

Designer de mode et développement de marque

RNCP42070 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	242, 312
Formacode(s)	21775, 34052, 34554
Code(s) ROME	B1805, M1703, M1705
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	01/04/2026
Date d'échéance	01/04/2029

Certificateur(s)

OCTO · SIRET : 81248797300040

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le secteur de la mode connaît une mutation profonde, à la fois écologique, sociétale et économique. Les marques doivent désormais concilier désirabilité, responsabilité et viabilité, en intégrant la circularité, la traçabilité et la durabilité dès la conception. Créer une collection, c'est désormais penser le cycle de vie du produit — de la matière à l'usage, de la production au récit de marque.

Dans ce contexte, le Designer de mode et développement de marque joue un rôle pivot. Il relie créativité, technicité et stratégie pour concevoir des produits cohérents avec l'identité et les valeurs de la marque. Il est capable de concevoir une collection, d'analyser les tendances, de sélectionner les matériaux, de modéliser et prototyper en 2D ou 3D, de piloter la mise au point avec les ateliers, et de garantir la cohérence entre style, qualité, coûts et impact environnemental.

Son action s'inscrit dans un équilibre entre innovation et héritage. Le numérique et la 3D accélèrent la création, mais ne remplacent ni la matérialité du vêtement, ni le geste des savoir-faire artisanaux, ni la valeur des lieux physiques où s'incarne la marque.

Cette certification transmet les compétences nécessaires pour créer avec justesse, produire avec conscience et faire vivre la transformation durable de la mode française, en alliant culture artistique, exigence technique, sens stratégique et responsabilité.

ACTIVITÉS VISÉES

Réalisation d'une veille sur le marché de la mode pour positionner l'identité de la marque

Analyse des ventes de la collection précédente et projection des résultats futurs

Définition de l'orientation créative de la nouvelle collection

Définition du thème directeur de la nouvelle collection et du processus créatif

Pilotage du processus de développement de la collection

Réalisation du modélisme de la collection, des fiches techniques de montage des pièces et du prototypage

Sélection des fournisseurs et sous-traitants et mise en production de la collection

Définition d'un plan d'action cross canal avec le service commercial et communication interne ou externe

Participation au choix des canaux de distribution et à la mise en place d'une politique de merchandising

Suivi ou participation au suivi des performances de la collection

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Interpréter les données économiques relatives au marché de la mode, collectées sur le web et/ou à l'aide de

l'intelligence artificielle afin d'apporter les premiers éléments nécessaires à la prise de décision de la direction artistique quant à la définition et au pilotage de la stratégie marketing de la marque

Observer les évolutions des besoins du marché et le positionnement des concurrents afin d'optimiser la visibilité et la compétitivité de la future collection et de la marque.

Analyser les comportements d'achat des consommateurs pour répondre à leurs attentes, en mettant l'accent sur les nouvelles exigences liées à l'environnement et à la responsabilité sociétale des entreprises (RSE).

Analyser les données de vente transmises par le service commercial afin d'identifier les points forts et les axes d'amélioration du positionnement de la marque ou de l'entreprise lors de la précédente collection.

Anticiper les résultats de la prochaine collection en tenant compte des évolutions du marché de la mode et des comportements d'achat des consommateurs, notamment en matière d'engagement éthique, de production locale et de pratiques durables telles que l'upcycling, afin de définir l'amplitude de la gamme produit.

Explorer les tendances stylistiques, les matières et les formes en consultant les salons spécialisés, les événements professionnels et les plateformes en ligne dédiées, afin de nourrir le processus créatif et l'inspiration.

Approfondir l'analyse des tendances en décryptant les évolutions sociétales et les modes de vie des clients ciblés, en ayant recours de façon complémentaire à l'utilisation de l'intelligence artificielle analytique afin de définir l'orientation créative et stratégique de la future collection en formalisant son inspiration dans un cahier de tendances.

Identifier les innovations, y compris technologiques, favorisant une conception éco-responsable, afin de les intégrer dans le concept créatif et technique de la nouvelle collection.

À partir de l'orientation créative définie, sélectionner un fil conducteur narratif ou esthétique, pour le décliner en intentions visuelles à travers le choix des matières, des couleurs, des volumes et des silhouettes.

Poser les hypothèses stylistiques et les partis pris de la collection en justifiant la cohérence avec le positionnement de la marque et les attentes du marché pour rédiger une note d'intention explicative du choix du thème directeur, des inspirations mobilisées et des objectifs créatifs à destination de la direction artistique.

