

Designer Créateur de produit de mode et textile

RNCP35676 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	242, 234, 241n
Formacode(s)	45027, 21752, 21775, 21627, 46081
Code(s) ROME	H1204, B1805, H1205
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	17/06/2021
Date d'échéance	17/06/2023

Certificateur(s)

COLLEGE DE PARIS-ECOLE CONTE · SIRET : 39900280700036

Partenaires habilités

5 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 5 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ASCENCIA BUSINESS SCHOOL	75345698700027	Former et organiser l'évaluation
COLLEGE DES TALENTS	75367632900026	Former et organiser l'évaluation
CREATION-CONCEPTION MODE & DESIGN	82857282600018	Former et organiser l'évaluation
OGEC MIRAIL	78184244800016	Former et organiser l'évaluation
PME DIGITALE	81929100600024	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le design textile : En France (données 2019)

Après une longue période de récession, avec notamment une baisse cumulée du chiffre d'affaires de 14% entre 2008 et 2017, le secteur de la mode en France semble peu à peu retrouver des couleurs. La relance observée dans le milieu de la mode en France au cours des dernières années est fortement liée à l'orientation de nombreux créateurs d'entreprise vers le secteur. Les entreprises de la mode en général génèrent un chiffre d'affaires total de 150 milliards d'euros (dont 33 milliards en produits exportés). Ce chiffre d'affaires, qui représente 2,7% du PIB français, est associé à près d'un million d'emplois (dont 362 000 rien que pour la vente au détail). Dans l'ensemble, les consommateurs français dépensent environ 64 milliards d'euros sur le marché de la mode, ce qui en fait le deuxième marché de consommation, derrière l'agroalimentaire et ses 159 milliards d'euros, mais devant les véhicules (41 milliards d'euros).

Une belle opportunité pour la filière française La crise du coronavirus a secoué la filière textile française mais elle aussi révélé sa fibre agile et solidaire. « En quelques semaines, la filière textile française a réussi à mobiliser et à réorienter son appareil productif sur notre territoire afin de fournir aux Français des masques textiles durables à filtration garantie en quantités suffisantes. Cet effort impressionnant doit être salué. » Agnès Pannier-Runacher, secrétaire d'État auprès du ministre de l'Économie et des Finances.

La situation a mis en évidence l'importance stratégique du secteur du textile et sa capacité à produire des biens

essentiels à la sécurité sanitaire de la population. Plus largement, il fournit les composants à tous les domaines stratégiques (sanitaire, agricole, industriel et technologique), contribuant ainsi à l'indépendance de l'industrie nationale. Le textile de demain sera technologique, créatif, durable et personnalisé. Cette tendance peut se poursuivre et même se développer si la filière textile répond aux exigences des consommateurs via trois fondamentaux : - intégrer les exigences environnementales du début à la fin de son cycle de production, - poursuivre son processus d'innovation à la croisée des technologies, - incarner son ambition par une formation adaptée à de nouveaux métiers et de nouvelles compétences. Un plan de relance export sectoriel a été mis en place par l'UIT avec BusinessFrance et la Team France Export.

Les tendances du marché textile : entre évolutions artistiques et technologiques
Aujourd'hui, une "nouvelle frontière" est à conquérir, celle des textiles et matières dits "intelligents", c'est à dire capables tout simplement d'interagir avec leur environnement.

Ces textiles innovants ont pour caractéristique première d'entrer en interaction avec leur environnement en réagissant à une modification de température, de lumière, d'humidité, en captant un signal, en l'analysant afin d'y répondre par exemple en transmettant une information, en stockant des données, ou en produisant de l'énergie susceptible d'allumer des « LEDs » ou de recharger un portable. Les tissus intelligents joueront bientôt le rôle de seconde peau. Avec pour exemple, le X bionic de X technologie, ressemblant à une combinaison de plongée très serrée, permet déjà une meilleure circulation du sang pendant des efforts et donc de meilleures performances. D'autres textiles plus innovants sont aujourd'hui anti transpirants, anti bactérien ou encore cicatrisant.

