



# Lancement de la gamme **Danette** aux États-Unis

par Carole Rajaonarivelo

# SOMMAIRE

## CONTEXTE

3

Objectif du projet  
Présentation de Danone

## CONCURRENCE ET DIFFÉRENCIATION

10

Les marques concurrentes  
Différenciation sur le marché  
Avantages compétitifs

6

## ANALYSE DU MARCHÉ

Le marché des desserts lactés aux États-Unis  
Le comportement des consommateurs  
La segmentation des consommateurs

13

## STRATÉGIE MARKETING

Positionnement  
Marketing Mix  
Évaluation des risques et des opportunités  
Conclusion et recommandations

# CONTEXTE

## OBJECTIF DU PROJET

### LA DEMANDE

Il nous a été demandé de réaliser une analyse approfondie du marché et des opportunités pour le lancement d'un nouveau produit de la marque de notre choix. L'objectif est d'identifier un marché potentiel dans un pays étranger où ce produit pourrait être introduit avec succès.

### LA RÉFLEXION

La réflexion sur le sujet s'est concentrée sur la recherche d'une opportunité stratégique pour Danone, en identifiant un marché étranger favorable pour le lancement d'un nouveau produit.

Danone est une marque internationale bien établie, reconnue pour la qualité de ses produits laitiers. Les Danette, en particulier, sont des desserts lactés populaires et appréciés dans de nombreux pays. En considérant le potentiel du marché américain des desserts lactés, j'ai identifié une opportunité stratégique pour les Danette de Danone de conquérir de nouveaux consommateurs aux États-Unis.

Les États-Unis offrent un marché vaste et dynamique, caractérisé par une culture alimentaire diversifiée et une demande croissante pour des produits laitiers innovants et de qualité. Le pays est également connu pour sa propension à adopter de nouvelles tendances alimentaires et à apprécier les desserts sucrés.



# CONTEXTE

## PRÉSENTATION DE DANONE

Danone est une marque qui jouit d'un rayonnement international impressionnant. Présente dans plus de 120 pays à travers le monde, l'entreprise a su établir une solide empreinte mondiale grâce à ses produits de qualité et à sa réputation en matière de santé et de bien-être. Cette présence mondiale permet à Danone de bénéficier d'une connaissance approfondie des marchés locaux, de s'adapter aux spécificités culturelles et régionales, et de répondre aux besoins des consommateurs de manière pertinente et adaptée.

En investissant dans la recherche et le développement, en renforçant ses partenariats locaux et en promouvant des initiatives durables, Danone continue de renforcer son rayonnement international et de marquer sa présence en tant que leader mondial dans l'industrie alimentaire et des produits laitiers.



## PRODUITS LAITIERS FRAIS

Danone est renommé pour ses produits laitiers frais tels que les yaourts, les desserts lactés et les fromages. Ces produits sont disponibles dans une grande variété de saveurs, de textures et de formats pour satisfaire les préférences individuelles des consommateurs. Danone offre également des options adaptées aux besoins spécifiques, comme les produits sans lactose, les yaourts à faible teneur en matières grasses et les versions enrichies en probiotiques pour une santé digestive optimale.



## EAUX EN BOUTEILLE

Danone est engagé dans la promotion de l'hydratation saine avec sa gamme d'eaux en bouteille de qualité. Des eaux minérales naturelles aux eaux aromatisées, Danone offre des options rafraîchissantes et hydratantes pour répondre aux préférences individuelles des consommateurs.

## NUTRITION INFANTILE

Danone est un leader mondial dans le domaine de la nutrition infantile, offrant une gamme complète de produits adaptés aux différents stades de développement des nourrissons et des jeunes enfants. Ces produits comprennent des laits infantiles, des céréales pour bébés, des compotes et des petits pots, conçus pour fournir une nutrition équilibrée et répondre aux besoins spécifiques des tout-petits.



## NUTRITION MÉDICALE

Danone propose également des produits de nutrition médicale destinés aux personnes ayant des besoins nutritionnels particuliers en raison de conditions médicales spécifiques. Ces produits sont développés en collaboration avec des professionnels de la santé pour répondre aux exigences nutritionnelles spécifiques des patients dans le cadre de leur traitement.

