

Styliste designer de mode

RNCP35659 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	240, 242n, 242
Formacode(s)	21775
Code(s) ROME	B1805
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	17/06/2021
Date d'échéance	17/06/2024

Certificateur(s)

INSTITUT DE DEVELOPPEMENT DES ARTS APPLIQUES · SIRET : 78973074400099

INST DEVELOPPEMENT ARTS APPLIQUES · SIRET : 78973074400040

IDAA · SIRET : 43044911600036

<https://www.lisaa.com/fr>

LOCOMOTIVE · SIRET : 33103779600041

<https://www.atelier-chardon-savard.com/>

Partenaires habilités

3 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 3 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
BELLECOUR ECOLES D'ART	79379061900035	Former et organiser l'évaluation
GALILEO VAE	90077772300025	Former et organiser l'évaluation
LISAA NANTES	44025264100020	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Analyse des besoins du secteur

Les chiffres clés du secteur de la mode en France :

- 1er acteur mondial de la mode et du luxe
- 150 Milliards € de chiffre d'affaires direct
- 2,7 % du PIB français induits par la mode
- 37,5 Milliards € de valeur ajoutée
- 616 552 emplois directs dans le secteur
- Paris première ville mondiale d'achat de luxe : la mode représente 30% des dépenses des touristes
- 1,2 Md€ de retombées économiques pour les 6 semaines de Fashion Weeks annuelles (Haute Couture, prêt-à-porter féminin, prêt-à-porter masculin)
- La mode est le deuxième marché de consommation en France : 64 Md€, dont 41,2 Md€ (habillement/ textile / chaussure / accessoires) derrière l'agro-alimentaire (159 Md€), devant les achats de véhicules (41Md€). - Plus de 13% des achats aujourd'hui sont réalisés en ligne.
- La Fast Fashion vient bouleverser les habitudes de consommation

Un phénomène vient bouleverser les tendances : la fast fashion. De plus en plus développée, elle met la filière en tension. Initiée à l'origine par les enseignes, elle est marquée par la croissance du nombre de collections annuelles, parfois poussée jusqu'à la stratégie du changement permanent, ainsi que par la multiplication du nombre de collaborations entre marques et/ou créateurs.

Plébiscité par les consommateurs en recherche de nouveautés, ce phénomène, créé par quelques acteurs, bouleverse l'ensemble de la filière française de l'Habillement, les stylistes doivent s'y adapter avec agilité et adaptabilité. La part de créativité prend donc une place plus importante dans le métier car les marques cherchent à se différencier par leur image ou par des concepts toujours plus innovants.

- L'évolution des outils numériques impacte fortement le secteur de la mode

Les nouvelles technologies vont peu à peu être intégrées de plus en plus étroitement dans la chaîne de valeur du secteur, et ce à plusieurs niveaux : inspiration avec les archives numériques, deep learning : de l'apprentissage à la reconnaissance d'images, la gestion de bases de données visuelles et l'émergence des méthodes d'analyse prédictive.

L'utilisation de ces avancées technologiques permet aux entreprises d'améliorer leur expérience client. En effet, la relation client se personnalise davantage. Elles permettent aux stylistes/designers de mieux cerner leurs cibles et d'adapter les créations selon les comportements de celles-ci. L'IA permet donc de collecter, d'analyser et de traiter les données qui sont nécessaires à la modélisation des habitudes de consommation. Certains acteurs, du luxe notamment, l'ont déjà intégré. D'autres entreprises doivent encore mesurer l'importance de ces atouts et les développer.

Les nouvelles technologies concernent aussi les technologies dites de « production », c'est-à-dire l'ensemble des matériaux, logiciels et machines permettant à la fois la création, le prototypage mais aussi l'industrialisation des collections. Nous pourrions citer quelques exemples tels que l'émergence de matériaux innovants, les textiles intelligents, les objets et vêtements connectés et la technologie portable (wearable technologies) ; l'amélioration du processus créatif avec les logiciels d'assistance à la création et le prototypage virtuel ; la facilitation de la confection avec l'imprimante 3D, la technologie additive et les robots ; la réalisation de produit fini avec les objets et vêtements connectés et la technologie RFID ; le merchandising avec l'analyse de données (le data mining), la gestion des collections avec les logiciels de product life cycle management (PLM); le sizing (calibrage) avec les mannequins robots évolutifs et connectés ; la gestion de la chaîne logistique (supply chain) avec les dispositifs de traçabilité reposant sur la blockchain ; la distribution avec les drones ; l'amélioration de la relation client avec les nouveaux logiciels CRM ; ou encore l'individualisation de l'expérience client avec les technologies immersives et les stratégies omnicanales.

