

RENCONTRES REGIONALES POUR L'AVENIR DE L'**AGROALIMENTAIRE** ET DU **BOIS**



Atelier thématique n°5 :

Thème 5 - « Stratégies d'exportation et promotion
des produits »

Région ALSACE

ATELIERS REGIONAUX THEMATIQUES

☐ Objectifs généraux

Mobiliser l'ensemble des acteurs des filières bois dans les territoires

Contribuer au redressement productif en **stimulant** durablement le développement et la compétitivité du secteur

☐ Leviers de conduite de la réflexion: 8 thèmes de travail, dont 3 obligatoires* **Thèmes traités en Alsace**

Attentes de la société: produits bois correspondant à la demande, production durable

Innovation, recherche et développement, propriété intellectuelle

Projets d'entreprises, accès aux financements publics et privés

***Emploi, attractivité des métiers, conditions de travail, formations initiale et continue**

***Compétitivité des entreprises sur tous les marchés, promotion des produits**

Relations commerciales des acteurs de la filière

***Stratégies collectives, projets collaboratifs**

Valorisation complète des bois par les filières

D'autres thèmes peuvent être proposés localement puis traités

☐ Objectif opérationnel

Etre **pragmatique** – Formuler des propositions opérationnelles destinées à nourrir un plan d'actions national concerté, à finaliser pour mai, dans la perspective de la « Loi d'avenir » prévue pour mi 2013.

APPUI: REFERENT *BOIS* DRAAF/DIRECCTE (et son équipe)

☐ Objectifs – mission

Le référent se mobilise pour la mise en œuvre, dans sa région, des *Rencontres régionales*.

A ce titre, le référent:

- Coordonne l'action des services de l'Etat, en étroite collaboration avec le Conseil régional, pour le bon déroulement des ateliers régionaux: choix des thèmes de travail, constitution des groupes, réunion des groupes;
- Participe, en tant que de besoin, à un point d'étape avec l'ensemble des industriels pilotes des ateliers thématiques de la région;
- S'assure, auprès des services de l'Etat et du Conseil régional, de la consolidation, par les ateliers thématiques de la région, de leurs travaux selon la présente trame;
- Veille à la réalisation, par le comité de rédaction, de la synthèse régionale des travaux de l'ensemble des ateliers, qui sera envoyée aux administrations centrales.

☐ Contact

Daniel GALLISSAIRES (référent)

Pierre-Adrien ROMON (référent adjoint)

- Par téléphone et courriel

Bureau: 03 88 15 43 40 (D.G.)

03 69 32 51 12 (P-A.R.)

Mél: daniel.gallissaires@direccte.gouv.fr

pierre-adrien.romon@agriculture.gouv.fr

Constitution du groupe

☐ Membres (entreprises en **gras**)

| NOM / Prénom | Organisme / Fonction |
|------------------------------|--|
| Isabelle HEUMANN | Pains Azymes Paul Heumann |
| Bernard STENGEL | C.C.E. |
| Marc FRASSMANN | FGR |
| Mireille MAURY | OSEO / CA Financement |
| Jacqueline SCHMIDT | UBI France |
| Christophe JAKUBOWSKI | FEYEL-ARTZNER |
| Aude TEITEN | Région Alsace |
| Maud KRETZ | Région Alsace |
| Marie-Anne MOLAC | ARIA Alsace |
| Alexandrine MARTINAT | CCI Région Alsace Export |
| Dominique ORTH | DRAAF Alsace |
| Edouard LEHER | OSEO |
| Daniel MULLER | METZGER-MULLER |
| Manou MASSENEZ | ARIA Alsace – Distillerie GE MASSENEZ |
| Sylvie SCHOTT | ARIA Alsace |
| Yves RUDY | RAIFALSA ALELOR |
| Bernard RIEHL | DIRECCTE Alsace |
| Nicolas SCHOLTUS | DIRECCTE Alsace |
| Pierre-Adrien ROMON | DRAAF Alsace |

☐ Industriel pilote

Isabelle HEUMANN (Pains Azymes Paul Heumann)

☐ Copilote

Manou MASSENEZ – ARIA Alsace / Distillerie GE MASSENEZ

☐ Secrétaire

Nicolas SCHOLTUS (DIRECCTE Alsace)

Calendrier des réunions de travail

☐ Date 1: 01/02/2013 – préparation atelier

☐ Adresse lieu 1: Fédération des Industries d'Alsace (Schiltigheim 67)

