

REFERENTIEL DE CERTIFICATION DU METIER DE STYLISTE DE MODE

| REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i> | REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i> | REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i> | |
|---|--|---|---|
| | | MODALITÉS D'ÉVALUATION | CRITÈRES D'ÉVALUATION |
| Bloc 1 Mener une veille concurrentielle nationale et internationale en lien avec le secteur de la mode et son évolution | | | |
| <p>Dans le cadre de la veille, le, la styliste de mode :</p> <p>A1.1 surveille l'ensemble des acteurs du secteur de la mode</p> <p>A1.2 recherche de nouvelles idées</p> <p>A1.3 étudie les nouvelles priorités d'achat des consommateurs de mode</p> | <p>C1.1 Mettre en place une veille en s'appuyant sur différentes sources (salons professionnels, presse spécialisée, réseaux sociaux, fournisseurs, influenceurs...) pour surveiller les évolutions du domaine de la mode (mode, culture, art...) afin d'anticiper les évolutions à une ou deux saisons.</p> <p>-----</p> <p>C1.2 Analyser les tendances de la mode (styles, combinaisons de couleurs, matières...) à une ou deux saisons pour trouver de nouvelles inspirations et de nouvelles idées de looks afin de surprendre les clients de la marque</p> <p>-----</p> <p>C1.3 Identifier les évolutions des comportements d'achats des consommateurs en s'appuyant sur les nouvelles segmentations du marché de la mode, pour faire ressortir, par la mise en œuvre d'une méthode, les nouveaux comportements et attitudes, notamment en matière de mode connectée, éthique, durable ou circulaire</p> <p>-----</p> <p>C1.4 Rédiger une synthèse de l'étude de veille en rassemblant des informations en corrélation avec l'univers de l'enseigne pour adapter la stratégie aux nouvelles</p> | <p>Synthèse écrite (visuels et textes) des tendances analysées pendant une mise en situation réelle lors d'évènements tels que la fashion week ou les défilés de hautes coutures.</p> <p>La synthèse étudie les nouveaux comportements de consommateurs face à la mode.</p> | <p>CR1.1 La méthode de veille (définition des axes, identification des sources pertinentes, adhésions à des flux RSS etc) et l'organisation mise en place pour collecter et sélectionner les informations permettent d'identifier les nouveaux phénomènes d'ordre socio culturels et socio-économiques</p> <p>-----</p> <p>CR1.2 Les études de tendances et les études de styles sont analysées avec un œil créatif. L'analyse identifie les nouvelles formes et les nouveaux styles de vie</p> <p>-----</p> <p>CR1.3 L'étude des situations d'achat du consommateur inclus les 3 dimensions (cognitive, affective et conative). Le processus de décisions d'achat est analysé en fonction des nouvelles priorités écoresponsables (RSE, Importance du Made In ...) et des nouveaux segments de marché (ex : les millenials)</p> <p>-----</p> |

STUDIO M-ESIMODE

Lieu d'établissement : 54 rue du Pech 31100 TOULOUSE

Tel : 05 62 240 230

RCS Toulouse 497 690 586 – SIRET : 497 690 586 000 27 – CODE APE : 803 Z

REFERENTIEL DE CERTIFICATION DU METIER DE STYLISTE DE MODE

| | | | |
|--|--|--|--|
| A1.4 communique les informations récoltées | tendances et à la concurrence afin de diffuser les informations à l'ensemble des équipes concernées (marketing, commerciales, production...) | | CR1.4 Les informations exploitées sont en accord avec les spécificités de la marque. Leur présentation est organisée et permet une diffusion triée de l'information auprès des services concernées. Les objectifs de départ de la veille sont respectés. |
|--|--|--|--|