Tout l'enjeu réside dans la capacité de mettre au service des métiers du secteur, des outils technologiques offrant des bénéfices tout en préservant un savoir-faire manuel. Ces outils ont pour but de créer davantage de valeur économique, pour produire moins mais mieux ou pour améliorer les conditions de travail, l'IA par exemple est désormais incontournable dans la mode. Elle est un allié actif et efficace des créateurs et des équipes opérationnelles.

- Un changement structurel des attentes en termes d'expérience client

Aujourd'hui, les entreprises axent leur stratégie sur l'expérience client (customer centric). Le but étant de se différencier sur son marché en misant sur la satisfaction du client. Pour ce faire, le styliste travaille avec l'ensemble des services support (la communication, marketing, merchandising et achats). Il est donc nécessaire qu'il ait développé la coopération et l'esprit d'équipe.

L'avènement des réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Pinterest, Snapchat, Tik Tok) a aussi modifié les comportements de consommation. Les consommateurs testent les produits et partagent leurs avis instantanément. Les marques se servent de ces moyens de communication pour créer du lien de manière individualisée, et ou encore pour animer des communautés dans lesquelles les consommateurs se retrouvent.

En découle, des méthodes de co-crédation de produits impliquant les consommateurs et les créateurs permettant aux entreprises de jongler entre un marketing de l'offre (issue de créateurs seuls) et un marketing de la demande (issue de remontée d'attentes terrain). On parle d'ailleurs de l'intégration des consommateurs dans la chaîne de valeur, les interactions avec l'externe se multiplient et les frontières de la filière en interne se brisent dans le but de ne pas proposer uniquement des produits répondant à la demande mais partager une expérience (culture commune, valeurs, contenus, ...) avec ses clients.

Le triptyque coût/qualité/délais détermine plus que jamais la relation avec le client, réinterrogeant l'ensemble des chaînes de fabrication. La maîtrise de la production à la demande, en flux tendu, avec des stocks minimaux, l'amélioration de la coordination entre donneurs d'ordres et sous-traitants (via des systèmes d'informations de qualité, la mise en place des plateformes collaboratives numérisées avec des standards communs, la robotisation...) sont

autant de facteurs de compétitivité pour raccourcir les délais et réduire la destruction de valeurs due aux sur-stocks et aux promotions agressives. Le challenge est alors d'imaginer et créer au plus précis et avec des matériaux toujours plus innovants ce qu'une enseigne sera en mesure de vendre. Ceci en estimant les quantités à produire au plus juste pour éviter le gaspillage et arriver à un business model 0 déchet.

- Distribution – A l'ère du multicanal

Les magasins rencontrent toujours autant de succès et restent par ailleurs le lieu privilégié d'achat, plus de 80% du chiffre d'affaires du marché de l'habillement est réalisé dans un point de vente physique. Les modes de distribution se diversifient, nous parlons de phygitalisation contraction entre physique et digital, améliorant l'expérience client via l'adaptation aux nouveaux besoins.

Le commerce en ligne rencontre lui aussi un franc succès et connaît une belle croissance avec la multiplication de ses sites de ventes en ligne, faisant apparaître des géants du e-commerce venant casser les codes du marché.

Afin de contrer cela, les marques et les enseignes se lancent alors dans une course effrénée entre sites internet performants et magasins d'un nouveau type. On parle alors d'un parcours client sans couture sous-entendant une connaissance accrue des habitudes et des comportements client. Le travail du styliste axé autour de la proposition, du choix et de l'association de produits doit être toujours plus imaginatif pour offrir au consommateur ce qu'il attend selon ses valeurs avec des articles qui lui ressemblent en privilégiant le style aux tendances, et faisant rimer mode et éthique.

- La RSE, autre enjeu sociétal dominant toute la filière

La responsabilité sociétale des entreprises est une démarche visant à intégrer les entreprises du secteur vers une « mode engagée » s'articulant autour des préoccupations environnementales, animales, et humaines. Seconde industrie la plus polluante de la planète, en générant 20% des eaux usées et 10% des émissions carbone mondiales, les consommateurs sont aujourd'hui en quête de produits respectueux de l'environnement qui ne soient ni nocifs pour la planète ni pour ceux qui l'habitent.

