

Chef de produits textiles mode cuir

RNCP35539 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	241, 243, 242
Formacode(s)	21854, 21754, 21654
Code(s) ROME	B1805, M1703, M1705, M1101, D1506
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	19/04/2021
Date d'échéance	19/04/2024

Certificateur(s)

ASS INSTITUT SUPERIEUR TEXTILE D ALSACE · SIRET : 40083112900020

Partenaires habilités

1 organisme habilité, d'après la liste publiée par France compétences : 1 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
EUCLEA	91801318600047	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Un établissement créé par les industriels textiles alsaciens pour répondre à leur besoin :

L'ISTA a été créé en 1986 à l'initiative des industriels alsaciens du textile (Association PROTEXTAL[1]) avec l'appui de l'Union des Industries Textiles (UIT) et le soutien des collectivités locales. A l'époque, les écoles de commerce et d'ingénieur ne répondaient en effet qu'à une partie du besoin en compétences des industriels. Aucune formation spécifique n'existait et les industriels de l'époque ont donc décidé de créer « leur » école. Le modèle de l'ISTA a ensuite été une source d'inspiration pour d'autres organismes.

Au milieu des années 1980, dans un contexte de transition d'une économie de production vers une économie de marché, ces industriels ressentaient le besoin d'intégrer un nouveau profil entre les ingénieurs et les commerciaux, capables de manager de manière transverse les collections textiles depuis la création jusqu'à la commercialisation, de ce nouveau besoin est né la certification « Chef de produit Textiles ».

C'est donc en réponse à ce besoin exprimé par ses fondateurs que l'ISTA a mis en œuvre sa formation phare devenue certification « Chef de produits Textiles » homologuée en 1992 et dont l'inscription au RNCP a toujours été renouvelée depuis. Véritable chef d'orchestre, le chef de produit Textile est capable d'exercer une responsabilité opérationnelle à toutes les étapes clés de la mise en œuvre d'une collection :

- Analyse de l'environnement et des données marketing
- Détection et caractérisation des tendances stylistiques
- Définition et mise en œuvre du plan marketing

Création et prototypage

- Mise au point du produit, industrialisation et fabrication
- Réalisation des achats matières ou produits finis[2]
- Suivi de la qualité de production des collections
- Merchandising et de développement des ventes.

Une certification qui se renouvelle au contact des industriels :

Les liens forts et historiques de l'ISTA avec la filière textile se reflètent dans la composition de son conseil d'orientation et de perfectionnement, dans sa gouvernance et dans la structure de son corps professoral composé en majorité de professionnels du secteur. Le secteur d'activité et les métiers visés évoluent très rapidement ce qui a conduit l'ISTA à renforcer son référentiel de compétences autour des thématiques suivantes :

- Stratégie marketing cross canal incluant le digital
- Innovation matériaux et procédés
- Eco-conception et cycle de vie durable des produits

L'ISTA et son offre de formations - certifications ont également évolué pour s'adapter aux mutations de l'industrie textile. La certification « Chef de produits Textiles » s'adresse en fait aujourd'hui à l'ensemble de la filière Textiles Mode Cuir qui regroupe les 5 branches suivantes :

1. Textile : Union des Industries Textiles (UIT)
2. Mode et Habillement : Union Française des Industries Mode et Habillement (UFIMH) et Fédération des Enseignes de l'Habillement (FEH)
3. Chaussures : Fédération Française de la Chaussure (FFC) et Fédération des Enseignes de la Chaussure (FEC)
4. Maroquinerie : Fédération Française de la Maroquinerie (FFM)
5. Cuir : Conseil National du Cuir (CNC)

L'ISTA place aujourd'hui 80% des titulaires de la certification dans des entreprises appartenant à ces 5 branches, ce qui nous a amené à faire évoluer l'intitulé de la certification qui devient Chef de produits TMC.

