

Branded Program Manuel de l'importateur

Guide du « Branded Program » de l'association de
Food Export Midwest USA et Food Export USA–Northeast



Commercialisez des produits
américains et recevez pour cela
50 % en remboursement !

Les activités éligibles comprennent :

- Les publicités
- Les promotions aux points de vente
- Les salons commerciaux
internationaux
- Les relations publiques
- Les modifications emballages
et d'étiquettes



Obtention de nouveaux marchés grâce au « Branded Program »

L'American Pop Corn Company participe au « Branded Program » depuis 1997 et a vu ses ventes effectives à l'exportation passer à quelques millions de dollars par an alors qu'elles étaient quasiment inexistantes. Garrett Smith, le P.D.G, a déclaré que leur participation avait considérablement aidé l'entreprise à dénicher des contacts sur les marchés à l'étranger et à les conserver. « Nous participons aux services du Food Show PLUS!™ dans des salons tels que Anuga et SIAL China. Et nous en repartons toujours avec un certain nombre de bons tuyaux. **Nous utilisons le « Branded Program » comme outil pour attirer de nouveaux agents en leur faisant savoir qu'ils peuvent prétendre à un remboursement de 50% de leurs frais de marketing en travaillant avec nous ».**

L'association Sioux Honey a utilisé le programme de partage des coûts dans le cadre du « Branded Program » pour pénétrer le marché japonais, obtenant des fonds pour des animations dégustations, traductions de brochures et étiquettes. Les ventes ont progressé de 40% depuis que la société a pénétré ce marché en 2007. Les fonds du « Branded Program » ont bénéficié à l'importateur et ont aidé la société à réaliser ses premières ventes au Japon. Selon Jim Powell, Vice Président des ventes et du marketing , « **au cours de deux dernières années nous avons consolidé nos relations avec une société qui a acheté notre distributeur.** Le financement obtenu grâce au « Branded Program » a convaincu l'entreprise de continuer en élargissant la gamme. Ils ont ajouté des tailles supplémentaires de notre produit ».

Chers acheteurs de produits agricoles et alimentaires américains :

Le programme de promotion des produits commercialisés sous marque, dit « Branded Program », administré par Food Export Association of the Midwest USA (Food Export–Northeast) et Food Export USA–Northeast (Food Export–Northeast), est un outil qui facilite le commerce entre les fournisseurs américains de produits alimentaires et les importateurs du monde entier. Ce programme existe dans le cadre des services du commerce extérieur du ministère de l'Agriculture américain. Ce programme aide les petites sociétés qui commercialisent des produits agricoles et alimentaires en leur remboursant les dépenses de marketing et de promotion éligibles.

Bien que le programme soit fait pour aider les sociétés américaines qui commencent à exporter, il offre une aide financière précieuse aux importateurs et distributeurs qui paient pour les actions de marketing et de promotion à la place de leurs fournisseurs de produits agricoles et alimentaires. Ce livret va vous aider à comprendre le programme et connaître quelles sont les dépenses qui peuvent être remboursées et dites éligibles, telles que :

- Remboursement de PLV
- Modifications d'emballages et d'étiquettes
- Relations publiques
- Salons
- Frêt
- Publicité

N'oubliez pas que, pour que l'importateur ou distributeur obtienne le remboursement de l'une ou l'autre des dépenses ci-dessus mentionnées, son fournisseur américain doit avoir obtenu l'accord préalable et fait une demande de participation au « Branded Program ». Le fournisseur américain doit présenter toutes les demandes de remboursement.

Ce manuel devrait aider les importateurs et leurs fournisseurs américains à comprendre le programme et déterminer quels sont les documents requis pour obtenir le remboursement. La réglementation du programme ainsi que la documentation requise correspondent aux normes établies par le Département Américain de l'Agriculture (USDA), Bureau des affaires agricoles à l'étranger. Nous vous invitons à lire attentivement ce document pour consulter les règles et procédures, les instructions afin de voir si vous, en qualité d'importateur, et votre fournisseur américain, pouvez y trouver une aide.

Nous vous remercions de l'intérêt que vous portez au « Branded Program » de Food Export–Midwest et Food Export–Northeast. Nous sommes à votre service. Nous espérons recevoir une demande de participation de la part de votre fournisseur américain et nous nous réjouissons de pouvoir travailler avec vous dans l'année à venir.

