

- le plan de commercialisation doit comprendre plus qu'un seul type d'activité, p. ex. des visites;
- le chiffre d'affaires prévu à l'issue du projet doit être précisé dans la demande;
- la demande doit être signée par le directeur de l'exploitation de la société ou son équivalent.

PLAN DE COMMERCIALISATION INTERNATIONALE

La SDM utilise un formulaire de demande particulier et chaque demande doit être accompagnée d'un plan de commercialisation international d'une durée d'un an à deux ans développé et fourni pour le marché cible par la société requérante.

Comme le plan sera soumis pour commentaires à la section commerciale des ambassades ou des consulats du gouvernement du Canada situés dans le marché cible, il devrait être aussi bref que possible, idéalement d'au plus 3 pages.

Le cadre de base du plan de commercialisation est laissé à la discrétion du requérant, mais il doit au moins comprendre et décrire en quelques mots les éléments suivants :

- énoncé de mission (ce que la société fait);
- description des produits (y compris leur contenu canadien) et/ou des services que la société prévoit commercialiser ainsi que du niveau ou du segment du marché visé;
- estimation du potentiel que le marché cible présente pour les produits et/ou les services en question et description des objectifs de commercialisation de la société à cet égard;
- description de la façon dont la société compte réaliser ses objectifs, notamment la stratégie globale et les méthodes envisagées ainsi qu'une brève description de chacune des activités de développement des marchés proposées (y compris celles pour lesquelles aucune aide du PDME n'est demandée);
- description des contraintes susceptibles de faire obstacle à la réalisation des objectifs, notamment la concurrence nationale et étrangère, les barrières tarifaires et non tarifaires, les préférences des consommateurs et les facteurs économiques et financiers.

ACTIVITÉS NON ADMISSIBLES

- Les activités se limitant à des visites répétées sur un marché cible dans un but de repérage. Les voyages doivent être effectués pour des besoins directement liés à l'exécution du plan de commercialisation (par exemple : recherche de représentants et de distributeurs, formation du personnel des ventes, repérage des possibilités de soumission pour des projets d'immobilisations, etc.) et ne doivent pas représenter toute l'aide demandée.
- Les activités faisant déjà l'objet d'une aide financière directe ou indirecte de la part d'une administration publique municipale, provinciale ou fédérale, y compris le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international.