La RSE devient ainsi un critère de sélection tant pour le choix de matières par les stylistes, que pour les ressources humaines mobilisées (respect du droit du travail, interdiction du travail des enfants...), la traite des animaux ou encore l'impact écologique de la production.

Les acteurs du secteur misent donc sur la recherche et l'innovation de nouveaux matériaux moins énergivores en ressources naturelles et sans impacts négatifs sur l'environnement mais aussi sur un concept de consommation responsable surnommé « upcycling » avec la revalorisation de vêtements et tissus de récupération en de nouvelles pièces : foulards, sacs, pantalons, vestes, hauts...

Pour conclure, le rôle du styliste a vocation à donner du sens à l'ensemble de ces changements en intégrant ces nouveaux usages liés à l'évolution de son environnement dans ses créations. L'enjeu pour la compétitivité de demain sera de réussir l'appropriation de ces innovations en tenant compte des mutations sociétales.

- Les chiffres clés des besoins en emploi

En France métropolitaine, les régions qui emploient le plus dans ce secteur sont sans le moindre doute le Nord-Pas-de-Calais et l'Ile-de-France. Néanmoins, on recherche aussi de nombreux stylistes en Provence-Alpes-Côte d'Azur, en Bretagne comme en Rhône-Alpes. Incontestablement, Roubaix et Paris demeurent les agglomérations qui recrutent le plus dans ce secteur, suivies par des villes telles que Lille, Marseille et Saint-Denis.

L'évolution de l'emploi depuis 2 ans en région Ile de France est en progression de 2,7%. Le bassin parisien est très attractif avec 11 embauches prévues sur 15 soit presque 75% des embauches prévues à date.

38% des entreprises ayant prévue une embauche estiment les postes difficiles à pourvoir.

ACTIVITÉS VISÉES

- Définition du brief créatif d'une collection dans le respect du positionnement de la marque

- o A1.1 Analyse d'un positionnement d'une marque sur la base d'informations partagées par le DA et/ou chef de produit (résultats des ventes, résultats des nouveaux produits en phase de lancement, comportements des clients, concurrence, tendance...)

- o

- A1.2

- Rédaction d'un cahier des charges

- o

- A1.3

- Définition des tendances d'une collection

- Développement et structuration d'une collection

- o

A2.1

Définition et sélection des matières, couleurs, accessoires en fonction des spécifications produit ou marque

o

A2.2

Définition des spécifications techniques par rapport au modèle à créer

o

A2.3

Réalisation des dessins et des croquis dans le respect du cahier des charges

- Piloter la réalisation d'une collection de son prototypage à sa conception

o

A3.1

Réalisation ou supervision de la réalisation des éléments consécutifs de l'interprétation technique des croquis (maquette, patron, prototype)

o

A3.2

Supervision de la production de la collection (sélection et suivi des prestataires)

o

A3.3

Présentation d'une collection auprès des équipes internes et du directeur artistique

- Promotion d'une collection auprès des équipes internes, de partenaires, décideurs et/ou professionnels de la mode

o

A4.1

Déclinaison de l'identité visuelle d'une collection en portfolio et lookbook sur différents supports print et/ou digitaux

o

A4.2

Valorisation et promotion d'une collection auprès des équipes internes, de partenaires, décideurs et professionnels de la mode

o

A4.3

Scénarisation d'une collection (défilé, shooting photo, vidéo de promotion...)

COMPÉTENCES ATTESTÉES

• C1.1

Analyser le positionnement d'une marque, en intégrant son ADN, en identifiant le public cible, le segment et la concurrence de manière à construire sa proposition de valeur

- C1.2 Détecter et analyser les tendances en matière de mode, de techniques et de technologies en réalisant une veille et en participant à des événements professionnels, afin de favoriser la créativité et l'innovation

- C1.3 Concevoir un trendbook / un support d'inspiration en : - déterminant le cadre dans lequel s'inscrit la collection - déterminant les lignes directrices,

- dégageant les idées, les tendances et inspirations, de manière à illustrer le concept créatif de la collection

- C1.4 Définir ou participer à la définition d'un cahier des charges avec le directeur artistique en décrivant précisément les attendus et les contraintes (humaines, financières, matérielles et délai), afin d'encadrer la réalisation de la collection

