



Guide pratique d'exportation de produits d'artisanat



En collaboration avec



CLDP
COMMERCIAL LAW DEVELOPMENT PROGRAM

byhand
consulting

MEPI

*Financé par : L'initiative
de Partenariat pour le
Moyen-Orient (Middle
East Partnership Initiative
/ MEPI) du Département
d'Etat Américain*

Guide pratique d'exportation de produits d'artisanat



Introduction

L'objectif premier du présent guide est de fournir aux producteurs de produits d'artisanat de pays en voie de développement les informations essentielles pour réussir l'exportation de leurs produits.

Un second objectif du présent guide est de permettre aux ministères chargés de la promotion internationale de l'artisanat de mettre en place des programmes de formation permettant aux artisans de leurs pays respectifs de répondre aux attentes des marchés d'exportation de produits d'artisanat.

Si l'agriculture est le secteur le plus important en termes d'emplois dans les pays en voie de développement, l'artisanat vient en seconde position.

L'exportation constitue une opportunité importante pour l'artisanat des pays en voie de développement. Le montant des exportations de produits d'artisanat de ces pays est estimé à 40 milliards de dollars par an, dont 10 milliards de dollars pour les exportations vers les USA de produits d'artisanat pour les cadeaux et la décoration d'intérieur.

La croissance du secteur artisanal des pays en voie de développement est facteur de création d'emplois et notamment d'emploi des femmes qui représentent 80% des travailleurs du secteur artisanal.

La croissance du secteur artisanal grâce à l'exportation permettrait donc à des millions de foyers de sortir de la pauvreté, notamment à des foyers dont le niveau d'éducation est limité et qui se trouvent dans des zones géographiques sans autres ressources.

Si le montant des exportations de produits d'artisanat en provenance de pays en voie de développement est en forte croissance, il existe encore des obstacles considérables qui font qu'il est difficile pour les artisans de tirer pleinement parti de la demande sans précédent pour leurs produits à l'exportation. Ces obstacles sont notamment le manque de contrats, la barrière de la langue, des marchés informels et non structurés, ainsi que les procédures d'autorisation de mise en marché, de logistique d'exportation, et de douane, procédures souvent complexes.

Le présent guide s'inscrit dans les initiatives du CLDP pour aider les artisans du Maghreb à développer les compétences et connaissances nécessaires au développement de leurs exportations.



Comment utiliser le guide pratique

Le guide pratique a été conçu pour les entreprises qui fabriquent des produits d'artisanat qu'elles souhaitent exporter, ainsi que pour ceux qui les assistent pour ce faire (*pouvoirs publics, Chambres de Commerce, « coaches »*).

Pour aider les producteurs d'objets d'artisanat à réussir sur le marché mondial, le guide comporte quatre parties principales :

- Il définit les dix conditions que doivent remplir les entreprises artisanales pour répondre aux attentes des acheteurs étrangers de produits d'artisanat.
- Il présente des grilles d'auto-évaluation à remplir par les entreprises artisanales pour déterminer si elles sont prêtes à exporter et, si tel n'est pas le cas, ce qu'il leur faut améliorer pour être en mesure de ce faire.
- Il contient une présentation de plus de 100 pages, illustrant par des exemples concrets, la nature des dix conditions principales mentionnées ci-dessus.
- Il fournit des informations sur les marchés internationaux des produits d'artisanat, informations sur la base desquelles sont proposés des exercices permettant à chaque entreprise artisanale d'accroître ses chances de succès à l'exportation

Le présent guide a été créé par ByHand Consulting en collaboration avec le CLDP.

ByHand Consulting est une société de conseil basée aux États-Unis qui élabore des stratégies de marketing permettant aux fabricants de produits d'artisanat d'accroître leurs exportations, notamment par des partenariats visant à commercialiser à l'international des produits d'artisanat innovants.

www.byhandconsulting.com





Guide pratique d'exportation de produits d'artisanat: Documents de base et exercices d'auto-évaluation



Conditions à remplir pour être en mesure d'exporter des produits d'artisanat

Les entreprises qui exportent avec succès des produits d'artisanat remplissent les 10 conditions ci-après:



MARCHÉ CIBLE et positionnement concurrentiel.

Elles savent à quels segments de marché à l'étranger s'adressent leurs produits et, dans ces segments, quels sont leurs avantages et inconvénients par rapport à la concurrence en termes de: prix, qualité, design, capacité de production. Elles sont en mesure d'analyser les attentes des clients potentiels sur leurs marchés cible et l'évolution de ces attentes.



Catalogue d'exportation et supports marketing.

Elles disposent de catalogues qui présentent leur gamme de produits d'exportation et les conditions d'exportation; elles ont un site web présentant leur entreprise, des comptes de médias sociaux ou d'autres outils de promotion par internet adaptés aux pratiques de leurs clients cible.



Canaux de distribution à l'exportation

Elles savent par quels distributeurs il leur faut passer dans chaque pays pour avoir accès à leurs clients potentiels. Elles sont en mesure de comprendre les attentes de ces distributeurs en termes de produits, volumes, prix et marges.



Permis d'exportation

Si de tels permis sont nécessaires selon la nature de leurs produits, elles ont fait les démarches requises et ont obtenu les autorisations nécessaires.



Gamme de produits répondant aux attentes des clients

Elles ont une gamme de produits destinés à l'exportation clairement définie et qui répond aux attentes de leur clientèle cible; elles ont mis en place un plan de développement de produits pour créer en permanence de nouveaux modèles répondant aux évolutions des attentes de leur clientèle.



Logistique d'exportation

Elles ont accès aux services de fret international nécessaires pour livrer les produits commandés par leurs clients étrangers dans des conditions assurant la qualité de ces produits, dans les délais et à des prix raisonnables.



Connaissance des prix que paieront les clients étrangers, pour leurs produits

Elles connaissent les marges que prennent leurs distributeurs et sont en mesure de calculer approximativement le prix de détail à l'exportation de chacun de leurs produits.



Financements d'exportations

Elles ont accès à des financements à l'exportation qui leur permettent de proposer à leurs clients étrangers des conditions de paiement adaptées aux ressources financières de ces clients.



Plan de production export

Elles ont mis en place un système de planification et de gestion de la production qui permet d'assurer une qualité constante de leurs produits et de garantir une livraison dans les délais attendus par leurs clients étrangers



Equipe de ventes à l'exportation

Il y a dans ces entreprises une personne ou une équipe responsable des ventes à l'exportation, qui entretient des relations constantes avec les clients étrangers et est en mesure de répondre précisément et promptement à leurs demandes.



Auto-évaluation: Êtes-vous prêt à exporter?

Les questions suivantes sont conçues d'une part pour aider les fabricants de produits d'artisanat à déterminer la mesure dans laquelle ils sont prêts à exporter et d'autre part pour leur permettre d'identifier les domaines sur lesquels faire porter leurs efforts pour ce faire. Pour votre auto-évaluation, veuillez répondre à toutes les questions. Si vous n'avez pas de réponse à une question, veuillez indiquer "Je ne sais pas ».

MARCHE CIBLE :

Dans quel pays ou région voulez-vous vendre vos produits ?

Sur quelle catégorie de produits vous concentrez-vous ?

- Accueil
- Mode
- Cadeaux

Où sont positionnés vos produits ?

- Haut de gamme : Produits coûteux et qualité supérieure
- Traditionnel : Produits de bonne qualité et prix modérés
- Marché de masse : Volume élevé et prix bas
- Je ne suis pas sûr.

Comment déterminez-vous les caractéristiques de votre marché cible dans chacun des pays que vous visez? Quelles sont vos principales sources d'information?

CLIENT CIBLE :

Qui est votre client cible ?