Déterminer le plan de collection en déclinant les différentes pièces qui la composent dans la lignée du positionnement de la marque afin de réaliser des croquis précis reprenant les déclinaisons d'idées.

Sélectionner les éléments constitutifs des pièces de la collection (gamme chromatique, matières, formes, options d'upcycling, fournitures) pour les aligner avec les caractéristiques visuelles définies pour la collection.

Intégrer des matériaux existants dans la conception des pièces de la collection afin de proposer des solutions créatives compatibles avec les engagements éthiques de la marque et les contraintes de production, en réduisant l'impact environnemental et en enrichissant la narration stylistique.

pour permettre la mise en œuvre des pièces de la collection, produire les croquis de style, les dessins techniques et les pièces d'étude nécessaires à l'expérimentation créative de la collection, en réalisant des pré-tests de fabrication sur les éléments sélectionnés (broderie, teinture, matières textiles...), et en intégrant des solutions facilitant l'usage des pièces par des personnes en situation de handicap.

Matérialiser les croquis de style ou les dessins techniques en réalisant ou supervisant le patronage des différentes pièces afin d'établir le dossier technique complet permettant le prototypage.

Le plan de collection ayant été validé par la direction artistique de l'entreprise, rédiger le cahier des charges complet du plan de collection, pour instruire et guider la fabrication de la collection.

Après validation du patronage définitif de la collection, mettre en œuvre la phase de réalisation du prototypage de la collection en veillant à l'application des fiches techniques, des normes d'écoconception et en orchestrant les différents ajustements à réaliser en fonction des résultats des prototypes pièce par pièce.

Organiser l'atelier et son ergonomie pour permettre aux différents intervenants d'évoluer dans l'espace en tenant compte des besoins de personnes en situation de handicap présentes dans l'équipe.

Négocier les conditions d'achat avec chaque fournisseur et sous-traitants sélectionnés en fonction des choix artistiques afin d'assurer la faisabilité de la fabrication de la collection en établissant son budget prévisionnel.

Piloter la planification de la production dans sa phase de fabrication en veillant au respect des délais, de la qualité à produire, du cahier des charges et des fiches techniques.

Collaborer avec le sous-traitant industriel pour que la collection corresponde aux attentes de la direction artistique, grâce à aux actions correctives de fabrication réalisées en temps réel.

Sur la base des personae marketing et après présentation de la collection, définir avec les équipes marketing les canaux de distribution adaptés, leurs objectifs spécifiques et ceux de la stratégie de communication globale on/offline, en utilisant l'Intelligence Artificielle générative pour une personnalisation poussée des interactions avec le client.

En fonction de la segmentation des personae, déterminer les actions off et on line à mettre en œuvre pour optimiser l'efficacité de la stratégie marketing multicanale en adaptant les actions aux profils, attentes et comportements spécifiques des cibles identifiées.

Mobiliser des leviers de communication ciblés et événementiels (défilés) en cohérence avec l'identité de la collection et les objectifs de développement pour renforcer la visibilité, la notoriété et l'attractivité de la marque.

Structurer une stratégie de distribution cohérente avec le positionnement de la marque et les attentes des cibles, en optimisant la complémentarité entre les canaux directs et indirects pour maximiser la couverture, la rentabilité et l'expérience client.

Que ce soit pour la distribution on line ou off line, participer à la conception de la politique de merchandising, de la marque en mixant le merchandising d'organisation, le merchandising de gestion et le merchandising de séduction, afin de faire vivre au client une expérience immersive et adaptée.

À partir des prévisions de vente déterminées en amont de la création de la collection, piloter ou participer au pilotage de l'analyse des résultats commerciaux, avec les services internes ou externes, afin d'atteindre les objectifs de chiffre d'affaires fixés.

Contribuer à la mise en œuvre d'actions correctives adaptées pour que la marque se développe conformément à la stratégie déterminée.

Blocs de compétences

RNCP42070BC01 — Élaboration de la stratégie marketing de la collection

LISTE DE COMPÉTENCES

Interpréter les données économiques relatives au marché de la mode, collectées sur le web et/ou à l'aide de l'intelligence artificielle afin d'apporter les premiers éléments nécessaires à la prise de décision de la direction artistique quant à la définition et au pilotage de la stratégie marketing de la marque

Observer les évolutions des besoins du marché et le positionnement des concurrents afin d'optimiser la visibilité et la compétitivité de la future collection et de la marque.

Analyser les comportements d'achat des consommateurs pour répondre à leurs attentes, en mettant l'accent sur les nouvelles exigences liées à l'environnement et à la responsabilité sociétale des entreprises (RSE).

