

# (RE) PARTEZ À LA CONQUÊTE DES ETATS-UNIS !

COMPRENDRE ET PERFORMER SUR LE 1<sup>ER</sup> MARCHÉ EXPORT DES VINS DU VAL DE LOIRE

24 MARS 2022

Break Events Group en collaboration avec FOODOIRE, DEV'UP et INTERLOIRE

**INTERLOIRE**

Interprofession des Vins du Val de Loire

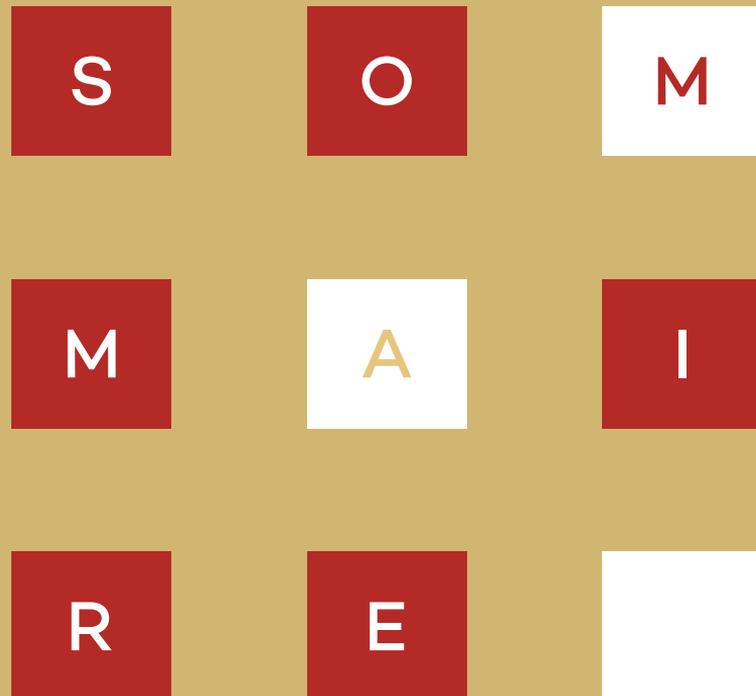


Innovation et développement des entreprises



**Break Events**  
Wine Events Management





- I. MARCHÉ AMÉRICAIN ..... page 3
- II. VINS DU VAL DE LOIRE AUX ÉTATS-UNIS ... page 9
- III. STRUCTURE DE MARCHÉ ..... page 18
- IV. TYPE DE DÉTAILLANTS ..... page 23
- V. FORMALITÉS D'IMPORTATION ..... page 26
- VI. STRATÉGIE DE PRIX ET NÉGOCIATION ..... page 29
- VII. ACTIONS PROPOSÉES ..... page 33

# LE MARCHÉ AMÉRICAIN

GÉNÉRALITÉS – IMPORTATIONS - CONSOMMATION

# GÉNÉRALITÉS

## LE PAYS

Superficie	<b>9,8 millions de Km<sup>2</sup></b> 17 fois la France
Population	<b>330 millions</b>
Population consommatrice de vin	<b>110 millions, 12L/an/personne</b> 14% de la consommation mondiale

## LE VIGNOBLE

Superficie (2020)	<b>450 000 Hectares</b> 6ème domaine viticole mondial
Production (2020)	<b>2,28 milliards de litres</b> 4ème pays producteur de vin derrière l'Italie, la France et l'Espagne,
Population consommatrice de vin	<b>110 millions</b> 14% de la consommation mondiale
Production Californienne (2020)	<b>60% en valeur</b> de vins commercialisés aux États-Unis



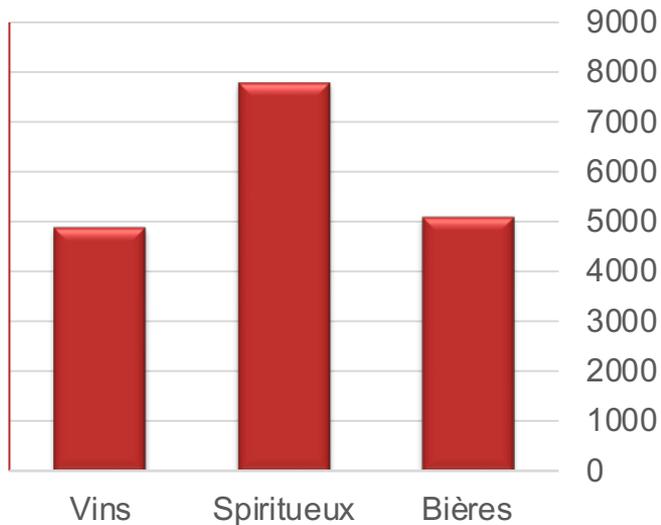
# IMPORTATIONS

## VARIATIONS DES IMPORTATIONS

### Entre 2018 et 2020

- +6,9% en volume
- -8,8% en valeur

## IMPORTATION EN 2020 (millions €)



## PRINCIPAUX FOURNISSEURS (2020)

### En valeur.

Italie, France, Nouvelle-Zélande, Australie, Espagne

### En volume?

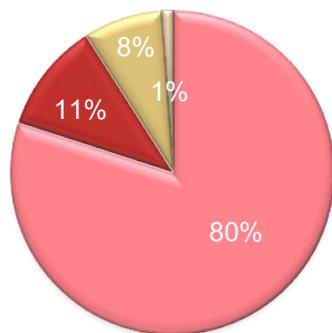
Italie, Canada, France, Chili, Australie

