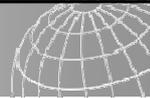


ValueLinks
Module 6 Relations d'affaires

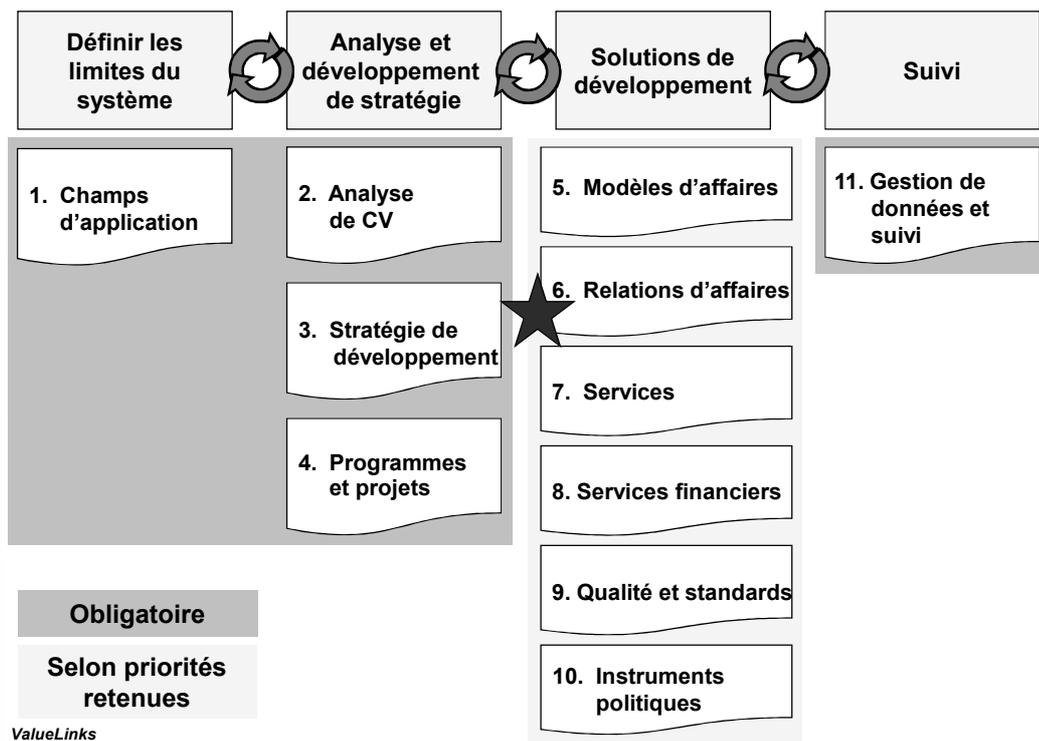
Faciliter des relations d'affaires



1



ValueLinks 2.0



2



ValueLinks

Module 6 Relations d'affaires

Contenu

- 1 Faciliter des liens d'affaires verticaux
- 2 Promouvoir des relations horizontales - associations
- 3 Business *Matchmaking* au niveau méso



Liens verticaux d'affaires/Relations horizontales



L'amélioration des relations et l'aide à la coordination entre différents opérateurs est au centre du concept de chaîne de valeur:

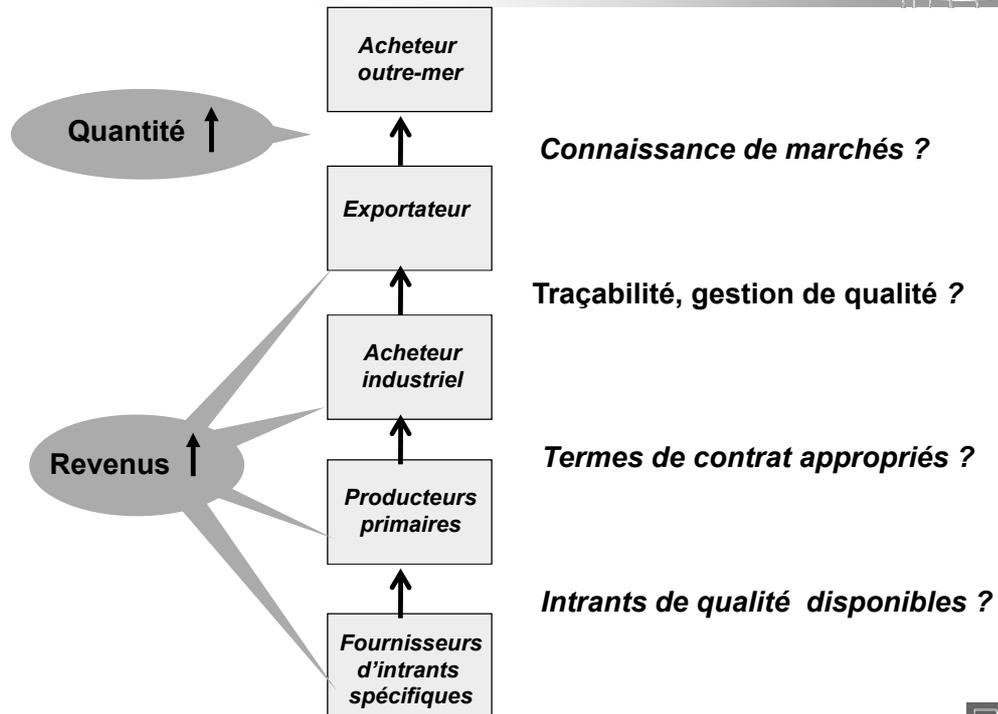
Liens verticaux - entre opérateurs de différents maillons

1

Liens horizontaux - entre des opérateurs du même maillon



Liens d'affaires verticaux



1

5

Contraintes dans des relations verticales

Fraude

Abus d'information, non-respect des contrats

Horizon court terme "hit and run"

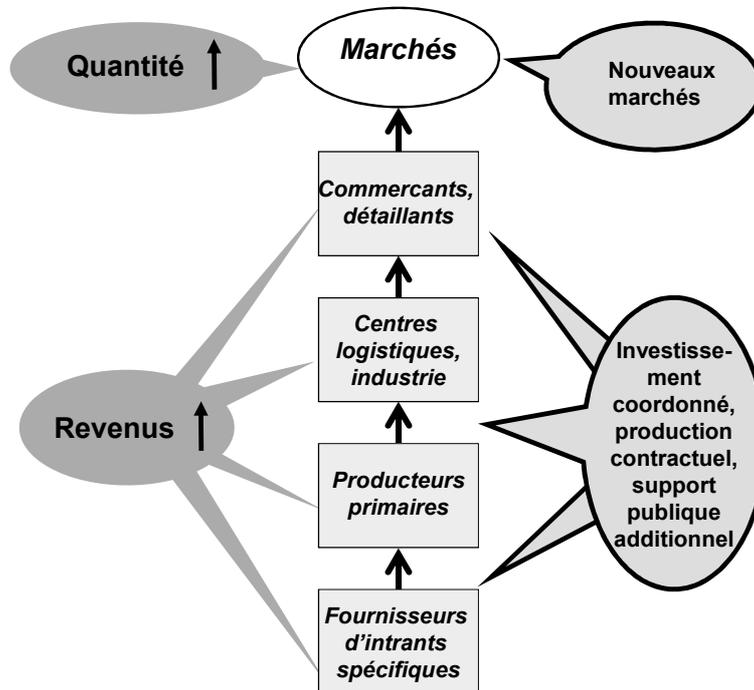
➔ **La méfiance est un obstacle pour s'engager dans des transactions innovatrices et/ou plus grandes**

1

6

Option stratégique: "Making markets work"

Connecter et coordonner les acteurs ...



