

Chef de projet mode et industries créatives

RNCP42221 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	DipViGrL — Diplôme visé grade de licence
Code(s) NSF	242, 312, 320
Formacode(s)	34085, 46355, 21762, 34071, 32135
Code(s) ROME	E1103, E1107, M1703
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/08/2031

Certificateur(s)

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE · SIRET : 11004401300040

INSTITUT FRANCAIS DE LA MODE · SIRET : 33345298500034

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

La certification de Chef de projet mode et industries créatives permet d'intégrer les secteurs dans lesquels la création occupe une place centrale, tels que la mode, le luxe, la beauté, les parfums, le sport, le divertissement... Toutes ces industries placent en effet l'acte créatif, artistique et esthétique au cœur de leurs productions.

Souvent incarnées par un créateur ou une marque, les industries créatives se distinguent également par leur capacité à capter "l'air du temps" et à s'inscrire dans une démarche d'innovation permanente.

Les grands acteurs des industries créatives, qui ont une forte activité à l'international, recrutent par ailleurs des talents du monde entier formés aux spécificités d'une industrie en perpétuelle évolution et capables de comprendre les différents marchés sur lesquels ils opèrent.

Les diplômés se caractérisent par des profils à la fois analytiques et créatifs, en mesure, sur la base des fondamentaux, de gérer et de conduire des projets, d'expérimenter les différents langages de la création et d'appréhender les grands enjeux de la mode et des industries créatives (technologie, développement durable...) dans un contexte globalisé et multiculturel.

Les titulaires font preuve d'esprit critique dans un monde de plus en plus digital, et sont en mesure de communiquer efficacement et de cultiver leur curiosité et leur capacité d'innovation.

La certification répond ainsi aux besoins croissants de compétences hybrides entre création, stratégie et durabilité identifiés par les acteurs des industries créatives, du luxe et du design.

ACTIVITÉS VISÉES

1. - Analyse stratégique et prospective des marchés créatifs
2. - Pilotage et coordination de projets dans un environnement créatif et international
3. - Gestion et structuration d'une offre produit à forte valeur ajoutée créative
4. - Mise en œuvre d'une stratégie marketing et commerciale adaptée aux produits créatifs
5. - Participation à la conception et au déploiement de stratégies de communication multicanales

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Compétences transversales

- Utiliser les outils numériques de référence et les règles de sécurité informatique pour acquérir, traiter, produire et diffuser de l'information ainsi que pour collaborer en interne et en externe
- Identifier et sélectionner avec esprit critique diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter

un sujet

- Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation
 - Développer une argumentation avec esprit critique
 - Se servir aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française
 - Communiquer par oral et par écrit, de façon claire et non-ambiguë, dans au moins une langue étrangère
 - Identifier et situer les champs professionnels potentiellement en relation avec les acquis de la mention ainsi que les parcours possibles pour y accéder
 - Caractériser et valoriser son identité, ses compétences et son projet professionnel en fonction d'un contexte
 - Identifier le processus de production, de diffusion et de valorisation des savoirs
 - Situer son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour s'adapter et prendre des initiatives
 - Travailler en équipe et en réseau ainsi qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet
 - Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique
 - Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité sociale et environnementale
 - Prendre en compte la problématique du handicap et de l'accessibilité dans chacune de ses actions professionnelles
- Compétences spécifiques
- Réaliser une veille stratégique et concurrentielle sur les évolutions du secteur afin d'identifier les acteurs, les positionnements et les tendances émergentes.
 - Identifier les évolutions économiques, culturelles, technologiques, écologiques et réglementaires impactant le secteur à l'échelle internationale, en incluant les usages émergents de l'intelligence artificielle dans les domaines de l'analyse de tendances, de l'aide à la conception et de la production de contenus.
 - Analyser les impacts sociaux, environnementaux et organisationnels des évolutions du secteur de la mode et des industries créatives, en identifiant les enjeux de responsabilité sociétale, d'inclusion et de prévention des risques professionnels applicables aux projets liés au développement de l'offre, à la communication ou à la distribution.
 - Contribuer à l'élaboration d'un plan stratégique en intégrant les évolutions et impacts identifiés, les innovations et les nouveaux modèles économiques propres aux industries créatives.
 - Évaluer l'impact environnemental, social et éthique des choix stratégiques, en mobilisant les labels et indicateurs de durabilité applicables au secteur.
 - Définir les objectifs, les étapes et les livrables d'un projet éditorial ou de communication, en élaborant un plan d'action cohérent avec la stratégie de marque et les contraintes de production.
 - Coordonner les contributions d'équipes créatives pluridisciplinaires et multiculturelles, en favorisant la collaboration, l'échange d'idées et le respect des différences culturelles.
 - Animer la dynamique créative d'un collectif de conception, en stimulant l'émergence d'idées innovantes et en facilitant la prise de décision collective.
 - Présenter les résultats d'un projet de manière argumentée et esthétique, en mobilisant les codes visuels et narratifs propres aux industries créatives.
 - Mobiliser des outils numériques, incluant des outils d'intelligence artificielle, pour assister la conception et la production de contenus éditoriaux ou de communication (textes, visuels, vidéos), en portant un regard critique sur la pertinence, la qualité et les limites des résultats obtenus.
 - Garantir l'inclusion et l'accessibilité universelle dans la conception et la diffusion des contenus (supports, livrables, événements), en veillant à ce que les publics en situation de handicap puissent y accéder dans des conditions équitables.
 - Proposer une communication durable dans le choix des techniques et des supports de communication.
 - Réaliser des études de marché et de concurrence afin d'identifier les tendances créatives, les attentes des consommateurs et les opportunités de positionnement produit.
 - Structurer le développement d'un produit de mode ou issu des industries créatives, en assurant le suivi administratif et logistique des étapes de conception, de sourcing et d'approvisionnement.
 - Piloter la mise en production d'un produit en coordonnant les relations avec les fournisseurs et en garantissant la conformité du produit final aux standards de qualité, de coût et de délai.
 - Analyser les performances commerciales d'une offre en exploitant les données de ventes et de stocks pour formuler des recommandations stratégiques.
 - Appliquer les principes de santé et de sécurité au travail lors des phases de conception, de production ou de mise en scène des produits (ateliers, shootings, défilés), en identifiant les principaux risques professionnels des différentes phases et en veillant au respect des consignes et au bien-être des équipes impliquées.
 - Intégrer les principes d'accessibilité et de co-conception inclusive dès la définition de l'offre produit, afin de les intégrer lors des phases de mise en œuvre du projet.

- Concevoir et présenter les supports de communication et de vente (argumentaires, visuels, books, fiches techniques, contenus web) mettant en valeur l'identité créative des produits.
- Former et accompagner les équipes commerciales et les clients à la compréhension des produits et collections, en développant des présentations argumentées et visuellement impactantes.
- Superviser la production de contenus promotionnels (shootings, vitrines, salons), en coordonnant les prestataires et en garantissant la cohérence esthétique avec l'image de marque.
- Gérer et exploiter les outils numériques de relation client (CRM, plateformes e-commerce, bases de données) pour suivre les performances et adapter la communication.
- Définir, suivre et analyser les indicateurs de performance du plan d'actions, en proposant des ajustements destinés à optimiser la visibilité et la rentabilité des produits.
- Adapter les actions commerciales (supports de vente, dispositifs de diffusion, événements grand public) aux exigences de sécurité, d'inclusion et d'accessibilité applicables.
- Planifier un plan de communication multicanal ou cross-canal (canaux croisés de diffusion) en coordonnant la production et la diffusion de contenus cohérents avec l'identité de marque et la vision artistique ainsi qu'avec le parcours de l'expérience client.
- Produire des contenus créatifs (textes, photos, vidéos, visuels graphiques) en valorisant les caractéristiques esthétiques des produits et les tendances du secteur.
- Animer la présence digitale d'une marque sur les réseaux sociaux, en adaptant les formats, le ton et l'esthétique des contenus à l'identité créative de la marque.
- Organiser des événements de communication (défilés, expositions, collaborations artistiques) contribuant à la visibilité et à la valorisation de la marque.
- Veiller à l'accessibilité, à la sécurité des publics et des équipes, et au respect des règles de prévention des risques dans la conception et le déploiement des dispositifs de communication, qu'ils soient physiques (événements, showrooms) ou numériques (sites, réseaux sociaux).