Table des matières

Calendrier du programme	3
Définition de l'appartenance régionale.....	4
Sociétés et produits admissibles	5
Comment votre fournisseur américain peut faire sa demande?.....	6
Processus d'approbation.....	7
Bases du programme	8
Activités Eligibles.....	9
Activités non recevables	10
Documents à produire pour le remboursement	11
Preuves d'activités.....	12
Lexique.....	14
Autres services	15
Notes	16

Date limite d'application pour le nouveau programme :

..... **1er octobre, chaque année**

(Les demandes de contributions soumises au-delà de cette date dépendront des sommes disponibles)

Année calendaire du programme, chaque année : 1er janvier au 31 décembre

Toutes les activités doivent être conclues et payées avant le : 31 décembre

Toutes les demandes finales de remboursement pour l'année du programme doivent être soumises avant le : 28 février de l'année civile qui suit

Food Export Association of the Midwest USA

Food Export–Midwest est une organisation sans but lucratif qui regroupe les agences de promotion des produits agricoles de 12 États du Middle West qui utilisent les ressources du gouvernement fédéral, des États et de l'industrie pour promouvoir l'exportation des produits agricoles et alimentaires du Middle West.

Food Export USA-Northeast

Food Export USA–Northeast est une organisation sans but lucratif qui regroupe les agences de promotion des produits agricoles de 10 États du Nord-Est des États-Unis qui utilisent les ressources du gouvernement fédéral, des États et de l'industrie pour promouvoir l'exportation des produits agricoles et alimentaires du Nord-Est.

Alliance stratégique

Depuis 2000, Food Export–Midwest et Food Export–Northeast ont formé une alliance stratégique pour augmenter leurs ressources pour promouvoir les produits agricoles et alimentaires à valeur ajoutée sur les marchés internationaux. Les exportateurs du Middle West et du Nord-Est bénéficient de l'alliance en profitant de l'efficacité du programme, de réels services à l'exportation, d'opérations rationalisées et d'occasions d'affaire sur un plus grand nombre de marchés.

Définition de l'appartenance régionale

Pour bénéficier du « Branded Program », votre fournisseur américain doit posséder une société, une usine de production ou des produits importants originaires d'au moins un des États du Midwest (Food Export–Midwest) et/ou du Nord-Est (Food Export–Northeast). Il doit être en mesure de démontrer l'impact économique de son activité dans un ou plusieurs des États suivants :

Food Export Association of the Midwest USA

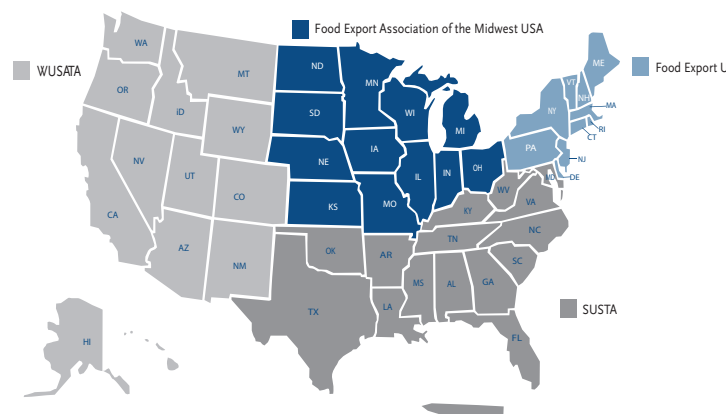
Illinois (IL)
Indiana (IN)
Iowa (IA)
Kansas (KS)
Michigan (MI)
Minnesota (MN)
Missouri (MO)
Nebraska (NE)
North Dakota (ND)
Ohio (OH)
South Dakota (SD)
Wisconsin (WI)

Food Export USA–Northeast

Connecticut (CT)
Delaware (DE)
Maine (ME)
Massachusetts (MA)
New Hampshire (NH)
New Jersey (NJ)
New York (NY)
Pennsylvania (PA)
Rhode Island (RI)
Vermont (VT)

Votre fournisseur américain doit répondre à certains critères pour avoir accès à ce programme. Votre fournisseur américain doit compléter un document de pré-qualification qui permet de vérifier qu'il répond aux critères. On peut remplir le document en ligne www.brandedprogram.org ou encore se procurer un exemplaire imprimé du formulaire. Pour plus de détails sur l'admissibilité, voir page 5.

Si votre fournisseur américain n'est pas basé ou n'a pas d'activité économique dans les régions du Middle West et du Nord-Est des États-Unis, il peut être candidat au « Branded Program » des autres groupes régionaux « State Régional Groups (SRTG) ». Food Export Association of the Midwest USA et Food Export USA-Northeast sont deux des 4 groupes régionaux des USA. Les sociétés dont le siège social est situé dans la région du Sud, ou qui y ont une activité économique, peuvent contacter SUSTA (Southern US Trade Association, www.susta.org, numéro de téléphone : 1-504-568-5986). Les sociétés dont le siège social est situé dans les États de l'Ouest, ou qui y ont une activité économique, peuvent contacter WUSATA (Western US Agricultural Trade Association, www.wusata.org, numéro de téléphone : 1-360-693-3373).



