

La qualité
est dans notre **nature**



Programme Agri-marketing Demande de financement **2012-2013**

Petites et moyennes
entreprises (PME)

Guide pour les demandes
de financement

Septembre, 2011



Agriculture and
Agri-Food Canada

Agriculture et
Agroalimentaire Canada

Cultivons l'avenir 

Canada 

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION.....	3
OBJECTIF	3
REMARQUES D'ORDRE GÉNÉRAL.....	3
CRITÈRES D'ÉVALUATION.....	3
COMMENT PRÉSENTER UNE DEMANDE.....	4
SOUMETTRE LA DEMANDE.....	4
ADMISSIBILITÉ DES CANDIDATS PROGRAMMES ET AUX ACTIVITÉS.....	4
ACTIVITÉS ADMISSIBLES ET EXEMPLES.....	4
LISTE DES ACTIVITÉS ADMISSIBLES AU FINANCEMENT DU PAM	5
LISTE DES COÛTS ADMISSIBLES POUR LES ACTIVITÉS ADMISSIBLES	6
LISTE DES COÛTS NON ADMISSIBLES.....	7
GUIDE POUR REMPLIR LA DEMANDE DE FINANCEMENT DES PME.....	8
SECTION A – ENTREPRISE ET COORDONNÉES.....	8
SECTION B – RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX	9
SECTION C – RESSOURCES FINANCIÈRES	9
SECTION D – COMMERCIALISATION D'UN PRODUIT INNOVATEUR	10
SECTION E – IMAGE DE MARQUE CANADA.....	10
SECTION F – PROPOSITION DE FINANCEMENT D'AGRI-MARKETING ET TABLEAU DE VENTILATION DU BUDGET.....	10
 <u>POUR VOTRE INFORMATION:</u>	
ANNEXE C - LISTE DE VERIFICATION DES PME EN MATIERE D'EXPORTATION : SONT-ELLES PRETES?.....	11

INTRODUCTION

Nous vous remercions de l'intérêt que vous portez au programme Agri-marketing (PAM). Le présent document a pour but de vous aider à remplir votre demande pour le volet Petites et moyennes entreprises (PME) du PAM pour la période allant du 1^{er} avril 2012 au 31 mars 2013.

Objectif

Le PAM a pour objectif d'améliorer la capacité de commercialisation et la compétitivité du secteur canadien de l'agriculture, de l'agroalimentaire, des produits du poisson et des fruits de mer, en aidant l'industrie à cerner les priorités du marché et à s'outiller pour être en mesure de réussir sur les marchés mondiaux. Le programme est en outre un important véhicule pour promouvoir les secteurs de l'agriculture et de l'agroalimentaire du Canada *dans leur ensemble* sur les marchés internationaux.

Pour déposer une demande auprès du PAM, il faut disposer d'un plan d'exportation sur les marchés internationaux qui explique le contexte - objectifs stratégiques, priorités, pays cibles et analyse raisonnée – entourant les activités devant être financées tous les ans. Ce plan doit reposer sur des études de marché poussées qui démontrent clairement pourquoi certains marchés sont choisis et comment les produits du demandeur doivent être positionnés, sur le plan stratégique, dans les divers marchés.

REMARQUES D'ORDRE GÉNÉRAL

Critères d'évaluation

Les demandes de financement en vertu du PAM, déposées par l'entremise d'une association nationale de l'industrie, sont tout d'abord évaluées par le secrétariat du Programme AgriMarketing, qui en détermine l'admissibilité en fonction des critères ci-après. Les demandes qui respectent les critères d'admissibilité sont expédiées aux différents groupes de travail sectoriels pour un examen et une évaluation. Elles sont ensuite acheminées à un comité de directeurs généraux qui formule des recommandations en matière de financement.

