

**Sujet d'épreuves de la Phase 2 des Finales
Nationales de la 46^e Compétition WorldSkills**

MÉTIER N°D2

ENTREPRENEURSHIP

TEAM CHALLENGE

Soumis par :

Louis HALLARD, Expert WorldSkills France

Clément AGUSTONI, Expert Adjoint WorldSkills France



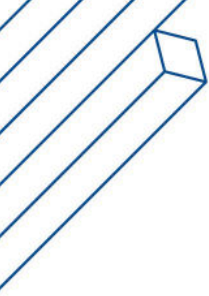


TABLE DES MATIERES

1. EXPLICATION DU SUJET	3
2. ETAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE D'ENTREPRISE	5
3. PLANNING JOURNALIER	12
4. MATÉRIAUX ET CONSOMMABLES	13
5. BARÈME DE CORRECTION	14



1. EXPLICATION DU SUJET

DURÉE TOTALE DE L'ÉPREUVE :

16h30 heures

DIFFUSION DU SUJET :

70% du sujet 4 semaines avant le concours
et 30% découvert la veille du premier jour de la
compétition

THÈME GÉNÉRAL DU SUJET :

On vous demande de procéder à la création d'une solution, au travers d'un produit ou service, pour répondre à un besoin mal ou pas satisfait de la [cible](#) « **8.9 : développer un tourisme durable qui crée des emplois et mette en valeur la culture et les produits locaux** » de l'Objectif de développement durable n°8 (ODD) « Travail décent et croissance économique ».

« Seul celui qui erre trouve de nouveaux chemins ». – Proverbe norvégien

Contexte national :

Aujourd'hui, la France veut que sa place de leader en matière de tourisme génère de meilleures retombées pour tous les acteurs et tous les territoires. En allongeant la durée de séjour, en favorisant l'itinérance, en devenant la 1ère destination mondiale pour le tourisme durable et en misant sur la qualité.

Pour définir la notion de tourisme, l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) donne la définition suivante : « *phénomène social, culturel et économique qui implique le déplacement de personnes vers des pays ou des endroits situés en dehors de leur environnement habituel à des fins personnelles ou professionnelles ou pour affaires* ». Cette définition nous montre bien que si le tourisme a d'abord été une pratique culturelle, il est devenu aujourd'hui un véritable enjeu économique et social. Le tourisme en France est-il aujourd'hui une plus grande source d'inconvénients ou de bénéfices ?

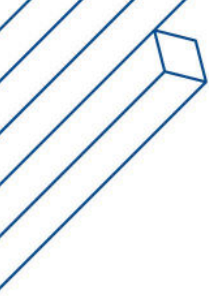
Le secteur du tourisme est considéré en France comme un secteur clé de l'économie. Ainsi, le secteur du tourisme en France a un impact positif indéniable sur l'économie du pays, mais comme partout où le tourisme se développe, à ces avantages s'ajoutent de véritables inconvénients, et apparaissent de nombreux enjeux et défis, non seulement économiques, mais aussi sociaux et environnementaux.

Contexte local :

Classée parmi les 52 destinations à visiter en 2019 par le New York Times et Capitale Européenne du Smart Tourism, Lyon affiche de bons résultats touristiques en 2019. Tous les indicateurs sont au vert et ce, malgré une année marquée par de fortes perturbations (grèves et mouvements sociaux). Lyon conforte ainsi sa place sur la scène internationale en tant que [destination touristique de premier plan](#) tout en développant un tourisme raisonné.

Au terme d'un an de démarche participative, le schéma de développement du tourisme de la Métropole de Lyon définit la vision du tourisme à moyen terme.





L'ambition est ainsi de devenir une référence du tourisme responsable. Selon l'Organisation Mondiale du Tourisme, « le tourisme responsable est un tourisme supportable à long terme sur le plan écologique, viable sur le plan économique et équitable sur le plan éthique et social pour les populations locales ». Le schéma de développement du tourisme traduit ces principes à travers ses 4 objectifs : un tourisme équilibré et plus résilient, un tourisme porteur d'emplois, un tourisme écologiquement et socialement responsable, et un tourisme inclusif, participatif et respectueux pour les habitants.

L'accroissement considérable des mobilités touristiques, favorisé par l'augmentation du temps libre et le développement des réseaux de transport, a, en effet, contribué à complexifier la localisation spatiale des individus et à accentuer ce processus de dissociation des lieux de production et de consommation dans la vie des ménages. Les mobilités touristiques amènent, ainsi, à repenser les modes d'occupation de l'espace, car les individus ne sont plus en permanence sur leur lieu de résidence principale, ce qui introduit un décalage entre la vision traditionnelle de la population résidente et la réalité de la population présente.