Le Chef de Produits TMC est capable d'agir et de conduire l'action des équipes dans au moins 4 domaines, chacun en lien avec les blocs de compétences qui constituent le référentiel de la certification :

Style et graphisme

BC1. Détecter les tendances du marché pour concevoir une gamme de produits TMC sur le plan stylistique

Vente et marketing

BC2. Participer à l'élaboration de la stratégie de l'offre TMC et piloter la mise en oeuvre du plan marketing pour accroître les parts de marché

Technique et innovation

BC3. Identifier et intégrer des innovations techniques, matières ou procédés, pour développer une gamme de produits TMC

Achats, logistique et production

BC4. Exploiter un échantillon ou un prototype validé pour industrialiser la production ou sécuriser la chaîne d'approvisionnement d'une collection.

La certification comprend également un 5ème bloc de compétences (BC5) tourné vers le management et l'intégration des blocs de compétences BC1, BC2, BC3, BC4. Les 5 blocs validés permettent au titulaire de manager l'ensemble de la chaîne de valeur d'une gamme de produit TMC.

Cette définition du produit est adaptée aux besoins exprimés par les entreprises partenaires de l'ISTA.

[1] Association regroupant, à l'époque de la création de l'ISTA, tous les dirigeants des grandes entreprises textiles régionales et œuvrant à la promotion du textile-habillement en Alsace.

[2] Selon que l'employeur est fabricant ou distributeur

ACTIVITÉS VISÉES

Le chef de produit TMC couvre dans ses activités la totalité du cycle de vie des produits, depuis la phase création, design, et marketing jusqu'à la phase réalisation et commercialisation.

A1. Activités 1 liées au stylisme, graphisme et design

- Détecter et analyser les tendances stylistiques d'un marché
- Caractériser les codes et l'identité d'une marque
- Concevoir une gamme de produits TMC sur le plan stylistique
- Protéger le design d'une collection d'un point de vue juridique
- Evaluer la faisabilité et la fabricabilité d'une collection

A2. Activités 2 liées au marketing et au développement des ventes

- Identifier les opportunités et les menaces de l'environnement socio-économique
- Participer à l'élaboration de la stratégie de l'offre produits TMC
- Anticiper les attentes des consommateurs de produits TMC
- Etablir un plan de communication et son budget associé
- Piloter la mise en oeuvre d'un plan marketing

- Etablir des prévisions de ventes et de rentabilité

A3. Activités 3 liées à la technique, aux technologies et à l'innovation

- Intégrer des innovations techniques, matières ou procédés
- Spécifier les contraintes de coûts, délais, qualité des produits en fonction d'options techniques
- Rédiger un cahier des charges technique
- Optimiser les coûts de production d'une collection TMC
- Respecter les normes et réglementations notamment en termes d'écoconception
- Valider la conformité d'un prototype ou d'un échantillon par rapport au cahier des charges

A4. Activités 4 liées aux achats, à la logistique, et à la production

- Industrialiser la production d'une collection TMC à partir d'un prototype ou d'un échantillon
- Fabriquer en propre ou sous-traiter la production d'une collection
- Veiller à la durabilité et au développement raisonné des activités de production et de recyclage
- Sélectionner et sécuriser les sources potentielles d'approvisionnement matières ou produits finis
- Négociation avec les fournisseurs pour obtenir les meilleures conditions
- Mettre en œuvre un contrôle qualité
- Mettre en place un suivi des normes éthiques et environnementales

A5. Activités 5 liées au management de l'offre produit

- Fédérer et motiver des équipes situées dans plusieurs pays
- Manager les activités internes et externes en mode hiérarchique ou projet
- Répartir et organiser les tâches entre les différents acteurs
- Proposer et mettre en place des indicateurs de performance
- Négocier en anglais avec des partenaires internationaux
- Contrôler les consommations budgétaires et l'exécution des plans marketing et communication

COMPÉTENCES ATTESTÉES

BC1. Détecter les tendances du marché pour concevoir une gamme de produits TMC sur le plan stylistique

BC1.1

Développer une méthodologie et des outils de veille pour détecter et analyser les tendances du marché en matière de style

BC1.2

Identifier les codes et l'identité d'une marque pour fixer le cadre et les thèmes d'une collection

BC1.3

Analyser les codes et l'identité d'une marque pour positionner une nouvelle collection par rapport à l'existant

BC1.4

Maîtriser les fonctionnalités des principaux outils de conception assisté par ordinateur pour créer une gamme de produits textiles