Pour une mode écoresponsable ? On le sait, l'industrie textile est l'une des plus polluantes au monde : entre 7 000 et 10 000 litres d'eau pour produire un seul jean, plus de 2 000 litres pour un t-shirt, des hectares de terre ravagés par la culture intensive du coton, etc. Difficile de nier ces faits, surtout lorsqu'on s'intéresse un peu au monde du textile et de l'habillement en général. Les nouveaux Designers et autres créatifs, doivent désormais garder à l'esprit certains critères désormais incontournables lors de la création d'une nouvelle collection :

- Mesurer les enjeux et les conséquences environnementales et sociales liées à l'industrie du textile et de la mode de demain, pour proposer de véritables produits écologiques et durables en adoptant de nouvelles stratégies commerciales
- Les achats de matières premières qui devront respecter la durabilité, la qualité et les coûts.

En complément du développement de pratiques écoresponsables, on assiste également à une émergence de marques « Made In France ».

Légalement, un produit est considéré comme Made in France si au moins 45% de sa valeur ajoutée a été produite sur le sol national. Premier cas simple : quand le produit est entièrement confectionné en France, de la matière première à sa finalisation (ce qui est rarissime sur le textile), l'affaire est pliée : le vêtement peut afficher la mention « fabriqué en France ». Quand plusieurs pays interviennent dans le processus de fabrication, il faut également que la dernière transformation substantielle ait lieu en France, « substantielle » signifiant que le produit n'est plus le même qu'avant cette étape. En mode, l'étape repère est celle de la confection, qui doit avoir été entièrement ou en grande partie réalisée en France. Conclusion, un chemisier en soie dont la soie provient de Chine peut être estampillé Made in France à condition que la confection ait été réalisée en France.

Perspectives d'emploi en France

Avec près de 2 200 entreprises, l'industrie textile française emploie plus de 61 000 salariés. Leurs activités couvrent les nombreuses étapes de la fabrication de textile : filature, moulinage, tissage, tricotage, ennoblissement... Le textile est utilisé dans de nombreux domaines d'application : habillement, linge de maison, médical mais aussi dans de nombreux domaines industriels, notamment grâce aux textiles à usage technique. Ces entreprises sont en majorité des PME (63%). Emplois, chiffre d'affaires et exportations sont en progression, tirés par les marchés de la mode et du luxe et par les textiles techniques. Les PME de l'industrie du textile recrutent et forment chaque année plus de 3 000 salariés sur tout le territoire, dans des métiers techniques, des postes de création, d'ingénierie textile, de qualité RSE et des métiers support. Oui, les PME de l'industrie textile française recrutent pour des emplois pérennes, en constante évolution, et qui offrent des perspectives de mobilité géographique et fonctionnelle sur notre territoire et à l'internationale.

Le marché de l'aménagement intérieur en France

Décoration d'intérieur : un marché qui augmente de plus de 5 % chaque année
En matière de décoration, les Français aiment le changement et ça se voit. Chaque année, le marché de la décoration génère entre 16 et 24 milliards d'euros de chiffre d'affaires par an selon les Échos. En effet, les Français sont de plus en plus intéressés par la décoration d'intérieur et le fait de pouvoir se créer un cadre confortable, mais aussi esthétique. Ces dernières années, ce marché a complètement explosé. Le marché de la décoration intérieure s'articule autour de six grandes catégories de produits : les objets décoratifs, le textile de la maison, les meubles, les luminaires, l'électroménager et les arts de

la table. Les meubles représentent 43,3 % des facturations, l'électroménager et les luminaires 32,1 %, les arts de la table 14,2 %, le textile 10,4 %. Le secteur du textile pour la maison comprend le linge de maison (couvertures, linge de lit, de table, de toilette et de cuisine, les voilages et les petits articles de literie, oreillers, couvre-lits, édredons, couettes...) ainsi que les tapis d'intérieur. Le secteur du linge de maison et des petits articles de literie est majoritaire. Le marché français de l'équipement de la maison connaît une progression régulière. Pour résister à la concurrence accrue des pays émergents, de nombreuses entreprises se reconvertissent sur des niches de produits, des séries limitées répondant à des spécificités particulières - pour l'hôtellerie notamment - ou sur des textiles créatifs et de haut de gamme. Le secteur des tapis et moquettes est pour sa part très concurrentiel. La maison : un lieu où on doit se sentir bien. La décoration est la nouvelle tendance et préoccupation majeure des Français. Ils dépensent de plus en plus d'argent dans la décoration d'intérieur. Pour répondre à toutes ces envies d'amélioration de l'habitat, les marques intègrent régulièrement plusieurs nouveautés en terme de matériaux, couleurs ou encore fonctionnalités.