Présents : Isabelle HEUMANN / Alexandrine MARTINAT (CCI Alsace) / Bernard RIEHL (DIRECCTE Alsace) / Pierre-Adrien ROMON (DRAAF Alsace) / Nicolas SCHOLTUS (DIRECCTE Alsace)

☐ Date 2: 05/02/2013 - atelier

☐ Adresse lieu 2: CCI Strasbourg (Strasbourg 67)

☐ Périmètre et définition du thème

3 axes de travail :

- **Aider à mieux établir une stratégie export**
- **Améliorer les ressources (internes et externes) pour exporter**
- **Consolider les positions à l'export**

2 situations d'entreprises et donc deux angles d'attaque :

- **Primo - exportateur**
- **Exportateur « confirmé »**

Questions reprises de la fiche thématique éditée par le ministère.

☐ Appuis existants

Guichet unique de la CCI Alsace Export dédié aux IAA

Conseillers au Commerce Extérieur en Alsace (partenariat signé avec l'ARIA Alsace pour les IAA)

Commission export de l'ARIA

- ❑ Constat général et analyse des défis et enjeux actuels et à venir pour les filières bois régionale et française, au regard du thème choisi
 - Il faut encourager un grand nombre d'entreprises, notamment les petites PME, à se diversifier à l'export pour ne plus dépendre uniquement des relations commerciales avec la GMS française (primo-exportateurs).
 - Pour cela, il faut orienter les dispositifs d'accompagnement individuels, et faciliter les aspects réglementaires et administratifs trop lourds actuellement, voire dissuasifs, de façon à ancrer la démarche export dans les PME.
 - Il faut renforcer globalement la stratégie internationale de la France en soutien des actions collectives régionales pour préserver et surtout renforcer notre part de marché export.

- ❑ Interactions et synergies éventuelles avec d'autres ateliers régionaux thématiques

Thème 2 « innovation » : renforcement des liens entre les thématiques « export » et « innovation »

☐ Propositions d'actions à mettre en œuvre au niveau national

1. Soutien financier accru pour participation aux foires et salons et assouplissement des règles relatives au nombre minimum de 5 entreprises présentes sur un salon pour obtenir des subventions.
2. Faire apparaître une stratégie « France » affirmée dans la participation aux foires et salons et être plus offensifs en termes de communication :
 - Au lieu de se reposer sur les acquis de la « renommée française », il faut optimiser/accroître sur la durée la visibilité « France », comme c'est le cas dans des pays comme la Turquie, l'Espagne, la Grèce ou encore l'Italie, pour lesquels on constate actuellement un fort investissement des États dans des efforts de communication sur l'image de leurs pays respectifs. De manière générale, il faut aussi inscrire la stratégie de communication et de présence sur les salons/foires dans la durée (7-8 ans).
 - assurer la prépondérance du pavillon France sur les éventuels stands régionaux pour éviter des effets de concurrence pays/région délétères en termes de communication,
 - organiser davantage de sessions d'échanges entre délégations d'importateurs significatifs et entreprises françaises exportatrices,
3. Reconnaître le SIRHA comme salon international. De manière générale, il est proposé de faire reconnaître les salons ouverts sur l'export comme activité à l'export pour les entreprises françaises même s'ils ont lieu sur le territoire français
4. Introduire/renforcer la dimension individuelle du dispositif de soutien :
 - Permettre à une entreprise d'approcher un nouveau marché
 - Prise en charge des frais de déplacement
 - Renforcer les accompagnements individuels
5. Reconnaître l'export comme facteur poussant l'entreprise à innover :
 - intégrer le volet « export » dans l'accompagnement global des entreprises sur leur processus de management de l'innovation,
 - réciproquement, afficher d'emblée l'export comme objectif dans la démarche d'innovation des entreprises.
6. Assurances - crédit :

Frilosité des assurances crédits en temps de crise alors que c'est davantage de soutien qui est attendu : nécessité de mener des analyses plus fines avant de décider d'un retrait d'agrément, sur la base d'une concertation entre la Coface et les fournisseurs.