- C2.1 Définir le thème directeur d'une collection en déterminant les concepts, les thèmes et les sous-thèmes et en sélectionnant les éléments sources de référence et d'inspiration afin de développer une collection

- C2.2 Sélectionner les matières premières et tissus, les motifs et impressions ainsi que les gammes de couleurs de la collection en tenant compte du thème et des moodboards préalablement définis, afin de répondre aux attentes de la cible

- C2.3 Dessiner les différents produits de la nouvelle collection, à la main ou en infographie, en précisant les volumes, les formes, les gammes de couleurs et les accessoires dans le respect des différentes contraintes techniques

- C2.4 Elaborer à l'aide d'outils CAO un plan de collection précisant le nombre et le type de pièces à réaliser ainsi que les dessins techniques associées, dans le respect des contraintes, afin d'inventorier et représenter de façon organisée l'ensemble des pièces de la collection

- C3.1 Réaliser les fiches techniques des prototypes de l'ensemble de la collection (dessins à plat, choix de tissus,

détails des finitions, liste des fournitures et mercerie...) en décrivant les dessins, silhouettes et proportions afin de permettre leur réalisation finale sans altération des intentions d'origine

- C3.2 Superviser la réalisation du patronage quel que soit la technique (moulage ou coupe à plat) en amont et en aval des essayages, en veillant au respect de la fiche technique, de manière à valider le patronage définitif
- C3.3 Proposer des actions correctrices et des ajustements nécessaires lors de la fabrication de prototype en :
 - o Identifiant les problèmes,
 - o Apportant des solutions techniques,

Afin de valider les prototypes dans le respect des fiches techniques et de la vision artistique de la collection

- C3.4 Sélectionner les fournisseurs et prestataires en tenant compte des contraintes (esthétiques, techniques, temporelles, budgétaires et matérielles) et définissant des critères de sélection (rapport qualité/prix, délais, stabilité et réputation...), afin de constituer un réseau de partenaires professionnels
- C3.5 Présenter et défendre l'ensemble des pièces d'une collection aux différentes équipes (créatives, marketing, communication, commerciales...) en valorisant l'harmonisation des prototypes et en mettant en valeur les matières et choix artistique, afin d'explicitier les choix et le respect du cahier des charges
- C4.1 Réaliser le portfolio et le lookbook qui regroupent l'ensemble des composantes de la collection (thème, concepts, inspirations, moodboards, line-up, dessins techniques, etc...) dans le respect de son identité visuelle afin de promouvoir la collection
- C4.2 Scénariser la présentation de la collection, à destination des décideurs, des professionnels de la mode et/ou des financeurs, en coordonnant l'ensemble des éléments scénographiques de manière à valoriser les pièces de la collection

Blocs de compétences

RNCP35659BC01 — Définition du brief créatif d'une collection dans le respect du positionnement de la marque

LISTE DE COMPÉTENCES

C1.1 Analyser le positionnement d'une marque, en intégrant son ADN, en identifiant le public cible, le segment et la concurrence de manière à construire sa proposition de valeur

C1.2 Détecter et analyser les tendances en matière de mode, de techniques et de technologies en réalisant une veille à l'aide d'outils numérique (IA, logiciels de veille, ...) et en participant à des événements professionnels, afin de favoriser la créativité et l'innovation

C1.3 Concevoir un trendbook / un support d'inspiration en :

- déterminant le cadre dans lequel s'inscrit la collection
- déterminant les lignes directrices,
- dégageant les idées, les tendances et inspirations,

de manière à illustrer le concept créatif de la collection

C1.4 Définir ou participer à la définition d'un cahier des charges avec le directeur artistique en décrivant précisément les attendus et les contraintes (humaines, financières, matérielles et délai), afin d'encadrer la réalisation de la collection

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet de réalisation d'une collection :

- Le candidat doit réaliser un livrable contenant
- une présentation de la marque et de son ADN,
- une présentation de la cible et de son positionnement sur le marché (incluant une analyse de la concurrence).
- Le candidat présente les concepts pour une ou plusieurs collections.