Les critères de bien-être prennent une importance croissante dans la vie des français, et cela comprend certes la manière de consommer, mais également le fait de se sentir bien chez soi.

En 2019, 73% des français se disaient intéressés par la décoration d'intérieur avec une moyenne de 500 euros de dépense par an par ménage dans ce secteur. L'innovation constitue un enjeu majeur pour ce secteur. 41 % du chiffre d'affaires des industries des équipements du foyer sont dégagés par des produits innovants, contre 29 % pour l'ensemble de l'industrie. Les innovations sont davantage axées sur le design, dans le secteur du textile comme dans ceux des arts de la table et du meuble. C'est à cette condition que les entreprises peuvent continuer à se démarquer de la concurrence et conserver leurs parts de marché.

La joaillerie

La joaillerie est une nouvelle terre de conquête pour les acteurs du luxe. Pendant une décennie, cela a été la traversée du désert. Le bijou avait perdu son statut de symbole et son pouvoir d'attraction, alors qu'il y a 20 ans, le cadeau en or était un passage obligé pour tout événement important ou anniversaire », confie le dirigeant d'un grand joaillier. « L'attention s'était déplacée sur les produits technologiques, mais nous assistons depuis quelques années à un regain d'intérêt ». Une recherche récente réalisée par PwC à partir des données d'Euromonitor international, avec des chiffres un peu différents par rapport à Marketline, estime pour sa part que ce marché devrait passer de 44 milliards de dollars en 2018 à 55 milliards en 2023. Alors que sa progression a été de 2 % entre 2013 et 2018, elle devrait s'accroître à +4,6 % dans les cinq prochaines années. Cette hausse sera de 4,5 % pour la joaillerie de luxe féminine, représentant 85 % du marché, et de 5,1% pour l'homme. Autre constat, la bijouterie-joaillerie est un marché encore fortement morcelé et peu « brandé », offrant ainsi un grand potentiel aux griffes désireuses de gagner de nouvelles parts de marché. « Seul 12% du marché mondial de la joaillerie est contrôlé par des grandes marques ou des joailliers connus du public. Il y a un marché fertile encore à explorer et qui peut offrir des gains importants.

Développement durable et nouvelle clientèle

L'historique maison suisse, aux mains de la famille Scheufele depuis 1963, l'un des rares groupes indépendants à être resté sur le marché, a su affronter en effet les défis du secteur en investissant sur le développement durable avec des produits en or 100 % certifié et en diversifiant son offre. « Nous avons rajeuni notre clientèle en développant, aux côtés de nos classiques, une ligne plus accessible et proche des tendances de la mode. Les jeunes voient le bijou comme un accessoire de mode, à porter tous les jours, et non à cacher dans un coffre ! Ils veulent aussi des produits iconiques et reconnaissables », explique la manager.

ACTIVITÉS VISÉES

Le designer-créateur produit et textile a pour mission d'imaginer, de créer, de concevoir des collections, des objets et/ou des accessoires produit, textile, mode. Possédant une expertise des techniques de fabrication et du design, il intervient dans l'ensemble du processus de création à son compte ou pour le compte de marques de conception. Il conçoit, crée et élabore des produits ou lignes de produits (collections...) dans des domaines aussi variés que l'habillement, la maison, la joaillerie, les accessoires textile mode et maison, la décoration...

Il maîtrise les différentes techniques du dessin et de l'infographie qui est incontournable. C'est un/une créatif, spécialiste des matières et de leurs propriétés, des modes de fabrication et de finitions (traitements) ainsi que de leurs contraintes. C'est aussi un explorateur qui mène des recherches sur tous supports. Aujourd'hui c'est un observateur mobile, ouvert, curieux, à l'écoute des fluctuations des réalités sociales, culturelles, économiques internationales. Il a un rôle de conseil et d'orientation qui l'amène à développer intuition, esprit d'analyse et de synthèse pour anticiper les grands courants de demain. Il met en œuvre et gère des collections à partir des tendances, des besoins du marché et de la stratégie de l'entreprise (image de marque, cible, etc.).