 - Remédier, avec des avances en trésorerie et la prolongation des assurances crédit au-delà de 180 jours, à la distorsion liée au fait que la PME est contrainte à régler ses fournisseurs rapidement (LME) alors que le client à l'export règle potentiellement l'entreprise à 120-180 jours incompressibles, (du fait du transport, du dédouanement, etc.) avec un risque de sortir de la période de couverture par l'assurance-crédit)

☐ Propositions d'actions à mettre en œuvre au niveau national

7. Barrières non tarifaires (sanitaires) à l'export : si l'on souhaite exporter en pays tiers, il faut déjà que ce soit réglementairement possible :
- nécessité de davantage de coordination entre la DGAL (Ministère de l'Agriculture) et la DG Trésor (Commerce Extérieur) pour faciliter la circulation des produits français. Les entreprises attendent des négociations plus offensives de la part de la DG Trésor et une plus grande réactivité dans la recherche de solutions en cas de difficultés telles que l'apparition d'une nouvelle barrière non tarifaire ou la présentation d'un nouveau produit à l'export.
 - davantage de flexibilité sur les contraintes réglementaires et davantage d'informations proactives aux entreprises de la part des pouvoirs publics.
8. De manière générale, concernant les soutiens financiers à l'export :
- le crédit d'impôt serait plus adapté que la subvention en termes de trésorerie pour les entreprises ; il pourrait être assorti d'un déblocage rapide des crédits pour soutenir la trésorerie.
 - Du fait du temps potentiellement très long entre le premier contact et première facturation dans le cadre d'une démarche à l'export, nécessité de mieux prendre en compte cette dimension temporelle dans les dispositifs de soutien.
9. Mettre en place, sur le modèle de ce qui se fait dans de nombreux pays, un « Health certificate » car celui-ci est demandé à l'export par certains pays tiers (Russie, ...).
10. VIE : accompagner davantage le primo-exportateur sur la phase de préparation amont de son activité à l'export avec un dispositif de type VIE mutualisé sur plusieurs entreprises
- avoir recours au VIE sur les phases aval et amont des salons internationaux
 - ouvrir le VIE à des niveaux de qualification plus bas (ex : BTS, licence).
11. Le responsable export ou le chef d'entreprise ne peut gérer seul l'ensemble des tâches liées au lancement d'une démarche à l'export : prospection, lancement, gestion administrative de dossiers en langues sur les aspects réglementaires, contractuels, juridiques, logistiques, bancaires, etc. Il est nécessaire de renforcer dans les entreprises les ressources humaines sur les postes ADV Export (administration des ventes), d'où la proposition d'aménager le VIE en ce sens ou de mettre en place un dispositif de soutien financier des entreprises pour ce renforcement des ressources humaines en faisant appel aux jeunes diplômés.

☐ Propositions d'actions à mettre en œuvre au niveau régional

1. Le « guichet unique » pour l'orientation des entreprises exportatrices est déjà en place en Alsace. Pour davantage d'impact, il conviendrait :
 - d'augmenter les ressources en personnel d'Alsace Export (CCIRA) sur la filière agro-alimentaire pour augmenter le nombre d'entreprises sensibilisées/accompagnées,
 - mieux/davantage communiquer sur l'organisation en place,
 - privilégier des dispositifs de soutien uniques (un seul opérateur pour les soutiens financiers).
2. Le dossier de demande d'aide « Gradient » du Conseil Régional d'Alsace, d'une trentaine de pages, est trop long à renseigner : il est proposé de simplifier et raccourcir ce dossier, sur le modèle de ce qui s'est fait pour la prestation A3P de la Coface par exemple (en ne supprimant cependant pas l'exercice d'écriture de la stratégie à minimum 3 ans par l'entreprise).
3. Palier le déficit de formation en langues en ayant comme objectif la disponibilité de candidats trilingues pour les postes commerciaux dans la filière des IAA. Intégrer cet objectif au Contrat d'Objectifs Territoriaux (COT) en cours d'élaboration.

