

# **Partenariat canadien pour une agriculture durable**

**Concurrentiel. Novateur. Résilient.**

## **ANNEXE 2 – CATÉGORIE DE PROJET : MISE EN ŒUVRE DU DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS ET DE LA DIVERSIFICATION**

Pour l'interprétation des lignes directrices, veuillez consulter le point 9 Interprétation des lignes directrices.

### **1. Objectif de la catégorie de projet**

La catégorie de projet a pour but de faciliter le développement et l'expansion des marchés nationaux et internationaux grâce à des activités liées à la commercialisation et au développement des ventes, de même qu'à la mise au point de nouveaux produits. Cette catégorie de projet est ouverte aux producteurs primaires et aux entreprises de transformation qui répondent aux conditions d'admissibilité mentionnées dans les lignes directrices et la présente annexe 2.

### **2. Durée de la catégorie de projet**

Consultez le point 2 des lignes directrices.

### **3. Financement de la catégorie de projet**

Dans les projets qui ne sont pas axés exclusivement sur les États-Unis, un bénéficiaire a le droit de recevoir trente-cinq pour cent (35 %) des dépenses admissibles, jusqu'à concurrence de soixante-dix mille dollars (70 000 \$).

Dans les projets axés exclusivement sur les États-Unis, un bénéficiaire a le droit de recevoir vingt-cinq pour cent (25 %) des dépenses admissibles, jusqu'à concurrence de cinquante mille dollars (50 000 \$).

## 4. Fonctionnement de la catégorie de projet

### 4.1. Activités admissibles et non admissibles

#### 4.1.1. Activités admissibles

Les activités suivantes ayant trait aux produits agricoles, aux aliments ou aux boissons sont admissibles dans le cadre de cette catégorie de projet :

- (a) les services de tiers liés à la mise au point d'un nouveau produit, notamment :
  - i) l'examen réglementaire des nouveaux produits,
  - ii) les renseignements sur les fournisseurs d'ingrédient ou de matériel,
  - iii) la création d'une préparation,
  - iv) les essais d'expansion,
  - v) l'établissement de la durée de conservation,
  - vi) les essais ou analyses pour vérifier et compléter la transformation du développement, notamment :
    - 1. nutritionnel, microbien, chimique, allergène, ou
    - 2. sensoriel/lié au consommateur
  - vii) des renseignements sur les fournisseurs d'emballages, leur conception et leur essai par un tiers pour garantir la compatibilité avec le produit;
  - viii) la conception et le développement de l'étiquetage :
    - 1. pour un nouveau produit, afin qu'il soit conforme aux exigences réglementaires, ou
    - 2. au moment de pénétrer dans un nouveau marché, pour garantir sa conformité;
- (b) les services de tiers pour le développement des ventes et les produits de commercialisation, notamment :
  - i) le développement de la marque,
  - ii) les groupes de concertation ou les études auprès des consommateurs,
  - iii) les démonstrations de produit,
  - iv) le développement, la planification et la gestion des campagnes de commercialisation de produit,
  - v) la conception/le développement de nouveau matériel promotionnel (comme les publicités, les brochures, les vidéos);
- (c) la génération de nouvelles ventes, la commercialisation et les activités ou événements promotionnels (comme les expositions, les réunions d'acheteurs)

Si le demandeur présente des demandes dans la catégorie de projet : Planification de la mise en œuvre du développement et de la diversification des marchés et la catégorie de projet : Mise en œuvre du développement des marchés et de la diversification, les activités **doivent** être uniques et indépendantes l'une de l'autre.

Un projet ne pourra démarrer qu'après avoir reçu l'approbation du ministère. La date d'approbation sera indiquée dans la lettre d'approbation du demandeur retenu. Les dépôts effectués sur les activités du projet avant la date d'approbation rendront ces activités ou le projet entier non admissibles.

#### **4.1.2. Activités non admissibles**

Les activités suivantes ne sont pas admissibles dans le cadre de cette catégorie de projet :

- (a) les activités liées à la modification de la préparation ou de la taille d'un produit existant;
- (b) toute activité de commercialisation qu'un tiers fournisseur n'a pas menée à bien;
- (c) toute activité de conception et de développement d'emballage ou d'étiquette non liée aux exigences relatives à un nouveau produit ou à un nouveau marché;
- (d) l'assistance à des événements à des fins exploratoires, sans plan d'analyse des activités commerciales ou de développement des marchés qui cadre avec l'intention commerciale d'exporter dans cette région en particulier;
- (e) l'achat de matériaux d'emballage non liés à une mise à l'essai visant à garantir la compatibilité avec le produit;
- (f) les activités liées à la commercialisation nationale et au développement de produits de l'aquaculture, ainsi que la transformation du poisson et de fruits de mer;
- (g) toute activité qui n'a pas été énoncée au point 4.1.1 de la présente annexe 2 des lignes directrices.