## PRINCIPALES CATÉGORIES FRANÇAISES (2020)

AOP Bordeaux  
AOP Champagne  
Autres mousseux

# CONSOMMATIONS

## TYPE DE CONSOMMATIONS



- Bieres
- Vins
- Spiritueux
- Cidres

Parmi la consommation de vin, les rouges sont majoritaires à 72% en valeur et 67% en volume pour les vins français

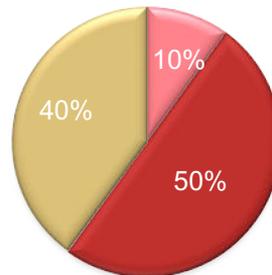
## ÉTATS LES PLUS CONSOMMATEURS





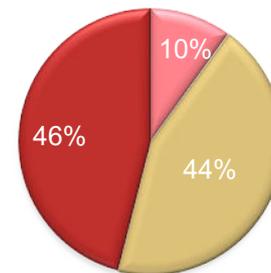
## RÉPARTITIONS DES CONSOMMATIONS

### FREQUENCE



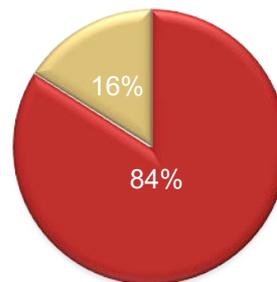
- Quotidiennement
- Au moins une fois par semaine
- Autre

### COULEUR



- Rosé
- Blanc
- Rouge

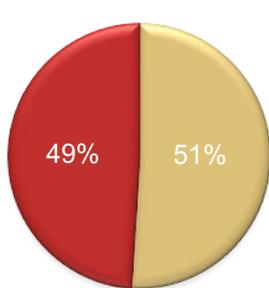
### LIEU



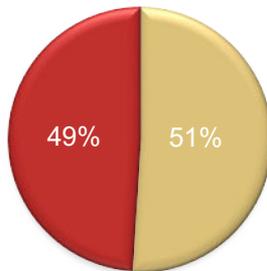
- Hors repas ou. A domicile

# RÉPARTITIONS DES CONSOMMATEURS

## PAR AGE



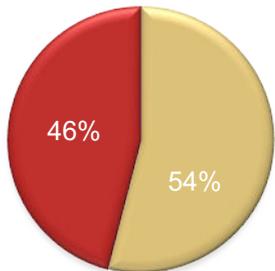
- Adultes consommateurs
- Adultes non-consommateurs



- Plus de 50ans
- Moins de 50ans

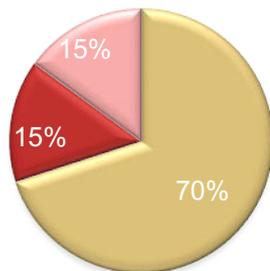
Majorité américaine à 21 ans. Nouvelle tendance de consommation naissante chez les nouvelles générations aisées et les millénials.

## PAR SEXE



- Femmes
- Hommes

## PAR ORIGINE



- Population Blanche
- Population Hispanique
- Population Afro-Américaine



# LES VINS DU VAL DE LOIRE AUX ÉTATS-UNIS

BILAN ET OBJECTIFS

# LES ETATS-UNIS : UN MARCHÉ DE POIDS POUR LES VINS DU VAL DE LOIRE



**146**

milliers hl en 2021

**24%**

des volumes exportés

**N°1 en volume**



**111**

millions d'€ en 2021

**30%**

du chiffre d'affaires  
à l'export

**N°1 en valeur**



**+30 300**

milliers d'hl gagnés  
entre 2017 et 2021

**+26%**

en 5 ans

**N°1 en gains sur 5 ans**



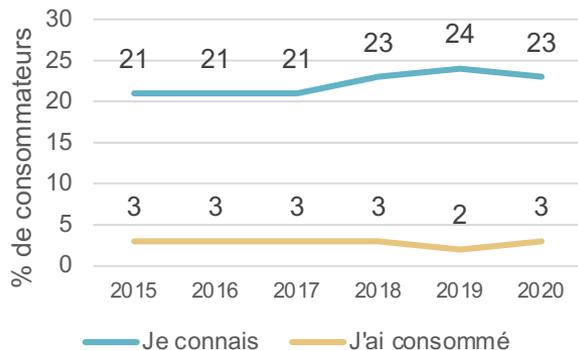
**410**

exportateurs connus  
en 2021

**N°1 en nombre d'exportateurs\***

# LE VAL DE LOIRE : UN MARCHÉ DE NICHE AUX ETATS-UNIS

Notoriété et Pénétration assistées  
de 'Val de Loire'



