préconisation :

- Le marché américain est promoteur, le Pinot Noir est un cépage populaire aux Etats-Unis.
- Il est intéressant de cibler les régions d'exportation et éviter ainsi celles productrices du Pinot Noir pour ne pas être affaiblie par la concurrence locale.
- D'après les informations fournies, vous êtes spécialisé dans la production de vin de qualité dont la note dépasse la moyenne de la région. En fonction de votre stratégie d'introduction dans le marché américain nous vous proposons deux scénarios suivant votre production et besoin logistique (liquidation de stock):
 - Production de masse avec volum important : vous pouvez vous positionner dans la fourchette du prix entre 51\$ et 65\$,
 - Production qualitative et besoin de positionnement dans la catégorie de prestige nous vous proposons une fourchette entre 90\$ et 132\$.