Votre fournisseur américain doit remplir les critères d'admissibilité pour faire une demande de contribution :

Taille de la société : seules les sociétés définies comme « petite » selon les critères de l'administration des petites entreprises (SBA) sont admissibles. Les Coopératives agricoles sont également admissibles et sont exemptées de restriction de taille. Pour déterminer la taille d'une entreprise, l'administration des petites entreprises (SBA) utilise le système de classification de l'industrie de l'Amérique du Nord (NAICS). C'est généralement le nombre total d'employés qui détermine la taille. Le nombre total d'employés inclut toutes les filiales et sociétés apparentées.

Entité américaine : toute société participant au programme doit être une société enregistrée aux États-Unis.

Ressources adéquates et fourniture continue : toute société admissible doit être capable de fournir un management compétent et les ressources financières nécessaires pour développer des marchés à l'exportation. De même qu'elle doit être en mesure de fournir les produits en quantité suffisante pour assurer l'approvisionnement continu des marchés pour lesquels des fonds sont demandés.

Produits admissibles

■ Les produits doivent être des produits agricoles à valeur ajoutée, incluant :

- Produits alimentaires de grande consommation
- Produits pour la restauration collective
- Ingrédients
- Produits du bois
- Ingrédients pour la nourriture animale
- Produits agricoles diversifiés*

■ Origine américaine

Les produits doivent contenir au moins 50 % de produits agricoles américains. Le contenu de produits agricoles américains est déterminé par le pourcentage de produit fini (mesuré par le poids) qui sont originaires des États-Unis, excluant l'eau et l'emballage.

■ Le produit doit être clairement étiqueté comme produit des USA

L'adresse d'une société n'est pas suffisante pour justifier l'origine. (Voir page 8 pour les mentions requises).

■ Les produits ne peuvent pas faire partie d'un autre groupe ou industrie.

Les sociétés peuvent participer au « Branded Program » si elles ne bénéficient pas, pour les dits produits, de fonds provenant d'autres groupes ou associations. Parmi les produits concernés figurent le chocolat, les confiseries, le riz, la viande. Si une société possède plusieurs gammes de produits, par exemple, chocolat et chips, cette société peut être candidate au « Branded Program ».

**Les produits agricoles diversifiés sont dérivés de sources agricoles. Ils comprennent, sans s'y limiter : les produits cosmétiques et de santé tels que les soins capillaires, dentifrices, huiles essentielles, etc. ; les articles ménagers tels que les bougies, peintures et nettoyeurs, et les industries bio avec notamment l'éthanol et le biodiesel.*

MESSAGE IMPORTANT :

Cette assistance de partage des coûts est fournie par l'intermédiaire du « Branded Program » de Food Export–Midwest et Food Export–Northeast. Pour participer au « Branded Program », votre fournisseur américain doit faire une demande et cette demande doit être approuvée. Seul un fournisseur américain peut faire une demande et participer au « Branded Program ».

Comment votre fournisseur américain peut faire sa demande ?

Pour faire sa demande, votre fournisseur américain peut visiter notre site Internet ou se procurer le document imprimé.

Approbation de la préqualification

Une fois préqualifié, le fournisseur américain peut commencer la procédure d'application sur le site www.brandedprogram.org en entrant son identifiant et le mot de passe donné dans la lettre d'approbation. Les informations requises et les éléments clés concernent le fournisseur américain uniquement, et non pas l'importateur/distributeur.

Profil de la société

Contacts au sein de la société, liste de produits promus et information sur les ventes de la société. Une rubrique optionnelle décrivant l'impact économique sur la région peut être remplie. (Cette rubrique doit obligatoirement être complétée si la société se trouve basée hors des régions de Food Export–Midwest et Food Export–Northeast).

Pays ciblés dans le plan marketing

Il est recommandé aux importateurs distributeurs de travailler avec leurs fournisseurs pour le plan marketing proposé. Pour commencer à utiliser les fonds, un plan marketing doit être soumis pour chaque pays ciblé, la limite étant fixée à 6 pays. Lorsque des promotions consommateurs sont incluses, le nom de l'importateur/distributeur dans ce pays doit être mentionné. Si un fournisseur américain soumet un plan marketing pour un salon international, le plan doit être créé pour le pays dans lequel le salon a physiquement lieu.

Étiquette produit ou exemplaires de brochure promotionnelle

Un original ou une copie de toutes les étiquettes et brochures relatives au programme doivent être remis avec la demande de contribution.

Food Export–Midwest et Food Export–Northeast allouent les fonds aux sociétés qui présentent les meilleures opportunités de développer et élargir les marchés export pour les produits agricoles et alimentaires de leurs régions respectives. En conséquence, les deux organisations se réservent le droit d'accepter ou de rejeter toute demande ou de limiter l'allocation pour quelque postulant que ce soit.

Une fois que nous avons reçu les demandes de vos fournisseurs américains, restent les étapes suivantes pour arriver à l'approbation finale :

Processus d'approbation :

Food Export–Midwest et Food Export–Northeast évaluent les demandes sur la base des critères d'allocation puis allouent les fonds aux différentes sociétés qui ont déposé un dossier. Les allocations sont fonction de la qualité de la demande et du total des fonds disponibles. La totalité du montant demandé n'est pas accordée à toutes les demandes. L'approbation peut prendre trois semaines et toutes dépenses faites avant la date de notre approbation ne seront pas remboursables. (À l'exception de certains stands sur des salons et des frais de voyages).

