

Fiche-action n° 5.1

Accompagner les chefs d'entreprise dans la définition de leur stratégie d'export

ACTION :

- Nature (nationale/régionale) ;
- Descriptif du contenu (éventuelles sous-actions ou phases si mise en œuvre par étapes) ;

- Durée et calendrier de mise en œuvre.

- Régionale (s'inscrit dans la continuité de l'action n° 5.4)
- **Faire connaître** les organismes et interlocuteurs pouvant apporter du conseil et un accompagnement pour établir une stratégie à l'international, réaliser des études de marchés, de la prospection...
- **Inciter** les entreprises à **s'engager dans une stratégie de développement à l'international** :
 - ✓ **Tester la capacité de l'entreprise** à commercialiser à l'international par la réalisation d'un diagnostic (validation du projet, formaliser un plan d'action, mettre en place les financements nécessaires)
 - ✓ **Donner de l'information** pour aborder une activité d'export dans de bonnes conditions (conditions à remplir, réglementation, adaptation du produit au pays visé...)
 - ✓ Faire en sorte que la stratégie d'exportation soit une des composantes de la stratégie d'entreprise, donc en cohérence avec cette dernière.
 - ✓ Inciter les chefs d'entreprise à intégrer la possibilité de commercialisation internationale dès que leurs services marketing et R&D initient la création d'un produit.
- **Intégrer** la notion de **développement à l'international dans la formation** dispensée dans les grandes écoles dont celles des ingénieurs, réhabiliter la notion de « vente à l'exportation », (par différence avec celles de « développement international, culture internationale... »).
- **Sensibiliser** les chefs d'entreprise sur la **nécessité d'un accompagnement** (experts) pour conquérir efficacement des marchés à l'étranger (ne s'improvise pas)
- En continu, de la phase d'élaboration de la stratégie à la mise sur le marché extérieur du produit

OBJECTIF :

- Quel impact recherché sur le secteur à court, moyen et long terme ;
- Cohérence de l'action avec les enjeux du secteur ;

- **Favoriser** les exportations,
- Encourager les entreprises à potentiel à se développer en se tournant vers le marché extérieur (UE et Asie)
- Armer les chefs d'entreprise à l'export pour développer des stratégies d'export plus offensives
- **Maintenir et développer l'activité des IAA**, les emplois dans nos territoires
- Promouvoir les produits français à l'étranger, conquérir de nouvelles parts de marché
- Agir en faveur d'une balance commerciale positive

<ul style="list-style-type: none"> - Justification du <u>niveau de priorité</u> de l'action 	<ul style="list-style-type: none"> - Eviter les déconvenues à l'export qui peuvent être ensuite source de difficultés financières pour l'entreprise faute de conseil et d'une stratégie insuffisamment réfléchie
<p><u>SYNERGIES :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>Liens</u> avec des dispositifs existants ou avec d'autres propositions d'actions ; - <u>Interaction</u> avec d'autres ateliers thématiques ; - <u>Possibilité d'ouverture</u> de l'action à d'autres secteurs - <u>Possibilité d'expérimentation</u> dans la région (si action de niveau national) 	<ul style="list-style-type: none"> - Dispositifs mis en place par UBIFRANCE¹, la Coface, chambres consulaires, comité restreint export - Oui, aux produits de l'amont non transformés. Valable pour tous les secteurs de l'économie.
<p><u>CIBLE ET PARTICIPANTS :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>Cible envisagée</u> (quantitativement et qualitativement – ex : 50 PME) ; - <u>Acteurs impliqués</u> dans la mise en œuvre de l'action (sans forcément en être porteur) 	<ul style="list-style-type: none"> - Les entreprises souhaitant exporter (avec une première cible d'une dizaine d'IAA) - Les entreprises, UBIFRANCE, CCI International Normandie, Douanes, Région, chambres consulaires, interprofession régionale (AHNORIA en synergie avec le service Agroalimentaire & Proximité de la Chambre régionale d'agriculture de Normandie), Conseillers au commerce extérieur de la France - CCEF), DRAAF (réfèrent régional IAA)
<p><u>COUT PREVISIONNEL :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>Liste et montants indicatifs</u> des dépenses prévues ; - <u>Piste de financements privés</u> - <u>Modalités financières d'intervention publique</u> 	