1

7

ValueLinks

Avantages de liens verticaux plus persistants

Réduction des coûts de transaction

- Développement de confiance → coûts de contrôle réduits
- Réduction des coûts d'information
- Réduction des risques, planification – investissement facilités

1

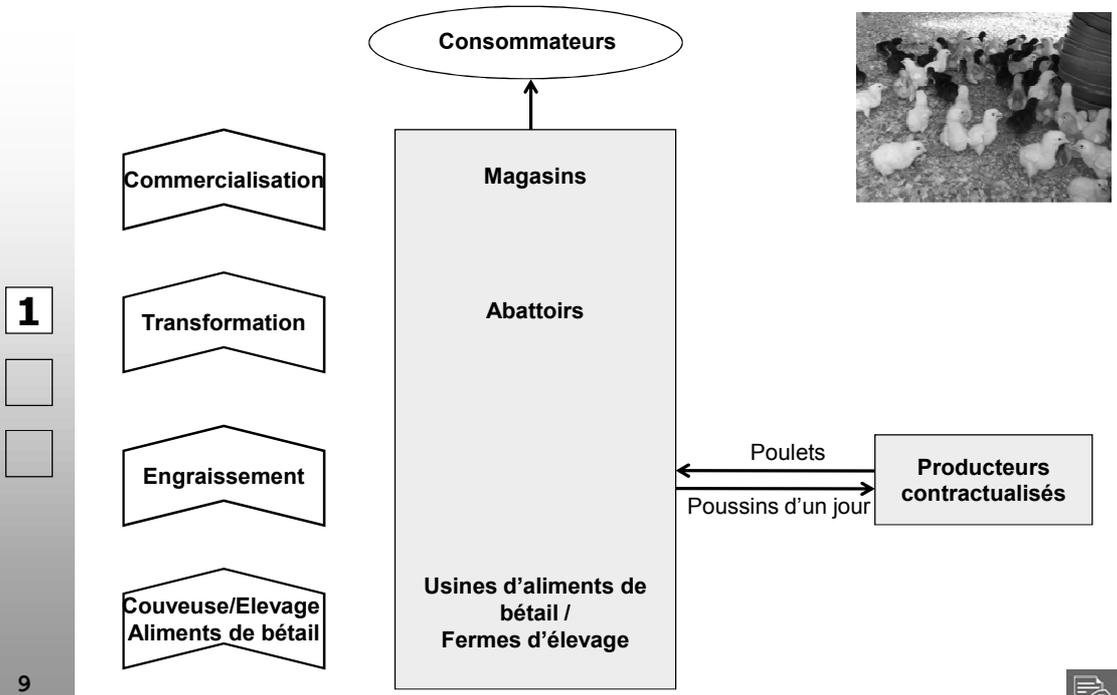
« Compétitivité systémique »

- Qualité de produit, satisfaction des exigences de marché
- Formation de grappes économiques
- Chaîne comme système social avec des bénéfices hors de l'économique et du commercial