Honoraires ou frais du programme :

Frais d'inscription – Frais d'inscription : le droit annuel d'inscription au « Branded Program », non remboursable est de 250\$. Aucune demande ne peut être examinée si l'inscription n'est pas payée.

Frais d'administration – IL est facturé à tous les participants au programme des frais d'administration non remboursables d'un montant de 6 % des fonds promotionnels alloués. Une facture pour ces honoraires accompagnera l'accord de programme. Le paiement est dû dans les 30 jours suivant la réception de l'accord. Si le paiement n'est pas reçu dans les 60 jours, l'approbation d'allocation de fonds sera annulée et les fonds alloués à un autre postulant.

Bases du programme

Ces informations sont destinées à expliquer à votre fournisseur américain le programme et les éléments requis pour obtenir un remboursement.

Remboursements et dépenses admissibles

Les dépenses admissibles sont remboursées à 50 % sur présentation de facture. Les participants sont payés uniquement sur la base d'un remboursement.

Salons frais d'inscription préalables

Certains frais pour réservation de stand sont éligibles avant la date d'approbation. Le remboursement se fera après le salon sur la base de la date à laquelle les dépenses ont eu lieu qui représente « la date de l'activité » plutôt que la « date de paiement ».

Origine USA

Toutes les activités et le matériel y afférant (étiquettes des produits, matériel promotionnel, publicité, signalétique des stands, etc.) doivent identifier l'origine du produit comme « Produit des U.S.A. », « Cultivé ou élevé aux USA » ou « Fait en Amérique » (une affiche laminée « Fait en Amérique » est inclus dans le matériel du programme d'agrément). Le nom entier d'un état américain (pas d'abréviation) peut remplacer la mention « US », « USA » ou « Amérique ». Les marques qui utilisent « USA » ou « Amérique » n'ont pas à les remplacer par la mention « Produit des U.S.A. ». La taille des caractères de l'identification d'origine doit être conforme aux normes américaines, standard 1/6 de pouce (0,42 cm) de hauteur basé sur le plus bas cas de la lettre « o ». Pour le matériel promotionnel signalétique de plus grande taille, l'origine USA doit être visible à une distance de vue normale. Le « Branded Program » ne peut en aucun cas, quelles que soient les circonstances, rembourser des dépenses si le fournisseur américain n'est pas en conformité avec les règles.

Minimum et maximum des fonds alloués

Le montant minimum qui peut être demandé est 2500 \$ et le montant maximum de 250 000 \$ pour tous les pays. (Notez bien qu'il s'agit du montant du remboursement, en sa qualité de participant le fournisseur américain devra dépenser respectivement 5.000\$US à 500.000\$US.) Si une société reçoit des fonds de plusieurs organisations, le montant total alloué par toutes les organisations ne peut excéder 250.000\$US.

Limite de 5 années par pays (graduation)

Le programme financera la même société pour un pays donné pendant 5 ans maximum. Seuls certains salons sélectionnés sont exempts de la limite de 5 ans. Les coopératives agricoles ne sont pas soumises à cette règle. Les 5 années n'ont pas à être consécutives.

Pays non éligibles

Dans le cadre du « Branded Program », les réglementations fédérales interdisent le financement d'activités dans les pays suivants : Cuba, Corée du Nord, Iran, Irak et Soudan (à la date du 6/01/04)

Amendements

Le fournisseur peut soumettre un amendement s'il veut changer le plan marketing approuvé. L'approbation des amendements peut prendre 2-4 semaines, doivent être autorisés avant que la nouvelle activité ne commence. Des amendements peuvent être soumis pour ajouter un nouveau pays, un importateur/distributeur, un produit ou des fonds.

Nous encourageons vos fournisseurs américains à nous contacter pour avoir la confirmation de l'admissibilité des plans promotionnels spécifiques AVANT d'engager les dépenses y afférant :

Marketing et matériel de promotion

Production et distribution de feuilles de ventes, catalogues, stop rayons, bannières, affiches, fiches recettes et tout matériel incluant les frais de traduction. Le remboursement de cadeaux publicitaires tels que stylos, porte-clés, t-shirts et casquettes est limité à 1 \$US par article.

Salons internationaux

Frais d'exposition, fret et construction de stands temporaires pour des expositions et salons destinés aux salons professionnels uniquement qui ont lieu hors des États-Unis et leurs possessions. Autres frais admissibles (remboursables) : frais de construction du stand, électricité et location de mobilier, frais de voyages internationaux limités (ligne aérienne américaine et forfait journalier selon les règles fédérales) pour un maximum de 2 employés de la société américaine exposante **UNIQUEMENT**. (Les frais de voyages des agents ou distributeurs ne sont pas remboursables).