- Client final
- Petits magasins de détail
- Grands magasins de détail et chaînes nationales
- Entreprise de vente en gros
- Autre : Veuillez décrire _____

GAMME DE PRODUITS POUR L'EXPORTATION :

Décrivez votre gamme de produits pour l'exportation (*en mentionnant notamment les matériaux utilisés, les techniques de fabrication, l'esthétique et le design*)

Présentez votre catalogue de produits d'exportation, votre fiche de gamme de produits et/ou votre liste de prix.

Indiquez votre site web et/ou vos comptes de médias sociaux.

Que sont pour vous:

La commande minimum pour que vous exportiez _____

Les conditions de paiement par les clients _____

Les niveaux de prix _____

Les méthodes d'expédition _____



Auto-Évaluation (suite)

DÉVELOPPEMENT DE PRODUITS :

À quelle fréquence créez-vous de nouveaux modèles ?

Qui est responsable de la conception et du développement des produits ?

COÛTS DE DISTRIBUTION :

Sur vos principaux marchés étrangers:

Veillez expliquer comment vos principaux produits sont distribués au client final.

Quel est le prix de détail final approximatif de vos 5 produits les plus vendus ?

PERMIS D'EXPORTATION ET REGLEMENTATION:

Une autorisation des pouvoirs publics de votre pays est-elle nécessaire pour exporter vos produits d'artisanat ? Dans l'affirmative, quelles sont les conditions requises ?

Avez-vous déjà cette autorisation? Si tel n'est pas le cas, veuillez décrire l'autorisation nécessaire et la documentation dont vous disposez pour constituer le dossier nécessaire.

EXPÉDITION ET EMBALLAGE :

Décrivez comment vous emballez et étiquetez les produits pour l'exportation et quels types d'emballages vous utilisez.

Quelles sociétés de transport utilisez-vous pour expédier vos commandes à l'exportation ?

ÉQUIPE D'EXPORTATION :

Qui s'occupe des ventes à l'exportation et de la communication dans votre entreprise?

Nom :

Courriel :

Téléphone :

PLAN DE PRODUCTION :

Combien de temps vous faut-il pour produire et préparer une commande de taille moyenne ou une commande minimale pour l'exportation ?

À quelle fréquence contrôlez-vous la qualité pendant le processus de production et de préparation à l'exportation ?

FINANCEMENT DES EXPORTATIONS :

Comment financez-vous les commandes d'exportation ?



Le marché cible: Pyramide du marché

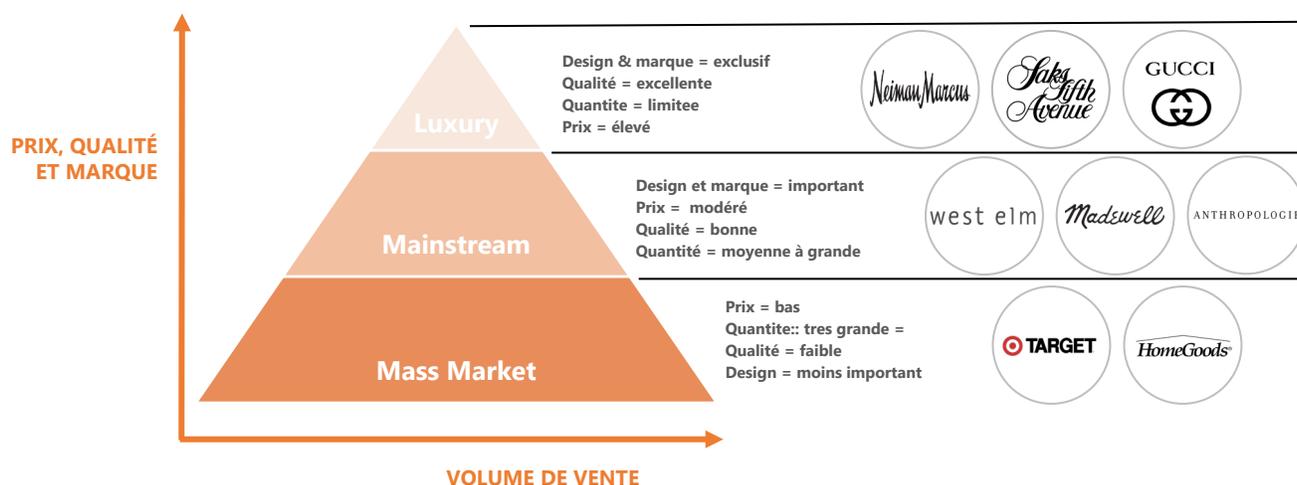
Pour réussir à l'exportation vous devez être en mesure de comprendre le positionnement de vos produits sur vos marchés cibles en termes de prix, de qualité, de design et de volume.

Pour vous aider à ce faire, positionnez vos produits et votre entreprise en utilisant le concept de pyramide du marché, cette pyramide représentant les trois principaux types de marchés visés:

Marché de Luxe : Produits et marques ayant un niveau élevé de prix, de qualité, d'esthétique, de rareté et de symbolisme. Ce sont les produits les plus chers dont la marque a une valeur durable; le design est chic et élégant ; la marque représente le plus haut de gamme ; les quantités sont limitées et réservées à de rares acheteurs.

Marché grand public : Produits et marques ayant un niveau de prix et de design modéré qui attirent une large base de clients. Les prix sont abordables, les volumes permettent une large distribution, le design est à la mode et la qualité est bonne.

Marché de masse : Produits et marques dont le niveau de prix et de qualité est faible et dont les volumes sont élevés pour permettre une large distribution. La demande est déterminée par le prix. Les produits ne sont pas censés durer longtemps, la qualité n'est donc pas une priorité



Auto-évaluation

1

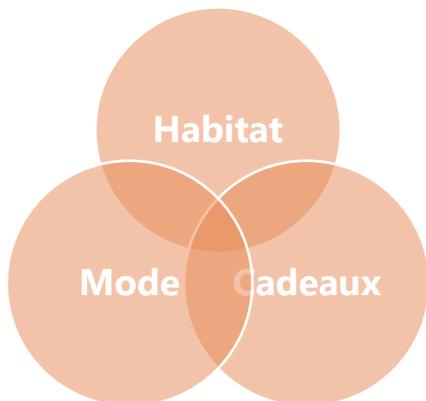
Faites le dessin d'une pyramide du marché. Indiquez où vos produits sont positionnés.



Marché cible: Catégories de produits

Il est nécessaire que vous définissiez la catégorie des produits que vous voulez exporter, selon leur fonction.

Il existe trois grands types de fonctions: ameublement/decoration habitat, mode, cadeau.



Au sein de ces trois grandes catégories de produits d'artisanat, il existe des sous-catégories pour lesquelles il y a une demande importante à l'international.



HABITAT

Meubles d'appoint

Textiles et tapis de maison

Table et cuisine

Art mural et décoration

Bougies et éclairage

Jardin et extérieur

Lit et Bain

Enfants

Bureau et stockage



MODE

Vêtements (taille: petite/moyenne/grande)

Bijoux

Accessoires

Chaussures

Sacs



Articles < 25\$, 50\$, 75\$ et 100\$
CADEAU + AUTRE

Papeterie

Accessoires pour animaux de compagnie

Bien-être

Bébé et enfant

Jeux & Puzzles

Vacances et saison

Auto-évaluation

1

Où sont positionnés vos produits:

- Habitat/decoration
- Mode
- Cadeau

2

Dressez une liste de 2-3 sous-catégories dans lesquelles vos produits sont positionnés.

- 1.
- 2.



