



**CONSEIL INTERNATIONAL
DES BOIS TROPICAUX**

Distr.
GÉNÉRALE

ITTC-JC(XLV)/2 – Annexe II
26 septembre 2011

FRANÇAIS
Original: ANGLAIS

QUARANTE-SEPTIÈME SESSION
14-19 novembre 2011
La Antigua Guatemala (Guatemala)

**META-ÉVALUATION DE PROJETS OIBT PRÉCÉDEMMENT
ÉVALUÉS**

**Acquis d'enseignement et bonnes pratiques en vue de la
gestion durable des forêts tropicales**

RÉSUMÉ ANALYTIQUE

12. Les marchés, la commercialisation et la promotion du commerce

RAPPORT THÉMATIQUE DE SYNTHÈSE No. 12

Les marchés, la commercialisation et la promotion du commerce

1. INTRODUCTION

Les marchés, la commercialisation des produits et les échanges commerciaux sont des domaines importants pour développer et soutenir une filière forêt-bois solide. Les marchés finissent par créer de la valeur pour les bois tropicaux et des produits ligneux et ainsi à réunir les conditions préalables pour instaurer la gestion durable des forêts (GDF). Les échanges commerciaux contribuent à produire des revenus et des emplois et soutiennent les investissements dans des activités concurrentielles, ce qui peut assurer la pérennité des avantages économiques découlant des produits et services forestiers ligneux et non ligneux.

Plusieurs objectifs de l'AIBT attestent importance des actions nécessaires pour améliorer les marchés, la commercialisation et le commerce des bois tropicaux et produits dérivés. Parmi les objectifs de l'AIBT pertinents à ce domaine thématique figure l'objectif (b) *Offrir un cadre pour des consultations afin de promouvoir des pratiques non discriminatoires dans le commerce du bois* ; l'objectif (d) *Renforcer les capacités des membres de mettre en œuvre des stratégies visant à ce que les exportations de bois tropicaux et de produits dérivés proviennent de sources gérées de façon durables* ; l'objectif (e) *Améliorer la connaissance des caractéristiques structurelles des marchés internationaux, notamment des tendances à long terme de la consommation et de la production, des facteurs influant sur l'accès aux marchés, des préférences des consommateurs et des prix à la consommation ainsi que des conditions conduisant à des prix qui intègrent les coûts d'une gestion durable des forêts* ; l'objectif (h) *Améliorer l'information commerciale et économique et encourager l'échange d'informations sur le marché international des bois tropicaux en vue d'assurer une plus grande transparence et une meilleure information sur les marchés et leurs tendances, notamment par le rassemblement, la compilation et la diffusion de données relatives au commerce, en particulier aux essences commercialisées* ; et l'objectif (k) *Améliorer la commercialisation et la distribution des exportations de bois tropicaux et de produits dérivés qui proviennent de sources faisant l'objet d'une gestion durable et d'une exploitation légale et qui sont commercialisées de manière licite, notamment en sensibilisant les consommateurs*.

L'Organisation internationale des bois tropicaux (OIBT) a financé plusieurs projets et activités liés au développement des marchés, à la commercialisation des produits et au commerce des bois tropicaux et produits dérivés. Ces projets ont été principalement destinés à améliorer la transparence du marché et à renforcer la capacité des systèmes d'information de marché, commercialisation des produits et développement des échanges.

Il est prévu que le programme thématique OIBT récemment lancé sur la transparence du commerce et des marchés apporte un soutien accru à ce secteur qui occupe une place essentielle dans le travail de l'Organisation.

2. PRINCIPAUX PROBLÈMES

- Les exigences du marché pour le bois et les produits ligneux sont en constante évolution sous l'effet de la conjoncture économique, des modifications réglementaires applicables au commerce et l'attention croissante que suscitent les aspects environnementaux s'attachant aux produits ligneux tropicaux. Cela réclame une veille intensive sur les nouveaux développements et de connaître toutes les répercussions que ne peuvent manquer d'avoir ces modifications pour les producteurs de bois tropicaux. Sans aide, les pays producteurs de bois tropicaux continuent de se heurter à des difficultés à proposer leurs produits aux marchés d'importation.
- La complexité des démarches qu'impose l'importation et l'exportation dans les pays développés et les pays en développement, le manque de clarté des règlements sanitaires et phytosanitaires et autres règlements, et les coûts de transaction élevés versés aux intermédiaires commerciaux sont d'autres obstacles au développement du commerce.
- Une connaissance adéquate des créneaux de marché est indispensable aux décisions d'investissement et à l'élaboration de politiques dans ce domaine, mais cette connaissance est souvent insuffisante. Des risques élevés doivent être pris en raison du manque d'informations détaillées sur le marché.

