



Informations sur la mise en œuvre d'initiatives d'exportation

1 Objectifs

- Promotion des ventes de produits agricoles plus fortement ciblée sur les objectifs de la stratégie qualité, notamment dans le domaine de l'offensive sur les marchés
- Défense du leadership en matière de qualité par rapport à la concurrence internationale

2 Projets donnant droit à une aide

2.1 Analyse du marché / prospection de marché

	Analyse du marché	Prospection de marché
Focus	Analyse des perspectives de succès	Implantation sur de nouveaux marchés
Objectifs	Analyses de marchés relatives aux perspectives stratégiques de succès: renforcement des connaissances sur les chiffres clés, sur les consommateurs et sur leurs besoins dans des pays spécifiques <ul style="list-style-type: none"> - conditions-cadre du marché - tailles des marchés - structures de distribution - analyses de la concurrence 	Prospection de marchés par des branches / organisations ou par des entreprises individuelles (intégrée à des stratégies de branches spécifiques aux pays)
Stratégies bénéficiant d'un soutien		<ul style="list-style-type: none"> • Évolution du marché: prospection de nouveaux segments de marché ou de nouvelles régions géographiques • Développement des produits: introduction de nouveaux produits sur des marchés déjà prospectés, innovations, Use Extensions, etc. • (à ne pas confondre avec le développement classique de produits qui ne bénéficie pas d'aide) • Diversification: introduction de nouveaux produits sur de nouveaux marchés.
Bénéficiaires des aides financières	Branches, organisations	Branches, organisations et / ou sociétés (dans la mesure où elles sont subordonnées aux objectifs stratégiques et spécifiques des marchés de la branche concernée); allocation des aides ou conclusion d'accords par l'intermédiaire des branches / organisations.
Conditions	Premières réflexions stratégiques concernant une prospection du mar-	<ul style="list-style-type: none"> • Document portant sur la stratégie d'exportation de la branche signé in-

	ché	<ul style="list-style-type: none"> • cluant l'analyse stratégique du portefeuille des pays • Description du projet, en indiquant notamment l'orientation stratégique
Documents accompagnant les demandes	<ul style="list-style-type: none"> • Premières réflexions stratégiques concernant la prospection de nouveaux marchés • Description du projet • Budget • Plan de financement • Demande de financement électronique 	<ul style="list-style-type: none"> • Analyse du portefeuille des pays • Description du projet • Business plan • Attentes concernant les ventes • Calcul du seuil de rentabilité (3-5 ans) • Budget • Plan de financement • Concept pour le contrôle marketing • Demande de financement électronique
Priorités concernant les mesures donnant droit à une aide	<ul style="list-style-type: none"> • Projets d'analyse du marché • Projets de prospection du marché • Marchés test • Mesures servant à la mise en place des affaires (établissement de contacts, développement d'un réseau, voyages de presse, etc.) 	<p>En principe, les mêmes mesures que celles prévues pour les projets nationaux bénéficient d'une aide:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mesure de communication-marketing • Conception des emballages (layout et design) dans la mesure où ils permettent d'identifier la provenance suisse • Projets de prospection du marché
Durée	Unique	3 à 5 ans

Il est possible d'octroyer une aide financière tant pour des stratégies de marque faïtière que pour des stratégies d'entreprises (individuelles).

Stratégie de marque faïtière	Stratégie d'entreprise (individuelle)
<p>Mesures communes de marketing à l'intention des consommateurs sous une seule marque faïtière ou un seul label faïtier: la marque apparaît toujours à côté de <i>Suisse.Naturellement</i>.</p> <p>Objectif: message commun, amélioration de l'identification, concentration des moyens investis, offre du panier type</p>	<p>Chaque entreprise soutenue utilise son propre nom ou sa propre marque. <i>Suisse.Naturellement</i> est utilisé pour toutes les mesures de communication.</p> <p>Les stratégies des entreprises individuelles doivent être subordonnées aux objectifs stratégiques en matière de pays de la branche à laquelle elles appartiennent.</p>

2.2 Autres projets/mesures donnant droit à une aide

- Etudes préliminaires: premier relevé de chiffres clés concernant un marché d'exportation potentiel.
- Suppression d'obstacles techniques au commerce: co-financement des branches pour supprimer ou surmonter des obstacles techniques au commerce.

3 Critères de l'analyse du portefeuille

L'objectif de l'analyse de portefeuille est d'opérer un choix stratégique pour le marché cible. Elle doit permettre d'identifier les pays présentant le plus large potentiel de succès pour les initiatives d'exportation prévues. La liste ci-dessous n'est pas exhaustive et peut être complétée par d'autres critères, qui sont notamment spécifiques à la branche.

Conditions cadre	Indicateur	Pays 1	Pays 2	Pays 3
Conditions cadre économiques	PIB			
	Pouvoir d'achat			
			

Accessibilité du marché	Proximité du marché			
	Conditions cadre de la politique commerciale			
	Obstacles tarifaires			
	Obstacles non tarifaires au commerce			
			
Structures du marché	Taille du marché			
	Évolution du marché			
	Structures commerciales			
	Intensité de la concurrence			
	Taux d'auto-provisionnement			
			
Consommateurs	Besoins des consommateurs			
	Arguments clé de vente (USP)			
	Image de la Suisse comme pays d'origine des produits			
			

4 Délais

Aide financière 2014	Réglementation transitoire: dépôt jusqu'au 31.3.2014
Aide financière 2015	dépôt jusqu'au 30.9.2014
Années suivantes	30.9 de l'année précédente

13.01.2014