Marché cible: Catégories de produits (suite)

Habitat/Decor		MODE	CADEAUX & AUTRES
Meubles d'appoint	Éclairage et bougies	Vêtements (*tailles P/M/L)	Articles < 25 \$, 50 \$, 75 \$ ou 100 \$.
Tabourets et chaises	Bougies	Jupes	Papeterie
Divans/sofas	Bougeoirs & Votives	Pantalons et shorts	Cartes
Petites tables	Lanternes	Blouses et tee-shirts	Papier à lettres
Coffres et boîtes	Appliques murales	Chandails	Emballage et sacs cadeaux
Étagères	Lampes et abat-jour	Robes	Portefeuilles
Accessoires cheminées	Jardin et extérieur	Vêtements de nuit	Stylos et crayons
Textiles et tapis de maison	Jardinières et pots	Vestes	Journaux et cahiers
Coussins décoratifs	Vases	Maillots de bain et vêtements de plage	Accessoires pour animaux de compagnie
Plaids et couvertures	Supports pour plantes	Vêtements d'extérieur	Colliers et laisses pour chiens
Tentures murales et tapisseries	Sculpture de jardin	Bijoux	Plats pour animaux
Rideaux	Outils de jardinage	Colliers	Pulls pour chiens
	Paniers	Boucles d'oreilles	Lits pour chiens
Tapis et patins	Maisons d'oiseaux	Bracelets	Jouets pour chiens et chats
Arts de la table et gastronomie	Couronnes et guirlandes	Bagues	Cages à oiseaux
Saladiers et ustensiles	Lit et Bain	Boîtes, supports et sacs à bijoux	Images de chats, chiens, oiseaux, poisons
Plateaux et bols de service	Porte-savon et gobelets pour brosse à dents	Sacs et accessoires	Bien-être
Ustensiles de service	Bidons et boîtes	Sacs fourre-tout	Bougies
Cruches	Miroirs	Sacs à main	Encens
Assiettes à dessert	Corbeille à papier	Portefeuilles	Lotions
Tasses à café et tasses à thé	Panier à linge	Porte-monnaie	Savons
Plateaux	Étagère murale	Sac à cosmétiques	Parfums
Planches à découper	Boîtes à bijoux et supports	Embrayages	Tapis de yoga et accessoires
Verrerie	Serviettes de bain	Ceintures	Jeux & Puzzles
Serviettes de table	Couettes et édredons	Accessoires pour cheveux	Jeux de société
Sets de table	Coussins décoratifs	Chapeaux	Cartes et jeux de cartes
Porte-serviettes de table	Couvertures et plaids	Écharpes	Puzzles
Torchons	Chaussons	Chaussettes	Kits d'artisanat
Chemins de table et nappes	Robes de chambre	Chaussons	Équipements sportifs
Tablier et coussins chauffants/mitaines	Rideau de douche	Lunettes	Livres
Sous-verres	Enfants	Chaussures	Saisonniers et vacances
Salière et poivrière	Couvertures de réception	Bottes	Noël
Accessoires pour le café et le thé	Linge de lit pour bébé	Sandalettes	Ornements
Coffrets de vaisselle	Chandails	Chaussons	Guirlandes
Art mural et décoration	Chapeaux et chaussons	Appartements	Bas et jupe de sapins
Miroirs	Layette (pour les nouveau-nés)	Talons	Decorations de sommets de sapins
Cadres	Poupées et accessoires pour poupées	Sneakers	Angles, Pères Noël et Figurines
Art encadré	Ours en peluche		Crèche
Tentures murales	Animaux en peluche		Rouge/Vert/Blanc/Argent/Or
Tapisseries	Jouets et livres		Pâques
Crochets et organisateurs muraux	Puzzles		Œufs
Étagères	Bureau et stockage		Lapins et poulets
Paniers	Bureau		Paniers
Vases	Chaises		Couleurs pastel
Paniers	Classement et stockage		Halloween
Sculptures	Lampes		Citrouilles
Cadres pour photos	Serre-livres		Sorcières
Plateaux	Calendrier		Fantômes
Boîtes à bijoux	Carnets et journaux		Couleurs orange/noir/blanc
Serre-livres	Organisateurs de bureau		Saint-Valentin
Accessoires pour cheminées	Porte-revues		Cœurs
Jeux	Cadres photo		Cupidon
			Couleurs rouge/blanc/rose



Le marché cible: Étude de marché

Préalable à l'exportation:

Les entreprises artisanales qui réussissent à l'exportation disposent de ressources pour étudier les tendances et les besoins de leur marché cible.

Actions à mener pour bien connaître son marché à l'exportation:

- Identifier les revues, les blogs, les publications commerciales ou de style de vie qui correspondent à votre position sur le marché et à votre catégorie de produits..
- S'abonner à des bulletins d'information par courriel.
- Suivre les rubriques de by Hand sur les médias sociaux.
- Consulter régulièrement des sites Internet pour suivre les informations sur le marché, les spécifications des produits, les tendances de consommation et les influences du design.

Auto-évaluation

1

Énumérez 4 revues, blogs, publications commerciales ou de style de vie que vous consultez régulièrement pour comprendre les caractéristiques et évolutions de vos marchés à l'étranger

- 1.
- 2.
- 3.



Clientèle cible: Exigences

Préalable à l'exportation = Comprendre les exigences de vos clients;

Quel que soit le marché ou le type de client auquel vous vendez à l'exportation, tous les acheteurs auront des exigences similaires. Les comprendre et les prendre en compte dans votre communication et vos relations avec les clients est une condition de succès à l'exportation. Par ailleurs, il est nécessaire pour ce faire que vous définissiez ce que vous attendez des clients.

Exigences principales des acheteurs

Qualité constante

Les produits reçus sont de la même qualité que l'échantillon original ; la qualité est définie par le soin apporté à la fabrication, le matériau, la taille, la couleur et le motif. Une certaine variation est normale s'il s'agit de produits faits main, mais une variation significative de la qualité n'est pas acceptable.

Livraison dans les délais

Les produits sont reçus (ou expédiés) à la date convenue entre l'acheteur et le vendeur et indiquée sur le bon de commande.

Réponse rapide et précise aux questions

Le vendeur répond à toutes les communications dans un délai de 24 à 48 heures par e-mail ou par What'sApp ; le vendeur avertit l'acheteur de tout problème ou retard en temps utile et trouve des solutions aux problèmes dès qu'ils surviennent.

Livraisons complètes

Toutes les quantités figurant sur le bon de commande sont expédiées en une seule fois ; si des articles sont en rupture de stock ou non disponibles, le vendeur en informe l'acheteur dès que possible et trouve une solution.

Documentation et étiquetage précis

Le vendeur fournit une facture commerciale précise, des listes de colisage et autres documents requis en temps opportun afin que l'expédition soit dédouanée sans délai par les douanes ; les étiquettes mentionnent le pays d'origine, le contenu des matériaux (si nécessaire) et les codes des produits.

Fret à prix raisonnable et qui préserve les produits Les frais d'expédition sont raisonnables (par rapport à la valeur de la commande) et tous les produits sont emballés de façon à éviter toute casse pendant le transport.

Ce qu'attendent les vendeurs

Respect des conditions de paiement

Les acheteurs paient aux artisans la totalité du montant dû à la date indiquée dans les conditions du bon de commande.

Respect de la créativité et de la marque

Les distributeurs ne demanderont pas à d'autres producteurs de copier les modèles d'un vendeur. Les distributeurs ne s'approprient pas les marques des vendeurs; ils font part intégralement à leurs clients de l'environnement, notamment régional, de la création des produits expédiés par le vendeur.

Renouvellement des commandes

Les acheteurs commandent à nouveau les produits qui se vendent bien et s'engagent dans une relation à long terme.

Auto-évaluation

1

Quelles exigences des clients vous préoccupent le plus?

2

Quelles sont, selon vous, vos forces et faiblesses par rapport à ces exigences?

3

Pour votre part, outre les trois attentes ci-dessus, que souhaiteriez-vous communiquer à vos clients?



Clientèle cible: Modes de distribution

Identifiez votre clientèle cible en fonction du réseau de distribution utilisé à l'exportation .