Trame de fiche-action

Région ALSACE

| | |
|--|--|
| <p>ACTION: <u>Nature</u> (nationale/régionale); <u>Descriptif</u> du contenu (éventuelles sous-actions ou phases si mise en œuvre par étapes); <u>Durée</u> et <u>calendrier</u> de mise en œuvre.</p> | <p><u>Nature</u> : action nationale <u>Descriptif</u> : Faire apparaître une stratégie « France » affirmée dans la participation aux foires et salons et être plus offensifs en termes de communication : - inscrire la stratégie de communication et de présence sur les salons/foires dans la durée - assurer la prépondérance du pavillon France sur les éventuels stands régionaux - organiser davantage de sessions d'échanges entre délégations d'importateurs significatifs et entreprises françaises exportatrices</p> |
| <p>OBJECTIF: Quel <u>impact</u> recherché sur le secteur à court, moyen et long terme; <u>Cohérence</u> de l'action avec les enjeux du secteur; Justification du <u>niveau de priorité</u> de l'action.</p> | <p><u>Impact</u> : meilleure visibilité France à l'export et augmentation des volumes exportés <u>Cohérence</u> : politique de rétablissement de la balance commerciale</p> |
| <p>SYNERGIES: <u>Liens</u> avec des dispositifs existants ou avec d'autres propositions d'actions; <u>Interaction</u> avec d'autres ateliers thématiques; Possibilité <u>d'ouverture</u> de l'action à d'autres secteurs; Possibilité <u>d'expérimentation</u> dans la région (si action de niveau national).</p> | <p><u>Liens</u> : avec les dispositifs actuels et le pavillon France</p> |
| <p>CIBLE ET PARTICIPANTS: <u>Cible</u> envisagée (quantitativement et qualitativement – ex: 50 PME); <u>Acteurs</u> impliqués dans la mise en œuvre de l'action (sans forcément en être porteurs).</p> | <p><u>Cible</u> : entreprises exportatrices <u>Acteurs</u> : ceux de l'export en France au niveau national et régional</p> |
| <p>COUT PREVISIONNEL: Liste et <u>montants indicatifs</u> des dépenses prévues; Pistes de <u>financements privés</u>; Modalités financières d'intervention <u>publique</u>.</p> | <p>Des économies possibles par rationalisations entre les dépenses supportées par le niveau national et les dépenses des régions.</p> |

Proposition d'action n°2 nationale

Trame de fiche-action

Région ALSACE

| | |
|--|--|
| <p>ACTION: <u>Nature</u> (nationale/régionale); <u>Descriptif</u> du contenu (éventuelles sous-actions ou phases si mise en œuvre par étapes); <u>Durée</u> et <u>calendrier</u> de mise en œuvre.</p> | <p><u>Nature</u> : action nationale <u>Descriptif</u> : Reconnaître le SIRHA comme salon international. De manière générale, il est proposé de faire reconnaître les salons ouverts sur l'export comme activité à l'export pour les entreprises françaises même s'ils ont lieu sur le territoire français.</p> |
| <p>OBJECTIF: Quel <u>impact</u> recherché sur le secteur à court, moyen et long terme; <u>Cohérence</u> de l'action avec les enjeux du secteur; Justification du <u>niveau de priorité</u> de l'action.</p> | <p><u>Impact</u> : accès des entreprises aux aides pour l'international lors des salons à vocation internationale en France. Augmentation des exports. <u>Cohérence</u> : politique de rétablissement de la balance commerciale</p> |
| <p>SYNERGIES: <u>Liens</u> avec des dispositifs existants ou avec d'autres propositions d'actions; <u>Interaction</u> avec d'autres ateliers thématiques; Possibilité <u>d'ouverture</u> de l'action à d'autres secteurs; Possibilité <u>d'expérimentation</u> dans la région (si action de niveau national).</p> | <p><u>Liens</u> : avec les dispositifs actuels pour les salons internationaux</p> |
| <p>CIBLE ET PARTICIPANTS: <u>Cible</u> envisagée (quantitativement et qualitativement – ex: 50 PME); <u>Acteurs</u> impliqués dans la mise en œuvre de l'action (sans forcément en être porteurs).</p> | <p><u>Cible</u> : entreprises exportatrices <u>Acteurs</u> : ceux de l'export en France au niveau national et régional</p> |
| <p>COÛT PREVISIONNEL: Liste et <u>montants indicatifs</u> des dépenses prévues; Pistes de <u>financements privés</u>; Modalités financières d'intervention <u>publique</u>.</p> | <p>Selon dispositif actuels en vigueur.</p> |