Proposition d'action n°: **5.1**

¹ Agence française pour le développement international des entreprises

Fiche-action n° 5.2

Aider les entreprises à être plus visibles pour des clients étrangers et plus ouvertes à l'international

ACTION :

- Nature (nationale/régionale) ;
- Descriptif du contenu (éventuelles sous-actions ou phases si mise en œuvre par étapes) ;

- Durée et calendrier de mise en œuvre.

- Régionale
- **Montrer l'importance de la communication et de l'image** que l'on donne de son entreprise (attractivité du site internet, présence sur les réseaux sociaux, importance de la rédaction du communiqué de presse...)
- **Former les chefs d'entreprises à la communication** : communication commerciale (how to pitch), les supports (website, brochures...), la langue, la mise en valeur du produit et/ou du service, les règles de business des pays étrangers ciblés, tenir compte des différences culturelles...
- **Encourager** les entreprises à être présentes sur les salons dédiés à l'export (semaine française à l'étranger...), lors d'événements internationaux (ex : jeux équestres mondiaux en Normandie en 2014, Armada 2013 à Rouen...)
- **Faire connaître** les dispositifs existants qui aident les entreprises à avoir pignon sur l'étranger et à se faire référencer par les bureaux d'achat étrangers
- **Améliorer l'accueil en région** des acheteurs étrangers
- **Recourir à la nomination** d'un ambassadeur régional, et s'appuyer sur ses compétences diplomatiques et techniques pour promouvoir les initiatives collectives à l'exportation (Synergie Région, ministère des affaires étrangères).

- Permanente

OBJECTIF :

- Quel impact recherché sur le secteur à court, moyen et long terme ;
- Cohérence de l'action avec les enjeux du secteur ;
- Justification du niveau de priorité de l'action

- **Se faire connaître** à l'étranger auprès des donneurs d'ordres
- Promouvoir les produits français à l'export
- **L'exportation passe notamment par une maîtrise de la communication** pour être présent durablement sur les marchés internationaux
- **Montrer l'existence des IAA françaises dans le paysage international**

<p><u>SYNERGIES :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Liens avec des dispositifs existants ou avec d'autres propositions d'actions ;</i> - <i>Interaction avec d'autres ateliers thématiques ;</i> - <i>Possibilité d'ouverture de l'action à d'autres secteurs</i> - <i>Possibilité d'expérimentation dans la région (si action de niveau national)</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Dispositifs mis en œuvre par UBIFRANCE - S'appuyer sur l'offre des bureaux de presse d'UBIFRANCE à l'étranger - Oui, aux produits de l'amont non transformés. Valable pour tous les secteurs de l'économie.
<p><u>CIBLE ET PARTICIPANTS :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Cible envisagée (quantitativement et qualitativement – ex : 50 PME) ;</i> - <i>Acteurs impliqués dans la mise en œuvre de l'action (sans forcément en être porteur)</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Les chefs d'entreprises (PME) souhaitant exporter, en ciblant d'abord une quinzaine d'entreprises convoitant 3 pays - Les entreprises, UBIFRANCE, CCI International Normandie, Douanes, Région, chambres consulaires, interprofession régionale (AHNORIA)
<p><u>COUT PREVISIONNEL :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Liste et montants indicatifs des dépenses prévues ;</i> - <i>Piste de financements privés</i> - <i>Modalités financières d'intervention publique</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Coface, UBIFRANCE

Proposition d'action n° 5.2

Fiche-action n° 5.3

S'appuyer davantage sur des structures intermédiaires permettant d'engager des stratégies à l'exportation et accéder aux marchés extérieurs

ACTION :

- Nature (nationale/régionale) ;
- Descriptif du contenu (éventuelles sous-actions ou phases si mise en œuvre par étapes) ;

- Durée et calendrier de mise en œuvre.