Comment vos produits artisanaux passent-ils de votre atelier ou entrepôt aux clients étrangers ?

La définition de votre réseau de distribution vous aidera à identifier votre client cible.

Il existe trois modes principaux à l'export de distribution de produits d'artisanat:

Mode n° 1: Vente directe au client final à l'exportation

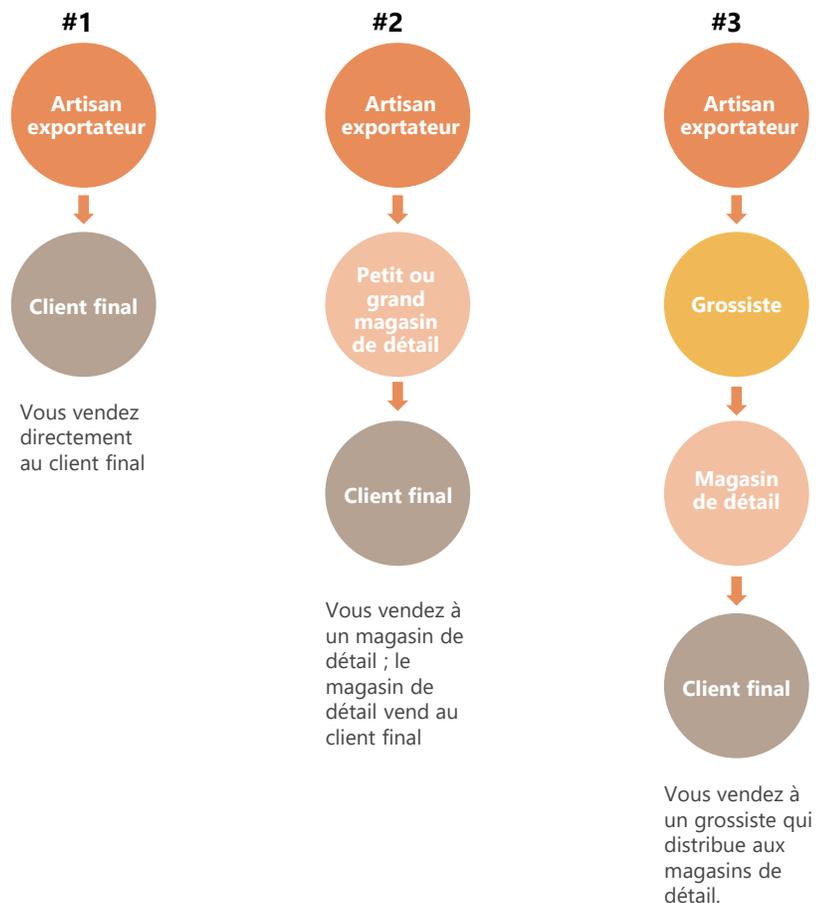
Ce mode de distribution est rarement utilisé par les entreprises artisanales compte tenu de leurs moyens limités.

Mode n° 2: L'entreprise artisanale exporte vers un petit ou un grand magasin de détail ; le magasin de détail, à son tour, vend au client final. C'est l'un des deux modes de distribution les plus fréquents.

Mode n° 3: L'entreprise artisanale exporte vers un grossiste. Le grossiste distribue aux magasins de détail qui, à leur tour, vendent au client final. C'est le second mode de distribution le plus fréquent.

Auto-évaluation

- 1 **Sur le schéma ci-dessous, entourez le mode de distribution qui illustre comment vos produits passent de votre atelier (ou entrepôt) au client final à l'exportation.**
- 2 **Utilisez vous un seul mode de distribution ou plus d'un. Dans ce dernier cas, lequel est le plus performant pour vous ?**



Clientèle cible: Profils des clients

Préalable à l'exportation = Savoir qui sont les acheteurs et quelles sont leurs exigences spécifiques..

A l'exportation, les acheteurs peuvent être de quatre types:

1. **GROSSISTES**

2. **GRANDS MAGASINS DE DÉTAIL**

3. **PETITS MAGASINS DE DÉTAIL**

4. **CLIENTS FINAUX**

Chaque type d'acheteur a des pratiques différentes en termes de:

CONDITIONS DE PRIX = coûts inclus dans le prix

CONDITIONS DE PAIEMENT = délais et mode de paiement des marchandises expédiées

QUANTITÉS COMMANDEES= commande minimale ou moyenne

OFFRE DE PRODUITS = gamme et marques des produits proposés

DÉLAIS DE LIVRAISON = nombre maximum de jours acceptables

DURÉE DE LA RELATION = nature ponctuelle ou répétée des commandes

	Quantités	Conditions de prix	Conditions de paiement	Offre de produits	Livraison	Durée de la relation
Grossiste	500+ articles \$5,000- \$50,000+	FOB ou Sortie usine	Accompte payé par virement bancaire ; solde à la réception des marchandises	Marque privée ou conception personnalisée	3+ mois	Long terme
Grand magasin de détail	500+ articles \$5,000- \$50,000+	FOB ou débarqué	Net 30-60 payé par virement bancaire.	Collection de marques privées ou co-marques exclusives	3+ mois	Moyen terme
Petit magasin de détail	20-50 articles \$250-\$1,000	Grossiste, débarqué ou rendu droits acquittés	A l'exportation ou Net 30 par carte de crédit ou chèque.	Votre collection de marque	3 à 6 semaines	Court à moyen terme
Client final	1-2 articles \$25-\$100	Vente au détail	Paieement à l'avance par carte de crédit.	Votre collection de marque	1-10 jours	Court terme



Clientèle cible : Profils des clients (suite)

Informations supplémentaires sur les profils d'entreprises :

Société de vente en gros : Une entreprise de vente en gros développe ses propres produits et les distribue aux magasins de détail. Elle peut fabriquer elle-même ou sous-traiter à d'autres producteurs. Dans ce cas, elles choisissent des entreprises disposant d'excellentes ressources de production et pouvant collaborer à la conception de produits uniques pour leur marque. Elles préfèrent développer des relations à long terme avec leurs partenaires de production. Plusieurs entreprises de vente en gros vendent directement aux clients finaux soit en ligne, soit dans leurs propres magasins. Les entreprises de vente en gros sont spécialisées dans certaines catégories de produits. Pour vendre aux acheteurs des magasins de détail elles utilisent des salles d'exposition, des salons professionnels, des catalogues accessibles sur leurs sites internet ainsi que par l'intermédiaire de représentants commerciaux. Les grossistes exploitent des entrepôts et exécutent les commandes des magasins de détail en 7 à 10 jours ouvrables.

Les grands magasins de détail : Les grands magasins de détail ou les chaînes nationales de vente au détail vendent directement au client final par le biais de divers canaux, dont les sites Internet, les catalogues de vente par correspondance et les magasins. Les magasins sont souvent situés dans de grands centres commerciaux. Les chaînes de magasins de détail vendent des produits de leur propre marque ou des produits co-marqués ou exclusifs d'autres marques. Ils recherchent des fournisseurs ayant la capacité de personnaliser des produits exclusifs. Ils peuvent changer régulièrement de fournisseurs afin de proposer de nouveaux produits dans leurs magasins. Parmi ces chaînes on compte des grands magasins non spécialisés, des magasins de décoration intérieure, des magasins de vêtements, des magasins de musées, des magasins de vente au détail à prix réduit et des magasins de style de vie.

Les petits magasins de détail : Les petits magasins de détail ont généralement un à trois sites et utilisent peu des sites internet. Il y a une grande variété de types de petits magasins de détail qui vendent des produits d'artisanat : magasins de commerce équitable (fair trade) magasins de cadeaux, magasins de musées.