Les demandes sont évaluées selon les critères suivants :

- taille de la PME – financement disponibles aux entreprises qui comptent jusqu'à **250 employés**;
- présentation d'un plan d'exportation sur les marchés internationaux;
- admissibilité des activités, d'après la liste fournie dans le présent guide;
- preuve que les activités proposées sont bien en lien avec le plan d'exportation sur les marchés internationaux;
- preuve de la capacité à effectuer les activités proposés, conformément au plan d'exportation sur les marchés nationaux;

- niveau de financement demandé concordant avec le résultat escompté et avec les coûts moyens d'activités semblables dans d'autres PME;
- indication de résultats anticipés concrets pouvant être et étant mesurés à des fins de contrôle du rendement.
- confirmation, par l'association nationale de l'industrie, de la capacité de procéder aux exportations. L'association doit le confirmer pour ses PME en remplissant l'annexe C jointe au présent guide.

Comment présenter une demande:

- Remplir le formulaire de demande des PME en entier.
- Le remettre à l'association nationale de l'industrie affiliée.

S'assurer que le formulaire de demande est bien rempli (toutes les cases pertinentes remplies) et qu'il indique les coûts totaux admissibles de l'activité et les coûts ventilés ainsi que le financement total demandé au PAM.

Soumettre la demande:

Pour être considérées en vue d'un financement en vertu du PAM, les demandes finales doivent être soumises par l'entremise des associations affiliées au Secrétariat du programme AgriMarketing avant 12 h 00, HNE, le 6 janvier 2012.

Il faut soumettre les demandes en formats électronique et papier aux associations affiliées, lesquelles se chargeront de les remettre au Secrétariat du programme Agri-marketing dans les délais impartis.

Pour toute question au sujet du processus, prière de communiquer, dans l'ordre suivant, avec :

- 1) la personne-ressource de l'association nationale affiliée de l'industrie;
- 2) le Secrétariat du programme Agri-marketing
Agriculture et Agroalimentaire Canada
1341, chemin Baseline
Tour 5, 4^e étage, pièce 133
Ottawa (Ontario) K1A 0C5
AgriMarketing@agr.gc.ca
Téléphone : 613-773-0221
Fax : 613-773-1555

ADMISSIBILITÉ DES CANDIDATS PROGRAMMES ET AUX ACTIVITÉS :

Activités admissibles et exemples

Le PAM assure 50 % du soutien financier jusqu'à concurrence de 50 000 \$ annuellement par

PME pour les activités admissibles.

- Les activités proposées sont non génériques et ne doivent pas dupliquer des tâches pour lesquelles l'association est déjà financée par le programme Agri-marketing.

Exemple : Une PME peut enregistrer un maximum de 100 000 \$ de coûts totaux pour une activité ou une série d'activités pour recevoir un maximum de 50 % de financement du PAM, soit un total de 50 000 \$ par an.

Exemple : La participation à un salon professionnel est admissible tant que l'association ne participe PAS au même salon (la PME ne duplique pas le travail déjà effectué par l'association).

Si l'association participe à un salon professionnel, la PME peut se joindre à l'association dans son kiosque, mais elle ne recevra pas de financement du programme Agri-marketing pour cette activité. Toutefois, si la PME veut mener des activités de suivi après le salon, celles-ci seront admissibles à un financement en vertu du PAM.

Liste des activités admissibles au financement du PAM

(Remarque : Le programme ne finance pas les activités des PME aux États-Unis.)

Généralités
<ul style="list-style-type: none">• Publicité dans la presse écrite, dans les médias, babillards et affiches imprimées ou électroniques.• Promotions en magasin et dans les services de restauration, démonstration de produits aux acheteurs et aux consommateurs.• Séminaires professionnels pour informer les représentants du secteur des attributs propres aux produits agricoles, agroalimentaires et aux produits de poisson et fruits de mer du Canada.• Participation à des foires sans être exposant (c.-à-d. être présent ou rencontrer des clients potentiels).• Participation à des foires en tant qu'exposant, mais uniquement à des foires où le PAM ne finance aucune association nationale de l'industrie représentant le même secteur.• Formation technique des acheteurs étrangers sur les produits canadiens et la manutention des produits.• Missions à l'étranger et missions exploratoires.• Missions au Canada, séances de formation.