**1/4** des consommateurs américains  
connaissent de nom le Val de Loire

Et **3%** en ont consommé au  
cours des 6 derniers mois

**0,4%** de la consommation  
américaine de vins tranquilles



**9,5%** des vins français  
(hors VSIG)

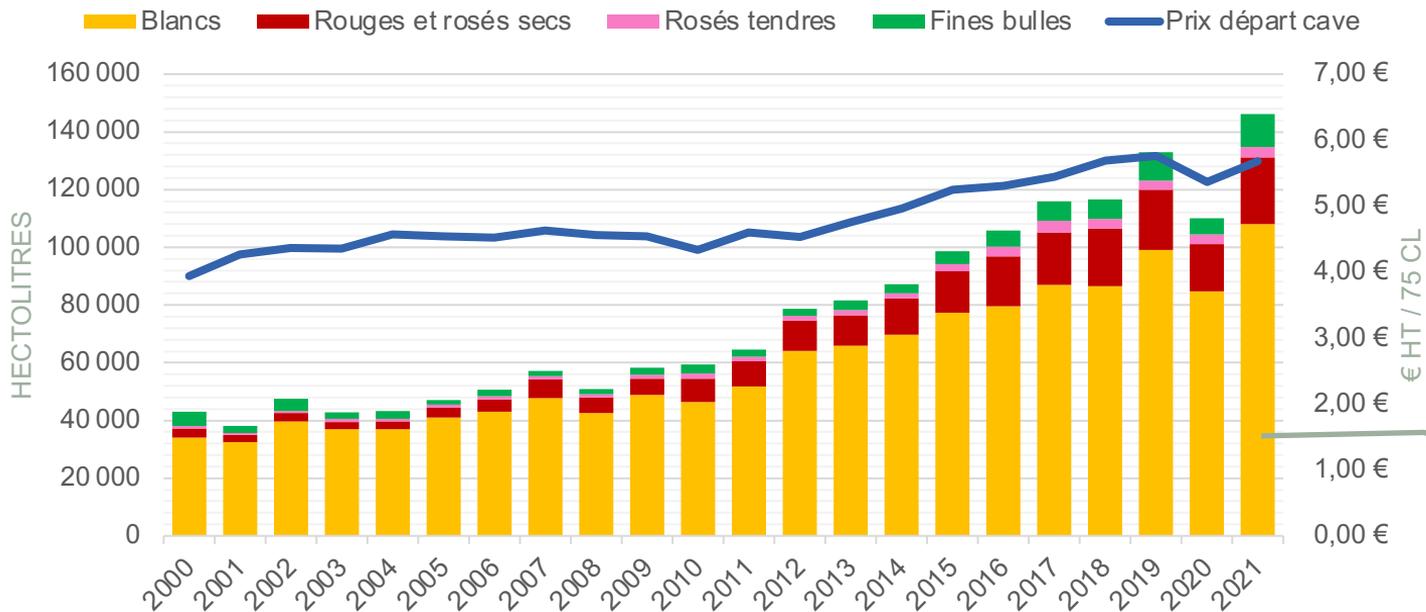
**+0,7%** de parts de marché  
gagnés en 2021

# EXPORTATIONS DES VINS DU VAL DE LOIRE SUR 10 ANS

→ Une **croissance** (quasi) ininterrompue des **volumes** et du **chiffre d'affaires** des vins du val de Loire aux Etats-Unis.

→ 2021 est une **année record** !

## Exportations des vins du Val de Loire AOP et IGP vers les Etats-Unis



### Évolution 10 ans :

**+86% (vol)**

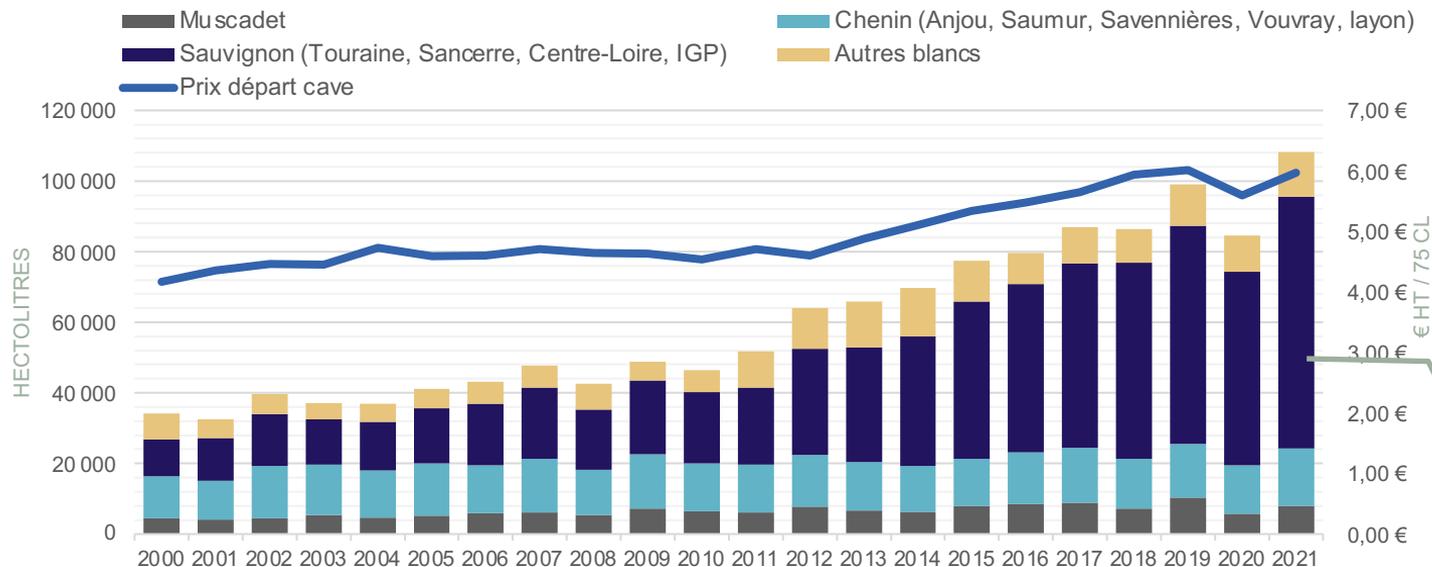
**+25% (prix)**

Blancs =  
74% des volumes  
et  
78% de la valeur

## ZOOM SUR LES BLANCS

- La gamme des vins blancs ligériens a évolué en 20 ans : elle s'est valorisé et se concentre essentiellement autour du sauvignon.
- Les exportations de vins issus des **chenin** sont globalement stables.