Nationale

- **Recenser les bureaux d'achats étrangers** présents en France (succursales qui achètent pour l'étranger)
- **Se rapprocher de ces bureaux pour référencer les produits** agroalimentaires haut-normands (ou normands)
- De par leur présence à l'étranger, **s'appuyer sur de grandes entreprises** françaises (EDF-GDF, Total, Schneider Electric...) qui peuvent apporter un soutien financier ou logistique, une expérience
- Tournée également vers l'international, **prendre l'attache de la grande distribution** (principal client des IAA) pour projeter nos produits à l'extérieur, les faire connaître, créer des contacts

- En permanence et dès que possible

OBJECTIF :

- Quel impact recherché sur le secteur à court, moyen et long terme ;

- Cohérence de l'action avec les enjeux du secteur ;
- Justification du niveau de priorité de l'action

- **Utiliser au maximum les réseaux intermédiaires** existants pour pénétrer des marchés à l'export et promouvoir ainsi les produits français (et normands)
- Favoriser la participation des entreprises à des actions de prospection commerciale qu'elles n'auraient pas conduites de manière individuelle

- Les bureaux d'achats sont une clé essentielle pour exporter et diffuser des produits sur place
- **L'absence de relais** rend difficile les exportations

<p><u>SYNERGIES :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Liens avec des dispositifs existants ou avec d'autres propositions d'actions ;</i> - <i>Interaction avec d'autres ateliers thématiques ;</i> - <i>Possibilité d'ouverture de l'action à d'autres secteurs</i> - <i>Possibilité d'expérimentation dans la région (si action de niveau national)</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Programme « France-Export » mis en place conjointement par UBIFRANCE, CCI International, l'UCCIFE², Sopexa³ et Adepta⁴ - Programme annuel d'actions collectives Export dédié aux entreprises du secteur agroalimentaire mis en place par le service Agroalimentaire & Proximité de la Chambre régionale d'agriculture de Normandie. - Oui, aux produits de l'amont non transformés. Valable pour tous les secteurs de l'économie.
<p><u>CIBLE ET PARTICIPANTS :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Cible envisagée (quantitativement et qualitativement – ex : 50 PME) ;</i> - <i>Acteurs impliqués dans la mise en œuvre de l'action (sans forcément en être porteur)</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Les entreprises candidates à l'exportation - Les entreprises, UBIFRANCE, CCI International Normandie, UCCIFE, Douanes, Région, chambres consulaires, interprofession régionale (AHNORIA), IRQUA-Normandie, DRAAF (réfèrent régional IAA), DIRECCTE (conseiller au commerce extérieur de la France - CCEF)
<p><u>COUT PREVISIONNEL :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Liste et montants indicatifs des dépenses prévues ;</i> - <i>Piste de financements privés</i> - <i>Modalités financières d'intervention publique</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Coface, UBIFRANCE

Proposition d'action n° 5.3

² Union des chambres de commerce et d'industrie françaises à l'étranger

³ Groupe marketing international alimentaire, vin et art de vivre

⁴ Association pour le développement des échanges internationaux de produits et techniques agroalimentaires

Fiche-action n° 5.4

Elaborer une base de données recensant les entreprises ayant des produits exportables

