VISER LE MARCHE AMERICAIN

PHILIPPE CAMBIE
ŒNOLOGUE CONSULTANT
Groupe ICV vallée du Rhône

Etats-Unis : Présentation du marché du vin

- Les Etats-Unis sont un pays à la fois producteur et consommateur de vin.

  Avec une population de plus de 303,8 millions d'habitants, le marché du vin aux Etats-Unis est un marché très porteur et en pleine croissance. La consommation globale de vin a atteint 2.888 millions de litres en 2008. Les Etats-Unis sont le 3ème pays consommateur de vin.

  La production nationale représente 9% de la production mondiale de vin et 90% de la production américaine est produit en Californie. Les Etats-Unis sont le 3ème importateur de vin mondial. Pour reconquérir les parts de marché perdues, les vins français doivent mieux s'adapter aux spécificités du marché américain et offrir une meilleure visibilité auprès du consommateur.

Consommation	Consommation par couleur		Profil de la cible	Réseau de distribution	Droits d'entrée	Production	Importations	Importations de vin français
27.521 milliers d'hectolitres 9,0 l/habitants 11,7% part mondiale	RG BLC RS	41,0% 40,0% 19,0%	consommateur aguerri	grandes surfaces 50,0% hôtels/restaurants 21,0% autres circuits 29,0%	droits de douanes 6,3 €/hl droits d'accises 20 €/hl	27.772 mhl 10,4%part mondiale 73,5% en % de la consommation	9.384 mhl 26,5%en % de la consommation	925 mhl 9,9%: en % des importations

Importations

Les Etats-Unis sont le 3ème pays importateur mondial de vin avec une part de ses importations dans les exportations mondiales de vin en volume de 9,4%. Les importations de vin du pays n'ont cessé d'augmenter pour représenter en 2008 4.841,3 millions d'USD, soit une augmentation de 10% par rapport à 2006. **Sur les dix dernières années, les importations ont augmenté de 216,8% en valeur et de 133,8% en volume.**

Les importations de vins embouteillés représentaient 83,2% de la valeur totale de vin importé en 2008. Les importations de vins effervescents, qui ont connu une baisse de leur valeur de l'ordre de 5% entre 2006 et 2008, représentaient en 2008 13,7% du total. En comparaison, les importations de vins en vrac étaient peu importantes, puisqu'elles représentaient 3% de la valeur totale des importations.

Les grandes tendances observées sur les dernières années sont la progression des marchés de vrac, en particulier pour les vins venus de France, d'Italie et du Chili et **la baisse du prix moyen du vin importé**. En effet, les ventes de vin en vrac ont profité de la contraction de l'économie et de la baisse du pouvoir d'achat des consommateurs : entre 2007 et 2009, les importations de vin en vrac ont doublé, à 13 millions d'équivalent-caisses et représentent aujourd'hui 32% du marché américain.

GROUPE ICV
L'art & l'expertise du vin

Evolution des importations de vin

	2008	2009	2010
Total **•Valeur (millions USD)** **Volume (millions litres)**	4.841,34	4.189,64 926,89	4.461,89 938,42
Vins tranquilles embouteillés **•Valeur (millions USD)** **•Volume (millions litres)**	4.030,03 1.071,88	3.474,32 645,66	3.626,76 693,46
Vins tranquilles en vrac **•Valeur (millions USD)** **Volume (millions litres**	144,14 124,02	195,91 233,33	189,23 188,08
Vins effervescents **•Valeur (millions USD)** **Volume (millions litres)**	667,17	519,40 47,89	645,90 56,88

En 2008, trois des principaux fournisseurs des Etats-Unis en valeur se situaient dans l'Union Européenne. La France était le premier fournisseur en terme de valeur achetée, l'Italie le deuxième et l'Espagne le quatrième. L'Australie et le Chili comptaient également parmi les cinq principaux fournisseurs des Etats-Unis. L'Europe représentait près de 70% de la valeur des importations américaines de vins.