En général, ils cherchent à vendre des produits de marque et n'ont pas leurs propres marques. Les petits magasins de détail sont de plus en plus intéressés par l'importation directe de marques internationales. Les petits magasins de détail peuvent changer souvent de fournisseurs afin d'offrir de nouveaux produits dans leurs magasins.

Client final : Le client final est un individu qui achète des produits soit pour lui-même, soit pour les offrir à d'autres personnes. La plupart des clients finaux achètent à la fois en ligne, dans les magasins, lors d'événements spéciaux et sur les marchés.

Activity

1

Qui est le meilleur client cible pour votre entreprise? Veuillez expliquer.

- Client final
- Petit magasin de détail
- Grand magasin de détail
- Société de vente en gros

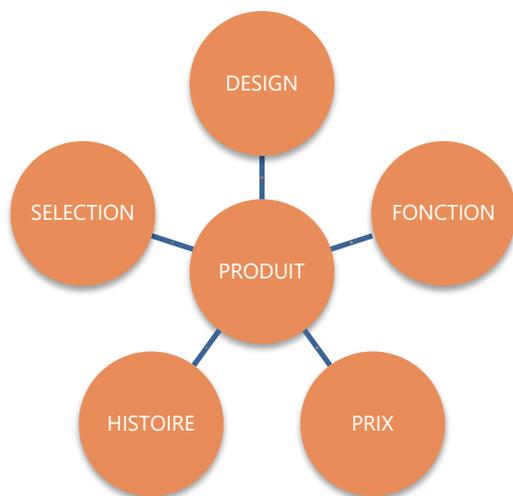
2

Vos conditions et votre offre correspondent-elles aux attentes de votre client cible en termes de: commande minimale, conditions de prix, conditions et mode de paiement, délai de livraison et offre de produits?



Collection d'exportation : Composants, et lignes de produits

Préalable à l'exportation = Disposer d'un catalogue qui présente sa collection de produits d'exportation et les conditions d'exportation, et d'un site web décrivant l'entreprise, et de comptes de médias sociaux ou d'autres outils de vente en fonction des clients cibles.



Condition de succès :

Disposer d'une collection d'exportation clairement définie qui répond aux attentes de la clientèle cible.

Composants d'un produit vendable

Comprenez ce qui rend votre produit vendable. Utilisez ces éléments pour élargir les gammes de produits en offrant variété et sélection.

Le design : L'esthétique d'un produit. C'est l'un des premiers éléments qui attire un client vers un produit. "Est-ce que ça me plaît ?" Le design comprend la couleur, les motifs, la texture, la forme et la taille.

Le prix : C'est un facteur décisif d'achat par le client final si le produit lui plaît. Le client se pose trois questions s'agissant du prix : "Puis-je me le permettre ?" ; "Le prix est-il justifié compte tenu de la qualité et du design ?" ; "Le prix est-il compétitif par rapport aux prix de produits comparables ?".

Fonction : Comment le produit sera-t-il utilisé ? Répond-il à un besoin de style de vie du consommateur final ? Les produits ayant une fonction spécifique ont une valeur perçue plus élevée que les produits décoratifs. Voir les catégories de produits.

Sélection : La collection de produits offre-t-elle suffisamment de choix pour convaincre un client de commander/acheter ? Les clients aiment avoir une variété d'options afin de choisir celles qui conviennent le mieux à leur entreprise ou à eux-mêmes. Voir les définitions de ligne de produits et de collection de produits.

Contexte spécifique historique ou géographique : Quelle est l'histoire du produit et comment est-elle racontée ? L'histoire peut inclure la façon dont le produit est fabriqué, qui le fabrique, l'impact social ou environnemental, ou les valeurs fondamentales de la marque. L'histoire peut être racontée sur l'étiquette, l'étiquette volante, l'emballage du produit ou par le biais des médias sociaux ou des plateformes en ligne.

Lignes de produits et collection de produits

Les collections de produits d'exportation sont structurées en créant des lignes de produits et des collections de produits distincts.

Ligne de produits : Une sélection de 5 à 20 styles d'un type de produit avec une variété d'éléments, tels que la couleur, le motif, la taille, la texture, le matériau, le prix.

Collection de produits : 2 ou plusieurs lignes de produits aux fonctions complémentaires, généralement au sein d'une même catégorie de produits.

** Une entreprise peut avoir 1 ou plusieurs collections.



Collection d'exportation: Marques de commerce, marques distributeurs et collections pour clients cibles

Votre marque ou celle du distributeur?

Il est important de déterminer si vous voulez vendre une collection portant la marque de vos propres créations exclusives ou une collection de produits spécifiquement conçus pour votre client et vendus sous la marque de votre client.

Auto-évaluation

1

Voulez-vous vendre votre propre marque de produits ou voulez-vous produire des modèles personnalisés vendus sous d'autres marques ?

2

Combien de collections et de lignes de produits proposez-vous actuellement ? Combien d'articles au total dans votre collection ?

Collection à votre marque :

- vos créations exclusives
- étiquetées avec votre nom
- emballées avec votre marque

Marque privée et design personnalisé :

- Les produits que vous fabriquez sont vendus sous la marque de votre client.
- vous concevez des produits en collaboration avec votre client ou vous produisez ses designs
- les modèles sont exclusifs à votre client

Différents types de collections d'exportation :

La taille et la variété des collections d'exportation varient en fonction de la clientèle cible.

Collection pour le client final :

Relativement large sélection de produits de marque.

Exemple : 1 collection avec étiquetage, étiquettes et emballage de marque ; 3-5+ lignes de produits avec 5-7 articles par ligne. (25+ codes- barre)

Collection pour les petits magasins de détail :

Vaste sélection de produits de marque.

Exemple : 1 à 2 collections avec étiquetage et étiquettes de marque ; 3 à 5+ lignes de produits dans chaque collection ; 10 à 15+ articles dans chaque ligne. (50+ codes-barre)

Collection pour grand magasin de détail ou grossiste :

Large sélection de produits qui peuvent être modifiés pour créer un design exclusif et personnalisé, sélection qui présente une gamme de design, de techniques, de matériaux et de motifs.

Exemple : 2-3 collections ; 3-5+ lignes de produits dans chaque collection ; 3-5 articles dans chaque ligne. (35+ codes-barre)

*** Créer une collection est un art, pas une science. Il n'existe pas de règles ou de formules spécifiques. Les éléments ci-dessus ne sont que des lignes directrices.*



Collection Export: Cycle de vie du produit

Préalable à l'exportation = Avoir un plan de développement de vos produits pour créer continuellement de nouveaux designs et de nouvelles offres de produits.

Tous les produits ont un **CYCLE DE VIE**, même si la durée de chaque phase du cycle et sa durée totale varient selon les produits.

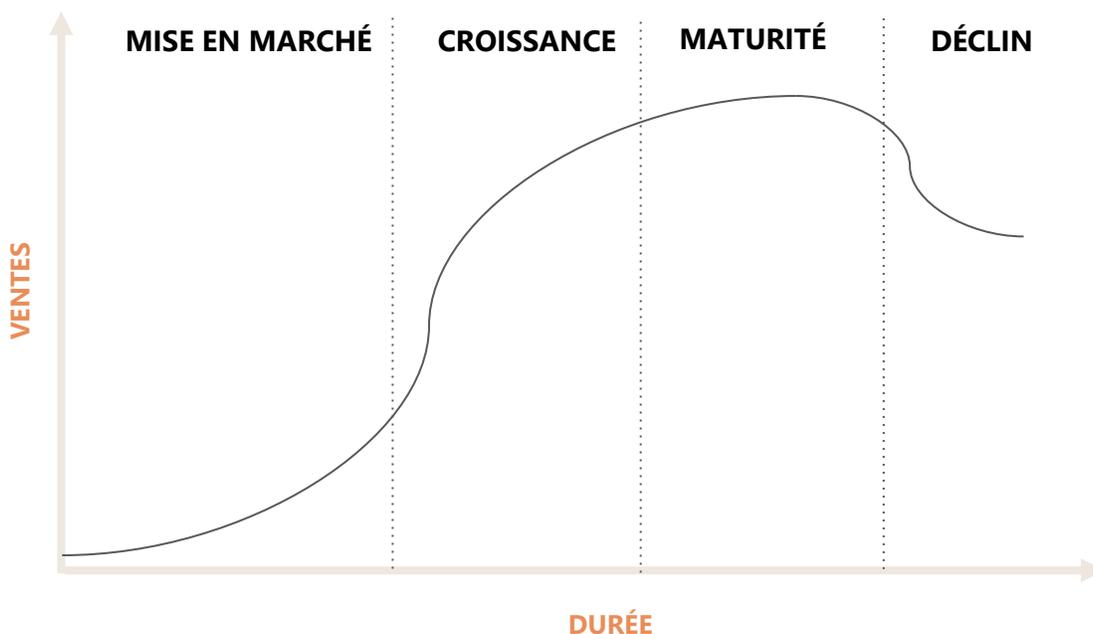
Mise en marché : Nouveau produit introduit sur le marché.