La dimension internationale, notamment liée au sourcing, est très présente et nécessite la maîtrise d'une langue étrangère (anglais indispensable). Les fonctions et activités précisées ci-après, correspondent à des emplois

auxquels les titulaires du titre de pourront accéder en entreprise ou en tant qu'indépendant.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Analyser et rédiger des synthèses de saisons et des collections précédentes (rapports, mood boards)

Réaliser des investigations et des veilles informationnelles dans des bases de donnée et centres de ressources (matériauthèque, tissuthèque, filothèque...)

Mettre en perspective des produits, des courants, des savoirs faire (art, culture, sociologie)

Analyser des données économiques, commerciales et techniques (analyse de marché, de la consommation, de la concurrence, des procédés de fabrication, de composition de matière, etc.) dans le but d'amorcer une recherche créative répondant à un

cahier des charges professionnel

Appliquer les principes d'une démarche d'écoconception d'un produit et mesurer les enjeux économiques, sociétaux et environnementaux liées à

l'industrie du design de demain,

Suivre le brief avec le client (interne/externe) et évaluer les différentes contraintes techniques et économiques

Décrypter les données d'un cahier des charges technique

Définir

et intégrer les enjeux stratégiques des projets du client pour déterminer l'aspect général et le format des produits afin de répondre à ses besoins.

Concevoir le cahier des charges du projet pour cadrer son déploiement et ses différentes étapes

Établir

les besoins en achats et déterminer les fournisseurs qui prendront part au projet

Réaliser le planning global de la production et évaluer le coût de réalisation du projet

Proposer

une réponse créative et adaptée aux besoins du client pour répondre à sa demande

Construire un univers visuel avec des formes et des matières

Créer des

collections (objets, supports textiles, de vêtements), des plans de

collections et dossiers techniques

Réaliser

une collection de motifs prints déclinés

Communiquer avec le client pour le développement du projet

Assurer les relations avec les fournisseurs (sourcing fournisseur, matière première)

Acheter des matériaux en fonction d'un cahier des charges déterminé (coût des métrages, etc.)

Réaliser des hypothèses de produits innovants et personnalisés (nuanciers, dessins, maquettes, études volumes, gammes d'échantillons/maille et gammes d'échantillons/impression, tissage, manipulations, aspects de surfaces) dans le but de déterminer la piste à investiguer

Réaliser des essais sur la matière et la forme, d'adapter la forme aux techniques, tout en conservant la fonctionnalité et l'esthétisme

S'engager dans une recherche fournie, déclinaisons d'idées, réaliser un

dessin précis de l'objet (Prints, couleurs, textures, touchers, formes, etc.)

Modéliser et réaliser une maquette en 3D et réaliser un dossier technique complet

Préciser

(dessin, fiche technique) les processus et procédés de fabrication utilisés

afin d'aboutir à l'effet, à l'aspect ou à la qualité recherchée

Choisir les techniques de réalisation appropriées

Valider et lancer les prototypes jusqu'à leur mise en fabrication et apprécier la cohérence globale

Coordonner tous les aspects de la production des produits et assurer un rôle d'interface avec les différents intervenants

Contrôler les étapes, respecter le calendrier et le suivi du budget

Vérifier l'adéquation du projet avec les spécificités de la demande

Déterminer un plan marketing en adéquation avec le projet de lancement de la

collection (méthodes SMART, SWOT, Mix marketing)

Présenter la collection à toutes les prenantes et aux clients finaux

Définir son concept et intégrer une démarche écoresponsable et éthique pour cadrer le projet

Elaborer un business plan et un plan de financement de son projet pour s'assurer de sa viabilité

Choisir sa structure juridique en adéquation avec son business plan et créer les statuts de sa structure indépendante

Étudier le marché cible et la concurrence afin de définir la personnalité et la vision de sa marque

Concevoir une identité visuelle (logo) et le design de sa marque pour asseoir son positionnement

Constituer, animer une équipe de freelance pour mener à bien le projet de création de marque indépendante

Coordonner la communication de l'équipe projet et l'organisation des différentes étapes de création de la marque

Blocs de compétences

RNCP35676BC01 — Identification et anticipation des tendances design (produit/textile/mode)

LISTE DE COMPÉTENCES

Dans le but de démarrer la création

d'une nouvelle collection : C1 - Analyser et rédiger des synthèses de saisons et des collections précédentes (rapports, mood boards)

C2 – Réaliser des investigations et des veilles informationnelles dans des bases de données et centres de ressources (matériauthèque, tissuthèque, filothèque...)