8

ValueLinks

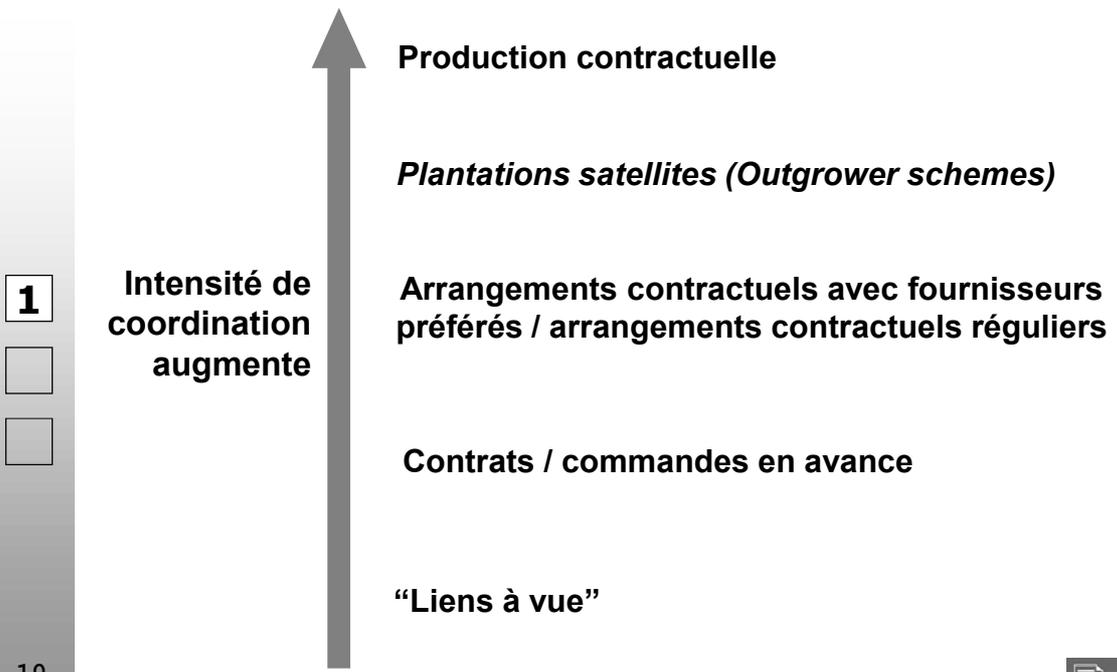
Production contractuelle



1

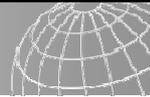


Arrangements contractuels



1





« Liens à vue » (spot-market)

Transactions complètement basées sur le marché, contrats verbaux ou fréquemment anonymes

Commande en avance

Accord préalable sur une transaction vente / achat d'un produit d'une qualité spécifique, en quantité déterminée et à une date déterminée

Arrangements contractuels avec fournisseurs préférés

1

Contrats anticipés et réguliers avec des fournisseurs préférés. Ceci donne de la certitude et réduit les coûts de recherche aux deux côtés



Outgrower scheme = plantations satellites



Une grande ferme contractualise les fermes limitrophes à fournir des quantités de produits pour compléter son propre volume de production. Les fermes limitrophes (outgrowers) reçoivent des services technologiques mais peuvent vendre à d'autres acheteurs

Production contractuelle / contract farming

Le fournisseur travaille en exclusivité pour un acheteur. Le produit et la technologie sont clairement spécifiés et le fournisseur reçoit les intrants nécessaires.



Contenu

1

Faciliter des liens d'affaires verticaux

2

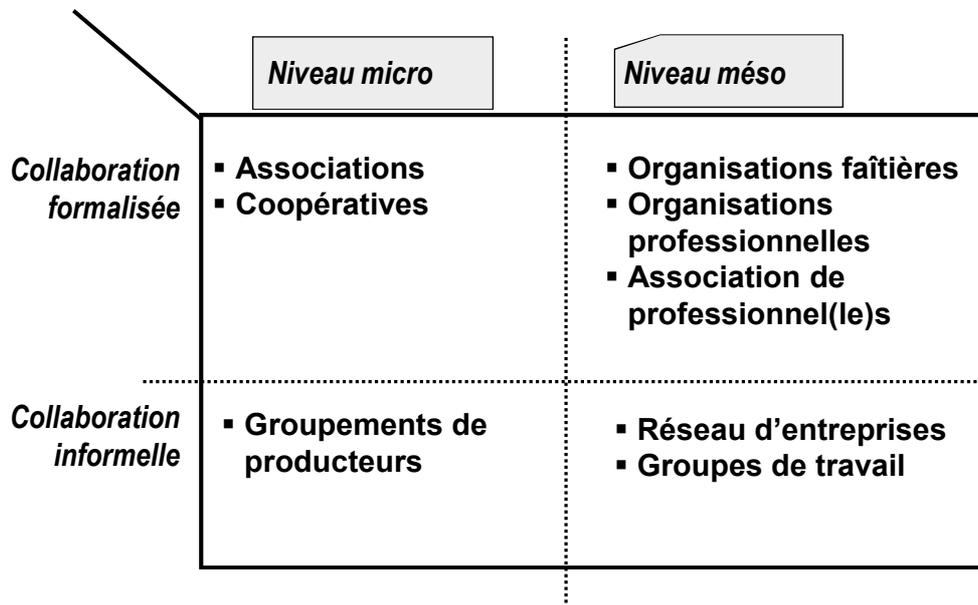
Promouvoir des relations horizontales - associations