Analyser les données de vente transmises par le service commercial afin d'identifier les points forts et les axes d'amélioration du positionnement de la marque ou de l'entreprise lors de la précédente collection.

Anticiper les résultats de la prochaine collection en tenant compte des évolutions du marché de la mode et des comportements d'achat des consommateurs, notamment en matière d'engagement éthique, de production locale et de pratiques durables telles que l'upcycling, afin de définir l'amplitude de la gamme produit.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation

Livrable écrit individuel

Livrable oral : soutenance devant le jury

RNCP42070BC02 — Création de la nouvelle collection de mode

LISTE DE COMPÉTENCES

Explorer les tendances stylistiques, les matières et les formes en consultant les salons spécialisés, les événements professionnels et les plateformes en ligne dédiées, afin de nourrir le processus créatif et l'inspiration.

Approfondir l'analyse des tendances en décryptant les évolutions sociétales et les modes de vie des clients ciblés, en ayant recours de façon complémentaire à l'utilisation de l'intelligence artificielle analytique afin de définir l'orientation créative et stratégique de la future collection en formalisant son inspiration dans un cahier de tendances.

Identifier les innovations, y compris technologiques, favorisant une conception éco-responsable, afin de les intégrer dans le concept créatif et technique de la nouvelle collection.

À partir de l'orientation créative définie, sélectionner un fil conducteur narratif ou esthétique, pour le décliner en intentions visuelles à travers le choix des matières, des couleurs, des volumes et des silhouettes.

Poser les hypothèses stylistiques et les partis pris de la collection en justifiant la cohérence avec le positionnement de la marque et les attentes du marché pour rédiger une note d'intention explicative du choix du thème directeur, des inspirations mobilisées et des objectifs créatifs à destination de la direction artistique.

Déterminer le plan de collection en déclinant les différentes pièces qui la composent dans la lignée du positionnement de la marque afin de réaliser des croquis précis reprenant les déclinaisons d'idées.

Sélectionner les éléments constitutifs des pièces de la collection (gamme chromatique, matières, formes, options d'upcycling, fournitures) pour les aligner avec les caractéristiques visuelles définies pour la collection.

Intégrer des matériaux existants dans la conception des pièces de la collection afin de proposer des solutions

créatives compatibles avec les engagements éthiques de la marque et les contraintes de production, en réduisant l'impact environnemental et en enrichissant la narration stylistique.

pour permettre la mise en œuvre des pièces de la collection, produire les croquis de style, les dessins techniques et les pièces d'étude nécessaires à l'expérimentation créative de la collection, en réalisant des pré-tests de fabrication sur les éléments sélectionnés (broderie, teinture, matières textiles...), et en intégrant des solutions facilitant l'usage des pièces par des personnes en situation de handicap.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle

Livrible écrit collectif

Livrible oral : Soutenance individuelle devant le jury

RNCP42070BC03 — Réalisation et production de la collection

LISTE DE COMPÉTENCES

Matérialiser les croquis de style ou les dessins techniques en réalisant ou supervisant le patronage des différentes pièces afin d'établir le dossier technique complet permettant le prototypage.

Le plan de collection ayant été validé par la direction artistique de l'entreprise, rédiger le cahier des charges complet du plan de collection, pour instruire et guider la fabrication de la collection.

Après validation du patronage définitif de la collection, mettre en œuvre la phase de réalisation du prototypage de la collection en veillant à l'application des fiches techniques, des normes d'écoconception et en orchestrant les différents ajustements à réaliser en fonction des résultats des prototypes pièce par pièce.

Organiser l'atelier et son ergonomie pour permettre aux différents intervenants d'évoluer dans l'espace en tenant compte des besoins de personnes en situation de handicap présentes dans l'équipe.

Négocier les conditions d'achat avec chaque fournisseur et sous-traitants sélectionnés en fonction des choix artistiques afin d'assurer la faisabilité de la fabrication de la collection en établissant son budget prévisionnel.

Piloter la planification de la production dans sa phase de fabrication en veillant au respect des délais, de la qualité à produire, du cahier des charges et des fiches techniques.

Collaborer avec le sous-traitant industriel pour que la collection corresponde aux attentes de la direction artistique, grâce à aux actions correctives de fabrication réalisées en temps réel.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle

Livrables écrit et oraux individuels

Livrible oral individuel

RNCP42070BC04 — Coordination du lancement de la collection et développement de la marque

LISTE DE COMPÉTENCES

Sur la base des personae marketing et après présentation de la collection, définir avec les équipes marketing les canaux de distribution adaptés, leurs objectifs spécifiques et ceux de la stratégie de communication globale on/offline, en utilisant l'Intelligence Artificielle générative pour une personnalisation poussée des interactions avec le client.