C3 – Mettre en perspective des produits, des courants, des savoirs faire (art, culture, sociologie)

C4 – Analyser des données économiques, commerciales et techniques (analyse de marché, de la consommation, de la concurrence, des procédés de fabrication, de composition de matière, etc.) dans le but d'amorcer une recherche créative répondant à un cahier des charges professionnel

Pour proposer de véritables produits écologiques et durables en adoptant de nouvelles stratégies commerciales : C5 - Appliquer les principes d'une démarche d'écoconception d'un produit et mesurer les enjeux économiques, sociétaux et environnementaux liés à l'industrie du design de demain,

MODALITÉS D'ÉVALUATION

L'évaluation des compétences de ce bloc sera composée d'une étude de marché d'un projet tendance, textile, ou objet (1) d'un cahier de tendances (2) ainsi que d'une étude environnementale (3).

(1) Le candidat prendra connaissance d'un projet de création et devra élaborer une étude de marché en assurant une veille sur les données :

- Economiques,
- Commerciales,
- Techniques

(2) Le candidat élaborera et présentera de manière argumentée un cahier de tendances réel,

(3) Le candidat prendra connaissance d'un projet de mise en place d'une démarche d'écoconception d'un produit et devra réaliser une étude environnementale adaptée au projet

L'évaluation des mises en situation professionnelle est réalisée par un binôme de jurés professionnels dont un/une extérieur(e) au centre.

Chaque compétence est évaluée par observation et comparaison avec les seuils et critères requis.

RNCP35676BC02 — Diagnostic des objectifs et des besoins d'un client en vue de l'élaboration d'un plan de travail créatif Design (produit/textile/mode)

LISTE DE COMPÉTENCES

C1 - Suivre le brief avec le client (interne/externe) et évaluer les différentes contraintes techniques et économiques

C2 - Décrypter les données d'un cahier des charges technique

C3 - Définir et intégrer les enjeux stratégiques des projets du client pour déterminer l'aspect général et le format des produits afin de répondre à ses besoins.

C4 - Concevoir le cahier des charges du projet pour cadrer son déploiement et ses différentes étapes

C5 - Établir les besoins en achats et déterminer les fournisseurs qui prendront part au projet

C6 - Réaliser le planning global de la production et évaluer le coût de réalisation du projet

C7 – Proposer une réponse créative et adaptée aux besoins du client pour répondre à sa demande

MODALITÉS D'ÉVALUATION

L'évaluation des compétences de ce bloc sera composée d'un cahier des charges, (1) et d'une recommandation créative (2).

(1) Le candidat prendra connaissance d'un projet de création (brief client) et devra élaborer un cahier des charges complet avec :

- Contextualisation du projet
- Analyse des besoins et de la cible
- Planification des étapes de réalisation/conception (Production, sourcing, achat, distribution)
- Estimation budgétaire du projet

(2) Le candidat réalisera et présentera de manière argumentée un projet de recommandation créative en réponse à la demande du client en tenant compte des contraintes du cahier des charges.

L'évaluation des mises en situation professionnelle est réalisée par un binôme de jurés professionnels dont un/une extérieur(e) au centre.

Chaque compétence est évaluée par observation et comparaison avec les seuils et critères requis.

RNCP35676BC03 — Construction d'un concept de collection (produit/textile/ mode)

LISTE DE COMPÉTENCES

A partir d'un cahier des tendances et

d'un cahier des charges : C1 - Construire un univers visuel avec des formes et des matières

C2 - Créer des collections (objets, supports textiles, de vêtements), des plans de collections et dossiers techniques

C3 - Réaliser une collection de motifs prints déclinés

C4 - Communiquer avec le client pour le développement du projet

C5 - Assurer les relations avec les fournisseurs (sourcing fournisseur, matière première)

C6 - Acheter

des matériaux en fonction d'un cahier des charges déterminé (coût des métrages, etc.)