#### **4.2. Dépenses admissibles et non admissibles dans le cadre de la catégorie de projet**

##### **4.2.1. Dépenses admissibles dans le cadre de la catégorie de projet**

Les dépenses suivantes sont admissibles aux fins de la catégorie de projet, à condition d'être engagées de manière valide et raisonnable, et directement nécessaire à la réalisation du projet du bénéficiaire :

- (a) les dépenses engagées ou payées à la date de l'approbation du projet par le ministère ou après celle-ci, ou à la date de fin du projet ou avant celle-ci;
- (b) les dépenses correspondant aux dépenses réelles du bénéficiaire, moins tout autre coût, notamment les taxes, pour lequel le bénéficiaire a reçu, recevra ou a le droit de recevoir une remise, un crédit ou un remboursement;
- (c) les droits ponctuels d'une exposition, pour la présence d'un maximum de trois employés du bénéficiaire, qui se limitent :
  - i) aux frais d'entrée ou d'occupation d'un kiosque et les dépenses nécessaires pour l'installation (comme l'électricité),
  - ii) aux dépenses liées au développement d'un kiosque ou d'une présentation,
  - iii) aux dépenses liées au transport, aux repas et à l'hébergement pour un maximum de deux jours avant et après, s'ils sont jugés nécessaires;
- (d) les dépenses liées au transport, aux repas et à l'hébergement pour un maximum de trois employés du bénéficiaire qui procèdent à des réunions visant de nouvelles ventes ou à de nouveaux acheteurs (le délai est limité à la durée des réunions);
- (e) les frais de démonstrations de produit d'un tiers;
- (f) les frais de service de tiers pour :
  - i. le développement de la marque,
  - ii. le développement de campagnes de commercialisation pour de nouveaux produits ou des marchés nouveaux ou élargis, ou
  - iii. la conception et le développement de nouveau matériel promotionnel;
- (g) les dépenses de tiers liés à la mise au point d'un nouveau produit, notamment :
  - i. l'examen réglementaire des nouveaux produits,
  - ii. la création d'une préparation,
  - iii. les essais d'expansion,
  - iv. l'établissement de la durée de conservation,
  - v. les installations et l'équipement de location (comme une location mensuelle), ou
  - vi. les analyses de laboratoire et diagnostiques

#### **4.2.2. Dépenses non admissibles dans le cadre de la catégorie de projet**

Les dépenses suivantes ne sont pas admissibles aux fins de la catégorie de projet :

- (a) les dépenses liées à la présentation d'une demande pour l'initiative;
- (b) les dépenses engagées ou payées avant l'approbation du projet par le ministère et après la date de fin du projet;
- (c) les dépenses pour l'obtention de biens ou de services ou les deux, lorsqu'ils n'ont pas été obtenus par une entité qui fonctionne sans lien de dépendance avec le bénéficiaire;
- (d) les dépenses liées aux activités commerciales ordinaires du bénéficiaire (comme les dépenses relatives aux activités commerciales quotidiennes directement liées à la production de biens ou de services vendus par une entreprise, à la vente de biens et services, à l'exploitation d'une entreprise);
- (e) les dépenses liées à la production de rapports destinés au ministère;
- (f) les dépenses pour des initiatives de valorisation locale de la marque qui pourraient entraîner une concurrence avec une autre province ou un territoire;
- (g) les dépenses liées à toute activité se rapportant à des produits qui ne sont pas destinés à être vendus ailleurs que dans les emplacements commerciaux du bénéficiaire;
- (h) les frais de service de détaillant, de distributeur/courtier ou d'alimentation, notamment les frais d'inscription ou de présentation;
- (i) les dépenses associées au démarrage d'une nouvelle entreprise ou installation;
- (j) le salaire du personnel du bénéficiaire;
- (k) toute contribution en nature (comme des ingrédients ou des échantillons fournis par le bénéficiaire, etc.);
- (l) les dépenses pour de l'alcool, les frais d'accueil et les cadeaux/incitatifs;
- (m) les dépenses pour le maintien d'une certification existante par un tiers;
- (n) la mise sur pied ou la certification d'un programme de sécurité alimentaire;
- (o) les droits d'adhésion, de commandite et de souscription;
- (p) les dépenses liées à l'achat de données d'un tiers (comme des données renfermant des renseignements relatifs au marché);
- (q) les dépenses liées à des articles à usages multiples (comme les téléphones intelligents, les fournitures de bureau, les véhicules, etc.);
- (r) l'achat, la location ou l'acquisition d'équipement par le biais de contrats de location-acquisition;
- (s) l'achat d'emballage ou d'étiquettes pour soutenir la production de produit;
- (t) les dépenses liées à l'hébergement et à l'entretien d'un site Web;

