Liste de contrôle de lancement d'une marque propre en sous-traitance

ESTROUTE · Vérification des coûts et des seuils des trois voies (version 1)

Le premier argent d'une marque propre doit servir à choisir la voie, pas à payer le moule. Cette fiche présente les seuils, la structure de coûts et les risques des trois voies, afin de calculer celle qui vous convient avant de passer à l'échantillonnage et à la signature. Remplissez les colonnes vides avec les cotations réelles du moment.

1. Comparaison des trois voies

Voie	Seuil	Investissement initial	Quantité minimale	Pour qui
Produit catalogue avec nouvelle étiquette	Faible, seules l'étiquette et l'emballage changent	Frais de plaques et d'étiquettes	Le minimum du produit fini du fournisseur	Valider le canal d'abord, budget limité
Changement de couleur / d'emballage	Moyen, validation d'échantillon et échanges techniques nécessaires	Plaques, clichés, frais d'échantillons	Nettement supérieur au catalogue en général	Lorsqu'une différenciation visuelle est nécessaire
Moule / structure sur mesure	Élevé, conception structurelle et essais requis	Moule, développement, essais	Le plus élevé, selon la capacité du moule	Volume de ventes stable, brevet clair

2. Vérifications avant lancement

Point à vérifier	Ce qu'il faut confirmer	Conclusion
Origine du modèle et propriété intellectuelle	Brevets, modèles ou marques de tiers concernés ; possibilité d'obtenir une déclaration de non-contrefaçon	
Propriété des moules et des plaques	Montant, amortissabilité, titulaire, et qui paie la maintenance et les modifications ultérieures	
Frais de développement et d'échantillons	S'ils sont déductibles de la commande de série, et à quelles conditions et seuils de quantité	
Quantité minimale et prix par paliers	Seuil de première commande, seuil de réassort et tranches de quantité par niveau de prix	
Responsabilité de l'étiquetage	Mentions, langue et responsable exigés par le marché cible ; qui conçoit, qui valide, qui supporte l'erreur	
Situation de la marque	Recherche et dépôt effectués sur le marché cible ; la plateforme exige-t-elle une marque ou une autorisation	
Exclusivité et territoire	Modèles exclusifs, territoire exclusif, durée et critères de performance convenus	
Constance en production	Conservation des échantillons scellés, norme d'inspection AQL et mode de comparaison avec le premier lot	

3. Ce que le fabricant peut et ne peut pas apporter

Peut apporter	Ne peut pas apporter
Réétiquetage, changement de couleur et d'emballage de modèles existants	Prendre en charge le risque commercial de votre marque et de votre canal
Usinage et assemblage sur plan	Effectuer le dépôt de marque et porter la responsabilité de conformité à votre place
Petites séries d'essai (négociables)	Garantir l'exclusivité d'un modèle sur le marché cible
Appui à l'impression des emballages et notices	Juger à votre place si un modèle contrefait des droits de tiers

4. Structure recommandée de la première commande

Commencez par du réétiquetage catalogue ou une petite série de changement d'emballage pour valider la rotation, et travaillez étiquettes, emballages et lots; ne parlez de moule qu'une fois qu'un modèle tourne de manière stable sur deux cycles d'achat consécutifs. Négociez séparément le moule et le développement : amortissez-les si possible, sinon imputez-les au volume prévu pour voir si l'économie unitaire tient toujours.

Document établi par ESTROUTE pour l'auto-contrôle et la communication avec les fournisseurs en achat transfrontalier. Les tableaux peuvent être librement copiés, modifiés et joints à la commande. Pour une version adaptée à votre catégorie, écrivez à sales@orientalroute.com | estroute.com