3

Business *Matchmaking* au niveau méso



Types de collaboration horizontale



13

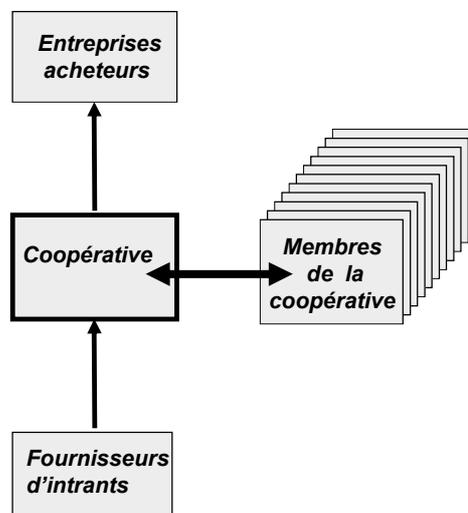
ValueLinks



Collaboration commerciale

Producteurs et micro entreprises n'agissent plus individuellement

→ Leur coopérative prépare ou réalise des transactions commerciales



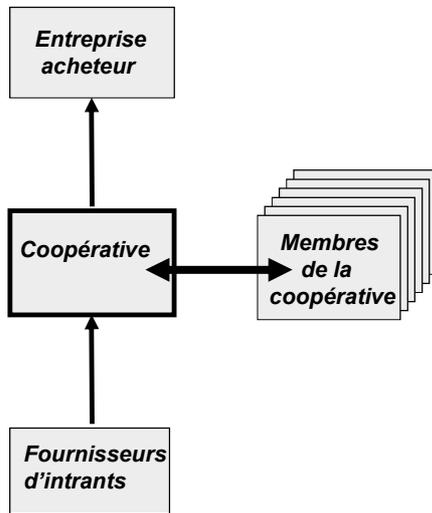
14

ValueLinks

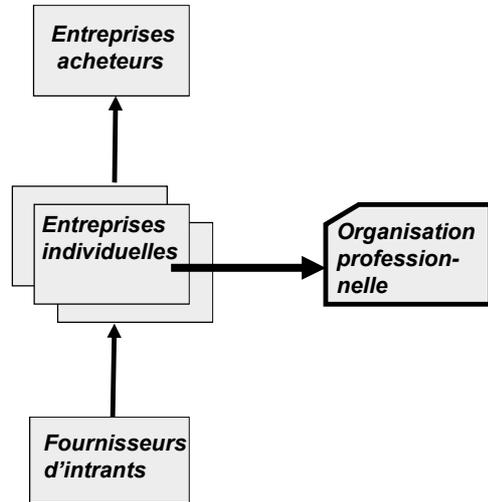


Finalités de la collaboration

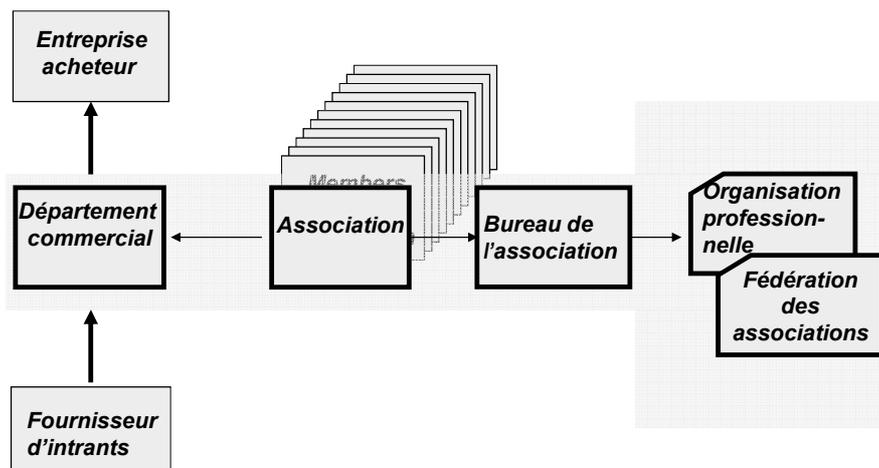
Avantages commerciaux



Influence sur la politique sectorielle

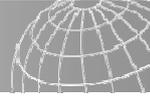


Combinaison des dispositifs



Des grandes associations et organisations professionnelles défendent les intérêts de leurs membres dans le dialogue politique



**Accélération du développement des affaires**

- Multiplication de contacts
- Échange et apprentissage
- Incertitude pour la prise de décision réduite

Economie d'échelle

- Approvisionnement moins cher en intrants
- Accès amélioré aux informations et services
- Accès au marché (association peut même être une pré condition!)
- Investissements dans des opérations à plus grande échelle possible



2

**Principe: un bénéfice net grâce à la collaboration !!**

- Intérêt commun des partenaires
- Ressources et besoins similaires
- Potentialités d'économies d'échelle
- Besoins d'intégrer la chaîne
- Orientation sur marché mène à des objectifs claires et concrets
- Succès visible / significatif doit être possible dans un délai relativement court



2





Habitudes et culture de collaboration

Leaders & leadership – doivent créer un consensus et intérêt commun

Prescriptions et pression externe – producteurs pris en otage par des entreprises clientes

Fraude Abus d'information, non-respect des contrats

Corruption – règlement interne non respecté

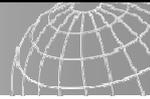