Liste des coûts admissibles pour les activités admissibles

Généralités
<ul style="list-style-type: none">• Coûts supplémentaires pour le matériel, les fournitures et les services propres au projet.• Honoraires d'experts-conseils, tels qu'ils sont facturés à la PME, y compris les coûts de communication, de déplacement et d'hébergement ou la prestation des services professionnels (au Canada et sur place à l'étranger). Les experts-conseils ne doivent avoir aucun lien de dépendance avec l'association ou la PME.• Coût des séminaires et de formation, y compris la location des salles, la location d'équipement audiovisuel, les documents imprimés, les services d'interprétation simultanée, la publicité et les honoraires.• Frais d'inscription à des conférences, à des séminaires et à des foires commerciales.• Frais de conception, de traduction et de production de matériel publicitaire.• Coûts de publicité dans la presse écrite, les médias, babillards et affiches imprimées et électroniques.• Recours à des entrepreneurs à temps partiel qui participeront à l'exécution d'activités de promotion particulières au point de vente ou aux lieux d'exposition.• Services professionnels, d'interprétation et de traduction.• Taxes fédérales et provinciales, y compris la portion non remboursable de la taxe sur les produits et services (TPS), s'il y a lieu, versées par la PME.
Foires commerciales
<ul style="list-style-type: none">• Frais de participation.• Déplacements (voir les dépenses admissibles ci-dessous).• Indemnités journalières.
Promotions en magasin
<ul style="list-style-type: none">• Déplacements (voir les dépenses admissibles ci-dessous).• Indemnités journalières.• Démonstrations de produits.• Catalogues.• Carnets de recette/cartes/brochures à distribuer.• Traduction.
Missions
Missions à l'étranger <ul style="list-style-type: none">• Déplacements (voir les dépenses admissibles ci-dessous).• Experts-conseils canadiens ou du marché visé, comme les traducteurs, etc.• Coûts directs comme la location de locaux et le matériel logistique. Missions au Canada <ul style="list-style-type: none">• Déplacements (voir les dépenses admissibles ci-dessous et les appliquer aux acheteurs étrangers).
Études de marché
<ul style="list-style-type: none">• Non admissibles

Déplacements

- Billets d'avion aller-retour en classe économique (le tarif économique le plus bas indépendamment de la durée du vol) pour les vols internationaux, y compris les frais d'aéroport et les coûts au sol admissibles, les indemnités journalières pour les Canadiens qui voyagent à l'étranger.
- Déplacements à l'intérieur du pays ou à l'extérieur de la ville (p. ex. avion, train, autobus et voiture louée), y compris les frais d'aéroport et les coûts au sol applicables, pour les Canadiens qui voyagent à l'étranger.
- Lorsque la rentabilité est clairement démontrée, les dépenses pour une personne en déplacement peuvent s'appliquer seulement à un trimestre.