Le candidat doit :

- Créer le storytelling (accroche narrative) de la collection,
- Illustrer les ambiances souhaitées par un dossier de planches et moodboards
- Expliciter ses choix en s'appuyant sur les résultats de sa veille.
- Le candidat doit réaliser un cahier des charges

RNCP35659BC02 — Développement et structuration d'une collection

LISTE DE COMPÉTENCES

C2.1 Définir le thème directeur d'une collection en déterminant les concepts, les thèmes et les sous-thèmes et en sélectionnant les éléments sources de référence et d'inspiration afin de développer une collection

C2.2 Sélectionner les matières premières et tissus (dont matériaux innovants, ou wearable technologies), les motifs et impressions ainsi que les gammes de couleurs de la collection en tenant compte du thème, des moodboards préalablement définis et des standards en matière de RSE, afin de répondre aux attentes de la cible

C2.3 Dessiner les différents produits de la nouvelle collection, à la main ou en infographie, en précisant les volumes, les formes, les gammes de couleurs et les accessoires dans le respect des différentes contraintes techniques

C2.4 Elaborer à l'aide d'outils CAO un plan de collection précisant le nombre et le type de pièces à réaliser ainsi que les dessins techniques associées, dans le respect des contraintes, afin d'inventorier et représenter de façon organisée l'ensemble des pièces de la collection

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet de réalisation de collection

- Le candidat doit présenter le thème directeur de sa collection au travers de planches d'inspiration et/ou moodboards
- Le candidat doit réaliser un dossier de planches composé des éléments suivants :
- Planche(s) de gammes de couleurs et d'harmonie colorées
- Planche(s) ou robracks des matières premières : tissus, doublures, fournitures (boutons, fermetures éclair, galons, dentelles, accessoires divers et ornements) sur des planches ou robracks
- Le candidat doit réaliser :
- Des premiers croquis et esquisses
- un développement de produits en dessin à plat
- Des silhouettes ou illustrations représentatives de la collection
- Le candidat doit produire un plan de collection complet.

Le plan de collection doit faire figurer les dessins à plat réalisés en infographie. Les références de chaque vêtement doivent préciser les attributions tissus.

RNCP35659BC03 — Piloter la réalisation d'une collection de son prototypage à sa conception

LISTE DE COMPÉTENCES

C3.1 Réaliser les fiches techniques des prototypes de l'ensemble de la collection (dessins à plat, choix de tissus, détails des finitions, liste des fournitures et mercerie...) en décrivant les dessins, silhouettes et proportions afin de permettre leur réalisation finale sans altération des intentions d'origine

C3.2 Superviser la réalisation du patronage quel que soit la technique (moulage ou coupe à plat) en amont et en aval des essayages, en veillant au respect de la fiche technique, de manière à valider le patronage définitif

C3.3 Proposer des actions correctrices et des ajustements nécessaires lors de la fabrication de prototype en :

- Identifiant les problèmes,
- Apportant des solutions techniques,

Afin de valider les prototypes dans le respect des fiches techniques et de la vision artistique de la collection

C3.4

Sélectionner les fournisseurs et prestataires en tenant compte des contraintes (esthétiques, techniques, temporelles, budgétaires, matérielles) et définissant des critères de sélection (rapport qualité/prix, délais, stabilité, réputation, réponse aux enjeux RSE...), afin de constituer un réseau de partenaires professionnels

C3.5 Présenter et défendre l'ensemble des pièces d'une collection aux différentes équipes (créatives, marketing, communication, commerciales...) en valorisant l'harmonisation des prototypes et en mettant en valeur les matières et choix artistique, afin d'explicitier les choix et le respect du cahier des charges

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle : Dossier technique

Les candidats doivent réaliser les fiches techniques permettant la confection des prototypes ou des productions stylistiques de la collection.

Projet de réalisation de collection

Dans le cadre de la création de collection :

- Le candidat doit présenter des toiles : première version du vêtement ou de l'accessoire réalisé, en rendant compte du volume, des proportions et des détails tels que figurant sur les fiches techniques.

- Le candidat doit présenter le processus de conception dans son ensemble et expliciter les actions correctrices mises en œuvre.
- Le candidat doit présenter un dossier technique contenant un tableau regroupant toutes les coordonnées des intervenants du projet avec un descriptif de leurs prestations et/ou produits
- Le candidat doit présenter l'ensemble des pièces de la collection et expliciter ses choix artistiques.

