**Trame du dossier technique**

Pour rappel, le dossier technique est le document étudié par le jury. Il convient donc de le remplir soigneusement. Une attention particulière sera apportée à la syntaxe et à l’orthographe, ainsi qu’au respect des consignes.

Ce dossier comporte :

|  |  |
| --- | --- |
| Une page de garde | 1 page |
| Un sommaire | 1 page |
| Une introduction | 8 pages maximum |
| Un corps de texte |
| Une conclusion |
| Des annexes | Pertinence exigée |

Le caractère devant être utilisé est **times new roman**, police de couleur **noire** taille **12**, interligne **1,5**, texte **justifié**. Le reste de la mise en page est libre. Le dossier imprimé en recto simple doit être relié. Votre fiche de synthèse devra être glissée dans le dossier (non reliée).

**Rappel : le dossier doit être anonyme**



 **L’Up-Cycling**

NOM DE VOTRE PROJET /PRODUIT-GAMME

VISUEL

**INTRODUCTION**

**CONSTAT**

* Statistiques marché, données marché, évolution du consommateur, habitudes, concurrence.
* *Problématique à résoudre par rapport au thème*

**CONCEPT**

* Quelle est l’idée produit / gamme?
* Décrire la pertinence de l’idée, sa différence par rapport aux produits existants.
* Quelle est la cible consommateurs ?
* *Où se trouve l’approche avec l’Up-Cycling ?*

**PARTIE 1 : DESCRIPTIF PRODUIT**

**TEXTURE**

* Matières premières sélectionnées
* Actifs sélectionnés
* Choix couleur
* Choix parfum
* Profil sensoriel
* Témoignages consommateur

**RESULTATS BEAUTE ATTENDUS**

* Immédiats
* A moyen et long terme

**TESTS LABO REALISES (Uniquement pour Innovation Formulation)**

* Tests de stabilité
* Tests d’efficacité

**REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES**

Documents fournisseurs matières premières utilisés

Autres sources

**PARTIE 2 : L’INNOVATION**

**Formule INCI normalisée (Simplifié pour Concept Innovant)**

**Tableau INCI** + pourcentage + fonction des ingrédients + fournisseur

**Procédé de fabrication (Simplifié pour Concept Innovant)**

* Mode opératoire
* Etude de faisabilité / transposition industrielle
* Conditionnement envisagé
* *Y a-t-il quelque chose de nouveau ou d’original dans le process ?*

**Packaging**

* Choix du packaging
* Matériaux
* Format
* Contenance
* Etiquette / BAT
* Mode de distribution
* Quantité de produit recommandée par utilisation
* *Quel apport à l’expérience produit ?*

**Aspect Marketing (Simplifié pour Innovation Formulation)**

* Nom du produit: justifier ce choix
* Principaux arguments produits
* Cible consommateur, profil

**Réseau de distribution envisagé (Simplifié pour Innovation Formulation)**

* Mono canal ou multi circuit
* Merchandising

**Approche prix**

* Prix de vente recommandé
* Positionnement vis-à-vis de la concurrence

**Aspect Communication (en bref pour l’innovation Formulation)**

* Plan de lancement
* Proposition d’une accroche publicitaire
* Quels médias de communication choisis ?
* *En quoi est- ce nouveau et original ?*

**ANNEXES**

**Exemples :**

Tests consommateur (questionnaire type)

Témoignage partenaires matières premières

Schéma industrialisation produit

Illustration du mode opératoire

Photos « step by step »

Mise en scène point de vente

Exemple de publicité

Piste de recherche packaging

Brochures de présentation

Argumentaire commercial