Trame de fiche-action

Région ALSACE

| | |
|--|---|
| <p>ACTION: <u>Nature</u> (nationale/régionale); <u>Descriptif</u> du contenu (éventuelles sous-actions ou phases si mise en œuvre par étapes); <u>Durée</u> et <u>calendrier</u> de mise en œuvre.</p> | <p><u>Nature</u> : action nationale</p> <p><u>Descriptif</u> : Assurances - crédit : nécessité de mener des analyses plus fines avant de décider d'un retrait d'agrément, sur la base d'une concertation entre la Coface et les fournisseurs.</p> <p>Proposer des avances en trésorerie et la prolongation des assurances crédit au-delà de 180 jours, (car une PME est contrainte à régler ses fournisseurs rapidement (LME) alors que le client à l'export règle potentiellement l'entreprise à 120-180 jours incompressibles du fait du transport, du dédouanement, etc.).</p> |
| <p>OBJECTIF: Quel <u>impact</u> recherché sur le secteur à court, moyen et long terme; <u>Cohérence</u> de l'action avec les enjeux du secteur; Justification du <u>niveau de priorité</u> de l'action.</p> | <p><u>Impact</u> : renforcement de la trésorerie des entreprises exportatrices.</p> <p><u>Cohérence</u> : politique de rétablissement de la balance commerciale</p> |
| <p>SYNERGIES: <u>Liens</u> avec des dispositifs existants ou avec d'autres propositions d'actions; <u>Interaction</u> avec d'autres ateliers thématiques; Possibilité <u>d'ouverture</u> de l'action à d'autres secteurs; Possibilité <u>d'expérimentation</u> dans la région (si action de niveau national).</p> | <p><u>Liens</u> : avec les dispositifs d'assurance crédit actuels</p> |
| <p>CIBLE ET PARTICIPANTS: <u>Cible</u> envisagée (quantitativement et qualitativement – ex: 50 PME); <u>Acteurs</u> impliqués dans la mise en œuvre de l'action (sans forcément en être porteurs).</p> | <p><u>Cible</u> : entreprises exportatrices</p> <p><u>Acteurs</u> : Coface</p> |
| <p>COÛT PREVISIONNEL: Liste et <u>montants indicatifs</u> des dépenses prévues; Pistes de <u>financements privés</u>; Modalités financières d'intervention <u>publique</u>.</p> | <p>En lien avec les dispositifs de la Coface.</p> |

Proposition d'action n°6 nationale



MINISTÈRE
DE L'AGRICULTURE
DE L'AGROALIMENTAIRE
ET DE LA FORÊT

MINISTÈRE
DU REDRESSEMENT
PRODUCTIF

Trame de fiche-action

Région ALSACE

| | |
|--|---|
| <p>ACTION: <u>Nature</u> (nationale/régionale); <u>Descriptif</u> du contenu (éventuelles sous-actions ou phases si mise en œuvre par étapes); <u>Durée</u> et <u>calendrier</u> de mise en œuvre.</p> | <p><u>Nature</u> : action nationale</p> <p><u>Descriptif</u> : VIE : accompagner davantage le primo-exportateur sur la phase de préparation amont de son activité à l'export avec un dispositif de type VIE mutualisé sur plusieurs entreprises :</p> <ul style="list-style-type: none"> - avoir recours au VIE sur les phases aval et amont des salons internationaux - ouvrir le VIE à des niveaux de qualification plus bas (ex : BTS, licence). |
| <p>OBJECTIF: Quel <u>impact</u> recherché sur le secteur à court, moyen et long terme; <u>Cohérence</u> de l'action avec les enjeux du secteur; Justification du <u>niveau de priorité</u> de l'action.</p> | <p><u>Impact</u> : faciliter l'export pour les primo-exportateurs ; ouvrir le VIE et donc les perspectives de carrières aux jeunes diplômés</p> |
| <p>SYNERGIES: <u>Liens</u> avec des dispositifs existants ou avec d'autres propositions d'actions; <u>Interaction</u> avec d'autres ateliers thématiques; Possibilité <u>d'ouverture</u> de l'action à d'autres secteurs; Possibilité <u>d'expérimentation</u> dans la région (si action de niveau national).</p> | <p><u>Liens</u> : autres dispositifs d'aide à l'export</p> |
| <p>CIBLE ET PARTICIPANTS: <u>Cible</u> envisagée (quantitativement et qualitativement – ex: 50 PME); <u>Acteurs</u> impliqués dans la mise en œuvre de l'action (sans forcément en être porteurs).</p> | <p><u>Cible</u> : primo-exportateurs</p> <p><u>Acteurs</u> : UbiFrance et</p> |
| <p>COÛT PREVISIONNEL: Liste et <u>montants indicatifs</u> des dépenses prévues; Pistes de <u>financements privés</u>; Modalités financières d'intervention <u>publique</u>.</p> | <p>Dispositif du VIE</p> |

