

Recensement des outils d'analyse du marché US des vins permettant le suivi de la commercialisation des vins français.

12 septembre 2018

SOMMAIRE

1. ETUDE DU MARCHE AMERICAIN.....	4
1.1. La production et les importations de vin aux Etats-Unis.....	4
1.2. La consommation de vin aux Etats-Unis.....	6
1.3. Circuits de distribution des vins aux Etats-Unis	11
1.3.1. Pour toutes les origines de vins.....	11
1.3.2. Pour les vins français	13
1.4. Circuits/Etats américains.....	14
2. FOURNISSEURS D'INFORMATIONS DU MARCHE AMERICAIN	17
2.1. Panélistes.....	18
2.1.1. Fiche 1- CGA.....	18
2.1.2. Fiche 2-IRI.....	21
2.1.3. Fiche 3- KantarWorldPanel.....	25
2.1.4. Fiche 4 - Nielsen.....	27
2.1.5. Fiche 5 –NPD-Crest.....	33
2.1.6. Fiche 6 - Technomic.....	36
2.2. Institut d'études/enquêteurs.....	40
2.2.1. Fiche 7 - MIBD	40
2.2.2. Fiche 8 - Statistic Brain Research Intelligence	43
2.2.3. Fiche 9 - Survey Sampling.....	45
2.2.4. Fiche10 - Wine Intelligence.....	47
2.2.5. Fiche11 - Wine Opinions.....	49
2.3. Consultants/agrégateurs de données.....	52
2.3.1. Fiche 12 - BW 166.....	52
2.3.2. Fiche 13 - Enolytics	54
2.3.3. Fiche 14 - GFA.....	57
2.3.4. Fiche 15 - IBISWorld.....	62
2.3.5. Fiche 16 - IWSR.....	64
	2

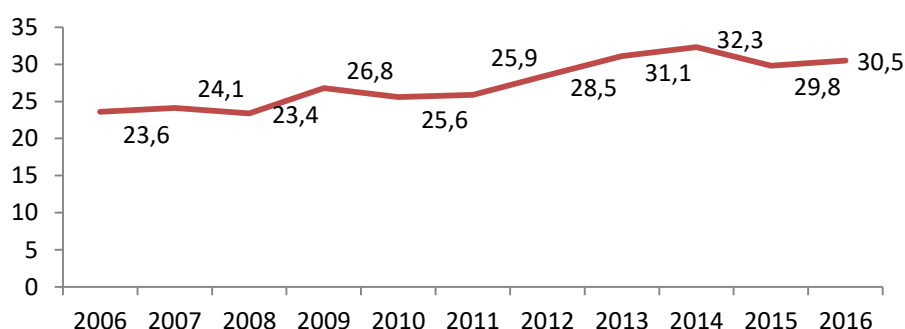
2.3.6. Fiche 17 - Mordor Intelligence	67
2.3.7. Fiche 18 - Silicon Valley Bank	70
2.3.8. Fiche 19 - Shanken Impact	72
2.3.9. Fiche 20 - Wine Searcher.....	75
2.4. Médias	78
2.4.1. Fiche 21 – Wine Business	78
2.4.2. Fiche 22 - Wines and Vines	80
2.5. Associations, organismes publics et parapublics.....	82
2.5.1. Fiche 23 - Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau.....	82
2.5.2. Fiche 24 - NABCA	84
2.5.3. Fiche 25 - Oregon Wine Board	87
2.5.4. Fiche 26 - Pennsylvania Liquor Control Board	89
2.5.5. Fiche 27 - UTAH Department of Alcoholic Beverage.....	91
2.5.7. Fiche 29 - Wine Market Council.....	94
3. SYNTHÈSE COMPARATIVE	96
Les sociétés les plus intéressantes ont une trame de fond grise.....	96
3.1. Matrice de comparaison par catégorie d'acteurs	96
3.1.1. Panélistes.....	96
3.1.2. Institut d'étude/Enquêteurs.....	97
3.1.3. Consultants/ Agrégateurs de données.....	97
3.1.4. Médias	98
3.1.5. Associations, organismes publics/ parapublics	98
3.2. Matrice de comparaison par profil d'informations attendues	99
3.2.1. Périmètre géographique.....	99
3.2.2. Circuits couverts.....	100
3.2.3. Segmentation France.....	101
3.2.4. Récurrence	102
3.2.5. Tranche de prix (présence ou non).....	103
3.3. Quelques suggestions.....	104

1. ETUDE DU MARCHE AMERICAIN

1.1. La production et les importations de vin aux Etats-Unis

➤ Les États-Unis représentent, en 2016, 11,8% de la production mondiale et viennent ainsi se placer en quatrième position derrière la France, l'Italie et l'Espagne. En l'espace de 10 ans, la production nationale a augmenté de 29%, passant ainsi de 23,5 millions hl en 2006 à 30,5 millions hl en 2016 (23,6 millions hl hors jus et moût).

**Figure 1: Production de vin aux Etats-Unis
(en millions hl, jus et moût inclus)**

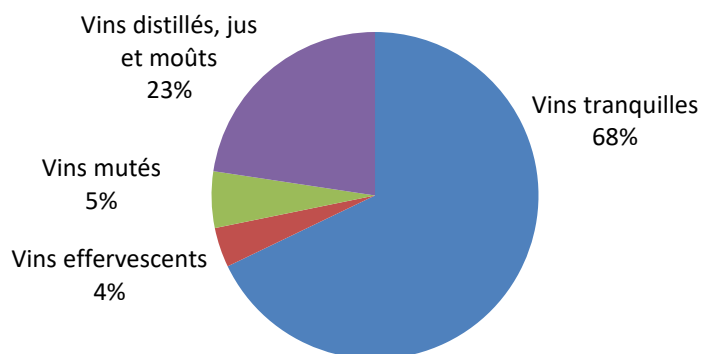


Source : Agrex Consulting d'après FAO, Wine Institute

En 2016, la Californie pesait pour plus de 84% de la production nationale de vin. D'autres régions se développent comme l'Oregon, l'Etat de Washington ou encore de New York permettant de pallier en partie aux difficultés récurrentes californiennes (sécheresses, incendies,...).

La production des vins effervescents américains, 1,22 million hl en 2016, est également centrée sur la Californie, elle est en constante progression (+40% entre 1996 et 2016) alors que celle de vins fortifiés est au mieux stable.

Figure 3: Production de vin aux Etats-Unis en 2016
(% volume)



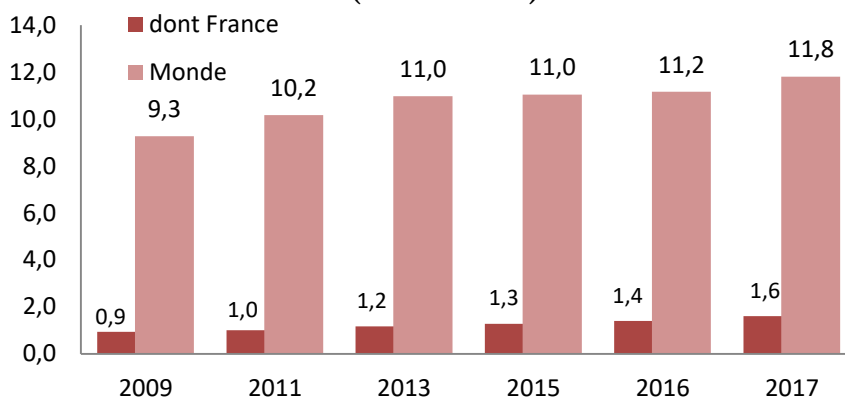
Source : TTB/USDA/ NASS/CDEA/NIELSEN A.C/WINE INSTITUTE

➤ En 2016, les États-Unis sont le 8^e pays exportateur de vin au monde, loin derrière la France, l'Italie et l'Espagne. Le volume des exportations reste relativement stable depuis 2009 : 4,0 millions hl contre 3,8 millions hl en 2016. Les États-Unis exportent en moyenne 12 à 13% de leur production.

Le pays est le 1^{er} importateur mondial de vin en valeur (5 milliards d'EUR en 2016) et le 3^e en volume (11,2 millions hl en 2016). Le volume des importations américaines croît de manière régulière : +20% entre 2009 et 2016.

L'Italie est le principal pays (29% en volume, toutes catégories de vin confondus) fournisseur des États-Unis en vin en 2016. Ce pays est suivi par le Chili et l'Australie. La France avec 1,4 million hl arrive en 4^e position en volume, mais reste le 2nd fournisseur en valeur (1,5 milliard EUR). Les vins français sont assez bien valorisés sur le marché américain par rapport aux autres origines avec un prix moyen de 11,9 USD/litre alors que l'ensemble des importations est à 5,2USD/litre

Figure 4: Importations de vin aux États-Unis
(en millions hl)



Source : UnComtrade

En 2016, les Etats-Unis sont d'ailleurs le quatrième pays importateur en volume de vins français, derrière l'Allemagne, la Chine et le Royaume-Uni, mais le premier en valeur. Les vins rouges et rosés pèsent pour 92% des importations de vins tranquilles en 2016.

Ce sont les vins de Bordeaux qui ont le plus de succès, représentant 13,2% des expéditions françaises en volume vers les Etats-Unis, suivies de près par la Provence, la Vallée du Rhône et les IGP Oc.

Figure 5: Importations américaines de vins tranquilles AOP-IGP Français
(1 290 446 hl en 2017)

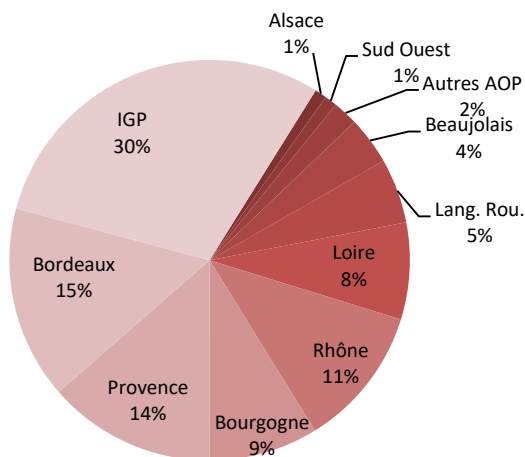
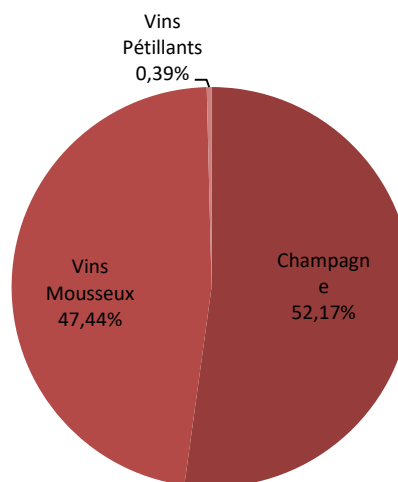


Figure 6: Importations de vins effervescents français aux États-Unis
(334 086 hl en 2017)



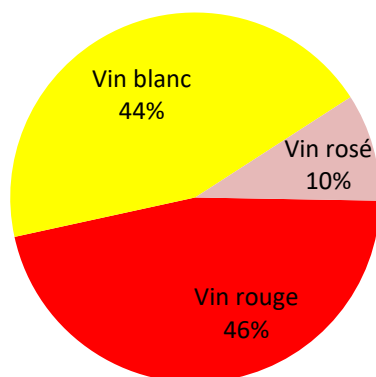
Source : Douanes françaises

1.2. La consommation de vin aux Etats-Unis

La bière est la boisson alcoolisée la plus consommée (en part de volume AP) des Américains. Cependant, le vin est en seconde position et sa part ne cesse de progresser. En 2006, la consommation annuelle de vin approchait les 26,7 million hl, en 2016, elle culmine à 35,9 millions hl, faisant du pays le plus gros consommateur de vin au monde avec une progression de la consommation de plus de 34% en 10 ans.

Chaque État dispose de sa propre réglementation concernant la production et la distribution de vin. Le système de commercialisation est très réglementé. L'achat de vin peut donc s'effectuer au restaurant ou chez les détaillants (GMS ou Liquor stores selon les Etats). Seuls l'Utah et la Pennsylvanie maintiennent un monopole complet sur les ventes d'alcools. Au niveau des circuits de distribution, il y a assez peu d'évolutions, mais **le poids du commerce en ligne progresse** de quelques points année après année.

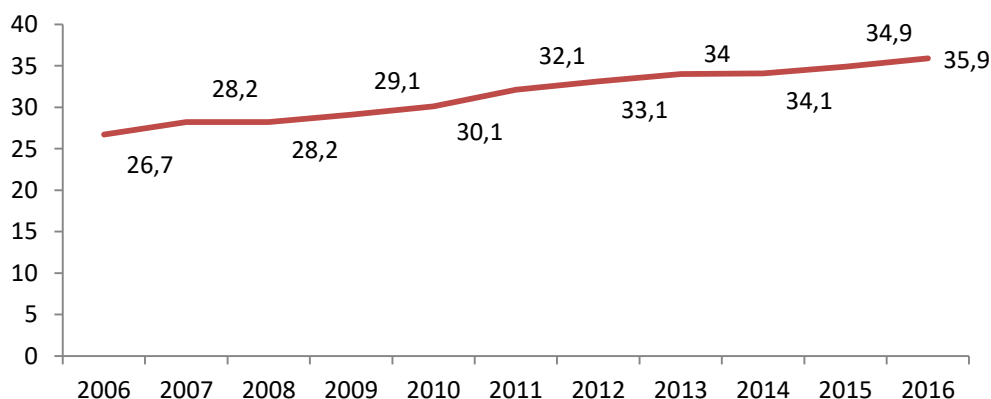
Figure 4: Consommation de vin aux Etats-Unis en 2016 (%)



Source : The Wine Institute

Le vin rouge représente 46% des volumes de consommation en 2016, suivi de près par le vin blanc avec 44%. Le vin rosé, quant à lui, pèse 10% de la consommation. La part des vins rosés dans la consommation baisse, mais sa structuration évolue avec davantage de vins rosés secs et moins de vins rosés sucrés (de type blush).

Figure 2: Consommation de vin aux États-Unis (en millions hl)



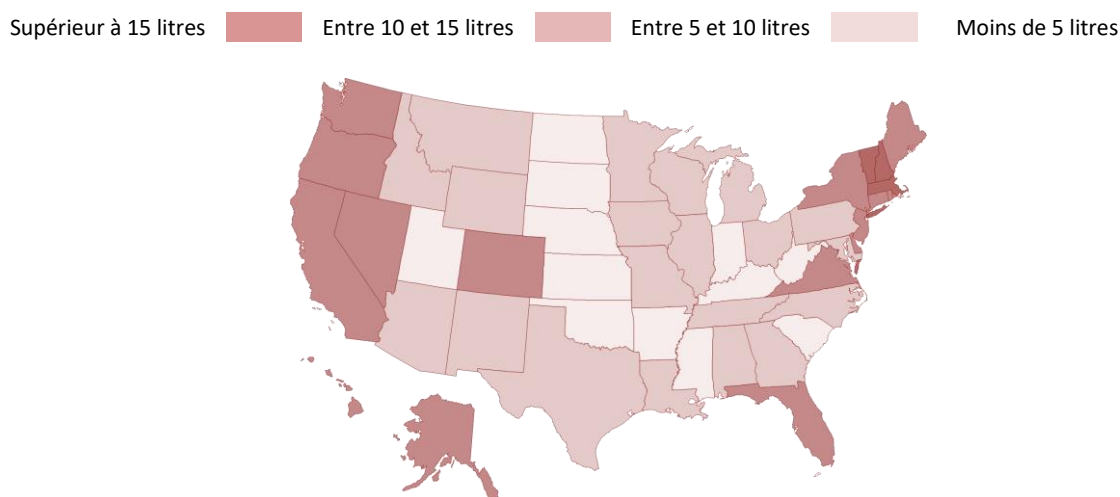
Source : The Wine Institute

Les États-Unis sont les plus gros consommateurs de vin au monde, mais la consommation de vin varie beaucoup d'un Etat à l'autre. La Californie représente à elle seule 1/5 de la consommation avec 7,2 millions hl en 2016. La Floride arrive loin derrière avec 3,3 millions hl, l'État de New York lui culmine à 3,0 millions hl (sur la base de la consommation déclarée par le WINE INSTITUTE).

Sur les 15 premiers Etats consommateurs de vin (en litre par habitant), on retrouve 9 Etats du Nord-Est dont District of Columbia, New Hampshire, ou encore le Vermont et le Massachusetts. 4 grands Etats consommateurs se trouvent dans l'Ouest du pays : le Nevada, la Californie, l'Etat de Washington et de l'Oregon. Enfin, la Floride et Hawaï viennent s'ajouter à cette liste.

Les origines des vins consommés varient selon les Etats en fonction de la proximité des côtes et de l'ancestralité de la production locale. On distingue ainsi 5 zones: l'Ouest producteur et consommateur (notamment via la Californie), l'Est qui est un petit producteur mais où le vin est fortement ancré dans les habitudes de consommation avec une part de vins importés assez élevée dans la consommation, le Nord et le Sud qui sont des marchés consommateurs traditionnels (quantité encore limitée) et enfin la Floride, un Etat dont les habitants consomment de plus en plus de vin.

Figure 3 : Consommation de vin 2016 (en litre/an/habitant)

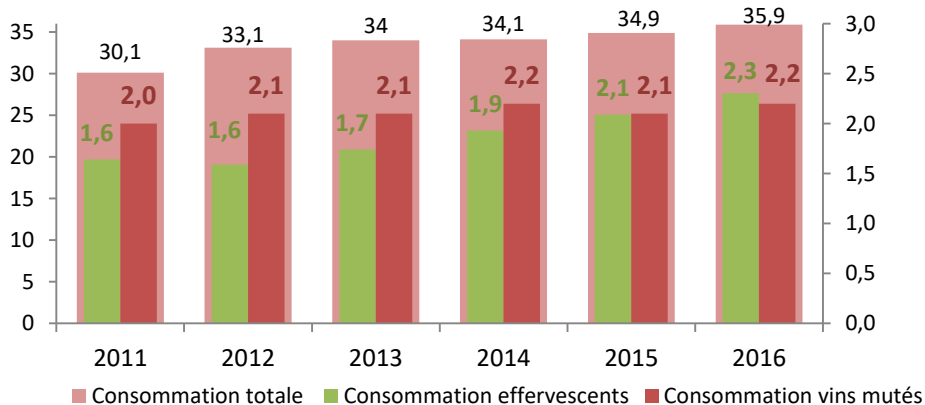


Source : Agrex Consulting d'après ADAMS WINE HANDBOOK

La répartition de la consommation par habitant et en volume par État permet d'ajuster le ciblage des actions marketing et d'envisager leurs impacts potentiels.

La consommation totale progresse pour toutes les catégories de vins. **Par habitant**, les évolutions de consommation sont plus sensibles car la population est en croissance depuis de nombreuses années. Ainsi, par habitant, la consommation de vins tranquilles augmente à un rythme plus lent que celle des vins effervescents alors que celle des vins mutés (fortifiés) est en légère baisse.

Figure 4: Consommation totale de vin (millions hl)



Source : The Wine Institute, OIV

Les tableaux suivants différencient la consommation totale de vin par Etat selon les origines des vins, cela permet d'identifier les Etats présentant le meilleur potentiel pour les vins importés, notamment d'origine française.

Consommation de vins tranquilles 2016

2016 Table Wine Consumption by Origin¹

(thousands of nine-liter cases)

Division/State	Domestic					Imported							Total Table
	California ²	Washington	New York	Other States	Total Domestic	Italy	Australia	Chile	France	Germany	Other Imported	Total Imported	
New England	16,585	500	90	110	17,286	2,039	1,173	723	659	153	1,172	5,919	23,205
Massachusetts	8,300	246	45	42	8,633	914	545	266	306	68	593	2,692	11,325
Connecticut	3,425	123	22	37	3,607	517	246	164	176	44	267	1,414	5,021
New Hampshire	2,167	62	14	16	2,259	281	143	56	80	19	214	793	3,052
Rhode Island	975	30	2	6	1,013	112	91	48	47	7	65	370	1,384
Maine	989	16	2	4	1,012	134	95	100	26	7	18	380	1,392
Vermont	729	24	4	4	762	81	53	90	26	7	14	271	1,032
Middle Atlantic	26,608	873	984	669	29,134	5,753	2,110	1,798	1,457	462	2,368	13,949	43,082
New York	11,975	496	604	348	13,422	2,926	1,095	1,116	826	279	1,088	7,330	20,752
New Jersey	7,975	248	134	247	8,603	1,852	613	512	443	133	687	4,240	12,844
Pennsylvania	6,658	129	246	75	7,108	975	402	170	188	50	593	2,378	9,486
East North Central	25,600	941	130	1,109	27,781	4,108	1,577	669	993	261	1,481	9,089	36,870
Illinois	8,400	393	68	311	9,172	1,251	609	320	315	88	608	3,191	12,363
Ohio	5,400	170	22	450	6,042	843	318	126	168	40	259	1,754	7,796
Michigan	4,950	209	13	234	5,406	1,059	379	82	231	67	337	2,156	7,562
Wisconsin	3,850	92	18	85	4,045	424	183	67	143	37	157	1,012	5,067
Indiana	3,000	78	9	28	3,115	531	88	74	135	29	120	976	4,091
West North Central	10,024	236	39	235	10,534	953	518	354	297	71	291	2,484	13,018
Minnesota	3,500	78	11	19	3,609	218	204	112	85	37	98	754	4,363
Missouri	3,200	62	10	194	3,466	371	118	96	93	10	95	784	4,250
Iowa	1,119	23	9	6	1,156	113	108	90	51	4	30	395	1,552
Kansas	850	32	4	7	893	121	34	31	35	7	32	261	1,154
Nebraska	625	32	1	4	663	81	33	23	22	7	19	186	849
South Dakota	469	5	3	1	479	29	10	1	6	3	10	59	537
North Dakota	261	4	1	1	268	19	10	1	5	3	7	46	313
South Atlantic	38,209	1,022	226	1,515	40,972	4,621	3,048	2,326	1,836	567	2,823	15,221	56,193
Florida	16,975	488	110	536	18,110	2,173	1,253	1,029	729	303	1,360	6,847	24,957
Virginia	5,850	151	44	356	6,401	525	372	367	295	68	464	2,092	8,493
North Carolina	4,350	114	22	149	4,635	366	305	257	235	49	252	1,464	6,098
Georgia	3,825	109	18	303	4,255	361	403	206	168	49	261	1,448	5,703
Maryland	3,275	77	13	78	3,443	650	297	184	177	55	260	1,623	5,066
South Carolina	2,000	30	7	45	2,083	165	175	139	107	22	86	694	2,776
District of Columbia	975	30	4	28	1,037	134	134	75	63	10	67	484	1,521
Delaware	775	18	4	17	814	134	95	38	55	7	70	398	1,213
West Virginia	184	6	3	1	194	112	14	31	8	4	3	172	366
East South Central	7,188	72	41	86	7,387	512	420	208	151	60	241	1,593	8,980
Tennessee	2,800	16	9	48	2,873	176	180	74	51	23	79	562	3,435
Alabama	2,250	16	9	7	2,282	122	91	67	47	23	47	397	2,680
Kentucky	1,275	6	4	19	1,305	112	114	38	34	7	66	371	1,676
Mississippi	863	34	19	11	927	102	56	29	19	7	49	262	1,189
West South Central	16,800	489	76	668	18,033	1,863	1,574	661	663	243	1,542	6,547	24,580
Texas	12,975	348	45	547	13,915	1,209	1,232	438	400	196	1,258	4,733	18,648
Louisiana	1,800	109	22	48	1,979	371	206	110	188	33	220	1,129	3,108
Oklahoma	1,125	22	4	6	1,156	176	91	67	58	7	46	445	1,601
Arkansas	900	10	4	68	983	107	44	46	17	6	19	239	1,222
Mountain	17,271	471	31	248	18,022	807	1,149	413	309	113	802	3,593	21,615
Arizona	5,225	100	4	45	5,375	214	323	106	87	35	278	1,043	6,418
Colorado	5,000	123	7	8	5,138	199	293	71	62	17	224	866	6,004
Nevada	3,300	84	4	12	3,401	179	202	72	66	23	80	622	4,022
Utah	1,033	32	3	28	1,096	61	54	37	32	3	89	276	1,372
New Mexico	963	22	4	18	1,007	59	127	69	17	15	55	343	1,351
Idaho	750	53	4	118	926	55	87	29	25	13	31	240	1,166
Montana	650	44	2	7	703	18	47	25	14	4	16	123	827
Wyoming	350	13	2	11	376	22	16	5	6	2	28	79	455
Pacific	46,950	4,770	73	884	52,677	3,647	2,332	572	756	88	1,406	8,801	61,477
California	34,782	1,209	43	150	36,185	2,975	1,629	370	585	46	848	6,454	42,639
Washington	6,275	2,910	15	156	9,356	456	291	94	98	15	252	1,206	10,562
Oregon	4,050	497	10	570	5,127	155	179	59	37	17	142	589	5,717
Hawaii	1,400	75	3	6	1,483	35	137	34	17	6	74	304	1,788
Alaska	443	79	2	1	525	27	95	15	17	4	90	247	773
Total U.S.	205,235	9,376	1,690	5,525	221,826	24,305	13,900	7,725	7,120	2,020	12,125	67,195	289,020

Consommation de vins mousseux 2016
2016 Apparent Sparkling Wine Consumption by Origin¹

(thousands of nine-liter cases)

Division/State	Domestic			Imported				Total Sparkling
	California	Other States	Total Domestic	Italy	France	Other Countries	Total Imported	
New England	485	65	550	547	110	114	771	1,321
Massachusetts	223	31	254	279	45	44	368	622
Connecticut	113	18	131	115	26	25	167	297
New Hampshire	86	5	91	55	19	9	83	174
Rhode Island	24	4	29	49	9	12	70	99
Maine	22	4	26	31	7	14	52	78
Vermont	16	3	19	17	4	10	31	51
Middle Atlantic	881	150	1,031	1,220	365	385	1,970	3,001
New York	463	82	545	746	253	275	1,274	1,819
New Jersey	223	41	264	303	81	86	470	735
Pennsylvania	195	27	222	170	31	24	225	447
East North Central	1,034	158	1,192	1,310	209	224	1,743	2,934
Illinois	327	50	377	402	77	80	558	936
Ohio	196	30	225	455	45	44	545	769
Michigan	218	34	252	253	41	52	346	598
Wisconsin	161	23	184	98	23	24	145	329
Indiana	133	20	154	101	23	25	149	302
West North Central	385	61	446	293	70	78	441	887
Minnesota	126	21	147	98	23	24	145	291
Missouri	124	19	144	86	21	21	128	272
Iowa	34	5	39	31	10	11	53	92
Kansas	43	6	50	28	7	10	45	95
Nebraska	34	5	39	21	5	10	35	75
South Dakota	11	2	13	14	2	2	18	31
North Dakota	13	2	15	14	2	1	17	31
South Atlantic	1,666	227	1,893	1,117	326	378	1,821	3,715
Florida	780	98	879	433	180	200	813	1,692
Virginia	183	28	210	147	36	39	222	433
North Carolina	177	25	201	126	32	38	195	397
Georgia	184	26	210	122	27	37	186	396
Maryland	167	23	190	158	23	22	204	394
South Carolina	76	12	88	46	11	18	76	164
District of Columbia	49	7	56	42	9	10	61	118
Delaware	30	5	36	28	5	12	45	81
West Virginia	20	3	23	14	3	2	19	42
East South Central	361	41	402	143	36	43	221	623
Tennessee	105	14	118	46	11	10	67	185
Alabama	106	14	120	46	11	14	72	191
Kentucky	76	10	86	31	7	9	48	133
Mississippi	74	4	78	19	6	10	35	113
West South Central	659	90	749	592	128	155	875	1,624
Texas	495	68	563	461	72	100	633	1,196
Louisiana	91	13	104	77	51	50	178	282
Oklahoma	56	7	63	40	3	3	46	109
Arkansas	17	2	19	14	2	2	18	37
Mountain	577	73	650	271	87	125	484	1,133
Arizona	196	24	220	95	18	20	133	353
Colorado	125	18	143	101	29	34	164	307
Nevada	80	11	91	24	19	25	68	159
Utah	49	2	51	16	5	9	30	81
New Mexico	45	6	51	10	7	14	31	81
Idaho	54	8	61	10	7	18	36	97
Montana	17	2	19	10	2	3	16	35
Wyoming	12	2	14	4	1	2	7	21
Pacific	3,276	411	3,687	757	335	335	1,427	5,114
California	2,766	328	3,094	565	269	268	1,102	4,196
Washington	305	53	358	94	45	44	184	542
Oregon	121	19	141	52	12	14	79	220
Hawaii	67	8	75	28	6	6	39	114
Alaska	17	2	19	17	3	3	23	42
Total U.S.	9,325	1,275	10,600	6,250	1,665	1,838	9,753	20,353

Source : Impact Data Bank

1.3. Circuits de distribution des vins aux Etats-Unis

1.3.1. Pour toutes les origines de vins

Le marché américain est assez complexe en termes de distribution car le pays est très réglementé. En effet, il est composé de plusieurs niveaux « Three-Tier system » - importateurs, grossistes, détaillants.

Quels que soit les Etats, 3 échelons d'acteurs opèrent pour atteindre le consommateur. Au sein de cette chaîne, le vin passe tout d'abord par un importateur, puis par un distributeur ou grossiste, et enfin par un détaillant ou restaurateur avant d'enfin parvenir au consommateur. Chaque Etat adopte un niveau de contrôle partiel ou total sur chaque tiers (niveau). De nouvelles pratiques commerciales permettent de contourner le système à 3 niveaux : le clearing. En général, l'activité d'un niveau (grossiste ou importateur) est réduit à son minimum (boite au lettres).

