

Vivelys vous donne les clés du marché américain !

ETUDE MARCHÉ & EVALUATION SENSORIELLE



UN OUTIL POUR BIEN POSITIONNER SA MARQUE AUX ETATS-UNIS

**Le 1^{er} marché mondial consommateur de vins tranquilles
reste en croissance !**

Une bonne dynamique est attendue pour les vins qui y sont importés.
Connaître les segments les plus porteurs ainsi que **le profil des vins attendus** reste crucial afin de bien positionner sa marque.

LES POINTS CLES DE L'ETUDE

- **Accès aux données de marché :**
 - évolution des ventes et **prévisionnel** à l'horizon 2021
 - **vins tranquilles/mousseux** ; couleur ; vins américains / importés, analyse de prix
 - **vins américains & importés** : évolutions, prix, pays, acteurs et marques
- **Accès à la description des vins les plus achetés par le consommateur américain :**
 - **segmentation** des principaux ensembles de vins rouges américains et importés !
 - **description sensorielle** de ces ensembles (saveurs, arômes) par un panel expert
→ levier d'actions possibles sur la production
 - **tendances de ventes** de ces ensembles
 - **autres éléments** : prix, packaging, importateurs

NOS PROPOSITIONS

1. Accès à l'étude complète (80 pages) :

Intéressante pour les équipes marketing, commerciales et techniques.

2. Discussion autour de votre projet de positionnement produit sur le marché américain avec l'un de nos consultants

- présentation des points clés de l'étude
- exercice de **positionnement de vos vins** par rapport aux vins référents de l'étude (amenés par nos soins)
- **évaluation sensorielle** selon la méthodologie Vivelys (à l'aveugle, résultats interprétables pour une lecture technique de production, outil Siryel® de traitement de données)
- traitement des données et discussions avec vous sur le **positionnement** et des **actions possibles en production**

3. Un autre marché, une appellation vous intéresse ?

Comment se positionner par rapport aux autres vins ? Nous proposons de faire cette étude avec vous :

- **étude des rayons**, des ventes (source IWSR), des prix et packaging
- **sourcing des vins** représentatifs du marché cible
- **exercice sensoriel** avec vos vins et les autres produits du marché
- synthèse des **différents profils** et discussion sur le positionnement