Blocs de compétences

RNCP42221BC01 — Utiliser les outils numériques de référence

LISTE DE COMPÉTENCES

Utiliser les outils numériques de référence et les règles de sécurité informatique pour acquérir, traiter, produire et diffuser de l'information ainsi que pour collaborer en interne et en externe

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle simulée : réalisation d'une étude de cas utilisant des outils numériques (logiciels de création visuelle, outils de bureautique, plateformes de gestion de projet ou de partage de fichiers)

RNCP42221BC02 — Exploiter des données à des fins d'analyse

LISTE DE COMPÉTENCES

- Identifier et sélectionner avec esprit critique diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet
- Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation
- Développer une argumentation avec esprit critique

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Réalisation d'une note de synthèse à partir de données sectorielles (marché de la mode, tendances créatives, consommation responsable, comportements de consommation...)

RNCP42221BC03 — S'exprimer et communiquer à l'oral, à l'écrit, et dans au moins une langue étrangère

LISTE DE COMPÉTENCES

- Se servir aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française
- Communiquer par oral et par écrit, de façon claire et non-ambiguë, dans au moins une langue étrangère

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Présentation en anglais d'un projet créatif, produit ou concept de marque comprenant :

- Support visuel ou dossier écrit
- Présentation orale

RNCP42221BC04 — Se positionner vis à vis d'un champ professionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

- Identifier et situer les champs professionnels potentiellement en relation avec les acquis de la mention ainsi que les parcours possibles pour y accéder
- Caractériser et valoriser son identité, ses compétences et son projet professionnel en fonction d'un contexte
- Identifier le processus de production, de diffusion et de valorisation des savoirs

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée : production d'un portfolio professionnel rassemblant CV et lettre de motivation et simulation d'entretien de recrutement

RNCP42221BC05 — Agir en responsabilité au sein d'une organisation professionnelle

LISTE DE COMPÉTENCES

- Situer son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour s'adapter et prendre des initiatives
- Travailler en équipe et en réseau ainsi qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet
- Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique
- Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité sociale et environnementale
- Prendre en compte la problématique du handicap et de l'accessibilité dans chacune de ses actions professionnelles

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle : production d'un rapport de stage d'une durée minimum de 4 mois

Mise en situation professionnelle reconstituée sur la gestion de conflit et la communication interpersonnelle dans un cadre professionnel

RNCP42221BC06 — Analyser et interpréter l'environnement concurrentiel, culturel et économique d'une entreprise des industries créatives

LISTE DE COMPÉTENCES

- Réaliser une veille stratégique et concurrentielle sur les évolutions du secteur afin d'identifier les acteurs, les positionnements et les tendances émergentes.
- Identifier les évolutions économiques, culturelles, technologiques, écologiques et réglementaires impactant le secteur à l'échelle internationale, en incluant les usages émergents de l'intelligence artificielle dans les domaines de l'analyse de tendances, de l'aide à la conception et de la production de contenus.
- Analyser les impacts sociaux, environnementaux et organisationnels des évolutions du secteur de la mode et des industries créatives, en identifiant les enjeux de responsabilité sociétale, d'inclusion et de prévention des risques professionnels applicables aux projets liés au développement de l'offre, à la communication ou à la distribution.
- Contribuer à l'élaboration d'un plan stratégique en intégrant les évolutions et impacts identifiés, les innovations et les nouveaux modèles économiques propres aux industries créatives.
- Évaluer l'impact environnemental, social et éthique des choix stratégiques, en mobilisant les labels et indicateurs de durabilité applicables au secteur.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Production d'une étude stratégique de positionnement d'une entreprise ou d'une marque comprenant un benchmark sectoriel et une analyse de tendances ainsi que des recommandations stratégiques intégrant durabilité, inclusion, et transition numérique.

RNCP42221BC07 — Piloter un projet éditorial, de communication ou d'analyse de marque dans les industries créatives

LISTE DE COMPÉTENCES

- Définir les objectifs, les étapes et les livrables d'un projet éditorial ou de communication, en élaborant un plan d'action cohérent avec la stratégie de marque et les contraintes de production.
- Coordonner les contributions d'équipes créatives pluridisciplinaires et multiculturelles, en favorisant la collaboration, l'échange d'idées et le respect des différences culturelles.
- Animer la dynamique créative d'un collectif de conception, en stimulant l'émergence d'idées innovantes et en facilitant la prise de décision collective.
- Présenter les résultats d'un projet de manière argumentée et esthétique, en mobilisant les codes visuels et narratifs propres aux industries créatives.
- Mobiliser des outils numériques, incluant des outils d'intelligence artificielle, pour assister la conception et la

production de contenus éditoriaux ou de communication (textes, visuels, vidéos), en portant un regard critique sur la pertinence, la qualité et les limites des résultats obtenus.

- Garantir l'inclusion et l'accessibilité universelle dans la conception et la diffusion des contenus (supports, livrables, événements), en veillant à ce que les publics en situation de handicap puissent y accéder dans des conditions équitables.
- Proposer une communication durable dans le choix des techniques et des supports de communication.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Réalisation d'un projet éditorial ou de communication complet pour une marque ou un designer comprenant :

- Dossier de projet (brief, plan d'action, calendrier, budget)
- Présentation orale avec supports visuels

RNCP42221BC08 — Piloter une offre produit à forte valeur ajoutée créative

LISTE DE COMPÉTENCES

- Réaliser des études de marché et de concurrence afin d'identifier les tendances créatives, les attentes des consommateurs et les opportunités de positionnement produit.
- Structurer le développement d'un produit de mode ou issu des industries créatives, en assurant le suivi administratif et logistique des étapes de conception, de sourcing et d'approvisionnement.
- Piloter la mise en production d'un produit en coordonnant les relations avec les fournisseurs et en garantissant la conformité du produit final aux standards de qualité, de coût et de délai.
- Analyser les performances commerciales d'une offre en exploitant les données de ventes et de stocks pour formuler des recommandations stratégiques.
- Appliquer les principes de santé et de sécurité au travail lors des phases de conception, de production ou de mise en scène des produits (ateliers, shootings, défilés), en identifiant les principaux risques professionnels des différentes phases et en veillant au respect des consignes et au bien-être des équipes impliquées.
- Intégrer les principes d'accessibilité et de co-conception inclusive dès la définition de l'offre produit, afin de les intégrer lors des phases de mise en œuvre du projet.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Simulation ou étude de cas : développement d'un produit de mode ou créatif, de l'idée à la mise en production incluant :

- Cahier des charges produit.
- Tableau de suivi (sourcing, coûts, délais)
- Analyse des ventes simulées

RNCP42221BC09 — Déployer un plan d'actions marketing et commercial pour valoriser et distribuer les produits

LISTE DE COMPÉTENCES

- Concevoir et présenter les supports de communication et de vente (argumentaires, visuels, books, fiches techniques, contenus web) mettant en valeur l'identité créative des produits.
- Former et accompagner les équipes commerciales et les clients à la compréhension des produits et collections, en développant des présentations argumentées et visuellement impactantes.
- Superviser la production de contenus promotionnels (shootings, vitrines, salons), en coordonnant les prestataires et en garantissant la cohérence esthétique avec l'image de marque.
- Gérer et exploiter les outils numériques de relation client (CRM, plateformes e-commerce, bases de données) pour suivre les performances et adapter la communication.
- Définir, suivre et analyser les indicateurs de performance du plan d'actions, en proposant des ajustements destinés à optimiser la visibilité et la rentabilité des produits.
- Adapter les actions commerciales (supports de vente, dispositifs de diffusion, événements grand public) aux exigences de sécurité, d'inclusion et d'accessibilité applicables.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée : élaboration et présentation d'un plan marketing opérationnel pour une nouvelle collection ou un produit comprenant :

- Supports de communication (argumentaire, visuels, fiches produits)
- Proposition de plan média ou d'action commerciale
- Présentation orale devant un jury professionnel

RNCP42221BC10 — Déployer une stratégie de communication adaptée aux industries créatives

LISTE DE COMPÉTENCES

- Planifier un plan de communication multicanal ou cross-canal (canaux croisés de diffusion) en coordonnant la production et la diffusion de contenus cohérents avec l'identité de marque et la vision artistique ainsi qu'avec le parcours de l'expérience-client.
- Produire des contenus créatifs (textes, photos, vidéos, visuels graphiques) en valorisant les caractéristiques esthétiques des produits et les tendances du secteur.
- Animer la présence digitale d'une marque sur les réseaux sociaux, en adaptant les formats, le ton et l'esthétique des contenus à l'identité créative de la marque.
- Organiser des événements de communication (défilés, expositions, collaborations artistiques) contribuant à la visibilité et à la valorisation de la marque.
- Veiller à l'accessibilité, à la sécurité des publics et des équipes, et au respect des règles de prévention des risques dans la conception et le déploiement des dispositifs de communication, qu'ils soient physiques (événements, showrooms) ou numériques (sites, réseaux sociaux).

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée : production d'une campagne de communication multicanale pour un événement créatif (défilé, exposition, lancement) incluant :

- Dossier de communication (plan, calendrier, budget, messages clés)
- Création de contenus (visuels, vidéo, social media)

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

- 14.13Z : Fabrication de vêtements de dessus
- 15.12Z : Fabrication d'articles de voyage, de maroquinerie et de sellerie
- 20.42 : Fabrication de parfums et de produits pour la toilette
- 32.12Z : Fabrication d'articles de joaillerie et bijouterie
- 47.71Z : Commerce de détail d'habillement en magasin spécialisé
- 70.21Z : Conseil en relations publiques et communication
- 74.10Z : Activités spécialisées de design

La certification vise plus particulièrement les secteurs de l'habillement, de la communication et de l'événementiel, de la maroquinerie, bijouterie et accessoires et des parfums et cosmétiques.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

La certification permet d'accéder à des fonctions de junior management dans les domaines liés au produit (gestion de produit, structuration de l'offre, merchandising...), à la distribution (retail, e-commerce...) ou à la communication (événementiel, relations presse, réseaux sociaux et communication digitale) et notamment aux emplois suivants :

- Chargé d'études de marché
- Chargé de communication
- Chargé des relations presse
- Chargé des relations publiques
- Responsable réseaux sociaux
- Acheteur Junior (Junior planner)
- Chargé de planification junior
- Chef de projet événementiel
- Chef de produit junior
- Assistant directeur de point de vente
- Assistant merchandising visuel

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)	2 950 €
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) U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	16 808
Jugés difficiles à recruter	27 %
Emplois saisonniers	11 %
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 U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Tous les candidats admissibles doivent impérativement justifier d'un niveau C1 en anglais à l'exception de ceux :

- qui résident depuis au moins 3 ans dans un pays dont la première langue officielle est l'anglais
- ou qui préparent ou sont titulaires d'un IB (International Baccalaureate)
- ou dont l'anglais est la langue maternelle

Les prérequis pour l'entrée en 1ère année du cycle de formation sont précisés dans Parcoursup :

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

Le jury est composé de :

- un président enseignant-chercheur désigné par le recteur
- le recteur ou son représentant
- un représentant de la direction de l'établissement
- des enseignants et enseignants-chercheurs de l'établissement

COMPOSITION DU JURY — VAE

Le jury est composé de :

- deux professeurs de l'IFM n'intervenant pas au sein de la formation
- au moins un professionnel extérieur dont la qualité est en lien avec la certification visée

Les membres du jury ne doivent entretenir ou avoir entretenu aucune relation professionnelle ou personnelle avec le candidat, ni avoir accompagné le candidat dans sa démarche de validation des acquis de l'expérience.

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement	31/08/2031
--	------------

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2025	79	0	85 %	—
2024	65	0	81 %	—

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP37694

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)
<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/42221/>