

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 31027**

Intitulé

Chef(fe) de produit pour les entreprises de mode et d'habillement

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION

QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION

Institut supérieur spécialisé de la mode (MOD'SPE Paris) | Président

Niveau et/ou domaine d'activité

II (Nomenclature de 1969)

6 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

242p Habillement : organisation, gestion

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Situé(e) à l'interface entre création, production, marketing et vente d'une collection, le/la chef(fe) de produit de mode est le/la responsable opérationnel(le) et l'interlocuteur(trice) privilégié(e) de tous les acteurs(trices), internes et externes à son entreprise, qui contribuent à la réalisation et à la valorisation de la famille de produits dont il/elle est chargé(e) au sein d'une collection.

Placé(e) sous la responsabilité d'un(e) directeur(trice) du développement des produits de mode, le/la chef(fe) de produit de mode peut travailler au sein d'une entreprise de mode ou d'une entreprise de grande distribution.

Une entreprise de mode est généralement fondée par un/une créateur(trice) qui donne son nom à la marque qu'il/elle crée et développe. Au sein de ce type de structure, la direction artistique et le stylisme comptent autant que les moyens commerciaux : une identité de marque solide permet à ces maisons de développer des lignes de produits qui reflètent leurs propres valeurs et de se positionner sur des marchés particuliers (« des niches »), en fidélisant un type de clientèle.

Le marché de la grande distribution de produits de mode fonctionne sur des principes plus centrés sur l'économie de marché. Les orientations stratégiques d'une collection s'appuient sur les objectifs marketing et financiers définis à partir des analyses de marché, de la concurrence, et des habitudes de consommation de la clientèle.

Selon les domaines d'intervention et les structures dans lesquelles il/elle exerce ses fonctions, le/la chef(fe) de produit pour les entreprises de mode et d'habillement a pour activités principales :

- L'étude de l'environnement économique et social, l'analyse des tendances et la définition du positionnement marketing de son entreprise
- L'élaboration du plan de collection Le pilotage de la fabrication de la collection
- La gestion du merchandising et des flux
- Le suivi financier de la collection
- L'animation des collaborateurs internes
- La gestion des partenariats nationaux et internationaux

La certification est déclinée en 5 blocs de compétences dont les libellés sont :

Bloc 1 : Etude de l'environnement économique et social, analyse des tendances et définition du positionnement marketing de son entreprise

Bloc 2 : Élaboration du plan de collection

Bloc 3 : Pilotage de la fabrication de la collection

Bloc 4 : Suivi financier de la collection et gestion du merchandising et des flux

Bloc 5 : Animation des collaborateurs internes et gestion des partenariats nationaux et internationaux

Secteurs d'activité ou types d'emplois accessibles par le détenteur de ce diplôme, ce titre ou ce certificat

Entreprises du secteur de la mode, spécialisées dans la distribution et/ou spécialisées dans la conception de collections

Chef(fe) de produit de mode

Acheteur(euse) de produits de mode

Responsable de collection

Responsable de produit

Responsable marketing

Responsable merchandising

Codes des fiches ROME les plus proches :

M1703 : Management et gestion de produit

M1101 : Achats

M1705 : Marketing

D1506 : Marchandisage

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

MOD'SPE Paris met en place un système et des modalités d'évaluation qui sont avant tout centrés sur des productions attestant de capacités professionnelles, comme par exemple :

Une analyse du marché, une étude de la concurrence, la définition d'axes de développement pour la prochaine collection, le bilan des plans de collection antérieurs, un plan de collection, la réalisation d'un planning d'actions avant lancement industriel, la définition des modalités de mise au point d'un prototype, la sélection d'un fournisseur à partir d'une grille de sélection, l'évaluation de la qualité de présentation des

produits, un planning d'actions de promotion, l'analyse du bilan financier d'une collection, le budget d'une nouvelle collection, le bilan financier d'une collection, l'organisation du travail pour la réalisation d'une nouvelle collection, la définition d'un mode de management, la définition des modalités de suivi des activités, la sélection de fournisseurs, la préparation d'un entretien de négociation

Bloc de compétence :

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°1 de la fiche n° 31027 - Pilotage de la fabrication de la collection</p>	<p>Descriptif :</p> <ul style="list-style-type: none"> •Organiser le travail à produire par l'ensemble des acteurs en définissant les résultats attendus à chacune des étapes et les normes qualité à respecter •Sélectionner les modèles à créer en choisissant la gamme des couleurs et les matières, en fonction des tendances de chacun des thèmes de la collection •Réaliser ou piloter la réalisation de la mise au point technique et industrielle de chaque référence de la collection en vue d'établir la charte qualité de la production •Participer à l'établissement des commandes de matières premières nécessaires à la fabrication des différents produits en fonction des sources d'approvisionnement et des lieux de fabrication •Vérifier les capacités des prestataires et la qualité de leurs produits, tant au niveau de la fourniture des matières premières, que de leur transformation, afin de sélectionner les plus pertinents •Collaborer à la négociation des prix des produits, de leur qualité et de leurs délais de fabrication et de livraison <p>Modalités d'évaluation :</p> <p>Evaluation à partir de travaux d'études réalisés en centre de formation et portant sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> •La réalisation d'un planning d'actions avant lancement industriel •La définition des modalités de mise au point d'un prototype •La sélection d'un fournisseur à partir d'une grille de sélection <p>Modalité de certification :</p> <p>Un certificat des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat/e à l'issue de la validation du 3ème bloc de compétences.</p>

INTITULÉ

DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION

Bloc de compétence n°2 de la fiche n° 31027 - Suivi financier de la collection et gestion du merchandising et des flux

Descriptif :

- Définir les orientations du merchandising visuel à développer sur les points de vente en tenant compte de leur environnement et de leur lieu d'implantation
- Mettre au point tous les outils d'aide à la vente, en élaborant des argumentaires techniques et commerciaux, et en définissant les tarifs selon les marchés
- Piloter le contrôle de la conformité du merchandising sur les lieux de vente, au niveau des vitrines, des aménagements intérieurs et de l'affichage des informations sur les produits
- Planifier les opérations promotionnelles à mettre en œuvre sur les lieux de vente, en tenant compte des différentes étapes de la collection et de ses thèmes
- Évaluer les ventes réalisées en décidant des réassorts à effectuer et en analysant les causes de mévente de certains produits
- Décider des actions à mener afin de lancer une nouvelle production ou de modifier des produits de la collection en cours et de les remplacer par de nouveaux produits
- Sélectionner de nouveaux fournisseurs situés géographiquement plus près des lieux de vente, afin de compléter les produits d'une collection en cours dans des délais très brefs

Modalités d'évaluation :

Évaluation à partir de travaux d'études réalisés en centre de formation et portant sur :

- L'évaluation de la qualité de présentation des produits
- Un planning d'actions de promotion

Descriptif :

- Analyser les différents postes de dépense afin de définir les clefs de répartition budgétaire à prévoir pour la nouvelle collection
- Décliner les différents objectifs financiers à atteindre par famille de produits et secteurs géographiques
- Calculer le prix pour chacune des pièces de sa collection en tenant compte de la complexité du modèle, du coût des matières et accessoires, des coûts de fabrication, transports, « sourcing »...
- Évaluer le budget à allouer à la collection en fonction de ses étapes de conception et de réalisation
- Définir les objectifs de vente à atteindre après avoir estimé le coût de revient, le prix de vente et la marge à dégager
- Décider des ajustements à apporter aux prix de vente afin de pallier les effets des évolutions des cours d'achat des matières
- Négocier les termes de paiement avec les fabricants et fournisseurs en les répartissant au mieux sur les différentes étapes de la collection, afin d'équilibrer les entrées et sorties de trésorerie
- Dresser des bilans financiers intermédiaires et finaux permettant de prendre des décisions sur les actions de promotion à lancer, ou sur les ajustements de prix à apporter

Modalités d'évaluation :

Évaluation à partir de travaux d'études réalisés en centre de formation et portant sur :

- L'analyse du bilan financier d'une collection
- Le budget d'une nouvelle collection
- Le bilan financier d'une collection

Modalité de certification :

Un certificat des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat/e à l'issue de la validation du 4ème bloc de compétences

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°3 de la fiche n° 31027 - Élaboration du plan de collection</p>	<p>Descriptif :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analyser les ventes effectuées au cours des collections précédentes, en analysant les raisons pouvant être à l'origine des succès ou des méventes de certains produits • Définir la marge à réaliser en fonction du chiffre d'affaires visé compte tenu du choix des réseaux de distribution et des lieux d'implantation • Évaluer le nombre de pièces à produire en déterminant le nombre de références selon les types de produits, les lieux de fabrication et les prix moyens du marché • Établir le rétroplanning global de la collection et les productions à réaliser par les différents acteurs ou services concernés : styliste, modéliste, service marketing, production, logistique, commercial • Définir le style et la fonction des produits qui feront partie de la prochaine collection, en tenant compte des résultats de la collection précédente, des études de marché et des tendances en émergence • Concevoir les différents thèmes de la collection en organisant leur progression sur la saison et en planifiant les échéances de fabrication et de livraison en fonction des réseaux de distribution • Déterminer le nombre de pièces à vendre et les séries industrielles à prévoir selon les familles de produits, le nombre de références et les types de matières sélectionnés • Superviser la réalisation des fiches techniques en vérifiant l'exactitude des informations portées sur celles-ci <p>Modalités d'évaluation : Évaluation à partir de travaux d'études réalisés en centre de formation et portant sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le bilan des plans de collection antérieurs <p>Modalité de certification : Un certificat des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat/e à l'issue de la validation du 2ème bloc de compétences.</p>
<p>Bloc de compétence n°4 de la fiche n° 31027 - Etude de l'environnement économique et social, analyse des tendances et définition du positionnement marketing de son entreprise</p>	<p>Descriptif :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifier les différentes sources d'informations et de documentations à consulter, au niveau national et mondial • Analyser les informations économiques et sociales concernant son secteur d'intervention en repérant les paramètres pouvant avoir des incidences sur la collection en cours ou sur la prochaine • Sélectionner les données permettant d'anticiper les évolutions des secteurs de la mode et celles de la consommation en recueillant des informations stratégiques et en effectuant des « shoppings » • Analyser les tendances qui se font jour dans les grandes capitales de la mode et les orientations qu'il serait pertinent de prendre pour la collection à venir • Évaluer le positionnement de la concurrence, ses atouts et faiblesses et les caractéristiques de ses produits, afin de mettre ces informations en perspective avec sa propre entreprise • Définir les axes sur lesquels développer la prochaine collection, en tenant compte du budget alloué et des résultats des collections précédentes. <p>Modalités d'évaluation : Évaluation à partir de trois études de cas réalisées en centre de formation et portant sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Une analyse du marché • Une étude de la concurrence • La définition d'axes de développement pour la prochaine collection <p>Modalité de certification : Un certificat des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat/e à l'issue de la validation du 1er bloc de compétences.</p>

INTITULÉ

DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION

Bloc de compétence n°5 de la
fiche n° 31027 - Animation des
collaborateurs internes et
gestion des partenariats
nationaux et internationaux

Descriptif :

- Mettre en place des actions afin de contribuer à fédérer les différents collaborateurs mobilisés aux différentes étapes de réalisation de la collection
- Organiser le travail à produire par chacun, en effectuant la répartition des activités à réaliser au regard des compétences des acteurs impliqués en expliquant la vision globale du projet, les résultats visés et les délais à tenir
- Choisir un mode managérial adapté à l'animation des professionnels à mobiliser sur la collection et permettant de résoudre les problèmes et conflits qui pourraient survenir
- Déléguer des responsabilités et des moyens aux professionnels mobilisés dans la réalisation de la collection, en tenant compte de leur champ de compétences
- Animer différentes réunions permettant de suivre l'état d'avancement des activités et de résoudre les problèmes techniques posés
- Organiser le recueil et la transmission des informations nécessaires à la réalisation des activités de chacun dans le respect des normes qualité définies
- Mettre en œuvre une méthodologie d'accompagnement, d'analyse et de résolution de problèmes permettant d'aider à trouver des solutions adaptées aux difficultés rencontrées
- Effectuer le suivi et le contrôle des activités réalisées par chacun des collaborateurs en utilisant des outils de « reporting » et en identifiant les points forts et les faiblesses de chacun d'entre eux

Modalités d'évaluation :

Evaluation à partir de travaux d'études réalisés en centre de formation et portant sur :

- L'organisation du travail pour la réalisation d'une nouvelle collection
- La définition d'un mode de management
- La définition des modalités de suivi des activités

Descriptif :

- Identifier au niveau mondial, les différents fournisseurs existants et les caractéristiques des produits qu'ils réalisent
- Evaluer la viabilité économique et la fiabilité des fournisseurs à respecter leurs engagements et la qualité des produits à fournir
- Définir une stratégie visant à créer ou renforcer des collaborations pérennes avec ses fournisseurs
- Contribuer au développement d'un système d'intérêts communs à son entreprise et à ses partenaires en analysant ce que chacun peut apporter comme valeur complémentaire dans le cadre de projets partenariaux
- Participer à la réalisation d'entretiens de négociation visant à établir les conditions de contractualisation d'une nouvelle commande, notamment en termes de qualité, délais et moyens de livraison
- Contribuer à l'élaboration de stratégies de co-développement avec les acteurs de son réseau, en respectant les différences culturelles propres à ses partenaires, et à leur lieu d'implantation géographique
- Trouver des solutions alternatives permettant de gérer les problèmes rencontrés au cours de la phase d'élaboration ou de livraison des produits de la collection

Modalités d'évaluation :

Evaluation à partir de travaux d'études réalisés en centre de formation et portant sur :

- La sélection de fournisseurs
- La préparation d'un entretien de négociation

Modalité de certification :

Un certificat des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat/e à l'issue de la validation du 5ème bloc de compétences.

Validité des composantes acquises : illimitée

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	OUINON		COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X		Jury d'évaluation composé de 40% de représentants/es du secteur professionnel (50% salariés/es - 50% employeurs/euses) et de 60% de représentants/es de l'école
En contrat d'apprentissage		X	
Après un parcours de formation continue	X		Jury d'évaluation composé de 40% de représentants/es du secteur professionnel (50% salariés/es - 50% employeurs/euses) et de 60% de représentants/es de l'école
En contrat de professionnalisation	X		Jury d'évaluation composé de 40% de représentants/es du secteur professionnel (50% salariés/es - 50% employeurs/euses) et de 60% de représentants/es de l'école
Par candidature individuelle		X	
Par expérience dispositif VAE prévu en 2010	X		Jury d'évaluation composé de 40% de représentants/es du secteur professionnel (50% salariés/es - 50% employeurs/euses) et de 60% de représentants/es de l'école

	OUI	NON
Accessible en Nouvelle Calédonie		X
Accessible en Polynésie Française		X

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS**ACCORDS EUROPÉENS OU INTERNATIONAUX****Base légale****Référence du décret général :****Référence arrêté création (ou date 1er arrêté enregistrement) :**

Arrêté du 1er juillet 2008 publié au Journal Officiel du 06 juillet 2008 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour cinq ans, au niveau II, sous l'intitulé Chef de produit pour les entreprises de mode et d'habillement, avec effet au 06 juillet 2008, jusqu'au 06 juillet 2013.

Référence du décret et/ou arrêté VAE :**Références autres :**

Arrêté du 11 juillet 2018 publié au Journal Officiel du 21 juillet 2018 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour un an, au niveau II, sous l'intitulé "Chef de produit pour les entreprises de mode et d'habillement" avec effet du 21 juillet 2018, jusqu'au 21 juillet 2019.

Arrêté du 12 août 2013 publié au Journal Officiel du 27 août 2013 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour cinq ans, au niveau II, sous l'intitulé "Chef de produit pour les entreprises de mode et d'habillement" avec effet au 06 juillet 2013, jusqu'au 27 août 2018.

Décret n° 2004-171 du 19 février 2004 modifiant le décret n° 2002-616 du 26 avril 2002 relatif au répertoire national des certifications professionnelles (publié au Journal Officiel du 22 février 2004). La validité du titre est prorogée jusqu'au 31 décembre 2006.

Arrêté du 17 mars 2003 publié au Journal Officiel du 27 mars 2003 portant homologation de titres et diplômes de l'enseignement technologique. L'homologation prend effet à compter du 1er janvier 1995 et jusqu'au 18 janvier 2005.

Pour plus d'informations**Statistiques :**

Nombre de personnes certifiées chaque année :

- Promotion 08/01/2013 : 47 certifiés sur 48 inscrits
- Promotion 23/12/2013 : 38 certifiés sur 40 inscrits
- Promotion 17/12/2014 : 37 certifiés sur 40 inscrits
- Promotion 17/12/2015 : 38 certifiés sur 40 inscrits
- Promotion 15/12/2016 : 39 certifiés sur 41 inscrits

Cela représente un taux de 95.22% de certifiés sur les cinq dernières promotions

Autres sources d'information :

modsseparis@modsseparis.com

01.48.24.23.80

www.modsseparis.com

Site internet

Lieu(x) de certification :

MOD'SPE Paris

9 rue Bleue

75009 PARIS

Lieu(x) de préparation à la certification déclarés par l'organisme certificateur :

MOD'SPE Paris - 9 rue Bleue - 75009 PARIS

MOD'SPE PARIS CENTRAL EUROPE - Hviezdoslavovo nám. 20, 811 02 Bratislava - Slovakia

Historique de la certification :

Certification précédente : Chef de produit pour les entreprises de mode et d'habillement