Figure 8: La chaîne de distribution aux Etats-Unis

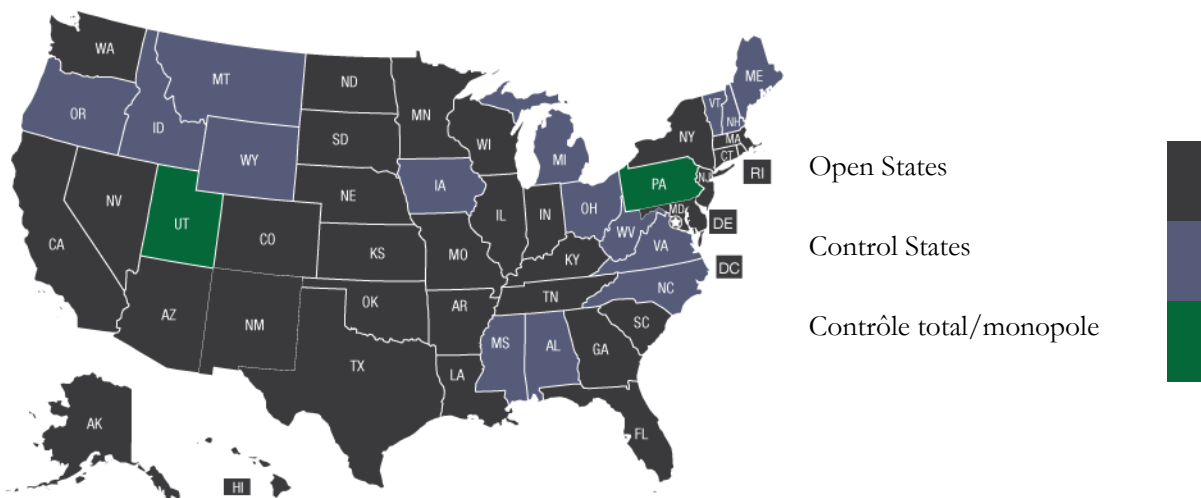


Source : Agrex Consulting

A cela s'ajoute plusieurs niveaux de contrôle et de réglementation de la vente de vins dans les circuits. On distingue trois catégories d'Etats :

- > D'un côté, les « open states » c'est à dire les Etats dans lesquels le commerce d'alcool fonctionne assez librement – la vente d'alcool est autorisée dans la plupart des points de ventes disposant d'une licence, grande distribution et liquor stores (33 Etats). L'Etat de New York est bien un "open states" mais prohibe la vente d'alcool en grande distribution comme l'Etat du Massachusset...
- > Ensuite, les « control states » c'est-à-dire les Etats dans lesquels le commerce d'alcools est contrôlée au stade grossiste. Cela concerne 17 Etats. Certains Etats peuvent pratiqué un contrôle sur les spiritueux, mais par sur les vins, c'est le cas de l'Oregon.
- > Enfin, les Etats dans lesquels le contrôle total est instauré ce qui signifie que l'Etat détient le monopole pour l'importation et la distribution.

Figure 7: Le système de distribution par Etats aux Etats-Unis



Source : NABCA, ADAMS WINE HANDBOOK

Enfin, les circuits de distribution diffèrent selon les vins. En effet, les professionnels interrogés en 2017 affirment, sans équivoque, que les vins mousseux sont plus présents en restauration que les vins tranquilles.

Le tableau suivant différencie la consommation totale de vin hors domicile et à domicile de 2005 à 2015. Cela permet de cibler les circuits présentant le meilleur potentiel.

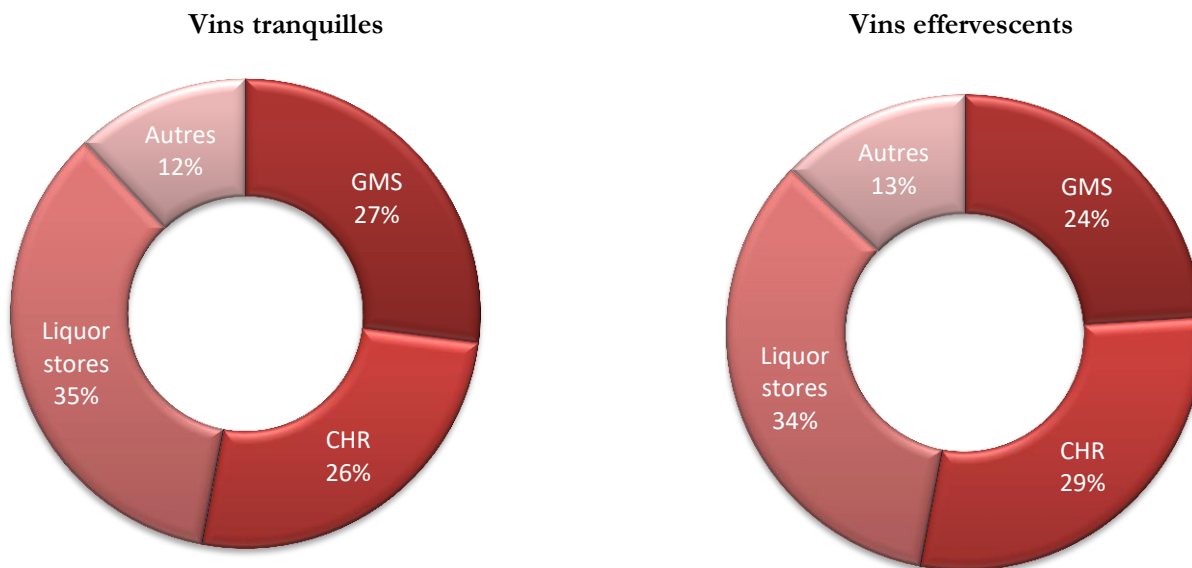
Consommation de vins en et hors domicile de 2005 à 2015

WINE (9-Liter Cases)					
Year	On-Premise		Off-Premise		Total
	Cases	Share	Cases	Share	
2005	60,659	22.2	213,026	77.8	273,685
2006	63,790	22.5	219,210	77.5	283,000
2007	66,360	22.7	225,825	77.3	292,185
2008	63,085	21.4	231,915	78.6	295,000
2009	59,380	20.0	238,025	80.0	297,405
2010	59,945	19.7	243,690	80.3	303,635
2011	61,030	19.5	251,990	80.5	313,020
2012	59,945	18.8	259,285	81.2	319,230
2013	61,030	18.8	264,355	81.2	325,385
2014	60,700	18.6	264,825	81.4	325,525
2015	61,300	18.5	270,823	81.5	332,123

Source : Adams Wine Handbook

1.3.2. Pour les vins français

Figure 11 : Ventes de vins français aux Etats-Unis par circuit de distribution – 2017

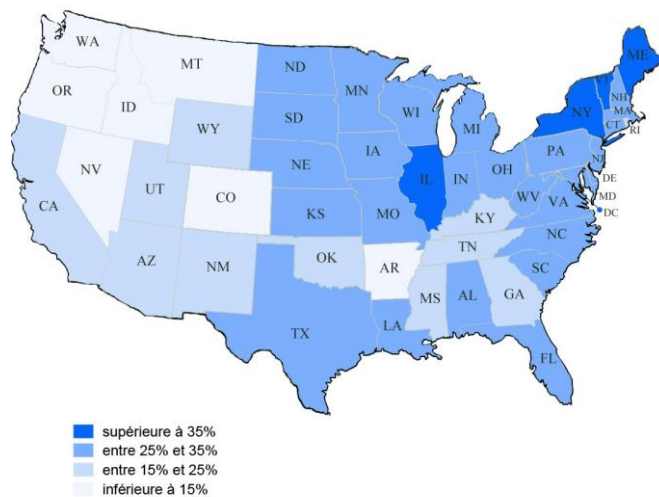


Source : Entretiens professionnels américains 2017

Les vins tranquilles français sont majoritairement commercialisés en liquor stores (plus du tiers des ventes en volume), puis en GMS (27% des ventes) et en CHR (26%).

Les vins effervescents sont principalement commercialisés en CHR et dans les liquor stores.

Figure 12 : Part des vins importés dans la consommation 2016-2017



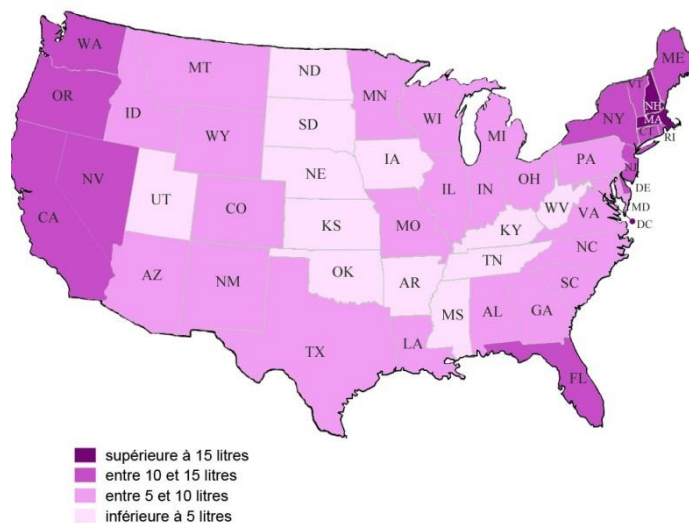
Source : Agrex Consulting - Adams Wine Handbook

Le poids des vins importés dans la consommation concerne essentiellement le grand quart Nord-Est, avec une part de vins importés supérieure à 35%. Les Etats non producteurs de vins sont souvent plus ouverts aux produits importés que les autres.

1.4. Circuits/Etats américains

La consommation de vin et particulièrement de vins français est plus élevée dans certaines parties des Etats-Unis comme surtout l'Ouest et le Nord-Est. Cependant, d'autres zones plus centrales ou comme la Floride affichent une forte croissance. Les Etats du Sud et du Nord ont une consommation qui commence à progresser. Il apparaît que les zones les moins favorables en ce qui concerne la consommation de vins français (en volume et en part) sont les Etats centraux plutôt du Nord du pays (Dakota, Nebraska,...).

Figure 13 : Consommation de vin par Etat (en litres/an/habitant) 2016-2017



Source : Agrex Consulting – Adams Wine Handbook

Le potentiel de chaque région (groupe d'Etat) peut être mesuré par sa consommation totale, sa consommation par habitant, la part des vins importés dans la consommation (chiffres p12 et 13)

Sud-Est : La consommation de vin par habitant y est relativement modeste. Les vins français sont assez peu présents ; la consommation de produits de la mer sur les zones littorales et la consommation de vins « frais » sont privilégiées sur ce marché. Potentiel à étudier.

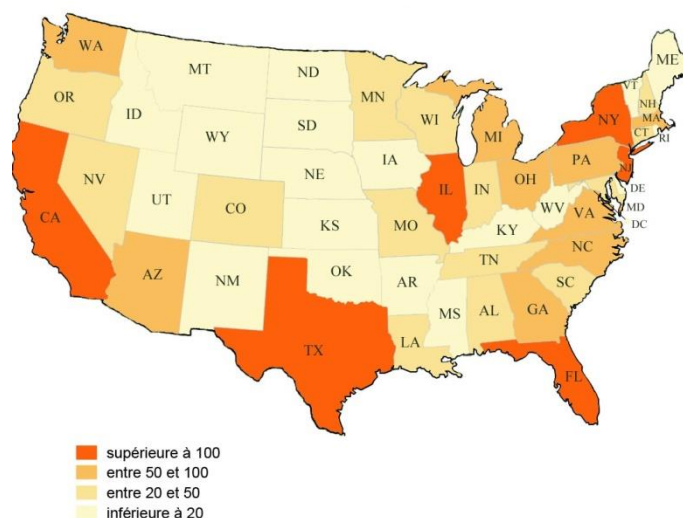
Centre-Sud : Marché très hétérogène, il est dynamisé dans sa partie Sud (Texas, Arizona, Louisiane) et apparaît depuis quelques années comme une zone de fort potentiel. Les vins rouges y sont largement consommés (en raison d'une forte consommation de viande), ce qui peut représenter un marché très intéressant pour les vins français. A noter qu'il existe des différences notoires entre Etats au sein de cette région avec par exemple une consommation orientée vins français en Louisiane à l'opposé du Texas.

Centre-Nord : Sur cette zone, la consommation est concentrée sur les États de l'Illinois, du Minnesota et du Wisconsin. Ce marché offre encore un bon potentiel de développement, d'autant que les vins importés y sont largement consommés.

Nord-Est : Zone de consommation par excellence, le Nord-Est est le marché le plus important pour les vins importés. Ce marché très concurrentiel est, pour beaucoup d'appellations, une porte d'entrée sur le marché américain. Cette zone est presque indispensable mais demande beaucoup d'efforts et d'énergie pour s'imposer.

Ouest : Seconde zone de consommation des États-Unis, l'Ouest est surtout la première zone de production de vins. Les vins référencés sont donc majoritairement issus de Californie, d'Oregon ou de Washington. Pour les vins français, ce marché est très concurrentiel dans la mesure où de nombreux vins rouges sont déjà bien ancrés sur ce marché en plus de la production locale.

Figure 14 : Taille du marché (en millions de litres) en 2017



Source : Agrex Consulting – Adams Wine Handbook

La taille du marché est la plus importante dans les États dont la consommation par habitant et le nombre d'habitants sont les plus élevés. Le potentiel de développement des vins français est donc important dans ces zones (en termes de volumes absolus). De plus, une faible présence des vins français dans les États consommant peu de vins et dont la taille du marché est encore faible, indique également un potentiel de croissance "important".

Tenir compte de la consommation de vin par État ou de la taille du marché n'est toutefois pas suffisant pour parvenir à déterminer où il est le plus important de s'implanter, il faut également prendre en compte d'autres critères comme, par exemple, les circuits de distribution présents et leur poids qui diffèrent d'un État à l'autre. En raison du Three-Tier system présent aux États-Unis, le marché des États-Unis se révèle complexe à analyser. Néanmoins, les vins français ont tendance à être plus présents en Cafés, Hôtels, Restaurants et Liquor Stores qu'en GMS. En effet, les profils de consommateurs sont souvent tout à fait différents entre un consommateur de GMS et un consommateur de CHR ou de Liquor Stores. Les consommateurs de GMS vont avoir plus tendance à rechercher des prix bas alors que les clients de Liquor Stores et CHR cherchent plus une image qualitative, les niveaux de prix sont en général mieux valorisés. Il

est couramment observé que les vins français ont tendance à être d'un niveau de prix plus élevé que celui des autres origines.

Afin d'assurer la connaissance des marchés à potentiel pour les vins français : segments à gros volume et segments à potentiel de croissance important en termes d'Etats, origines du vin présentes, circuits... il est nécessaire de recenser les élaborateurs/interpréteurs de données à travers les dimensions croisées suivies :

- **géographique,**
- **circuits de distribution,**
- **segments vins,**
- **origine/région/IG/marques.**

2. FOURNISSEURS D'INFORMATIONS DU MARCHE AMERICAIN

LISTE DES SOCIETES ANALYSEES PAR CATEGORIE

CATEGORIE	FICHES SOCIETES
Panélistes	CGA
	IRI WORLDPANEL
	KANTAR WORLDPANEL
	NIELSEN
	NPD-CREST
	TECHNOMIC
Institut d'études, enquêteurs	MIBD
	STATISTIC BRAIN RESEARCH
	SURVEY SAMPLING
	WINE INTELLIGENCE
	WINE OPINIONS
Consultants, agrégateurs de données	BW166
	ENOLYTHICS
	GFA
	IBISWORLD
	IWSR
	MORDOR INTELLIGENCE
	SHANKEN IMPACT
	SVB
	WINE SEARCHER
Médias	WINE BUSINESS
	WINES & VINES
Associations, organismes publics/parapublics	ATTB
	NABCA
	OREGON WINE BOARD
	PENNSYLVANIA LIQUOR CONTROL BOARD
	UTAH DEP. OF ALCOHOLIC BEVERAGE
	WINE INSTITUTE
	WINE MARKET COUNCIL

2.1. Panélistes

2.1.1. Fiche 1- CGA



CGA

<http://www.cga.co.uk/#>

STRUCTURE – INFORMATIONS GENERALES

Type d'organisme/société	Panéliste
Taille	Plus de 200 employés
Création, siège, filiale	Siège à Londres. Filiale à Chicago-Etats-Unis
Mission principale	Entreprise qui réalise des bases de données et rapports sur le marché alimentaire (food & drink).
Contact	Amy Warren, US Senior Insights Manager tel. : +44 161 476 9129
Références	En collaboration avec Nielsen, a déjà réalisé plusieurs études en commun pour OPM, Opus, Kast, Clip (chaînes de restaurants...)

SERVICES PROPOSES

Types de services	Panels distributeurs (des points de restauration) Panels consommateurs (des points de restauration)
Champ d'étude	Circuit on-trade (via les ventes et/ou les achats)
Niveau de couverture des vins français	National, National découpé régions en cours

ANALYSE DES OUTILS PROPOSES – PANEL DISTRIBUTEURS

Type d'outil	Panel distributeurs (des points de restauration)
Périmètre	Possibilités : - Niveau national - Découpage national selon 9 régions ou selon 6 principales agglomérations : Chicago, New-York, Los Angeles, Dallas, Denver, Boston
Circuits couverts	On-trade

3500 bars/hôtels/restaurants partenaires potentiels. Optimum : sélection d'environ 500 (506 avec OPUS), soit 10 CHR par Etat (le découpage en 9 zones permet d'améliorer sensiblement la représentativité).

Fréquence/réurrence	Plusieurs possibilités selon le package choisi : <ul style="list-style-type: none"> - toutes les 4 semaines - tous les 2 mois - tous les 6 mois - ...
Données disponibles	Selon le package choisi, possibilité de disposer des ventes : <ul style="list-style-type: none"> - Total - Par couleur - Par marque (brand family) - Par producteur - Par segment (Still, Sparkling) <p>Par région d'origine (bassin) en cours d'élaboration. Devrait être opérationnel à la fin de l'année (Décembre)</p>
Echantillon d'analyse	Mesure des ventes de vins français dans les bars et restaurants (environ 500 en ligne - Conseil de CGA pour avoir une représentativité de l'ensemble du pays) selon : <ul style="list-style-type: none"> - Type d'établissement - Qualité du vin (basic, mid-premium, premium... par le ticket moyen) - Chaîné ou indépendant
Indicateurs mesurés	Tous les indicateurs tels que les ventes en volume, en valeur, le prix de vente, les promotions, l'assortiment et la distribution sont disponibles pour chaque point de restauration ausculté Périmètre géographique conseillé sur 9 régions ou 6 marchés (80 établissements par zone métropolitaine) : Chicago, Los Angeles, New York, Boston, Dallas, Denver Périmètre temporel : déjà 3 ans de données (depuis 2015) Proposent une analyse du marché en termes d'origines concurrentielles
Prix	Différent selon la récurrence : <ul style="list-style-type: none"> - Proposition au trimestre : 25 000 USD (la durée de l'engagement reste à définir)
Niveau de couverture spécifique	National, détails Etats/groupe d'Etats, détail région française (en cours de construction), circuit on-trade uniquement Représentativité du CHR : 10 établissements par Etat sur 100 000 licences en moyenne par Etat.

Remarques Pas de relevé d'offres



ANALYSE DES OUTILS PROPOSES – PANEL CONSOMMATEURS

Type d'outil Panel consommateurs (des établissements de restauration)

Périmètre Possibilités :
- Niveau national
- Découpage national selon 9 régions ou selon 5 principales villes : New-York, Los Angeles, Dallas, Denver, Boston

Fréquence/récurrence Plusieurs possibilités selon le package choisi :
- toutes les 4 semaines
- tous les 2 mois
- tous les 6 mois
- ...

Echantillon d'analyse Vivier de 15 000 consommateurs interrogés (en ligne) 2 fois par an sur leur consommation de vin dans les restaurants, bars et hôtels, en vue de disposer de récupérer de l'info sur les consommateurs et les vins consommés (cf. indicateurs paragraphe suivant)

Modalité de collecte des données Etudes conduites en mars et octobre de chaque année
Panel représentatif choisi selon l'âge, le genre, l'Etat de résidence, le revenu, ethnie, emploi, fréquence d'achat de vins...
Informations sur le style de vins appréciés, les préférences de saveur, le prix, le contenant
Possibilité de rajouter des questions spécifiques à poser aux personnes interrogées

Prix Interview une fois par an : 10 000 USD
Interview deux fois par an : 15 000 USD

Niveau de couverture spécifique Représentativité conso CHR : 15 000 consommateurs (300 par Etat)

2.1.2. Fiche 2-IRI



IRi

<https://www.iriworldwide.com/en-us/>

STRUCTURE – INFORMATIONS GENERALES

Type d'organisme/société	Panéliste
Taille	5 000 employés
Création, siège, filiale	Siège à Chicago. Bureaux en France, au Royaume-Uni, en Inde, en Australie...
Mission principale	Développement des panels distributeurs en France et à l'étranger. Expert des produits de grande consommation. Réalise des panels afin d'éclairer les entreprises dans le domaine dans lequel elle souhaite avoir plus d'informations
Contact	Eric Marzec, Responsable développement du pôle vin 06 77 33 21 35 eric.marzec@iriworldwide.com
Références	cf site internet IRI, le CNIV est client d'IRI

SERVICES PROPOSES

Types de services	Panel distributeurs – Pas d'informations l'existence d'un panel consommateur sur certain Etat.
Champ d'étude	Off-trade (national et par Etats américain)
Niveau de couverture des vins français	National et région d'origine

ANALYSE DES OUTILS PROPOSES

Type d'outil	Panel distributeurs (essentiellement par échantillonnage)
Périmètre	Tous les Etats

Circuits couverts Off-trade

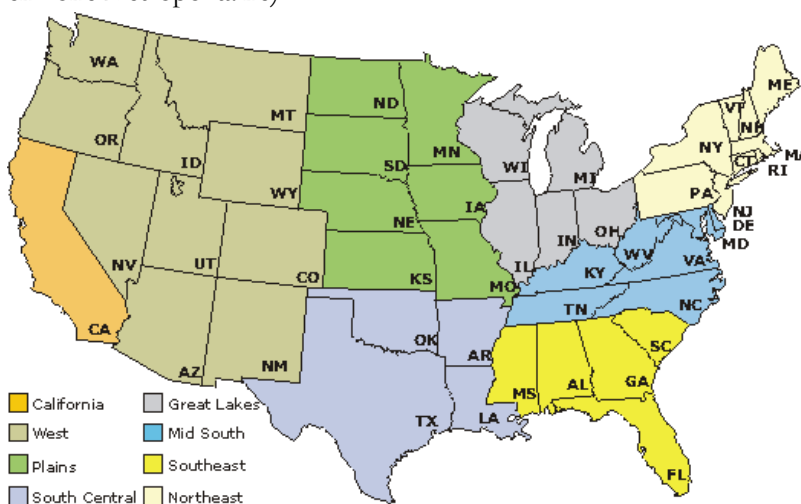
Echantillon d'analyse 4 grands circuits couverts : food, drug, mass and convenience stores (environ 90 établissements couverts)
Pas de possibilité de couvrir les cavistes donc plus de foods et mass pour compenser (gros vendeurs de vins)

Fréquence/récurrence Jusqu'à 6 fois par an

Données disponibles Possibilité de disposer des ventes par (échantillon) :

- Produit
- Marque
- Degré d'alcool
- Couleur
- Segment (tranquille, effervescents, édulcoré, domestique/importé)
- Sucrosité-si disponible-
- Cépages
- Contenant
- Pays et région d'origine (Bourgogne, Bordeaux...les appellations sont parfois indiquées)
- TDP : n'apparaît pas dans l'extraction.

Modalité de collecte des données Découpage en 8 grandes régions (IRI n'évoque pas de découpage possible en zone métropolitaine) :



Indicateurs mesurés Données de ventes issues des caisses de la grande distribution (bons de caisse)

Indicateurs comme poids marché de vins tranquilles, poids vins importés, poids de la France dans ces vins importés, contenants, prix,...

Note : WALMART est inclus dans le circuit MASS (et est codé spécifiquement). COSTCO n'est pas suivi (hors membres ou fournisseurs – peu de transparence sur le sujet)

Prix Entre 200 et 250 000 euros par an selon la récurrence de livraison des données (pas d'offres one-shot)

Niveau de couverture spécifique National, détail national par Etats, détail région française possible, couverture circuits très partielle (que mass, cvs, drugstore... pas liquor store, ni on-trade).
 Couverture limitée (très limitée) 90 PDV (mass market...) pour l'ensemble des USA, pour un total de 350 000 licences retail au niveau de pays

Remarques Pas de relevé d'offres

Exemple magasins suivis

	A	C	D
1	US Key Account Importance		
2	Food, Drug, Mass, Convenience Combined		
3			
4	Time : Latest 52 Weeks Ending 01-24-16		
5	US Key Accounts - Grocery, Drug, Mass, Convenience	TOTAL STORE	
6	Combined	%	Outlet Type
7			
8	Walmart Corp-RMA - Walmart	33,6	WALM
9	Kroger Corp-RMA - Food	11,2	FOOD
10	Target Corp-RMA - Mass	6,5	MASS
11	Walgreens Corp-RMA - Drug	4,4	DRUG
12	Publix Corp-RMA - Food	4,1	FOOD
13	Albertsons Safeway - Safeway Corp-RMA - Food	3,9	FOOD
14	CVS Corp Total-RMA - Drug	3,3	DRUG
15	Ahold Corp-RMA - Food	3,1	FOOD
16	Albertsons Safeway - Albertsons Corp-RMA - Food	2,9	FOOD
17	Delhaize Corp-RMA - Food	2,7	FOOD
18	Wakefern Corp-RMA - Food	1,8	FOOD
19	Associated Wholesale Grocers Total-SRMA - Food	1,8	FOOD
20	Bi-Lo (Southeastern Grocers) Total Corp-RMA - Food	1,5	FOOD
21	Rite Aid Total Corp-RMA - Drug	1,4	DRUG
22	Circle K Corp-RMA - Conv	1,2	CONV
23	Bi-Lo (Southeastern Grocers) Winn Dixie Corp-RMA - Food	1,0	FOOD
24	Hy-Vee Corp-RMA - Food	0,9	FOOD
25	Giant Eagle Corp-RMA - Food	0,9	FOOD
26	Wegmans Corp-RMA - Food	0,9	FOOD
27	Kroger Harris Teeter Total-RMA - Food	0,8	FOOD
28	SUPERVALU Corp Retail-RMA - Food	0,7	FOOD
29	Demoulas-RMA - Food	0,7	FOOD
30	Stater Bros Corp-RMA - Food	0,6	FOOD
31	Save Mart Corp-RMA - Food	0,6	FOOD