<p><u>ACTION :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Nature (nationale/régionale) ;</i> - <i>Descriptif du contenu (éventuelles sous-actions ou phases si mise en œuvre par étapes) ;</i> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Durée et calendrier de mise en œuvre.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - <u>Régionale</u> - Identifier, recenser et classer de manière concertée (avec le concours d'experts) les entreprises selon leur potentiel d'export - Tester la capacité de l'entreprise à commercialiser à l'international par la réalisation d'un diagnostic (validation du projet, formaliser un plan d'action, mettre en place les financements nécessaires) - Mutualiser la connaissance sur les entreprises exportatrices de la région ou souhaitant exporter, sur les compétences, les produits exportés ou pouvant l'être (et volumes), les marchés visés... - Etablir une cartographie de ces entreprises (avec une fiche de présentation d'entreprises, de leurs savoir-faire et des gammes de produits proposés) - Recenser les produits de qualité haut-normands exportables en vue d'une promotion collective - Sélectionner les entreprises intéressantes pour les bureaux d'achat de pays étrangers <ul style="list-style-type: none"> - Permanente et dès que possible
<p><u>OBJECTIF :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Quel impact recherché sur le secteur à court, moyen et long terme ;</i> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Cohérence de l'action avec les enjeux du secteur ;</i> - <i>Justification du <u>niveau de priorité</u> de l'action</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Mieux connaître le paysage des entreprises agroalimentaires présentes en région, qui exportent ou qui ont des velléités en ce sens - Mettre en place des actions plus ciblées en termes d'accompagnement correspondant au plus près aux besoins des entreprises - Optimiser les exportations pour les entreprises qui commercent déjà avec l'étranger <ul style="list-style-type: none"> - Favoriser l'exportation par une meilleure connaissance de nos entreprises régionales - Agir en faveur de l'export suppose préalablement de connaître le profil de nos entreprises

<p><u>SYNERGIES :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Liens avec des dispositifs existants ou avec d'autres propositions d'actions ;</i> - <i>Interaction avec d'autres ateliers thématiques ;</i> - <i>Possibilité d'ouverture de l'action à d'autres secteurs</i> - <i>Possibilité d'expérimentation dans la région (si action de niveau national)</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - A relier à la prestation mise en place par UBIFRANCE en 2012 pour les exportateurs : « YOU BUY FRANCE », pour valoriser à l'international savoir-faire et produits - Enrichir le site du ministère : franceagroalimentaire.com (cf. annuaire) - Oui, aux produits de l'amont non transformés. Valable pour tous les secteurs de l'économie.
<p><u>CIBLE ET PARTICIPANTS :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Cible envisagée (quantitativement et qualitativement – ex : 50 PME) ;</i> - <i>Acteurs impliqués dans la mise en œuvre de l'action (sans forcément en être porteur)</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Les entreprises exportatrices et/ou candidates à l'exportation - UBIFRANCE, les entreprises, CCI International Normandie, Douanes, Région, chambres consulaires, interprofession régionale (AHNORIA), IRQUA-Normandie, DRAAF (SRISE, référent régional IAA), DIRECCTE (conseiller au commerce extérieur de la France - CCEF)
<p><u>COUT PREVISIONNEL :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Liste et montants indicatifs des dépenses prévues ;</i> - <i>Piste de financements privés</i> - <i>Modalités financières d'intervention publique</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - UBIFRANCE

Proposition d'action n° 5.4

Renforcer la lisibilité des dispositifs d'accompagnement à l'exportation

ACTION :

- Nature (nationale/régionale) ;
- Descriptif du contenu (éventuelles sous-actions ou phases si mise en œuvre par étapes) ;
- Durée et calendrier de mise en œuvre.

- Régionale
- **Identifier, recenser et simplifier** les dispositifs d'aide (national et régional) pouvant être sollicités par les entreprises de la région, et organismes de conseil
- **Rendre plus lisible ces dispositifs** souvent complexes, difficiles à appréhender pour des primo-exportateurs en simplifiant autant que possible les démarches administratives et l'accès à ces financements,
- **Faire connaître** les structures pouvant apporter du conseil et un accompagnement à l'export
- **Mieux informer** en réalisant une plaquette synthétisant les aides possibles et interlocuteurs (vade-mecum), en la diffusant aux IAA de Haute-Normandie couplée avec une proposition d'entretien personnalisé
- **Rassembler en un même lieu** la liste de toutes ces aides et organismes de conseil (site internet) en accentuant la promotion du site internet de la Région dédié à l'export, le faire connaître
- Promouvoir en particulier **le crédit d'impôt** à l'exportation
- Permanente et dès que possible