BC1.5

Fixer le cadre et les thèmes d'une collection pour mesurer la faisabilité et la fabricabilité a priori d'une nouvelle gamme de produits textiles

BC1.6 Mobiliser des connaissances en droit de la protection intellectuelle pour protéger le design d'une collection, d'un produit ou d'une marque

BC2. Participer à l'élaboration de la stratégie et piloter la mise en œuvre d'un plan marketing pour accroître les parts de marché de produits TMC

BC2.1

Analyser l'environnement socio-économique pour identifier les opportunités et les menaces et anticiper les attentes des consommateurs

BC2.2

Mettre en place un système de veille concurrentielle performant pour identifier les bonnes pratiques des acteurs du marché

BC2.3

Décliner les options stratégiques de l'entreprise en termes d'identité et d'image de marque pour positionner une nouvelle collection

BC2.4

Intégrer les objectifs de ventes et de rentabilité pour établir le marketing mix d'une collection : prix, promotion, distribution et communication

BC2.5

Etablir des prévisions de ventes et de rentabilité pour monitorer les résultats des équipes de vente

BC2.6

Produire des argumentaires efficaces et optimiser la mise en scène produit pour établir un plan de communication et son budget associé

BC3. Identifier et intégrer des innovations techniques, matières ou procédés, pour développer une gamme de produits TMC

BC3.1

Organiser une veille technologique pour identifier les innovations les plus porteuses en termes de création de valeur, de fabricabilité et de respect de l'environnement

BC3.2

Maîtriser le vocabulaire technique pour instaurer un dialogue utile avec des acteurs techniques : responsables de fabrication et fournisseurs

BC3.3

Optimiser la fabricabilité et la recyclabilité en amont du développement pour développer une gamme de produits TMC durables à coûts objectifs

BC3.4

Spécifier les objectifs de coûts, délais, qualité et RSE des produits à développer pour rédiger un cahier des charges technique

BC3.5

Intégrer les normes d'écoconception pour valider la conformité du prototype ou de l'échantillon par rapport au cahier des charges

BC4. Exploiter un échantillon ou un prototype validé pour industrialiser la production ou sécuriser la chaîne d'approvisionnement d'une collection

BC4.1

Définir les critères et organiser les processus de validation d'un échantillon ou d'un prototype pour rédiger un dossier complet d'industrialisation

BC4.2

Intégrer les contraintes techniques, écologiques et économiques pour décider de fabriquer en propre ou sous-traiter la production d'une collection

BC4.3

Mettre en place des indicateurs pour évaluer et sélectionner les sources potentielles d'approvisionnement matières ou produits finis

BC4.4

Mobiliser les techniques de négociation avec les fournisseurs pour obtenir les meilleures conditions : coûts, délais et qualité, respect des contraintes RSE

BC4.5

Mettre en œuvre un contrôle qualité et un suivi et des normes éthiques et environnementales pour sourcer des matières premières ou des produits finis

BC4.6

Cerner les enjeux de chaque étape logistique pour sécuriser la chaîne globale d'approvisionnement

BC5. Fédérer et motiver les équipes pour manager les activités internes et externes en mode hiérarchique ou projet dans le secteur TMC

BC5.1

Répartir et organiser les tâches entre les différents acteurs afin d'établir la confiance entre les partenaires externes et les équipes internes

BC5.2

Proposer et mettre en place des indicateurs de performance pour évaluer la contribution et développer la motivation de chacun

BC5.3

Contrôler les consommations budgétaires pour exécuter le plan marketing et communication et atteindre les objectifs de rentabilité

BC5.4

Concevoir des indicateurs de suivi commercial d'une gamme de produits TMC pour évaluer la performance de différents canaux de distribution

BC5.5

Mobiliser des connaissances en anglais pour négocier des partenariats internationaux complexes et fédérer des équipes dans plusieurs pays

Blocs de compétences

RNCP35539BC01 — Détecter les tendances du marché pour concevoir une gamme de produits TMC sur le plan stylistique

LISTE DE COMPÉTENCES

BC1.1 Développer une méthodologie et des outils de veille pour détecter et analyser les tendances du marché en matière de style