Les travaux de créativité, de conceptualisation et de modélisation sont à réaliser heure après heure sur 3 panneaux de 200 x 90 cm chacun. Les jurés pourront ainsi saisir vos réflexions et le public pourra suivre l'évolution de votre projet.

- *Vous avez réalisé une veille et étude du sujet*
- *Vous avez maintenant connaissance du sujet de l'épreuve, vous avez connaissance d'une date de début et de fin de travaux.*
- *Vous êtes maintenant en mode projet et vous devez mener à bien cette réalisation dans un temps limité à 16 heures 30 minutes.*



2. ETAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE D'ENTREPRISE

A1 : ORGANISATION ET GESTION D'ÉQUIPE

Présentation d'équipe pour les 3 jours du concours	L'équipe crée une affiche. L'affiche imprimée est affichée dans la zone de travail de chaque zone de travail de chaque équipe. L'affiche présente un nom d'équipe et un slogan pour l'équipe. La présentation orale comprend des informations sur les membres de l'équipe, l'analyse des rôles individuels au sein de l'équipe, les stratégies pour faire face aux situations difficiles et sur l'importance d'un bon travail d'équipe. L'équipe peut choisir une méthode de présentation.
Nom d'équipe	Le nom de l'équipe doit être attrayant, descriptif, original et percutant. Ce nom est utilisé pendant toute la durée du concours et est clairement affiché dans la zone de travail de chaque équipe. Le processus décisionnel pour la création du nom de l'équipe doit être présenté lors du Pitch of the Day du JOUR 1 de compétition.
	<i>[NOM DE L'ÉQUIPE]</i> <i>[Explication du nom de l'équipe]</i>
Points forts et rôles individuels au sein de l'équipe	Les membres de l'équipe analysent et expliquent au moins deux points forts essentiels de chaque membre de l'équipe et leur rôle individuel au sein de l'équipe.
	<i>[POINTS FORTS]</i> <i>[Explication des points forts]</i> <i>[Rôles individuels au sein de l'équipe]</i>
Facteurs de réussite	Les membres de l'équipe analysent et expliquent l'importance des processus décisionnels processus de prise de décision en équipe et les stratégies appropriées pour faire face à des situations difficiles et stressantes tout en travaillant ensemble.
	<i>[L'importance des processus de prise de décision en équipe]</i> <i>[Les stratégies appropriées pour faire face aux situations difficiles et stressantes]</i>



B1 : REPONSE A UN BESOIN PAS OU MAL SATISFAIT

Concept de l'entreprise	L'objectif de cette section est de trouver une idée d'entreprise. Le concept de l'entreprise doit donner à une personne qui n'est pas familière avec l'idée de l'entreprise une image raisonnablement claire des activités prévues. Le concept commercial doit être préparé sous forme de pièce jointe séparée (document Word ou autre).
Quoi ?	
	<i>[PRODUIT/SERVICE]</i> <i>[Description du produit/service]</i> <i>[Définir les objectifs et les valeurs de l'idée d'entreprise]</i>
A qui ?	
	<i>[CLIENT OU CONSOMMATEUR]</i> <i>[A qui s'adresse le produit/service ?]</i> <i>[Trouvez cinq arguments pour la définition du client potentiel]</i>
Pour quels besoins ?	
	<i>[BESOIN]</i> <i>[Quel besoin le produit/service satisfait-il ?]</i> <i>[Justifier l'avantage concurrentiel de l'idée d'entreprise en donnant un argument pour chaque domaine : considérations économiques, sociales, écologiques]</i>
Avec quel type d'image ?	
	<i>[IMAGE SOUHAITÉE DE L'ENTREPRISE]</i> <i>[évaluer les objectifs et les valeurs de l'idée d'entreprise]</i>
Quels sont les risques commerciaux ?	
	<i>[RISQUES COMMERCIAUX]</i> <i>[expliquer trois risques commerciaux possibles]</i>
Pitch of the Day 1	Les membres de l'équipe présentent leur travail aux jurés, aux spectateurs et aux autres concurrents en utilisant la méthode de présentation qu'ils ont choisie (grand écran TV disponible sur l'espace Pitch). Durée maximale 5 minutes