- Les informations sur la structure de la filière de valorisation des produits ligneux et des bois tropicaux ne suffisent pas, ce qui limite la planification stratégique de l'intégration verticale au niveau de l'entreprise et l'élaboration de politiques publique à l'échelon national.
- De nombreuses études de marché réalisées sont trop génériques pour être utiles au développement de la commercialisation à l'échelle de l'entreprise.
- Les petites et moyennes entreprises ont un accès limité à l'information disponible sur le marché, ce qui restreint leurs possibilités de pénétrer dans de nouveaux secteurs d'activité.
- Peu nombreuses sont les entreprises qui, dans l'industrie du bois disposent de systèmes adéquats d'information sur les marchés. En général, la capacité d'analyser les informations disponibles ayant trait aux marchés est également limitée.
- La connaissance des marchés nationaux et régionaux est souvent limitée dans le secteur du bois a traditionnellement s'intéresse avant tout aux grands marchés d'importation. Cela s'est traduit par des pertes de bénéfice importantes.
- Le commerce des bois tropicaux est fortement concentré sur un nombre relativement réduit de grandes essences de bois marchand. La diversification contribuerait à la rentabilité économique de la gestion et l'exploitation des forêts, mais elle a été entravée par le manque d'information sur les marchés et de faibles capacités de marketing qui n'ont pas permis d'introduire de nouveaux produits sur le marché. En particulier, les utilisations finales et les caractéristiques commerciales des différentes essences, notamment les essences les moins utilisées (LUS) et les essences de plantation, sont mal connues.
- Les efforts de développement du commerce ont souvent été très utiles mais il faut un travail actif suivi par les entreprises participantes, qui a souvent fait défaut.
- Dans les pays producteurs, les cadres juridiques et politiques sont souvent inadaptées aux coutumes bureaucratiques et aux procédures d'inspection et aux coûts des transaction élevés, comme à la concussion, ainsi que la fiscalité inappropriée et des mécanismes d'incitation inadéquate. Il est nécessaire de prendre des mesures de facilitation du commerce pour résoudre ces problèmes.
- L'intérêt et l'engagement des entreprises à participer à des projets visant à renforcer la capacité de commercialisation a souvent été limitée en raison d'un manque de compréhension des avantages potentiels, les entreprises pilotes ne s'étant pas montrée désireuses de partager les nouvelles connaissances sur les marchés qui ont été créés.
- Les organismes du secteur privé que sont les interprofessionnelles et les syndicats de la profession sont trop faibles dans les pays producteurs de bois tropicaux pour pouvoir jouer un rôle actif dans le développement des échanges commerciaux.

3. ENSEIGNEMENTS DEGAGES

- Les incitations à promouvoir le commerce extérieur ont constitué un facteur décisif de l'expansion de l'industrie du bois dans plusieurs pays.
- Les mesures réglementaires visant à limiter les exportations de grumes et de produits de première transformation ont tendance à fausser les marchés locaux, mais peuvent constituer une étape transitoire dans le développement du commerce des autres produits transformés.
- Toute amélioration des informations sur le marché devrait reposer sur la systématisation des informations plutôt que sur des études spécialisées. La surveillance continue de l'évolution du marché est nécessaire. D'autre part des études spécialisées sont souvent nécessaires pour relancer la commercialisation de nouveaux produits ou nouveaux marchés.
- Des projections fiables de la demande et de l'offre rendent difficile la planification au niveau des entreprises et au niveau national, conduisant à prendre des risques inutiles qui peuvent être importants à la fois pour le gouvernement et pour les entreprises.
- Selon la situation, les études de marché sont nécessaires pour couvrir un large champ d'élaboration et d'évaluation des orientations et doivent être suffisamment précises pour répondre aux besoins d'information des entreprises.

- Des études de marché sont également nécessaires sur la bioénergie, à savoir notamment le bois de feu et le charbon de bois lorsque des marchés sont développés pour ces produits.
- Les informations portant sur les possibilités commerciales des essences moins exploitées (LUS) doivent être complétées par des inventaires établissant l'offre potentielle et des études techniques sur les transformations industrielles de ces essences. Des études sur leur promotion commerciale ne sont possibles que par la suite.
- L'élaboration de normes pour le bois et les produits dérivés et de contrôle de la qualité associée peut contribuer à améliorer la compétitivité.
- Le soutien à l'élaboration de stratégies de marketing et le renforcement des compétences en marketing peuvent être piloté avec quelques entreprises, mais des mécanismes sont nécessaires pour partager les connaissances et l'expérience générale.
- L'appui à l'amélioration de l'information de marché et du marketing peut souvent être utilement assuré par la profession et les organismes qui la représentent.