C7- Réaliser des hypothèses de produits innovants et personnalisés (nuanciers, dessins, maquettes, études volumes, gammes d'échantillons/maille et gammes

d'échantillons/impression, tissage, manipulations, aspects de surfaces) dans

le but de déterminer la piste à investiguer

C8 - Réaliser des essais sur la matière et la forme, d'adapter la forme aux techniques, tout en conservant la fonctionnalité et l'esthétisme

MODALITÉS D'ÉVALUATION

L'évaluation des compétences de ce bloc sera composée d'une mise en situation créative d'un projet de collection.

(1) Le candidat devra élaborer et présenter un laboratoire conceptuel avec l'idée forte de la collection ainsi que des partis pris, axes de développement

(2) Le candidat devra réaliser et présenter un projet créatif de développement produit/ textile / print ainsi qu'une collection de matières répondant à un carnet d'achat précis.

(3) Le candidat devra proposer une collection produit répondant à un cahier des charges client.

L'évaluation des mises en situation professionnelle est réalisée par un binôme de jurés professionnels dont un/une extérieur(e) au centre.

Chaque compétence est évaluée par observation et comparaison avec les seuils et critères requis.

RNCP35676BC04 — Développement et présentation d'un projet de collection design (produit/textile/ mode)

LISTE DE COMPÉTENCES

C1 - S'engager dans une recherche fournie, déclinaisons d'idées, réaliser un dessin précis de l'objet (Prints, couleurs, textures, touchers, formes, etc.)

C2 - Modéliser et réaliser une maquette en 3D et réaliser un dossier technique complet

C3 - Préciser (dessin, fiche technique) les processus et procédés de fabrication utilisés afin d'aboutir à l'effet, à l'aspect ou à la qualité recherchée

C4 - Choisir les techniques de réalisation appropriées

- C5 - Valider et lancer les prototypes jusqu'à leur mise en fabrication et apprécier la cohérence globale
- C6 - Coordonner tous les aspects de la production des produits et assurer un rôle d'interface avec les différents intervenants
- C7 - Contrôler les étapes, respecter le calendrier et le suivi du budget
- C8 - Vérifier l'adéquation du projet avec les spécificités de la demande
- C9 - Déterminer un plan marketing en adéquation avec le projet de lancement de la collection (méthodes SMART, SWOT, Mix marketing)
- C10 - Présenter la collection à toutes les prenantes et aux client finaux

MODALITÉS D'ÉVALUATION

L'évaluation des compétences de ce bloc sera composée de prototypes, (1) et d'un plan de lancement de collection (2).

(1) Le candidat prendra connaissance d'un cahier des charges complet et devra réaliser deux prototypes. Ils devront être présentés avec un support explicatif (Concept, techniques utilisées, procédés de fabrication)

(2) Le candidat élaborera et présentera de manière argumentée un plan de lancement de collection en réponse à la demande du client en tenant compte des contraintes du cahier des charges.

L'évaluation des mises en situation professionnelle est réalisée par un binôme de jurés professionnels dont un/une extérieur(e) au centre.

Chaque compétence est évaluée par observation et comparaison avec les seuils et critères requis.

RNCP35676BC05 — Création d'une marque éco responsable indépendante

LISTE DE COMPÉTENCES

- C1 – Définir son concept et intégrer une démarche écoresponsable et éthique pour cadrer le projet
- C2 – Elaborer un business plan et un plan de financement de son projet pour s'assurer de sa viabilité
- C3 – Choisir sa structure juridique en adéquation avec son business plan et créer les statuts de sa structure indépendante
- C4 - Étudier le marché cible et la concurrence afin de définir la personnalité et la vision de sa marque
- C5 – Concevoir une identité visuelle (logo) et le design de sa marque pour asseoir son positionnement
- C6 - Constituer, animer une équipe de freelance pour mener à bien le projet de création de marque indépendante
- C7 – Coordonner la communication de l'équipe projet et l'organisation des différentes étapes de création de la marque

MODALITÉS D'ÉVALUATION

L'évaluation des compétences de ce bloc sera composée d'un business plan, (1) et d'une scénarisation de la création d'une marque écoresponsable (2).