B2 : Questionnaire d'enquête

DÉFINITION DE GROUPE(S) CIBLE(S) A qui s'adresse le questionnaire ?	
	<i>[DÉFINITION]</i>
Questionnaire	
	<i>[Concevoir le questionnaire sur un support de votre choix séparé de ce document].</i>

C1 : Caractère innovant de la démarche

Approche innovante	
	<i>[EXPLICATION DE L'APPROCHE INNOVANTE DE L'IDEE D'ENTREPRISE]</i> <i>[AVANTAGE CONCURRENTIEL]</i> <i>[DEFINIR LE POTENTIEL DE MARCHÉ]</i>
Groupe cible	Les équipes définissent, de manière aussi précise que possible, qui sont les clients ou le type de clients que le concept d'entreprise cherche à atteindre.
	<i>[EXPLICATION DE L'IMPORTANCE DE L'IDENTIFICATION DES GROUPES CIBLES].</i> <i>[GROUPE CIBLE 1]</i> <i>[définition]</i> <i>[expliquer les raisons pour lesquelles le groupe cible 1 est prioritaire].</i> <i>GROUPE CIBLE 2]</i> <i>[Définition]</i> <i>[expliquer les raisons du choix du groupe cible 2].</i> <i>GROUPE CIBLE 3]</i> <i>[Définition]</i> <i>[expliquer les raisons du choix du groupe cible 3].</i>
Profil(s) du client	
	<i>[PROFIL DU CLIENT]</i> <i>[énoncer trois critères de segmentation des clients].</i>

Taille du groupe cible	
	<i>[ESTIMATION DE LA TAILLE] [analyser en chiffres la taille des trois groupes cibles définis ci-dessus]</i>
Résultats de l'enquête	
	<i>[EXPLICATION DE LA PERTINENCE DES RESULTATS DE L'ENQUÊTE POUR LE DEVELOPPEMENT FUTUR DE L'ENTREPRISE]</i>
Pitch of the Day 2	Les membres de l'équipe présentent leur travail aux jurés, aux spectateurs et aux autres concurrents en utilisant la méthode de présentation qu'ils ont choisie (grand écran TV disponible sur l'espace Pitch). Durée maximale 5 minutes

D1 : Marketing

Description marketing du produit/service	Les équipes préparent un plan pour mener à bien leurs efforts de marketing et expliquent la stratégie de marketing qu'ils ont choisie.
	<i>[DESCRIPTION MARKETING]</i> <i>[OBJECTIF(S)] [définir les objectifs de marketing pour le produit/service]</i>
Lancement du produit/service	Le lancement consiste à mettre le produit/service à la disposition de ses clients. L'objectif est de donner un bon coup d'accélérateur à sa commercialisation. Le lancement peut se faire de plusieurs manières, par exemple par le biais d'une campagne publicitaire dans un ou plusieurs pays. Cependant, la majorité des entreprises ont des ressources limitées et peuvent donc aussi vouloir d'explorer des alternatives. Les équipes peuvent tout de même opter pour la commercialisation de masse si l'équipe considère qu'elle est adaptée au produit/service. L'objectif est d'imaginer le lancement de votre produit/service. Faites-le de manière créative et de manière rentable. Vous pouvez utiliser tous les moyens disponibles pour développer et réussir ce lancement. Votre budget est de 30 000 €.
	<i>[APPROCHE MARKETING DU LANCEMENT] [L'équipe explique l'approche marketing choisie pour le lancement de son produit/service. Le caractère innovant de cette approche est évalué]</i>

	<i>[DEFINIR LE GROUPE CIBLE POUR LE LANCEMENT]</i>
Budget	
	<i>[REPARTITION DU BUDGET DE 30 000 € ALLOUÉ POUR LE LANCEMENT D'UN PRODUIT/SERVICE]</i>
Pitch of the Day 2	Les membres de l'équipe présentent leur travail aux jurés, aux spectateurs et aux autres concurrents en utilisant la méthode de présentation qu'ils ont choisie (grand écran TV disponible sur l'espace Pitch). Durée maximale 5 minutes

E1 : Chiffre d'affaires réalisé

Chiffre d'affaires réalisés au 3^e jour	Après avoir sondé lors de la phase d'enquête les publics de la compétition, voire au-delà et en dehors de l'enceinte d'Eurexpo, les équipes se mettent à la recherche de leurs premiers clients au sein d'Eurexpo voire au-delà
	<i>[Nombre de clients potentiels : précommandes, bons de commande, promesses d'achat, intentions vérifiables...]</i>
	<i>[Apporter aux jurés des preuves vérifiables des intentions d'achats]</i>