Démonstration/merchandising

Promotions dans les supermarchés ou dans la restauration collective, démonstrations pour les distributeurs et les consommateurs, frais d'expédition des échantillons (mais pas le coût de ces échantillons) présentoirs temporaires et location temporaire d'espace pour présenter des produits tels que linéaires ou têtes de gondoles.

Séminaires internationaux

Location de salles, interprètes, traduction et production de matériel pour séminaires. Les séminaires admissibles sont des séminaires ayant pour but de présenter aux représentants de l'industrie les produits de marques américaines (les frais de voyages et de restauration, ainsi que les frais d'inscription des participants locaux ne sont pas remboursables).

Employés temporaires

Démonstrateurs, interprètes et traducteurs engagés dans le cadre d'activités remboursables telles que démonstrations en supermarchés, salons et séminaires. (Les salaires des employés, importateurs et distributeurs ne sont pas remboursables).

Fret

Les frais d'expédition d'échantillons destinés à des importateurs/distributeurs, des démonstrations pour les distributeurs et consommateurs, les frais d'expédition du matériel de salon et échantillons pour les salons et séminaires qui sont remboursables.

Modification des emballages et étiquettes

Les dépenses liées au design (pour autant qu'elles soient nécessaires pour s'adapter aux changements demandés), la production et la fourniture d'étiquettes pour une année et tous les frais de main-d'oeuvre pour poser ou faire apposer les stickers, peuvent être remboursées. Les participants doivent apporter les preuves suivantes :

- a) les changements sont nécessaires pour répondre aux réglementations du pays importateur ;
- b) les modifications doivent être faites sur des emballages et étiquettes existants.

Un changement d'arôme ou de variété ou le changement de la taille de l'emballage est considéré comme l'emballage d'un nouveau produit et ne peut être remboursé ;

- c) la société entend utiliser le nouvel emballage ou l'étiquette pendant l'année d'activité du plan.

Publicité

La production d'annonces, l'achat d'espace dans des magazines, journaux, panneaux publicitaires, mailing directs, transit, TV, radio et sur les sites Internet des importateurs distributeurs.

Relation publique

La production et la distribution de communiqués de presse, dossiers de presse et autres matériels et informations destinés aux médias, les distributeurs et consommateurs.

Activités non recevables

Beaucoup de dépenses sont considérées comme le coût de faire des affaires ou, pour d'autres raisons, ne rentrent pas dans le cadre du « Branded Program » et pour cette raison ne sont pas remboursables. Ci-dessous se trouve une liste générale des dépenses non admissibles. S'il y a des questions à propos de ce qui est et de ce qui n'est pas éligible pour remboursement, demandez à votre fournisseur américain de nous contacter.

Dépenses généralement non recevables

- 1) toute activité ou produit pas spécifiquement inclus ou approuvé comme faisant partie du plan marketing de la société dans le pays, le plan amendé ou un amendement ;
- 2) dépenses pour des activités et le matériel promotionnel qui ne portent pas la mention « origine USA » ;
- 3) dépenses pour une activité avant l'approbation de cette activité ou l'amendement ;

Dépenses non recevables liées aux affaires

- 1) salaires, frais de vie, location de bureau, allocations, location de parking pour les bureaux ;
- 2) frais administratifs incluant les frais de communication (téléphone, fax, Internet) incluant les frais liés aux voyages (frais d'hôtel et de téléphone) ;
- 3) cautions remboursables et avances ;
- 4) frais amortissables y compris l'achat d'articles d'une durée de vie d'une année ou plus ;
- 5) location ou achat d'un entrepôt ;
- 6) achat, construction et location d'espace pour présentation permanente (présentoir qui dure plus que l'année d'activité du plan) ;
- 7) repas, rafraîchissements pour réception, animations et cadeaux ;
- 8) cartes de visite, cartes de vœux, abonnements à des publications ;
- 9) cotisations pour membres de club ;
- 10) brochure générale de la société qui n'inclut pas d'information pour la promotion de produit ;
- 11) création d'un site Internet ;
- 12) traduction habituelle et services de traductions qui ne sont pas liés à du matériel promotionnel remboursable ;
- 13) frais de voyage des agents, importateurs, démonstrateurs et interprètes ;
- 14) honoraires des consultants.

Dépenses non recevables liées aux produits

- 1) recherche et développement de produits ;
- 2) création d'un emballage ou d'une étiquette et sticker d'identification d'origine pas spécifiquement requis par le pays importateur ;
- 3) étagères ou tout autre matériel de merchandising ;
- 4) échantillons de produits.

Dépenses marketing non recevables

- 1) frais de référencement ou d'espace en rayon, frais de licence et dépenses similaires liés à la vente ;
- 2) coupons ou bons de réduction, remises ou toute autre action qui aurait pour effet de réduire le prix de vente d'un produit agricole ;
- 3) les récompenses, concours et prix ne sont pas remboursables.