BC1.2 Identifier les codes et l'identité d'une marque pour fixer le cadre et les thèmes d'une collection

BC1.3 Analyser les codes et l'identité d'une marque pour positionner une nouvelle collection par rapport à l'existant

BC1.4 Maîtriser les fonctionnalités des principaux outils de conception assisté par ordinateur pour créer une gamme de produits textiles

BC1.5 Fixer le cadre et les thèmes d'une collection pour mesurer la faisabilité et la fabricabilité a priori d'une nouvelle gamme de produits textiles

BC1.6 Mobiliser des connaissances en droit de la protection intellectuelle pour protéger le design d'une collection, d'un produit ou d'une marque

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Réalisation d'une planche de tendances et de style
Evaluation individuelle sur la base d'un rendu écrit corrigé par des intervenants professionnels

Réinterprétation d'un produit iconique TMC
Evaluation collective sur la base d'un rendu écrit incluant plusieurs perspectives : artistiques, stylistiques et histoire de la mode et du costume

Projet de Création d'une collection Textile Mode Cuir. Approche stylistique

Evaluation collective sur base d'un rendu écrit et d'une présentation orale devant des intervenants professionnels et les autres apprenants.

Tests de connaissances réalisés à l'aide de QCM : connaissances juridiques liées à la protection de la propriété intellectuelle

RNCP35539BC02 — Participer à l'élaboration de la stratégie et piloter la mise en œuvre d'un plan marketing pour accroître les parts de marché de produits TMC

LISTE DE COMPÉTENCES

BC2.1 Analyser l'environnement socio-économique pour identifier les opportunités et les menaces et anticiper les attentes des consommateurs

BC2.2 Mettre en place un système de veille concurrentielle performant pour identifier les bonnes pratiques des acteurs du marché

BC2.3 Décliner les options stratégiques de l'entreprise en termes d'identité et d'image de marque pour positionner une nouvelle collection

BC2.4 Intégrer les objectifs de ventes et de rentabilité pour établir le marketing mix d'une collection : prix, promotion, distribution et communication

BC2.5 Etablir des prévisions de ventes et de rentabilité pour monitorer les résultats des équipes de vente

BC2.6 Produire des argumentaires efficaces et optimiser la mise en scène produit pour établir un plan de communication et son budget associé

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etudes de cas stratégie et marketing confiées par une entreprise
Evaluation sur la base d'un rendu écrit individuel corrigé par des intervenants professionnels spécialisés.

Projet de Création d'une collection Textile Mode Cuir
Approche Marketing
Evaluation sur la base d'un rendu écrit individuel corrigé par des intervenants professionnels spécialisés et d'une présentation orale devant un jury professionnel

RNCP35539BC03 — Identifier et intégrer des innovations techniques, matières ou procédés, pour développer une gamme de produits TMC

LISTE DE COMPÉTENCES

BC3.1 Organiser une veille technologique pour identifier les innovations les plus porteuses en termes de création de valeur, de fabricabilité et de respect de l'environnement

BC3.2 Maîtriser le vocabulaire technique pour instaurer un dialogue utile avec des acteurs techniques : responsables de fabrication et fournisseurs

BC3.3 Optimiser la fabricabilité et la recyclabilité en amont du développement pour développer une gamme de produits TMC durables à coûts objectifs

BC3.4 Spécifier les objectifs de coûts, délais, qualité et RSE des produits à développer pour rédiger un cahier des charges technique

BC3.5 Intégrer les normes d'écoconception pour valider la conformité du prototype ou de l'échantillon par rapport au cahier des charges

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etudes de cas techniques confiées par les entreprises
Evaluation collective sur la base d'un rendu écrit et d'une présentation orale devant des intervenants professionnels

Analyse technique détaillée d'un produit TMC
Rétroingénierie et identification des choix techniques et technologiques

Evaluation individuelle sur la base d'un rendu écrit corrigé par des intervenants professionnels spécialisés

Réalisation d'un cahier des charges de confection et élaboration d'une démarche qualité
Evaluation individuelle sur la base d'un rendu écrit corrigé par des intervenants professionnels, le commanditaire et les intervenants académiques.

