

## VENTES GROUPÉES

## Être solidaire pour mieux vendre son bois

Contresens ou réalité? Les ventes groupées organisées par les producteurs confirment la seconde option et démentent le contresens. Par le biais d'un cours tenu en Suisse romande, l'association Culture et promotion des bois précieux (CPP/APW) dévoile l'excellence du mécanisme.

Par Jean-Philippe Mayland

Au premier abord, on pourrait en effet penser qu'il s'agit là d'un contresens: ne coule-t-il pas de source que celui qui sera le plus malin et s'engagera dans des tractations confidentielles avec son acheteur parviendra à tirer son épingle du jeu et obtiendra de meilleurs prix que son voisin et néanmoins concurrent?

C'est ce que démentent les ventes groupées organisées par les producteurs. Elles rassemblent des quantités de bois intéressantes, triées et classées selon des critères homogènes et clairement harmonisés, tout ceci dans un effort solidaire pour en favoriser la commercialisation.

Une bonne présentation des lots facilite le travail de l'acheteur, lui permet une rationalisation certaine de ses achats et permet aussi à des utilisateurs de produits de niche d'accéder sans intermédiaire aux producteurs et aux produits spéciaux. Des techniques que tout détaillant connaît depuis belle lurette, à savoir «trier les torchons des serviettes», soigner l'écrin de présentation et faciliter les démarches de l'acheteur. Ces recettes simples semblent enfin pénétrer le marché du bois! C'est comme si on découvrait – bien tardivement – qu'il est utile et rentable de choyer l'acheteur et, accessoirement, de le mettre en concurrence.

### Curiosité

L'association Culture et promotion des bois précieux (CPP/APW) a voulu creuser le sujet. Elle a organisé en décembre 2014 un cours de formation tendant à comparer deux modes de commercialisation groupée, dans les cantons de Neuchâtel et de Vaud. Certes, les ventes de Colombier (NE) et du «Gros de Vaud, arrondissement forestier 8» ne recouvrent pas les mêmes objectifs, mais ils participent néanmoins d'une démarche semblable de regroupement et de facilitation des contacts entre les producteurs et les acheteurs.

### L'exemple neuchâtelois ...

Tandis que la vente collective de bois précieux de Colombier rassemble des qualités de bois supérieures, voire exceptionnelles, on vise plutôt la commercialisation de qualité moyenne dans le Gros de Vaud



Traditionnelle en décembre, la vente des bois précieux de l'Association forestière neuchâteloise dans l'allée des Bourbakis à Colombier attire un public de connaisseurs.

tout en se concentrant sur les seuls feuillus réputés difficiles à vendre. Dans les deux procédures, ce sont les producteurs qui choisissent les bois qu'ils apportent à la vente groupée. Ils les rassemblent sur une ou plusieurs places d'exposition et assument aussi les frais de transport et de conditionnement.

Ensuite un catalogue synoptique des lots mis en vente est élaboré et envoyé à un grand nombre d'acheteurs. Dans le cas de Neuchâtel, ce nombre est particulièrement important puisqu'il compte près de 230 adresses (!) réparties sur un périmètre de 500 km environ autour de Colombier.

Ici, il s'agit de contacter des utilisateurs de produits de niche, qui savent mieux valoriser des produits rares ou de qualité très supérieure. Pensons aux lots d'érable ondé, de fruitiers sauvages, de sorbiers sans parler de houx ou de buis. En accord avec le parti pris allant vers la crème des qualités, le volume offert était assez réduit et s'élevait à 465 m<sup>3</sup> en décembre 2014. Tous les lots se constituaient d'une seule grume (découpée ou non). Etaient présentés très majoritairement des feuillus de diverses essences, surtout du chêne (45%), mais aussi de l'érable (11%), du frêne (8%), du hêtre (4%), du tilleul et quelques essences rares comme les fruitiers sauvages.

Il faut cependant aussi relever la présence de bois résineux de qualité supérieure (28%), comprenant du mélèze, pin, douglas, épicéa et sapin.

Ces quantités peuvent paraître minimes au regard des 140 000 m<sup>3</sup>/an de bois commercialisés dans le canton de Neuchâtel, mais elles représentent ce qu'il y a de mieux au niveau qualitatif, en somme la cerise sur le gâteau. Au niveau de la valeur pécuniaire, les produits de la vente groupée dépassent même les 3% pour les producteurs du littoral neuchâtelois.

### ... et celui vaudois

Dans le Gros de Vaud, l'objectif n'est pas confiné aux seules qualités exceptionnelles, mais il s'agit bien de mettre en vente toutes les grumes feuillues dignes d'un effort de commercialisation. Le nombre d'adresses d'acheteurs (40) est plus limité qu'à Neuchâtel et comprend bien entendu tous les acheteurs usuels de bois de la région. On constate que ces derniers semblent également apprécier ce mode de faire qui leur facilite le travail. La vente groupée de décembre 2014 se répartissait sur 16 places d'exposition situées en forêt le long de chemins bien accessibles en hiver. Ensemble, elles tota-

lisaient un volume de bois de 2023 m<sup>3</sup>, répartis entre le chêne (36%), le hêtre (32%), le frêne (30%), l'érable (1%). Fidèle à la volonté d'écouler le bois feuillus de la région par ce canal, une deuxième vente groupée est normalement organisée à la fin de la période de coupe, soit au printemps de l'année suivante.

### L'éloge de la différence

Nous percevons cependant quelques différences notoires entre les modes de vente neuchâtelois et vaudois. Tandis qu'à Colombier tout est fait pour éviter que les producteurs et acheteurs ne se rencontrent, la vente groupée vaudoise met les divers acteurs directement en lien, apparemment sans constater trop d'effets négatifs sur la concurrence et les petites affaires qui pourraient se développer en parallèle de la vente collective. La solution vaudoise en appelle beaucoup plus à la responsabilité des producteurs/vendeurs qui s'engagent pour le transport, la mise en chantier ainsi que toute la facturation des lots vendus. Ceci permet également de maintenir les coûts unitaires de la vente à un niveau très bas (7-12.-/m<sup>3</sup>), tandis que ceux de la vente de Colombier exigent un forfait de 30 francs/m<sup>3</sup> plus les frais administratifs (10% du montant de la vente).

De toute manière, les producteurs doivent préalablement se poser la question si la plus-value espérée lors d'une vente groupée compense l'engagement financier supplémentaire qu'implique la concentration de lots de grumes sur des places d'exposition. Il est cependant incontesté qu'ainsi rassemblée, l'offre de bois gagne en attractivité.

Enfin faudrait-il souligner l'importance de bien coordonner les diverses ventes groupées en précisant les qualités, les volumes et les dates d'ouverture des soumissions. Pour nos partenaires/acheteurs, pouvoir visiter en une seule tournée les lots mis en vente par les divers organismes du Plateau suisse revêt assurément bien des avantages. A nous de trouver un mode praticable, coordonné et commode pour nos partenaires!

Informations: [www.cpp-apw.com](http://www.cpp-apw.com)