En fonction de la segmentation des personae, déterminer les actions off et on line à mettre en œuvre pour optimiser l'efficacité de la stratégie marketing multicanale en adaptant les actions aux profils, attentes et comportements spécifiques des cibles identifiées.

Mobiliser des leviers de communication ciblés et événementiels (défilés) en cohérence avec l'identité de la collection et les objectifs de développement pour renforcer la visibilité, la notoriété et l'attractivité de la marque.

Structurer une stratégie de distribution cohérente avec le positionnement de la marque et les attentes des cibles, en optimisant la complémentarité entre les canaux directs et indirects pour maximiser la couverture, la rentabilité et l'expérience client.

Que ce soit pour la distribution on line ou off line, participer à la conception de la politique de merchandising, de la marque en mixant le merchandising d'organisation, le merchandising de gestion et le merchandising de séduction, afin de faire vivre au client une expérience immersive et adaptée.

À partir des prévisions de vente déterminées en amont de la création de la collection, piloter ou participer au pilotage de l'analyse des résultats commerciaux, avec les services internes ou externes, afin d'atteindre les objectifs de chiffre d'affaires fixés.

Contribuer à la mise en œuvre d'actions correctives adaptées pour que la marque se développe conformément à la stratégie déterminée.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les professionnels visés par la certification exercent principalement au sein d'ateliers de design, de PME spécialisées en sous-traitance, ou en qualité d'indépendants, une modalité d'exercice en forte progression.

Dans ces environnements, une capacité d'autonomie dans la prise de décision est attendue, notamment lors des phases de recherche de tendances et de création de collection. Cette autonomie doit toutefois s'inscrire dans une compréhension fine du positionnement de la marque pour laquelle le designer intervient.

Lorsque le designer exerce en tant qu'indépendant et développe sa propre marque, cette exigence d'alignement entre identité de marque et démarche créative devient centrale.

Le métier peut également s'exercer au sein de grandes entreprises, en particulier dans le secteur du luxe. Dans ce cadre, ce sont des designers expérimentés qui sont généralement recrutés. Toutefois, ces entreprises intègrent souvent les certifiés dans des fonctions opérationnelles telles que modéliste, technicien d'atelier, retoucheur ou assistant production, afin de garantir une connaissance approfondie des étapes préalables à la création. Ils ont une place particulière, puisqu'ils vont permettre au designer de mode d'acquérir "le geste artisanal" en touchant le tissu, en le façonnant, en observant son volume, en retouchant les modèles... Ainsi ces gestes construisent l'école de la conception du designer.

Ces postes sont placés sous la responsabilité d'un designer confirmé ou de la direction artistique.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Sous-famille « Création et conception »

La sous-famille « création et conception » regroupe les stylistes, stylistes-modélistes, designers accessoires, assistants créatifs ou encore créateurs de costumes. Leur rôle est de capter des signaux culturels et sociaux, d'interpréter une intention de marque et de la transformer en premières propositions de produits. Ils posent ainsi les bases de ce qui deviendra une collection, en définissant des volumes, des lignes, des gammes de matières et des palettes.

Leurs choix engagent la faisabilité technique et économique, tout en étant nourris par les retours des modélistes, couturières ou chefs de produit. Un croquis n'est jamais un point de départ figé : il se construit et se réajuste à travers le dialogue avec les autres professions de la famille d'emplois. C'est cette interdépendance qui garantit que la créativité se traduise en produit crédible et en expression de marque.

Sous-famille « Fabrication et adaptation »

La sous-famille « fabrication et adaptation » regroupe les modélistes, couturières, premières mains, brodeuses, selliers, retoucheurs ou spécialistes maille. Ces emplois incarnent la technicité et la précision qui permettent de transformer une intention créative en produit abouti. Ils travaillent la matière, ajustent les volumes, testent les assemblages, et s'assurent que la qualité d'exécution exprime bien l'identité de la marque.

Leurs gestes techniques traduisent autant qu'ils influencent la création. Le choix d'une couture, la faisabilité d'une coupe ou la contrainte d'un tissu nourrissent la réflexion du designer, du chef de produit et des autres acteurs. La fabrication n'est donc pas l'aval d'un processus linéaire : elle constitue un moment d'interaction permanente où les spécificités de chaque emploi se rencontrent et se répondent. Ce maillage rend visible le rôle de ces métiers comme cocréateurs de valeur et garants de la lisibilité du produit.

