|  |
| --- |
| **Promotion des ventes: demande d’aide financière pour une initiative d’exportation****Analyse du marché**  |
|  |  |
|  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Titre du projet: |  |   |
|  |  |  |  |  |  |
| ID du projet: |  |   |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| Demande d’aide financière pour l’année: |   |  |  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Requérant (organisation): |  |   |
|  |  |  |  |  |  |
| Groupe de produits ou groupe par nature: |  |   |
|  |  |  |  |  |  |
| Direction du projet (nom): |  |   |
|  |  |  |  |  |  |
| Adresse:  |  |   |
|  |  |  |  |  |  |
| NPA, localité: |  |   |
|  |  |  |  |  |  |
| Téléphone : |  |   |
|  |  |  |  |  |  |
| Courriel: |  |   |

Contenu

[1 Réflexions relatives à la stratégie d’exportation – Situation initiale et idée de projet 3](#_Toc377109334)

[2 Objectifs de l’analyse de marché 3](#_Toc377109335)

[3 Entreprise / Branche / Organisation 4](#_Toc377109336)

[4 Analyse de la situation 4](#_Toc377109337)

[5 Réflexions stratégiques préliminaires 4](#_Toc377109338)

[6 Besoins en matière d’information 4](#_Toc377109339)

[7 Projet 4](#_Toc377109340)

[7.1 Objectifs 4](#_Toc377109341)

[7.2 Conception de recherche / méthode / manière de procéder 4](#_Toc377109342)

[7.3 Responsables 4](#_Toc377109343)

[8 Calendrier / principales étapes 4](#_Toc377109344)

[9 Finances 4](#_Toc377109345)

[9.1 Budget 4](#_Toc377109346)

[9.2 Aperçu du financement du projet (fonds propres) 4](#_Toc377109347)

**Partie I – Stratégie d’exportation de la branche**

*(A remplir par la branche / l’organisation requérante)*

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

# Réflexions relatives à la stratégie d’exportation – Situation initiale et idée de projet

*(Historique, situation de la branche, réflexions stratégiques préliminaires en faveur de l’analyse du marché cible, autres motifs)*

# Objectifs de l’analyse de marché

*(Quels sont les principaux objectifs qualitatifs et quantitatifs que l’analyse de marché doit permettre d’atteindre; à quels égards sert-elle de base de décision)*

**Partie II – Projet d’analyse de marché**

*(A remplir par la branche / l’organisation requérante et / ou les entreprises participantes / responsables)*

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

# Entreprise / Branche / Organisation

*(Nom, forme juridique, adresse, branche, etc.)*

# Analyse de la situation

*(Historique, situation actuelle)*

# Réflexions stratégiques préliminaires

*(Réflexions stratégiques préliminaires en faveur de l’analyse du marché cible, besoins et potentiels existants, autres motifs)*

# Besoins en matière d’information

*(Décrire les besoins en matière d’information et de prospection de marché)*

# Projet

*(Description détaillée du projet d’analyse de marché prévu)*

## Objectifs

## Conception de recherche / méthode / manière de procéder

## Responsables

# Calendrier / principales étapes

# Finances

## Budget

## Aperçu du financement du projet (fonds propres)