OBJECTIF :

- Quel impact recherché sur le secteur à court, moyen et long terme ;
- Cohérence de l'action avec les enjeux du secteur ;
- Justification du niveau de priorité de l'action

- **Faciliter** la compréhension, le fonctionnement et les modalités d'accès aux aides à l'export, **Vulgariser** dans un format plus lisible les dispositifs actuels pour stimuler l'activité exportatrice, qu'ils soient financiers (Coface, Ubifrance), humains (VIE) ou techniques (Douanes...)
- **Faire connaître** les structures spécialisées dans le conseil à l'export pour mieux accompagner les entreprises
- **Susciter l'intérêt** du chef d'entreprise pour l'international
- **Encourager l'export** par du soutien financier et/ou d'ingénierie
- Méconnaissance des dispositifs, complexité qui rebute les entrepreneurs

<p><u>SYNERGIES :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Liens avec des dispositifs existants ou avec d'autres propositions d'actions ;</i> - <i>Interaction avec d'autres ateliers thématiques ;</i> - <i>Possibilité d'ouverture de l'action à d'autres secteurs</i> - <i>Possibilité d'expérimentation dans la région (si action de niveau national)</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - En lien avec les offres de services de la CCI Internationale Normandie, la chambre régionale d'Agriculture, AHNORIA - Oui, aux produits de l'amont non transformés. Valable pour tous les secteurs de l'économie.
<p><u>CIBLE ET PARTICIPANTS :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Cible envisagée (quantitativement et qualitativement – ex : 50 PME) ;</i> - <i>Acteurs impliqués dans la mise en œuvre de l'action (sans forcément en être porteur)</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Principalement les entreprises primo-exportatrices - Les entreprises, UBIFRANCE, CCI International Normandie, Douanes, Région, chambres consulaires, interprofession régionale (AHNORIA), IRQUA-Normandie
<p><u>COUT PREVISIONNEL :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Liste et montants indicatifs des dépenses prévues ;</i> - <i>Piste de financements privés</i> - <i>Modalités financières d'intervention publique</i> 	

Proposition d'action n° 5.5

Fiche-action n° 5.6

Encourager le partage de moyens

<p><u>ACTION :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i><u>Nature</u> (nationale/régionale) ;</i> - <i><u>Descriptif</u> du contenu (éventuelles sous-actions ou phases si mise en œuvre par étapes) ;</i> - <i><u>Durée et calendrier</u> de mise en œuvre.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - <u>Régionale</u> - Favoriser le parrainage des primo-exportateurs avec des entreprises commerçant déjà avec l'étranger, - Faire partager l'expérience de l'export en favorisant les échanges, les actions collectives - Inciter les entreprises exportatrices à accorder du temps aux primo-exportateurs, à former des groupes de parrainage, encourager la constitution de réseaux - Mutualiser les services à l'export afin de réduire les coûts (groupement d'employeurs, mutualisation de transport de marchandises...) - Permanente et dès que possible
<p><u>OBJECTIF :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i><u>Quel impact</u> recherché sur le secteur à court, moyen et long terme ;</i> - <i><u>Cohérence</u> de l'action avec les enjeux du secteur ;</i> - <i><u>Justification</u> du <u>niveau de priorité</u> de l'action</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Profiter de l'expérience pour éviter des erreurs de stratégie pouvant être préjudiciable pour l'entreprise - Mettre tous les atouts de son côté pour aborder l'export dans de bonnes conditions - Réduire les coûts d'accès aux marchés internationaux (surtout pour les PME) - Favoriser l'exportation
<p><u>SYNERGIES :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i><u>Liens</u> avec des dispositifs existants ou avec d'autres propositions d'actions ;</i> - <i><u>Interaction</u> avec d'autres ateliers thématiques ;</i> - <i><u>Possibilité d'ouverture</u> de l'action à d'autres secteurs</i> - <i><u>Possibilité d'expérimentation</u> dans la région (si action de niveau national)</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Oui, aux produits de l'amont non transformés. Valable pour tous les secteurs de l'économie.