Exportations des vins blancs du Val de Loire AOP et IGP vers les Etats-Unis  
selon leurs typicités/cépages



**Évolution 10 ans :**

**+69% (vol)**

**+30% (prix)**

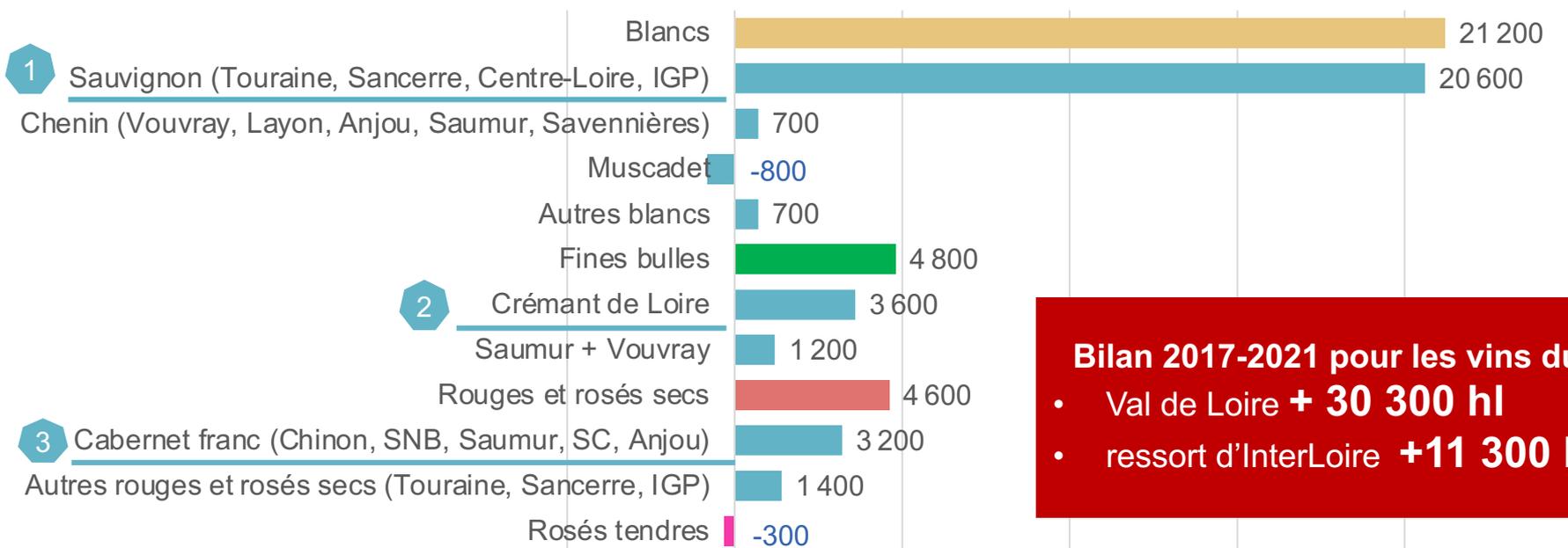
Sauvignon =

$\frac{2}{3}$  des volumes

## LES PLUS GROS GAINS DE VOLUMES

- Sur les 5 dernières années, les 2/3 des gains du Vignoble proviennent des AOP et IGP issues de **sauvignon**.
- **Crémant de Loire** et les rouges de **cabernet franc** sont les autres sources de croissance.

Gains de volumes entre 2017 et 2021 sur le marché américain (en hl)



### Bilan 2017-2021 pour les vins du :

- Val de Loire + **30 300 hl**
- ressort d'InterLoire +**11 300 hl**

## UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION OFFENSIVE

- Une destination incontournable pour atteindre les objectifs du plan filière.
- Les actions de communication ciblent en priorité les professionnels du secteur (importateurs, distributeurs, retailers, CHR) et les **média** (journalistes et influenceurs réseaux sociaux)

Objectifs à l'export  
2020-2030  
*Plan filière – tous pays confondus*

atteindre 30% de sorties de chais  
Vins du Val de Loire à horizon 2030

➔ +150 000 hl en 9 ans (total monde)



### OBJECTIFS 2022

- Renforcer les messages clés qui résonnent déjà sur le marché «**Enjoy Diversity** » et «**Fresh, Fruity and Friendly**».
- Capitaliser sur les appellations à forte notoriété et ayant une bonne distribution.
- Faire découvrir de **nouvelles appellations** et **élever le niveau de connaissance** des vins du Val de Loire aux USA.

