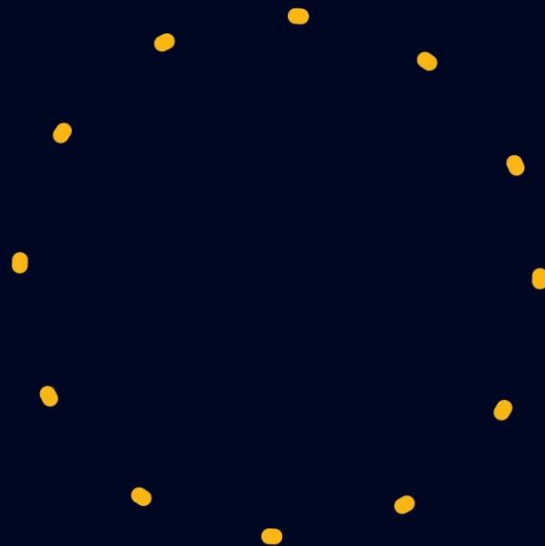




Programme de développement du marché européen



LIGNES
DIRECTRICES



Lignes directrices Programme de développement du marché européen

1. DESCRIPTION DU PROGRAMME

Le Programme de développement du marché européen (le «programme») est une initiative de la Stratégie de croissance du commerce et des investissements dans la région atlantique. L'objectif du programme est d'accélérer et d'accroître les ventes à l'exportation des entreprises du Canada atlantique sur le marché européen.

Les entreprises du Canada atlantique ayant des projets d'exportation vers la Belgique, les Pays-Bas et ou l'Allemagne seront prioritaires lors de la première phase de ce programme (12 premières entreprises). Les demandes pour d'autres pays européens seront prises en compte de la même façon lors des prochaines phases, qui devraient avoir lieu trimestriellement.

Le programme est conçu pour permettre aux entreprises exportatrices expérimentées d'entrer ou de se développer sur les marchés européens en bénéficiant d'un encadrement professionnel.

Les entreprises participantes auront :

- accès à un consultant en développement commercial sur le marché (consultant général) pour accroître les ventes à l'exportation et établir de nouvelles relations commerciales. Veuillez consulter l'Annexe A pour connaître la gamme de services disponibles dans le cadre de ce programme.
- accès à un espace de bureau pour une durée maximale de trois semaines dans la localité identifiée par l'entreprise¹.

2. CANDIDATS ADMISSIBLES

Pour être admissible au programme, l'entreprise doit prouver qu'elle

- est une entreprise en règle enregistrée au niveau provincial ou fédéral et dont le siège social est situé au Canada atlantique;
- possède un produit ou un service entièrement développé et exportable qui peut être vendu sur le marché européen;
- est un exportateur expérimenté qui cherche à percer en Europe ou à y étendre sa présence, ce qui signifie qu'elle doit se tourner vers de nouveaux marchés ou augmenter son volume total de ventes en Europe;
- possède des antécédents attestés de croissance annuelle des ventes;
- a la capacité financière de mettre en œuvre sa stratégie au moyen d'états financiers établis par des tiers;

¹ Le programme permettra aux entreprises participantes d'accéder à un espace de bureau partagé central et fixe au Cambridge Innovation Centre de Rotterdam, aux Pays-Bas, ou à un réseau d'espaces de bureau partagés flexibles dans toute l'Europe, et ce, selon le principe du premier arrivé, premier servi. La disponibilité et le calendrier d'accès aux espaces de bureau partagé en Europe seront assujettis à la levée des restrictions touchant les voyages internationaux.

Programme de développement du marché européen

- dispose d'un engagement de sa direction et des ressources humaines nécessaires à l'exécution de la stratégie, y compris un soutien commercial interne et externe qui dirigera la mise en œuvre, notamment en ce qui concerne les attentes relatives aux déplacements sur le marché;
- dispose de la capacité de production et de service nécessaire pour répondre à la demande prévue;
- a pris en considération les résultats attendus sur le marché européen, y compris la croissance prévue des ventes;
- comprend les facteurs de concurrence qui pourraient devoir être pris en compte (par exemple, la concurrence, les compétences culturelles, les contrôles à l'importation, la situation relative à la propriété intellectuelle, les certifications et les questions réglementaires, juridiques et fiscales).