# ANALYSE DU MARCHÉ

## LE MARCHÉ DES DESSERTS LACTÉS AUX ÉTATS-UNIS



Les desserts lactés français connaissent un succès croissant sur le marché américain, avec des exportations en constante augmentation. Les consommateurs américains sont de plus en plus attirés par la réputation de la France en matière de produits laitiers de qualité supérieure.

Au cours des cinq dernières années, les exportations de desserts lactés français vers les États-Unis ont connu une croissance spectaculaire. Les exportations ont augmenté de près de **30 %** par an en moyenne, témoignant de l'attrait croissant des desserts lactés français auprès des consommateurs américains.

Les exportations ont atteint un chiffre impressionnant de **100 millions d'euros** en 2022. Ce montant représente une augmentation de **20 %** par rapport à l'année précédente, démontrant la demande croissante pour ces produits.

Parmi les desserts lactés français les plus prisés aux États-Unis, on retrouve les célèbres yaourts, les crèmes desserts à la vanille, au chocolat et aux fruits, ainsi que les spécialités comme la crème brûlée et la mousse au chocolat. Ces produits sont appréciés pour leur texture onctueuse, leurs saveurs délicates et leur fabrication traditionnelle.

La part de marché de la France sur le marché des desserts lactés aux États-Unis est significative mais peut varier en fonction des périodes et des catégories de produits. Selon les données disponibles, la France représente environ **10 %** de la part de marché globale des desserts lactés importés aux États-Unis. Cela démontre la présence notable des desserts lactés français sur le marché américain.





La demande quantitative des desserts lactés aux États-Unis est en constante augmentation, témoignant de l'engouement croissant des consommateurs pour ces produits. Selon les données les plus récentes, les Américains ont consommé plus de **4 milliards de kilogrammes** de desserts lactés en 2022. Cela représente une augmentation de près de **10 %** par rapport à l'année précédente.

Parmi ces chiffres, les yaourts occupent une part importante, avec une consommation annuelle dépassant les **2 milliards de kilogrammes**.

Les crèmes desserts, les flans et les autres variétés de desserts lactés connaissent également une demande soutenue, avec une consommation de plus de **1,5 milliard de kilogrammes**.

Ces chiffres témoignent de l'appétit des consommateurs américains pour les desserts lactés et de leur place importante dans l'alimentation quotidienne.

Les préférences de consommation des desserts lactés aux États-Unis varient, mais certains choix sont particulièrement populaires parmi les consommateurs. Selon les statistiques récentes, les yaourts représentent près de **60 %** de la consommation totale de desserts lactés aux États-Unis. Parmi ceux-ci, les yaourts aromatisés sont les plus appréciés, représentant environ **40 %** des ventes. Les yaourts nature ou non sucrés suivent de près, constituant environ **30 %** des ventes. En ce qui concerne les autres types de desserts lactés, les crèmes desserts et les flans représentent environ **20 %** de la consommation, tandis que les spécialités françaises comme la crème brûlée et la mousse au chocolat ont une part plus modeste.

Ces chiffres soulignent la préférence des consommateurs américains pour les yaourts, tant dans leur forme naturelle que dans des variétés aromatisées, tout en laissant une place pour d'autres desserts lactés traditionnels.



# ANALYSE DU MARCHÉ

## LE COMPORTEMENT DES CONSOMMATEURS

Les consommateurs américains recherchent de plus en plus des desserts lactés qui offrent une expérience gustative exceptionnelle et qui répondent à leurs exigences en matière de qualité des ingrédients. Cette évolution des préférences a conduit à une demande croissante de desserts lactés français réputés pour leur artisanat traditionnel et leur goût raffiné.

Ils accordent une attention particulière à la provenance des ingrédients et à la méthode de fabrication des desserts lactés. Les produits fabriqués avec des ingrédients naturels et sans additifs artificiels suscitent un intérêt accru. Les desserts lactés français, qui sont souvent élaborés à partir de lait de haute qualité provenant de fermes locales et qui suivent des recettes traditionnelles, répondent à cette demande.