E2 : Viabilité économique du modèle

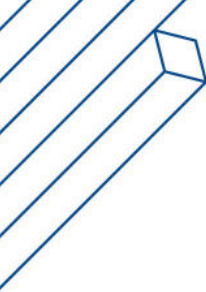
Viabilité économique du modèle	Les équipes préparent une description du processus commercial pour leur produit ou service. L'objectif est d'illustrer le démarrage du cycle de vie du processus commercial et de la structure organisationnelle, étape par étape, depuis la phase d'approvisionnement jusqu'à la phase de présentation du produit/service aux clients et le démarrage de la commercialisation.
	<i>[DECRIRE avec la méthode et le support de votre choix le développement progressif de la société depuis la phase de création jusqu'au lancement des produits/services]</i>



	<i>[Suggérer 2 pistes de relais de croissance]</i> <i>[indiquer le calcul du prix des produits/services]</i> <i>[indiquer une estimation des ventes pour 1 année opérationnelle]</i> <i>[indiquer les coûts de démarrage]</i> <i>[indiquer les calculs des coûts fixes et variables]</i>
--	---

F1 : Impacts sociaux et environnementaux

	Les équipes analysent les différents domaines du développement durable (social, environnemental, économique) appliqués à leur projet. Des exemples pratiques d'impacts sociaux, environnementaux et économiques sont également attendus.
Évaluation critique des domaines de durabilité	
	<i>[ANALYSE DES DOMAINES DU TERME "DÉVELOPPEMENT DURABLE" APPLIQUEE A VOTRE PROJET]</i> <i>[SOCIAL]</i> <i>[ENVIRONNEMENTAL]</i> <i>[ECONOMIQUE]</i>
Raisons d'agir	
	<i>[RAISONS D'UNE ACTION SPECIFIQUE DE DEVELOPPEMENT DURABLE]</i> <i>[indiquer les raisons de la nécessité d'objectifs à court, moyen et long terme pour le développement durable de votre entreprise]</i>
Exemples de pratiques	



	<i>[suggérer trois exemples pratiques de développement durable basés sur le fonctionnement interne et/ou l'activité de l'entreprise]</i>
Objectifs visés	
	<i>[décrire les objectifs quantitatifs et/ou qualitatifs visés par l'entreprise]</i>

G1 : Pitch Final

Présentation de l'entreprise	La présentation de l'entreprise vise à convaincre le jury et le public que votre solution est la meilleure, avec le plus d'impacts et la plus pérenne économiquement (les preuves sont les bienvenues). Durée maximale : 8 minutes Le jury et les spectateurs vous poseront des questions à l'issue de votre présentation.
Les points qui seront scrutés	Dans quelle mesure la présentation est-elle fluide, lisible, structurée et créative ? L'entreprise réussit-elle une proposition de valeur ? Les déclarations et les chiffres présentés par les équipes sont-ils crédibles et réalistes ? Y a-t-il un raisonnement suffisant derrière les arguments présentés ? L'équipe est-elle capable de répondre aux questions ?
Expérience de l'équipe	Qu'ont appris les compétiteurs en travaillant sur ce projet d'entreprise ? Quels aspects ont été particulièrement difficiles, comment ont-ils fait face aux situations complexes et comment ont-ils fait face au stress ?



