



Groupe Export agroalimentaire
Agri-Food Export Group
QUÉBEC-CANADA

Les experts sans frontières

Cahier de mise en candidature

PRIX IMAGE DE MARQUE CANADA



Date limite pour soumettre votre candidature :

9 février 2007



Les finalistes et le lauréat du premier Gala canadien à l'Exportation agroalimentaire, qui se tiendra dans le cadre du SIAL Montréal, bénéficieront d'un ensemble de privilèges d'importance dont l'obtention d'un certificat honorifique. De plus, une bourse de 5 000 \$ sera remise au lauréat lors du Gala.

Inscrivez votre entreprise. Le prestige rattaché à cet événement pourrait bien être un tremplin au service d'un gain d'importance en termes de notoriété, de visibilité, de reconnaissance.

BÉNÉFICES ET PRIVILÈGES CONSENTIS AUX FINALISTES

Visibilité lors du Gala

- Sur les affiches stratégiquement disposées dans la salle
- Dans le programme officiel, qui présente un descriptif des entreprises
- Sur écran géant, dans la salle principale

Visibilité médiatique

- Mention dans le magazine *Actualité Alimentaire*
- Mention dans le magazine *Food in Canada*
- Mention dans les communiqués de presse du Groupe Export et du SIAL Montréal
- Mention sur le site Internet d'Agriculture et Agroalimentaire Canada
- Mention dans les différents envois ciblés faits par le Groupe Export et SIAL Montréal

Visibilité sur les sites Internet du Groupe Export et du SIAL Montréal

- Mention de votre entreprise
- Possibilité de mettre en hyperlien l'adresse de votre propre site Internet

BÉNÉFICES ET PRIVILÈGES ADDITIONNELS CONSENTIS AU LAURÉAT

Visibilité médiatique

- Reportage dans le magazine *Actualité Alimentaire*
- Reportage dans le magazine *Food in Canada*
- Mention dans le journal *Info SIAL*, distribué en mai 2007 à 25 000 exemplaires
- Mention dans le bulletin *Exportise*, du Groupe Export, livraison d'avril 2007
- Mention dans le bulletin des bureaux régionaux d'Agriculture et Agroalimentaire Canada
- Mention dans un ou plusieurs journaux anglophones
- Mention sur les sites Internet suivants :
 - Groupe Export agroalimentaire Québec-Canada
 - Salon international de l'alimentation (SIAL)
 - Agriculture et Agroalimentaire Canada, Image de marque Canada
 - Agriculture et Agroalimentaire Canada, Service d'exportation agroalimentaire
 - Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation Québec
 - CanadExport

FORMULAIRE D'INSCRIPTION

Partie 1 — Renseignements généraux

Mis sur pied pour permettre aux entreprises canadiennes exportatrices du secteur de l'agriculture et/ou de la transformation alimentaire de **mettre leurs produits en valeur**, le Gala canadien est un événement parmi les plus prestigieux.

En plus de saluer la créativité et l'excellence, en rendant hommage aux plus méritants de l'année écoulée, il favorise l'essor économique de notre secteur d'activités.

Le Prix Image de marque Canada vise à reconnaître les entreprises canadiennes qui oeuvrent à vivre la promesse de l'Image de marque, développée par l'industrie canadienne en partenariat avec les gouvernements fédéraux et provinciaux :

<<Nous sommes résolus à gagner la confiance de nos clients à l'égard des produits alimentaires et agricoles canadiens en poursuivant sans relâche l'excellence dans tout ce que nous faisons>>.

ADMISSIBILITÉ

Pour être admissible dans la catégorie **Prix Image de marque Canada**, il faut être une entreprise agricole et/ou alimentaire, canadienne et exportatrice.

Votre produit doit être considéré canadien, c'est-à-dire qu'il doit être cultivé, cueilli ou transformé et emballé au Canada de manière à ce que le changement qu'il a subi soit suffisamment important pour modifier son code du système d'harmonisation (SH). Il s'agit d'une méthode internationale de classification des produits et de leurs tarifs à des fins commerciales.

Les entreprises du secteur des services et de la distribution, ainsi que les maisons de commerce, ne sont pas admissibles.

INSCRIPTION

Nom de l'entreprise :			
Adresse :			
Ville :			
Province :		Code postal :	
Téléphone :		Télécopieur :	
Adresse Internet :			
Courriel :			
Responsable :			
Titre du Responsable			

PARTIE 2 — DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE ET DE SES ADMINISTRATEURS

A) Description de l'entreprise. Ces informations seront reproduites dans les différents outils de communication utilisés dans le cadre du concours.

Date de fondation (mois/année) :
Date d'acquisition (mois/année) si applicable :
Nombre d'années d'exploitation :
Nombre d'employés :
Date du début des exportations (année) :
Mission d'entreprise :

B) Principaux administrateurs et /ou gestionnaires du siège social. (Joindre un c.v. des personnes responsables de l'exportation).

Nom	Fonction

C) Produits présentement offerts et vendus par l'entreprise. Votre produit doit être considéré canadien, c'est-à-dire qu'il doit être cultivé, cueilli ou transformé et emballé au Canada de manière à ce que le changement qu'il a subi soit suffisamment important pour modifier son code du système d'harmonisation (SH). Il s'agit d'une méthode internationale de classification des produits et de leurs tarifs à des fins commerciales.