Les consommateurs américains sont également sensibles à l'authenticité et à la diversité des saveurs proposées. Les desserts lactés français offrent une variété de saveurs délicates et sophistiquées, allant des classiques vanille et chocolat aux combinaisons plus audacieuses telles que caramel au beurre salé, lavande ou fruits exotiques. Cette diversité de saveurs répond aux attentes des consommateurs en quête d'expériences gustatives uniques et inédites.

De nombreux Américains intègrent des desserts lactés dans leur alimentation quotidienne. Que ce soit en tant que collation, en dessert après un repas ou même comme partie intégrante d'un petit-déjeuner équilibré, les desserts lactés sont souvent appréciés à divers moments de la journée.

Les Américains ont tendance à privilégier les desserts lactés aromatisés. Les saveurs populaires incluent la vanille, le chocolat, les fruits (comme la fraise, la framboise ou la mangue) ainsi que des combinaisons plus originales, telles que les saveurs tropicales ou les mélanges de fruits exotiques.

De plus en plus de consommateurs américains sont attentifs à leur santé et recherchent des desserts lactés qui répondent à leurs besoins diététiques spécifiques. Les yaourts faibles en gras, les options sans sucre ajouté, les produits biologiques et ceux contenant des probiotiques gagnent en popularité.

Les Américains aiment personnaliser leurs desserts lactés en ajoutant des garnitures telles que des fruits frais, des noix, des graines ou du granola. Ils apprécient également les produits prêts à l'emploi qui incorporent des couches de saveurs ou des mélanges de textures.

# ANALYSE DU MARCHÉ

## LA SEGMENTATION DES CONSOMMATEURS

On distingue 6 grands segments de consommateurs :

- Les amateurs de saveurs classiques : Ce segment de consommateurs préfère les desserts lactés traditionnels et apprécie des saveurs classiques telles que la vanille, le chocolat et les fruits traditionnels comme la fraise et la framboise. Ils recherchent des produits au goût familier et peuvent privilégier des marques établies proposant des options de qualité constante.
- Les adeptes de l'innovation et de l'originalité : Ce segment est composé de consommateurs en quête de nouvelles expériences gustatives et de saveurs uniques. Ils sont ouverts à l'exploration de combinaisons audacieuses et d'arômes exotiques dans leurs desserts lactés. Ils peuvent être attirés par des produits plus artisanaux, fabriqués localement et proposant des saveurs originales telles que le caramel au beurre salé, la lavande ou des fruits tropicaux.
- Les consommateurs soucieux de la santé : Ce segment est composé de consommateurs attentifs à leur alimentation et à leur bien-être. Ils recherchent des desserts lactés faibles en gras, sans sucre ajouté ou riches en protéines. Ils accordent une attention particulière aux valeurs nutritionnelles, à la qualité des ingrédients et à la présence de probiotiques bénéfiques pour la santé digestive.
- Les consommateurs sensibles aux allergies et aux intolérances : Ce segment se compose de personnes ayant des restrictions alimentaires ou des allergies, telles que l'intolérance au lactose ou aux produits laitiers. Ils recherchent des alternatives végétales, telles que les desserts lactés à base de lait d'amande, de soja, de noix de coco ou d'autres sources non laitières.
- Les consommateurs soucieux de l'origine et de la durabilité : Ce segment est préoccupé par l'origine des ingrédients et la durabilité des produits. Ils privilégient les desserts lactés fabriqués à partir de lait provenant de fermes locales, issus de l'agriculture biologique ou élevés de manière responsable. Ils sont sensibles aux certifications écologiques et à la production éthique.
- Les consommateurs à la recherche de praticité : Ce segment comprend des consommateurs qui recherchent des desserts lactés pratiques et prêts à consommer. Ils peuvent opter pour des portions individuelles, des coupes à emporter ou des produits à consommer directement du contenant, sans nécessiter de préparation supplémentaire.



# CONCURRENCE ET DIFFÉRENCIATION

## LES MARQUES CONCURRENTES

L'analyse de la concurrence de Danone aux États-Unis révèle un marché dynamique avec plusieurs acteurs majeurs dans le secteur des produits laitiers. Parmi les concurrents les plus significatifs, on retrouve des marques américaines bien établies telles que **Chobani** et **Tillamook**, qui offrent une large gamme de yaourts et de produits laitiers.