<p><u>CIBLE ET PARTICIPANTS :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Cible envisagée (quantitativement et qualitativement – ex : 50 PME) ;</i> - <i>Acteurs impliqués dans la mise en œuvre de l'action (sans forcément en être porteur)</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Principalement les entreprises primo-exportatrices - Les entreprises exportant déjà, UBIFRANCE, CCI International Normandie, Douanes, chambres consulaires, interprofession régionale (AHNORIA), Région, DRAAF (réfèrent régional IAA), DIRECCTE
<p><u>COUT PREVISIONNEL :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Liste et montants indicatifs des dépenses prévues ;</i> - <i>Piste de financements privés</i> - <i>Modalités financières d'intervention publique</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Aides publiques aux groupements d'employeurs

Proposition d'action n° **5.6**

Fiche-action n° 5.7

Délocaliser en région (ou interrégion) le dispositif national « Vendre à » pour permettre des rencontres directes entre acheteurs et exportateurs potentiels

<p><u>ACTION :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>Nature</u> (nationale/régionale) ; - <u>Descriptif</u> du contenu (éventuelles sous-actions ou phases si mise en œuvre par étapes) ; - <u>Durée et calendrier</u> de mise en œuvre. 	<ul style="list-style-type: none"> - <u>Interrégion</u> - Favoriser les lieux d'échanges entre acheteurs (pour le compte de pays étrangers) et les exportateurs potentiels de la région - Délocaliser en interrégion le programme « Vendre à » organisé à Paris (la Normandie : 2^{ème} région au monde la plus connue après la Californie) - Profiter d'évènements internationaux (Jeux équestres mondiaux, Armada...) pour organiser des rencontres avec des acheteurs - Permanente et dès que possible
<p><u>OBJECTIF :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>Quel impact</u> recherché sur le secteur à court, moyen et long terme ; - <u>Cohérence</u> de l'action avec les enjeux du secteur ; - <u>Justification du niveau de priorité</u> de l'action 	<ul style="list-style-type: none"> - Permettre aux entreprises normandes de se faire connaître, de nouer des contacts avec les succursales d'achats étrangères - Favoriser les exportations de nos produits régionaux - Profiter de la renommée de la Normandie - Développer le chiffre d'affaires des entreprises agroalimentaires haut-normandes
<p><u>SYNERGIES :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>Liens</u> avec des dispositifs existants ou avec d'autres propositions d'actions ; - <u>Interaction</u> avec d'autres ateliers thématiques ; - <u>Possibilité d'ouverture</u> de l'action à d'autres secteurs - <u>Possibilité d'expérimentation</u> dans la région (si action de niveau national) 	<ul style="list-style-type: none"> - S'appuyer sur les programmes d'UBIFRANCE et Sopexa relatifs à l'accueil d'acheteurs internationaux - Oui, aux produits de l'amont non transformés. Valable pour tous les secteurs de l'économie.

<p><u>CIBLE ET PARTICIPANTS :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Cible envisagée (quantitativement et qualitativement – ex : 50 PME) ;</i> - <i>Acteurs impliqués dans la mise en œuvre de l'action (sans forcément en être porteur)</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Organismes du programme « Vendre à », une vingtaine d'entreprises structurées à l'export (afin de répondre immédiatement aux commandes potentielles) - Les entreprises, UBIFRANCE, CCI International Normandie, Chambres consulaires, AHNORIA, la filière
<p><u>COUT PREVISIONNEL :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Liste et montants indicatifs des dépenses prévues ;</i> - <i>Piste de financements privés</i> - <i>Modalités financières d'intervention publique</i> 	

Proposition d'action n° 5.7