Le Canada était le premier fournisseur des Etats-Unis en volume, mais sa part de marché en valeur était très faible, ce qui montre que le pays exportait des vins bas de gamme, se vendant peu chers sur le marché.

Les principaux fournisseurs en valeur

	Valeur (millions USD)	Part des importations (%)
Italie	1.323,12	29,65
France	1.046,64	23,46
Australie	649,18	14,55
Chili	299,93	6,72
Argentine	289,67	6,49
Autres	853,35	19,13
Total	4.461,89	100,00

Les principaux fournisseurs en volume

	Volume (millions litres)	Part des importations (%)
Italie	247,58	26,38
Australie	212,94	22,69
Chili	122,65	13,07
France	92,55	9,86
Argentine	87,91	9,37
Autres	174,79	18,63
Total	938,42	100,00

Importations de vin français

Alors que jusqu'en 2000, **la France dominait le marché des vins importés aux Etats-Unis avec 43% de parts de marché,** devant l'Italie (25%), l'Australie (13%), le Chili (6%) et l'Espagne (4%), l'extraordinaire essor de certains pays est venu perturber les bonnes performances de la France en volume. Deuxième fournisseur en 2001, la France est devenue en 2002 le troisième fournisseur de vins aux USA et l'est restée depuis. En valeur, elle reste néanmoins le premier fournisseur avec une part de marché de 31,21% en 2007.

Selon les statistiques douanières françaises, le marché américain représente 14,4% des exportations de vins tranquilles français en valeur et 6,6% en volume. Les Etats-Unis se placent en 4ème position des exportations de vins tranquilles français derrière le Royaume-Uni, l'Allemagne et les Pays-Bas.
Néanmoins, alors qu'en 2000, la France exportait 1.136.000 hectolitres de vin, ses exportations ne représentaient plus en 2004 qu'un marché de 949 000 hectolitres. En effet, les vins français ont été affectés par les effets de la "francophobie" ce qui montre une certaine perte de vitesse de la France sur ce marché. Les vins effervescents et le Champagne n'ont, quant à eux, pas été touchés. La France y détient une part de marché totale des exportations de 46,5% en volume.
Ces importations françaises de Champagnes et vins effervescents ne cesse d'augmenter.
40% des vins français sont consommés dans les régions suivantes : Nord Est, Floride, Californie, Texas et Illinois.

Importations de vin français

	2007	2008	2009
Total •Valeur (milliers d'euros) •Volume (milliers de litres)	889.499 107.129	753.481 98.242	633.748 87.986
Champagne •Valeur (milliers d'euros) •Volume (milliers de litres)	235.854 10.279	122.945 5.191	178.348 8.393
Mousseux •Valeur (milliers d'euros) •Volume (milliers de litres)	20.476 6.203	20.212 6.101	20.548 6.371
Blanc •Valeur (milliers d'euros) •Volume (milliers de litres)	186.520 28.531	157.366 24.905	120.253 21.309
Rouge •Valeur (milliers d'euros) •Volume (milliers de litres)	445.119 61.992	451.729 61.927	313.783 51.824
Autre •Valeur (milliers d'euros) •Volume (milliers de litres)	1.530 124	1.229 118	816 90

GROUPE ICV
L'art & l'expertise du vin

Circuits de distribution

Procédure d'importation

Lieux de vente

Prix pratiqués

Moyens de promotions

GROUPE ICV
L'art & l'expertise du vin

Procédure d'importation

La commercialisation de vins aux Etats-Unis est régie par un système particulier, le *Three Tier System* ou le système de trois étapes. Le produit doit passer par trois agents (importateur/distributeur/détaillant) pour arriver du vignoble au consommateur final. Ces trois échelons sont absolument nécessaires et inévitables.
La Federal Alcohol Administration Act (FAA) établit que toute entreprise qui souhaite importer des boissons alcoolisées pour les commercialiser doit préalablement obtenir la licence fédérale ou Importer's Basic Permit qu'accorde l'Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau (TTB). Pour obtenir cette licence, il est indispensable de disposer un établissement permanent aux Etats-Unis.