En termes de parts de marché, **Chobani** est l'un des principaux concurrents de Danone aux États-Unis. Les produits **Chobani** sont souvent proposés à des prix légèrement plus élevés que les marques conventionnelles, avec une fourchette de prix allant d'environ **1 à 2 dollars** par unité, selon la taille et la variété du produit.

**Tillamook**, quant à lui, est principalement connu pour ses fromages et ses glaces, mais il se positionne également comme un concurrent notable dans le marché américain des desserts lactés. Les produits **Tillamook** sont généralement positionnés dans le segment haut de gamme, avec des prix allant d'environ **1,50 à 3 dollars** par unité, selon la variété et le format du produit.



# CONCURRENCE ET DIFFÉRENCIATION

## DIFFÉRENCIATION SUR LE MARCHÉ

Les Danette peuvent se différencier sur le marché américain en proposant une variété de saveurs attrayantes, allant des classiques aux saveurs exotiques. Mettant l'accent sur l'utilisation d'ingrédients de haute qualité et naturels, les Danette peuvent attirer les consommateurs soucieux de la provenance et de la qualité des produits. La personnalisation des desserts lactés avec des garnitures ou des coulis selon les préférences individuelles peut également être un facteur différenciateur. Avec un packaging attrayant et distinctif, des campagnes marketing créatives et une identité de marque forte, les Danette peuvent se démarquer visuellement et émotionnellement sur les rayons des supermarchés, attirant ainsi l'attention des consommateurs américains en quête d'expériences gustatives uniques.

Les Danette peuvent également se différencier sur le marché américain en mettant en avant des valeurs telles que l'authenticité, la tradition et l'expertise dans la création de desserts lactés. En communiquant sur leur héritage français, réputé pour ses desserts délicieux et raffinés, les Danette peuvent attirer les consommateurs à la recherche d'une expérience culinaire gourmande et sophistiquée. De plus, en s'adaptant aux préférences alimentaires en évolution, les Danette peuvent également proposer des options sans sucre ajouté, sans lactose ou végétaliennes pour répondre à un large éventail de besoins et de choix alimentaires. En offrant des produits de qualité, une variété de saveurs et en incarnant une image d'authenticité et d'innovation, les Danette peuvent se positionner comme un choix distinctif et attrayant sur le marché américain des desserts lactés.



# CONCURRENCE ET DIFFÉRENCIATION

## AVANTAGES COMPÉTITIFS

Les Danette de Danone présentent plusieurs avantages compétitifs sur le marché des desserts lactés. Tout d'abord, Danone est une entreprise internationale bien établie, bénéficiant d'une solide réputation dans l'industrie des produits laitiers. Cette réputation peut susciter la confiance des consommateurs et les inciter à choisir les Danette parmi d'autres options disponibles.

Ensuite, les Danette offrent une large gamme de saveurs attractives pour satisfaire les différents goûts des consommateurs. Avec des classiques tels que la vanille et le chocolat, ainsi que des saveurs plus innovantes et saisonnières, les Danette peuvent répondre aux préférences de divers segments de consommateurs.

Un autre avantage compétitif des Danette réside dans la qualité des ingrédients utilisés. Danone met l'accent sur l'utilisation d'ingrédients de qualité, tels que du lait frais et du vrai chocolat, ce qui peut contribuer à la perception de produits plus authentiques et de meilleure qualité.

Danone est également connu pour son engagement en matière d'innovation dans le domaine des produits laitiers. Les Danette peuvent bénéficier de cette orientation en proposant des options adaptées aux tendances actuelles, telles que des variantes sans sucre ajouté, sans lactose ou végétaliennes, pour répondre aux besoins et aux préférences des consommateurs soucieux de leur santé et de leur régime alimentaire.

Enfin, grâce à sa distribution étendue, les Danette sont largement disponibles dans de nombreux points de vente, ce qui facilite l'accès des consommateurs aux produits Danette.