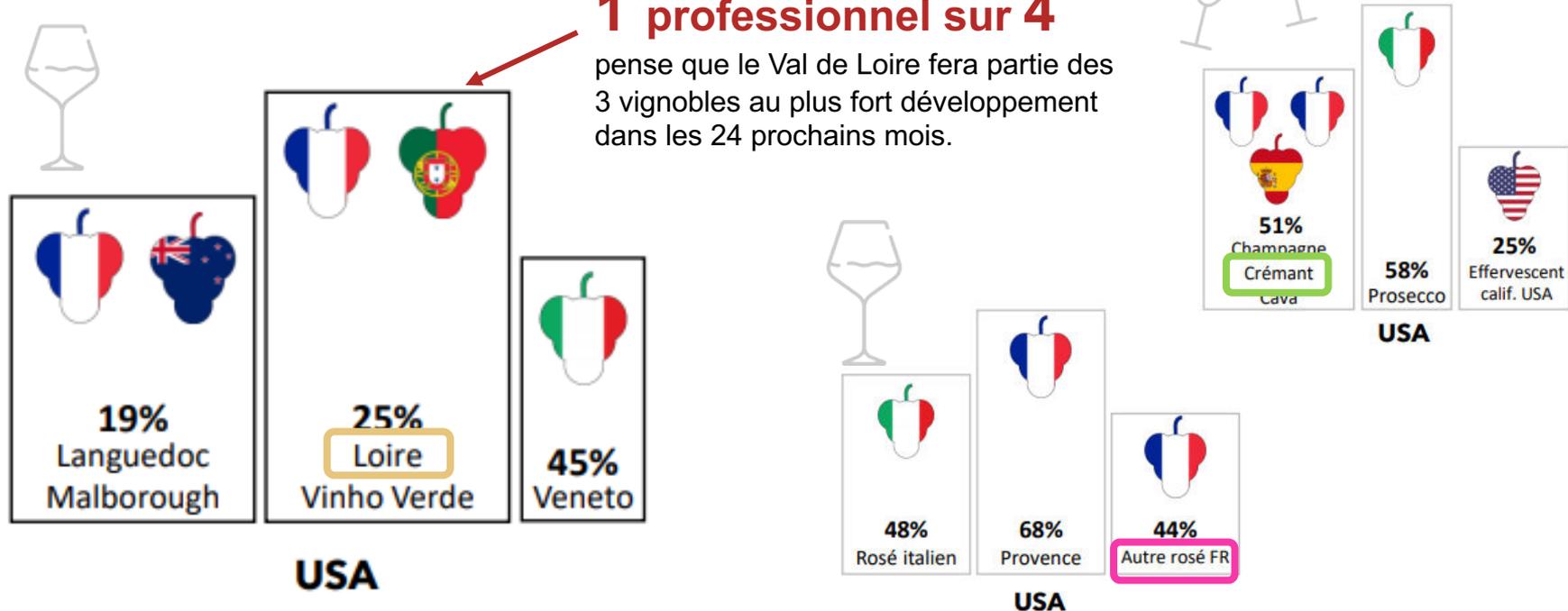
# LES ATTENTES DES PROFESSIONNELS AMÉRICAINS

Les **blancs ligériens** sont les plus attendus aux Etats-Unis selon les professionnels du marché.

→ des perspectives prometteuses pour le val de Loire !

**1 professionnel sur 4**

pense que le Val de Loire fera partie des 3 vignobles au plus fort développement dans les 24 prochains mois.



- InterLoire compte sur le marché américain pour **atteindre son objectif ambitieux** d'avoir 30% de ses vins exportés en 2030 (+150 000 hl en 9 ans). **Les évolutions passées et les perspectives dressées par les professionnels sont encourageantes.**
- La gamme des vins du Val de Loire est majoritairement **constituée de blancs**, et plus spécialement de **sauvignon, 1<sup>er</sup> levier de croissance** pour le vignoble. Les fines bulles et les rouges issus de Cabernet Franc suivent également une tendance favorable.
- En dépit de l'importance des États-Unis dans les exportations des vins du Val de Loire, le vignoble constitue **un marché de niche** auprès des Américains.