- (u) les dépenses liées à la collecte de l'opinion des consommateurs non réalisée par un tiers (comme les frais d'un sondage SurveyMonkey);
- (v) les frais de traduction en français de l'emballage pour des produits existants vendus au Canada;
- (w) les dépenses liées au développement de produit à l'extérieur de l'Ontario;
- (x) les dépenses liées à la participation/présence à toute exposition dont les coûts sont pris en charge par la province (comme le salon professionnel de la Private Label Manufacturers Association, le Salon international de l'alimentation);
- (y) les dépenses liées à la présence à des événements dont le but principal n'est pas d'exposer les produits du bénéficiaire aux consommateurs (comme les événements de remise de prix de l'industrie, les conférences pour les entraîneurs, etc.);
- (z) les dépenses liées aux articles promotionnels (comme des vêtements, des sacs, des bouteilles d'eau, etc.);
- (aa) les dépenses déjà remboursées dans le cadre d'autres catégories de projet de l'initiative;
- (bb) toute dépense liée à du lobbying dans la province, notamment d'autres ministères, les agences et organismes du gouvernement de l'Ontario ou du Canada, notamment d'autres ministères, agences et organismes du gouvernement du Canada;
- (cc) toute dépense qui, de l'avis de la province, a été engagée de façon déraisonnable ou n'était pas nécessaire pour mener le projet à bien;
- (dd) toute autre dépense qui n'a pas été énoncée au point 4.2.1 de la présente annexe 2 des lignes directrices.

#### **4.3. Conditions d'admissibilité**

Consultez le point 4.3 des lignes directrices.

#### **4.4. Présentation d'une demande pour la catégorie de projet**

Outre les conditions énoncées au point 4.4 des lignes directrices, un bénéficiaire qui veut présenter une demande dans cette catégorie de projet **doit** :

- (a) présenter une estimation écrite pour chaque dépense demandée par un tiers qui fournit un bien, un service ou les deux, dans laquelle sont indiquées en détail les dépenses admissibles proposées pour le projet. Les estimations doivent comprendre :

- i) le nom de l'organisme, du consultant ou du fabricant tiers,
  - ii) la date de réception de l'estimation,
  - iii) une description précise du bien ou du service fourni,
  - iv) les dépenses escomptées, notamment tous frais accessoires et toute taxe applicable;
- (b) présenter une analyse des activités commerciales ou un plan de développement des marchés qui précise les motifs du projet. Cela doit pour le moins comprendre :
  - i) une étude du marché et une analyse des activités commerciales qui appuient la pénétration ou l'expansion dans les marchés visés, ou le développement du nouveau produit,
  - ii) l'analyse et la méthodologie utilisées pour déterminer les répercussions commerciales, comme une éventuelle création ou rétention d'emplois et une possible augmentation des ventes,
  - iii) la stratégie de mise en œuvre.

#### **4.5. Examen de la demande, critères d'évaluation et envoi d'un avis**

Le ministère examinera le formulaire de demande pour déterminer si le demandeur est admissible à la catégorie de projet.

Les demandes seront évaluées dans la mesure où :

- (a) les marchés ou voies ciblés sont bien identifiés et présentés à partir des résultats d'une analyse précédente du marché;
- (b) les motifs du projet préconisent la diversification des marchés et la résilience commerciale, et les possibilités et difficultés liées au projet sont exposées avec clarté et traitées. Le projet doit faire fond sur une analyse des activités commerciales ou un plan de développement des marchés existant, cité au point 4.4 (b);
- (c) les répercussions commerciales du projet, en lien avec la diversification des marchés et la résilience, sont quantifiées et validées;
  - i) elles font état d'une création possible d'emplois ou de leur rétention;
  - ii) elles font état d'une augmentation possible des ventes ou de leur maintien,
- (d) elles définissent clairement le plan de travail du projet (comme les activités et les échéances) et l'harmonisent avec le projet et les estimations fournies.