Sous-famille « Développement et valorisation »

La sous-famille « développement et valorisation » regroupe les chefs de produit, chargés de développement, acheteurs matières, assistants de créateurs et coordinateurs de gamme. Ces emplois orchestrent la cohérence de l'offre et préparent sa diffusion, mais ils ne sont pas seulement gestionnaires : leur expertise fine des matières, des coupes et des détails de design leur permet de prolonger l'intention initiale jusque dans la valorisation produit/marque.

Ils prennent en compte les choix créatifs et techniques pour calibrer la gamme, anticiper les arbitrages économiques, et préparer les éléments de communication. Mais ils influencent aussi en retour les décisions de conception et de fabrication, en intégrant les contraintes du marché, la disponibilité des matières ou la cohérence du récit de marque. Le développement et la valorisation ne ferment pas la boucle : ils en sont une étape active, reliée aux autres, qui assure que l'offre finale incarne simultanément le produit et la marque.

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 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	3 003 €
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) 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)	15 217
Jugés difficiles à recruter	28 %
Emplois saisonniers	10 %
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux 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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Cette certification est accessible aux personnes titulaires d'un niveau 5 et aux étudiants ayant suivis les deux premières années au sein de SUPMODE ou ayant une expérience professionnelle ou bénévole dans le métier visé pour un accès par la VAE.

PRÉREQUIS

- Titre de niveau 4, bac général, technologique, bac professionnel métiers de la mode et le suivi et la validation des 2 années de formation à SUPMODE.
- Ou justifier d'un titre à niveau 5 ou d'un diplôme d'état.

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

Seuls les candidats inscrits dans le parcours de formation menant à la certification peuvent se présenter aux épreuves d'évaluation en vue de l'obtention de la certification.

Concernant les candidats voulant accéder à la certification par la VAE, leur expérience dans le métier visé est la condition pour s'inscrire à la certification.

Organisation des sessions de rattrapage nécessitant une nouvelle inscription aux épreuves d'évaluation :

En cas de validation partielle de la certification, l'apprenant peut demander à bénéficier d'une session de rattrapage.

Les périodes et dates de rattrapage seront fixées dans les 6 mois après le Jury de certification avant d'être proposées aux apprenants concernés aux conditions cumulatives suivantes :

- Ne pas avoir la totalité des blocs de la certification à rattraper
- Respecter un délai de minimum 6 mois pour se présenter au rattrapage,

Les candidats qui ont été empêchés de participer aux épreuves et qui fournissent un justificatif (maladie, maternité, accident, cas de force majeure ou autre) peuvent être autorisés à s'inscrire à une nouvelle session d'épreuves d'évaluation.

SUPMODE leur communiquera la date de la prochaine session et, le cas échéant, les dates et lieux des sessions

prévues sur d'autres sites.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, APPRENTISSAGE, VAE
Trois professionnels du cœur de métier visé.

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	9 031 €
Selon la branche	6 000 € – 11 474 €
Prise en charge	Branches concernées
9 031 €	Valeur par défaut · 201 branches
11 474 €	CPNE Travail Temporaire, CPNEF de l'Exploitation cinématographique et de la Distribution de films, CPNEF de la Publicité, CPNEF des Espaces de Loisirs, d'Attractions et Culturels (ELAC)
8 535 €	CPNEFP Grands Magasins/ Magasins Populaires, CPNEFP Habillement succursaliste
6 000 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil, CPNEFP de la métallurgie
10 000 €	CPNEFP de l'enseignement privé indépendant
9 526 €	CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
7 700 €	CPNEFP Commerce à distance
7 569 €	CPNEFP Branche du Commerce de Détail Non Alimentaire

Base légale

Date de décision	01/04/2026
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	01/04/2029
Date de dernière délivrance possible	01/04/2033

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2025	14	0	75 %	—
2024	44	0	83 %	55 %
2023	37	0	89 %	59 %
2022	37	0	95 %	45 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP38783

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP37651, RNCP39212, RNCP40157

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/42070/>

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	1
Organismes gestionnaires (CFA)	1
Organismes formateurs	1
Régions couvertes	1
Départements couverts	1
Organismes certifiés Qualiopi	1
Sessions	de 09/2026 à 06/2028

Catalogue des formations en apprentissage — réseau des Carif-Oref. Sans frais pour l'alternant : formation financée par l'OPCO de la branche (NPEC).