Dans ce circuit de distribution traditionnel, chaque acteur a un rôle bien précis :

1. L'IMPORTATEUR

- C'est l'indispensable porte d'entrée aux Etats-Unis. Il doit avoir une licence fédérale pour tout le pays.
- Il enregistre le produit et sollicite au TTB l'approbation des étiquettes.
- Il assure le paiement à l'exportateur et le risque commercial.
- Il effectue la promotion décidée avec l'exportateur.

La sélection d'un importateur est particulièrement délicate et importante. Certains facteurs à prendre en considération dans la sélection d'un importateur sont les suivants :

- Lieu d'intervention de l'importateur : au niveau régional ou national ;
- Relation avec les grossistes et les réseaux de distribution ;
- Intérêt pour le produit ;
- Relation avec d'autres producteurs/exportateurs.

Aux Etats-Unis, de nombreux importateurs sont présents mais le marché reste dominer par quelques compagnies de taille importantes. De plus, durant ces dernières années, diverses fusions et acquisitions se sont produites et ont augmenté la concentration du marché. En effet, 56,3% du marché de vins de table, 82,6% du marché des vins effervescents et 89,8% du marché de vins fortifiés sont dominés par les sept principaux importateurs.

GROUPE ICV
L'art & l'expertise du vin

2. LE DISTRIBUTEUR OU GROSSISTE
- Il distribue le produit aux détaillants.
- Il doit avoir une licence pour chacun des Etats où il veut distribuer.
- Dans la négociation avec le distributeur, on peut lui offrir l'exclusivité territoriale si il investit en marketing et merchandising pour le produit de l'exportateur.
- Aux Etats-Unis, il existe au moins 300 distributeurs grossistes autorisés dont les cinq plus grandes contrôlent 38% du marché et les dix principales presque 50%.
- 18 Etats sont contrôlés par l'Etat qui détient le monopole dans la distribution de boissons alcoolisées. Ce contrôle varie selon les Etats : il peut prendre la place d'un grossiste ou contrôler toute la chaîne de distribution et aussi la vente au détail.

3. LE DETAILLANT
- Il vend au consommateur final : vente dans des Liquor Stores, restaurants et supermarchés, dans les Etats où la vente dans ces établissements est permise.

GROUPE ICV
L'art & l'expertise du vin

4. LES AUTRES FORMES ETRANGERES AU THREE TIER SYSTEM

- Le représentant : c'est une personne qui représente le vignoble sur ce marché ou qui est engagée pour promouvoir les ventes. Ses tâches sont déterminées par la relation contractuelle avec le vignoble.
- Le broker : c'est une forme étrangère au système du Three Tier System, qui peut être très utile dans certains cas. Il s'agit d'un intermédiaire qui connait le marché, qui parle plusieurs langues et est intéressé par les ventesmotive la vente des vins. Son rôle est de trouver des importateurs et des distributeurs, de motiver la force de ventes et de visiter les magasins de vins et les restaurants.

Lieux de vente

La grande distribution vend la moitié des vins aux Etats-Unis

Ventes au détail

La réglementation du commerce des boissons alcoolisées est définie à deux niveaux : la réglementation fédérale, principalement dictée par le TTB, constitue les règles à minima, s'appliquant dans l'ensemble des Etats-Unis. Chacun des 50 Etats use ensuite de son pouvoir pour renforcer les lois fédérales.
Il est donc important de bien se renseigner sur la réglementation des différents Etats afin de mieux cibler ceux à prospecter en fonction de sa stratégie commerciale.

Ventes en café, hôtel, restaurant (CHR)

Le secteur CHR garde quant à lui une part de marché conséquente puisque 1 vin sur 5 est consommé en CHR. Les restaurants proposent une gamme complète allant du verre à la bouteille de vin en passant par la demi-bouteille.

