**ANNEXE 3**

***À COMPLÉTER UNIQUEMENT POUR LES PROJETS CONTRAT INTERNATIONAL***

**Les projets liés à une stratégie d’internationalisation doivent être porteur d’un enjeu stratégique fort pour l’entreprise et marquer une évolution importante en matière d’action à l’international. Ces projets doivent revêtir une dimension pluriannuelle pour l’approche de nouveaux marchés ou la confortation de marchés existants, permettant le développement de l’entreprise (élargissement des ailes de saison, augmentation du Chiffre d’affaires…). Ils seront ainsi soumis à l’avis d’un expert qualifié.**

L’entreprise novice sur les actions à l’internationale pourra être préalablement orientée vers un dispositif PASS, lui permettant la prise en charge d’un diagnostic stratégique par un cabinet d’études.

Les entreprises devront également justifier de leur engagement à se donner les moyens humains de suivre leur développement à l’international et de former leur personnel aux techniques de l’accueil d’une clientèle internationale.

**1 – PRÉSENTATION ÉCONOMIQUE DE L’ÉTABLISSEMENT**

En termes de :

- typologie de votre clientèle internationale, fréquentation, taux d’occupation

- stratégie commerciale à l’international, présence sur les réseaux

- situation économique et financière (à partir des chiffres clés des 3 dernières années) : comptabilité analytique sur le secteur international

**2 – DIAGNOSTIC FORCES FAIBLESSES OPPORTUNITÉS MENACES AL’INTERNATIONAL**

Présentez de manière synthétique les forces et faiblesses de l’entreprise et les opportunités menaces (concurrence, évolution de la demande…) de votre entreprise à l’international

**3 – STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT A L’INTERNATIONAL**

|  |
| --- |
| Décrire les principaux axes de développement de l’entreprise à 3/5ans à l’international  Quel sont aujourd’hui vos orientations et objectifs de développement à l’international (sur la base de l’analyse du marché et de la concurrence) ?  Quel est votre plan d’actions à l’international ? (présentez les moyens à mettre en œuvre pour atteindre les objectifs définis et le calendrier de mise en œuvre : moyens humains, investissements immatériels et matériels le cas échéant) |

**4 – SITUATION ACTUELLE (au dÉmarrage du projet)**

|  |  |
| --- | --- |
| Avez-vous aujourd’hui une personne dédiée sur votre stratégie d’internationalisation? Si oui quelle est sa fonction et le temps de travail dédié à ces missions ? | |
| Marchés étrangers ciblés actuels | Actions réalisées sur ces marchés  (ex : démarchages…) et année |

**5 – PROGRAMME D’ACTIONS**

|  |
| --- |
| Pays ciblés |
| **Objectif(s) recherché(s) sur le pays/zone visé :**  Recherche de partenaires  Recherche de distributeurs  Recherche de contacts clients  Autres (veuillez préciser) : |
| **Actions envisagées :**  **Moyens**  Moyens humains affectés à l’opération et à son suivi :       personnes |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Liste des étapes envisagées dans le cadre de l’opération | Moyens (humains et matériels) liés à l’opération | Période de réalisation | Résultats concrets attendus de l’opération et livrables |
| Ex. : 1/ Etudes, 2/salon, conseil… | Ex. : 2,5 ETP ; équipement, site web, etc. | Ex. : 1/ mai 2015-juin 2016, 2/juillet 2016- … | Ex. : rapport d’étude, rapport d’expertise, etc. |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**6 – Plan de financement prÉvisionnel de l’opÉration**

|  |  |
| --- | --- |
| **Poste 1 – Création de fonction nouvelle liée à la stratégie de l’entreprise à l’international** |  |
| Création d’une fonction nouvelle liée à la stratégie d’internationalisation (ex : comunity manager) |  |
| **Poste 2 – Investissements immatériels** |  |
| **2.1 Frais de conseil** |  |
| *Etude de marché* |  |
| *Diagnostic stratégique* |  |
| *Soutien à la prospection* |  |
| *Soutien à la commercialisation* |  |
| *Autre : ……………………………………………………………………………………………………………………………………………………..* |  |
| **2.2 Frais de participation à des salons professionnels** |  |
| *Frais d’inscription aux salons* |  |
| *Conception et réalisation de stand pour la participation à un salon* |  |
| *Coûts résultant de la location, de la mise en place et de la gestion du stand* |  |
| **2.3 Frais de communication liés au(x) territoire(s) cible(s)** |  |
| *Conception, réalisation ou adaptation d’outils de communication à la clientèle ciblée (newsletter, plan média, vidéo, traduction, site internet, référencement…)* |  |
| **2.4 Frais de transport** |  |
| *Frais de transport (train ou avion) et d’hébergement (hôtel) pour 1 personne liés à une mission commerciale* |  |
| *Frais de transport (train ou avion) pour 1personne (bloggeur, influenceur, instagrameur)* |  |
| **2.5 Frais de location d’espaces** |  |
| *Frais nécessaires à des opérations de promotion auprès de clients potentiels (location d'espaces)* |  |
| **2.4 Volontaire International en Entreprise** |  |
| *Aide à l’emploi d’un VIE sur le pays ciblé* |  |
| **TOTAL DÉPENSES** |  |

**7 – INDICATEURS**

Résultats attendus

*1- Progression espérée du Chiffres d’Affaires suite cette action à l’international : ………………………………………*

*3 –* *Création prévisionnelle nette d’emplois :*

*4- Nombre de contacts prévisionnels envisagés au cours des démarchages commerciaux :*

**Cadre rÉservÉ À l’administration**

**Expert :**

□ Avis favorable □ Avis défavorable

Argumentation :

**Instructeur Région :**

□ Avis favorable □ Avis défavorable

Argumentation :