



BASCONS : **PRODUCTION ET DISTRIBUTION DE FOYER AMELIORE** **MARQUE « MOSEKA »**



Par Emmanuel BASANGA

Administrateur Gérant
Tél: +243813000075
emmabasanga@gmail.com

1. Bref Aperçu et Historique

La Société BASANGA Construction « BASCONS » est créée en 2014,

- Elle se lance dans les études et analyses sur les foyers améliorés par le canal de la GIZ.
- En 2015, elle produit 100 FA distribués sur le marché dans le but de recevoir les remarques des utilisateurs pour des corrections techniques éventuelles.
- C'est au mois de février 2016, après avoir certifié nos foyers améliorés au Centre des Etudes sur les Energies Renouvelables (C.E.R.E.R.K) de l'ISTA que nous sommes préoccupé d'implanter une petite usine artisanale d'une capacité de 300 FA par mois;
- En 2017, partenariat avec Elan RDC dont un appui aux équipements, permettant à l'augmentation de la production mensuelle de 1000 FA / mois et un appui marketing et distribution par la mise en place d'un business modèle de distribution, marketing direct pour stimuler la demande et outils de communication.

2. Nos Produits

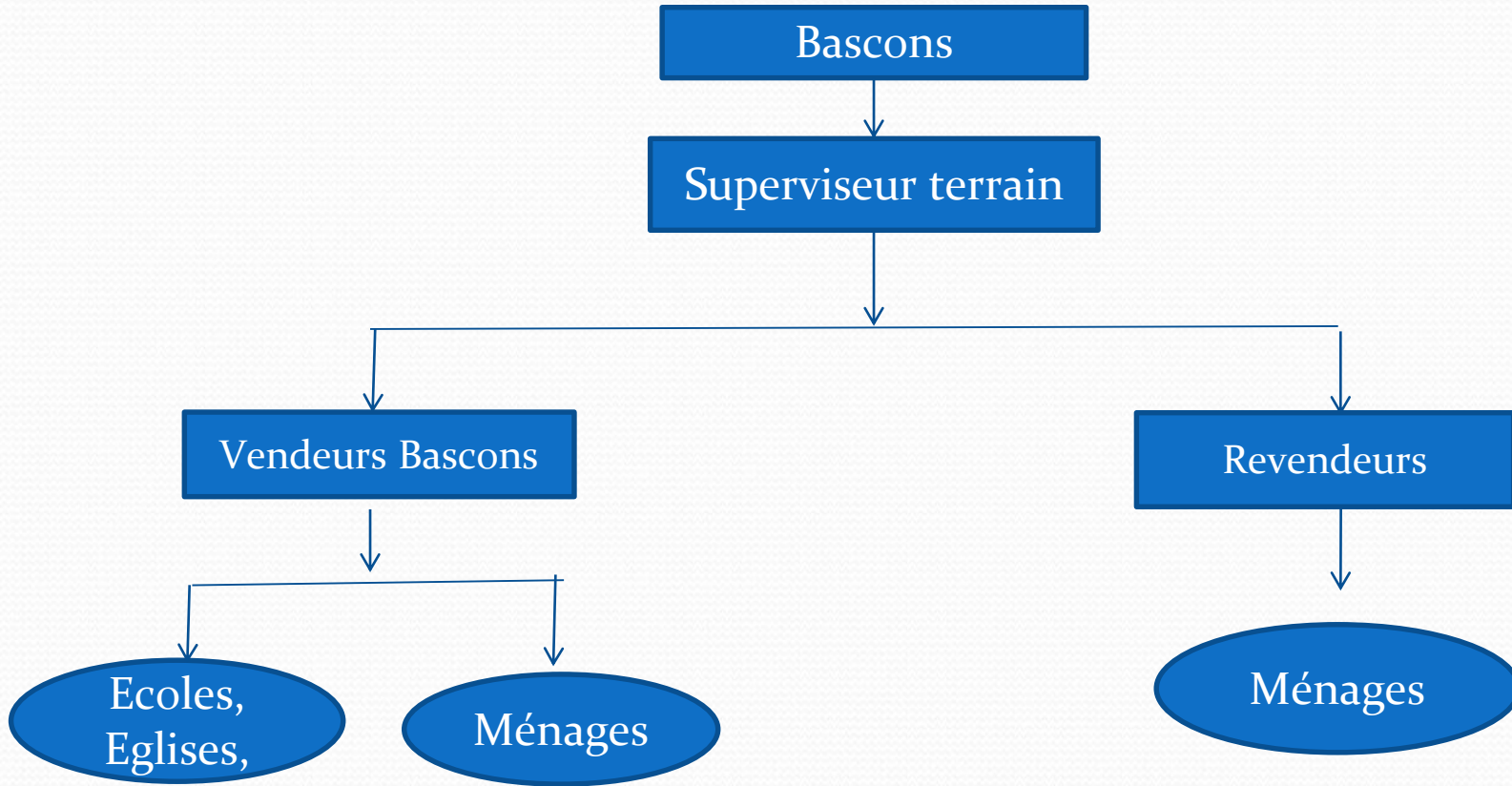
Plusieurs types des foyers Moseka sont produits selon la taille de ménage, le besoin en business (restaurant) et selon le pouvoir d'achat de la population.