Exemple de base

Product	Category Name	Sub-Category Name	Parent Company Name	Manufacturer Name	Major Brand Name	Brand Name	Alcohol %	Non-Alcoholic
27 BELLA SERA PINOT GRIGIO VINE 15 LT - 0085900004241	VINE	IMPORTED TABLE/STILL VINE	EUJ GALLO VNFY	EUJ GALLO VNFY	BELLA SERA	BELLA SERA	12 PERCENT	
28 YELLOW TAIL SHIRAZ VINE 15 LT - 003259008951	VINE	IMPORTED TABLE/STILL VINE	DEUTSCH FAMILY VINE & SPIRITS	DEUTSCH FAMILY VINE & SPIRITS	YELLOW TAIL	YELLOW TAIL	12.5 PERCENT	
29 WOODBRIDGE BY ROBERT MONDAVI PINOT NOIR VINE 15 LT - 0086903003491	VINE	IMPORTED TABLE/STILL VINE	CONSTELLATION BRANDS INC	WOODBRIDGE WINERY	WOODBRIDGE BY ROBERT MONDAVI	WOODBRIDGE BY ROBERT MONDAVI	12.5 PERCENT	
30 YELLOW TAIL SHIRAZ VINE 75 LT - 003259008941	VINE	IMPORTED TABLE/STILL VINE	DEUTSCH FAMILY VINE & SPIRITS	DEUTSCH FAMILY VINE & SPIRITS	YELLOW TAIL	YELLOW TAIL	12 PERCENT	
31 GALLO FAMILY VINEYARDS MOSCATO VINE 15 LT - 0085900005202	VINE	IMPORTED TABLE/STILL VINE	EUJ GALLO VNFY	GALLO FAMILY VINEYARDS	GALLO FAMILY VINEYARDS	GALLO FAMILY VINEYARDS	8.5 PERCENT	
32 CAVIT PINOT GRIGIO VINE 75 LT - 0087878000891	VINE	IMPORTED TABLE/STILL VINE	PALMBA VINI	PALMBA VINI	CAVIT	CAVIT	12 PERCENT	
33 SUTTER HOME PINK MOSCATO VINE 15 LT - 0085200000382	VINE	IMPORTED TABLE/STILL VINE	TRINCHERO FAMILY ESTATES	SUTTER HOME VINERY INC	SUTTER HOME	SUTTER HOME	10 PERCENT	
34 YELLOW TAIL PINOT GRIGIO VINE 75 LT - 003259009071	VINE	IMPORTED TABLE/STILL VINE	DEUTSCH FAMILY VINE & SPIRITS	DEUTSCH FAMILY VINE & SPIRITS	YELLOW TAIL	YELLOW TAIL	12.5 PERCENT	
35 RUFFINO LUMINA PINOT GRIGIO VINE 75 LT - 008308950321	VINE	IMPORTED TABLE/STILL VINE	CONSTELLATION BRANDS INC	CONSTELLATION BRANDS INC	RUFFINO LUMINA	RUFFINO LUMINA	12 PERCENT	
36 IL CONTE STELLA ROSA STELLA BLACK VINE 75 LT - 0087872633361	VINE	IMPORTED TABLE/STILL VINE	MADDALENA BRANDS	MADDALENA BRANDS	STELLA ROSA	IL CONTE STELLA ROSA	5 PERCENT	
37 SCHMITT SOHNE RIESLING VINE 75 LT - 088847408201	VINE	IMPORTED TABLE/STILL VINE	H SCHMITT SOEHNE INC	H SCHMITT SOEHNE INC	SCHMITT SOHNE	SCHMITT SOHNE	9 PERCENT	
38 CASTELLO DEL POGGIO MOSCATO VINE 75 LT - 0878783002261	VINE	IMPORTED TABLE/STILL VINE	ZONINUS A	ZONINUS A	CASTELLO DEL POGGIO	CASTELLO DEL POGGIO	7 PERCENT	
39 18 CRIMES RED BLEND VINE 75 LT - 0012354000391	VINE	IMPORTED TABLE/STILL VINE	TREASURY VINE ESTATES	TVE IMP	OTHER TVE IMP	18 CRIMES	12 PERCENT	
40 BLACK BOX WINES PINOT GRIGIO VINE 3 LT - 0081934000222	VINE	IMPORTED TABLE/STILL VINE	CONSTELLATION BRANDS INC	BLACK BOX WINES LLC	BLACK BOX WINES	BLACK BOX WINES	12 PERCENT	
41 DON MIGUEL GASCON MALBEC VINE 75 LT - 00859000061941	VINE	IMPORTED TABLE/STILL VINE	EUJ GALLO VNFY	EUJ GALLO VNFY	DON MIGUEL GASCON	DON MIGUEL GASCON	14.2 PERCENT	
42 SCHMITT SOHNE RELAX RIESLING VINE 75 LT - 0888474022401	VINE	IMPORTED TABLE/STILL VINE	H SCHMITT SOEHNE INC	H SCHMITT SOEHNE INC	SCHMITT SOHNE RELAX	SCHMITT SOHNE RELAX	9 PERCENT	
43 MATUA VALLEY SAUVIGNON BLANC VINE 75 LT - 0085919598021	VINE	IMPORTED TABLE/STILL VINE	TREASURY VINE ESTATES	FOSTERS VINE ESTATES	MATUA VALLEY	MATUA VALLEY	12 PERCENT	
44 YELLOW TAIL PINOT GRIGIO VINE 15 LT - 0032590090721	VINE	IMPORTED TABLE/STILL VINE	DEUTSCH FAMILY VINE & SPIRITS	DEUTSCH FAMILY VINE & SPIRITS	YELLOW TAIL	YELLOW TAIL	12.5 PERCENT	
45 BARTEMIJA MOSCATO VINE 75 LT - 0087782005641	VINE	IMPORTED TABLE/STILL VINE	ROYAL VINE CORP	ROYAL VINE CORP	ALL ROYAL VINE CORP	BARTEMIJA	5 PERCENT	
46 MEZZACORONA PINOT GRIGIO VINE 15 LT - 0097241898094	VINE	IMPORTED TABLE/STILL VINE	PRESTIGE VINE GRP	PRESTIGE VINE GRP	MEZZACORONA	MEZZACORONA	12 PERCENT	
47 CONCHA TORO CASILLERO DEL DIABLO CABERNET SAUVIGNON VINE 75 LT - 001234919911	VINE	IMPORTED TABLE/STILL VINE	EXCELSIOR VINE & SPIRITS	EXCELSIOR VINE & SPIRITS	CONCHA TORO CASILLERO DEL DIABLO	CONCHA TORO CASILLERO DEL DIABLO	12.5 PERCENT	
48 LOUIS JADOT BEAUJOLAIS VILLAGES VINE 75 LT - 0084624000541	VINE	IMPORTED TABLE/STILL VINE	KOBRAND CORP	KOBRAND CORP	LOUIS JADOT	LOUIS JADOT	12.5 PERCENT	

Alcoholic Vs. Non-Alcoholic	Color	Drgness	Flavor / Scent	Package	Product Type	Total Coun	Geograph. Reference	Region	Total Liters
13 PERCENT	WHITE	VALUE NOT AVAILABLE	SAUVIGNON BLANC	GLASS BOTTLE	WINE	1,00	NEW ZEALAND	MARLBOROUGH	0,75
13.5 PERCENT	WHITE	VALUE NOT AVAILABLE	CHARDONNAY	GLASS BOTTLE	WINE	1,00	AUSTRALIA	SOUTHEASTERN AUSTRALIA	1,50
13.5 PERCENT	WHITE	VALUE NOT AVAILABLE	SAUVIGNON BLANC	GLASS BOTTLE	WINE	1,00	NEW ZEALAND	MARLBOROUGH	0,75
12.5 PERCENT	WHITE	VALUE NOT AVAILABLE	SAUVIGNON BLANC	GLASS BOTTLE	WINE	1,00	NEW ZEALAND	MARLBOROUGH	0,75
8 PERCENT	RED	VALUE NOT AVAILABLE	LAMBRUSCO	GLASS BOTTLE	WINE	1,00	ITALY	EMILIA IGT	1,50
7 PERCENT	RED	VALUE NOT AVAILABLE	ROSSO DOLCE	GLASS BOTTLE	WINE	1,00	ITALY	ROSSO PROVINCIA DI PAVIA IGT	0,75
5.5 PERCENT	RED	VALUE NOT AVAILABLE	IL CONTE D ALBA ROSSO	GLASS BOTTLE	WINE	1,00	ITALY	VALUE NOT AVAILABLE	0,75
12.5 PERCENT	RED	DRY	CABERNET SAUVIGNON	BAG IN BOX	WINE	1,00	SPAIN	VALUE NOT AVAILABLE	5,00
13.5 PERCENT	WHITE	VALUE NOT AVAILABLE	CHARDONNAY	GLASS BOTTLE	WINE	1,00	AUSTRALIA	SOUTHEASTERN AUSTRALIA	0,75
13 PERCENT	WHITE	VALUE NOT AVAILABLE	PINOT GRIGIO	GLASS BOTTLE	WINE	1,00	ITALY	TRENTINO DOC	0,75
13 PERCENT	RED	VALUE NOT AVAILABLE	MERLOT	GLASS BOTTLE	WINE	1,00	AUSTRALIA	SOUTHEASTERN AUSTRALIA	1,50
13 PERCENT	RED	VALUE NOT AVAILABLE	CABERNET SAUVIGNON	GLASS BOTTLE	WINE	1,00	AUSTRALIA	SOUTHEASTERN AUSTRALIA	0,75
13 PERCENT	RED	VALUE NOT AVAILABLE	CABERNET SAUVIGNON	GLASS BOTTLE	WINE	1,00	AUSTRALIA	SOUTHEASTERN AUSTRALIA	1,50
15 PERCENT	RED	DRY	FRONTERA	GLASS BOTTLE	WINE	1,00	CHILE	VALLE CENTRAL	1,50
13 PERCENT	RED	VALUE NOT AVAILABLE	MERLOT	GLASS BOTTLE	WINE	1,00	AUSTRALIA	SOUTHEASTERN AUSTRALIA	0,75
12 PERCENT	WHITE	VALUE NOT AVAILABLE	PINOT GRIGIO	GLASS BOTTLE	WINE	1,00	ITALY	DELLE VENEZIE IGT	1,50
13.5 PERCENT	RED	VALUE NOT AVAILABLE	SHIRAZ	GLASS BOTTLE	WINE	1,00	AUSTRALIA	SOUTHEASTERN AUSTRALIA	1,50
12.5 PERCENT	RED	VALUE NOT AVAILABLE	PINOT NOIR	GLASS BOTTLE	WINE	1,00	FRANCE	VIN DE PAYS DOC	1,50
13 PERCENT	RED	VALUE NOT AVAILABLE	SHIRAZ	GLASS BOTTLE	WINE	1,00	AUSTRALIA	SOUTHEASTERN AUSTRALIA	0,75
9.5 PERCENT	WHITE	VALUE NOT AVAILABLE	MOSCATO	GLASS BOTTLE	WINE	1,00	AUSTRALIA	SOUTHEASTERN AUSTRALIA	1,50
12 PERCENT	WHITE	VALUE NOT AVAILABLE	PINOT GRIGIO	GLASS BOTTLE	WINE	1,00	ITALY	DELLE VENEZIE IGT	0,75
10 PERCENT	BLUSH	SEMSWEET	PINK MOSCATO	GLASS BOTTLE	WINE	1,00	ARGENTINA	VALUE NOT AVAILABLE	1,50
12.5 PERCENT	WHITE	VALUE NOT AVAILABLE	PINOT GRIGIO	GLASS BOTTLE	WINE	1,00	AUSTRALIA	SOUTHEASTERN AUSTRALIA	0,75
12 PERCENT	WHITE	VALUE NOT AVAILABLE	PINOT GRIGIO	GLASS BOTTLE	WINE	1,00	ITALY	DELLE VENEZIE IGT	0,75
5 PERCENT	RED	SEMSWEET	STELLA BLACK	GLASS BOTTLE	WINE	1,00	ITALY	VALUE NOT AVAILABLE	0,75
9 PERCENT	WHITE	SEMI DRY	RIESLING	GLASS BOTTLE	WINE	1,00	GERMANY	VALUE NOT AVAILABLE	0,75
7 PERCENT	WHITE	SWEET	MOSCATO	GLASS BOTTLE	WINE	1,00	ITALY	PROVINCIA DI PAVIA IGT	0,75
13 PERCENT	RED	VALUE NOT AVAILABLE	RED WINE	GLASS BOTTLE	WINE	1,00	AUSTRALIA	SOUTHEASTERN AUSTRALIA	0,75
13 PERCENT	WHITE	VALUE NOT AVAILABLE	PINOT GRIGIO	BAG IN BOX	WINE	1,00	ITALY	DELLE VENEZIE IGT	3,00
14.2 PERCENT	RED	VALUE NOT AVAILABLE	MALBEC	GLASS BOTTLE	WINE	1,00	ARGENTINA	MENDOZA	0,75
9 PERCENT	WHITE	VALUE NOT AVAILABLE	RIESLING	GLASS BOTTLE	WINE	1,00	GERMANY	MOSEL	0,75
13 PERCENT	WHITE	VALUE NOT AVAILABLE	SAUVIGNON BLANC	GLASS BOTTLE	WINE	1,00	NEW ZEALAND	MARLBOROUGH	0,75
12.5 PERCENT	WHITE	VALUE NOT AVAILABLE	PINOT GRIGIO	GLASS BOTTLE	WINE	1,00	AUSTRALIA	SOUTHEASTERN AUSTRALIA	1,50
5 PERCENT	WHITE	VALUE NOT AVAILABLE	MOSCATO	GLASS BOTTLE	WINE	1,00	ITALY	PROVINCIA DI PAVIA IGT	0,75
12 PERCENT	WHITE	VALUE NOT AVAILABLE	PINOT GRIGIO	GLASS BOTTLE	WINE	1,00	ITALY	VALUE NOT AVAILABLE	1,50
13.5 PERCENT	RED	VALUE NOT AVAILABLE	CABERNET SAUVIGNON	GLASS BOTTLE	WINE	1,00	CHILE	DO MAIPO VALLEY	0,75
12.5 PERCENT	RED	VALUE NOT AVAILABLE	BEAUJOLAIS VILLAGE	GLASS BOTTLE	WINE	1,00	FRANCE	0,75

2.1.3. Fiche 3- KantarWorldPanel

KANTAR WORLD PANEL

KANTAR WORLD PANEL

<https://www.kantarworldpanel.com/>

STRUCTURE – INFORMATIONS GENERALES

Type d'organisme/société	Panéliste
Taille	3500 employés
Création, siège, filiale	Création en 1997. Siège à Barcelone. Groupe Kantar.
Mission principale	<p>C'est l'expert mondial du comportement des acheteurs. Grâce à une surveillance continue, Kantar Worldpanel inspire les décisions prises par les propriétaires de marques, les détaillants, les analystes de marché et les organisations gouvernementales et ce, sur l'ensemble du monde.</p> <p>Plus spécifiquement, et avec un panel dédié, Kantar Worldpanel mesure l'achat et la consommation de produits alimentaires et de boissons en dehors du domicile en Amérique du Nord, Europe, Asie et Amérique Latine.</p>
Contact	<p>Cécile Olivier, Knowledge Director (France) 01 30 74 82 77</p> <p>Maria Josep Martínez-Abarca, Global Director of Out-of-Home & Usage Food Panels (USA)</p>
Références	Site internet Kantar. De nombreux organismes nationaux s'appuient sur leurs données.

SERVICES PROPOSES

Types de services	Panel consommateurs
Niveau de couverture des vins français	A définir avec le client

ANALYSE DES OUTILS PROPOSES

Type d'outil	Panel consommateurs
Périmètre	Périmètre à définir avec le client
Circuits couverts	Interviews de consommateurs donc les lieux d'achat peuvent faire partie de questionnaire.
Données disponibles	
Indicateurs mesurés	Les données disponibles seront fonction des questions posées et du budget
Echantillon d'analyse	Les données recueillies comprennent des informations démographiques sur le consommateur final, l'endroit où l'achat a été effectué et le prix payé. Ce qui est réalisé pour la France représente la mesure des possibilités.
Fréquence/réurrence	A définir
Modalité de collecte des données	La consommation des répondants est suivie grâce à la technologie smartphone, afin de suivre leur consommation en temps réel jour par jour, toute l'année, directement sur le lieu d'achat
Prix	En centaine de milliers EUR
Remarques	Les services de Kantar sont bien connus de FranceAgriMer et du CNIV

2.1.4. Fiche 4 - Nielsen



Nielsen

<http://www.nielsen.com/ssa/en.html>

STRUCTURE – INFORMATIONS GENERALES

Type d'organisme/société	Panéliste
Taille	43 000 salariés
Création, siège, filiale	Siège à New York. Entreprise présentes dans plus de 100 pays (bureaux à Paris, Londres...)
Missions	Analyses de marchés et base de données sur toute la filière vins & spiritueux. Etudes sur plus de 100 pays : suivi de plus d'un million de points de vente (soit les achats de plus de 250 000 foyers). Mission : Mesurer et analyser des données afin de répondre aux problématiques des entreprises dans diverses industries
Contact	Baudouin de Vautibault, Business Development Manager Office: +33 (1) 34 41 46 97 // Mobile : +33 (6) 10 53 62 50 baudouin.devautibault@nielsen.com
Références	En collaboration avec CGA (Ils font le Off-trade et CGA le on-trade)

SERVICES PROPOSES

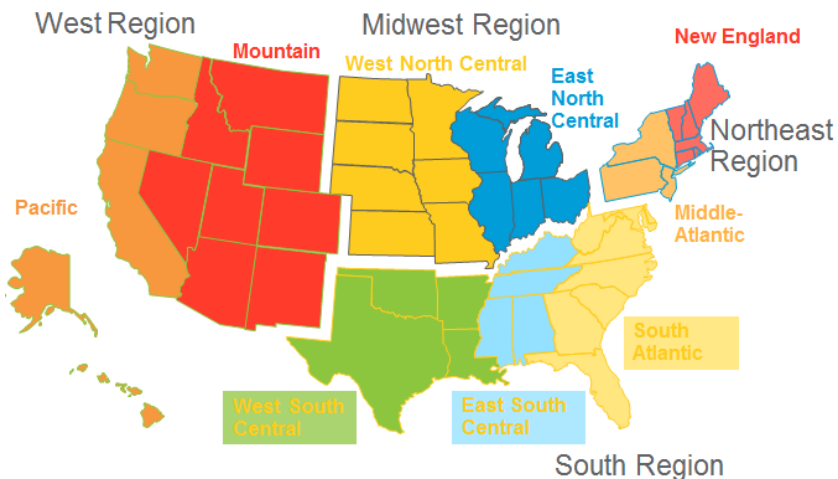
Types de services	Panel distributeurs
Champ d'étude	Off-trade
Niveau de couverture des vins français	National, National détaillé par région d'origine

ANALYSE DES OUTILS PROPOSES

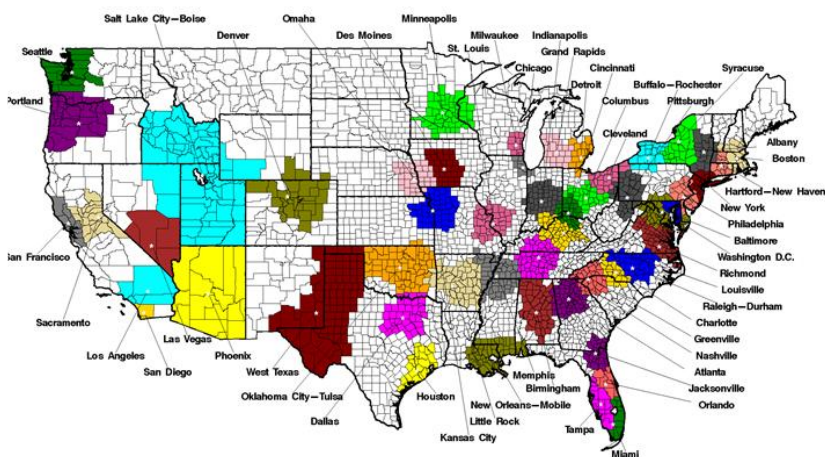
Type d'outil Panel distributeurs (bons de caisse)

Périmètre Décomposition par régions :

US CENSUS: FOUR REGIONS & NINE DIVISIONS



NIELSEN TOTAL U.S. 52 SCANTRACK® MARKETS



Circuits couverts Total USA (possibilité de détail par circuit off)

Fréquence/réurrence Données de 2017 et 2018 – Réurrence annuelle

- Données disponibles**
- Nom du vin sur l'étiquette
 - Producteur
 - Enseigne
 - Volume du contenant
 - Type de contenant et packaging
 - Catégorie de vin
 - Couleur

	<ul style="list-style-type: none"> - Style si effervescent (brut, demi-sec...) - Cépages - Appellations / régions de production - Mentions spéciales (BIO...) - Prix en USD, analysable en TDP
Modalité de collecte des données	<p>Décomposition des distributeurs (bons de caisse-census) entre :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Détaillants (nourriture) - Groupements de détaillants (magasins)
Indicateurs mesurés	<p>Rassemblement des données pour les magasins de vente au détail :</p> <ul style="list-style-type: none"> > Analyses des ventes aux consommateurs (par bons de caisse TTC) > Prix au détail > Regroupement des données via le code UPC <p>Intervention des auditeurs de Nielsen sur le terrain :</p> <ul style="list-style-type: none"> > Vins français présents (détail régional) > Lieux d'achat des vins (panel distributeurs) > Relevés des informations principales (niveaux des stocks, mises en avant...) <p>Relevés dans 8 000 magasins par semaine qui permettent d'obtenir 4 informations principales : agglomération des données, liens de causalité, sondages personnalisés, codes UPC. "photo du rayon"</p> <p>Analyse des publicités :</p> <ul style="list-style-type: none"> > Toutes celles présentes chez les détaillants > Les publicités (codifiées par faits ABC) <p>→ En tout, environ 1,5 million de publicités</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pour chaque publicité, Nielsen collecte : - Lieu d'apparition de la publicité - Le nom du magasin commanditaire - Semaine de publication de la publicité - UPC code des produits concernés - Le prix des produits - L'élément qui domine sur la page... <p>Transparence partielle sur les Etats couverts et le détail par origine des vins et ainsi globalement la couverture</p>
Niveau de couverture spécifique	<p>National, national découpé en 8 groupes d'Etats, détail région d'origine (à travailler/clarifier), circuits off-trade (essentiellement food)</p> <p>Représentativité : peu transparent</p>
Remarques	<p>Pas de relevé d'offres</p>

Proposition de 4 options selon le niveau de détails requis :

OPTION	Marché	Produits	Données	Période	Prix
OPTION 1	Total USA (40% car pas de suivi des CHR et des liquor stores)	Par origine nationale (total et France)	Ventes en volume Ventes en valeur + Autres données: Part de marché, Prix moyen, croissance & évolution	MAT 2017 MAT 2018	1 649€
OPTION 2	Total USA et sur les 5 plus grandes enseignes du pays	Par origine nationale (total et France)	Ventes en volume Ventes en valeur + Autres données: Part de marché, Prix moyen, croissance & évolution	MAT 2017 MAT 2018	6 094€
OPTION 3	Total USA et détail avec toutes les enseignes	Par origine nationale (total et France)	Ventes en volume Ventes en valeur + Autres données: Part de marché, Prix moyen, croissance & évolution	MAT 2017 MAT 2018	9 521€
OPTION 4	Total USA et détail avec toutes les enseignes	Par origine nationale (détail par pays d'origine)	Ventes en volume Ventes en valeur + Autres données: Part de marché, Prix moyen, croissance & Point Change	MAT 2017 MAT 2018	18 154€

Informations supplémentaires	
Données additionnelles (répartition numérique ou pondérée)	Ajouter 10% à l'option sélectionnée par donnée en plus
Divisé par période	Ajouter 45% à l'option sélectionnée
Divisé par chaînes (si disponible)	Ajouter 50% à l'option sélectionnée
2 ^e livraison, 4 livraisons	2 livraisons : Ajouter 40% au prix de la première livraison 4 livraisons : Ajouter 110% au prix de la 1 ^{ère} livraison

Extraits de base

	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U
1	INDUSTRY VINE TYPE	CONTAINÉ	GROWING AREA	ORGANIC CLAIM	PACKAGE GENER	PACKAGE MATERIAL SBT	PACKAGE TOP OPE	VINEYARD DESIGN	VINE NAME ON LABEL	YEARS AGE	VINE UPC F
2	CABERNET SAUVIGNON	GLASS	PAYS D'OC	NOT STATED		GLASS	SCREW CAP	NOT STATED	CB SV	NOT STATED	\$5.00 - \$5.99
3	MERLOT	GLASS	VIN DE PAYS D'OC	NOT STATED		GLASS	SCREW CAP	NOT STATED	MPRL	NOT STATED	\$5.00 - \$5.99
4	ROSE	GLASS	LOIRE	NOT STATED		GLASS	SCREW CAP	NOT STATED	ROSE	NOT STATED	\$9.00 - \$10.99
5	RED	GLASS	NOT STATED	NOT STATED		GLASS	SCREW CAP	NOT STATED	ROUGE	NOT STATED	\$5.00 - \$5.99
6	SAUVIGNON BLANC	GLASS	LOIRE VLY	NOT STATED		GLASS	SCREW CAP	NOT STATED	SV BLANC	NOT STATED	\$12.00 - \$12.99
7	ROSE SHRAH ZISYRAH	GLASS	COSTIERS DE NIMES	NOT STATED		GLASS	CORK	NOT STATED	SVR VRMMT	NOT STATED	\$15.00 - \$19.99
8	GRENAICHE SYRAH MOURVEDRE	GLASS	LANGUEDOC	NOT STATED		GLASS	CORK	NOT STATED	GRN SVR MRV CARIGNAN	NOT STATED	\$14.00 - \$14.99
9	SPARKLING ALL OTHER			NOT STATED	BOTTLE		CORK	NOT STATED	WHITE	NOT STATED	\$15.00 - \$19.99
10	CABERNET SAUVIGNON	GLASS	NOT STATED	NOT STATED		GLASS	SCREW CAP	NOT STATED	CB SV	3 YEAR	\$14.00 - \$14.99
11	SHRAH ZISYRAH	GLASS	SARAT JOSEPH	NOT STATED		GLASS	CORK	NOT STATED	LOT 115 SVR	NOT STATED	\$13.00 - \$13.99
12	SHRAH ZISYRAH GRENAICHE MOU	GLASS	LANGUEDOC	NOT STATED		GLASS	CORK	NOT STATED	LOT 21 SVR GRN MRV	NOT STATED	\$9.00 - \$9.99
13	RED	GLASS	COTES DU RHONE	NOT STATED		GLASS	CORK	NOT STATED	LOT 30	NOT STATED	\$9.00 - \$9.99
14	ROSE	GLASS	LANGUEDOC	NOT STATED		GLASS	CORK	NOT STATED	LOT 33 ROSE	NOT STATED	\$9.00 - \$10.99
15	WHITE	GLASS	LANGUEDOC	NOT STATED		GLASS	CORK	NOT STATED	LOT 85 VRMV	NOT STATED	\$9.00 - \$9.99
16	WHITE	GLASS	LOIRE VLY SANCERRE	NOT STATED		GLASS	CORK	NOT STATED	LOT 93	NOT STATED	\$15.00 - \$19.99
17	SAUVIGNON BLANC	GLASS	COTE AUX D AIEN EN PROVENCE	NOT STATED		GLASS	CORK	NOT STATED	LOT 118 SV BLANC	NOT STATED	\$14.00 - \$14.99
18	ROSE	GLASS	COTE AUX D AIEN EN PROVENCE	NOT STATED		GLASS	CORK	NOT STATED	LOT 124 ROSE	NOT STATED	\$11.00 - \$11.99
19	SANCERRE	GLASS	LOIRE VLY SANCERRE	NOT STATED		GLASS	CORK	NOT STATED	LOT 126	NOT STATED	\$15.00 - \$19.99
20	ROSE	GLASS	OTS D'PY	NOT STATED		GLASS	CORK	NOT STATED	ROSE	NOT STATED	\$15.00 - \$19.99
21	SPARKLING ALL OTHER			NOT STATED	BOTTLE		CORK	NOT STATED	CHAMPAGNE PREMIER CRU	NOT STATED	\$30.00 +
22	SPARKLING ALL OTHER			NOT STATED	BOTTLE		CORK	NOT STATED	CHAMPAGNE PREMIER CRU	NOT STATED	\$30.00 +
23	SPARKLING ALL OTHER			NOT STATED	BOTTLE		CORK	NOT STATED	CHAMPAGNE PREMIER CRU	NOT STATED	\$30.00 +
24	SPARKLING ALL OTHER			NOT STATED	BOTTLE		CORK	NOT STATED	CHAMPAGNE PREMIER CRU	NOT STATED	\$30.00 +
25	SPARKLING ROSE			NOT STATED	BOTTLE		CORK	NOT STATED	ROSE CHAMPAGNE	NOT STATED	\$30.00 +
26	SPARKLING BLANC DE BLANC			NOT STATED	BOTTLE		CORK	NOT STATED	CHAMPAGNE B-DB	NOT STATED	\$30.00 +
27	SPARKLING ALL OTHER			NOT STATED	BOTTLE		CORK	NOT STATED	WHITE	NOT STATED	\$13.00 - \$13.99
28	BEAUJOLAIS VILAGE	GLASS	BEAUJOLAIS			GLASS			BEAUJOLAIS VILGS	NOT STATED	\$13.00 - \$13.99
29	CABERNET SAUVIGNON	GLASS				GLASS			CB SV	NOT STATED	\$14.00 - \$14.99
30	CHARDONNAY	GLASS				GLASS			CHARDONNAY	NOT STATED	\$14.00 - \$14.99
31	GEURZTRAMINER	GLASS	ALSACE			GLASS			GEURZTRAMINER	NOT STATED	\$30.00 +
32	MERLOT CABERNET SAUVIGNON	GLASS	BORDEAUX	NOT STATED		GLASS		NOT STATED	LES VIGNES DU SOIR	NOT STATED	\$5.00 - \$5.99
33	RED	GLASS	LIMOUX	NOT STATED		GLASS		NOT STATED	RED	NOT STATED	\$5.00 - \$5.99
34	MUSCAT	GLASS	NOT STATED	NOT STATED		GLASS		NOT STATED	MOELLEUX MUSCAT	NOT STATED	\$10.00 - \$10.99
35	SPARKLING ALL OTHER			NOT STATED	BOTTLE		CORK	NOT STATED	CHAMPAGNE WHITE	NOT STATED	\$15.00 - \$19.99
36	RED	GLASS	COTES DU RHONE	NOT STATED		GLASS	SCREW CAP	NOT STATED	RED	NOT STATED	\$30.00 +
37	WHITE	GLASS	COTES DU RHONE	NOT STATED		GLASS	SCREW CAP	NOT STATED	WHITE	2 YEAR	\$9.00 - \$9.99
38	GRENAICHE SYRAH MOURVEDRE	GLASS	CHATEAU NEUF DU PAPE RHONE	NOT STATED		GLASS	CORK	NOT STATED	ISABELLE GRN SVR MRV	NOT STATED	\$30.00 +
39	PINOT NOIR	GLASS	BHON BURGUNDY	NOT STATED		GLASS	CORK	NOT STATED	BELLE CANAILLE PINOT NOIR	NOT STATED	\$20.00 - \$24.99
40	WHITE	GLASS	LOUPIAC	NOT STATED		GLASS	CORK	NOT STATED	WHITE	NOT STATED	\$15.00 - \$19.99
41	PINOT GRIGIO	GLASS	DELLE VENEZIE	NOT STATED		GLASS		NOT STATED	PINOT GRIGIO	NOT STATED	\$7.00 - \$7.99
42	ASSORTED	GLASS	BORDEAUX	NOT STATED		GLASS	CORK	NOT STATED	ASSORTED	NOT STATED	\$7.00 - \$7.99
43	GEURZTRAMINER	GLASS	ALSACE	NOT STATED		GLASS	SCREW CAP	NOT STATED	GEURZTRAMINER	NOT STATED	\$15.00 - \$19.99
44	PINOT BLANC	GLASS	ALSACE	NOT STATED		GLASS	CORK	NOT STATED	PINOT BLANC	NOT STATED	\$10.00 - \$11.99
45	PINOT GRIS	GLASS	ALSACE	NOT STATED		GLASS	CORK	NOT STATED	PINOT GRIS	NOT STATED	\$12.00 - \$12.99
46	RIESLING	GLASS	ALSACE	NOT STATED		GLASS	CORK	NOT STATED	RIESLING	NOT STATED	\$10.00 - \$10.99