RNCP35539BC04 — Exploiter un échantillon ou un prototype validé pour industrialiser la production ou sécuriser la chaîne d'approvisionnement d'une collection

LISTE DE COMPÉTENCES

BC4.1 Définir les critères et organiser les processus de validation d'un échantillon ou d'un prototype pour rédiger un dossier complet d'industrialisation

BC4.2 Intégrer les contraintes techniques, écologiques et économiques pour décider de fabriquer en propre ou sous-traiter la production d'une collection

BC4.3 Mettre en place des indicateurs pour évaluer et sélectionner les sources potentielles d'approvisionnement matières ou produits finis

BC4.4 Mobiliser les techniques de négociation avec les fournisseurs pour obtenir les meilleures conditions : coûts, délais et qualité, respect des contraintes RSE

BC4.5 Mettre en œuvre un contrôle qualité et un suivi et des normes éthiques et environnementales pour sourcer des matières premières ou des produits finis

BC4.6 Cerner les enjeux de chaque étape logistique pour sécuriser la chaîne globale d'approvisionnement

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Réalisation d'un dossier d'industrialisation ou de sourcing
Sur la base d'un cas d'usage confié par une entreprise,
Evaluation individuelle sur la base d'un rendu écrit corrigé par des intervenants professionnels, le commanditaire et les intervenants académiques.

Jeux de rôle de négociation
Réalisé en français et en anglais

Evaluation individuelle à partir d'une observation réalisée par l'intervenant pendant le jeu et performance collective de l'équipe de négociateurs

Projet de Création d'une collection Textile Mode Cuir
Approche Achats, fabrication et contrôle qualité

Evaluation sur la base d'un rendu écrit individuel corrigé par des intervenants professionnels spécialisés et présentation orale

RNCP35539BC05 — Fédérer et motiver les équipes pour manager les activités internes et externes en mode hiérarchique ou projet dans le secteur TMC

LISTE DE COMPÉTENCES

BC5.1 Répartir et organiser les tâches entre les différents acteurs afin d'établir la confiance entre les partenaires externes et les équipes internes

BC5.2 Proposer et mettre en place des indicateurs de performance pour évaluer la contribution et développer la motivation de chacun

BC5.3 Contrôler les consommations budgétaires pour exécuter le plan marketing et communication et atteindre les

objectifs de rentabilité

BC5.4 Concevoir des indicateurs de suivi commercial d'une gamme de produits TMC pour évaluer la performance de différents canaux de distribution

BC5.5 Mobiliser des connaissances en anglais pour négocier des partenariats internationaux complexes et fédérer des équipes dans plusieurs pays

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Deep Dive

Mises en situations réelles avec nécessité de produire des livrables sous forte contrainte de temps.

Evaluation individuelle à partir d'une observation réalisée par l'intervenant pendant le jeu et performance collective de l'équipe à travers la qualité perçue par l'intervenant des livrables

Etudes de cas Management élaborés par les intervenants

Evaluation sur la base d'un rendu écrit individuel corrigé par des intervenants professionnels spécialisés.

Test de connaissances individuel en anglais professionnel à l'écrit

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Secteur d'activité et taille des entreprises ou services employeurs :

L'analyse réalisée sur les 3 dernières promotions montre que les titulaires de la certification « Chef de produits TMC » se placent à 80% dans les branches habillement, textile, mode-Luxe, Maroquinerie-Cuir et chaussures appartenant toutes à la filière TMC.

En France métropolitaine, le secteur Textile Habillement Cuir compte en 2020 environ 120 000 entreprises actives soit 1,2% du total national, ce qui représente au total 158 453 établissements pour 326 250 postes salariés soit 1,5% du total national[1].

La plupart des entreprises de la filière TMC sont des PME voire des TPE.

- Lorsqu'ils évoluent dans les entreprises des branches TMC, les certifiés sont majoritairement employés au sein de TPE-PME
- Lorsqu'ils intègrent une enseigne de distribution les titulaires rejoignent alors plus fréquemment une grande entreprise (GSA) ou une PME-ETI (GSS[2]).
- Si elle ou il travaille dans un bureau de style, ce sera essentiellement au sein de TPE ou de PME.