# STRUCTURE DU MARCHÉ

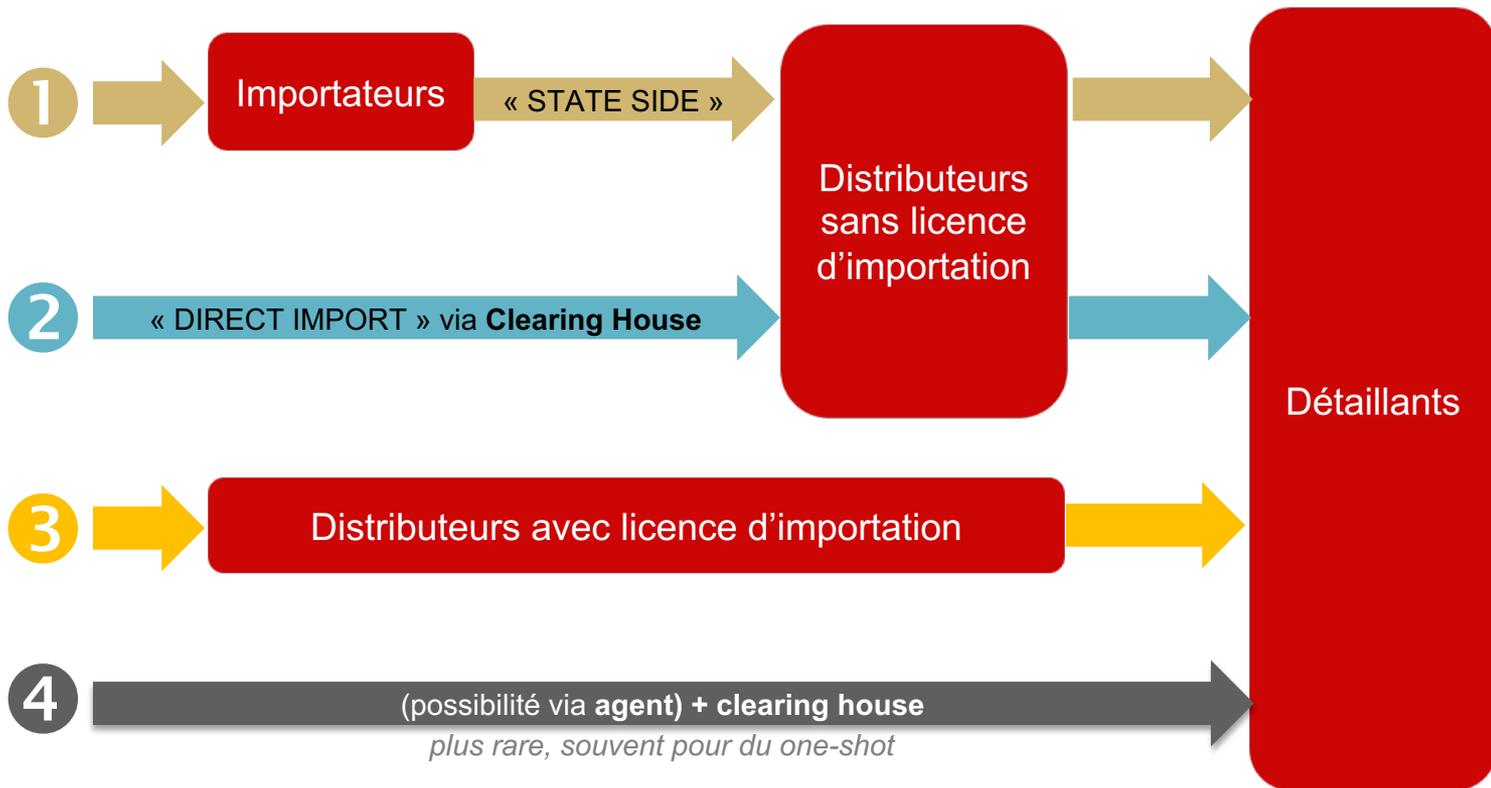
CANAUX DE DISTRIBUTION - CLEARING HOUSE

## STRUCTURE DU MARCHÉ

- Structure fédérale des « **Trois-tiers** » pour éviter les monopoles
- L'importateur peut avoir une licence nationale ou bien pour un ou plusieurs États.
- Dans un schéma classique, l'importateur importe le produit aux États-Unis, le revend au distributeur puis le distributeur au détaillant.



## CANAUX DE DISTRIBUTION



## CLEARING HOUSE

- La Clearing house est un **service**, pas un client.
- Votre client est le distributeur, il se chargera de trouver la clearing house et des formalités avec celle-ci.
- Votre distributeur passera par une clearing house quand :
  - il ne possède pas de licence d'importation,
  - vous souhaitez être distribué dans un État pour lequel votre distributeur n'a pas de licence.



## AVANTAGES & INCONVENIENTS

	Importateur	Distributeur régional	Distributeur national
😊	<ul style="list-style-type: none"><li>• Réseau de distribution sur une bonne partie des États-Unis.</li><li>• Stockage tampon pour éviter les ruptures de stock</li><li>• Responsable par zone</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• A de l'intérêt pour les petits et moyens producteurs.</li><li>• Force de vente composée de « wine connoisseurs ».</li><li>• <b>Bon moyen pour débiter sur le marché.</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Structure de prix compétitive.</li><li>• Force de vente divisée en 3 à 8 départements dont « Fine Wines Dpt » (autres exemples: retail, On-Trade, Off-Trade, High consumption wines, Spirits...).</li></ul>
😞	<ul style="list-style-type: none"><li>• Forte compétitivité dans le portefeuille de produits.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ne distribue généralement que sur quelques États.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Très forte compétitivité dans le portefeuille de produits.</li><li>• Forte compétitivité au sein d'une même division.</li></ul> <p><i>Note: Fonctionnement indépendant par État</i></p>
Exemples			

# TYPES DE DETAILLANTS

CONSOMMATION A ET HORS DOMICILE

## TYPES DE DÉTAILLANTS

### Consommation à domicile / Off-premise channel

- **Détaillant indépendant**
- **Groupe de détaillants indépendants:** consortium de grands détaillants, ils achètent ensemble en grande quantité pour plus de pouvoir d'achat.
- **Chaînes de distribution spécialisées** dans les vins et spiritueux (via agent et clearing house).
- **Grandes surfaces** avec permis de revente d'alcools à emporter.
- **Détaillants grossistes:** vente de vins très fins à une clientèle membre, aisée, amatrice de vin.
- **E-commerce**



Exemples:



**Total Wine**  
& MORE

**Auchan** | RETAIL

**COSTCO**  
WHOLESALE

## TYPES DE DETAILLANTS

### Consommation hors domicile / On-premise channel

- **Restaurants indépendants** : un seul responsable des achats
- **Groupes de restaurants** : entre 5 et 10 restaurants, à niveau régional.
- **Chaînes de restaurants** : plus de 50 restaurants, au niveau national. Un seul responsable des achats pour tout le groupe.
- **Groupes hôteliers** : plusieurs hôtels au niveau national. Généralement une seule équipe responsable des achats pour tout le groupe.



