

Les accords de commercialisation

Les requérants qui désirent entreprendre un programme de commercialisation concentré peuvent, en vertu du PDME, conclure un accord de commercialisation.

Il ne s'agit pas d'une nouvelle activité du PDME, mais d'un moyen de regrouper l'aide consacrée aux activités mises en marche par l'industrie sur une période d'un an ou deux. Les accords de commercialisation s'adressent surtout aux entreprises de fabrication de taille moyenne qui ont de l'expérience dans le domaine de l'exportation et qui répondent aux critères d'admissibilité. Seules les activités décrites dans les pages précédentes sont admissibles pour le partage des coûts en vertu d'un accord de commercialisation.

Ce type d'accord convient particulièrement bien à une société qui désire utiliser le PDME pour mettre en oeuvre un plan de commercialisation reposant sur la participation à un certain nombre de foires commerciales et (ou) la réalisation d'un certain nombre de visites au Canada d'acheteurs étrangers et (ou) la réalisation d'un certain nombre de missions de repérage de marchés à l'étranger.

Il est possible cependant que ces activités ne soient pas jugées admissibles si la société a déjà un bureau de vente dans ce marché-cible.

Un accord de commercialisation doit être orienté vers une région géographique bien déterminée.

La contribution du PDME

L'aide financière du PDME couvre les coûts admissibles en vertu des règles s'appliquant à chacune des activités retenues.

Lorsque vous remplissez une demande

Les requérants doivent soumettre avec leur demande:

1. un plan de commercialisation comprenant au minimum ce qui suit:
 - description complète des activités passées et présentes d'exportation (années et ventes);
 - identification du marché-cible et raisons de ce choix (pertinence, demande à l'égard des produits, concurrence, etc.);
 - désignation des activités à entreprendre, en incluant un échéancier et une estimation des coûts pour chaque activité;
 - description des produits ou services à commercialiser et indication du contenu canadien;
 - indication de la façon dont cette activité se situe par rapport au plan global de commercialisation;
 - projection des ventes pour la période d'activité et les trois années suivantes.
2. Une estimation de la contribution de PDME.
3. La brochure publicitaire de l'entreprise et toute brochure pertinente sur les produits.
4. Les états financiers les plus récents de l'entreprise.

Indication des ventes actuelles sur le marché-cible avec des preuves à l'appui. Ces chiffres constitueront la base de calcul pour le remboursement éventuel de la contribution du PDME.