MESSAGE IMPORTANT:

Les promotions et annonces publicitaires d'une société ne peuvent dénigrer directement ou indirectement aucune autre société ou autre produit.

Documents à produire pour le remboursement

Pour obtenir les remboursements, tous les documents demandés doivent être remis par le fournisseur américain. Trois documents doivent accompagner la demande de remboursement. Si l'un des documents suivants est rédigé dans une autre langue que l'anglais, merci de traduire les informations figurant sur ces documents tels que les services facturés en anglais.

■ Facture

Tout document d'un vendeur qui facture des frais et services.

■ Preuve de paiement

Une confirmation du paiement est demandée. Sont acceptés comme preuves de paiement les documents suivants :

- reçu de paiement en liquide doit porter la mention « payé » et un solde à zéro ;
- chèque - un chèque annulé ou une copie du chèque accompagné du relevé de banque prouvant qu'il a été encaissé ;
- facture de paiement par carte de crédit montrant la dépense. Le reçu signé n'est pas accepté ;
- confirmation de virement bancaire - la demande seule n'est pas suffisante ;
- note de crédit : si le fournisseur américain paie l'importateur, le prestataire ou un agent importateur en nature (avec des produits), une facture pour les produits et une note de crédit sont demandés. Si, après avoir déduit la note de crédit de la facture, il reste un solde, nous devons voir que l'importateur, le prestataire ou l'agent importateur a payé le solde. S'il n'y a aucun solde, nous devons voir les documents de transport qui prouvent que les produits ont bien été expédiés ;
- dépenses de l'agent importateur. Elles sont remboursables si elles sont soumises par le fournisseur américain. Nous accepterons soit le remboursement total effectué par le fournisseur américain à l'agent importateur ou la preuve que l'agent importateur a effectué le règlement des dépenses et que 50 % lui ont été remboursés par le participant.

■ Preuve de l'activité

Tout dépend de l'activité, cela doit être un exemple de l'activité promotionnelle menée. (Voir la page suivante « Preuves d'activité »).

MESSAGE IMPORTANT:

Veillez traduire tous les documents en anglais lorsque vous soumettez vos demandes de remboursement. Cela inclut les factures, preuves de paiement et tous les documents faisant preuve du déroulement de l'activité.

Cette page va mettre en évidence les dépenses remboursables et les preuves spécifiques de la documentation de l'activité requises.

Marketing et matériel de matériel de points de vente

Échantillons du matériel, originaux ou copies ; la mention US doit être visible. Les cadeaux tels que porte-clés, stylos et T-shirts doivent porter la mention d'origine et la marque du produit. Le cadeau n'a pas à être fabriqué aux USA, mais il doit promouvoir votre produit « fabriqué aux USA ».

Salons internationaux

Les dépenses relatives à l'exposition sur un salon international demandent seulement une photo de votre stand ou votre nom figurant sur la liste des exposants du salon. Si les dépenses sont relatives à la réalisation de photos, bannières, signalisations ou autres graphismes utilisés pour décorer votre stand, dans ce cas nous avons besoin des photos de chacun des articles qui montrent la mention « origine USA ».

Démonstration/merchandising

Pour les animations en supermarchés et dans la restauration collective, pour les présentoirs temporaires, nous demandons une liste de magasins, les adresses et dates des animations ainsi que des photos qui mettent en évidence ces événements ou présentations. Nous savons que certains magasins n'autorisent pas la prise de photographies ; dans ce cas, nous accepterons des rapports de démonstrations.

Séminaires internationaux

Nous demandons des photos des événements et des exemplaires de toute littérature, brochures distribuées pendant le séminaire.

Employés occasionnels

Sont remboursables les frais d'employés utilisés pour des salons professionnels, séminaires, animations dégustations en magasins. La preuve d'activité sera une photo de ces événements.

Frais de transport

Les coûts de fret requièrent une lettre de transport aérien. À défaut, la facture des marchandises transportées peut également être directement jointe à la facture de fret. Les adresses d'expédition et de destination de l'envoi doivent être clairement mentionnées.

Modification des emballages et étiquettes

Pour tous les frais liés à la modification d'emballage et étiquette (traduction, design, production, impression, etc.), nous demandons des copies des emballages et étiquettes originaux et copies des versions modifiées. Vous devez également présenter à l'appui les documents qui détaillent les lois d'importation qui vous ont amenés à faire ces modifications.

Publicité

Si les dépenses concernent des annonces publicitaires dans des magazines ou journaux, il est préférable de nous faire parvenir l'original du magazine ou du journal avec l'annonce, sinon une copie peut être acceptable. S'il s'agit d'annonces radio ou publicitaires, nous exigeons une copie des enregistrements audio ou vidéo. Si les annonces sont dans une autre langue que l'anglais, elles doivent être accompagnées d'une traduction en anglais. Si la dépense concerne la diffusion d'annonces et pas seulement leur production, nous devons recevoir le plan média avec les dates, heures et nom des stations sur lesquelles ces annonces seront diffusées. Pour les panneaux d'affichage, nous demandons une photo de l'annonce.