Liste des coûts non admissibles

Généralités

- Frais courants d'établissement d'une exploitation commerciale.
- Frais d'élaboration et de commercialisation de produit.
- Formation technique pour des acheteurs canadiens.
- Formations pour les experts-conseils.
- Formations pour les employés.
- Dépenses déjà financées par d'autres ententes du PAM (c.-à-d. votre association).
- Services contractuels fédéraux, provinciaux ou municipaux (p. ex. analyses en laboratoire), y compris les marchés avec les sociétés d'État.
- Recherche, analyse et/ou élaboration de politiques sectorielles.
- Immobilisations, location ou achat d'éléments d'actif – matériel et ameublement de bureau courant, matériel informatique, vidéocamera, véhicules, présentoirs permanents, etc.
- Paiement en nature (c.-à-d. quand il n'y a aucune sortie de fonds).
- Cartes professionnelles, cartes de vœux et abonnements à des publications Adhésion aux associations professionnelles.
- Coûts engagés avant la date d'entrée en vigueur du projet ou après la date de la fin de l'entente.
- Frais d'adhésion et de présentation.
- Activités d'accueil et cadeaux (p. ex. repas et boissons, réceptions, visites touristiques, porte-documents offerts à des conférences et cadeaux offerts aux conférenciers invités).
- Activités de développement des marchés au Canada.
- Frais de conception, d'emballage et d'étiquetage.
- Cadeaux publicitaires, prix, remontée des coupons.
- Développement de produits.
- Salaires et commissions autres que ceux qui sont précisés dans la politique salariale du programme Agri-marketing ou qui sont approuvés au préalable par Agriculture et Agroalimentaire Canada.
- Coût de préparation des plans d'exportation pour le marché international.
- Services, déplacements, hébergement et repas des fonctionnaires.
- Portion remboursable de la TPS, des taxes sur la valeur ajoutée ou d'autres taxes pour lesquelles un remboursement ou un dégrèvement est perçu.
- Frais bancaires y compris les intérêts et frais de cartes de crédit.
- Dépenses liées à la promotion et à la publicité sur le tabac ou les produits du tabac.

- Publicité et promotion au Canada et aux É.-U.
- Frais rattachés aux foires commerciales internationales qui ont lieu au Canada.
- Études de marché.
- Toute autre dépense que le ministre peut juger non admissible.

GUIDE POUR REMPLIR LA DEMANDE DE FINANCEMENT DES PME

Section A – Entreprise et coordonnées

Appellation légale des PME

Veillez indiquer sous quel nom votre entreprise est officiellement enregistrée.

Raison sociale

Veillez indiquer le nom que votre entreprise utilise de façon régulière dans ses activités promotionnelles et de commercialisation.

Renseignements logistiques de l'entreprise

Remplir les cases requises pour les renseignements logistiques de votre entreprise.

Renseignements sur le représentant autorisé

Fournir le nom du représentant autorisé. Le personnel du programme communiquera avec cette personne pour clarifier des éléments de votre demande. Si votre demande est retenue, le nom du représentant autorisé figurera dans l'accord de contribution comme personne-ressource. Veuillez fournir le nom d'une autre personne-ressource. Si le personnel du programme est incapable de communiquer avec le représentant autorisé, il devra s'adresser à l'autre personne désignée.

Taille de votre organisation

Veillez indiquer le nombre d'employés de votre organisation, et si vous êtes associé à une société mère. Si vous êtes une filiale d'une autre société, veuillez donner le nom de l'organisation au complet, et le nombre d'employés dans cette entreprise.

Section B – Renseignements généraux

Description de votre entreprise

Les demandeurs admissibles comprennent les organisations et les entités faisant la promotion de l'exportation des produits agricoles et agroalimentaires canadiens ainsi que des produits du poisson et des fruits de mer canadiens. Indiquez précisément si vous êtes un producteur, un fabricant, une entreprise commerciale, un transformateur ou un autre type de PME (produits agroalimentaires, produits du poisson et fruits de mer).

Renseignements sur votre plan d'exportation pour le marché international

Veillez fournir autant de renseignements que possible sur votre plan d'exportation pour le marché international. Il est important ici de démontrer clairement que vous êtes prêt à exporter pour les pays cibles que vous indiquerez par la suite dans votre demande.

Information sur votre admissibilité

Veillez vous référer à la section dans le guide pour répondre clairement à cette question (voir p.5).

Information sur votre produit

Veillez fournir autant de renseignements que possible sur le produit que vous exportez ou que vous planifiez d'exporter. Il est important d'indiquer clairement le nom et le type de produit, s'il s'agit d'un produit transformé et d'expliquer également son contenu canadien.

Prêt à exporter

Il est important de démontrer que votre organisation est prête à exporter. Donnez autant de renseignements que possible sur votre plan d'exportation pour le marché international.