3. PLANNING JOURNALIER

C-1	Mercredi 12/01/2022	DÉBUT	FIN	TÂCHES	TOTAL
		11h00	12h00	Arrivée des candidats au Parc exposition et découverte de l'espace concours	1h00
		12h00	13h00	Déjeuner (Restaurant self)	1h00
		13h00	13h20	Ice Breaker et tirage au sort des postes de travail	0h20
		13h20	14h30	Installation, briefing et questions/réponses	1h10
C 1	Jeudi 13/01/2022	DÉBUT	FIN	TÂCHES	TOTAL
		7h30		Arrivée des candidats	
		8h00	8h30	Consignes de l'Expert et étude du sujet	0h30
		8h30	12h00/13h00	Épreuve + pause	3h30/4h30
		12h00	13h00	1 ^{er} service du déjeuner (Restaurant self)	1h
		13h00	14h00	2 ^e service du déjeuner (Restaurant self)	1h
		13h00/14h00	17h00	Épreuve + pause	4h00/3h00
		16h00	17h00	PASSAGE DES EQUIPES DEVANT LES JURES ET LE PUBLIC	Pitch of the Day 1
		17h00	18h00	Correction module A + B1	1h00
C 2	Vendredi 14/01/2022	DÉBUT	FIN	TÂCHES	TOTAL
		7h30		Arrivée des candidats	
		8h00	8h30	Consignes de l'Expert et étude du sujet	0h30
		8h30	12h00/13h00	Épreuve + pause	3h30/4h30
		12h00	13h00	1 ^{er} service du déjeuner (Restaurant self)	1h
		13h00	14h00	2 ^e service du déjeuner (Restaurant self)	1h
		13h00/14h00	17h00	Épreuve + pause	4h00/3h00
		16h00	17h00	PASSAGE DES EQUIPES DEVANT LES JURES ET LE PUBLIC	Pitch of the Day 2
		17h00	18h00	Correction modules B2 + C + D	1h00
C 3	Samedi 15/01/2022	DÉBUT	FIN	TÂCHES	TOTAL
		7h30		Arrivée des candidats	
		8h00	8h30	Consignes de l'Expert et étude du sujet	0h30
		8h30	10h00	Épreuve + pause	1h30
		10h00	12h00	PASSAGE DES EQUIPES DEVANT LE JURY ET LE PUBLIC	Pitch Final
		13h00	14h00	2 ^e service du déjeuner (Restaurant self)	1h
		13h00/14h00	14h00	Correction modules E + F + G + H	1h00
TOTAL ÉPREUVE (h)					16h30



Planning de la présence des Professionnels « Conseil » qui consacreront de leur temps pour challenger chaque équipe, les jeudi et vendredi :

	Jeudi	Vendredi
Matin	2 pro « Créativité et Design client »	1 pro : - « Innovation (suite) » - « Financier (suite) »
Après-midi	2 pro : - « Innovation » - « Financier » - « Marketing »	1 pro : - « Juridique »

C'est l'expert qui nomme les jurys pour l'évaluation de chaque équipe. En cas de triche (tromperie, mensonges, falsification) ou de collusions manifestes entre jurys, l'expert président du jury, après en avoir informé Worldskills France, pourra procéder à des sanctions.

4. MATÉRIAUX ET CONSOMMABLES

a) Mis à disposition par l'organisation

Liste des matériaux et consommables mis à disposition pour chaque équipe pour la réalisation de l'épreuve :

INTITULÉ	QUANTITÉ
Grand écran TV + micro et enceinte pour les pitches	1 pour l'espace Pitch
Post-it géant chevalet adhésif 15 feuilles	1
Post-it de couleur	1 paquet
Totem de 3 panneaux Akilux blanc 200 x 90 cm	3 panneaux par équipe
Paire de ciseaux	1
Scotch	1 rouleau
Cartons	2 (1 grand format + 3 petits formats)
Pelote de laine	1
Punaises	20
Agrafeuses avec agrafes	1
Pâte à fixe	1 plaquette
Marqueurs papier	6 couleurs
Marqueurs plexi	6 couleurs
Papier A4	Ramette
Papier A3	Ramette
Tube de colle papier	1



b) À apporter par le compétiteur

Liste des matériaux et consommables à apporter par chaque compétiteur pour la réalisation de l'épreuve :

INTITULÉ	QUANTITÉ
Ordinateur portable et son câble de recharge	1 ou 2 par équipe
Passe sanitaire	
Pièce d'identité	
Tenue pour le jury final	

5. BARÈME DE CORRECTION

Grille avec le détail des critères de notation objectifs et jugements, et le jour de l'évaluation du critère.

MÉTIER						
Critère	Sous Critère	Jour	Intitulé du critère de notation	Objectif ou Jugement	Barème	Coef.
A		Critère A : Organisation et gestion de l'équipe			7	
			Sous-titre ou explication du critère			
A	01	1	Présentation d'au moins 2 points forts de chaque membre de l'équipe	O	1	
A			Analyse des rôles individuels au sein de l'équipe	O	1	
A			Arguments en faveur de l'importance des processus de décision en équipe	J	1	
A			Créativité de l'affiche de l'équipe en lien avec la thématique	J	2	
			Evolution du totem sur la 1 ^{ère} journée	O	2	
B		Critère B : Réponse à un besoin non ou mal satisfait			15	
			Sous-titre ou explication du critère			
B	01	1	Problématique pour l'utilisateur/client identifiée et formulée	O	1	
B			Les objectifs et les valeurs de l'idée d'entreprise	J	2	
B			Deux arguments en faveur des avantages compétitifs de l'idée d'entreprise pour chaque domaine (économique, écologique ou social)	O	2	
B			Trois risques possibles liés à l'idée du projet	O	2	
B			La définition du/des groupe(s) cible(s) auquel/auxquels le questionnaire d'enquête est destiné	O	1	
B			Gestion du temps (Pitch of the Day 1)	O	1	
B			Créativité de la présentation (Pitch of the Day 1)	J	2	
B		02	2	La conception de l'enquête terrain	J	2
B	2		La qualité du support choisi pour l'enquête terrain en fonction des groupes cibles	J	2	