RNCP35659BC04 — Promotion d'une collection auprès des équipes internes, de partenaires, décideurs et/ou professionnels de la mode

LISTE DE COMPÉTENCES

C4.1 Réaliser le portfolio et le lookbook qui regroupent l'ensemble des composantes de la collection (thème, concepts, inspirations, moodboards, line-up, dessins techniques, etc...) dans le respect de son identité visuelle afin de promouvoir la collection

C4.2 Scénariser la présentation de la collection, à destination des décideurs, des professionnels de la mode et/ou des financeurs, en coordonnant l'ensemble des éléments scénographiques de manière à valoriser les pièces de la collection

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet de réalisation de collection

Dans le cadre de la création de collection, le candidat doit réaliser un portfolio et/ou un lookbook

Mise en situation professionnelle

La candidat doit présenter les prototypes de leurs collections lors d'une présentation scénarisée

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Secteurs :

- Industrie de l'habillement
- Commerce de gros, à l'exception des automobiles et motocycles
- Commerce de détail, à l'exception des automobiles et motocycles
- Production de films cinématographiques, de vidéos et de programmes de télévision ; enregistrement sonore et édition musicale
- Edition / Presse
- Autres activités spécialisées scientifiques et techniques

Structures :

- Marque de mode
- Maison de couture
- Bureau de style
- Bureau d'études et d'ingénierie
- Centrale d'achat
- Grands magasins
- Vente par correspondance (site de vente en ligne)
- Entreprise de fabrication d'articles textiles
- Entreprise de fabrication/réparation d'articles en cuir

Selon la taille de la structure dans laquelle il exerce, le styliste/designer de mode est amené à travailler en équipe avec un modéliste et des confectionneurs, ou à assumer seul ces différentes missions. Dans ce dernier cas, il délèguera une partie de ses activités à des prestataires et s'occupera de leur coordination. C'est pourquoi, le styliste se doit d'être polyvalent et pluridisciplinaire. Dès lors, l'environnement dans lequel évolue le styliste/designer de mode va influencer non seulement sur son champ d'action et les missions confiées, mais aussi influencer sur l'intitulé de son poste

et son placement dans la chaîne de production.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Textile/Habillement
- Designer / Designeuse textile
- Styliste prêt-à-porter
- Styliste textile
- Styliste habillement
- Accessoires / maroquinerie /
- Styliste accessoires
- Concepteur / Conceptrice maquettiste en accessoires de mode
- Styliste maroquinerie
- Styliste en accessoires textile
- Joaillerie et bijoux
- Designer / Designeuse en joaillerie
- Designer / Designeuse en bijouterie
- Dessinateur / Dessinatrice en bijouterie
- Styliste en bijoux
- Chaussures et articles chaussants
- Styliste chaussure
- Styliste/modéliste chaussure
- Lingerie/balnéaire/corseterie
- Esquisseur / Esquisseuse en dentelle
- Styliste lingerie, corseterie
- Généraliste
- Styliste / modéliste
- Styliste fil
- Designer de mode
- Styliste / Designer

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Sans objet

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)	Très faible (1/5)
Facteurs principaux	Non-attractivité salariale
Salaire médian (mensuel)	2 300 €
Familles professionnelles (FAP)	U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	3 755
Jugés difficiles à recruter	20 %
Emplois saisonniers	22 %
Familles professionnelles (FAP)	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

En formation initiale (étudiants) avec effet cumulatif :

- Être titulaire d'une certification de niveau 5 ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), ou être détenteur du bac et avoir validé 180 crédits ECTS ;
- Avoir effectué un cursus de formation préparant au passage et à l'obtention de la certification visée chez le certificateur ou un partenaire conventionné,
- Avoir réalisé un stage de professionnalisation d'une durée minimum de 6 mois dans le secteur de la mode dans une fonction de styliste / designer de mode.

En apprentissage ou contrat de professionnalisation :

- Cursus en 3 ans :
 - Être titulaire d'une certification de niveau 4, d'un bac, ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...),
 - Avoir effectué un cursus de formation en alternance de 36 mois (contrat d'apprentissage ou de professionnalisation) préparant au passage et à l'obtention de la certification chez le certificateur ou un partenaire conventionné.
- Cursus en 2 ans :
 - Être titulaire d'une certification de niveau 4, d'un bac, ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), et avoir validé 60 crédits ECTS ;
 - Et avoir effectué un cursus de formation en alternance de 24 mois (contrat d'apprentissage ou de professionnalisation) préparant au passage et à l'obtention de la certification visée chez le certificateur ou un partenaire conventionné ;
- Cursus en 1 an :
 - Être titulaire d'une certification de niveau 5, ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), ou avoir validé 120 crédits ECTS,
 - Et avoir effectué un cursus de formation en alternance de 12 mois (contrat d'apprentissage ou de professionnalisation) préparant au passage et à l'obtention de la certification visée chez le certificateur ou un partenaire conventionné ;

En formation professionnelle :

- Et avoir effectué un cursus de formation préparant au passage et à l'obtention de la certification visée chez le certificateur ou un partenaire conventionné.