C'est la taille L et M qui sont plus demandés respectivement aux ménages de plus de 5 personnes et ceux de moins de 5 personnes.

Le reste des modèles sont vendus par commande



3. Modèle de distribution



Le modèle consiste d'une part, à une distribution directe au comptant et à crédit auprès des ménages et les structures socio-professionnelles à travers les Vendeurs Bascons affectés dans une entité bien définie; et d'autre part une distribution directe au comptant par les Revendeurs indépendants disséminés dans la ville dans les sites stratégiques. Un superviseur est chargé de suivre les acteurs du marché pour une bonne implémentation du modèle.

4. Marketing

- Visibilité points de vente;
- Sensibilisation et mobilisation par les Ambassadeurs;
- Activations devant les points de vente des Revendeurs,
- Campagne média (spot Radio et sponsoring émission culinaires)



5. Résultats

- Une usine semi industrielle grâce à l'appui en équipements;
- Accroissement de la production de 300 à 1000 FA par mois;
- Mise en place d'un réseau de distribution avec plus au moins 100 points de vente disséminés dans la ville de Kinshasa , hormis Kanaga et Mbanza Ngungu;
- Visibilité des points de vente des Revendeurs,
- Accroissement de la notoriété de la marque « Moseka » sur le marché;

6. Défis et obstacles

- Cout d'acquisition FA élevé par rapport au pouvoir d'achat de la population;
- La faible information de la population sur les avantages de Foyer amélioré ;
- L'utilisation non optimale des techniques efficaces de marketing et distribution pour assurer la pénétration de FA sur le marché local ;
- Difficulté d'accès au financement ;
- Non implication de l'Etat (subvention)

6. Opportunités

Crédit à la consommation pour les énergies renouvelables

L'une de grande barrière à l'accès au FA est le prix de vente qui ne correspond pas au pouvoir d'achat de la population cible.

La vente à crédit s'avère très indispensable pour palier à cette contrainte.

Ainsi, il y a une grande opportunité de vendre à crédit à travers les communautés de confiance, notamment les Eglises, Ecoles et Hôpitaux et permettre aux bénéficiaires de rembourser ou payer leurs dettes à partir des économies réalisées suite à la réduction des dépenses d'achat de charbon de bois.

Cette stratégie permettra la pénétration rapide de FA sur le marché à court terme afin de faciliter les bouches à l'oreille positive à moyen et long terme.

D'où nécessité d'un fond de roulement nécessaire pour faire face ou l'accompagne ment d'une institution financière pour un préfinancement