AGREX CONSULTING®

14 rue de Tournelles - 51100 Reims Tél : 03 26 24 85 06 / 06 86 56 97 71

bbechet@agrexconsulting.fr www.agrexconsulting.fr

A	B	C	D	E	F	G	
1	CMPT FR CB-S RED IDT 750 ML	MANUFACTURER	BRAND	BASE DESCRIPTION	BASE SIZE	BRAND FAMILY	CATEGORY
2	CMPT FR MFLY RED IDT 750 ML	IVEX MARKETING & SALES INC	'COMPLIMENTS.'	CMPT FR CB-S RED IDT	750 MILLITERS	COMPLIMENTS	IMPORTED DRY TABLE
3	1749 FR RSE BLS IDT 750 ML	BRONCO WINE COMPANY	'COMPLIMENTS.'	CMPT FR MFLY RED IDT	750 MILLITERS	COMPLIMENTS	IMPORTED DRY TABLE
4	1749 FR RG RED IDT 750 ML	BRONCO WINE COMPANY		1749 FR RSE BLS IDT	750 MILLITERS		1749 IMPORTED DRY TABLE
5	1749 FR SV-B VT IDT 750 ML	BRONCO WINE COMPANY		1749 FR RG RED IDT	750 MILLITERS		1749 IMPORTED DRY TABLE
6	1749 FR SV-B VT IDT 750 ML	BRONCO WINE COMPANY		1749 FR SV-B VT IDT	750 MILLITERS		1749 IMPORTED DRY TABLE
7	1753 CMGT FR SYR VRMMT BLS IDT 750	DREYFUS ASHEY & CO	1753 CAMPUGET	1753 CMGT FR SYR VRMMT BLS I	750 MILLITERS	1753 CAMPUGET	IMPORTED DRY TABLE
8	47 FR GSMC RED IDT 750 ML	EAGLE EYE BRANDS		47 FR GSMC RED IDT	750 MILLITERS		47 IMPORTED DRY TABLE
9	49M IM VT WT BR SP 750 ML	DOMAINES AND APPELLATIONS 49M		49M IM VT WT BR SP	750 MILLITERS	49M	SPARKLING WINE
10	59 PRIME FR CB-S RED IDT 750 ML	MAISON IADIART	59 PRIME	59 PRIME FR CB-S RED IDT	750 MILLITERS	59 PRIME	IMPORTED DRY TABLE
11	90C FR L115-SYR RED IDT 750 ML	NINETY • CELLARS	90 • CELLARS	90C FR L115-SYR RED IDT	750 MILLITERS	NINETY • CELLARS	IMPORTED DRY TABLE
12	90C FR LOT 21 SG-MV RED IDT 750 ML	NINETY • CELLARS	90 • CELLARS	90C FR LOT 21 SG-MV RED IDT	750 MILLITERS	NINETY • CELLARS	IMPORTED DRY TABLE
13	90C FR LOT 30 RED IDT 750 ML	NINETY • CELLARS	90 • CELLARS	90C FR LOT 30 RED IDT	750 MILLITERS	NINETY • CELLARS	IMPORTED DRY TABLE
14	90C FR LOT 33 RSE BLS IDT 750 ML	NINETY • CELLARS	90 • CELLARS	90C FR LOT 33 RSE BLS IDT	750 MILLITERS	NINETY • CELLARS	IMPORTED DRY TABLE
15	90C FR LOT 65 VRMMY VT IDT 750 ML	NINETY • CELLARS	90 • CELLARS	90C FR LOT 65 VRMMY VT IDT	750 MILLITERS	NINETY • CELLARS	IMPORTED DRY TABLE
16	90C FR LOT 69 RS VT IDT 750 ML	NINETY • CELLARS	90 • CELLARS	90C FR LOT 69 RS VT IDT	750 MILLITERS	NINETY • CELLARS	IMPORTED DRY TABLE
17	90C FR LOT 119 SV-B RS VT IDT 750 ML	NINETY • CELLARS	90 • CELLARS	90C FR LOT 119 SV-B RS VT IDT	750 MILLITERS	NINETY • CELLARS	IMPORTED DRY TABLE
18	90C FR LOT 124 RSE BLS IDT 750 ML	NINETY • CELLARS	90 • CELLARS	90C FR LOT 124 RSE BLS IDT	750 MILLITERS	NINETY • CELLARS	IMPORTED DRY TABLE
19	90C FR LOT 126 RED IDT 750 ML	NINETY • CELLARS	90 • CELLARS	90C FR LOT 126 RED IDT	750 MILLITERS	NINETY • CELLARS	IMPORTED DRY TABLE
20	A PROPOS FR RSE CLS BLS IDT 750 M	PRESTIGE BEVERAGE GROUP	A PROPOS	A PROPOS FR RSE CLS BLS IDT	750 MILLITERS	A PROPOS	IMPORTED DRY TABLE
21	A MRGN IM CHPRCU BR SP 375 ML	SKURNIK WINES	A, MARGAINE	A MRGN IM CHPRCU BR SP	375 MILLITERS	A, MARGAINE	SPARKLING WINE
22	A MRGN IM CHPRCU BR SP 750 ML	SKURNIK WINES	A, MARGAINE	A MRGN IM CHPRCU BR SP	750 MILLITERS	A, MARGAINE	SPARKLING WINE
23	A MRGN IM CHPRCU DSC SP 375 ML	SKURNIK WINES	A, MARGAINE	A MRGN IM CHPRCU DSC SP	375 MILLITERS	A, MARGAINE	SPARKLING WINE
24	A MRGN IM CHPRCU VT DSC SP 750 ML	SKURNIK WINES	A, MARGAINE	A MRGN IM CHPRCU VT DSC SP	750 MILLITERS	A, MARGAINE	SPARKLING WINE
25	A MRGN IM RSE CHM BR SP 750 ML	SKURNIK WINES	A, MARGAINE	A MRGN IM RSE CHM BR SP	750 MILLITERS	A, MARGAINE	SPARKLING WINE
26	A-R-L IM CHM B-DB VT BR SP 750 ML	JULIENNE IMPORTING CO	A, R, LENOBLE	A-R-L IM CHM B-DB VT BR SP	750 MILLITERS	A, R, LENOBLE	SPARKLING WINE
27	ABAR IM VT WT BR SP 750 ML	ADMIRAL WINE & LIQUOR CO	ABARBANEL	ABAR IM VT WT BR SP	750 MILLITERS	ABARBANEL	SPARKLING WINE
28	ABAR FR BJ VLG RED IDT 750 ML	ADMIRAL WINE & LIQUOR CO	ABARBANEL	ABAR FR BJ VLG RED IDT	750 MILLITERS	ABARBANEL	IMPORTED DRY TABLE
29	ABAR FR CB-S RED IDT 750 ML	ADMIRAL WINE & LIQUOR CO	ABARBANEL	ABAR FR CB-S RED IDT	750 MILLITERS	ABARBANEL	IMPORTED DRY TABLE
30	ABAR FR CHRD VT IDT 750 ML	ADMIRAL WINE & LIQUOR CO	ABARBANEL	ABAR FR CHRD VT IDT	750 MILLITERS	ABARBANEL	IMPORTED DRY TABLE
31	ABAR FR GVRZT VT IDT 750 ML	ADMIRAL WINE & LIQUOR CO	ABARBANEL	ABAR FR GVRZT VT IDT	750 MILLITERS	ABARBANEL	IMPORTED DRY TABLE
32	AYDSTF FR LSGVNDUS RED IDT 750 M	ACADIA IMPORTS	ABBEY DE ST FERME	AYDSTF FR LSGVNDUS RED IDT	750 MILLITERS	ABBEY DE ST FERME	IMPORTED DRY TABLE
33	AYOS-H FR RED IDT 750 ML	JACK POUST & COMPANY INC	ABBEY OF SAINT-HILAIRE	AYOS-H FR RED IDT	750 MILLITERS	ABBEY OF SAINT-HILAIRE	IMPORTED DRY TABLE
34	ABELLON FR MLX MSC2 VT IDT 750 M	VIGNOBLES LYDH USA	ABELLON	ABELLON FR MLX MSC2 VT IDT	750 MILLITERS	ABELLON	IMPORTED DRY TABLE
35	ABL-CHL IM CHM VT WT BR SP 750 ML	THE BRIGHT RAVEN	ABEL CHARLOT	ABL-CHL IM CHM VT WT BR SP	750 MILLITERS	ABEL CHARLOT	SPARKLING WINE
36	ABL CLMT FR RED RED IDT 750 ML	LOW COUNTRY IMPORTS	ABEL CLEMENT	ABL CLMT FR RED RED IDT	750 MILLITERS	ABEL CLEMENT	IMPORTED DRY TABLE
37	ABL CLMT FR VT WT IDT 750 ML	LOW COUNTRY IMPORTS	ABEL CLEMENT	ABL CLMT FR VT WT IDT	750 MILLITERS	ABEL CLEMENT	IMPORTED DRY TABLE
38	ADISSAT FR ISBL GSM RED IDT 750 M	SERGE DORE SELECTIONS LTD	ADISSAT	ADISSAT FR ISBL GSM RED IDT	750 MILLITERS	ADISSAT	IMPORTED DRY TABLE
39	AEGERTER FR B-CLE P-N RED IDT 750	MISA IMPORTS INC	AEGERTER	AEGERTER FR B-CLE P-N RED IC	750 MILLITERS	AEGERTER	IMPORTED DRY TABLE
40	AF CHT LS RQS FR VT WT IDT 375 ML	EAGLE EYE IMPORTS LLC	AF CHATEAU LES ROQUES	AF CHT LS RQS FR VT WT IDT	375 MILLITERS	AF CHATEAU LES ROQUES	IMPORTED DRY TABLE
41	AFFRESCHI FR P-GR VT IDT 15LITER	MONSIEUR TOUTON SELECTION	AFFRESCHI	AFFRESCHI FR P-GR VT IDT	15 LITERS	AFFRESCHI	IMPORTED DRY TABLE
42	AHD VL-NBL FR AST AST IDT 6P 750 M	AHD VINTNERS LTD	AHD VINTNERS LTD-NBL	AHD VL-NBL FR AST AST IDT 6P	750 MILLITERS	AHD VINTNERS LTD	IMPORTED DRY TABLE
43	AM GTHMN FR GVRZT VT IDT 750 ML	MILTON'S DISTRIBUTING CO INC	AIME GUTHMANN	AM GTHMFR GVRZT VT IDT	750 MILLITERS	AIME GUTHMANN	IMPORTED DRY TABLE
44	AM GTHMN FR P-BL VT IDT 750 ML	MILTON'S DISTRIBUTING CO INC	AIME GUTHMANN	AM GTHMN FR P-BL VT IDT	750 MILLITERS	AIME GUTHMANN	IMPORTED DRY TABLE
45	AM GTHMN FR P-GRS VT IDT 750 ML	MILTON'S DISTRIBUTING CO INC	AIME GUTHMANN	AM GTHMN FR P-GRS VT IDT	750 MILLITERS	AIME GUTHMANN	IMPORTED DRY TABLE
46	AM GTHMN FR RES VT IDT 750 ML	MILTON'S DISTRIBUTING CO INC	AIME GUTHMANN	AM GTHMN FR RES VT IDT	750 MILLITERS	AIME GUTHMANN	IMPORTED DRY TABLE

RETAIL COOPERATORS: FOOD

KROGER	GIANT (CARLISLE)	PATHMARK	QUALITY	REDNERS	PIONEER/MET FD
FOOD LION	PIGGLY WIGGLY CAROLINA	ROUNDYS	HOUCHENS	SHOP N SAVE	TOP FOOD/HAGGENS
PUBLIX	HANNAFORD	LOWES	BASHAS	NIEMANN FOODS	C TOWN SUPER MARKET
SAFEWAY	GIANT (MD)	FOOD GIANT	LUCKY STORES	COBORNS/CASH WISE	BIG M
SAVE A LOT	JEWEL OSCO	SCHNUCKS	TOM THUMB	PIGGLY WIGGLY	KV MART COMPANY
ALBERTSONS	STATER BROS MARKET	PIGGLY WIGGLY MIDWEST	RAYS FOOD PLACE	EL SUPER MARKET	COSENTINOS
WINN DIXIE	WEIS	MARSH	BOTTOM DOLLAR	ROUSES	DIERBERGS
STOP & SHOP	TOPS	A&P	BIG Y	JAY C STORE	COPPS
SAVE A LOT	SHAW'S SUPERMARKETS	LOWES PAY N SAVE	FIESTA MART	CITY MARKET	DAVIDS
HEB	BROOKSHIRE GROCERY	WEGMANS	SHOPPERS FOOD WHSE	PRICE CHOPPER	FRESH MARKET
VONS	FRESH MARKET	RALEYS	PRICE RITE	GRISTEDES	SENTRY/SUPER SAVER
SHOP RITE/WAKEFERN	PRICE CHOPPER	DILLON	UNITED	MARKET BASKET	KINGS
RALPHS	FRED MEYER	NASH FINCH	WALDBAUM	FULMER SUPERMARKET	SUPER FRESH
GIANT EAGLE	SMITHS FOOD & DRUG	HOMELAND/UNITED SM	BASHAS FOOD CITY	RAMEY SUPER MARKET	NOB HILL
HYVEE	FOOD 4 LESS	HARVEYS	FOOD MAXX STORES	GLENS MARKETS	BYERLYS/LUNDS
HARRIS TEETER INC	FRYS	SWEETBAY	RANDALLS	HARDINGS	BOYERS IGA
FRESH & EASY	SAVE MART	DOMINICKS	TOWN & COUNTRY	GREERS/FOOD TIGER	FOODS CO
BI LO	ACME MARKETS	HARPS	FAMILY FARE	SUPER ONE	MARTINS
INGLES	KING SOOPER	DEMOULAS/MARKET BASKET'	KING KULLEN	STRACK & VAN TIL	ROSAUERS
MEIJER	FOOD CITY/KVAT	CUB FOODS	FARM FRESH	RAINBOW (ROUNDY'S)	MARVINS IGA

31

RETAIL COOPERATORS: CONVENIENCE

7 ELEVEN	E Z MART/E Z MART	BP CONNECT	COUNTRY FAIR
SHELL	PACIFIC CONVENIENC	HUCKS	SPRINT MART
CIRCLE K	TURKEY HILL MINIT	TOM THUMB/KROGER	LOVES COUNTRY STOR
CHEVRON	MAPCO EXPRESS	KWIK STOP/FL	SPINX STORE
BP	MAVERIK COUNTRY ST	7 ELEVEN/OK	GIANT SERVICE
MOBIL	CEFCO FOOD STORE	PLAID PANTRY	HANDEE HUGOS
CITGO	WILCO FOOD MART	QUIK STOP/CA	FIVE STAR FOOD MAR
EXXON	CLARK	MURPHY EXPRESS	FREEDOM VALU CENTE
CASEYS GENERAL STO	LOVES TRAVEL STOP	SCOTCHMAN STORE	EXPRESS MART/NY
PANTRY INC	GETTY	HY VEE GAS STATION	TOOT N TOTUM STORE
SPEEDWAY	ARCO	GO MART FOOD STORE	WEIGELS JUG O MILK
7 ELEVEN	SUPERAMERICA	FAS MART	LITTLE GENERAL/WV
SUNOCO	FLYING J	RICH OIL	AMPRIDE/CENEX
AMOCO	TEDESCHI FOOD SHOP	AMERISTOP	HOLIDAY STATIONSTO
MARATHON	CONVENIENT FOOD MA	TRADE WILCO	PILOT TRAVEL CENTE
VALERO	UNITED DAIRY FARME	TRUE NORTH	KRAUSZERS FOOD STO
AMPM	XTRA MART/CT	ROADRUNNER MARKET	KWIK SHOP/KROGER
TEXACO	FLASH FOODS	LIL CRICKET	GETGO
WAWA FOODMARKET	THORNTONS	NICE N EASY GROCER	MOTO MART
A PLUS	VILLAGE PANTRY	ADMIRAL PETROLEUM	2 GO MART
HESS	MEIJER GAS STATION	FARM STORE	STOP IN
CUMBERLAND FARMS	HESS EXPRESS	GULF	
CONOCO	LOAF N JUG FOOD ST	BIG APPLE	
PHILLIPS 66	TRAVEL CENTERS OF	GATE FOOD POST	
KUM & GO	KWIK FILL/RED APPL	CERTIFIED	
VALERO	ROYAL FARMS	DISCOUNT FOOD MART	
SHEETZ	QUICK CHEK FOOD ST	BREAK TIME/MFA	

Mass
Kmart (Including Supercenter)
Target (Pfresh, Discount, Supercenter)
Shopko
Alco Discount

Dollar
Family Dollar
Dollar General
Fred's
Walmart & Club
Walmart
Sam's Club
BJ's

2.1.5. Fiche5 –NPD-Crest



NPD - CREST

<https://www.npdgroup.fr/npd.com>

STRUCTURE – INFORMATIONS GENERALES

Type d'organisme/société	Panéliste – activité très limitée pour le domaine du vin
Taille	1500 employés
Création, siège, filiale	Création en 1966. Siège à Port Washington, dans l'Etat de New York. 14 bureaux aux Etats-Unis, 8 en Europe (Paris, Londres...) et 4 en Asie.
Mission principale	Développement des panels distributeurs à l'international. NPD interroge également 12 millions de consommateurs chaque année – et suit ces mêmes consommateurs au fil du temps - pour comprendre l'évolution des goûts et des tendances. Expert de plus de 20 secteurs parmi : l'automobile, beauté, jouets, consommation alimentaire et boisson, restauration. L'activité dans le domaine du vin est marginale.
Contact	David Portalatin, Industry Advisor - Food 847-692-1781 david.portalatin@npd.com ou kim.mclynn@npd.com (Press contact)
Références	Site internet NPD. Réalise des études pour 1000 clients dont Dell, General Electric, Mattel, Nike, Unilever...

SERVICES PROPOSES

Types de services	Panel consommateurs
Champ d'étude	On-trade et quelques établissements du Off-trade (CVS et GMS)
Niveau de couverture des vins français	Non couvert (marché global et détail couleur uniquement)

ANALYSE DES OUTILS PROPOSES

Type d'outil	Panel consommateurs : CREST (Consumer Reports on Eating Share Trends)
Périmètre	Suit les marchés de la restauration aux Etats-Unis (national).
Circuits couverts	Les segments de marché suivis sont : <ul style="list-style-type: none"> • La restauration avec service à table (par ex. les restaurants italiens, les cafés brasseries) • La restauration rapide (par ex. les fast-foods, les sandwicheries, les boulangeries) • Les commerces de proximité (par ex. les supermarchés, les stations-services,) • Les sites de loisirs/divertissements (par ex. les cinémas, les parcs à thème) • Les hôtels • La restauration collective (par ex. les restaurants d'entreprises, les restaurants universitaires) • La distribution automatique (par ex. dans les gares, sur le lieu de travail) • Les services de restauration à bord (par ex. dans les trains, les avions)
Données disponibles	Couleur du vin uniquement dans le détail... sinon marché global
Indicateurs mesurés	Lieu de consommation, heure de consommation privilégiée
Echantillon d'analyse	Plus de 1300 points de vente, détaillants, distributeurs et sites de commerce électronique
Fréquence/réurrence	Rapport annuel, mensuel, trimestriel ou annuel
Modalité de collecte des données	Consommateurs interrogés tous les jours tout au long de l'année selon le même questionnaire
Prix	-
Niveau de couverture spécifique	Pas de couverture spécifique par origine
Remarques	Peu d'intérêt pour l'étude, car l'organisme ne récolte que la donnée « couleur du vin », pas de détails concernant l'origine du vin ou son appellation

Glad Tidings for Retailers This Holiday

"All signs point to a holiday retail season that will outperform last year's," said Marshal Cohen, chief industry analyst, The NPD Group. **Here's a look at what U.S. consumers are telling us about their holiday shopping plans.**



ANTICIPATING THE SPEND



Consumers plan to spend an average of **\$636 on holiday-related expenses**,

+3% up 3% from what they anticipated last year.



HOLI-DEBT

57% used credit cards for at least some of their holiday 2015 season purchases.
22% of that group still have at least some of that debt hanging over them.

WHAT DO THEY PLAN TO PURCHASE THIS YEAR?

Percent of shoppers

MOST POPULAR



66%
CLOTHING/
ACCESSORIES



41%
TOYS



33%
BEAUTY

LARGEST INCREASES



TECH/
ELECTRONICS
28% | **36%**



HOME
21% | **28%**



LIQUOR/
WINE
18% | **25%**

2.1.6. Fiche 6 - Technomic



Technomic[®]
A Winsight Company

Technomic

<http://www.technomic.com/>

STRUCTURE – INFORMATIONS GENERALES

Type d'organisme/société	Panéliste
Taille	Environ 200 collaborateurs
Mission	Informers les sociétés clientes grâce à leur connaissance de l'industrie agroalimentaire. Elaborer des bases de données et rapports sur le marché alimentaire (food & drink)
Création, siège, filiale	Entreprise créée en 1966 et basée en Illinois
Contact	Mark Wesoloskie et Donna Hood Crecca ,Global Business Development Managers dcrecca@technomic.com; mwesoloskie@technomic.com +1 312 506 3923; +1 631 265 3839
Références	Habituee à faire des panels dans le secteur food and drink 50 ans d'expérience dans le food service A déjà réalisé le même type d'enquête sur la bière artisanale et le whisky

SERVICES PROPOSES

Types de services	Panels distributeurs et consommateurs
Champ d'étude	On-trade et off-trade
Niveau de couverture des vins français	National, national détaillé par région d'origine

ANALYSE DES OUTILS PROPOSES 1

Type d'outil	Panel distributeurs. Les circuits de distribution couverts sont nombreux ... on se rapproche plus de l'enquête que du panel.
---------------------	---

Périmètre	Tous les Etats américains
Circuits couverts	On-trade et Off-trade
Echantillon d'analyse	Distributeurs : 500 établissements décomposés entre grossistes, détaillants (wine retailers et grocery stores) et CHR (Cafés, Hôtels, Restaurants)
Fréquence/récurrence	annuel : tous les ans
Données disponibles	<ul style="list-style-type: none"> - Nom - Producteur - Segment (vin tranquille; vin effervescent) - Couleur - Origine (pays et grande région de pays)
Niveau de couverture	National, par Etats américain, par origine du vin (y compris région), mais sur 500 "distributeurs" soit 10 par Etat. Pas de détail sur la répartition du nombre, de la taille des "distributeurs" par Etat.

ANALYSE DES OUTILS PROPOSES 2

Type d'outil	Enquête consommateurs
Périmètre	Tous les Etats américains
Circuits couverts	On-trade et Off-trade
Echantillon d'analyse	2 000 consommateurs
Fréquence/récurrence	tous les 6 mois
Données disponibles	<ul style="list-style-type: none"> - Nom - Producteur - Segment (vin tranquille –vin de table...- ; vin pétillant –Champagne...-) - Couleur - Origine national et par région (terme utilisé, à priori basin)
Modalité de collecte des données	<p>Elaboration d'une enquête en ligne de 15 minutes</p> <p>Enquête envoyée à un échantillon de consommateurs représentatifs de plus de 21 ans choisis selon plusieurs critères (revenu, Etat de résidence...) qui achètent des vins et surtout des vins importés à la fois en Cafés, hôtels, restaurants (On-premise) et en supermarchés, cavistes (Off-premise)</p>

Exemple de questions posées :

- > Dans quel circuit achetez-vous du vin ? (On ou Off-premise)
- > Quel type de vin ? (Vin tranquilles, pétillants, champagne...)
- > Que pensez-vous du vin français :

En termes de qualité

En termes de goût

En termes d'origine (Bordeaux, Rhône...)

En termes de prix

- > Quel niveau de connaissance avez-vous des vins français ?
- > Que pensez-vous des prix des vins français ? (En CHR et au détail)
- > Qu'attendez-vous d'un vin français ? (En CHR et au détail)
- > Qu'est-ce qui vous influence dans l'achat d'un vin français ? (CHR : menu, promotions, échantillon.../détaillants : commercialisation, promotion...)
- > Défis et obstacles pour s'imposer

→ Questions qui permettent ensuite d'établir un profil type de consommateur de vin français aux Etats-Unis

Indicateurs mesurés

Analyse quantitative et qualitative des données récoltées : taille du marché concernée par la vente de vin français, tendances globales...

Rédaction d'un rapport (PowerPoint) organisé de cette façon :

- Sommaire exécutif
- Taille et tendances du marché du marché américain pour les vins français
- Attitudes des consommateurs et analyse des occasions de consommation du vin français

Présentation en visio-conférence via Webinar

Actualisation tous les – mois pour le panel consommateur et tous les ans pour le panel distributeurs

Prix

Engagement options—Initial Study	Timing	Cost \$U.S.
U.S. Market for French Wine (includes Size and Trend, Consumer Attitudes & Usage, Distributor Perspectives, On/Off-premise Operator Perspectives)	10-12 weeks	\$95,575
Engagement Options—Updates	Timing	Cost \$U.S. per update
Size and Trend for French Wine in the U.S. (6-month update)	4 weeks	\$4,250
U.S. Market for French Wine (12-month update; includes Size and Trend, Consumer Attitudes & Usage, Distributor Perspectives, On/Off-premise Operator Perspectives)	10-12 weeks	\$93,200

Note : Le niveau de détail pour les vins français reste régional. Les informations sur les origines concurrentes reste qualitatives (pas de chiffre).

Remarques Tout sera fait par Technomic et ses collaborateurs (formation de l'échantillon, surveillance de la qualité des réponses fournies, analyse) Très coopératifs, facilement joignables et compréhensifs

Niveau de couverture 2 000 consommateurs, soit 40 par Etat américain.

Exemples visuels proposés

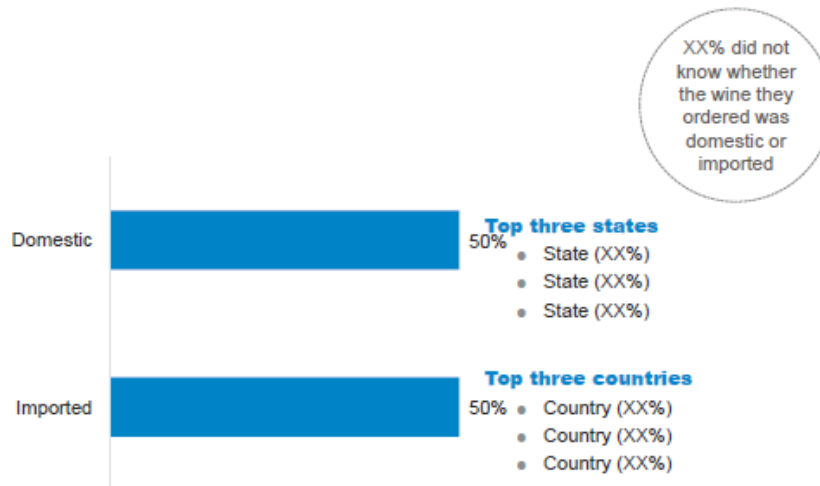
On-Premise Wine Volume

By type

Category	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX*	% change XXXX/XXXX
Table	XX,XXX	XX,XXX	XX,XXX	XX,XXX	XX,XXX	XX,XXX	-X.X%
Domestic	XX,XXX	XX,XXX	XX,XXX	XX,XXX	XX,XXX	XX,XXX	X.X%
Imported	XX,XXX	XX,XXX	XX,XXX	XX,XXX	XX,XXX	XX,XXX	-X.X%
Champagne & sparkling	X,XXX	X,XXX	X,XXX	X,XXX	X,XXX	X,XXX	X.X%
Domestic	X,XXX	X,XXX	X,XXX	X,XXX	X,XXX	X,XXX	X.X%
Imported	X,XXX	X,XXX	X,XXX	X,XXX	X,XXX	X,XXX	X.X%
Fortified	X,XXX	X,XXX	X,XXX	X,XXX	X,XXX	X,XXX	-X.X%
Domestic	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	-X.X%
Imported	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	-X.X%
Vermouth	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	-X.X%
Domestic	XXX	XXX	XX	XX	XX	XX	-X.X%
Imported	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	-X.X%
Specialty Wine**	X,XXX	X,XXX	X,XXX	X,XXX	XXX	XXX	-X.X%
Total domestic wine	XX,XXX	XX,XXX	XX,XXX	XX,XXX	XX,XXX	XX,XXX	X.X%
Total imported wine	XX,XXX	XX,XXX	XX,XXX	XX,XXX	XX,XXX	XX,XXX	-X.X%
Total wine	XX,XXX	XX,XXX	XX,XXX	XX,XXX	XX,XXX	XX,XXX	-X.X%

Imported vs. Domestic Wine

Domestic and imported wines were equally consumed on this most recent occasion. Younger consumers were more likely to order a TYPE wine than their older counterparts.