ET :

o Être titulaire d'une certification de niveau 6, ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), ou avoir validé 180 crédits ECTS, et justifier d'une expérience professionnelle dans le secteur visé de minimum de 24 mois,

OU

o Être titulaire d'un titre ou diplôme de niveau 5 et justifier d'une expérience professionnelle dans le secteur visé de minimum de 36 mois,

OU

o Être titulaire d'un Baccalauréat et justifier d'une expérience professionnelle dans le secteur visé de minimum de 48 mois

Dérogations spécifiques :

- Si le candidat ne dispose pas de l'expérience professionnelle ou du diplôme requis, le candidat devra présenter un dossier démontrant sa capacité à valider la certification professionnelle (VAP, attestation employeur ou autres preuves d'une expérience professionnelle, personnelle ou associative permettant l'acquisition de compétences connexes...). Ce dispositif de valorisation des acquis se rapprocherait d'une VAE Mixte.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

- Nombre et profils de personnes composant le jury :

Le jury est composé :

- Pour moitié de membres internes à l'organisme et comportant au moins :
 - Le/la directeur (trice) de l'école ou son représentant(e)
 - Un/une responsable pédagogique ou un/une enseignant(e) formateur (trice)
- Pour moitié de membres externes à l'organisme et comportant au moins :
 - 2 représentants(es) extérieurs (es) professionnels (elles) (dont le Président)
 - Pourcentage de membres extérieurs à l'autorité délivrant la certification dont professionnels qualifiés :

Parmi les membres du jury, 50 % sont membres extérieurs

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE

Nombre et profils de personnes composant le jury :

Le jury est composé :

- Pour moitié de membres internes à l'organisme et comportant au moins :
 - o Le/la directeur (trice) de l'école ou son représentant(e)
 - o Un/une responsable pédagogique ou un/une enseignant(e) formateur (trice)
- Pour moitié de membres externes à l'organisme et comportant au moins :
 - o 2 représentants(es) extérieurs (es) professionnels (elles) (dont le Président)

Pourcentage de membres extérieurs à l'autorité délivrant la certification dont professionnels qualifiés : Parmi les membres du jury, 50 % sont membres extérieurs

COMPOSITION DU JURY — APPRENTISSAGE

Nombre et profils de personnes composant le jury :

Le jury est composé :

- Pour moitié de membres internes à l'organisme et comportant au moins :
 - o Le/la directeur (trice) de l'école ou son représentant(e)
 - o Un/une responsable pédagogique ou un/une enseignant(e) formateur (trice)
- Pour moitié de membres externes à l'organisme et comportant au moins :
 - o 2 représentants(es) extérieurs (es) professionnels (elles) (dont le Président)

Pourcentage de membres extérieurs à l'autorité délivrant la certification dont professionnels qualifiés :

Parmi les membres du jury, 50 % sont membres extérieurs

COMPOSITION DU JURY — CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, VAE

Nombre et profils de personnes composant le jury : Le jury est composé :

- Pour moitié de membres internes à l'organisme et comportant au moins :
 - o Le/la directeur (trice) de l'école ou son représentant(e)
 - o Un/une responsable pédagogique ou un/une enseignant(e) formateur (trice)
- Pour moitié de membres externes à l'organisme et comportant au moins :
 - o 2 représentants(es) extérieurs (es) professionnels (elles) (dont le Président)

Pourcentage de membres extérieurs à l'autorité délivrant la certification dont professionnels qualifiés : Parmi les membres du jury, 50 % sont membres extérieurs

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	7 794 €
Selon la branche	6 900 € – 8 800 €
Prise en charge	Branches concernées
7 794 €	Valeur par défaut · 209 branches
8 800 €	CPNEF des industries de l'habillement
8 400 €	CPNEFP Habillement succursaliste
7 076 €	CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles
6 900 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat

Base légale

Date de décision	17/06/2021
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	17/06/2024

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2018	119	0	86 %	48 %
2017	99	0	78 %	58 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP23668, RNCP25474

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP39089

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP35676, RNCP36151, RNCP36471, RNCP36780, RNCP37081, RNCP37821

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.atelier-chardon-savard.com/formation/designer-mode>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/35659/>