Responsabilités caractérisant les postes ciblés :

Le chef de produit TMC occupe une position de chef d'orchestre, d'interface et d'interlocuteur privilégié avec les différentes parties prenantes internes ou externes au processus de collection, en particulier vis-à-vis de :

- Direction générale : participation à la définition des orientations stratégiques et financières, validation des choix notamment en matière de prix, quantités, marge, « vente interne » de la collection
- Styliste ou Bureau de Style : identification des tendances de mode de la saison, orientation des recherches stylistiques
- Service Marketing : interprétation des chiffres de ventes de la collection précédente, évolutions des attentes des consommateurs, veille concurrentielle, orientation et mise en œuvre du plan marketing
- Modéliste : mise au point produit, essais au porter et au bien-aller, élaboration du dossier industriel
- Service Production : mise au point produit, calcul des prix de revient, organisation logistique
- Fournisseurs & sous-traitants : choix et évaluations des fournisseurs, négociation des prix-quantités-délais, respect de la qualité y compris environnementale des produits
- Réseau magasins : définition des assortiments par circuit et format de magasin, plans de merchandising, analyse retours qualité
- Agence de communication : définir les packagings, les campagnes promotionnelles et leurs supports

Autonomie caractérisant les postes ciblés

Le métier s'exerce au sein de différents types d'organisation qui induisent un périmètre d'activité et un niveau d'autonomie spécifique.

Dans le cas d'une PME, le chef de produit est le plus fréquemment sous la responsabilité du DG ou du PDG. Il dispose donc d'une large autonomie dans toutes les étapes du processus de collection. Dans ce cas, il occupe souvent des responsabilités de pilotage marketing et intervient de façon opérationnelle dans toutes les phases de collection : création, développement, mise en production et mise en marché.

Au sein d'une structure plus importante, telle qu'une marque de prêt-à-porter ou une centrale d'achats d'enseigne de

distribution, le chef de produit reporte en général à un directeur marketing, direction de collections, ou directeur d'achats. Les orientations marketing et budgétaires lui sont transmises par son responsable hiérarchique. A l'intérieur de ce cadre, le chef de produit textile dispose d'une autonomie importante tout au long des processus de collection. Il manage le plus souvent une équipe de quelques personnes, en fonction de la taille de la structure, constituée d'assistant(es) chef(s) de produits, d'assistant(es) gestionnaire et de styliste(s)-modéliste(s). Il s'agit d'un travail d'équipe où le rôle du chef de produit s'apparente véritablement à celui d'un chef d'orchestre.

[1] Source : Etude Textile – Habillement – Cuir Août 2020

[2] GSA : Grande Surface Alimentaire - GSS : Grande Surface Spécialisée

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Le métier de Chef de produits TMC est composé de tous les emplois qui participent à la chaîne de valeur d'une collection TMC depuis la création d'un prototype jusqu'à sa mise en marché et en production. Le métier visé par la certification regroupe donc un certain nombre d'emplois qui, selon les cadres d'exercice, peuvent apparaître sous différents intitulés et que l'on peut classer comme suit :

Emplois visés liés au style, au graphisme ou au design :

Styliste, Designer textile, Graphiste textile, Appareil[1] designer Emplois permettant d'accéder aux métiers cibles[2] : Assistant designer, Graphic designer junior

Emplois visés liés aux innovations technologiques et à la qualité de production

Développeur produits textiles, Responsable production textile, Responsable contrôle qualité Emplois permettant d'accéder aux métiers cibles : Assistant qualité de production, Assistant de production

Emplois visés liés au Marketing au management et aux ventes

Gestionnaire de collection, Chef de produit TMC, Responsable point de vente TMC, Responsable Export d'une gamme de produits TMC Emplois permettant d'accéder aux métiers cibles : Assistant ou conseiller Marketing ou commercial, Merchandiseur de produits TMC

Emplois liés aux achats et à la chaîne logistique

Responsable Achats et logistique, Acheteur textiles ou vêtements Emplois permettant d'accéder aux métiers cibles : Assistant Achats, Acheteur junior