(1) Le candidat devra réaliser et présenter un projet de création de marque dans l'univers du design (produit/textile/mode) fictif ou réel à travers un business plan détaillé.

(2) Le candidat élaborera et présentera de manière argumentée sa stratégie d'identité de marque en adéquation avec sa démarche écoresponsable.

L'évaluation des mises en situation professionnelle est réalisée par un binôme de jurés professionnels dont un/une extérieur(e) au centre.

Chaque compétence est évaluée par observation et comparaison avec les seuils et critères requis.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

- En agence spécialisée
- En tant qu'indépendant avec des missions en immersion chez ses clients
- En tant qu'indépendant en pôle de compétences pluridisciplinaire, en association avec d'autres indépendant des secteurs d'activités complémentaires
- En mode startup
- Dans un cabinet de conseil
- En intégré au sein d'une PME
- En intégré au sein d'un groupe industriel

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Designer produit

Création, conception d'objets de consommation dans le respect des contraintes inhérentes au produit. Utilisation de compétences en marketing pour suivre la trajectoire du produit, de sa création à sa fabrication, jusqu'à son achat et son utilisation

Designer matière Recherche et / ou choix de nouveaux aspects, de touchers, de traitements de surface, de façonnages en relation avec les tendances.

Designer couleur Création, actualisation, déclinaison de gammes, traduction ou mise en couleurs de maquettes, communication avec les techniciens, connaissance des matériaux.

Styliste tendance/designer coordonnateur de collection Recherche de tendances, conception d'orientations, de l'environnement à la finition, communication, conception de tendances génériques et / ou adaptation des tendances à l'image d'une entreprise.

Styliste vêtement Création de collections, thèmes, formes, couleurs, matières, traduction en book, ou catalogue de vente (prospectif), ou en fonction d'attendus de marque.

Styliste tissu

Identification approfondie du tissu (aspect, tomber, etc.), approvisionnement en matières, interface entre créateurs et fournisseurs.

Styliste accessoires

Mise au point de books, catalogues de vente ; création d'accessoires traduisant l'image de la marque (ligne principale, licences étrangères) sur formes, couleurs, matières et finitions.

Styliste maille

Création de matières, motifs, couleurs, textures, formes (bureau de style, salon, fabricant), création de formes, de surfaces spécifiques à la technique.

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 4 sur 5.
Facteurs principaux	Non-attractivité salariale
Salaire médian (mensuel)	2 086 €
Familles professionnelles (FAP)	F0X33 — Ouvriers, techniciens et agents de maîtrise de l'habillement · tension 4/5 (Élevée) U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	5 973
Jugés difficiles à recruter	34 %
Emplois saisonniers	19 %
Familles professionnelles (FAP)	F0X33 — Ouvriers, techniciens et agents de maîtrise de l'habillement 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

Le candidat doit être titulaire d'un Baccalauréat (toutes filières) ou une certification de niveau 4 dans le domaine artistique

Le candidat ayant validé une certification de niveau (type BTS ou DUT) dans la spécialité peut s'inscrire directement

à la préparation en 3ème année.

Le candidat non titulaire d'une certification

susmentionnés, mais justifiant de plus de 2 années d'expériences dans le domaine artistique.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

- Président : Directrice des Etudes Ecole Conte
- Responsable pédagogique Ecole Conte
- 2 professionnels externes :
 - Consultant style & design
 - Designer & créateur de marque

COMPOSITION DU JURY — VAE

- Le responsable du service VAE
- Trois professionnels en activité, indépendant de l'organisme de formation

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	6 715 €
Selon la branche	6 300 € – 7 403 €
Prise en charge	Branches concernées
6 715 €	Valeur par défaut · 207 branches
7 403 €	CPNEF textile, CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
6 932 €	CPNEFP Commerce succursaliste de la Chaussure
6 734 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
6 680 €	CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles
6 300 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil

Base légale

Date de décision	17/06/2021
Durée de l'enregistrement	2 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	17/06/2023

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2019	9	1	100 %	86 %
2018	14	0	77 %	39 %
2017	12	0	80 %	76 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP30706

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)
RNCP37828

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/35676/>