2.2. Institut d'études/enquêteurs

2.2.1. Fiche 7 - MIBD



MiBD Market

<https://mibdmarket.com/>

STRUCTURE – INFORMATIONS GENERALES

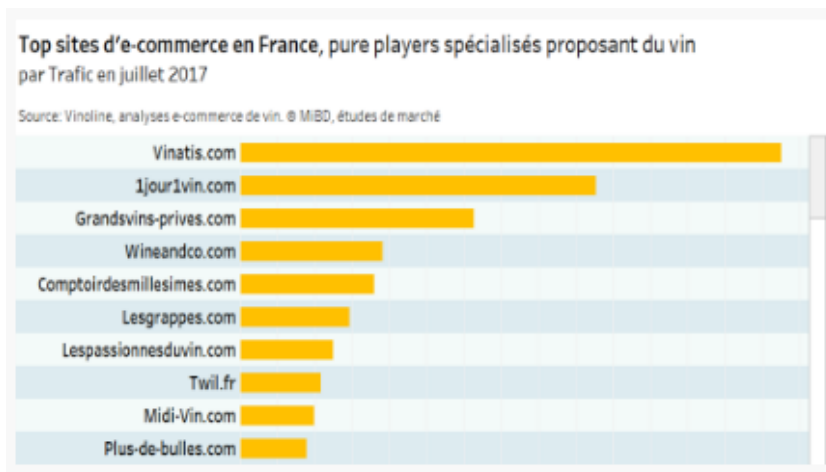
Type d'organisme/société	Société d'enquêtes
Taille	22 collaborateurs
Création, siège, filiale	2008 Siège à Hong Kong Filiales en France (Reims) et au Vietnam
Mission	Cabinet d'études de marché spécialisé dans le domaine viticole (magasins physiques et en ligne). Récolter le maximum d'informations dans tous les distributeurs (GMS et CHR) pour fournir des relevés d'offre de qualité capables d'aider une entreprise dans le choix de sa stratégie Combinaison entre connaissances spécialisées du secteur et expertise sur le terrain
Contact	Christophe Deguerne, Responsable de comptes chez MiBD Wine Analytics chris@mibdmarket.com
Références	BIVB, SOPEXA, WINE AUSTRALIA, Grands Crus de Bordeaux, WINE OF CHILE, INTEROC, CIVL, WINES SERVICES Etudes déjà réalisées : Top 50 des marques Argentine les plus répandues dans le monde (même chose pour la Chine, l'Australie, L'Espagne...) Etudes sur la France : consommation journalière de vin par région...

SERVICES PROPOSES

Types de services	Enquête de type relevé d'offres
Champ d'étude	On-trade, off-trade, e-commerce
Niveau de couverture des vins français	National, région d'origine

ANALYSE DES OUTILS PROPOSES

Type d'outil	<p>MiBD Market suit les gammes et prix des vins proposés dans les magasins physiques et en ligne. En tout, plus de 5 000 magasins et restaurants sont référencés sur tous les continents (entre 150 et 350 par ville). Ils suivent les marchés clefs en Europe, Asie et Amérique du Nord. MIBD n'indique pas les villes suivies aux USA.</p> <p>Chaque référence de chaque magasin d'où elle provient est contrôlée à plusieurs reprises et normalisée. Des vérifications rigoureuses sont appliquées de façon à garantir la comparabilité des résultats.</p> <p>Exemple de questions auxquelles MIBD est capable de fournir des réponses :</p> <p>Quel est le pourcentage de points de vente dans lesquels se trouvent vos vins ?</p> <p>Quels canaux de distribution privilégier pour une marque ? (CHR, GMS...)</p> <p>Partenariat avec Vinoline qui permet de comparer et connaître le poids sur quels sites internet le vin est le plus souvent consulté.</p>
Indicateurs mesurés	<p>Distribution numérique, prix moyen, parts de marché, vins les plus répandus...</p>
Modalité de collecte des données	<p>Enregistrement de l'offre de vin sur tous les canaux de distribution (cavistes, restaurants, GMS) par photo</p> <p>Reconnaissance des étiquettes de vin (nouvelle technologie qui enregistre toutes les informations)</p> <p>Interaction et édition sur le web (permet ensuite, grâce aux informations collectées, de créer des tableaux, graphiques...)</p>
Données disponibles	<p>Lors d'une recherche, les informations suivantes sont relevées :</p> <ul style="list-style-type: none"> - nom du vin - producteur - cépages - couleur du vin - catégorie de vin (tranquille, effervescent, fortifié) - millésimes - pays d'origine - volume du contenant (75 cl, 37.5 cl...) - matériaux du contenant (bouteilles, caisses, bag in box...) - prix
Prix	<p>A affiner selon le nombre de points de ventes, les circuits par Etat, la durée de l'"abonnement".</p> <p>Budget en milliers d'euros</p>



2.2.2. Fiche 8 - *Statistic Brain Research Intelligence*



Statistic Brain Research Institute

<https://www.statisticbrain.com/>

STRUCTURE – INFORMATIONS GENERALES

Type d'organisme/société	Panéliste
Taille	Moins de 10 employés
Création, siège, filiale	Entreprise fondée en 2004. Groupes de recherche à Boston, San Fransisco et Los Angeles
Mission	Entreprise dont le but est de fournir des données précises régulièrement sans analyses particulières. Mission : Développement d'entreprise par mobilisation/interprétation de chiffres.
Contact	Claire Montague, Responsable relations clients Tél. : +1 714 497 3556 team@statisticbrain.com

SERVICES PROPOSES

Types de services	Panel consommateurs
Champ d'étude	Off-trade
Niveau de couverture des vins français	National et National par IG (à confirmer)

ANALYSE DES OUTILS PROPOSES

Type d'outil	Panel consommateur (achats réalisés par les clients chez des détaillants, opinions des consommateurs...)
Périmètre	Possibilités : Niveau régional (par regroupement d'Etats.
Circuits couverts	Off-trade (le on-trade n'est pas suivi)
Fréquence/récurrence	Propose une collecte de données tous les mois ou tous les deux mois selon

les indicateurs (abonnement)
Majorité des recherches accomplies en 15-20 jours et le reste en 60 jours

Données disponibles La société ne souhaite pas donner cette information pour le moment

Indicateurs mesurés (A priori, d'après l'entretien réalisé)

Ventes (volume et prix)
Répartition démographique
Parts de marché
Percée régionale
Acquisitions de la clientèle
Synthèse de la distribution
Perception des détaillants
Sondages consommateurs
Tendances et prévisions
Données internet

Modalité de collecte des données Données collectées dans toutes les régions par les 3 groupes de recherche à Boston, Los Angeles et San Francisco. Méthode de collecte "confidentielle".

Prix 199 USD par mois (abonnement)

Remarques Claire Montague n'est pas disposée à transmettre plus d'informations et souhaite directement être mise en relation avec le CNIV. Elle souhaite qu'un accord soit signé avant de divulguer plus d'informations.
Impossibilité d'avoir le nombre de personnes interrogées, la couverture, les circuits analysés, le niveau de détail sur les vins français et un extrait de base de données

2.2.3. Fiche 9 - Survey Sampling



Survey Sampling

<https://www.surveysampling.com/>

STRUCTURE – INFORMATIONS GENERALES

Type d'organisme/société	Enquêteurs
Taille	3 000 salariés
Création, siège, filiale	Siège à Paris
Mission	Etudes sur plus de 40 pays avec un panel propre, plus de 17 millions de données de panélistes à travers le monde. Mission : Fournir des données aux clients au travers de panels élaborés permettant une analyse fine
Contact	Maxime Lebescond, Account Executive Tél. 01 42 85 90 50 maxime.lebescond@surveysampling.com
Références	S'affirme leader de l'information digitale.

SERVICES PROPOSES

Types de services	Panel consommateurs
Champ d'étude	Off-trade
Niveau de couverture des vins français	National, national détaillé par région française d'origine

ANALYSE DES OUTILS PROPOSES

Type d'outil	Panel consommateur
Périmètre	Possibilité de couvrir tous les Etats ou presque (sauf Alaska, Hawaii) Pour une interprétation plus aisée, est favorable à une division en 4 zones : Nord-Est, Nord-Ouest, Sud-Est et Sud-Ouest.
Circuits couverts	Off-trade

Echantillon d'analyse	2 000 à 3 000 consommateurs interrogés sur les achats "retail" et répartis dans les différents Etats pour avoir une vue globale
Fréquence/réurrence	Au maximum tous les mois sinon tous les 3 mois, 6 mois, annuel... Adaptation possible.
Données disponibles	Possibilité d'avoir pour chaque vin : <ul style="list-style-type: none">- Nom- Producteur- Couleur- Marque/Enseigne (brand family)- Cépages- Région et appellation Possibilité de beaucoup plus détailler.
Modalité de collecte des données	Echantillon de 2 000 à 3 000 consommateurs interrogés (en ligne) afin de parvenir à faire ressortir les tendances de consommation dans les Etats. Ils interrogent les consommateurs selon le type de profil souhaité Elaboration du questionnaire par le client. SSI se charge d'interroger les consommateurs.
Prix	Environ 10 000 euros par vague
Niveau de couverture spécifique	40 à 60 consommateurs interrogés par Etat Détail par Etat américain Détail par régions d'origine, circuits d'achat
Remarques	Ne veulent pas transmettre de bases à titre d'exemple (privées) Pas de relevé d'offres

2.2.4. Fiche10 - Wine Intelligence



Wine Intelligence

<http://www.wineintelligence.com/>

STRUCTURE – INFORMATIONS GENERALES

Type d'organisme/société	Société d'enquêtes
Taille	50 collaborateurs
Création, siège, filiales	Siège à Londres. Filiales en France, Italie, Etats-Unis
Missions	Entreprise familiale dont le but est de développer le business du vin mondialement. Fournissent des informations sur le domaine du vin de façon à établir des stratégies pour aider les entreprises à prendre des décisions éclairées. Rédaction de rapports génériques par marché et rapports ad'hoc sur une ou des problématiques. Connecter le business du vin avec les connaissances et perceptions. Soutenir les entreprises viticoles mondiales au travers du conseil, de l'image de marque et d'études de marché.
Contact	Eleanor Hickey, Responsable Wine Intelligence UK eleanor@wineintelligence.com +44 (0)20 7378 1277 Jean-Philippe Perrouty, Directeur Wine Intelligence France +33 (0) 4 86 40 84 17
Références	10 ans d'expérience dans le consulting Entreprise très connue des différents membres du CNIV

SERVICES PROPOSES

Types de services	Rapports stratégiques (marchés, segmentation)
Champ d'étude	On-trade et off-trade
Niveau de couverture des vins français	Détail regions françaises possible

ANALYSE DES OUTILS PROPOSES

Type d'outil	Wine Intelligence offre une gamme de services marketing, stratégiques et de recherche. Pour cela, ils offrent divers services :
Indicateurs mesurés	<ul style="list-style-type: none"> > Consulting : stratégie d'entreprise et d'accès aux marchés, conseils pour l'investissement et le financement des entreprises viticoles, modélisation du marché et analyse des opportunités > Recherche - Vinitrac (plateforme mondiale de recherche sur le consommateur pour le secteur du vin) > A la carte, capable de répondre à toutes demandes pour caractériser les ventes/achats, les profils consommation... > Edition : rédaction de rapports sur le secteur du vin : <ul style="list-style-type: none"> – Rapports sur les 15 principaux marchés du vin (routes to market) – Rapports sur la segmentation du consommateur – Rapports sur les marchés émergents, vins effervescents, réseaux sociaux.... – ...
Prix	
Remarques	Sur devis
	<p>Exemple réalisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Stratégie d'entrée sur le marché sur un pays donné - Stratégie d'exportation Vinho Verde - Marché d'exportation des vins espagnols - Impact de la conception des étiquettes sur le vin sur la perception de la marque - Caractéristiques des consommateurs de vins XXX dans le circuits YYY - ...

2.2.5. Fiche 11 - Wine Opinions



“ **Wine Opinions** ”

Wine Opinions

<https://wineopinions.com/>

STRUCTURE – INFORMATIONS GENERALES

Type d'organisme/société	Institut d'études - panéliste
Taille	10 collaborateurs
Création, siège, filiale	Siège aux Etats-Unis, en Californie
Mission	Fournir des panels de qualité pour permettre aux entreprises viticoles de répondre à toutes leurs questions. Analyse de marché et base de données sur toute la filière vins & spiritueux auprès des vignobles, sociétés de commercialisation de vin, associations et négoce de vins
Contact	John Gillespie +1 707 815 9463 jgillespie@wineopinions.com
Références	Etudes sur les marchés américains et canadiens pour une clientèle mondiale Panels distributeurs en propre de plus de 4 700 membres Panel consommateurs de 17 000 personnes Recherche qualitative

SERVICES PROPOSES

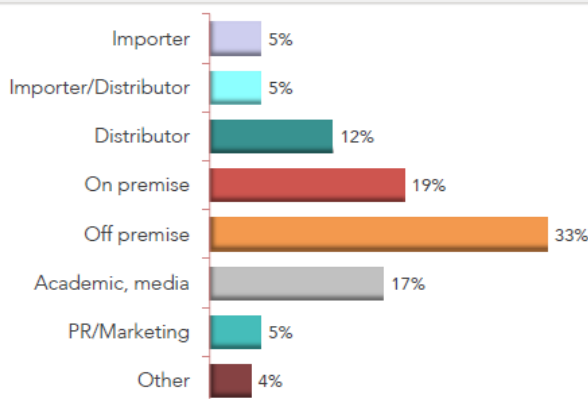
Types de services	Panels de distributeurs interrogés lors de vagues d'enquête ad'hoc omnibus auprès de consommateurs
Champ d'étude	On-trade et off-trade
Niveau de couverture des vins français	National et national détaillé en régions françaises

ANALYSE DES OUTILS PROPOSES (1)

Type d'outil	Panel distributeurs
Périmètre	Tous les Etats américains

Circuits couverts	On trade (restaurants) Off trade (importateurs, grossistes, GMS, cavistes) Possibilité de segmenter entre bricks and mortar retailers c'est-à-dire magasins avec des bâtiments physiques, supermarchés, club stores... Etablissements enquêtés :
Echantillon d'analyse	4 700 "distributeurs" divisés entre grossistes et détaillants sur place ou en ligne
Fréquence/récurrence	Annuelle (car trop de différences entre les périodes)
Données disponibles	-Couleur -Segment (pétillant, tranquille...) -Région (seulement par région Bordeaux, Alsace, Bourgogne, Rhône...) mais pas par appellation -Prix de vente -Possibilité de rajouts (cépages, contenants...)
Modalité de collecte des données	Distributeurs : Enquêtes en ligne remplies par les entreprises partenaires mais pas bons de caisse, pas de liste (sondage générant une approche DN, mais pas de quantifications comme dans un panel)
Couverture	90 à 100 "distributeurs" suivis par Etat
Remarques	Ne veulent pas transmettre de bases à titre d'exemple (privé) Expérience : Ils ont déjà fait dans le passé (en on et off) une étude sur les habitudes des consommateurs.

Trade Panel Segmentation by Tier of the Trade



ANALYSE DES OUTILS PROPOSES (2)

Type d'outil	Panel consommateurs de 19 000 personnes dans le tous les Etats et environ 1 200-1500 répondants par étude (environ 30 par Etat)
Périmètre	National divisé par Etat américain
Fréquence/récurrence	Annuelle
Modalité de collecte des données	Consommateur : Panel de consommateurs consommant régulièrement du vin (86% du panel est composé de consommateurs considérés comme « high-frequency » drinkers c'est-à-dire des personnes qui boivent du vin au moins une fois par semaine)
Echantillon d'analyse	1 200 à 1 500 répondants
Indicateurs mesurés	Répartition avec l'âge, genre, Etat de résidence, fréquence de consommation de vin, autres informations basiques. Critère important de consommation (base de redressement) : <ul style="list-style-type: none"> - Tous les jours - 9% - Plus d'une fois par semaine - 26% - Une fois par semaine - 19% - 2-3 fois par mois - 22% - Une fois par mois - 13% - Une fois tous les 2-3 mois- 11%

Prix

Research Services Pricing



Consumer

20-Question Online Quantitative Surveys: \$19,000*

10-Question Online Quantitative Surveys: \$11,000*

Online Discussion Groups: \$8,000

In-Person Focus Groups: Price based on number of groups per market, plus travel expenses

Consumer Intercept iPad Surveys or Interviews: Price based on number of interviews, plus travel expenses

Trade

20-Question Online Quantitative Surveys: \$15,000*

10-Question Online Quantitative Surveys: \$10,000*

Online Discussion Groups: \$10,000

One-on-One Interviews: Price based on number of interviews online or in market, plus travel expenses, if any

*Extra questions can be added to any length survey at a cost of \$800 each for consumer surveys or \$500 each for trade surveys

2.3. Consultants/agrégateurs de données

2.3.1. Fiche 12 - BW 166



BW166

<https://bw166.com/>

STRUCTURE – INFORMATIONS GENERALES

Type d'organisme/société	Consultant
Taille	Moins de 5 employés
Création, siège, filiale	Siège en Californie
Mission	Conseil et orientation stratégique. Analyse globale sur le marché des vins & spiritueux. Publications sur les importations et exportations Mission : Permettre aux entreprises d'orienter leurs stratégies par la publication régulière de chiffres sur l'industrie du vin (on et off-trade)
Contact	Jon Moramarco, Manager général tél. : +1 707 579 3780 admin@bw166.com
Références	M. Moramarco est un ancien de l'UC Davis. Nombreuses relations avec GFA

SERVICES PROPOSES

Types de services	Données import-export de vin
Champ d'étude	Flux douanier – Commentaires marché de vin
Niveau de couverture des vins français	National

ANALYSE DES OUTILS PROPOSES

Type d'outil, périmètre, indicateurs mesurés	BW 166 publie un rapport tous les mois qui publie les données sur les importations et exportations des vins aux USA et par pays (dont France).
Modalité de collecte de données	Ce rapport se fonde sur les données des 24 mois précédents et permet d'afficher les tendances générales par type de vin et par pays. Le rapport est assemblé à partir des données fournies par les bureaux des douanes et du recensement et est publié environ six semaines après la fin de chaque mois au fur et à mesure que les données deviennent disponibles. Des

52

AGREX CONSULTING ®

14 rue de Tournelles - 51100 Reims Tél : 03 26 24 85 06 / 06 86 56 97 71

bbechet@agrexconsulting.fr www.agrexconsulting.fr

descriptions des différents ensembles de données peuvent être trouvées ci-après.

Données disponibles

Chiffres de flux import/export, par origine et catégories de vin.

Ne disposent pas de données spécifiques sur les ventes de vin français aux Etats-Unis et encore moins par Etats. Ne sont pas en mesure d'effectuer des panels consommateurs ou distributeurs

Remarques

Avis sur le marché : Selon le manager général, *"le marché américain étant tellement complexe qu'aucune société ne serait à même de répertorier les ventes de vins français par Etat et par circuit. Même Wine Opinions et Nielsen, leaders qualitatifs en termes de panels sur le vin, ne seraient pas représentatifs du marché total une fois les données extrapolées. Wine Opinions et Nielsen seraient les organismes les plus fiables en termes de panels vins"* Jon Moramarco.

Niveau de couverture spécifique

National import/export,

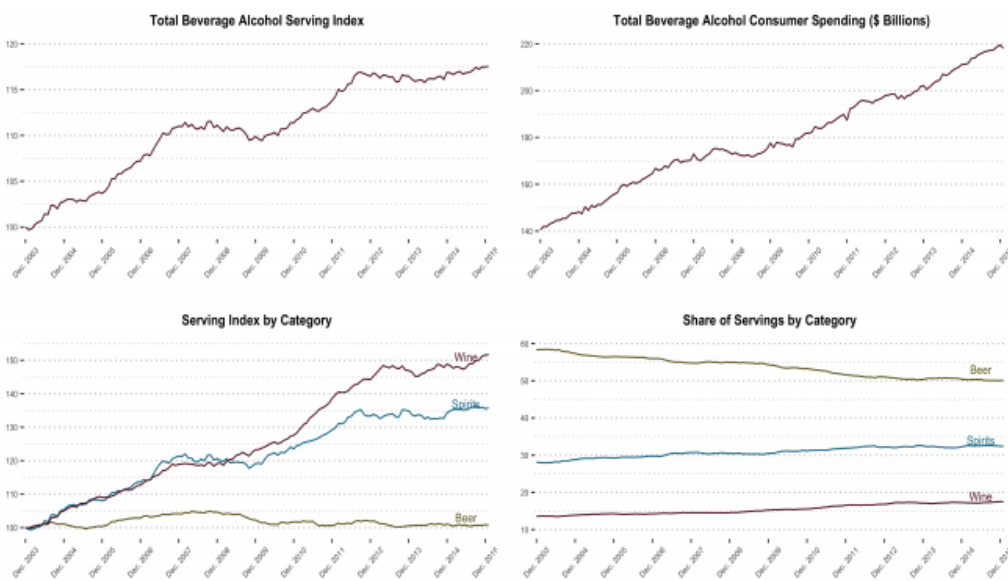
1.1 Imports - Total Wine - Top 25 Countries

9LE Cases (000s)

	L12M	YA	%	L9M	YA	%	L6M	YA	%	L3M	YA	%	L1M	YA	%
Australia	26,150	20,754	26.0%	20,445	14,773	38.4%	14,416	9,629	49.7%	6,986	4,394	59.0%	2,138	1,674	27.7%
Italy	25,960	27,983	-7.2%	19,288	20,413	-5.5%	12,031	12,919	-6.9%	6,228	6,654	-6.4%	2,255	2,162	4.3%
France	11,777	12,964	-9.2%	8,378	9,350	-10.4%	4,744	5,264	-9.9%	2,490	2,775	-10.3%	870	1,072	-18.8%
Chile	11,151	6,529	70.8%	9,229	4,864	89.8%	6,679	2,945	126.8%	3,880	1,415	174.2%	1,016	399	155.0%
Argentina	9,846	7,086	38.9%	8,107	6,010	34.9%	4,386	3,312	32.4%	1,709	1,084	57.7%	521	335	55.3%
Spain	5,657	5,443	3.9%	4,176	4,072	2.1%	2,439	2,453	-0.6%	1,458	1,341	8.7%	585	439	33.3%
Germany	3,131	3,339	-6.2%	2,259	2,355	-4.1%	1,448	1,548	-6.4%	864	816	5.9%	256	260	-1.7%
New Zealand	2,386	2,131	11.9%	1,809	1,506	20.2%	1,229	1,028	19.6%	709	538	31.8%	228	197	15.8%
South Africa	1,617	1,410	14.7%	1,193	1,108	7.7%	551	735	-25.1%	260	231	12.3%	90	48	86.9%
Portugal	1,221	1,240	-1.5%	889	942	-5.6%	551	536	2.7%	338	287	17.8%	118	89	32.2%
Canada	1,213	835	45.3%	848	742	14.4%	600	486	23.5%	331	262	26.6%	104	95	9.2%
Ireland	595	518	15.0%	416	356	17.0%	290	264	9.9%	185	133	39.2%	81	48	67.9%
Japan	477	527	-9.4%	339	403	-15.9%	207	264	-21.6%	110	138	-20.6%	36	46	-22.5%
United Kingdom	472	472	-0.1%	376	329	14.4%	248	227	9.2%	117	131	-11.0%	41	45	-8.6%
Greece	205	214	-4.1%	154	154	0.1%	87	91	-4.2%	54	75	-27.7%	24	11	115.5%
Austria	169	171	-1.1%	124	128	-3.8%	83	87	-5.1%	57	56	2.0%	12	19	-33.8%
Korea, South	136	105	29.7%	115	74	54.9%	81	50	60.1%	42	28	51.9%	9	8	8.2%
Israel	135	163	-17.5%	103	132	-21.7%	74	104	-28.9%	24	35	-31.2%	10	9	18.9%
Hungary	120	116	2.9%	106	82	28.7%	78	61	26.9%	60	40	48.4%	6	3	87.6%
Mexico	72	108	-33.7%	47	61	-22.4%	24	36	-31.5%	20	18	9.0%	6	4	50.7%
China	65	85	-23.7%	52	57	-8.0%	30	40	-24.4%	17	22	-24.5%	7	4	50.3%
Slovenia	61	64	-4.9%	40	48	-16.5%	30	28	7.0%	19	11	68.0%	9	2	401.1%
Macedonia	61	138	-56.1%	60	137	-56.5%	59	89	-34.3%	56	86	-34.9%	0	3	>999%
Moldova	53	47	11.7%	38	40	-6.0%	20	19	8.0%	16	9	76.4%	5	6	-21.6%
Romania	47	53	-12.0%	37	41	-11.4%	24	25	-3.5%	9	16	-45.5%	2	2	23.6%
All Other	407	429	-5.3%	289	328	-12.0%	179	199	-10.0%	107	92	16.9%	25	20	24.6%
Grand Total	103,183	92,925	11.0%	78,917	68,503	15.2%	50,586	42,437	19.2%	26,143	20,684	26.4%	8,453	7,000	20.8%

Wine - Imports and Exports Report

June 2009



All Figures are Rolling 12 Mths

2.3.2. Fiche 13 - Enolytics

ENOLYTICS

Enolytics

<http://www.enolytics.com/>

STRUCTURE – INFORMATIONS GENERALES

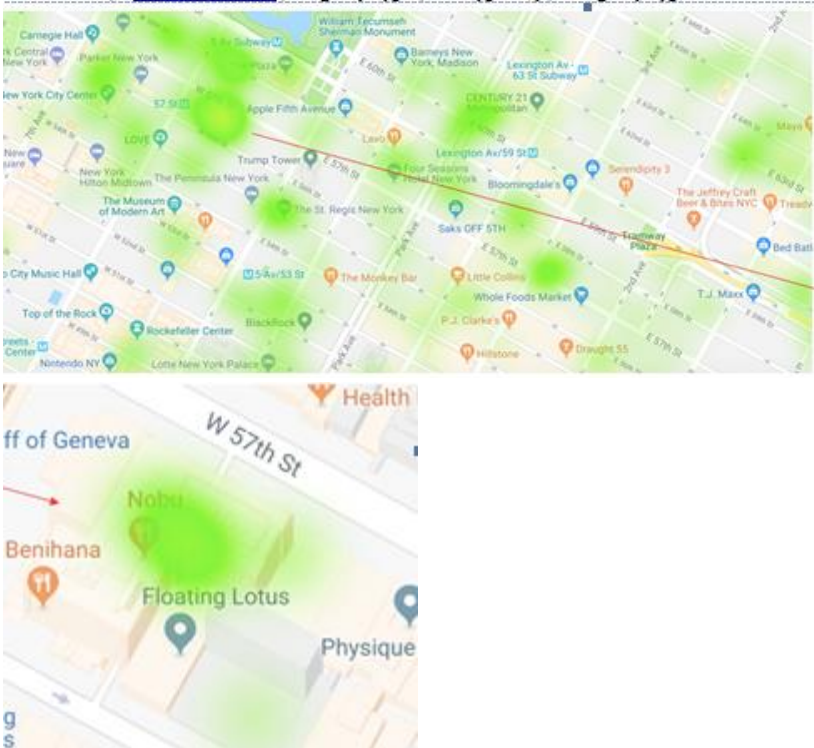
Type d'organisme/société	Entreprise d'interprétations de données de flux internet sur le vin. Pas de relevé d'offres, mais compilation d'offres en ligne
Taille	7 personnes
Création, siège, filiale	Entreprise créée en 2003, traite plus de 10 millions de données/an.
Mission	ENOLYTICS recense une quantité importante d'informations vente/achat des consommateurs de vin aux Etats-Unis (et autres pays). Rassembler le maximum de données pour répondre aux questions que se posent les entreprises de vin (étude de marché).
Contact	Cathy Huyghe + 1 702 528 3717 cathy@enolytics.com
Références	Frescobaldi, Bollinger, Moët, Freixenet et Wines of Chile.