[1] Vêtements en anglais

[2] Après 2 à 4 ans d'expérience professionnelle

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Faible (2/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 1 à 5 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 737 €
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) R3X80 — Maîtrise des magasins · tension 2/5 (Faible) R3X82 — Professions intermédiaires commerciales des achats · tension 5/5 (Très élevée) R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible) U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	19 765
Jugés difficiles à recruter	29 %
Emplois saisonniers	12 %

Familles professionnelles (FAP)

R1X68 — Employés des services commerciaux
R3X80 — Maîtrise des magasins
R3X82 — Professions intermédiaires commerciales des achats
R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats)
R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique
U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

La certification est accessible aux étudiants titulaires au minimum d'une certification de niveau 5.

La formation dure 3 ans, dont 2 en alternance en entreprises de la filière TMC.

Pour les étudiants titulaires d'une certification de niveau 6, filière TMC, une admission parallèle est envisageable en 2ème année.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

Nombre et profils de personnes composant le jury : le jury de certification hors VAE est composé de 7 personnes avec voix délibérative. Le Président du Conseil d'orientation et de Perfectionnement préside le Jury de Certification. Il s'agit d'un dirigeant d'entreprise textile choisi par le Directeur de l'ISTA.

Pourcentage de membres extérieurs à l'autorité délivrant la certification dont professionnels qualifiés : 57% d'externes participent avec voix délibérative au jury de certification.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE

Nombre et profils de personnes composant le jury : le jury de certification hors VAE est composé de 7 personnes avec voix délibérative. Le Président du Conseil d'orientation et de Perfectionnement préside le Jury de Certification. Il s'agit d'un dirigeant d'entreprise textile choisi par le Directeur de l'ISTA.

Pourcentage de membres extérieurs à l'autorité délivrant la certification dont professionnels qualifiés : 57 % d'externes participent avec voix délibérative au jury de certification.

COMPOSITION DU JURY — APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

Nombre et profils de personnes composant le jury : le jury de certification hors VAE est composé de 7 personnes avec voix délibérative. Le Président du Conseil d'orientation et de Perfectionnement préside le Jury de Certification. Il s'agit d'un dirigeant d'entreprise textile choisi par le Directeur de l'ISTA.

Pourcentage de membres extérieurs à l'autorité délivrant la certification dont professionnels qualifiés : 57% d'externes participent avec voix délibérative au jury de certification.

COMPOSITION DU JURY — VAE

Nombre et profils des personnes composant le jury : le jury de certification VAE est composé de 4 personnes. Le Directeur de l'ISTA désigne le Président de Jury parmi les membres extérieurs de l'ISTA.

Pourcentage de membres extérieurs à l'autorité délivrant la certification dont professionnels qualifiés : le jury de certification VAE est composé à 50% de membres extérieurs à l'ISTA (dont 50% représentant les employeurs et 50% représentant les salariés).

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle	7 500 €
-------------------------	---------

Selon la branche	5 207 € – 8 400 €
------------------	-------------------

Prise en charge	Branches concernées
-----------------	---------------------

7 500 €	Valeur par défaut · 203 branches
8 400 €	CPNEF des industries de l'habillement, CPNEF textile, CPNEFP Habillement succursaliste
5 337 €	CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles, CPNEFP de la branche des prestataires de services du secteur tertiaire
7 702 €	CPNEFP Commerce succursaliste de la Chaussure
6 900 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
5 486 €	CPNEFP de la branche de la promotion immobilière
5 400 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
5 207 €	CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet

Base légale

Date de décision	19/04/2021
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	19/04/2024

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2019	23	0	95 %	80 %
2018	37	0	93 %	71 %
2016	40	0	100 %	82 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP2222

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF
<https://www.ista-bs.fr/manager-offre-produit/>

Fiche officielle (France Compétences)
<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/35539/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	2
Parcours menés à terme	2
Taux d'achèvement	100 %
Période	04/2022 – 08/2022

Entrées et sorties — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	2
Montant total engagé	1 893 €
Coût moyen par dossier	947 €
Durée moyenne	337 h
Période	03/2022 – 04/2022
France compétences	100 %

Formations engagées via le CPF — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.