Ces avantages compétitifs, combinés à une expertise en matière de fabrication de desserts lactés et à une solide présence sur le marché, permettent aux Danette de Danone de se positionner favorablement parmi les options de desserts lactés disponibles aux consommateurs.

# STRATÉGIE MARKETING

## POSITIONNEMENT

Pour un lancement réussi aux États-Unis, les Danette pourraient adopter un positionnement basé sur les éléments suivants :

Les Danette se positionneraient comme des desserts lactés authentiquement français, offrant une expérience culinaire raffinée et empreinte de tradition. En mettant en avant leur héritage français, les Danette pourraient capitaliser sur la perception positive des produits alimentaires français aux États-Unis, réputés pour leur qualité et leur savoir-faire culinaire.

Un autre aspect clé du positionnement serait la diversité de saveurs proposée par les Danette. En mettant en avant une large gamme de saveurs allant des classiques intemporels aux saveurs plus audacieuses et exotiques, les Danette offriraient aux consommateurs américains une expérience gustative variée et stimulante. Cette diversité de saveurs répondrait aux goûts et aux préférences des consommateurs américains en quête de nouvelles expériences culinaires.

Parallèlement, les Danette pourraient mettre l'accent sur la qualité des ingrédients utilisés dans leurs desserts lactés. En utilisant des ingrédients de haute qualité, tels que du lait frais et du vrai chocolat, les Danette offriraient aux consommateurs américains une expérience de dessert riche, crémeuse et authentique.



Enfin, un autre aspect du positionnement des Danette pourrait être leur engagement envers l'innovation et la diversité des choix. En proposant des variantes adaptées aux tendances actuelles, comme des options sans sucre ajouté, sans lactose ou végétaliennes, les Danette répondraient aux besoins et aux préférences des consommateurs américains soucieux de leur santé et de leur régime alimentaire.

En combinant ces éléments, les Danette se démarqueraient sur le marché américain en tant que desserts lactés français authentiques, offrant une expérience culinaire variée, de haute qualité et en phase avec les attentes des consommateurs américains.

# STRATÉGIE MARKETING

## MARKETING MIX

### PRODUIT

Pour le lancement des Danette aux États-Unis, le produit occupe une place centrale dans la stratégie de marketing. Les Danette offrent une gamme variée de saveurs attrayantes, conçues pour satisfaire les différents goûts des consommateurs américains.

Des classiques intemporels tels que la vanille et le chocolat aux saveurs plus exotiques et audacieuses, les Danette offrent une expérience gustative diversifiée.

La qualité des ingrédients utilisés constitue un autre élément clé du produit, avec un accent sur l'utilisation de lait frais et de vrai chocolat pour garantir une expérience de dessert lacté authentique et délicieuse.

De plus, les Danette s'adaptent aux tendances actuelles en proposant des variantes sans sucre ajouté, sans lactose ou végétaliennes, pour répondre aux besoins et aux préférences des consommateurs américains soucieux de leur santé et de leur régime alimentaire.

Avec une gamme de saveurs attrayantes et une qualité supérieure des ingrédients, les Danette sont prêts à conquérir le palais des consommateurs américains en offrant une expérience de dessert lacté exceptionnelle.



# STRATÉGIE MARKETING

## MARKETING MIX

### PRIX

Dans la stratégie de lancement des Danette aux États-Unis, le prix joue un rôle essentiel. Pour assurer leur compétitivité sur le marché des desserts lactés, Danone effectuera une analyse approfondie de la concurrence afin de déterminer un prix attractif tout en préservant la valeur perçue des produits Danette.

Les prix seront différenciés en fonction des formats et des saveurs, offrant ainsi aux consommateurs américains une flexibilité de choix en fonction de leurs préférences et de leur budget. L'objectif est de proposer des produits Danette de haute qualité à des prix compétitifs, créant ainsi une proposition de valeur attrayante pour les consommateurs.

La tarification stratégique des Danette permettra d'atteindre un équilibre entre accessibilité et valorisation de la qualité, garantissant ainsi leur attractivité sur le marché des desserts lactés aux États-Unis.