La croissance : Les ventes augmentent progressivement.

Maturité : Les ventes plafonnent et la croissance ralentit.

Baisse : Baisse des ventes.

LE MODÈLE DE CYCLE DE VIE DU PRODUIT



Collection Export:

Plan de développement de produits

Plan de développement de produits:

Les entreprises exportatrices de produits d'artisanat doivent disposer d'un plan de développement de produits afin de garantir un flux continu de nouveaux produits à commercialiser.

Trois étapes pour créer un plan de développement de produit :

1. Décrire toutes les étapes du développement d'un produit pour votre entreprise
2. Identifier qui est responsable de chaque étape du processus
3. Attribuez une date à laquelle chaque étape sera terminée.

EXEMPLE: Plan de développement de produit			
		DATE DE DEBUT	DATE DE FIN
Sequence :	Leader	2021 Automne/Février	2022 printemps/été
Étude de marché	Jose	1er juin 2021	1er octobre 2021
Définir les objectifs	Jose	1er juin 2021	1er octobre 2021
Recherchez l'inspiration	Maria	Juin - 1er juillet 2021	1er novembre 2021
Créer des tableaux conceptuels	Maria	15 juillet 2021	1er décembre 2021
Développer un prototype	Maria	15 juillet - 1er août 2021	Du 1er au 15 décembre 2021
Chercher l'entrée	Jose	Du 1er au 15 août 2021	Du 1er au 15 janvier 2022
Analyser la production et la tarification	Jose	15 août 2021	15 janvier 2022
Finaliser le nouveau produit	Maria	1er septembre 2021	1er février 2022



Collection Export :

Plan de développement de produits

Auto-évaluation

1

Complétez le modèle suivant avec votre plan de production pour votre commande d'exportation moyenne ou minimale. Combien de temps faut-il pour exécuter une commande d'exportation moyenne ou minimale ?

Plan de développement de produit

Processus	Leader	Date : Saison 1	Date : Saison 2



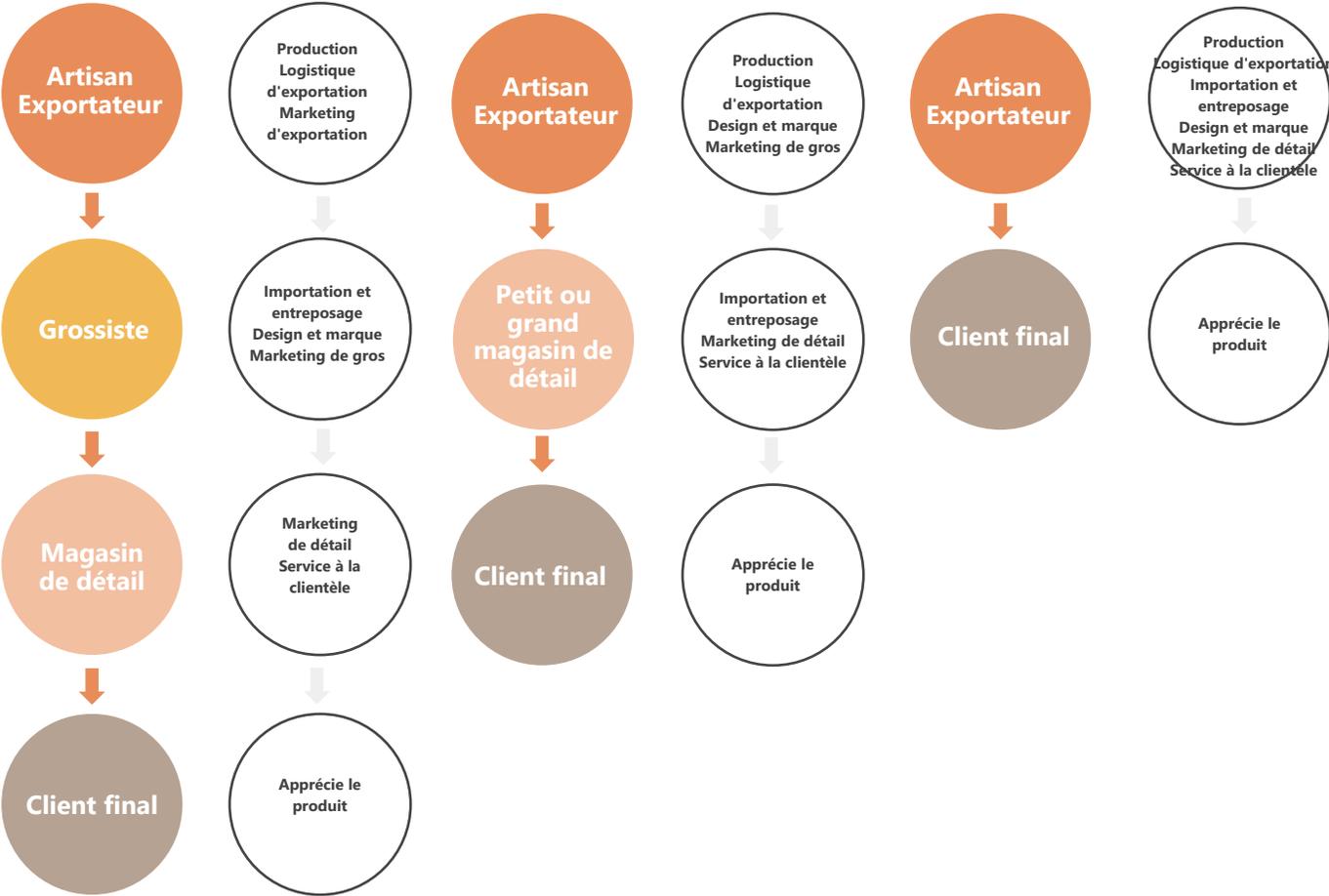
Coûts de distribution & Prix à l'exportation

Préalable à l'exportation = Être en mesure de calculer le prix de détail final approximatif de ses produits et comprendre la structure de marge de son canal de distribution.

Identifier les canaux de distribution à l'exportation

et comprendre les responsabilités:

- Les responsabilités de chaque intervenant dans le canal de distribution des produits artisanaux mondiaux changent à mesure que les canaux de distribution se raccourcissent.
- **Responsabilités = coûts** qui doivent être pris en compte dans la tarification des exportations. Plus il y a de responsabilités = plus il y a de de coûts



Coûts de distribution et prix à l'exportation (suite)

Deux méthodes pour estimer les coûts et les prix à l'exportation

Option n° 1 : calculer les coûts à chaque étape du circuit de distribution en utilisant les **conditions de prix à l'exportation**.

Option n° 2 : utiliser les **formules** standard du marché pour les majorations ou les marges, de l'exportation au détail final.