STUDIO M-ESIMODE

Lieu d'établissement : 54 rue du Pech 31100 TOULOUSE

Tel : 05 62 240 230

RCS Toulouse 497 690 586 – SIRET : 497 690 586 000 27 – CODE APE : 803 Z

REFERENTIEL DE CERTIFICATION DU METIER DE STYLISTE DE MODE

| REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i> | REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i> | REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i> | |
|--|--|--|---|
| | | MODALITÉS D'ÉVALUATION | CRITÈRES D'ÉVALUATION |
| BLOC 2. Observer et proposer les tendances de la mode à une ou deux saisons | | | |
| <p>Dans le cadre des propositions de tendances le, la styliste de mode</p> <p>A2.1 Choisit le thème de la prochaine collection</p> <p>A2.2 Crée les esquisses de la future collection</p> <p>A2.3 Réalise le book de tendances</p> | <p>C2.1 Analyser l'image de la marque et de l'entreprise qu'il, elle représente ainsi que les contraintes techniques et de production pour élaborer le thème original de la nouvelle collection, en collaboration avec les autres stylistes et ou l'équipe dédiée à la créativité afin de créer le book de tendances.</p> <hr/> <p>C2.2.1 Imaginer les nouveaux modèles en s'appuyant sur le sens de la proportion et de l'équilibre et les nouvelles tendances (matières, technologies, esthétiques) pour donner une image précise du positionnement de la marque avec cette collection. afin de respecter les recommandations de la direction et le thème choisi</p> <p>C2.2.2 Dessiner différents croquis ou figurines de mode en accord avec le thème choisi en utilisant les logiciels professionnels de digital design pour déterminer les coloris, impressions, tissus adéquates afin der prévoir les techniques de réalisation</p> <hr/> <p>C2.3 Choisir les croquis, les photos, les couleurs et les matières en intégrant les innovations textiles (fibres</p> | <p>Réaliser un book de tendances manuellement et en infographie, à l'aide de croquis, de silhouettes, de propositions de matières et gammes de couleurs pour une marque imposée</p> <p>Le book est structuré par thème et comporte plusieurs univers différents détaillés : qualité graphique des modèles et application de l'identité graphique de la marque</p> | <p>CR2.1 Le thème proposé respecte l' ADN de la marque et de l'entreprise. Il est novateur et prend en compte les nouvelles tendances de la mode verte et les critiques de chacun des protagonistes.</p> <hr/> <p>CR2.2.1 Les modèles imaginés respectent les proportions et les équilibres techniques et sont en adéquation avec le thème choisi. Ils reflètent l'image de la marque</p> <p>CR2.2.2 Les outils de « digital design » sont utilisés avec maîtrise Les croquis sont réalisés avec rigueur et minutie et sont fidèles aux tendances identifiées.</p> <hr/> <p>CR2.3 Le book de tendances est adapté à la cible (style couture, haut de gamme,</p> |

STUDIO M-ESIMODE

Lieu d'établissement : 54 rue du Pech 31100 TOULOUSE

Tel : 05 62 240 230

RCS Toulouse 497 690 586 – SIRET : 497 690 586 000 27 – CODE APE : 803 Z

REFERENTIEL DE CERTIFICATION DU METIER DE STYLISTE DE MODE

| | | | |
|--|---|--|---|
| | <p>végétales, recyclées, biodégradables...) pour réaliser un book de tendances qui servira de support de décision aux équipes de la création (directeur artistique) et du marketing (chef produit) afin d'aider à intégrer les nouvelles tendances dans le plan de collection</p> | | <p>Luxe, prêt-à-porter...). Il est structuré par thème. Chaque thème comporte une argumentation et comprend des panneaux d'ambiance, une gamme de couleurs et une déclinaison de modèles.</p> |
|--|---|--|---|

STUDIO M-ESIMODE

Lieu d'établissement : 54 rue du Pech 31100 TOULOUSE

Tel : 05 62 240 230

RCS Toulouse 497 690 586 – SIRET : 497 690 586 000 27 – CODE APE : 803 Z

REFERENTIEL DE CERTIFICATION DU METIER DE STYLISTE DE MODE

| REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i> | REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i> | REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i> | |
|--|---|---|--|
| | | MODALITÉS D'ÉVALUATION | CRITÈRES D'ÉVALUATION |
| BLOC 3 Construire la collection et suivre la production | | | |
| Pour lancer la fabrication le styliste : A3.1 Envoie l'ensemble des informations au modéliste A3.2 Ajuste le prototype avec le modéliste A3.3 Valide les échantillons avec l'équipe | C3.1 Formaliser les spécifications de la collection choisies par le chef produit pour faire parvenir les informations au modéliste en vue de la réalisation des prototypes. C3.2 Coordonner les actions de réalisation d'un prototype avec le modéliste (coupe, assemblage, collage, couture...) pour apporter les retouches finales afin de concevoir un produit bien structuré. C3.3 Evaluer la qualité des échantillons en conditions réelles de production en collaboration avec le, la modéliste et le, la chef(e) de produit pour valider les têtes de série afin de lancer la production finale après accord du chef de produit. | Mise en situation professionnelle reconstituée à l'aide d'une étude de cas : Élaboration de dessins, choix des matières et fournitures, dossiers techniques en vue de la fabrication du prototype élaboré, choix et validation de la gestion de production | CR3.1 Les spécifications techniques (matières, couleurs, tissu, accessoires, tailles désirées...) sont définies par rapport au modèle à créer et permettent au modéliste de réaliser le prototype. CR3.2 L'harmonisation des couleurs et des matières ainsi que les modifications proposées permettent de créer un prototype équilibré et esthétique. Les critères de bien aller du vêtement sont respectés. CR3.3 Les échantillons matières, couleurs, validés sont conformes au cahier des charges. Les demandes de modifications des échantillons non conformes sont justifiées. CR3.4 Les fiches techniques comportent l'ensemble des éléments nécessaires à la |