Proposition d'action n°10 nationale

Trame de fiche-action

Région ALSACE

| | |
|--|--|
| <p>ACTION: <u>Nature</u> (nationale/régionale); <u>Descriptif</u> du contenu (éventuelles sous-actions ou phases si mise en œuvre par étapes); <u>Durée</u> et <u>calendrier</u> de mise en œuvre.</p> | <p><u>Nature</u> : action régionale</p> <p><u>Descriptif</u> : Le « guichet unique » pour l'orientation des entreprises exportatrices est déjà en place en Alsace. Pour davantage d'impact, il conviendrait :</p> <ul style="list-style-type: none"> - D'augmenter les ressources en personnel d'Alsace Export (CCIRA) sur la filière agro-alimentaire pour augmenter le nombre d'entreprises sensibilisées/accompagnées, - De davantage communiquer sur l'organisation en place, - De privilégier des dispositifs de soutien uniques (un seul opérateur pour les soutiens financiers). |
| <p>OBJECTIF: Quel <u>impact</u> recherché sur le secteur à court, moyen et long terme; <u>Cohérence</u> de l'action avec les enjeux du secteur; Justification du <u>niveau de priorité</u> de l'action.</p> | <p><u>Impact</u> : améliorer l'accompagnement des entreprises et augmenter les volumes exportés</p> <p><u>Cohérence</u> : montée en puissance du dispositif actuel</p> |
| <p>SYNERGIES: <u>Liens</u> avec des dispositifs existants ou avec d'autres propositions d'actions; <u>Interaction</u> avec d'autres ateliers thématiques; Possibilité <u>d'ouverture</u> de l'action à d'autres secteurs; Possibilité <u>d'expérimentation</u> dans la région (si action de niveau national).</p> | <p><u>Liens</u> : avec le guichet unique actuel</p> |
| <p>CIBLE ET PARTICIPANTS: <u>Cible</u> envisagée (quantitativement et qualitativement – ex: 50 PME); <u>Acteurs</u> impliqués dans la mise en œuvre de l'action (sans forcément en être porteurs).</p> | <p><u>Cible</u> : entreprises exportatrices en Alsace</p> <p><u>Acteurs</u> : CCI export, en partenariat avec l'ARIA Alsace (Etat et Région Alsace en second rideau)</p> |
| <p>COUT PREVISIONNEL: Liste et <u>montants indicatifs</u> des dépenses prévues; Pistes de <u>financements privés</u>; Modalités financières d'intervention <u>publique</u>.</p> | |

Proposition d'action n°1 régionale

Trame de fiche-action

Région ALSACE

| | |
|--|--|
| <p>ACTION: <u>Nature</u> (nationale/régionale); <u>Descriptif</u> du contenu (éventuelles sous-actions ou phases si mise en œuvre par étapes); <u>Durée</u> et <u>calendrier</u> de mise en œuvre.</p> | <p><u>Nature</u> : <u>Descriptif</u> : Simplifier et raccourcir le dossier GRADIENT de la Région Alsace, sur le modèle de ce qui s'est fait pour la prestation A3P de la Coface (en conservant cependant l'exercice d'écriture de la stratégie à minimum 3 ans par l'entreprise)</p> |
| <p>OBJECTIF: Quel <u>impact</u> recherché sur le secteur à court, moyen et long terme; <u>Cohérence</u> de l'action avec les enjeux du secteur; Justification du <u>niveau de priorité</u> de l'action.</p> | <p><u>Impact</u> : facilités administratives pour les entreprises faisant appel au dispositif. <u>Cohérence</u> : simplification des démarches administratives ; politique export régionale</p> |
| <p>SYNERGIES: <u>Liens</u> avec des dispositifs existants ou avec d'autres propositions d'actions; <u>Interaction</u> avec d'autres ateliers thématiques; Possibilité <u>d'ouverture</u> de l'action à d'autres secteurs; Possibilité <u>d'expérimentation</u> dans la région (si action de niveau national).</p> | <p><u>Liens</u>: dispositif 3AP Coface</p> |
| <p>CIBLE ET PARTICIPANTS: <u>Cible</u> envisagée (quantitativement et qualitativement – ex: 50 PME); <u>Acteurs</u> impliqués dans la mise en œuvre de l'action (sans forcément en être porteurs).</p> | <p><u>Cible</u> : entreprises exportatrices en Alsace <u>Acteurs</u> : Région Alsace</p> |
| <p>COÛT PREVISIONNEL: Liste et <u>montants indicatifs</u> des dépenses prévues; Pistes de <u>financements privés</u>; Modalités financières d'intervention <u>publique</u>.</p> | <p>Pas de coût spécifique</p> |

Proposition d'action n°3 régionale