

L'ESSENTIEL DUNHAM

Plan marketing intégré : L'Essentiel (2026-2027)

L'Essentiel : cultiver la forêt, forger l'autonomie.

Ludovic Lafrance
Ludovic.lafrance@gmail.com

TABLE DES MATIÈRES

Plan marketing intégré : L'Essentiel (2026-2027) **2**

IDENTITÉ DE MARQUE ET PROPOSITION DE VALEUR (USP) 2

STRATÉGIE PAR VOLETS D'ACTIVITÉ 2

SYNERGIE OPÉRATIONNELLE (L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE) 2

CALENDRIER DE NOTORIÉTÉ 2026 3

PLAN MARKETING INTEGRE : L'ESSENTIEL (2026-2027)

Positionnement : L'Autonomie par l'Intendance

Philosophie : Rigueur & Intendance

IDENTITÉ DE MARQUE ET PROPOSITION DE VALEUR (USP)

L'Essentiel Dunham n'est pas une simple école de survie, ni une exploitation forestière industrielle. C'est un modèle **hybride** unique :

- **L'Argument de Vente Unique (USP) :** Apprendre l'autonomie sur une terre privée activement gérée, où chaque technique enseignée (construction, feu, récolte) respecte les cycles naturels et le Plan d'Aménagement Forestier (PAF).
- **Storytelling :** Nous documentons la transformation de la forêt par le fondateur (utilisation du Kubota B26, martelage, etc) pour bâtir une autorité naturelle. Le client devient un "apprenti intendant".

STRATÉGIE PAR VOLETS D'ACTIVITÉ

VOLET AGROFORESTERIE (PRODUITS DE L'INTENDANCE)

- **Cible :** Résidents de Dunham/Cowansville et scieries artisanales de Brome-Missisquoi.
- **Produits :** Bois de chauffage séché, bois d'œuvre (Pruche/Cèdre), et Produits Forestiers Non Ligneux (PFNL).
- **Canal :** Réseau de proximité et vente directe à la ferme.
- **Objectif :** Valider le statut agricole (> 5 000 $) par la qualité "Boutique" et la traçabilité totale.

VOLET ÉCOLE DE SURVIE (ÉDUCATION À L'AUTONOMIE)

- **Cible :** Adeptes de plein air, secteur corporatif (Team Building résilience) et milieu scolaire.
- **Méthode :** "Cercle de Confiance" (marketing de rareté). Cohortes limitées (max 8-10 pers.) pour préserver le sol.
- **Canal :** Réseaux sociaux (Storytelling de terrain) et liste d'attente prioritaire sur le site web.
- **Prix :** Tarification "Premium" justifiée par l'expertise en sécurité et l'accès à un territoire privé protégé.

SYNERGIE OPÉRATIONNELLE (L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE)

Le volet agroforestier nourrit le volet éducatif :

- **Matériaux :** Les branches résiduelles des coupes de jardinage (Peuplement 016) deviennent la ressource primaire pour les modules de construction d'abris.

- **Infrastructure :** La récolte de la Pruche (Peuplement 019) permet de scier sur place le bois nécessaire aux infrastructures de l'école (abri de rassemblement, toilette sèche).
- **Démonstration :** L'exploitation active sert de laboratoire vivant pour enseigner la sylviculture durable aux étudiants.

CALENDRIER DE NOTORIÉTÉ 2026

- **Printemps :** Phase "Transparence" — Documentation du martelage et de la visite de l'AFM sur les réseaux sociaux.
- **Été :** Phase "Sessions Pilotes" — Sessions gratuites/réseau pour tester les protocoles d'instruction.
- **Automne :** Lancement des préventes de bois de chauffage et des sessions intensives de l'école.

Année	Focus Marketing	Canal Principal	Objectif de Volume/Revenu
2026	Lancement & Statut	Réseau local / FB-IG	> 5 000 $ (Revenu agricole)
2027	Professionnalisation	Site Web / LinkedIn	15-20 sessions / an

Document préparé par : Ludovic Lafrance, Fondateur

Date : 26 février 2026