➔ **La méfiance est un obstacle pour s'engager dans des transactions innovatrices et/ou plus grandes**

**2****ValueLinks****Module 5 Relations d'affaires**

Contenu

1**Faciliter des liens d'affaires verticaux****2****Promouvoir des relations horizontales - associations****3****Business *Matchmaking* au niveau méso**

Instruments de “couplage”



- Faciliter la participation à des foires
- Organisation d'expositions
- Organiser des délégations à des pays importateurs
- Organiser des rencontres acheteurs-vendeurs
- Plateformes d'affaires électroniques (*B2B platforms*)

**3**

21

ValueLinks



Institutionnaliser les liens d'affaires



Développement de capacités au lieu de faire soi-même!

Facilitateurs doivent mettre l'accent sur le développement de services de mise en relation (matchmaking) à travers le développement des capacités de ces acteurs qui normalement en sont chargés, notamment les institutions de marchés telles que les organisations professionnelles ou les prestataires de services publics (p.ex. les services techniques)

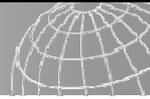
**3**

22

ValueLinks



Faciliter les participations aux foires



Foires internationales



- Participation aux foires internationales organisées par des institutions nationales
- Partage des coûts avec les exposants (1/3 vs. 2/3)
- Activités de support avant et après le salon



3

Organisation des foires/expositions



- Organisation de foires internationales
- Organisation d'évènements locaux

23

ValueLinks



Développement des capacités des associations



Organisation des délégations à des pays d'importateurs



- Visites à des acheteurs clés
- Invitation d'acheteurs clés à visiter le pays d'exportation
- Préparation pour la participation aux foires
- Suite à donner après la participation aux foires



3

Sites web nationaux



- Liens des sites web des membres de l'association
- Autres services et informations

24

ValueLinks