# STRATÉGIE MARKETING

## MARKETING MIX

### DISTRIBUTION

Dans la stratégie de lancement des Danette aux États-Unis, la distribution occupe une place clé. Danone établira des partenariats solides avec les principaux distributeurs et chaînes de supermarchés à travers le pays afin d'assurer une large distribution des produits Danette.

En garantissant une présence stratégique dans les points de vente clés, les consommateurs pourront facilement trouver les Danette lors de leurs achats.

En parallèle, une stratégie de distribution omnicanale sera mise en place, permettant aux consommateurs d'acheter les Danette aussi bien en magasin que en ligne, renforçant ainsi leur accessibilité et leur disponibilité.



# STRATÉGIE MARKETING

## MARKETING MIX

### PROMOTION

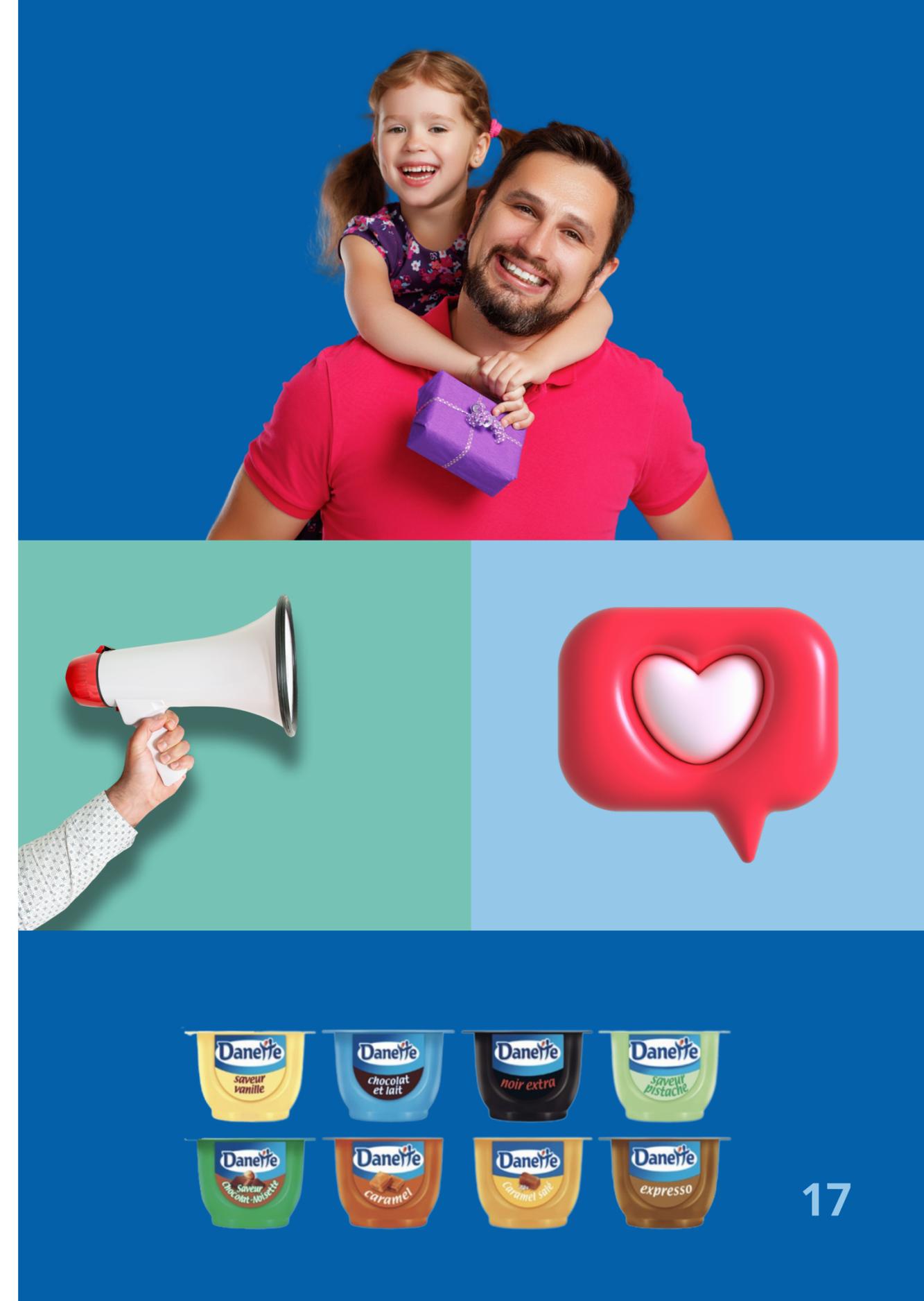
La promotion jouera un rôle essentiel dans le lancement des Danette aux États-Unis.

