|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **POINTS ACCORDES** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |  |  |  |  |  |
| **1.**Définition du besoin, présentation de la solution |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **2.** Originalité de l’idée ou de sa mise en œuvre, proposition de valeur |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **3.** Marché, cible clients, stratégie de communication |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **4.** Modèle économique réaliste |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **5.°**Qualité de la présentation orale et capacité à convaincre (dynamisme, rythme, capacité à séduire, respect du temps) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **TOTAL** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **POINTS ACCORDES** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **1.**Définition du besoin, présentation de la solution |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **2.** Originalité de l’idée ou de sa mise en œuvre, proposition de valeur |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **3.** Marché, cible clients, stratégie de communication |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **4.** Structure de coûts / éléments financiers réalistes |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **5.°**Qualité de la présentation orale et capacité à convaincre (dynamisme, rythme, capacité à séduire, respect du temps) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **TOTAL** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |