

Relier les communautés aux marchés

L'outil

Objet :

- Faciliter la commercialisation indépendante de produits forestiers communautaires certifiés à l'échelle locale, nationale et internationale.
- Influencer les politiques d'approvisionnement des acheteurs pour qu'ils achètent des produits forestiers communautaires.

Travaux :

Comprendre les rythmes du marché. La réussite de toute entreprise dépend de son appréciation des rythmes de l'offre et la demande, et de sa capacité d'adaptation aux rythmes du marché. Le marché est empreint de rythmes locaux qui traduisent des notions de culture, d'éducation, de pratiques commerciales, de technologie et d'échelle, et bien d'autres facteurs.

Explorer les possibilités et choisir les meilleures options

- 1 **Quoi vendre, et où.** Comprendre comment les acheteurs potentiels effectuent leurs achats et investir dans la communication.
 - Identifier les acheteurs potentiels
 - Comprendre où et comment les acheteurs effectuent leurs achats
 - Vérifier les besoins des acheteurs
 - Savoir quels produits ils offrent au consommateur final
 - Voir s'ils sont prêts à accepter des produits nouveaux
 - Développer une bonne conception de produit
 - Identifier des acheteurs secondaires
 - Déployer la commercialisation des produits

A ne pas perdre de vue

- ★ "Essayez de fabriquer ce que vous pouvez vendre ; n'essayez pas de vendre ce que vous pouvez fabriquer".
- ★ Dans toute entreprise, il est important de se soucier de :
 - la qualité du produit
 - la qualité du processus
 - les impacts sociaux et environnementaux
 - l'échelle
 - le crédit et la rentabilité
- ★ Les produits à valeur ajoutée remplacent de plus en plus les produits bruts dans l'arène internationale du commerce du bois. C'est une bonne manière d'identifier de nouveaux débouchés.
- ★ Les niches de marché paient généralement davantage pour les produits certifiés que les marchés de marchandises, mais

**POWER
TOOLS**



2 Commercialisation des produits. Elaborer une bonne stratégie de commercialisation.

- Prévoir du matériel promotionnel (brochures, emballages, étiquettes, prospectus)
- Investir dans le service clientèle (former les vendeurs)
- Informer l'acheteur sur les spécifications du produit et les modalités de livraison
- A l'issue de la livraison du produit, contacter l'acheteur pour vérifier qu'il est satisfait du produit et rectifier les erreurs éventuelles

Promouvoir la prise de conscience. Faire comprendre aux acheteurs que le rythme de travail des communautés est très différent de celui des compagnies. Promouvoir une plus grande flexibilité, par exemple dans l'utilisation d'autres essences de bois.

Créer des réseaux commerciaux et des groupes de pression. Forger des associations au sein des communautés et rechercher un soutien institutionnel pour vendre vos produits. Travailler avec des ONG pour faire pression sur les compagnies afin qu'elles améliorent leurs politiques d'achat.

Différencier votre produit. Servez-vous du facteur "Produit de la communauté" et du plus que confère la certification en guise d'outils pour ajouter de la valeur et donner plus de crédibilité à vos produits, de façon à ce qu'ils soient plus attrayants pour les acheteurs sensibles aux questions socio-environnementales.

Introduire les changements requis par la certification. Le label de certification FSC (Forest Stewardship Council) contribue à la planification forestière et au contrôle des gaspillages, ce qui débouche sur une efficacité accrue et des produits de meilleure qualité.

Pour en savoir plus

Découvrez l'outil détaillé et d'autres ressources et outils associés en visitant www.policy-powertools.org

Contactez IMAFLORA : imaflora@imaflora.org

Le lecteur trouvera d'autres informations pertinentes sur www.imaflora.org

Fournisseurs et acheteurs agréés : www.certifiedwood.org

Pratiques de gestion des forêts tropicales :

www.imazon.org.br (portugais/anglais) www.manejoflorestal.org.br (portugais/anglais)

Réseau mondial de la forêt et du commerce : www.panda.org/forestandtrade (anglais)

ils achètent en quantités moindres.

★ La certification ne remplace pas la qualité, le prix et les conditions de livraison. Les acheteurs s'en servent pour trancher entre différents produits lorsque ces critères sont identiques.

★ Si vous souhaitez vendre d'autres essences de bois, demandez-vous pourquoi les acheteurs devraient envisager de vous suivre plutôt que d'acheter des essences traditionnelles.

★ Les agents et courtiers peuvent s'avérer de précieux alliés pour les nouveaux vendeurs.

★ Dans de nombreux pays, il existe des organisations qui appuient les petites et moyennes entreprises. Sachez vous en servir pour améliorer votre accès au marché.

★ Les produits forestiers communautaires portant le label FSC sont rares et très prisés. Exploitez ce point dans votre stratégie commerciale, notamment pour les consommateurs des grandes villes.



Imaflora