Une campagne publicitaire intégrée sera mise en place, utilisant différents canaux tels que la télévision, la radio, les médias sociaux et les publicités en ligne pour créer une notoriété de marque et générer de l'engouement autour des Danette.

Des messages mettant en avant les saveurs variées, la qualité des ingrédients et l'authenticité française des produits seront diffusés pour attirer l'attention des consommateurs.

Des dégustations et des événements promotionnels seront également organisés dans les supermarchés et les centres commerciaux, offrant aux consommateurs l'opportunité de goûter les Danette et de découvrir leur délicieuse expérience gustative.

En outre, des partenariats avec des influenceurs et des blogueurs culinaires seront établis pour générer du contenu attrayant et des recommandations positives autour des Danette, renforçant ainsi leur visibilité et leur attractivité auprès du public américain.



# STRATÉGIE MARKETING

## ÉVALUATION DES RISQUES ET DES OPPORTUNITÉS

### OPPORTUNITÉS

- Potentiel de croissance du marché des desserts lactés aux États-Unis.
- Notoriété positive des produits alimentaires français aux États-Unis, offrant un avantage concurrentiel.
- Tendance croissante des consommateurs à rechercher des produits de qualité, authentiques et innovants.
- Disponibilité de canaux de distribution variés, offrant une portée étendue et une accessibilité accrue.
- Opportunité d'éducation des consommateurs sur les avantages et la diversité des produits Danette.
- Utilisation des médias sociaux et du marketing numérique pour atteindre un large public cible.

### RISQUES

- Concurrence accrue sur le marché des desserts lactés aux États-Unis.
- Difficulté à pénétrer un marché déjà saturé par des marques établies.
- Adaptation des produits aux préférences et aux goûts des consommateurs américains.
- Complexités liées à la distribution, y compris l'établissement de partenariats solides.
- Réactions mitigées des consommateurs américains face à de nouvelles saveurs et textures.
- Défis liés à la promotion et à la création d'une notoriété de marque solide.

# STRATÉGIE MARKETING

## CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS

En conclusion, le lancement des Danette aux États-Unis présente à la fois des opportunités et des défis. Les Danette, avec leur gamme variée de saveurs attrayantes et leur qualité supérieure des ingrédients, ont le potentiel de séduire les consommateurs américains à la recherche de desserts lactés délicieux et authentiques. Cependant, une adaptation minutieuse du produit, une tarification stratégique, une distribution efficace et une promotion ciblée sont essentielles pour réussir sur le marché américain concurrentiel.

Il est recommandé à Danone de mettre en œuvre un plan d'action en tenant compte des spécificités du marché américain, des préférences des consommateurs et de la concurrence. Une recherche approfondie du marché et une adaptation du produit sont nécessaires pour répondre aux attentes des consommateurs américains en termes de saveurs, de qualité des ingrédients et d'options diététiques.

De plus, une stratégie de tarification compétitive, une distribution bien planifiée et une promotion efficace, mettant en avant les caractéristiques uniques des Danette, sont essentielles pour créer une demande et une notoriété durable sur le marché américain.

Il est recommandé de mettre en place des mécanismes de suivi et d'évaluation pour surveiller les performances du lancement et ajuster la stratégie en conséquence. En restant attentif aux commentaires des consommateurs et en étant réactif aux changements du marché, Danone pourra maximiser le succès du lancement des Danette aux États-Unis.

En somme, avec une approche stratégique et une exécution rigoureuse du plan d'action, Danone a de bonnes chances de conquérir les consommateurs américains avec les délicieuses et authentiques Danette.





**DANONE**  
ONE PLANET. ONE HEALTH