STUDIO M-ESIMODE

Lieu d'établissement : 54 rue du Pech 31100 TOULOUSE

Tel : 05 62 240 230

RCS Toulouse 497 690 586 – SIRET : 497 690 586 000 27 – CODE APE : 803 Z

REFERENTIEL DE CERTIFICATION DU METIER DE STYLISTE DE MODE

| REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>Décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i> | REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>Identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i> | REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i> | |
|--|---|--|--|
| | | MODALITÉS D'ÉVALUATION | CRITÈRES D'ÉVALUATION |
| BLOC 4 : Communiquer et valoriser la collection mode en interne et en externe | | | |
| Pour valoriser la collection le, la styliste : A4.1 Coordonne les équipes en lien avec la création mode A4.2 Communique en interne des caractéristiques de la nouvelle collection A4.3 Recherche les événements physiques ou digitaux pour présenter la collection A4.4 Présente sa démarche artistique et technique lors d'évènements nationaux et internationaux | C4.1 Piloter le projet de création en collaborant avec l'ensemble des équipes impliquées (coloristes, designer textile, informaticiens, couturière, marketing et commerciale...) pour coordonner la réalisation de la collection afin de respecter le planning mis en place en utilisant les techniques de gestion de projet. C4.2 Présenter les éléments constitutifs de la nouvelle collection en interne à l'équipe commerciale pour qu'elle s'approprie les caractéristiques stylistiques, esthétiques et techniques de la collection afin de construire ses argumentaires de vente C4.3 Proposer à la direction et aux commerciaux des événements physiques ou digitaux pour présenter la nouvelle collection à des cibles spécifiques (clients, acheteurs, prescripteurs, influenceurs, journalistes...) afin de donner de la visibilité à la marque et générer des occasions de ventes C4.4 Communiquer clairement en français et en anglais pour défendre ses collections pendant les événements (salons, défilés, relation presse...) afin de convaincre les différents acteurs (instagrammeurs, influenceurs, journalistes, acheteurs etc.) du bien-fondé de la démarche artistique et technique (explication de | Mise en situation professionnelle reconstituée sous forme de dossiers écrits et d'une présentation orale à partir d'une étude de cas donnée consistant en une analyse d'un projet et proposition de sa mise en œuvre : -à l'écrit : présentation du rétro planning, moodboards et cahiers de recherches, présentation des matières, dossiers événements et merchandising. -à l'oral : les choix artistiques de la nouvelle collection, événements choisis, présentation du merchandising, présentation des arguments de vente. | CR4.1 Les activités, rôles de chacun sont bien identifiés et coordonnés suivant un planning précis ; Les différentes étapes de la gestion de projet sont connues et mises en place (planification, coordination, suivi.) CR4.2 La présentation est structurée et reprend dans le détail les caractéristiques de la nouvelle collection : <ul style="list-style-type: none"> • Nouvelles tendances, • Qualités et spécificités des matériaux choisis • Ligne artistique CR4.3 Les propositions d'évènements (expositions, défilés physiques ou digitaux...) démontrent l'expertise de la marque et l'intérêt pour les futurs clients d'intégrer les créations à leur collection en collaboration avec le marketing CR4.4 Les arguments mis en avant sont adaptés aux différents acteurs et comprennent des preuves factuelles, à travers |

STUDIO M-ESIMODE

Lieu d'établissement : 54 rue du Pech 31100 TOULOUSE

Tel : 05 62 240 230

RCS Toulouse 497 690 586 – SIRET : 497 690 586 000 27 – CODE APE : 803 Z

REFERENTIEL DE CERTIFICATION DU METIER DE STYLISTE DE MODE

| | | | |
|--|---|--|--|
| <p>A4.5 Met en valeur au sein des espaces physiques ou virtuels la nouvelle collection</p> | <p>l'utilisation des nouveaux matériaux et des principes d'upcycling) <hr/> C4.5 Faire un brief avec le service marketing, pour définir le merchandising à mettre en place afin de mettre en valeur les spécificités des nouvelles créations sur des espaces physiques et virtuels en respectant l'image de la marque ou de l'entreprise</p> | | <p>des procédures. Ils sont clairement énoncés en français et en anglais</p> <p>CR4.5 Le brief est structuré et le merchandising proposé prend en compte les objectifs marketings et les valeurs de la marque. Il valorise la nouvelle collection.</p> |
|--|---|--|--|

STUDIO M-ESIMODE

Lieu d'établissement : 54 rue du Pech 31100 TOULOUSE

Tel : 05 62 240 230

RCS Toulouse 497 690 586 – SIRET : 497 690 586 000 27 – CODE APE : 803 Z