*Exemples:*



# FORMALITÉS D'IMPORTATION

MODALITÉS ET LABELS

## FORMALITÉS D'IMPORTATION



- Contre-étiquette validée par le **Bureau of Alcohol, Tobacco, Firearms and Explosives (BATF)**
- Toutes les formalités sont réalisées par l'importateur ou la clearing-house: "**Certificate Of Label Approval**" (COLA)

➔ **CE QU'IL FAUT RETENIR:** les règles sont dictées par le gouvernement. L'importateur fournira toutes les indications au producteur.



## LABEL ECO-RESPONSABLE

- **Ecocert** est reconnu aux Etats-Unis.
- Les certifications : AB, DEMETER, Sans Sulfites etc... sont soumises à des normes différentes de celles de la France.



- En règle générale, toutes les revendications et certifications « éco-responsables » sont soumises à une autre procédure d'évaluation administrative souvent fournie par le **Département d'agriculture des États-Unis (USDA)**.

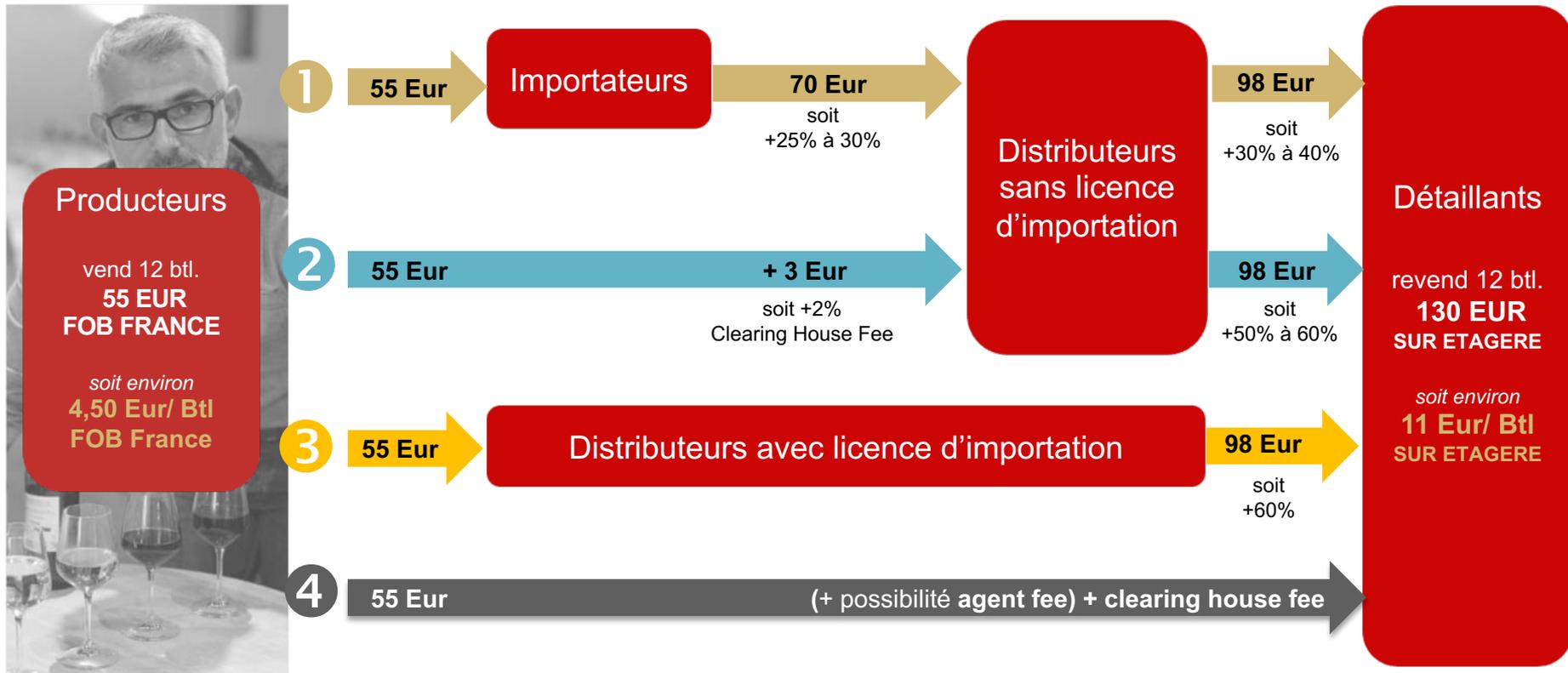
- Les États-Unis sont les 3<sup>ème</sup> consommateurs de vin bio au monde.