Pays ciblés

Veillez fournir une liste des pays, par ordre de priorité, que cible votre organisation en 2012-2013, ou pour lesquels les services des délégués commerciaux des postes canadiens à l'étranger pourraient être nécessaires. Pour votre information, la *Stratégie commerciale mondiale du Canada* définit les endroits où les débouchés et les intérêts canadiens ont le plus grand potentiel de croissance. Vous trouverez la stratégie à l'adresse suivante :

<http://www.international.gc.ca/commerce/strategy-strategie/r.aspx>.

Section C – Ressources financières

Fournir une liste de fonds reçus d'autres programmes gouvernementaux pour les trois dernières années. Les bénéficiaires peuvent obtenir des fonds pour les coûts admissibles à hauteur de 50 % auprès du PAM et à hauteur de 85 % auprès de tous les ordres de gouvernement (gouvernement fédéral, provincial et territorial, administration municipale). Les renseignements serviront à vérifier la conformité relativement à la disposition sur le cumul de l'aide. Cette disposition fait partie de chaque accord de contribution et stipule ce qui suit : « au moment de la demande, le bénéficiaire initial doit déclarer par écrit toutes les sources de contribution proposées, y compris les sources et les sommes provenant des gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux et des administrations municipales, pour toute activité à entreprendre ou tout objectif à poursuivre dans l'exercice financier, conformément au Tableau des activités et des objectifs ».

Section D – Commercialisation d'un produit innovateur

Dans cette section, veuillez indiquer clairement si, à l'heure actuelle, votre produit est un produit innovateur, un nouveau produit au Canada, ou si votre produit est un nouveau produit dans votre pays cible, et par conséquent, un produit-créneau cible.

Section E – Image de marque Canada

L'initiative de la marque Canada est une stratégie de marketing qui a pour but d'aider les produits canadiens à se démarquer des produits concurrents sur les marchés nationaux et internationaux. À la lumière de recherches montrant que le Canada a une réputation enviable à l'échelle mondiale mais que les produits alimentaires canadiens sont plutôt inconnus, l'initiative de la marque Canada offre des éléments graphiques, des études et d'autres outils gratuitement aux entreprises canadiennes pour les aider à différencier et à promouvoir leurs produits. Pour vous inscrire ou obtenir plus d'information sur l'Initiative de l'image de marque Canada, veuillez vous adresser à canadabrand@agr.gc.ca ou visiter le site Web à l'adresse www.brandcanada.agr.gc.ca.

Section F – Proposition de financement d'Agri-marketing et tableau de ventilation du budget

Formulaire de demande de financement et description des activités

Identification des objectifs stratégiques de votre plan de recherche de financement pour le marché international.

Présentez un résumé général de vos objectifs à l'égard de votre produit dans vos pays cibles. Par exemple, expliquez pourquoi un marché a été choisi en particulier, et ce que vous espérez réaliser pour vos produits dans ce marché (p. ex. le pourcentage de ventes, d'exportation).

Indicateur de rendement

Veuillez décrire comment les objectifs et activités énumérés plus loin auront contribué à votre plan pour le marché international. Quels seront les résultats? Comment démontrerez-vous que ces activités ont atteint votre but? Comment pouvez-vous rendre compte de leur succès?

Description des activités admissibles, ventilation du budget, coût total de l'activité, financement requis du PAM, pays cible et trimestre.

Dans cette section, présentez une description claire de l'activité admissible pour laquelle vous sollicitez du financement, donnez autant de renseignements que possible de manière à pouvoir présenter la ventilation du budget et le coût total. Indiquez de nouveau le pays cible de l'activité et dans quel trimestre l'activité devrait prendre place. Il faut se rappeler que le premier trimestre correspond aux mois d'avril à juin, le deuxième, aux mois de juillet à septembre, le troisième aux mois d'octobre à décembre et le quatrième aux mois de janvier à mars.