Relations publiques

Pour les dépenses liées aux relations publiques, nous demanderons des exemplaires de tout le matériel créé (dossiers de presse, communiqués de presse, etc.). Pour des envois en nombre de matériel à des distributeurs potentiels, consommateurs et média, nous devons avoir des exemplaires de ce qui a été envoyé et la liste des destinataires.

Date d'approbation

La date d'approbation de l'application/ou demande de changement, ainsi que mentionné dans la lettre d'approbation destinée au fournisseur américain, l'accord du programme, et les documents d'amendements. Les dépenses effectuées avant la date d'approbation ne seront pas remboursées.

Confidentialité

Les informations fournies sur le document d'application peuvent être sujet à divulgation selon le Freedom of Information Act (FOIA). Seules ne peuvent être divulguées au gouvernement et tenues secrètes des informations qui pourraient être gênantes en terme de concurrence, selon l'exception 4 du FOIA, 5 U.S.C. 552, 7CFR, partie 1, sous rubrique A. Si cette application est demandée par FAS selon la réglementation FOIA, le participant sera informé, par écrit, de toutes les objections quant à la divulgation d'une partie des informations.

Exclusivité

Le fournisseur américain doit être propriétaire de la marque du produit à promouvoir ou faire signer au propriétaire de la marque le document d'accord d'exclusivité. C'est la preuve que le propriétaire de la marque donne au fournisseur américain le droit exclusif de demander des fonds du « Branded program » pour promouvoir le dit produit sur un ou des marchés. Cela doit être fait pour tous les produits lorsque le fournisseur américain n'est pas propriétaire de la marque.

Foreign Agricultural Service (FAS)

« Le service agricole à l'étranger » du Département de l'Agriculture Américain (USDA) est une agence gouvernementale qui procure des fonds pour accéder aux marchés (Market Access Program ou MAP). Les « Branded Program » de Food Export–Midwest et Food Export –Northeast sont financés par le MAP programme.

Agent, importateur à l'étranger

Distributeurs, agents, courtiers, importateurs et représentants dans les marchés internationaux où les fonds du « Branded Program » sont utilisés, sont en pratique les agents exportateurs qui conduisent les activités pour le compte du participant/fournisseur américain.

Graduation

La réglementation du programme MAP stipule que Food Export–Midwest et Food Export–Northeast ne peuvent aider la même société pendant plus de cinq ans dans un pays donné. Une fois que la période de 5 ans est passée, la société est considérée comme « experte » pour ce pays et en conséquence les dépenses qu'elle engage sur ce marché ne peuvent plus être remboursées.

Dépenses effectuées

Une dépense est effectuée à la date où le chèque, le virement bancaire, le paiement par carte de crédit, ou toute autre transaction bancaire est effectuée et non pas à la date où les marchandises ou services sont fournis par le prestataire. Une seule exception : les dépenses concernant les salons professionnels sont considérées comme effectuées à la date du salon et non pas lorsque le paiement intervient.

Market Access Program (Programme d'accès au marché)

Il s'agit du programme financé par le gouvernement fédéral qui fournit une assistance financière aux exportateurs américains pour la promotion de produits agricoles américains sur les marchés internationaux.

Associations professionnelles participantes

Des organisations sans but lucratif qui représentent des producteurs et d'autres secteurs de l'agriculture qui participent au programme porté par FAS pour développer des marchés internationaux. Chaque association professionnelle se concentre sur des marchés qui intéressent ses membres dans le but d'augmenter le commerce agricole américain. Il y a environ 80 groupes ou associations qui travaillent avec FAS sur la base de divers programmes.

Petites sociétés

Toute société qui répond aux critères du Small Business Administration (SBA) selon les normes du système de classification de l'industrie Nord Américaine (NAICS), référence 1 3 CFR part 121 (basé sur le nombre d'employés ou les ventes annuelles, en fonction de l'appartenance au secteur d'activité).

Food Export–Midwest et Food Export–Northeast peuvent apporter une aide importante aux importateurs qui voudraient trouver et rencontrer des fournisseurs américains qualifiés. Les services suivants sont à la disposition des importateurs qui recherchent des produits fabriqués dans les régions du Middle West et du Nord-Est des États-Unis.

Rencontrez des fournisseurs américains compétents

Food Export–Midwest et Food Export–Northeast organisent de nombreuses activités qui incluent des rencontres avec des sociétés du Middle West et du Nord-Est des États-Unis. Lors de salons professionnels de l'alimentation dans votre pays, des rendez-vous individuels peuvent être organisés avec des fournisseurs américains. Vous pouvez participer aux missions d'acheteurs « Buyers' Missions » où l'on fait venir des importateurs et des distributeurs aux États-Unis pour leur faire rencontrer des fournisseurs potentiels.