Critère C : Caractère innovant de la démarche				15		
			Sous-titre ou explication du critère			
C	01	2	L'approche innovante de l'idée d'entreprise et son potentiel de marché	J	2	
C			4 personnes interrogées, preuves fournies	O	2	
C			Originalité du support de restitution de l'enquête ou d'une partie de l'enquête	O	2	
C			La définition de trois groupes cibles suite à l'enquête	O	2	
C			Les personnes interrogées correspondent au groupe cible	J	2	
C			Explication de la pertinence des résultats de l'enquête pour le développement futur de l'entreprise	J	2	
C	02		Gestion du temps (Pitch of the Day 2)	O	1	
C			Créativité de la présentation (Pitch of the Day 2)	J	2	
Critère D : Marketing				10		
			Sous-titre ou explication du critère			
D	01	2	La description marketing du produit/service	O	2	
D			La définition du groupe cible pour le lancement du produit	O	2	
D			La définition des objectifs de marketing pour le produit/service	J	2	
D			Réalisme du calcul des coûts du lancement avec le budget alloué	J	2	
D			La créativité et le caractère innovant du lancement du produit/service	J	2	
Critère E : Chiffre d'affaires réalisé et viabilité économique du modèle				18		
			Sous-titre ou explication du critère			
E	01	3	Publics de la compétition sollicités comme clients potentiels	O	2	
E			Nombre de clients potentiels : pré-commandes, bons de commande, promesses d'achat, intentions vérifiables...	J	2	
E			Les intentions d'achats sont vérifiables	O	2	
E	02	3	La description du développement progressif de la société depuis la phase de création jusqu'au lancement des produits/services	O	2	
E			2 pistes de relais de croissance	O	2	
E		3	Le réalisme et l'exactitude du calcul du prix des produits/services	O	2	
E			Une estimation réaliste et correcte des ventes pour 1 année opérationnelle	O	2	
E		3	Des coûts de démarrage réalistes et corrects	O	2	
E			Des calculs réalistes et corrects des coûts fixes et variables	O	2	
Critère F : Impacts sociaux et environnementaux				8		
			Sous-titre ou explication du critère			
F	01	3	L'analyse des différents domaines du développement durable (social, environnemental, économique) appliqués au projet d'entreprise	O	2	
F		3	L'explication des raisons d'une action spécifique en faveur du développement durable	J	2	
F		3	la suggestion de trois exemples pratiques de développement durable basés sur le fonctionnement interne et/ou l'activité de l'entreprise	O	2	
F		3	Les objectifs d'impacts de l'entreprise	J	2	
Critère G : Pitch Final				20		
			Sous-titre ou explication du critère			
G	01	3	Gestion du temps	O	2	

G			Créativité de la présentation	J	2	
G			La posture et prise de parole lors de la présentation	J	2	
G			La capacité à mettre en évidence un contenu précis et lisible	J	2	
G			Le produit/service répond à un besoin pas ou mal satisfait	O	2	
G			L'entreprise démontre son impact positif durable	J	2	
G			L'entreprise réussit une proposition de valeur	J	2	
G			L'explication de l'expérience acquise en travaillant sur le projet d'entreprise	J	2	
G			Pertinence des réponses aux questions posées	J	2	
G			En tant qu'investisseur, je soutiendrai cette entreprise	J	2	
H			Critère H : Organisation et gestion du travail	7		
			Sous-titre ou explication du critère			
H	01	3	Les fournitures de créativité ont été utilisées	O	1	
H			La répartition du travail en équipe est équilibrée	O	2	
H			Espace de travail propre et structuré	O	2	
H			L'utilisation des moyens techniques et matériels	J	2	
TOTAL				100		

