

DIVERSIFIER LES MARCHÉS
ET LES PRODUITS DU BOIS
FACE AU PROTECTIONNISME AMÉRICAIN
Buy America first

Pierre Asselin, ing.f.
Consultants forestiers DGR inc
www.dgr.ca







Importance du marché extérieur pour l'industrie québécoise du bois d'œuvre résineux



Source: StatCan et GAC, 2016. Compilation CIFQ





Taux d'humidité des bois en fonction de leurs emplois ou destinations.































Stratégies de développement

1. Séchage à 12% HB pour produits extérieurs
2. Améliorer concept de produits pour meilleure stabilité dimensionnelle
3. Augmentation substantielle de la recherche sur la finition et la durabilité du bois
4. Service technique conseils pour clients, designers et architectes
5. Équipe experts pour rédaction d'articles sur les produits du bois et techniques de finition durable dans les médias

La force des Slogans :

- *Marc Aurèle, Empereur Romain, 120 A.D.
a dit : **Il faut redonner à Rome sa grandeur***
- *Steve Jobs, Apple, 2000,
a dit : **Think different (penser autrement)***
- *Albert Einstein, 1950
a dit : **Si vous répétez toujours la même expérience et que les résultats ne changent pas... essayez autre chose!***

La force des Slogans :

- *Make wood products great again ?*
- *On peut donc avoir un vrai slogan qui démontrerait notre fierté envers nos produits du bois*
- *Pierre Asselin, ing.f., février 2017
a dit : **Redonnons la grandeur (beauté et durabilité) et la valeur que méritent nos produits du bois***