- **Conditions de prix à l'exportation: couramment utilisées pour les produits artisanaux mondiaux.**
- **Sortie atelier ou Sortie usine** = prix au moment où le produit quitte votre atelier ou votre entrepôt.
- **FOB (Franco de bord)** = prix lorsque le produit quitte le pays d'exportation.
- **Landed ou DDP (rendu acquitté)** = FOB plus l'expédition, l'assurance, les frais de douane, les droits d'importation et la livraison au client (rendu acquitté est généralement expédié par courrier).
- **Vente en gros** = prix qu'un grossiste vend à un magasin de détail.
- **Vente au détail** = prix payé par le client final

Exemple:

Comment utiliser ces termes de prix à l'exportation pour calculer le prix de détail final d'un produit ?

Valeur départ usine d'une commande d'exportation moyenne: 2 000 \$
(100 unités @ 20 \$ chacune)



Sortie atelier \$20.00

Coût de la préparation des documents d'exportation, de l'emballage de l'expédition et de la livraison au port de sortie: 200 \$ au total
(200 \$/100 unités = **2,00 \$/unité**)



+\$2.00 FOB \$22.00

Expédition, assurance, douanes, droits et livraison : 600 \$
(600 \$/100 unités = **6,00 \$/unité**)



+\$6.00 Débarqué \$28.00

Vente en gros: Débarqué **x2**



x2 Vente en gros \$56.00

Vente au détail: Grossiste **x2**



x2 Prix de détail 112,00



Coûts de distribution et prix à l'exportation (suite)

Formules standard: Les formules suivantes sont des majorations standard du prix FOB pour arriver au prix de détail final pour les produits artisanaux exportés et distribués par deux canaux de distribution usuels.



Auto-évaluation

1 Complétez le tableau suivant avec vos prix en fonction de votre canal de distribution. Vous n'avez pas besoin de compléter tous les prix ; complétez uniquement les prix qui sont pertinents pour votre canal de distribution.

Sortie atelier _____
FOB _____
Débarqué _____
Vente en gros _____
Vente au détail _____

2 Ou bien, déterminez le prix de détail final de vos trois articles les plus vendus en utilisant l'une des formules de majoration standard.

(FOB) _____ x _____ = _____



Plan de production

Preamble à l'exportation = Disposer d'un système de planification et de gestion de la production qui maintient la qualité et assure la livraison à temps des commandes d'exportation.

Trois étapes pour créer un plan de production efficace :

1. Décrivez chaque étape de l'exécution d'une commande à l'exportation (pas seulement la production mais le cycle complet, de la confirmation de la commande à l'expédition).
2. Déterminez le temps nécessaire à la réalisation de chaque étape.
3. Programmez des inspections de contrôle de la qualité à plusieurs moments du processus.

	Mois 1				Mois #2				Mois #3				Mois #4			
Semaine	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Commande confirmée																
Acompte reçu ou financement obtenu																
Achat de matériaux et de composants																
Recevoir des matières premières et des composants				CQ												
Production - Phase 1								CQ								
Production - Phase 2											CQ					
Finalisation																
Emballer, étiqueter et conditionner													CQ			
Documentation d'exportation																
Expédition envoyée																



Supports de marketing

Préalable à l'exportation = Disposer d'un catalogue pour les collections et les conditions d'exportation, d'un site web pour les informations sur l'entreprise, de médias sociaux et d'autres outils appropriés pour la clientèle cible.

Deux outils de vente et de marketing nécessaires pour vendre aux magasins de détail et aux entreprises de vente en gros (B2B) :

1. Catalogue d'exportation
2. Site web

Autres outils utiles :

- médias sociaux : Instagram, FaceBook et LinkedIn
- photos ou petite brochure (*important pour la vente aux petits détaillants et aux salons professionnels)
- étiquettes (* important pour la vente aux petits détaillants)

Catalogue d'exportation OBJECTIFS :

1. Communiquez sur votre marque et racontez votre histoire
2. Montrer les produits qui peuvent être commandés
3. Fournir des informations pour passer une commande

Liste de contrôle pour le Catalogue d'exportation :

- Nom de la société
- Logo de l'entreprise
- Objectifs et marque de votre entreprise
- Bref historique de l'entreprise
- Photos des produits en fonction du style de vie
- Photos de la fabrication des produits
- Photos d'artisans fabriquant les produits
- Date ou saison du catalogue (*exemple* : "Été 2020")
- Photos de produits sur fond neutre ou blanc
- Images des couleurs, motifs ou matériaux disponibles
- Code produit
- Description du produit
- Dimensions du produit et contenu matériel
- Prix par unité
- Conditions de prix (sortie atelier, FOB, débarqué, etc.)
- Quantité minimale (par article ou par commande)
- Délai de livraison pour produire et expédier la commande minimale
- Méthodes d'expédition
- Conditions de paiement
- Mode de paiement
- Coordonnées pour les commandes d'exportation courriel, téléphone, WhatsApp)

Auto-évaluation

1

Utilisez la liste de contrôle pour évaluer votre catalogue d'exportation. Manque-t-il des informations importantes ?



Supports de marketing (suite)

OBJECTIF du site web: fournir des informations sur :

1. Vos produits
2. Comment commander
3. Historique de votre entreprise
4. Contacts

***Remarque importante:

Si votre entreprise artisanale utilise les médias sociaux (Instagram, Facebook et LinkedIn) au lieu d'un site web, assurez-vous que les comptes de médias sociaux contiennent les informations de la "liste de contrôle" du site web ou qu'elles sont disponibles dans d'autres supports de marketing.

LISTE DE CONTROLE du site web:

1. Produit : *Décrivez votre collection d'exportation.*

- Techniques de production
- Matériaux
- Catégories de produits
- Photos des produits
- Lien pour télécharger le catalogue d'exportation ou lien pour en demander une copie

2. Passer une commande: *Décrire vos conditions d'exportation et comment passer une commande*

- Conditions d'exportation (commande minimale, délai de livraison, conditions de prix, conditions de paiement)
- Indiquez le nom de la personne qui s'occupe des commandes d'exportation
- Lien pour télécharger le catalogue ou lien pour demander une copie
- Commande en ligne (uniquement pour le consommateur final et facultatif pour les petits magasins)

3. About Us: *Faites part des objectifs, des valeurs qui vous animent, et de l'histoire de votre entreprise.*

- Profils des fondateurs ou de l'équipe de direction
- Histoire de l'entreprise
- Résumé de l'expérience en matière d'exportation
- Adhésion ou affiliation à des organisations
- Déclaration d'impact de votre entreprise dans sa région
- Valeurs et objectifs de l'entreprise

4. Contact: *Comment communiquer avec l'entreprise:*

- Adresse ou localisation
- Téléphone, courriel et/ou WhatsApp
- Liens vers les comptes de médias sociaux
- Formulaire de courrier électronique pour envoyer une demande
- Liens pour s'inscrire aux bulletins d'information par courriel

Auto-évaluation

1

Utilisez la liste de contrôle pour évaluer votre site Web. Manque-t-il des informations importantes ?



Permis d'Exportation & Documents Nécessaires pour Exporter

Prelable à l'exportation = comprendre quels sont les permis requis pour exporter et les documents à fournir pour obtenir les autorisations nécessaires.

Les exigences pour l'EXPORTATION depuis votre pays peuvent inclure:

- Permis d'exportation
- Droits d'exportation (taxes)
- Certification du pays d'origine
- Frais de documentation

Les exigences relatives à l'IMPORT dans le pays des clients peuvent inclure:

- Facture commerciale (*OBLIGATOIRE*)
 - Liste de colisage (*IMPORTANT*)
 - Certificat d'origine
 - Lettre de transport aérien ou connaissance
 - Autres certificats :
 - Certification Lacey Act (pour le marché américain; pas d'impact sur la faune ou la flore)
 - Certification de la fumigation (pour le bois et les matériaux naturels)
- LES EXIGENCES VARIENT SELON LE PAYS, LE TYPE DE PRODUIT ET LE CLIENT. Faites vos recherches!