Promotion de produits

Food Export–Midwest et Food Export–Northeast organisent également des promotions dans les pays étrangers pour présenter les produits alimentaires américains. Il peut s'agir de présentations en supermarchés, démonstrations culinaires lors de salons professionnels et séminaires pour l'industrie, menus américains dans des restaurants et collectivités.

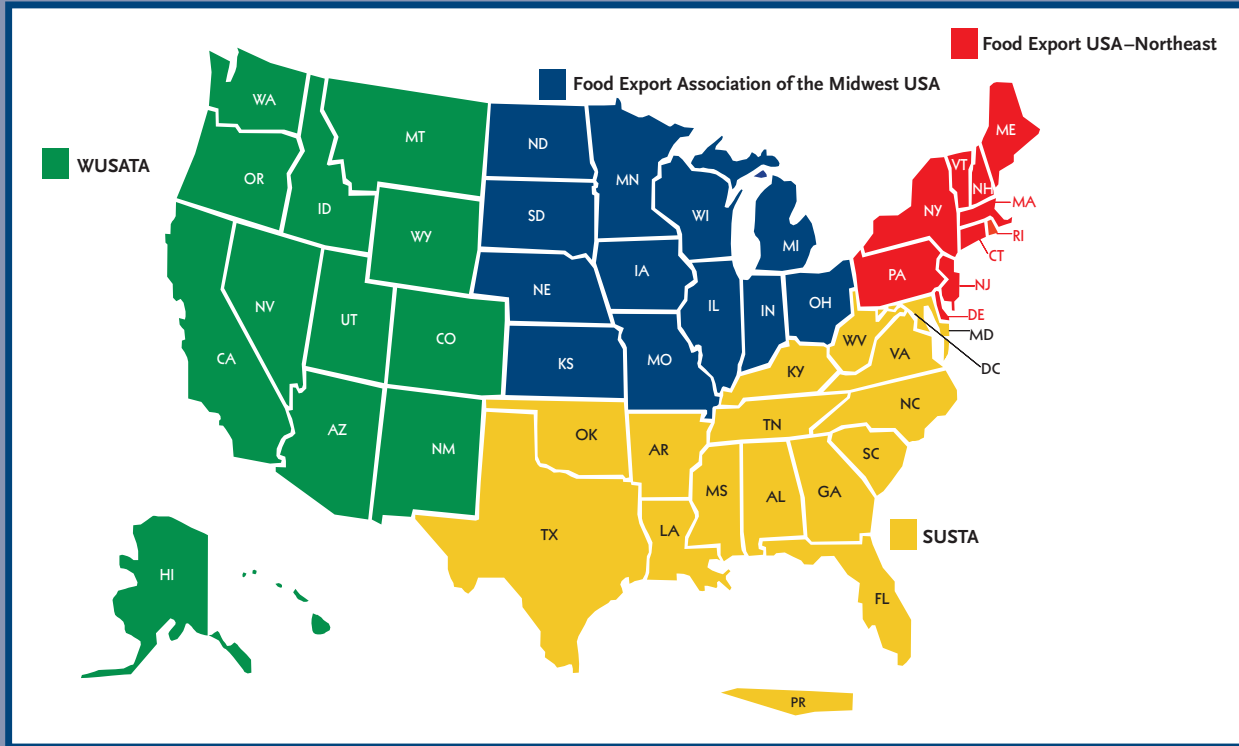
Catalogue de produits en ligne

Vous recherchez des produits fabriqués aux États-Unis ? Le Catalogue de produits en ligne est un annuaire virtuel basé sur le Web et gratuit de produits alimentaires et d'ingrédients susceptibles d'intéresser les consommateurs de votre marché.



Découvrez les produits du Middle West et du Nord-Est...

Les régions du Middle West et du Nord-Est des États-Unis sont parmi les régions les plus fécondes du monde. L'agriculture fait partie du mode de vie et les producteurs de produits alimentaires tirent profit de leurs ressources naturelles. Cela donne des produits alimentaires spécialisés, de grande qualité et parfaits pour les goûts qui se mondialisent.



309 W. Washington Suite 600
 Chicago, IL 60606
 T: 312-334-9200
 F: 312-334-9230
www.foodexport.org



One Penn Center
 1617 JFK Boulevard, Suite 420
 Philadelphia, PA 19103
 T: 215-829-9111
 F: 215-829-9777
www.foodexportusa.org

Food Export Association of the Midwest USA et Food Export USA – Northeast interdisent la discrimination dans le cadre de l'emploi et de la prestation de services. Les personnes handicapées qui souhaitent obtenir de l'information sur le programme par des moyens de communication alternatifs ou connaître en détail notre politique antidiscrimination, sont priées de communiquer avec Food Export Association of the Midwest USA et Food Export USA – Northeast.