4. BONNES PRATIQUES

- L'identification et l'évaluation correcte des mesures facultatives de réglementation du commerce d'exportation (interdictions d'exportation de grumes, taxes et quotas d'exportation, etc.) sont nécessaires pour la conception de mesures politiques visant développement des exportations des produits de transformation secondaire.
- Des études spéciales peuvent identifier les obstacles au commerce dans les pays exportateurs comme dans les pays importateurs et proposer des mesures visant à éliminer ou réduire les barrières commerciales.
- La clarification des besoins d'information est importante pour une bonne conception des études de marché et des systèmes d'information sur le marché.
- La mise à jour continue des informations sur le marché et des ressources est nécessaire en raison de l'évolution de la demande et des conditions de l'offre.
- Le développement de systèmes d'information sur les marchés et les capacités de commercialisation nécessite des efforts ciblés spécifiques, y compris des efforts de formation.
- Les démarches prévoyant le recours à une entreprise pilote dans l'amélioration de l'information du marché et la capacité de commercialisation peuvent être utiles, mais les conflits d'intérêts possibles entre les entreprises concurrentes doivent être traités.
- Les projets de développement du commerce doivent inclure des dispositions relatives à des activités complémentaires de la part des entreprises participantes afin de garantir leurs retombées.
- Les agences d'exécution du secteur privé doivent avoir une capacité de gestion adéquate pour la mise en œuvre du projet.
- Une promotion commerciale efficace peut être assurée par l'organisation de tables rondes bien entre acheteurs et fournisseurs dans le pays d'origine avec une participation suffisante des deux côtés.
- La diffusion effective auprès des bénéficiaires potentiels est essentielle à l'investissement dans l'amélioration de l'information sur le marché. Des mesures spéciales peuvent être nécessaires pour convertir les données en informations utiles pour les petites et moyennes entreprises.
- Le développement des réseaux commerciaux et de commercialisation est utile pour pérenniser les résultats des projets de promotion commerciale.

SOURCES

Le présent résumé thématique repose sur les rapports d'évaluation à posteriori des projets suivants:

PD 109/90 Rev.4 (I)	APPUI À LA MODERNISATION, LA RESTRUCTURATION ET LE DÉVELOPPEMENT DES INDUSTRIES DU BOIS DE CÔTE D'IVOIRE
PD 24/95 Rev.1 (I)	IDENTIFICATION, PROPRIÉTÉS ET UTILISATIONS DES BOIS TROPICAUX IMPORTÉS EN CHINE D'AMÉRIQUE LATINE
PD 7/94 Rev.3 (M,I)	INFORMATION ET ASSISTANCE TECHNIQUE POUR LA PRODUCTION ET LE COMMERCE DES BOIS TROPICAUX
PD 15/96 Rev.2 (M,I)	RÉCOLTE, COMMERCIALISATION ET UTILISATION DE PRODUITS FORESTIERS AUTRES QUE LE BOIS AUX PHILIPPINES
PD 51/00 Rev.2 (I,M)	AMÉLIORATION DE L'EXPLOITATION ET DE LA COMMERCIALISATION DU BOIS D'HÉVÉA EN THAÏLANDE
PD 146/02 Rev.1 (I)	PROMOTION DE L'EXPLOITATION DURABLE DU BAMBOU PAR LA PARTICIPATION DES POPULATIONS À LA GESTION FORESTIÈRE DURABLE
PD 167/91 Rev.1 (M)	DIAGNOSTIC ET ÉVALUATION DU SECTEUR FORESTIER BRÉSILIEN
PD 35/94 Rev.4 (M,I)	ÉTUDE DE FAISABILITÉ SUR UNE CHAMBRE SYNDICALE POUR LA COMMERCIALISATION DES PRODUITS DU BOIS
PD 25/96 Rev.2 (M)	CONSOMMATION ET DEMANDE CHINOISES DE PRODUITS FORESTIERS SUR LE MARCHÉ INTERNATIONAL DES PRODUITS FORESTIERS TROPICAUX À L'HORIZON 2010
PD 013/96 Rev.1 (F)	AMÉNAGEMENT POLYVALENT DE LA FORÊT NATIONALE DU MACAU_ EN FONCTION DES ZONES DE RÉCOLTE DE LATEX D'HÉVÉA - PHASE I: ÉLABORATION D'UN PLAN DIRECTEUR EN VUE DE L'ORGANISATION DES COMMUNAUTÉS
PD 17/92 Rev.4 (I)	DIFFUSION ET COMMERCIALISATION DE TECHNIQUES D'UTILISATION DU BOIS DE COCOTIER