# STRATÉGIE DES PRIX ET NÉGOCIATION

PRIX - USAGES - NÉGOCIATIONS

# STRATÉGIE DES PRIX



## LES USAGES

### CONDITIONNEMENT

- cartons de 12 bouteilles.
- Sauf cas spécifique: carton de 6 bouteilles pour,
  - la restauration (facilité de manutention et de budget),
  - les vins +40\$ / bouteille (image).

### CONSOMMATION

- Clé d'entrée pour choisir son vin : le **cépage**.
- Le consommateur américain aime les **jeunes millésimes**.
- **Internet** est aussi un outils pour écouler les stock / invendus.



# NÉGOCIATIONS

## DÉBUT

- Proposer un prix de départ « haut » (pas plus de 10 à 15% de remise).
- Rester dans le prix psychologique de l'appellation et du consommateur.
- Prévoir une assurance crédit ou une lettre de crédit.

## SUR LE LONG TERME

- Augmentation annuelle (5% maximum).
- Ouvrir un compte en banque dans le pays en question pour faciliter les changes.
- Inclure une marge risque de fluctuation de taxes et incentive.

## À INDIQUER AU CONTRAT

- **Limites géographiques de droit d'importation et/ou distribution**
- Durée (3 ans en moyenne).
- Conditions de paiement.

➡ **PRIVILÉGIER LE RELATIONNEL**



# ACTIONS PROPOSÉES

DEUX EVENEMENTS / DEUX FORMATS

# WINE TASTING 100% VAL DE LOIRE

15 JUIN 2022 | NEW YORK

## FORMAT

- 100% Vins du Val de Loire,
- Demie journée d'événement.
- Dégustation libre avec une table de présentation par vigneron.

## VISITEURS

- Importateur régional (et national).
- Distributeur-importateur régional (et national).
- Courtiers indépendants.
- Détaillants (indépendants, groupes, en ligne, grossistes).
- Restaurateurs (indépendants, groupes, chaines).
- Hôtels (indépendants, groupes, chaines).
- Médias (Journalistes, bloggers,...).

## INFOS PRATIQUES

- 15 juin, à New-York
- Envoi d'échantillons inclus

## POURQUOI PARTICIPER

- Je n'exporte pas encore aux États-Unis.
- Je ne suis pas présent sur la côte Est.
- J'accompagne mon importateur.

WINE TASTING



# TASTYWINES MEETINGS AMERICAS

16 JUIN – 18 JUIN 2022 | BOCA RATON

## FORMAT

- 2 Jours d'événement.
- RDV préprogrammés selon vos choix parmi les participants.
- Jusqu'à 20 RDV ciblés de 30 minutes avec des importateurs.
- Autres opportunités pendant les déjeuners et le dîner inclus.

## VISITEURS

- Distributeurs-importateurs régionaux et nationaux.
- Courtiers indépendants.
- Détaillants en ligne ou indépendants avec licence d'importation.

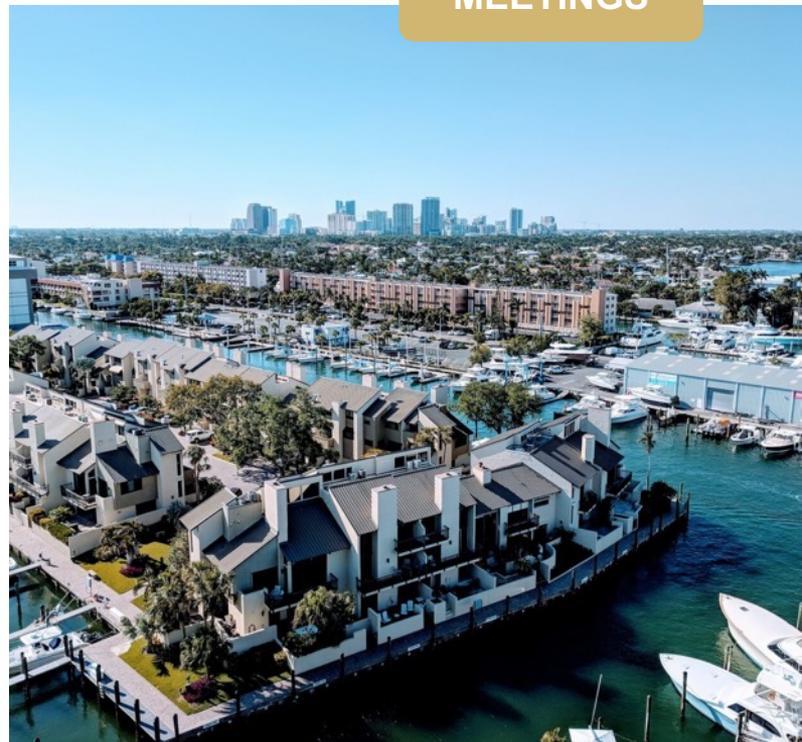
## INFOS PRATIQUES

- 16 au 18 juin, à Boca Raton, Floride
- RDV, envoi d'échantillons, 2 déjeuners, 2 dîners, 3 nuits d'hôtel inclus

## POURQUOI PARTICIPER

- Je n'exporte pas encore aux États-Unis.
- Je ne suis pas présent sur certains États.

MEETINGS



*(RE)PARTEZ À LA CONQUÊTE DES ETATS-UNIS ! 24 mars 2022*

**MERCI**  
de votre attention

PRÉSENTÉ PAR

**INTERLOIRE**  
Interprofession des Vins du Val de Loire



EN COLLABORATION AVEC

