



APPEL A PROJETS INNOVANTS DANS L'AGRO TRANSFORMATION **(ALIMENTAIRE ET NON ALIMENTAIRE)** **POUR LES PME DE LA REGION GUADELLOUPE**

Guadeloupe Expansion, en partenariat avec le conseil régional et la Direction Régionale de l'Industrie, de la Recherche et de l'Environnement (DRIRE) de Guadeloupe, lance un appel à projets à destination des PME/PMI de Guadeloupe, afin de faire émerger des projets innovants dans le domaine de l'agro transformation.

SONT VISES PAR CET APPEL A PROJETS :

- Les PME et les TPE ¹ dont l'activité actuelle ou future s'inscrit dans l'agro transformation (alimentaire ou non alimentaire), qui ont leur siège social et leur activité principale en Guadeloupe.
- Les projets dont la réalisation est prévue en Guadeloupe qui présentent une innovation pour l'entreprise concernant un produit, un procédé, l'accès au marché, les organisations...
L'ensemble des programmes d'étude doivent être achevés au 10 Juin 2010.
Et ne doivent pas déjà faire l'objet d'un financement public.

*La notion d'innovation retenue porte aussi bien sur les produits (biens ou services) que sur les procédés, les organisations (interne à l'entreprise, les relations clients, les relations fournisseurs) ou le marketing : cette innovation peut résulter d'une nouveauté ou d'une modification majeure pour l'entreprise, qui ne l'est pas pour son secteur (méthodes ou technologies déjà mises en œuvre par un concurrent).*²

Les dossiers peuvent être déposés à 14 Novembre 2008

La date limite de dépôt des dossiers est déterminée par l'utilisation de la totalité des crédits alloués au financement de cet appel à projets et au plus tard **le 31 décembre 2009**

MODALITES DE L'APPEL A PROJETS

1 - nature des dépenses éligibles

Sont prises en compte les dépenses internes et externes liées au projet et postérieures à la date de dépôt du dossier :

- Dépenses internes : coût des personnels (salaires brut plus charges sociales au prorata de leur contribution au projet).
- Dépenses externes : prestations, sous-traitance et achats.
Ces dépenses externes pourront porter sur du conseil technologique, organisationnel ou marketing, analyse de la faisabilité technico-économique, des mesures et essais, analyses et expertises techniques, travaux de recherche appliquée.

2 – accompagnement financier

L'accompagnement financier du projet prendra la forme d'une subvention plafonnée à un taux de 70% et un montant de 30 000 € HT.

3 – sélection des projets

Un comité de sélection des projets, composé de représentants de Guadeloupe Expansion, du Conseil Régional, de la DRIRE, auxquels seront associés les partenaires institutionnels compétents sur le secteur, étudiera les projets :

- soit attribuera la subvention,
- soit préconisera un partenariat avec un organisme de recherche ou de transfert de technologie, ou un expert : un nouveau dossier pourra alors être déposé pour intégrer l'intervention de cet organisme dans le projet,
- Soit orientera le porteur vers un financement plus approprié.

Le comité de sélection se réunira tous les mois pour garantir des décisions rapides. Par ailleurs, en cas de nombre de dossiers faible, des consultations par messagerie pourront être sollicitées pour favoriser la plus grande réactivité.

Les critères de sélection :

- . Le degré d'innovation eu égard à la définition mentionnée ci-dessus
- . La capacité de l'entreprise à mener le projet compte tenu de ses compétences internes, ou des partenariats présentés
- . Les retombées économiques attendues (en terme de marché, d'apport de valeur ajoutée, de gain de compétitivité, de potentiel de création d'emplois)
- . L'expérience du prestataire externe quand l'entreprise y a recours.

4 – dossier de candidature

Le dossier de candidature peut être téléchargé sur le site www.made-in-guadeloupe.fr rubrique Guadeloupe informations.

Le dossier doit être adressé à Guadeloupe Expansion en version électronique à c.rozas@guadeloupe-expansion.com, et en version originale papier à l'adresse de Guadeloupe Expansion – Maison Régionale des Entreprises – Immeuble le Squale – ZAC de Houelbourg Sud II – ZI de Jarry – 97 122 Baie-Mahault

5 – publicité et communication

Les projets feront l'objet d'une communication en cours ou fin de programme, selon la confidentialité du projet.

En tout état de cause le bénéficiaire s'engage à mentionner le nom des financeurs publics dans ses supports de communication sur le projet, et donne l'autorisation aux partenaires publics de communiquer sur la base d'une note de synthèse validée conjointement.

Les partenaires publics s'engagent à ne diffuser aucune information sans l'accord des entreprises bénéficiaires.

1 : définition de la PME

PME : entreprises dont l'effectif est inférieur à 250 personnes (équivalent temps plein), et dont soit le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 50 millions €, soit le total du bilan annuel n'excède pas 43 millions €

Pour les entreprises détenues à plus de 25 % par une autre entreprise (capital ou droits de vote) , les effectifs et le chiffre d'affaires doivent alors être cumulés.

2 : définition de l'innovation

L'innovation de produit se caractérise par « l'introduction sur le marché d'un produit (bien ou service) nouveau ou nettement modifié au regard de ses caractéristiques fondamentales, ses spécifications techniques, des logiciels incorporés ou de tout autre composant matériel ou immatériel incorporé, ainsi que de l'utilisation prévue ou de la facilité d'usage.



L'innovation de procédé se définit par l'introduction dans l'entreprise d'un procédé de production, d'une méthode de fourniture de services ou de livraison de produits, nouveaux ou nettement modifiés. Le résultat doit être significatif en ce qui concerne le niveau de production, la qualité des produits ou les coûts de production et de distribution.

L'innovation peut résulter d'un produit ou procédé nouveau pour l'entreprise mais qui ne l'est pas pour le marché. C'est le cas lorsque l'entreprise adopte des méthodes ou une technologie déjà mises en œuvre par un concurrent. Au contraire, un produit est nouveau pour le marché s'il n'a aucun équivalent antérieur. À côté des innovations de produits et de procédés, il faut ajouter les nouveaux concepts d'innovation organisationnelle et de marketing.

Les innovations organisationnelles concernent les innovations tenant à la structure de l'entreprise, à l'organisation du travail, à la gestion des connaissances et aux relations avec les partenaires extérieurs.

Les innovations de marketing correspondent à la mise en œuvre de concepts ou de méthodes de ventes nouveaux ou modifiés de manière significative, afin d'améliorer les qualités d'appels des produits ou de l'offre des prestations ou pour entrer sur de nouveaux marchés ».