Les entreprises qui ne sont pas admissibles à ce programme comprennent notamment :

- Opérations de jeux de hasard, salles de bingo, opérations de jeux à petite échelle
- Promoteurs immobiliers
- Détaillants, franchisés, distributeurs, agents ou associations
- Entreprises des industries créatives²
- Organisations financées par des fonds publics

3. ENGAGEMENTS DU PROGRAMME

a) Engagement des ressources humaines

Les entreprises participantes devront affecter le personnel approprié qui travaillera en collaboration avec le consultant et sera disposé à voyager en Europe et à passer du temps sur le marché.

b) Engagement financier

- Les entreprises participantes devront payer des frais de participation de 4 750 \$ CAN plus la TVH au moment de leur acceptation dans le programme.
-
- Les entreprises participantes devront affecter les ressources financières nécessaires à la mise en œuvre de leur stratégie de marché européen.

c) Engagement en matière de rapports

- Les entreprises participantes devront rendre compte des progrès réalisés ou des activités entreprises conformément à l'Énoncé de travail convenu, et on leur demandera d'effectuer des évaluations du programme sur l'ensemble de la prestation de services pendant un an au maximum après la fin du programme

4. CRITÈRES DU PROGRAMME

Les entreprises doivent démontrer comment la participation au programme est liée à leur planification d'exportation pour le marché européen et expliquer clairement comment le programme contribuera à

² Les entreprises des industries créatives, y compris la musique, les œuvres écrites et publiées, les arts du spectacle (tournées), les arts visuels et appliqués (art contemporain, métiers de production, photographie et création de mode) ne seront généralement pas prises en considération pour le programme. Toutefois, les entreprises de ce secteur qui ont un solide dossier commercial et qui peuvent démontrer qu'elles ne sont pas bien servies par d'autres programmes peuvent être prises en considération dans le cadre de ce programme. Par exemple, un éditeur qui cherche à s'étendre en Europe. La possibilité d'inclure une présence en Europe dépendra de la levée des restrictions sur les voyages internationaux.

accélérer leurs ventes sur ce marché. Le principal résultat de la participation au programme devrait être une augmentation substantielle des ventes à l'exportation vers l'Europe.

Les candidats seront évalués sur :

- La solidité de la planification des exportations de l'entreprise pour le marché européen et la volonté démontrée de la mettre en œuvre;
- L'articulation claire de la façon dont la participation au programme contribuera à accélérer les ventes à l'exportation sur ce marché, et la démonstration d'un besoin non satisfait par d'autres programmes de soutien à l'exportation offerts par les partenaires provinciaux et fédéraux.

5. DATE LIMITE DE PRÉSENTATION DES DEMANDES

Pour la première phase de ce programme, les demandes doivent être soumises avant 17 h (heure normale de l'Atlantique) le 10 juillet 2020. Si le nombre de places le permet, l'examen ultérieur des demandes aura lieu à la fin du mois de septembre 2020, puis en janvier 2021.

6. PROCESSUS DE DEMANDE

- Les entreprises doivent remplir et soumettre [un formulaire de demande](#) en ligne.

Les entreprises présélectionnées devront participer à un entretien avec un jury pour la sélection finale. La période d'entretien sera fixée au moment de la notification de la liste restreinte. Les états financiers de l'entreprise, examinés par une tierce partie, peuvent également être exigés avant l'entretien par le représentant provincial compétent du programme. Les Avis au lecteur sont acceptés.

Après évaluation, les entreprises approuvées bénéficieront d'un Accord de programme de développement du marché européen («l'accord»). Pour être valable, l'Accord doit être accepté, signé et retourné dans les quinze (15) jours ouvrables suivant la date de délivrance. La Chambre de commerce de l'Atlantique se réserve le droit de retirer une entreprise participante du programme si celle-ci ne se conforme pas à l'Accord contractuel.