SERVICES PROPOSES

Types de services	Recueil/récupération de données d'achats consommateurs en ligne Utilisation de données de 10 millions consommateurs.
Champ d'étude	On-trade et off-trade, e-commerce
Niveau de couverture des vins français	National, détail par région française d'origine

ANALYSE DES OUTILS PROPOSES

Type d'outil	Collecte d'informations (remontées de datas des achats en ligne des consommateurs)
Périmètre	Etat par Etat (décomposition par lieux d'achats) Localisation des téléphones des consommateurs grâce à leurs achats : permet de savoir où était la personne lorsqu'elle a effectué son achat
Circuits couverts	On-trade (réseau avec quelques restaurants (2-3/Etat) comme Corkguru qui leur permettent de savoir ce que les gens achètent) illustré en un

	mapping géographique (voir cartes ci-après) Off-trade (Online)
Fréquence/récurrence	Au maximum tous les mois, sinon tous les 2 mois, 6 mois, par année... A définir, adaptation possible
Modalité de collecte de données	Travaux orientés sur le quantitatif. Possibilité de travailler avec tout le réseau ENOLYTICS (réseau de 30 partenaires : restaurants connectés, distributeurs connectés comme Corkguru ou Minibar) de sources de données afin de parvenir à :
Indicateurs mesurés	<ul style="list-style-type: none"> - Avoir accès instantanément aux commandes en ligne des clients - Analyse des attitudes de consommation et des lieux d'achat, - Analyse des comportements consommateurs vis-à-vis des différents vins français (mots les plus souvent utilisés par les consommateurs) <p>Offre la possibilité de réaliser des cartes virtuelles qui permettent de voir quel vin a été acheté à quel endroit, par qui... ou combien de bouteilles ont été achetées dans cette zone le mois dernier...</p> <p>Pour les consommateurs, accès à toutes les informations que le site détient :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nom, prénom - Age - Région (avec la géolocalisation et l'adresse)
	
	ENOLYTICS développe une approche novatrice de marché qui permet,

	selon Mme Huyghe "d'être plus dans le temps réel de la consommation de vins".
Données disponibles	<p>Possibilité de détailler :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nom - Producteur - Cépages - Segment - Couleur - Région d'origine et appellations (à affiner avec le prestataire) - Décomposition selon la qualité c'est-à-dire la gamme de prix, entre vins « basiques » et vins « premium »
Prix	<p>30 000 USD pour l'accès à seulement une partie de leurs partenaires 50 000 USD pour la prestation globale avec tout le réseau de partenaires</p>
Niveau de couverture spécifique	<p>National, détails Etats, détail région française possible (mais investissement du commanditaire), Circuits de commercialisation on-line uniquement, complément CHR en développement. Relevé d'offres présentes en ligne.</p>

2.3.3.. Fiche 14 - GFA



Gomberg, Fredrikson & Associates

Market Intelligence for the Wine Industry

Gomberg, Fredrikson and Associates

<https://www.gfawine.com/>

STRUCTURE – INFORMATIONS GENERALES

Type d'organisme/société	Consultant
Taille	10 collaborateurs
Création, siège, filiale	Entreprise créée en 1948
Mission	Fournir des données et analyses sur l'industrie du vin (études de marché et collectes de données) à travers des rapports élaborés estimés de qualité
Contact	Jacqueline Wood, product manager +1 866 453 9701 // +1 415 453 9700 jacqueline@winesandvines.com (Elle gère à la fois Wine and Vines et GFA)
Références	Partenariat étroit avec Wines and Vines et BW 166

SERVICES PROPOSES

Types de services	Analyse de données et élaboration de rapports à travers différentes données Wines & Vines, IRI,...
Champ d'étude	Marché du vin (flux douanier, circuits de ventes, positionnement prix, tendances...)
Niveau de couverture des vins français	National

ANALYSE DES OUTILS PROPOSES

Type d'outil	Différents rapports sont disponibles
Rapport 1	> The Gomberg Fredrikson Report : Volume d'expéditions mensuel de la Californie dans les différents circuits commerciaux, importations et exportations

	de vin par pays d'origine, analyse des tendances
Rapport 2	<p>> Wine Data, Wine Pricing Report: Rapport qui reprend les prix de 15 000 grandes marques américaines et importées aux USA.</p> <p>Il traite des prix mensuels, leurs évolutions, le référencement de nouveaux vins.</p>
Rapport 3	<p>> Distilled Spirits Pricing Monitor: Rapport de plus de 3 600 prix des spiritueux distillés américains et importés</p>
Rapport 4	<p>> Distributor Market Service Analyse de la position sur le marché d'une entreprise. Outil d'aide à la décision basé sur les données Wines and Vines et IRI</p>
Fréquence/récurrence	<p>Tous les mois Disponibles en ligne</p>
Prix	<p>> The Gomberg Fredikson Report : 695 USD les 12 numéros mensuels ou 295 USD chaque rapport</p> <p>> Wine Data, Wine Pricing Report: 895 USD pour les 12 numéros mensuels, 1 800 USD par an pour des rapports interactifs</p> <p>> Distilled Spirits Pricing Monitor: 895 USD pour les 12 numéros mensuels, 1 800 USD par an pour des rapports interactifs</p> <p>> Distributor Market Service: prix sur devis</p>
Niveau de couverture spécifique	National, National détaillé par Etat américain, pas de détail région française
Remarques	<p>Pas de relevé d'offres. Aucun rapport ne permet l'accès aux données plus spécifiques sur les ventes de vin français aux USA (régions, couleurs, appellations...)</p> <p>Pas de possibilité d'effectuer des panels consommateurs ou distributeurs, ni de personnaliser les rapports</p>

Rapport 1



Volume 27 Number 12

February 28, 2008

Contents

Comments on Wine Shipment Trends and Developments in 2007.....	3
Summary of Estimated 2007 Shipments, Selected California Wineries.....	12
Coastal Warehouse Shipments to U.S., California Bulk Shipments to Other States..	16
Top Ten California Wine Companies, Estimated Market Share.....	17
Estimated Shipments of U.S.-Produced and Imported Sparkling Wines.....	18
Summary of Estimated Shipments, Imported Wines by Country of Origin.....	19
Shipments of Top 25 Chilean Wine Exporters to the U.S.....	21
History of California Wine Shipments (Graphs).....	22
Shipments of California Wine in December 2006 and 2007.....	23
Premium Wines and Large Winery Growth Rates.....	24
Summary of 2007 Shipments, 25 Largest Wineries.....	25
Estimated Shipments of Selected California Wineries.....	26
History of Imported Wine Shipments (Graphs).....	30
Imported Wine Statistics, December, 2006 and 2007.....	31
Cased and Bulk Export Shipments of California Wineries.....	33
American Wine Export Trends in Major Markets.....	34
Export Shipments of American Wines by Country of Destination.....	36
U.S. Wine Market History by Type and Source, 1970 to 2007.....	37
Crop Highlights for Leading California Winegrape Varieties.....	38

California Wine Shipments Summary - Twelve Months Ended December
(In Millions of Nine Liter Cases)

			Change from 2006	
	2006	2007	Cases	%
Wines Not Over 14% Alcohol	202.1	208.8	+4.7	+2%
Wines Over 14% Alcohol	17.3	18.9	+1.6	+9%
Sparkling Wines	7.6	7.5	-0.1	-2%
Total California Shipments*	227.1	233.2	+6.2	+3%
California Bottled Wine to U.S.	187.1	190.8	+3.6	+2%
California Bottled Wine Exports	20.7	21.2	+0.5	+3%
Total California Bottled Shipments	207.8	211.9	+4.2	+2%
"Big Three" Producers*:				
Gallo	59.9	61.9	+2.1	+3%
Constellation Wines U.S.	41.0	39.1	-1.9	-5%
The Wine Group	30.2	30.9	+0.6	+2%
<small>*Includes export wines (California bottled & bulk only)</small>				
Table Wine Shipments of				
Fifteen Premium Wineries	51.8	52.3	+0.5	+1%
Premium Wine Shipment Index	444	448		+1%
<small>(Latest twelve months period - 1989 shipments = 100)</small>				
Imported Wines - Bottled	79.8	86.2	+6.4	+8%
Imported Wines - Bulk	9.1	10.2	+1.1	+12%
Total California & Imported Wine Shipments to U.S. Market (incl. bulk)	276.0	287.1	+11.1	+4%

Rapport 2

BRAND NAME	WINE TYPE - AVA	Point	2015	2015	2015	2015	2015	2015	2015	2015	2015
101 GENERIC TABLE WINES 750 ML											
BOGLE	13 ESSENTIAL RED-CA	CA	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00
PEDRONCELLI	1314 FRIENDS RW-SC	CA	68.00	68.00	68.00	68.00	68.00	68.00	68.00	68.00	68.00
TOBIN JAMES	10 CHAT CASHFLO-PASO	CA	69.00	69.00	69.00	69.00	69.00	69.00	69.00	69.00	69.00
DYNAMITE	13 RED BLEND-N CST	CA	0.00	0.00	68.55	68.55	68.55	68.55	68.55	68.55	68.55
MIRASSOU	13 SUNSET RED-CA	CA	64.06	64.06	64.06	64.09	64.09	68.43	68.43	68.46	68.46
FETZER CRIMSON	11 WINNER RED-CA	CA	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	68.01
FETZER QUARTZ	13 WINNER WHITE-CA	CA	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	68.01
GREAT AMER. WINE CO	14 RED BY ROSENBLUM-AMERICAN	CA	68.00	68.00	68.00	68.00	68.00	68.00	68.00	68.00	68.00
TRIBUNAL	11 RED-N CST	CA	68.00	68.00	68.00	68.00	68.00	68.00	68.00	68.00	68.00
CUPCAKE	12 RED VELVET-CA	CA	67.98	67.98	67.98	67.98	67.98	67.98	67.98	67.98	67.98
CUPCAKE	13 ANGEL FOOD WH-CA	CA	67.98	67.98	67.98	67.98	67.98	67.98	67.98	67.98	67.98
CUPCAKE	15 BLK FORST RED-CA	CA	0.00	0.00	0.00	0.00	67.98	67.98	67.98	67.98	67.98
EUFLORIA	13 DRY WHITE-WA	W-CA	67.75	67.75	67.75	67.75	67.75	67.75	67.75	67.75	67.75
CHATEAU LA PAWS	NV RED BLEND-CA	CA	67.45	67.45	67.45	67.45	67.45	67.45	67.45	67.45	67.45
COSBITINO	NV OL' RED-CA	CA	67.00	67.00	67.00	67.00	67.00	67.00	67.00	67.00	67.00
FLEUR DELYETH	12 RED-CA	CA	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00
BUTTERFLY KISS	11 EMPRESS RED-CA	CA	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00
STARK RAVING RED	NV BY ROSENBLUM-CA	CA	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00
STARK RAVING WHITE	NV BY ROSENBLUM-CA	CA	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00
FFCP ROSSO & BIANCO	14 ROSSO CLASSIC-CA	CA	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00
DOUBLE DECKER	11 RED BLEND-CA	CA	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00
MARYHILL	12 WINEMAKER RED-COL VLY	WA	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00
MIDDLE SISTER	NV REBEL RED-CA	CA	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00
PRO-MIS-Q-OUS	NV RED WHITE-CA	CA	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00
WINE SISTERHOOD	NV RAVISHING RED-CA	CA	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00	66.00
MENAGE A TROIS	12 RED W/ROSE-CA	CA	65.75	65.75	65.75	65.75	65.75	65.75	65.75	65.75	65.75
CAMERON HUGHES	12 LOT 487 BLEND-LODI	CA	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00
CAMERON HUGHES	12 LOT 487 RED-LODI	CA	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00
SMASHBERRY	13 RED/14 WHITE-C CST	CA	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	70.00	70.00	70.00
RED BANDANA	11 ANYTIME RED-CA	CA	64.50	64.50	64.50	64.50	64.50	64.50	64.50	64.50	64.50
POPCRUSH	12 RED/13 WHITE-CA	NC	64.00	64.00	64.00	64.00	64.00	64.00	64.00	64.00	64.00
PRIMAL ROOTS	12 RED/12 WHITE-CA	CA	64.00	64.00	64.00	64.00	64.00	64.00	64.00	64.00	64.00
FLIRT	NV RED WHITE-CA	CA	64.00	64.00	64.00	64.00	64.00	64.00	64.00	64.00	64.00
GNARLY HEAD	14 AUTHENTIC RED-CA	CA	64.00	64.00	64.00	64.00	64.00	64.00	64.00	64.00	64.00
GNARLY HEAD	14 AUTHENTIC WH-CA	CA	64.00	64.00	64.00	64.00	64.00	64.00	64.00	64.00	64.00
GNARLY HEAD 1924	13 DOUBLE BLACK-CA	CA	0.00	0.00	0.00	64.00	64.00	64.00	64.00	64.00	64.00
HEY MAMBO	13 SULTRY RED-CA	CA	64.00	64.00	64.00	64.00	64.00	64.00	64.00	64.00	64.00

Rapport 4

INDUSTRY DATABASES
[Suppliers](#) [Winery](#) [Grower](#) [Retailer](#) [Distributor](#)

Wines Vines Analytics
Distributor Market Service - May 2016 - Service Options

DMS - Linked Level
Distributors with Winery Linkage

- Multi-level wine linkage
- Create relationships, listing distributor
- Wineries represented and products
- Sequence by distributor winery or state
- On-screen export

(Sample Report)

DMS - Distributor Market Service - Distributor with Winery Linkage

View: All Databases | Date: 15/05/2016 | Page: 4/12

Winery	Distributor	State	Winery Type	Distributor Type	Address	Phone	Website	SSN/EIN
Chateau de Beaufort	Wine & Spirits	CA	W	D	10000 Main St	909 441 1234	www.chateau-beaufort.com	12-34567890
Wine & Spirits	Wine & Spirits	CA	D	D	10000 Main St	909 441 1234	www.wine-spirits.com	12-34567890
Wine & Spirits	Wine & Spirits	CA	D	D	10000 Main St	909 441 1234	www.wine-spirits.com	12-34567890

Distributors with Distributor Relationship

- Secondary distributors
- One or more levels of contacts
- The winery name
- The winery phone
- The winery address (state, city, zip, www, agent, etc.)
- Wine distributor winery profile
- Sequence columns
- On screen or export

DMS - Distributor Market Service - Distributor with Distributor Relationship

View: All Databases | Date: 15/05/2016 | Page: 4/12

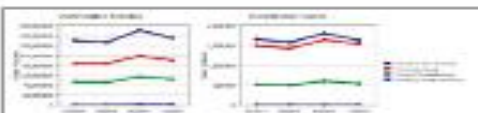
Winery	Distributor	State	Winery Type	Distributor Type	Address	Phone	Website	SSN/EIN
Chateau de Beaufort	Wine & Spirits	CA	W	D	10000 Main St	909 441 1234	www.chateau-beaufort.com	12-34567890
Wine & Spirits	Wine & Spirits	CA	D	D	10000 Main St	909 441 1234	www.wine-spirits.com	12-34567890

DMS - Sales Level
DMS - Sales Level

- Select market from 200 of 7
- Generate reports: sales, distributors and sales by winery
- Sequence columns
- On screen

DMS - Sales Level

View: All Databases | Date: 15/05/2016 | Page: 4/12



DMS - Sales Level

View: All Databases | Date: 15/05/2016 | Page: 4/12

Winery	Distributor	State	Winery Type	Distributor Type	Address	Phone	Website	SSN/EIN
Chateau de Beaufort	Wine & Spirits	CA	W	D	10000 Main St	909 441 1234	www.chateau-beaufort.com	12-34567890

2.3.4. Fiche 15 - IBISWorld



WHERE KNOWLEDGE IS POWER

IBISWorld

<https://www.ibisworld.com/>

STRUCTURE – INFORMATIONS GENERALES

Type d'organisme/société	Cabinet de conseil – étude stratégique
Taille	15 collaborateurs
Création, siège, filiale	Entreprise fondée en 1971. Equipes d'experts aux Etats-Unis, au Royaume-Uni et en Australie.
Mission	Fournit des études de marché sur de nombreux secteurs d'activités avec des données économiques et démographiques. Mission : Procurer aux entreprises les données qu'elles recherchent au travers de rapports sur les marchés mondiaux
Contact	clientsupport@ibisworld.com tél. : +1 800 330 3772
Références	Rapports achetés par la plupart des groupes internationaux

SERVICES PROPOSES

Types de services	Rapports stratégiques sur l'industrie du vin
Champ d'étude	Etudes de marchés
Niveau de couverture des vins français	National

ANALYSE DES OUTILS PROPOSES

Type d'outil et périmètre	Rédaction de rapports nationaux, dont les Etats-Unis
Indicateurs mesurés	Indicateurs fournis par des statistiques sur le secteur : -CA/taille du marché -Croissance prévue 2018-2023 -Emploi -Profitabilité du secteur -Nombre d'entreprises -Part de marché des plus grandes entreprises (Constellation Brands Inc,

62

AGREX CONSULTING ®

14 rue de Tournelles - 51100 Reims Tél : 03 26 24 85 06 / 06 86 56 97 71

bbechet@agrexconsulting.fr www.agrexconsulting.fr

Gallo, The Wine Group...)

Données disponibles Les rapports traitent du marché en général :

- Opportunités et menaces de l'industrie du vin
- Perceptions
- Décomposition marché par catégories de vin, cépages, pays (dont la France mais niveau de détails limité au niveau géographique)

Pas possibilité de faire des rapports personnalisés

Sources d'informations Consulting et entretiens d'experts

Fréquence/réurrence Tous les 3 mois
Dernier en date de mai 2018

Prix 990 USD pour un rapport

Niveau de couverture spécifique National, pas de détails par Etats Américains, pas de détail région française, pas de détail circuits de commercialisation (selon les différents types de vins)

Remarques Pas de relevé d'offres

2.3.5. Fiche 16 - IWSR



International Wine & Spirit Research

IWSR

https://www.theiwsr.com/about_us.html

STRUCTURE – INFORMATIONS GENERALES

Type d'organisme/société	Agrégation des données
Taille	20 collaborateurs
Création, siège, filiale	Sièges à Londres
Mission	Fournit des analyses de marchés et bases de données sur toute la filière vins & spiritueux sur plus de 150 pays à partir de données d'entreprises et d'études de marché.
Contact	Noémie Nicolle, Account Manager Tel. : +44 203 903 0656 noemie@theiwsr.com
Références	Très nombreuses, dont VINEXPO

SERVICES PROPOSES

Types de services	Bases de données générales marché de détail du vin
Champ d'étude	Off-trade
Niveau de couverture des vins français	National

ANALYSE DES OUTILS PROPOSES (1)

Type d'outil	Option 1 : Ventes de vins français des 10-20 plus grandes marques aux USA. Rapports/ bases de données sur les distributeurs (GMS). IWSR reste relativement discrète sur l'ensemble des sources mobilisées et les moyens mis en œuvre pour les atteindre.
Périmètre	Niveau national (pas de détail par Etat)
Circuits couverts	Total USA (pas de détail par circuit)
Fréquence/récurrence	Données de 2013 à 2017 – Récurrence par année
Données disponibles	- Ventes par circuits - Ventes par région d'origine - Ventes par niveaux de prix - Ventes par catégorie de vins MAIS - Pas de détail en termes de régions - Pas de détail en termes d'appellations - Pas de détail en termes de couleur - Mais détail pays
Prix	5 000 GBP – 4 500 EUR pour la base de données

ANALYSE DES OUTILS PROPOSES (2)

Type d'outil	Option 2 : US Beverage Alcohol Review. Rapports/ bases de données sur les distributeurs (nombre non spécifié) IWSR reste relativement discrète sur l'ensemble des sources mobilisées et les moyens mis en œuvre pour les atteindre.
Périmètre	Tous les Etats américains
Circuits couverts	Off-trade (tous circuits)
Modalité de collecte des données	Une vingtaine de chargés d'études sont envoyés sur le terrain, partout dans le monde, afin de collecter des données auprès de producteurs, de distributeurs et d'interprofessions étatiques. Pas d'informations précises sur les modalités d'acquisition de ces données.
Fréquence/récurrence	Abonnement à l'année

Données disponibles	<ul style="list-style-type: none">- Ventes des vins français (valeur et volume) au niveau national- Possibilité de subdiviser les volumes de vente de vins français selon la catégorie (tranquille, effervescent, fortifié, ...)- Ventes des vins français par marque et par enseigne <p>Pas de niveau de détail en termes de : couleur, appellation ni par état américain. Une subdivision par région de production est en cours d'élaboration, elle ne devrait être disponible qu'à partir de 2020.</p>
Prix	Fonction du volume de la demande (pas plus d'infos)
Niveau de couverture spécifique	National, détails Etats, détail région française en cours (2020), couverture circuits off-trade assez peu transparente
Remarques	<p>Pas de relevé d'offres. Présentation possible de l'outil : Base de données sur tous les alcools, allant de 1990 à 2017.</p> <ul style="list-style-type: none">- L'interlocuteur n'a pas été interrogé sur la possibilité de diffuser les achats auprès des membres des interprofessions.- De nombreux outils permettant d'analyser le marché américain : ventes (volume/valeur), profil consommateur, tendances, budget promotionnel des marques, évolutions, ...

2.3.6. Fiche 17 – Mordor Intelligence



Mordor Intelligence

Mordor Intelligence

<https://www.mordorintelligence.com/>

STRUCTURE – INFORMATIONS GENERALES

Type d'organisme/société	Bureau de conseil
Taille	5 500 collaborateurs
Création, siège, filiale	Création en 2003. Siège en Inde.
Mission	Entreprise qui réalise des analyses et du consulting par l'intermédiaire de rapports pour des entreprises afin de les aider à prendre des décisions stratégiques (notamment dans les domaines du food and beverage). Mission : Fournir une analyse précise dans les rapports qu'ils rédigent, de façon à conseiller les entreprises dans les choix qu'elles ont à prendre
Contact	Samson Lingampalli, Key Account Manager samson@mordorintelligence.com tel.: +1 919 000 8261 extension 28/+1 781 779 6184
Références	Déjà plus de 500 entreprises clientes

SERVICES PROPOSES

Types de services	Analyse du marché mondial du vin
Champ d'étude	Conseil stratégique entreprises, dont dans le domaine du vin
Niveau de couverture des vins français	National

ANALYSE DES OUTILS PROPOSES

Type d'outil	Rapports sur le marché mondial du vin, dont celui des Etats-Unis
Périmètre	Niveau national (pas de détails par Etat pour les USA)
Circuits couverts	Analyse selon une liste des principaux producteurs de vins au monde avec leurs commercialisations – méthode énoncée ci-après
Fréquence/récurrence	Tous les 5 ans

67

AGREX CONSULTING ®

14 rue de Tournelles - 51100 Reims Tél : 03 26 24 85 06 / 06 86 56 97 71

bbechet@agrexconsulting.fr www.agrexconsulting.fr

Dernier rapport publié en décembre 2017
Wine Market - Growth, Trends and Forecasts (2018-2023)

Données disponibles Niveau de détails assez élevé :

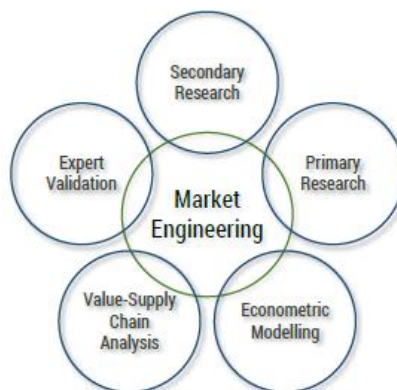
- Nom du vin
- Producteur
- Segment (effervescents, tranquille, vin de dessert, vins fortifiés)
- Sucrosité
- Couleur
- Structure du vin (charpenté, léger...)
- Origine (juste par pays)

Modalité de collecte des données 2 phases pour la méthodologie :

- Evaluation de la taille de la collecte de données
- Décomposition du secteur en 3 niveaux : mondial, pays et régions afin de parvenir à une estimation de la taille de l'échantillon nécessaire

2 approches utilisées pour déterminer la taille de l'échantillon :

- bottom-up approach : examen du chiffre d'affaires des acteurs historiques clés, analyse de valeur, de la supply-chain, de la demande du consommateur final.
- top-down approach : classement selon les tailles des marchés.



Analyse du marché par les perspectives de demande et d'offre
Analyse des facteurs (endogènes et exogènes) affectant le marché à long-terme permettant de créer des données quantitatives

Indicateurs mesurés Environnement concurrentiel, analyse des parts de marché

Partenariats avec des entreprises :

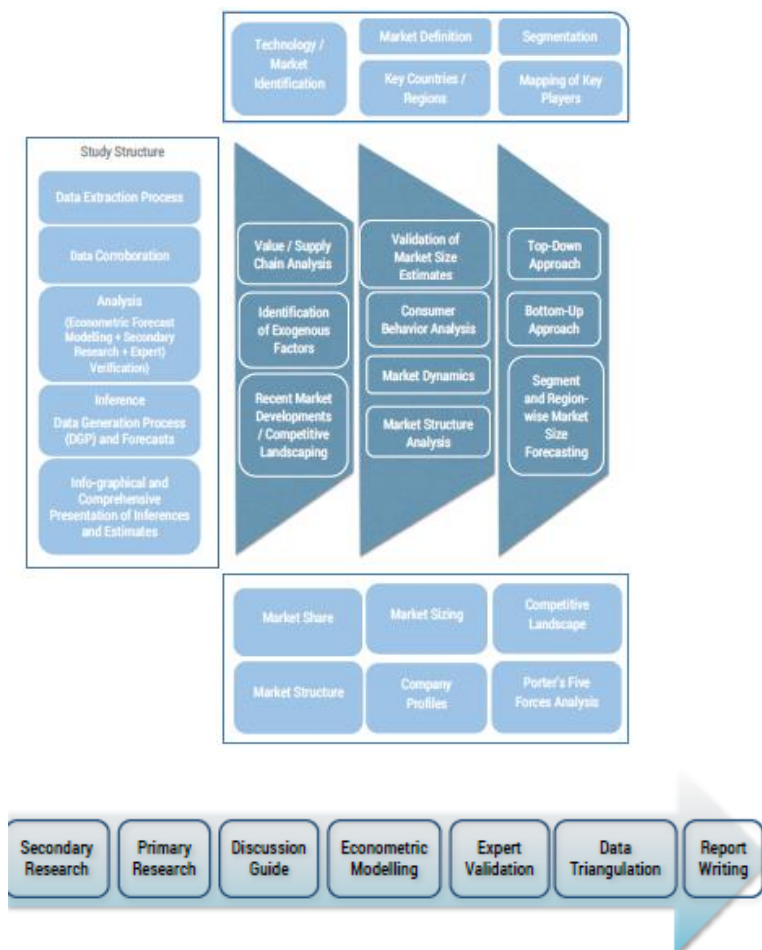
- Accolade Wines
- Bacardi Limited
- Camapri Milano

Castel Group
Caviro
Constellation Brands Inc.
Diageo PLC
E&J Gallo Winery
Smirnoff
Wine Estates
Treasury
The Wine Group

Prix 3 000 USD le rapport

Niveau de couverture spécifique National, pas de détails par Etat américain, pas de détail région française possible, pas de panel conso ou distri, uniquement de l'analyse stratégique de marché.

Exemple de visuels



2.3.7. Fiche 18 –Silicon Valley Bank



Silicon Valley Bank

<https://www.svb.com/>

STRUCTURE – INFORMATIONS GENERALES

Type d'organisme/société	Banque avec un service études qui réalise des publications dont un rapport annuel sur le vin
Taille	Environ 2 500 collaborateurs
Création, siège, filiale	Fondée en 1994. Siège aux Etats-Unis
Mission	Fait des rapports dans les domaines du digital, de la science, de la santé, de la finance, de l'énergie, de l'innovation et du vin Propose des solutions financières et des conseils aux entreprises de vin surtout située en Californie, Oregon, à Washington... SVB ne pas s'arrête pas au financement des entreprises mais leur fournit du conseil stratégique en développement
Contact	clientservice@svb.com +1 800 774 7390/+1 408 654 4636
Références	Domaines de prédilection : <ul style="list-style-type: none"> - Energy and resource innovation - Premium Wine - Private equity and Venture Capital - Life Science and Healthcare

SERVICES PROPOSES

Types de services	Rapport sur l'évolution des ventes de vin
Champ d'étude	Etude de marché vins
Niveau de couverture des vins français	National

ANALYSE DES OUTILS PROPOSES

Type d'outil Rapports disponibles sur leur site tous les ans : le but est d'évaluer les conditions actuelles et globales du marché du vin de façon à fournir des prévisions basées sur des comportements micro et macroéconomiques. Le dernier rapport propose :

Indicateurs mesurés et périmètre

- Prévisions de récolte de raisin et production de vins par catégorie 2017
- Prévisions et observations pour 2018
- Le changement des préférences gustatives des consommateurs
- Les changements dus à la génération et la demande de vin
- Les ventes directes aux consommateurs aux Etats-Unis
- L'évolution de la vente au détail aux Etats-Unis
- Vendanges, vin en vrac et foncier

Données disponibles En ce qui concerne la France, elle est présente dans les chiffres importations, les entreprises les plus en croissance, les vins les plus vendus aux USA... sans détail régionaux français.
Pas de résultats spécifiques sur la France, études sur les Etats-Unis avec la France qui n'intervient que quelques fois pour expliquer le marché (importations/exportations) des Etats-Unis.

Fréquence/récurrence 1 fois par an

Prix Gratuit

Niveau de couverture spécifique National, pas de détail par Etat américain, pas de détail par produits/origine/circuits (encore moins du détail croisé)

Remarques Pas de relevé d'offres et pas possibilité de faire des rapports spécifiques à la France

Exemple de visuel

Figure 9: **Bottled imports' price growth**

Year ended 10/7/2017	Year-over-year dollar growth	Year-over-year case growth
French	15.2%	13.4%
New Zealand	10.7%	9.7%
Italian	2.4%	1.4%
Australian	-2.0%	-2.1%
Spanish	-3.4%	-2.9%
Argentine	-5.0%	-5.7%
Chilean	-5.9%	-3.9%

2.3.8.. Fiche 19 - *Shanken Impact*

Shanken's
IMPACT
Databank Review and Forecast

Shanken's Impact

<http://www.mshanken.com/impact/>

STRUCTURE – INFORMATIONS GENERALES

Type d'organisme/société	Bureau de conseil
Taille	200 collaborateurs
Création, siège, filiale	Siège à New York mais bureaux aussi à Napa en Californie et à Emmaus en Pennsylvanie.
Mission	Entreprise qui publie des magazines (Wine Spectator, Whisky Advocate, Cigar Aficionado) et des rapports (Shanken Impact). Mission : Publier des rapports globaux sur l'industrie de l'alcool et du tabac
Contact	Juan Banaag et Callie Eidler +1 212 481 8610 poste 344 jbanaag@mshanken.com / ceidler@mshanken.com

SERVICES PROPOSES

Types de services	Analyse du marché du vin aux Etats-Unis basée essentiellement sur des données douanes complétées par des entretiens avec des professionnels de toutes tailles (1 000 entreprises)
Champ d'étude	Etudes de marché
Niveau de couverture des vins français	National parfois découpage régional français

ANALYSE DES OUTILS PROPOSES

Type d'outil	Shanken Impact réalise essentiellement des rapports d'études, comme par exemple :
Indicateurs mesurés, périmètre	<ul style="list-style-type: none"> - Importations/ Exportations de vins français aux Etats-Unis par régions françaises - Evolution des Importations/ Exportations de vins français aux Etats-Unis - Rapport sur marché du vin aux Etats-Unis (par origine pays) - Consommation de vin aux USA par origine/cépage - Consommation de vin globale et per capita - Consommation de vin par Etat et catégorie de vin - Performance des principales marques - Vente de vin au détail - Dépenses médiatiques (marché du vin) - Profil consommateurs de vins (âges, sexe...) <p>Pas possibilité de faire de rapport plus précis</p>
Couverture	National, Détail consommation par Etats (pas par pays d'origine consommé par Etat), détail produit limité aux grandes catégories de vins, pas de détail circuit par types de vins.
Remarques	Pas de relevé d'offres. Shanken Impact travaille majoritairement avec ses propres données mais aussi avec Business France. Contact très difficile, volonté limitée pour réaliser une "approche" région française.