Description des produits et nom(s) de marque :

D) Description du marché. Décrivez ici les marchés géographiques dans lesquels l'entreprise est active.

Pays couvert(s) :
Segment(s) de marché :
Clientèles visées :
Distributeur(s) ou partenaire(s) :

E) Comment l'entreprise s'engage, participe ou contribue à l'image de marque du Canada pour les produits agricoles et alimentaires ?

F) Facteurs de succès. Exposez ici ce qui, à votre avis, contribue le plus au succès de l'entreprise.

PARTIE 3 — PRINCIPAUX CRITÈRES D'ÉVALUATION

CRITÈRES	POINTS
Engagement : à s'améliorer sans cesse, ainsi qu'à établir des relations et à collaborer avec les acheteurs afin de leurs offrir des solutions et un soutien pour les aider à répondre aux demandes des consommateurs finaux.	20
Excellence et qualité : de nos produits de nos processus, de notre attitude et de nos pratiques. Engagement envers la salubrité des aliments.	20
Accent mis sur la clientèle : l'habileté de comprendre les besoins des consommateurs étrangers et d'y répondre, la flexibilité, l'adaptation des produits en fonctions des besoins des clients internationaux.	20
Innovation : la conception des produits à la pointe du progrès ainsi que l'adaptation des produits, des emballages et des technologies en vue de combler les besoins particuliers d'un marché ou des clients.	20
Respect de l'environnement : une approche rigoureuse envers l'environnement ; la culture, la production, la transformation et l'emballage.	20
TOTAL	100

Veillez remplir la section suivante de façon aussi détaillée que possible. Au besoin, vous pouvez ajouter des feuilles pour répondre aux questions de façon exhaustive.

A) Engagement : à s'améliorer sans cesse, ainsi qu'à établir des relations et à collaborer avec les acheteurs afin de leurs offrir des solutions et un soutien pour les aider à répondre aux demandes des consommateurs finaux.

1. Quels programmes ou actions votre entreprise a-t-elle mis en oeuvre pour soutenir les acheteurs internationaux et collaborer avec eux de façon à répondre aux besoins des consommateurs ? (10 points)

2. Donnez un exemple des efforts consacrés à l'amélioration constante de vos produits pour dépasser les attentes de vos clients. (10 points)

B) Excellence et qualité : de nos produits, de nos processus, de notre attitude et de nos pratiques. Engagement envers la salubrité des aliments.

1. Décrivez les efforts engagés par votre entreprise en vue d'adopter des mesures concrètes pour assurer l'excellence des produits, du personnel, des pratiques commerciales et des processus de fabrication. (10 points).

2. Quels processus avez-vous instaurés pour respecter votre engagement sur le plan de la salubrité des aliments, selon les normes de sécurité applicables dans votre secteur ? (10 points)

C) Accent mis sur la clientèle : l'habilité de comprendre les besoins des consommateurs étrangers et d'y répondre, la flexibilité, l'adaptation des produits en fonction des besoins des clients internationaux. À l'aide d'un exemple, illustrez et démontrez l'engagement de votre entreprise à l'égard du service à la clientèle, particulièrement en ce qui a trait aux points suivants :

1. Comprendre votre clientèle internationale et adapter les produits à ses besoins. (10 points)

2. Manifester de la souplesse dans vos produits. (10 points)

D) Innovation : la conception des produits à la pointe du progrès ainsi que l'adaptation des produits, des emballages et des technologies en vue de combler les besoins particuliers d'un marché ou des clients.

1. Comment votre entreprise innove-t-elle pour satisfaire aux besoins des clients des marchés internationaux ? (10 points)

2. Donnez un exemple précis d'une innovation que vous avez apportée pour répondre aux besoins d'un client ou du marché dans le cadre de vos activités de développement de produits, d'emballage ou de technologie de la production. (10 points).

E) Respect de l'environnement : une approche rigoureuse envers l'environnement ; la culture, la production, la transformation et l'emballage. Décrivez en détails les efforts consentis par votre entreprise pour adopter une approche sensible à l'environnement dans le cadre de ses activités de culture, de production, de transformation et d'emballage. (20 points)

Elle se conforme en tous points aux règles de participation de ce concours. Confirmez ici que votre entreprise oeuvre dans le secteur de l'agriculture et/ou de la transformation alimentaire, qu'elle est canadienne et qu'elle exporte.

Oui

Non

NOTES :

- Toutes les parties de ce cahier de candidature doivent être complétées, à défaut de quoi la candidature de l'entreprise sera automatiquement rejetée.
- Des documents corporatifs peuvent accompagner le dépôt de ce cahier de candidature mais **ne dispensent pas** l'entreprise de l'obligation de compléter toutes les sections de ce formulaire.

PARTIE 4 — INFORMATIONS FINANCIÈRES

Les informations fournies par l'entreprise resteront confidentielles.

Exercices financiers :	2006	2005	2004
Chiffre d'affaires total (\$ canadiens) - (Cochez la case appropriée)			
Moins de 500 000			
de 500 000 à 1 million			
de 1 à 10 millions			
de 10 à 25 millions			
de 25 à 50 millions			
Plus de 50 millions			
% du chiffre d'affaires investi dans la recherche et le développement			
Montant investi en promotion à l'étranger (publicité, dégustations en magasins, promotions, circulaires, etc.)			