7. AUTRES INFORMATIONS PERTINENTES

a) Annonces publiques et divulgation d'informations

Les entreprises agréées :

- Peuvent être tenues de participer à toute annonce publique ou cérémonie publique relative à l'acceptation de l'entreprise dans le Programme de développement du marché européen et à ses réalisations connexes, à un moment convenu;
- Doivent consentir à diffuser publiquement des informations sur le projet, notamment : le nom de l'entreprise, le secteur, la région et la croissance médiane des ventes de la catégorie sur le marché cible grâce à la participation au Programme de développement du marché européen;
- Doivent accepter de partager des informations recueillies avec d'autres ministères et organismes fédéraux et provinciaux pour l'administration des programmes de subventions et de contributions et du Programme de développement du marché créé par l'Entente sur le

commerce et l'investissement dans la région de l'Atlantique et pour les utilisations autorisées dans le présent document.

b) Renseignements sur les personnes-ressources

Pour obtenir des détails sur le programme ou de l'aide pour remplir le [formulaire de demande](#), veuillez communiquer avec votre responsable provincial ou fédéral dont le nom figure ci-après :

Île-du-Prince-Édouard

Bonnie MacDonald, agente de développement du commerce
902-620-3508
bjmacdonald@gov.pe.ca

Nouvelle-Écosse

Pamela Rudolph, responsable du développement du marché
902-424-6042
prudolph@nsbi.ca

Terre-Neuve-et-Labrador

Khizer Abbasi, délégué commercial provincial
709-729-5680
KhizerAbbasi@gov.nl.ca

Nouveau-Brunswick

Kristen Olson, responsable du Développement des exportations
506-461-4918
Kristen.olson@onbcanada.ca

Agence de promotion économique du Canada atlantique

Alan Kinnie, gestionnaire, Promotion du commerce extérieur
506-381-9340
Alan.Kinnie@canada.ca

Chambre de commerce de l'Atlantique Inc.

Glenn Davis, responsable du Programme de développement du marché européen
902-292-0121
Glenn@atlanticchamber.ca

Annexe A

Le consultant général fournira à chaque entreprise un maximum de 20 jours de services professionnels sur mesure (élaboration d'une stratégie et soutien sur le marché). Ce service comprend :

- une première discussion sur Skype (ou toute discussion faisant appel à une technologie) et un suivi, le cas échéant, avec l'entreprise afin d'identifier les besoins spécifiques de développement des exportations pour le marché européen.
- l'élaboration et la fourniture d'un projet d'Énoncé de travail avec accord de non-divulgence, et ce, pour examen, discussion et approbation avant l'Énoncé définitif.
- Utilisation de l'Énoncé de travail pour élaborer et fournir un Plan de travail stratégique du marché, avec les tactiques de mise en œuvre, les échéances et le budget, pour examen, discussion et approbation avant la finalisation.
- Mise en œuvre du Plan de travail stratégique pour le marché. Ceci pourrait inclure, sans cependant s'y limiter, la mise en œuvre des tactiques suivantes en collaboration avec chaque entreprise :
 - Recherche de l'opportunité de marché pour l'entreprise et développement d'une stratégie de mise sur le marché. Cela peut inclure des recherches sur la croissance du secteur, les marchés clés et les grappes, les tendances, l'environnement concurrentiel, l'environnement réglementaire, la logistique, les canaux, les modèles commerciaux, etc.;
 - aider l'entreprise à adapter son produit/service et sa proposition de valeur pour que le marché européen trouve un écho auprès des clients de ce marché;
 - engager des consultants spécialisés et/ou des prestataires de services tiers, selon les besoins et les indications de l'entreprise dans son plan de travail stratégique pour le marché;
 - identifier des débouchés de grande valeur et préqualifiés, et mettre l'entreprise en relation avec les décideurs (exécutifs) de niveau C et les personnes influentes en matière d'achat pour soutenir les efforts d'expansion commerciale;
 - identifier et, si possible, présenter l'entreprise au réseau local tel que les organisations industrielles, les grappes existantes et le soutien gouvernemental qui pourrait être bénéfique à leurs efforts d'exportation;
 - travailler en étroite collaboration avec l'entreprise pour gérer les opportunités tout au long du cycle de vente;
 - participer à des réunions de vente avec des personnes influentes et des clients potentiels préqualifiés afin de faciliter la conclusion d'accords (à ne pas tenir sans la participation, en personne ou virtuellement, du représentant de l'entreprise qui doit diriger la réunion de vente);
 - identifier les principales activités de réseautage stratégique où l'entreprise peut à la fois exposer ses produits ou ses services et s'exprimer en tant qu'expert en la matière;
 - participer à des activités ou à des conférences, le cas échéant, au nom de l'entreprise afin de recueillir des informations pour l'entreprise;
 - s'engager avec l'entreprise pour déterminer ses besoins en espace de bureau ou de réunion pendant la période de commercialisation et coordonner les réservations d'espace de bureau ou de réunion avec le gestionnaire de programme du Canada atlantique.