Extrait rapport

Table 1-12
Table Wine Imports Entering the U.S. by Country of Origin¹
(thousands of nine-liter case shipments)

Origin	1985	1990	1995	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Percent Change ² 2016-2017
Italy														
Bottled														
Bulk														
Australia														
Bottled														
Bulk														
Chile														
Bottled														
Bulk														
France	11,598	6,119	6,676	10,047	8,621	7,917	8,448	9,943	9,917	9,691	10,538	11,568	13,788	19.2
Bottled	11,598	6,119	6,539	9,476	8,236	7,505	8,218	8,803	9,446	9,610	10,427	11,418	13,559	18.8
Bulk	-	-	137	572	384	412	230	1,140	471	81	112	150	228	52.5
New Zealand														
Bottled														
Bulk														
Argentina														
Bottled														
Bulk														
Spain														
Bottled														
Bulk														
South Africa														
Bottled														
Bulk														
Germany														
Bottled														
Bulk														
Portugal														
Bottled														
Bulk														

3. PERFORMANCE BY BRAND.....	36
Top 25 Wine Marketers	
Top 100 Wine Brands	
Selected Domestic Table Wines	
Leading California Table Wine Brands	
Selected Non-California Domestic Table Wine Brands	
Selected Domestic Non-Table Wine Brands	
Selected California Sparkling Wine Brands	
Selected Non-California Domestic Sparkling Wine Brands	
Selected Domestic Fruit-Flavored Wine Beverage Brands	
Selected Domestic Specialty Wine Brands	
Selected Domestic Traditional Dessert Wine Brands	
Selected Domestic Vermouth Brands	
Imported Table Wine Brands	
Top 20 Imported Table Wine Brands	
Selected Italian, Australian, Chilean, New Zealand, French , Argentine, Spanish, German and Other Table Wine Brands	
Imported Non-Table Wine Brands	
Top 10 Imported Sparkling Wine Brands	
Selected Italian, French and Spanish Sparkling Wine Brands	
Selected Port, Sherry and "Other" Traditional Dessert Wine Brands	
Selected Imported Specialty Wine Brands	
Selected Imported Vermouth Brands	
Fastest-Growing Wine Brands	
New Product Introductions	

2.3.9. Fiche 20 - Wine Searcher



Wine Searcher

<https://www.wine-searcher.com/>

STRUCTURE – INFORMATIONS GENERALES

Type d'organisme/société	Agrégateur de données (offre mondiale vins à la vente))
Taille	100 collaborateurs
Création, siège, filiale	Entreprise créée en 1999, siège en Nouvelle-Zélande
Mission	Site de comparaison du prix des vins sur différents sites sur lesquels ces vins sont mis en vente. Le site fonctionne en "moteur de recherche" et se veut facile d'utilisation.
Contact	Nicholas Oaks, Advertising & Key Accounts at Wine-Searcher. +1 815 366 8145
Références	Aujourd'hui utilisé par des millions de personnes pour localiser, comparer et acheter des vins

SERVICES PROPOSES

Types de services	Base de données donnant accès aux sites marchands de vin dans le monde
Champ d'étude	Off-trade, e-commerce
Niveau de couverture des vins français	National, région et IG françaises

ANALYSE DES OUTILS PROPOSES

Type d'outil	Wine Searcher a mis en place une base de données qui regroupe tous les sites de ventes de vin du monde.
Indicateurs mesurés	Note : Elle permet aux clients d'avoir accès aux vins les plus prestigieux ou de comparer les prix de vente sur un maximum de sites. La base de données est en perpétuelle évolution. Elle est mise à jour en temps réel de façon à ne pas divulguer des informations obsolètes. Le site permet de mettre en relation les acheteurs avec tous les magasins du monde de façon à ce qu'ils puissent facilement pouvoir trouver le vin recherché

Le site permet d'avoir accès à une photo instantanée de l'offre mondiale et des niveaux de prix pratiqués par zone de commercialisation. Le niveau d'informations par référence est complet (pays, régions, appellation, couleur, catégorie, prix,...)

Echantillon d'analyse Il est, aujourd'hui, considéré comme le plus puissant moteur de recherche de vin du monde. En effet, il se compose de :

- 91 220 points de vente de vins (niveau mondial)
- 9 665 126 vins (niveau mondial)
- 4,7 millions de visiteurs
- 21 million de pages lues par mois

Egalement existence d'une version pour les professionnels : celle-ci est plus complète surtout au niveau des prix et permet d'avoir accès à des prix réduits.

En ce qui concerne la France, décomposition en 18 sous-régions (Bourgogne, Champagne, Bordeaux, Loire, Rhône...)

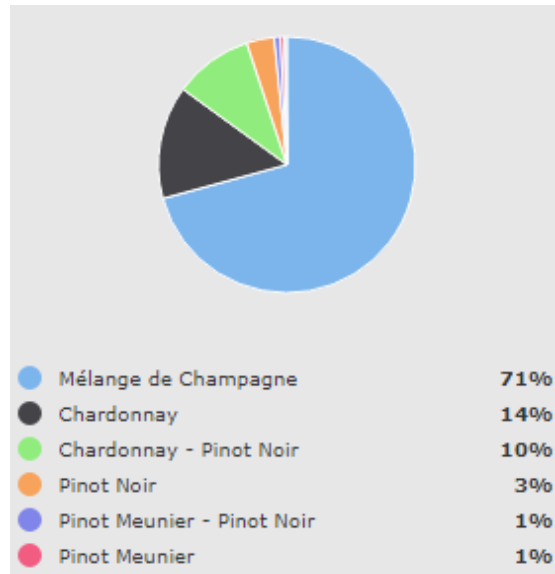
Périmètre 19 746 wine stores référencés aux USA

Données disponibles Lors d'une recherche, le site permet d'avoir accès :

- Au nom du vin
- Au producteur
- Aux cépages
- A la couleur du vin
- Au type de vin (tranquille, effervescent...)
- A son pays d'origine
- A sa région d'origine
- Aux accords mets et vins
- A tous les sites sur lequel les vins sont commercialisés

Prix Gratuit
60 USD pour 12 mois en version professionnelle

Exemple livrable Cépage les plus répandus en Champagne



2.4. Médias

2.4.1. Fiche 21 – Wine Business



Wine Business

<https://www.winebusiness.com/>

STRUCTURE – INFORMATIONS GENERALES

Type d'organisme/société	Médias – revue spécialisée viti-vini
Taille	50 collaborateurs
Création, siège, filiale	Siège en Californie
Mission	Entreprise qui réalise un magazine par mois sur l'industrie du vin aux Etats-Unis « Wine Business Monthly ». Mission : Rédiger des magazines et rapports mondiaux sur l'industrie du vin pour fournir aux entreprises des données globales
Contact	Marissa Bell, Responsable Marketing +1 800 895 9463 mbell@winebusiness.com
Note	<i>Egalement Wine Business Insider qui réalise des analyses en profondeur, reprend les tendances globales sur les nouvelles technologies dans le domaine du vin, sur le vin en vrac, le prix du raisin, les fusions d'entreprises. Ils sont aussi à la tête d'une plateforme d'emploi dans le domaine du vin et d'entreprises réalisant des événements sur le secteur du vin</i>

SERVICES PROPOSES

Types de services	Compilations de données sur les ventes de vin
Champ d'étude	On-trade et off-trade
Niveau de couverture des vins français	National

ANALYSE DES OUTILS PROPOSES

Type d'outil	Wine Business rassemble des données générales sur la vente de vin aux Etats-Unis.
Indicateurs mesurés	<p>Wine Business Insider :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Forces de l'industrie du vin par les produits et bénéfices générés - Production de l'année - Chiffres de ventes de vin (pays, couleur, catégorie, circuits...) En fait de chiffres repris de Nielsen. - Nouveautés technologiques - Vin en vrac - Prix du raisin - Informations qualitatives : fusions et acquisitions entre entreprises - Accès à leurs archives en ligne depuis 7 ans <p>Wine Business Monthly, nouveautés de l'industrie du vin :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ventes (chiffres Nielsen) et marketing - Essais dans la vinification - Technologies - Focus sur les différents cépages - Enquêtes propriétaires de vignobles - Nouveaux produits
Données disponibles	Peu de détails disponibles sans abonnement, seulement ce qu'ils publient dans leurs magazines (source majeure : Nielsen)
Modalité de collecte des données	Collecte de données auprès de vignobles et producteurs avec qui ils sont en partenariat (finalement peu nombreux). Collaboration avec Nielsen – publication tous les mois.
Prix	Wine Insider 295 USD par an
Remarques	Marissa Bell explique que Wine Business n'a jamais et n'est pas en mesure de déployer un panel. Les données que le CNIV recherche sont trop précises pour leur entreprise car ils sont plus spécialisés dans les informations générales. Pas de panel en tant que tel, juste possibilité d'avoir accès à des informations sur quelques producteurs et certains chiffres de Nielsen.

2.4.2. Fiche 22 - *Wines and Vines*

WINES & VINES

Wines and Vines

<https://www.winesandvines.com/>

STRUCTURE – INFORMATIONS GENERALES

Type d'organisme/société	Presse spécialisée
Taille	Environ 40 collaborateurs
Création, siège, filiale	Siège à San Rafael en Californie
Mission	Publication de magazines dans le secteur du vin Ses spécialisations sont la viticulture, la vinification et le marketing du vin en Amérique du Nord
Contact	Jacqueline Wood, product manager +1 866 453 9701 // +1 415 453 9700 jacqueline@winesandvines.com

SERVICES PROPOSES

Types de services	Données import-export de vin
Champ d'étude	-
Niveau de couverture des vins français	National

ANALYSE DES OUTILS PROPOSES

Type d'outil	Données qui proviennent du <i>Gomberg Fredrikson Report</i> sur les importations et exportations des vins aux USA et par pays (dont France)
Périmètre	
Indicateurs mesurés	-Evolution des importations -Evolution des exportations (par pays, contenants...)
	Ne disposent pas de données plus spécifiques sur les ventes de vin français aux USA (pas accès aux régions, couleurs, appellations...)

Pas possibilité d'effectuer des panels consommateurs ou distributeurs

Sources utilisées	Utilisation systématique : wineindustrysaleseducation.com Thème emploi : winejobs.com Thèmes ventes : bw166.com ou shipcompliant.com. Marché global : northbaybusinessjournal.com, winespectator.com, winebusiness.com, usatoday.com, dailyevergreen.com, marketwired.com, reason.com, greatnorthwestwine.com, wineamerica.org, daspeachhaus.com, sandiego.eater.com ...
Récurrence	Tous les mois Disponibles en ligne
Prix	295 USD par an (abonnement) pour recevoir un numéro du rapport par mois
Niveau de couverture spécifique	National, pas détail par Etat américain, par régions françaises, circuits – Reprise des informations de Gomberg

Exemple de visuels proposés

Selected Imported Wine Data - Year to Date



2.5. Associations, organisms publics et parapublics

2.5.1. Fiche 23 - Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau



Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau

<https://www.ttb.gov/>

STRUCTURE – INFORMATIONS GENERALES

Type d'organisme/société	Organisme de contrôle et de taxation
Taille	30 employés
Création, siège, filiale	Etablissement public
Missions	Organisme d'Etat qui a pour mission de collecter les taxes sur les alcools, tabacs et armes à feu. Il s'assure que la vente de ces produits est en conformité avec la loi. Il fixe des exigences/normes quant à l'importation de vins.
Contact	Mario Turse, Data Analytics and Modeling Specialist +1 202 453 2083

SERVICES PROPOSES

Types de services	Données statistiques sur la production et les importations de vin
Champ d'étude	Chiffres consommation, flux issus de la collecte de taxes
Niveau de couverture des vins français	National

ANALYSE DES OUTILS PROPOSES

Type d'outil	Organisme qui publie des rapports tous les mois sur les statistiques du vin pour le mois précédent.
Indicateurs mesurés	Ces rapports sont décomposés entre vins tranquilles (en vrac/en bouteilles) et vins mousseux, ils contiennent des informations sur : <ul style="list-style-type: none"> – La production de vin – Les taxes afférentes le vin sans distinction d'origine mais avec distinction des groupes de pays selon s'ils sont exonérés de taxes

ou soumis.

- Les stocks à la fin du mois précédent

Ils délivrent aussi ces mêmes informations sur les vins moins courants comme le Vermouth.

Données disponibles En ce qui concerne les importations de vins français, le TTB liste toutes ses exigences auxquelles doivent répondre les vins des fournisseurs sous peine de ne pas être commercialisés aux Etats-Unis (types de produit, ingrédients, quantité nette, adresse, pays d'origine et appellations, informations sur l'importateur, degré d'alcool, indentation de lot, allergènes, millésimes et cépages). Pas de possibilité de récupérer de l'information via une codification des références.

Périmètre Difficulté : le lieu d'acheminement des vins (ie dans quels Etats ils sont distribués) n'est pas mentionné par TTB. Le rendu est global pour les Etats-Unis et il n'y a pas de distinction par Etats.

Récurrence Tous les mois et 1 tous les ans

Prix Gratuit

Niveau de couverture spécifique 100% National,
Pas détails Etats (sauf production), pas de détail région française, pas de détail circuits de commercialisation

Exemple livrables

ITEM	(WINE GALLONS)		
	Current Month ^{3/}	Prior Year Current Month ^{4/}	Current Year Cumulative Year to Date ^{3/}
STILL WINES (BULK)			
Production			
Removed from Fermentors ^{4/}	24,971,116	23,739,193	108,180,707
Increases after Fermentation			
By Sweetening	1,445,595	2,283,724	4,151,543
By Addition of Wine Spirits	717,696	764,246	2,085,489
By Amelioration	517,736	490,641	1,455,956
Production Total	27,652,143	27,277,804	115,873,695
Withdrawals:			
Taxable			
Not over 16% alcohol (\$1.07 per gal)	1,314,251	1,489,038	2,997,650
Over 16% and not over 21% alc (\$1.57)	8,018	71,009	52,249
Over 21% and not over 24% alc (\$3.15)	0	332,941	314,030
Hard Cider	54,390	52,839	61,455
Taxable Total:	1,376,659	1,945,827	3,425,384
Tax Free			
Production of Effervescent Wines	2,574,614	3,549,378	6,792,345
Production of Vinegar	382,143	861,682	852,078
Production of Non-Beverage Wine			
Not over 16% alcohol	394,173	426,630	1,005,924
Over 16% alcohol	122,791	310,187	854,843
For use as Distilling Material ^{2/}	2,422,867	1,210,323	5,164,615
Exports	3,246,932	4,324,994	11,266,237
Tax-free Total	9,143,520	10,683,194	25,936,042
Stocks End-of-Month Total			
Not over 16% alcohol	900,955,712	683,168,251	
Over 16% and not over 21% alcohol	13,731,288	108,073,316	

AGREX CONSULTING ®

2.5.2. Fiche 24 - NABCA



National Alcohol Beverage Control Association

<https://www.nabca.org/>

STRUCTURE – INFORMATIONS GENERALES

Type d'organisme/société	Organisme, association
Taille	Environ 50 collaborateurs
Création, siège, filiale	Organisme créé en 1938
Mission	Représente les intérêts des Etats qui contrôlent la vente de boissons alcoolisées (control states (Etats interdisant les ventes en GMS) et monopoles). NABCA constitue un endroit de communication et de collaboration pour les organismes de contrôle de l'alcool, les agences gouvernementales et les organisations de santé publique. Mission : Offrir des ressources chiffrées sur des enjeux de régulation, opérationnels ou de santé publique dans le but d'informer l'opinion publique dans le domaine de l'alcool
Contact	Mike Ehtesham, Fulfillment Operations Supervisor Tel. : +1 703-578-4200

SERVICES PROPOSES

Types de services	Données statistiques sur la mise en marché du vin dans les control states
Champ d'étude	Off-trade et on-trade
Niveau de couverture des vins français	National détail par Etat américain

ANALYSE DES OUTILS PROPOSES

Type d'outil	Organisme qui publie de nombreux rapports statistiques qui détaillent les ventes d'alcool (control states) dont de vin par : <ul style="list-style-type: none">• Marques• Catégorie
---------------------	--

- Segment (tranquille, pétillant)
- Degré d'alcool
- Volume du contenant

Indicateurs mesurés Rapports qui décrivent l'ensemble du marché du vin. Ils sont très précis et couvrent tous les points de vente : ventes au détail, licences des propriétaires de CHR...

Rapports sur les Etats qui contrôlent la vente d'alcool (ils représentent 25% de la consommation nationale). Ces Etats sont :

Périmètre

- Alabama
- Idaho
- Iowa
- Maine
- Montgomery County
- Michigan
- Mississippi
- New Hampshire
- North Carolina
- Ohio
- Oregon
- Pennsylvania
- Utah
- Vermont
- Virginie
- Wyoming

Ils permettent de refléter la gamme complète de vins disponibles
Possibilité de faire de l'analyse à long terme et des comparaisons

Possibilité également d'accéder à des rapports détaillés par Etat (Caroline du Nord, Ohio, Pennsylvanie)

Autre rapport disponible nommé le SAM (Statistics for Alcohol Management) qui consiste en un contrôle national de l'offre de données. Il comporte des données sur le niveau des comptes, la valeur ajoutée des données des organismes dépendants. Différentes versions : full-SAM, SAM-Lite, SAM-Rad selon le niveau de détails des données fournies

Données disponibles

Difficultés car pas de détails concernant les vins français : pas la couleur, pas de décomposition par pays et encore moins par régions d'origine...
Format Pdf, mais homogénéité des cases-tableaux par Etat.

Fréquence/ récurrence

Tous les mois

Prix 400 USD pour l'abonnement annuel
Par Etat : variable entre 100 et 230 USD
Pour le full-SAM : 1 650 USD par mois par Etat donc 16 500 USD pour 10 Etats (10 Etats possibles)
Pour le Lite-SAM : 8 250 pour 10 Etats
Pour le SAM-RAD : 4 000 pour 10 Etats
Nous n'avons pas identifié de sociétés retraitant les données NABCA.

Remarques Pas possibilité de faire des rapports personnalisés

Copyright © 2012, by NABCA

NABCA BRAND LEADERS

1/1/2012 - 10/31/2012		PAGE 1A														
BRAND	Rank	Total Cases This year	Total Cases Last year	% Change	Alabama	Idaho	Iowa	Mass	Michigan	Mississippi	Montana	New Hampshire				
TOTAL DISTILLED SPIRITS		33900624	32625110	3.91	1769863	747420	1537130	757931	5304803	1315821	564794	1679908				
TOTAL DOM WHSEY-BLND		988401	976184	-0.82	75681	21288	68974	18276	118219	68401	9579	16662				
SOLEM 7 CROWN	1	424621	425077	-0.11	21571	12952	24644	6174	66528	23289	6673	11492				
BEAM 8 STAR	2	60178	60975	-1.33	8823	1574	11140	10	2781	886	886	311				
HEAVEN HILL	3	51291	52069	-1.49	26995				2274	21218						
ST GENTLEMAN	4	31777	31458	1.01	6984					626						
G & W	5	28897	28714	0.64			15080	199	13610							
SEVEN FOR CLUB	6	28492	27861	2.26					6277	12			330			
BROTHERS	7	27260	25971	4.96		2544										
FLEISCHMANN'S	8	25778	25459	-1.22				852	3273	661			3651			
GARRETT'S CLUB	9	19124	19199	-0.39						152						
WOODMONT	10	16201	16405	-1.22					1369	2	789	597	313	166		
GOLD CROWN	11	16190	16764	-3.42												
ARISTOCRAT	12	15950	15144	5.95			976			1112						
POETTES	13	14316	15144	-5.47												
EMPERAL	14	13959	14185	-2.30												
CALVERT	15	12384	13498	-8.25				1295	57	1584	170	3533	213	2		
PAUL JONES	16	10958	10040	8.92												
CASA JONES	17	8718	10108	-13.62	9421	443			1865	1403			619			
TOTAL DOM WHSEY-SECT-BLND/TH		84378	90389	-6.82	7846	5091	7879		379	5675	3835	1173	380			
TOTAL DOM WHSEY-SECT-BLND/TH		2718872	2618798	3.94	184819	51223	85597	16150	264816	132133	44882	97918				
JACK DANIEL B/L	1	747447	718197	4.07	39657	13079	31265	11092	118785	29928	14722	34356				
THE BEAN	2	51386	51287	0.19	14121	7755	18261	12447	64455	21495	7214	10812				
IVAN WILLIAMS	3	30844	28440	7.39	12257	7078	14957	4920	64559	11274	6488	4723				
MARSH MARE	4	185481	144003	14.91	9197	2934	4295	2914	14277	7066	2526	6044				
OLD CROW	5	122121	120270	1.54	3485	5835	5516	1296	8045	2206	2157	4276				
WILD TURKEY	6	103041	98137	5.00	9263	1725	2861	927	4284	4693	1240	2771				
LABEL TIMES	7	80761	79428	1.68	7775	2470	1180	577	2274	1365	1892	1560				
ANCIENT AGE	8	80456	82337	-2.28	5622	1643	3472	332	2986	845						
THE HIGH	9	72173	74415	-2.74	761	2918	10708	168	12007	808	4066	1885				
LEA BLOODS	10	62006	61269	1.18	1305	2199	1117	50	7899	3248	1177	2666				
GENTLEMAN JACK	11	42916	40812	5.67	4400	1011	606	273	4471	2824	469	1808				
GEORGE DICKEL	12	37020	37685	-1.76	6407	671	196	115	2991	469		102				
BENCHMARK	13	31882	26648	13.26	434	15	333	232	615	1659	61	1020				
OLD FORESTER	14	28647	28920	-1.16	17519				261	1144	80	14				
OLD GRAND-DAD	15	27757	27188	1.24	448	168	79	541	2271	540	154	1919				
HEAVEN HILL	16	27602	26249	5.15					470	13						
JW BEAM BLACK	17	23925	26489	-9.68	2219	374	225	503	1641	527	248	1287				
TOTAL DOM WHSEY-SECT-OTH		227079	217814	4.51	9927	1428	3996	471	6893	31283	1014	2799				
TOTAL DOM WHSEY-SECT-OTH		82491	62196	12.63	4392	718	2553	701	17756	1385	1372	2519				
RED STAG	1	66193	51279	29.47	2880	621	2012	617	16593	704	400	2048				
CAROLINA	2	4915	3277	49.98	379	16	174	82	305	67	6	289				
GEORGE HODG	3	2890	3112	-6.96	828	81	351	2	169	321	966	202				
TOTAL OTH		6891	3126	5.74	208				489							
TOTAL DOM WHSEY-SECT-BEE		42415	26441	60.41	574	583	10982	575	3135	462	509	1372				
BULLETT	1	10898	2404	353.33	228	115	235	232	1107	130	60	505				

2.5.3. Fiche 25 - Oregon Wine Board



Oregon Wine Board

<https://www.oregonwine.org/>

STRUCTURE – INFORMATIONS GENERALES

Type d'organisme/société	Organisme d'Etat "interprofession du vin d'Oregon"
Taille	10 collaborateurs environ
Création, siège, filiale	Agence semi-autonome, appartenant en partie à l'Etat d'Oregon, créée en 2003
Mission	Etudes sur les vendanges, sur les caves et vignobles, sur l'économie et sur le climat. Domaine de compétence : Etat d'Oregon. Mission : Promouvoir l'industrie du vin en Oregon et gérer les taxes dans l'Etat d'Oregon
Contact	Kai McMurtry, Assistant Manager, Consumer Marketing kai@oregonwine.org + 1 503 228 8336

SERVICES PROPOSES

Types de services	Informations sur les acteurs du vin en Oregon
Champ d'étude	Etudes pour les producteurs d'Oregon
Niveau de couverture des vins français	Pas de couverture

ANALYSE DES OUTILS PROPOSES

Type d'outil	Rapports disponibles sur leur site tous les ans : reprend toute l'activité de l'industrie du vin en Oregon. Assez peu d'information sur le marché du vin au détail ou en CHR.
Périmètre	Oregon
Données disponibles	L'Agence suit l'activité des principaux acteurs du vin en Oregon au cours de l'année. Différents angles étudiés (dans le rapport annuel-uniquement Oregon) :

	<ul style="list-style-type: none"> - Marketing - Communication - International Marketing (très peu de données sur la France, rien du tout certaines années) - Education - Recherche - Finance <p>Pas vraiment d'informations spécifiques à la France et ne souhaitent pas traiter des vins importés.</p>
Récurrence	1 fois par an
Prix	Gratuit pour information, mais sans intérêt pour cette étude.
Remarques	Ne donne pas d'informations sur le positionnement marché pour les vins importés par exemple. Pas de sources d'informations indiquées exploitables pour les vins français.

Mission du board

Marketing

The Oregon Wine Resource Studio was launched in August 2016. This web-based sales and training resource for the Oregon wine industry was the result of the wine community working together and thinking outside the box to address a need. It is a tremendously valuable and vibrant tool for the industry.

In spring 2017, we partnered with GuildSomm to produce a podcast featuring Oregon's winegrowing regions. It's long been a goal to increase our ties with this important audience of wine professionals who play such a critical role in recommending Oregon wine.

In May 2017, 40 Masters of Wine from all over the world came to Oregon to experience our industry over three outstanding days.

Education

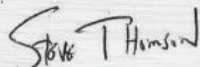
Our annual Oregon Wine Symposium is always a time for our industry to come together to learn, network, celebrate and honor important achievements of the past year. With record attendance of 1,500, it was the largest wine industry event in the Northwest. In 2017 we have been fortunate to add a Master of Wine to lead our education efforts.

Research

The efforts we make in research do not always grab headlines, however they provide the foundation that helps ensure the sustainability of our quality statement. Last year, we significantly increased our investment in research to make better wine while improving yields and productivity. After many years exploring a broadening of our research to the business and economics of wine production, OWB issued its first request for proposals in this area.

Finally, I want to thank my dedicated board colleagues and the hardworking and creative OWB management team. And, of course, the industry itself. We are blessed with an amazing community, focused on enhancing the outstanding quality and reputation Oregon wine has achieved over the years. As you can see, it has been a very productive and successful year for Oregon wine and we have great momentum and tremendous opportunity before us. In the next year the OWB will continue to grow and shape Oregon's global demand while helping enhance the business success of each and every winery through focused marketing, education and research.