Ventes à distance (en fort développement)

Selon un sondage réalisé par les grossistes de vins américains, 77% des américains se déclarent contre la vente de vins et de spiritueux par Internet. Ils craignent en effet que ces boissons puissent être vendues à des adolescents sans qu'aucun contrôle préalable ne soit effectué. En effet, la vente d'alcool aux mineurs est très réglementée aux Etats-Unis. Par ailleurs, le développement de la vente de vin par Internet s'avère difficile car la législation concernant ce type de vente est différente selon les Etats.

Groupe ICV Vendredi 17 juin 2011

Eléments constitutifs du prix

Le taux de change 1,42 € = 1 $

Il existe des droits d'accise fédéraux et étatiques :

- Taxe d'accise fédérale : elle varie selon le degré d'alcool **entre 0,21 et 0,62 USD** par bouteille de 750 ml pour les vins tranquilles

- Taxe d'accise étatique : La taxe d'accise est comprise **entre 0,20 et 2,50 USD** par gallon.

-taxe à la vente (GST) : elle varie selon les états et est comprise entre **5% et 9,40%**.

-Les vins sont soumis à une autre taxe en fonction de la nomenclature du produit. Cette taxe varie entre 0,153389 et 0,4147469 USD/l.

Par ailleurs, un importateur applique une marge moyenne de 30%. La marge d'un détaillant s'élève à 50% pour les Liquor Stores et à 100% ou plus pour les restaurants.

Ainsi, quand le prix EXW du vin arrive au consommateur américain, **il a été triplé dans les magasins vendant au détail, et quintuplé dans les restaurants**

De nombreux magazines font aux Etats-Unis la promotion des vins

- pour les professionnels :
  Le Beverage Network offre des informations pertinentes aux bars et restaurants, leur permettant de rester informés sur les nouveaux produits et les promotions, l'information marketing, les listing de marques et de prix.
  Le Vineyard & Winery Maganement Magazine est une entreprise qui publie des magazines sur le vin et la vigne

- - pour les particuliers :
  Le Food & Wine propose des recettes, des suggestions de vins venant de partout dans le monde, des informations sur le vin.

- - pour les professionnels et les particuliers :
  Le Robert Parker Online et international cellar guide indépendant des vins fins.

  The Wine Enthusiast est la source n° 1 au monde pour les accessoires, entreposage, informations, éducation, événements et tourisme liés au vin.

- The wine spectator le journal le plus important des usa (900 000 par édition)

Profil des vins pour le marché USA

VIN ROUGE :

vin riche

beaucoup de fruit rouges et noirs

tanins très souples et très ronds

si élevage il doit être discret et élégant

une belle sensation de sucrosite, mais pas de sucres résiduels.

la présence d'alcool n'est pas un handicap, si la concentration est là.

le travail est généralement fait au vignoble (ébourgeonnages, réductions de charges, travail du sol pour éviter le stress, etc…)

prendre des risques et ramasser mûr (à la dégustation)

On va travailler principalement avec délestage et apport d'oxygène en FA.

Profil des vins pour le marché USA

VIN ROSE :

- On observe depuis deux ou trois ans une forte progression du marche des vins rosés très pâles mais avec du volume
- Le type côte de Provence est de plus en plus recherché
- Attention les vins pour ces marchés doivent arriver sur les USA au plus tard en mai
- Les prévisions et pré-contrats s'effectuent généralement avant les vinifications.

Profil :

- Fruitées fruit blanc et léger amylique
- Belle suavité en bouche, avec de la fraîcheur.
- Couleur très très pale
- Dégrée autour de 13° 5 à 14° maximum
- Base grenache, cinsault en général

- Le plus important dans un premier temps c’est de connaître son marché
- De faire connaître son travail et ses produits
- Le positionnement prix est important
- La dégustation sera la plus parlante
- Je serais à votre disposition pendant la dégustation

JE VOUS REMERCIE

PHILIPPE CAMBIE
ŒNOLOGUE CONSULTANT
Groupe ICV vallée du Rhône