Deux documents importants: Facture Commerciale et Liste de Colisage

La FACTURE COMMERCIALE doit inclure:

- ✓ **Nom**, adresse, téléphone et courriel du **vendeur/exportateur**
- ✓ **Nom**, adresse, téléphone et courriel de l'acheteur
- ✓ **Pays d'origine** de l'envoi
- ✓ **Quantité** de chaque article
- ✓ **Prix FOB** de chaque article
- ✓ **Description du produit**, y compris le contenu matériel du produit
- ✓ **Code produit** ou code HTS (si utilisé)
- ✓ **Lettre de transport aérien** ou informations de suivi de l'expédition

** Les informations doivent être dans la langue et la devise de l'acheteur.

* La facture commerciale doit être jointe à la boîte n° 1 et envoyée à l'acheteur au moment de l'expédition.

La LISTE DE COLISAGE doit inclure:

- ✓ **Nom**, adresse, téléphone et courriel du **vendeur/exportateur**
 - ✓ **Nom**, adresse, téléphone et courriel de l'acheteur
 - ✓ **Nombre de boîtes**
 - ✓ **Le contenu de chaque boîte** est indiqué séparément
 - ✓ **Poids et dimensions** de chaque boîte
- ** Les boîtes doivent être étiquetées, ex. #3 de 5 boîtes

Auto-évaluation

1

Dressez la liste des documents, permis ou certifications nécessaires pour exporter depuis votre pays et importer dans le pays de vos clients.

2

Calculez les coûts associés.



Services d'expédition & fournitures d'emballage

Préalable à l'exportation = Avoir accès à des services d'expédition et à des fournitures d'emballage pour garantir une livraison à prix abordable et qui soit fiable pour les commandes d'exportation.

Quatre services d'expédition:

identifiez celui qui convient à vos produits et à vos clients.

1. **Courrier** : le plus rapide et le plus cher ; idéal pour les échantillons ou les petits envois (DHL, FedEx, etc.).
2. **Fret aérien** : rapide ; abordable pour les articles non volumineux ; cher pour les articles volumineux.
3. **Transport maritime** : le plus abordable et le plus long ; idéal pour les articles volumineux.
4. **Transitaire** : peut organiser des expéditions par voie aérienne ou maritime et vous aider à remplir les formalités administratives et à accélérer le processus.

Trois types d'emballage et de conditionnement:

1. **Primaire** - ce que le client final voit
2. **Secondaire** - ce que voit le magasin de détail ou la société de vente en gros
3. **Final** - pour le transport

Les types de matériaux comprennent:

Primaire :

- Étiquettes (pays d'origine, contenu matériel, code produit, etc.)
- Sacs en plastique
- Petites boîtes
- Papier bulle en plastique
- Sachets de gel de silice

Secondaire :

- Boîtes en carton
- Papier râpé ou écrasé
- Structures en carton
- Sacs en plastique à coussin d'air

Finale :

- Boîtes en carton
- Film plastique
- Caisses et palettes en bois
- Sangles d'expédition

Auto-évaluation

1

Dressez la liste des compagnies maritimes avec lesquelles vous travaillez.

2

Calculez le coût de l'expédition :
-commande d'échantillons
-commande moyenne/minimale

3

Faites une liste des matériaux que vous utilisez pour étiqueter, emballer et conditionner une expédition d'exportation.



Financement des exportations & conditions de paiement

Préalable à l'exportation = Être en mesure de financer la production de commandes d'exportation et d'offrir des conditions de paiement à l'exportation adaptées au client cible.

Conditions de paiement communes pour l'exportation de produits artisanaux mondiaux:

Payé à l'avance :

Payé en totalité au moment où la commande est passée.

Acompte : Un acompte est versé à la commande (25 % ou 50 %) et le solde est dû à la réception de la commande par l'acheteur.

À l'exportation :

Paiement intégral à l'exportation (lorsque la facture commerciale et la lettre de transport aérien/bordereau d'expédition sont présentés à l'acheteur).

COD ou paiement à la réception :

Le paiement est dû lorsque la commande est reçue par l'acheteur.

Net 15, 30 ou 60 :

Le paiement est dû 15, 30 ou 60 jours après réception de la commande par l'acheteur.

Méthodes de paiement courantes pour les produits artisanaux exportés :

Carte de crédit :

Paiement par carte de crédit via le portail de commande en ligne ou en fournissant les informations relatives à la carte de crédit.

Virement bancaire :

Virement bancaire international (frais associés à l'envoi et à la réception)

PayPal :

Paiement envoyé d'entreprise à entreprise via PayPal

Autres services de virement : il existe un nombre croissant de plateformes de transfert d'argent régionales et internationales (Zelle, etc.)

Auto-évaluation

1

Quelles conditions de paiement offrez-vous aux clients? Quels modes de paiement préférez-vous?

2

Veillez vous référer à votre plan de production; comment allez-vous financer le temps nécessaire à l'exécution d'une commande d'exportation.



Équipe d'exportation: Communication et relations avec les clients

Préalable à l'exportation = Au sein de votre entreprise, une personne ou une équipe est responsable des ventes à l'exportation, assure le service à la clientèle export, et communique avec cette clientèle promptement et de façon complète et précise.

Une personne ou une équipe responsable des ventes à l'exportation, dotée d'excellentes compétences en matière de communication et de gestion des relations avec la clientèle, est essentielle pour développer des ventes à l'exportation durables et rentables.

Qu'est-ce qu'une bonne communication?

- ✓ Rapidité : réponse dans les 24-48 heures aux questions des clients
- ✓ Rigoureuse : répond à toutes les questions
- ✓ Proactive : informe rapidement les clients de problèmes ou les retards dans l'exécution des commandes
- ✓ Résolution de problèmes : collabore pour trouver des solutions aux problèmes ou aux retards.

Une bonne gestion de la relation client permettra d'établir des relations durables avec les clients export, au terme d'une séquence de trois phases :

- 1. Apprenez à vous connaître**
- 2. Prouver le produit**
- 3. Atteindre la rentabilité**



Équipe d'exportation: Communication et relations avec les clients

TROIS PHASES		QUE SE PASSE-T-IL ?
1. Apprenez à vous connaître		<ul style="list-style-type: none"> -Rencontrer le client (salon professionnel, en ligne, salle d'exposition) ; -Catalogue d'exportation actuel -Apprendre à connaître l'activité des clients -Assurez-vous que le client correspond à votre profil cible en termes de prix, de volume, de conception et de conditions. -Exécuter des commandes d'échantillons ou lancer des conceptions personnalisées
2. Prouver le produit		<ul style="list-style-type: none"> -La première commande est expédiée dans les délais ; la qualité est conforme aux échantillons originaux et constante au sein de la commande ; tout retard ou problème est communiqué rapidement et des solutions sont trouvées ; les frais d'expédition sont raisonnables et conformes aux attentes ; l'acheteur paie dans les délais. -La communication continue de bien se passer -Les produits se vendent bien au consommateur final -Nouveaux produits développés
3. Atteindre la rentabilité		<ul style="list-style-type: none"> -Les commandes répétées continuent de croître en taille/volume -La communication continue de bien se passer -Les relations deviennent rentables pour l'acheteur et le vendeur

Délai pour les trois phases = 6-18 mois

Auto-évaluation

- 1** Qui est responsable des ventes à l'exportation dans votre entreprise ?
- 2** Quelles sont ses forces ? Quelles sont ses faiblesses ?
- 3** Combien de clients gère-t-elle/il ?



Notes