Cheers,



Steve Thomson | Cistom Vineyards | Chairman, Oregon Wine Board

2.5.4. Fiche 26 - Pennsylvania Liquor Control Board



Pennsylvania Liquor Control Board

<http://www.lcb.pa.gov/Pages/default.aspx>

STRUCTURE – INFORMATIONS GENERALES

Type d'organisme/société	Monopole de distribution et de contrôle Pennsylvania
Taille	6 500 employés (y compris les collaborateurs dans les points de vente)
Création, siège, filiale	Siège basé à Harrisburg en Pennsylvanie
Mission	Organisme qui contrôle la vente de vins et spiritueux dans tout l'Etat de Pennsylvanie. Il promeut l'éducation et la responsabilité pour la consommation d'alcool tout en essayant de maximiser les retours financiers dans l'intérêt des Pennsylvaniens. Ils publient des rapports sur l'activité viticole en Pennsylvanie tous les ans. Réguler la distribution d'alcool en Pennsylvanie en surveillant l'attribution de licences et en informant l'opinion publique sur les dangers et risques de l'alcool
Contact	William G.Harlan, Directeur, Bureau des analyses marchés/magasins wharlan@pa.gov Tél. : +1 717 783 7647

SERVICES PROPOSES

Types de services	Rapports annuels sur le marché du vin en Pennsylvanie
Champ d'étude	Off-trade
Niveau de couverture des vins français	National, régional, IG

ANALYSE DES OUTILS PROPOSES

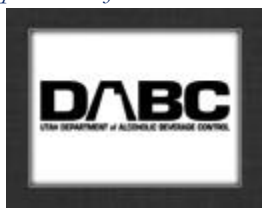
Type d'outil	Organisme qui publie des rapports tous les ans uniquement sur l'activité de la Pennsylvanie, on y trouve :
Indicateurs mesurés	<ul style="list-style-type: none"> - La situation financière du domaine du vin en Pennsylvanie - La position géographique des magasins vendant de l'alcool - Une partie sur les activités marketing et merchandising - Des articles sur le commerce en gros - Une schématisation de la supply chain - Des articles sur les technologies et services, les affaires réglementaires

	Publication également d'une liste des vins vendus par le monopole. Cette liste permet d'avoir accès aux prix. Les vins français sont regroupés sous le code pays UDA « France ». Il peut donner accès à l'ensemble des vins français commercialisés
Couverture régionale	Pennsylvanie uniquement
Circuits couverts	Off-trade (cavistes d'Etat) Couverture totale
Fréquence/récurrence	Rapports tous les mois Tous les mois pour les données chiffrées (6 premiers mois de 2018 disponibles) Egalement données disponibles pour 2015, 2016 et 2017
Données disponibles	- Année - Pays - Catégorie - Sous-catégorie - Catégorie marketing - Montant des ventes - Quantité de ventes (750ml, 1L, 1.5L...) - Commande spéciale - Origine (seulement par régions françaises) - Couleur
Prix	Rapports gratuits Gratuit aussi pour le fichier des vins français car il est un échantillon du fichier disponible gratuitement. Au 1 ^{er} juillet 2018, les chiffres disponibles allaient jusque juin 2018. Le fichier "French Wine Sales CY 15-18ytd by class-sub-MC 7-18-18" peut être demandé à William HARLAN, Directeur du bureau de l'analyse des marchés et des magasins : wharlan@pa.gov

(Extrait fichier)

Gregorian Year Identifier	UDA Header Identifier	UDA Detail Identifier	UDA Detail	Class Detail	Subclass Detail	Marketing Category Detail	Sales Amount	Sales Quantity
2015	31	20	France	Dessert	Fortified	DESSERT	\$101	4
2015	31	20	France	Dessert	Imported	Not Specified	\$371	17
2015	31	20	France	Dessert	Imported (DO NOT USE)	DESSERT	\$9 769	586
2015	31	20	France	Dessert	Imported (Do Not Use)	DESSERT	\$9 686	432
2015	31	20	France	Dessert	Imported Red	DESSERT	\$8 035	250
2015	31	20	France	Dessert	Imported White	DESSERT	\$64 635	3 443
2015	31	20	France	Dessert	Imported White	Not Specified	\$1 198	48
2015	31	20	France	Miscellaneous	Cider	CIDER	\$5 102	511
2015	31	20	France	Miscellaneous	Kosher Red	KOSHER WINE	\$7 115	484
2015	31	20	France	Miscellaneous	Kosher White	KOSHER WINE	\$5 813	389
2015	31	20	France	Miscellaneous	Vermouth/Apertif	Not Specified	\$63 766	5 178
2015	31	20	France	Red Table Wine	All 4 Packs	WINE - 4 PACKS - RED	\$61 816	4 878
2015	31	20	France	Red Table Wine	France Alsace	FRENCH RED - OTHER	\$1 064	57
2015	31	20	France	Red Table Wine	France Alsace	Not Specified	\$67	3
2015	31	20	France	Red Table Wine	France Bordeaux	FRENCH RED - BORDEAUX	\$4 310 970	238 057
2015	31	20	France	Red Table Wine	France Bordeaux	FRENCH RED - BURGUNDY	\$0	0
2015	31	20	France	Red Table Wine	France Bordeaux	FRENCH RED - RHONE	\$6 542	345
2015	31	20	France	Red Table Wine	France Bordeaux	FRENCH WHITE - OTHER	\$33 786	2 418
2015	31	20	France	Red Table Wine	France Bordeaux	KOSHER WINE	\$5 651	283
2015	31	20	France	Red Table Wine	France Bordeaux	Not Specified	\$65 060	3 436
2015	31	20	France	Red Table Wine	France Burgundy	FRENCH RED - BURGUNDY	\$3 479 917	213 176
2015	31	20	France	Red Table Wine	France Burgundy	FRENCH RED - OTHER	\$1 289	50
2015	31	20	France	Red Table Wine	France Burgundy	FRENCH RED - PINOT NOIR	\$228 295	9 701
2015	31	20	France	Red Table Wine	France Burgundy	Not Specified	\$58 130	2 735
2015	31	20	France	Red Table Wine	France Loire	FRENCH RED - OTHER	\$233 504	15 151

2.5.5. Fiche 27 - UTAH Department of Alcoholic Beverage



Department of Alcoholic Beverage Control

<https://abc.utah.gov/index.html>

STRUCTURE – INFORMATIONS GENERALES

Type d'organisme/société	Monopole de distribution et de contrôle UTAH
Taille	55 collaborateurs (monopole)
Création, siège, filiale	Existe depuis 1935
Mission	Organisme qui contrôle la vente de vins et spiritueux sur l'ensemble des magasins d'Etat de l'Utah. Organisme qui contrôle la vente de vins et spiritueux sur l'ensemble des magasins d'Etat de l'Utah.
Contact	Tony Gann tgann@utah.gov +1 801 977 6800

SERVICES PROPOSES

Types de services	Chiffres des ventes de l'Etat
Champ d'étude	Ventes de l'Etat en off-trade
Niveau de couverture des vins français	National, régions françaises, IG

ANALYSE DES OUTILS PROPOSES

Type d'outil et périmètre	Organisme qui commercialise les vins en Utah. Ils sont consignés dans une liste dans laquelle on trouve :
Données disponibles	- Nom du vin - Producteur - Statut - Prix actuel - Prix en promotion (s'il y a promotion) - Catégorie/ description - Commentaire
Fréquence/réurrence	Liste tous les mois, personnalisation possible (accès à l'information détaillé pour les vins français à négocier)
Couverture	Utah uniquement, détail origine pays et région (détail région française à discuter), détail circuit magasins d'Etat uniquement.
Prix	A discuter – interlocuteur peu enclin à la discussion
Remarques	Relevé d'offres à construire.

2.5.6. Fiche 28 - Wine Institute



Wine Institute

<https://www.wineinstitute.org/>

STRUCTURE – INFORMATIONS GENERALES

Type d'organisme/société	Interprofession des vignerons californiens
Taille	50 collaborateurs
Création, siège, filiale	Siège à San Francisco et bureaux à Sacramento et Washington DC
Mission	Représenter les vignerons de Californie (plus de 1 000) Soutenir toutes les mesures en faveur des vignerons californiens et les défendre. Objectifs : faire du vin une priorité nationale, s'occuper des labels avec TTB, augmenter les exports de vin, combattre les taxes d'Etat et promouvoir les expéditions directes.
Contact	Monica Nolan, Communication Manager tel : +1 415 356 7542 mnolan@wineinstitute.org

SERVICES PROPOSES

Types de services	Données sur la filière du vin en Californie
Champ d'étude	Association type interprofession en charge de la promotion et de la connaissance marché pour les producteurs californiens
Niveau de couverture des vins français	Très limité, quelques chiffres du niveau national

ANALYSE DES OUTILS PROPOSES

Type d'outil	Le Wine Institute n'est pas en mesure de fournir les données au CNIV car ils ne créent pas les données eux-mêmes mais les achètent. Ils travaillent avec plusieurs cabinets de conseil aux Etats-Unis
---------------------	---

(Nielsen, Wine Business,...) et achètent des services à des entreprises comme Euromonitor.

Périmètre

De plus, ils s'occupent exclusivement de la Californie et des vins Californiens et disposent de peu d'informations sur les vins français précisément.

Indicateurs mesurés

Rédaction de rapports sur :

- > L'activité de la Californie (performances, nombre de vignobles, nombre de producteurs de vin, nombre d'hectares détenus, actions en faveur de l'environnement, nombre de tonnes de raisins récoltées, nombre d'emplois, taxes, tourisme, exportations, valeur récoltée par la vente au détail...)
- > Les politiques commerciales internationales : leur but est de les réduire et de favoriser les exportations de vins californiens (prix protecteurs, subventions, indications géographiques)
- > Les politiques soutenant le développement durable : élaboration de labels pour mettre en avant les producteurs qui protègent l'environnement

Données disponibles

Egalement rédaction d'articles de presse sur les ventes et la production de vin en Californie (évolution annuelles, ventes de vin, exportations, importations...)

Remarques

Diffusion de statistiques mondiales sur la consommation et la production mondiale par pays où apparaît la France mais juste données par années

Recommandations du Wine Institute pour le CNIV : Ils recommandent BW166.

2.5.7. Fiche 29 - Wine Market Council



Wine Market Council

<https://winemarketcouncil.com/>

STRUCTURE – INFORMATIONS GENERALES

Type d'organisme/société	Organisme associatif du vin "d'envergure nationale"
Taille	Environ 25 collaborateurs
Mission	Association de producteurs, importateurs, distributeurs et autres organisations dans le domaine viticole. Association ouverte à des membres non américains Mission : Rassembler le plus de membres au sein de l'organisme ; Réaliser des études principalement sur la perception du vin ; Analyser les marchés américains
Contact	Sherry Fidel, Assistante administrative Tel. : +1 707 738 8796 admin@winemarketcouncil.com

SERVICES PROPOSES

Types de services/champ d'étude	Etude sur les habitudes de consommation de vin aux USA
Niveau de couverture des vins français	National

ANALYSE DES OUTILS PROPOSES

Type d'outil, fréquence/réurrence	Entreprise qui réalise des études de segmentation tous les ans sur les consommateurs de vin et également des enquêtes sur les professionnels qui sont disponibles uniquement pour leurs membres.
Indicateurs mesurés, échantillon d'analyse et périmètre	Exemples d'études réalisées : - Sur la consommation de vin des adultes américains (environ 7000 répondants) dont un groupe de consommateurs réguliers (environ 2500) qui permet, par exemple, de créer les chiffres de la fréquence de

consommation de vin des Américains :

Tous les jours - 9%

Plus d'une fois par semaine - 26%

Une fois par semaine- 19%

2-3 fois par mois - 22%

Une fois par mois - 13%

Tous les 2-3 mois - 11%

Ces consommateurs sont ensuite décomposés en segments entre
« consommateurs réguliers » (35%) et « consommateurs occasionnels »
(65%)

Aussi publications d'articles régulièrement sur ce qu'il se passe au sein
du Wine Market Council (sur les membres)

Le Wine Market Council ne traite pas de données relatives aux ventes
de vin. La recherche s'effectue davantage sur le comportement du
consommateur

Niveau de couverture spécifique Aucune, reprise d'informations WINE BUSINESS

Remarques Selon Wine Market Council, Wine Opinions et USDA pourraient peut-être
établir une offre afin de suivre es ventes de vin français (prix, circuits,
segmentation. WMC suggère de s'abonner à Wine Business Monthly pour
disposer d'informations ventes de vin (circuit de détail).

3. SYNTHÈSE COMPARATIVE

Les sociétés les plus intéressantes ont une trame de fond grise.

3.1. Matrice de comparaison par catégorie d'acteurs

3.1.1. Panélistes

Sociétés	Type de panel	Secteur géographique couvert	Segmentation vin	Segmentation circuit	Récurrance	Budget
CGA	Panel distri +conso	National – National découpé 9 régions ou 5 principales villes	Catégorie, couleur, pays d'origine, IG	On-trade	2 à 12 fois par an	25 000 USD/trimestre
IRi	Panel distri	National – National par Etat	Catégorie, couleur, pays d'origine, IG	Off-trade : GMS	6 fois par an	200-250 000 € selon récurrance
Nielsen	Panel distri	National – National découpé en 8 groupes d'Etats	Catégorie, couleur, pays d'origine, IG en construction	Off-trade : GMS, liquor stores	-	18 154 € annuel toutes options + 45% (par période)
KANTAR	Panel conso	National – découpage par Etat	Segmentation à construire avec le client	Tout circuit via consommateur	Annuel	Centaine milliers euros
NPD crest	Panel conso	National – découpage par Etat	Couleur	Tout circuit mais limité en GMS	Annuel	A définir
Technomic	Panel distri +conso	National découpé par Etat	Catégorie, couleur, pays d'origine, IG	On-trade et Off-trade : liquor stores	1 à 2 fois par an	4 250 à 95 575 USD

Couvrir l'ensemble des circuits de la distribution requiert l'intervention de plusieurs acteurs, actifs en on-off-trade tant du point de vue des ventes que des achats.

3.1.2. Institut d'études, Enquêteurs

Sociétés	Secteur géographique couvert	Segmentation vin	Segmentation circuit	Adaptabilité	Récurrance	Budget
MiBD	National, découpage par région possible	Catégorie, couleur, pays d'origine, IG	On-trade et Off-trade global et online	Partielle	À définir	280€/mois à 2 520€/mois
Statistic Brain	Enquêteur	National découpé par Etat	National – IG à confirmé	Off-trade global, online	6 à 12 fois par an	199 USD/mois
Survey Sampling	Enquêteur	National découpé par Etat	Couleur, pays d'origine, IG	Off-trade : GMS, liquor stores	1 à 12 fois par an	10 000€
Wine Opinions	Enquêteur	National découpé par Etat	Catégorie, couleur, pays d'origine, IG	On-trade et Off-trade : GMS, liquor stores	1 fois par an	10 000 à 19 000 USD
Wine Intelligence	National, découpage par région possible	Catégorie, couleur, pays d'origine, IG	On-trade et Off-trade : GMS, liquor stores	Oui	À définir	Sur devis

3.1.3. Consultant, Agrégateurs de données

Sociétés	Secteur géographique couvert	Segmentation vin	Segmentation circuit	Récurrance Adaptabilité	Budget
Enolytics	National – Découpage Etat	Catégorie, couleur, pays d'origine, IG	On-trade et Off-trade global et online	1 à 12 fois par an Non	30 000 à 50 000 USD
IWSR	National	Catégorie, pays d'origine, IG	Off-trade : GMS, liquor stores	1 fois par an Non	5 000 GBP
Wine Searcher	National	Catégorie, couleur, pays d'origine, IG	Off-trade : liquor stores et online	-	60 USD/an
BW166	National	Pays d'origine	-	12 fois par an Non	-
GFA	National – Découpage Etat	Pays d'origine	-	12 fois par an Non	695 à 1 800 USD/an
IBISWorld	National	Catégorie, pays d'origine	-	4 fois par an Non	990 USD/rapport
Mordor Intelligence	National	Catégorie, couleur, pays d'origine	-	Tous les 5 ans Partielle	3 000 USD/rapport
Shanken Impact	National	Catégorie, pays d'origine	-	-	-
SVB	National	Pays d'origine	-	1 fois par an Non	Gratuit

Les publications des consultants/agrégateurs sont peu onéreuses et permettent un déchiffrement de marché pour une première approche.

3.1.4. Médias

Sociétés	Secteur géographique couvert	Segmentation vin	Segmentation circuit	Réurrence Adaptabilité	Budget
Wine Business	National	-	On-trade et Off-trade : GMS, liquor stores	-	295 USD/an
Wines and Vines	National	Catégorie, pays d'origine	-	12 fois par an Non	295 USD/an

3.1.5. Associations, organismes publics/parapublics

Sociétés	Secteur géographique couvert	Segmentation vin	Segmentation circuit	Réurrence Adaptabilité	Budget
ATTB	National	Catégorie, pays d'origine	-	12 fois par an Non	Gratuit
NABCA	National – Découpage par Etat	-	On-trade et Off-trade (liquor stores)	Tous les mois Non	Jusqu'à 200 000 USD/an pour 10 Etats
Oregon Wine Board	Découpage par Etat (Oregon)	-	-	1 fois par an Non	Gratuit
Pennsylvania Liquor Board	Découpage par Etat (Pennsylvanie)	Catégorie, couleur, pays d'origine, IG	Off-trade : liquor stores	12 fois par an Non	Gratuit
Utah Dep. Alcoholic Beverage	Découpage par Etat (Utah)	Catégorie, couleur, pays d'origine, IG	Off-trade : liquor stores	12 fois par an Non	-
Wine Institute	Découpage par Etat (Californie)	Pays d'origine	-	-	-
Wine Market Council	National	-	-	1 fois par an Non	-

Les publications de ces "associations" sont souvent gratuites et permettent une première approche des marchés. Néanmoins, il est nécessaire ou intéressant de disposer d'une interface permanente pour "digérer" l'information recueillie et l'adapter pour chaque membre du CNIV.

3.2. Matrice de comparaison par profil d'informations attendues

3.2.1. Périmètre géographique

Organisme/ Société	Type	Périmètre géographique	Prix
CGA	Panel distri +conso	National – Découpage selon 9 régions ou 5 principales villes	25 000 USD/trimestre
IRI	Panel distri	National – Découpage par Etat	200-250 000 € selon récurrence
Nielsen	Panel distri	National – Découpage en 8 régions (groupe d'Etats)	18 154 € annuel
KANTAR	Panel conso	A définir	Centaine milliers EUR
NPD	Panel conso	National	Non défini
Statistic Brain	Enquêteurs	Découpage par région	199 USD/mois
Survey Sampling	Enquêteurs	Découpage par Etat	10 000€
Technomic	Panel distri +conso	Découpage par Etat	4 250 à 95 575 USD
Wine Opinions	Enquêteurs	Découpage par Etat	10 000 à 19 000 USD
MiBD	Enquêteurs	National	280€/mois à 2 520€/mois
Wine Intelligence	Enquêteurs	National	Sur devis
Enolytics	Agrégateur	National – Découpage par Etat	30 000 à 50 000 USD
IWSR	Agrégateur	National	5 000 GBP
Wine Business	Médias	National	295 USD/an
Wine Searcher	Agrégateur	National	60 USD/an
Wines and Vines	Médias	National	295 USD/an
BW166	Consultant	National	-
GFA	Consultant	National – Découpage par Etat	695 à 1 800 USD/an
IBISWorld	Consultant	National	990 USD/rapport
Mordor Intelligence	Consultant	National	3 000 USD/rapport
Shanken Impact	Consultant	National	-
SVB	Consultant	National	Gratuit
TTB	Association	National	Gratuit
NABCA	Association	National – Découpage par Etat	400 à 1650 USD/an/Etat
Oregon	Association	Découpage par Etat (Oregon)	Gratuit
Pennsylvania	Association	Découpage par Etat (Pennsylvanie)	Gratuit
Utah	Association	Découpage par Etat (Utah)	-
Wine Institute	Association	Découpage par Etat (Californie)	-
Wine Market Council	Association	National	-

Aux Etats-Unis, les caractéristiques de consommation et de distribution sont assez variables au sein des différents Etats. Ainsi, il serait opportun de choisir des prestataires fournissant à la fois des informations sur le plan national mais également dans chaque Etat. CGA, IRI, Nielsen, Enolytics, GFA, NABCA sont les entités qui permettent un découpage à la fois national et par Etat (ou au moins régional).

3.2.2. Circuits couverts

Organisme/Société	Type	Circuit	Prix
CGA	Panel distri +conso	On-trade	25 000 USD/trimestre
IRi	Panel distri	Off-trade : GMS	200-250 000 € selon récurrence
Nielsen	Panel distri	Off-trade : GMS, liquor stores	18 154 € annuel
KANTAR	Panel conso	Off et on-trade à définir	Centaines milliers EUR
NPD	Panel conso	Mélange on-off-trade	Non défini
Statistic Brain	Enquêteurs	Off-trade global, online	199 USD/mois
Survey Sampling	Enquêteurs	Off-trade : GMS, liquor stores	10 000€
Technomic	Panel distri +conso	On-trade et Off-trade : liquor stores	4 250 à 95 575 USD
Wine Opinions	Enquêteurs	On-trade et Off-trade : GMS, liquor stores	10 000 à 19 000 USD
MiBD	Enquêteurs	On-trade et Off-trade global et online	280€/mois à 2 520€/mois
Wine Intelligence	Enquêteurs	On-trade et Off-trade : GMS, liquor stores	Sur devis
Enolytics	Agrégateur	On-trade et Off-trade global et online	30 000 à 50 000 USD
IWSR	Agrégateur	Off-trade : GMS, liquor stores	5 000 GBP
Wine Business	Médias	On-trade et Off-trade : GMS, liquor stores	295 USD/an
Wine Searcher	Agrégateur	Off-trade : liquor stores et online	60 USD/an
Wines and Vines	Médias	-	295 USD/an
BW166	Consultant	-	-
GFA	Consultant	-	695 à 1 800 USD/an
IBISWorld	Consultant	-	990 USD/rapport
Mordor Intelligence	Consultant	-	3 000 USD/rapport
Shanken Impact	Consultant	-	-
SVB	Consultant	-	Gratuit
TTB	Association	-	Gratuit
NABCA	Association	On-trade et Off-trade : liquor stores	400 à 1650 USD/an/Etat
Oregon	Association	-	Gratuit
Pennsylvania	Association	Off-trade : liquor stores	Gratuit
Utah	Association	Off-trade : liquor stores	-
Wine Institute	Association	-	-
Wine Market Council	Association	-	-

Afin d'avoir un large spectre de circuits couverts, le choix devrait être triple : un prestataire s'occupant des données **On-trade (CGA)**, un autre pour le **Off-trade : GMS, liquor stores (Nielsen, Survey Sampling)** et un dernier synthétisant l'ensemble de ces données et incluant en plus les ventes en ligne (données à interpréter MIBD, Wine Business par exemple).

3.2.3. Segmentation France

Organisme/ Société	Type	Pays d'origine	Région d'origine	IG	Marque	Note	Prix
CGA	Panel distri +conso	Oui	En construction	Non	Oui	Informations sur la gamme	25 000 USD/trimestre
IRi	Panel distri	Oui	Oui	Non	Oui	Liquor stores non couverts	200-250 000 € selon récurrence
Nielsen	Panel distri	Oui	En construction	Oui	Oui	Tout circuit off	18 154 € annuel
KANTAR	Panel conso	Oui	Possible	Possible	Possible	Tout est possible mais à construire	Centaines milliers EUR
NPD	Panel conso	Non	Non	Non	Non	Limité que couleur	-
Statistic Brain	Enquêteurs	Oui	-	-	-	Ne donne pas d'informations	199 USD/mois
Survey Sampling	Enquêteurs	Oui	Oui	Oui	Oui	Possibilité de détailler	10 000€
Technomic	Panel distri +conso	Oui	Oui	Non	Non	-	4 250 à 95 575 USD
Wine Opinions	Enquêteurs	Oui	Oui	Non	Non	Possibilité de détailler	10 000 à 19 000 USD
MiBD	Enquêteurs	Oui	Non	Non	Non	Niveau de détails faible	280€/mois à 2 520€/mois
Wine Intelligence	Enquêteurs	Oui	Non	Non	Non	Offre classique (pour membre du CNIV)	Sur devis
Enolytics	Agrégateur	Oui	Oui	Oui	Non	Informations sur la qualité du vin	30 000 à 50 000 USD
IWSR	Agrégateur	Oui	En construction	Non	Oui	-	5 000 GBP
Wine Business	Médias	Oui	Non	Non	Non	Peu de détails connus	295 USD/an
Wine Searcher	Agrégateur	Oui	Oui	Non	Non	Offre USA détaillée	60 USD/an
Wines and Vines	Médias	Oui	Non	Non	Non	Pas de données précises France	295 USD/an
BW166	Consultant	Oui	Non	Non	Non	Pas de données précises France	-
GFA	Consultant	Oui	Non	Non	Non	Pas de données précises France	695 à 1 800 USD/an
IBISWorld	Consultant	Oui	Non	Non	Non	Pas de données précises France	990 USD/rapport
Mordor Intelligence	Consultant	Oui	Non	Non	Non	Analyse de marché	3 000 USD/rapport
Shanken Impact	Consultant	Oui	Non	Non	Non	Détails limités catégories vins	-
SVB	Consultant	Oui	Non	Non	Non	Pas de données précises France	Gratuit
TTB	Association	Oui	Non	Oui	Non	-	Gratuit
NABCA	Association	Oui	Non	Non	Oui	-	400 à 1650 USD/an/Etat
Oregon	Association	Non	Non	Non	Non	Ne traite pas les vins importés	Gratuit
Pennsylvania	Association	Oui	Oui	Non	Non	Monopole offre	Gratuit

Utah	Association	En construction	En construction	Non	Non	Monopole	-
Wine Institute	Association	Oui	Non	Non	Non	Pas de réalisation d'enquête	-
Wine Market Council	Association	Non	Non	Non	Non	Etudes sur comportement consommateur	-

En ce qui concerne la segmentation, seules 4 entreprises peuvent fournir assez d'informations sur les vins français (au moins 3 « Oui ») : IRI, Nielsen, Survey Sampling et Enolytics.

3.2.4. Récurrence

Organisme/Société	Type	Récurrence	Prix
CGA	Panel distri +conso	2 à 12 fois par an	25 000 USD/trimestre
IRI	Panel distri	6 fois par an	200-250 000 € selon récurrence
Nielsen	Panel distri	-	18 154 € annuel
KANTAR	Panel conso	À définir	Centaines milliers EUR
NPD	Panel conso	1 fois par a	-
Statistic Brain	Enquêteurs	6 à 12 fois par an	199 USD/mois
Survey Sampling	Enquêteurs	1 à 12 fois par an	10 000€
Technomic	Panel distri +conso	1 à 2 fois par an	4 250 à 95 575 USD
Wine Opinions	Enquêteurs	1 fois par an	10 000 à 19 000 USD
MiBD	Enquêteurs	-	280€/mois à 2 520€/mois
Wine Intelligence	Enquêteurs	-	Sur devis
Enolytics	Agrégateur	1 à 12 fois par an	30 000 à 50 000 USD
IWSR	Agrégateur	1 fois par an	5 000 GBP
Wine Business	Médias	-	295 USD/an
Wine Searcher	Agrégateur	-	60 USD/an
Wines and Vines	Médias	12 fois par an	295 USD/an
BW166	Consultant	12 fois par an	-
GFA	Consultant	12 fois par an	695 à 1 800 USD/an
IBISWorld	Consultant	4 fois par an	990 USD/rapport
Mordor Intelligence	Consultant	Tous les 5 ans	3 000 USD/rapport
Shanken Impact	Consultant	-	-
SVB	Consultant	1 fois par an	Gratuit
TTB	Association	12 fois par an	Gratuit
NABCA	Association	12 fois par an	400 à 1650 USD/an/Etat
Oregon	Association	1 fois par an	Gratuit
Pennsylvania	Association	12 fois par an	Gratuit
Utah	Association	12 fois par an	-
Wine Institute	Association	-	-
Wine Market Council	Association	1 fois par an	-

Le choix du prestataire est également fonction de la récurrence des données. Si le besoin en informations est fréquent, certains sont capables de fournir des données tous les mois, et les sites Internet peuvent également être mis à jours très régulièrement. Exemples : CGA, Statistic Brain, Survey Sampling, BW166, Enolytics ...

3.2.5. Tranche de prix (présence ou non)

Organisme/Société	Type	Tranche de prix	Prix
CGA	Panel distri +conso	Oui	25 000 USD/trimestre
IRi	Panel distri	Non	200-250 000 € selon récurrence
Nielsen	Panel distri	Oui	18 154 € annuel
KANTAR	Panel conso	Possible	Quelques centaines de milliers EUR
NPD	Panel conso	Non	-
Statistic Brain	Enquêteurs	-	199 USD/mois
Survey Sampling	Enquêteurs	Non	10 000€
Technomic	Panel distri +conso	Non	4 250 à 95 575 USD
Wine Opinions	Enquêteurs	Oui	10 000 à 19 000 USD
MiBD	Enquêteurs	Non	280€/mois à 2 520€/mois
Wine Intelligence	Enquêteurs	Non	Sur devis
Enolytics	Agrégateur	Non	30 000 à 50 000 USD
IWSR	Agrégateur	Non	5 000 GBP
Wine Business	Médias	Non	295 USD/an
Wine Searcher	Agrégateur	Oui	60 USD/an
Wines and Vines	Médias	Non	295 USD/an
BW166	Consultant	Non	-
GFA	Consultant	Oui	695 à 1 800 USD/an
IBISWorld	Consultant	Non	990 USD/rapport
Mordor Intelligence	Consultant	Non	3 000 USD/rapport
Shanken Impact	Consultant	Non	-
SVB	Consultant	Non	Gratuit
TTB	Association	Non	Gratuit
NABCA	Association	Non	400 à 1650 USD/an/Etat
Oregon	Association	Non	Gratuit
Pennsylvania	Association	Non	Gratuit
Utah	Association	Oui	-
Wine Institute	Association	Non	-
Wine Market Council	Association	Non	-

Certains organismes sont capables de fournir la donnée « tranche de prix de la bouteille de vin » : CGA, Nielsen, Wine Opinions, Wine Searcher et GFA.

3.3. Quelques suggestions

Sociétés	Réponse peu adaptée	Réponse partielle	Réponse complète
CGA		X	
IRi		X	
Nielsen		X	
Kantar		X	
Npd	X		
Statistic Brain	X		
Survey Sampling		X	
Technomic		X	
Wine Opinions		X	
MiBD		X	
Wine Intelligence	X		
Enolytics		X	
IWSR		X	
Wine Business	X		
Wine Searcher		X	
Wines and Vines	X		
BW166	X		
GFA	X		
IBISWorld	X		
Mordor Intelligence		X	
Shanken Impact	X		
SVB	X		
TTB		X	
NABCA		X	
Oregon		X	
Pennsylvania		X	
Utah		X	
Wine Institute	X		
Wine Market Council		X	

L'offre concernant les données sur le vin français est multiple : il n'y a pas de prestataire couvrant l'ensemble des besoins CNIV ». En revanche, au cours de l'étude, certains sont ressortis plus souvent que d'autres, notamment **CGA, Nielsen, Enolytics et Surveys Samplings** afin de couvrir :

- tous les circuits,
- tous les segments vins,
- tous les profils de consommation.

Enfin il semble que l'intervention d'un agglomérateur soit essentielle pour avoir des données suffisamment fiables et précises. Il y en a peu aux Etats-Unis qui pourraient réaliser la synthèse des données selon un canevas précis géré par le CNIV, par exemple..