

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

### 5 - REFERENTIELS

Article L6113-1 [En savoir plus sur cet article...](#) Créé par [LOI n°2018-771 du 5 septembre 2018 - art. 31 \(V\)](#)

« Les certifications professionnelles enregistrées au répertoire national des certifications professionnelles permettent une validation des compétences et des connaissances acquises nécessaires à l'exercice d'activités professionnelles. Elles sont définies notamment par un **référentiel d'activités** qui décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés, un **référentiel de compétences** qui identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui en découlent et un **référentiel d'évaluation** qui définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis. »

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
<b>Bloc de compétences 1 : Définir les tendances d'une collection de mode</b>			
<b>A1.1. Veille sectorielle et des tendances de la mode et du secteur textile et habillement</b>	C1.1. Réaliser une veille sectorielle et des tendances de mode du secteur textile et habillement en analysant les besoins des attentes des consommateurs se tenant à l'écoute des innovations et évolutions techniques en matière environnementale et d'accessibilité pour trouver de nouvelles inspirations en termes d'innovation et de créativité en phase avec les enjeux de développement durable et de la RSE.	<p><u>Mise en situation professionnelle :</u></p> <p style="text-align: center;"><b><u>REALISATION D'UN MOODBOARD</u></b></p> <p>Dans le cadre de la création d'une collection pour le compte d'une marque réelle ou fictive de vêtement ou d'accessoires, le candidat analyse le marché (national et international), le secteur, la saison, l'innovation et la créativité de la marque, ainsi que la clientèle ciblée, afin de réaliser un moodboard regroupant :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Des croquis,</li> <li>- Des panneaux de tendance,</li> <li>- Des échantillons textiles,</li> <li>- Des fournitures.</li> </ul>	<p>Les sources d'influences sont identifiées, originales et diversifiées (revues spécialisées, sites et publications spécialisés, réseaux sociaux, influenceurs, évènements de la mode, Fashion Weeks...).</p> <p>Les méthodes d'analyse permettent de mettre en avant les différentes tendances en s'adaptant aux différents événements sociaux et économiques dans le domaine de la mode et de la culture au sens large.</p> <p>Les résultats de cette veille sont réinvestis afin de dégager une tendance et une cohérence des choix « mode et tendance » de l'ensemble</p>

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

		Il rend compte du travail réalisé dans un dossier numérique, qu'il soutient devant un jury composé d'intervenants et de professionnels du secteur.	du projet, qui intègrent les évolutions récentes en matière de créativité et de développement durable.
<b>A1.2. Présentation de l'orientation stylistique d'une collection</b>	C1.2. Définir l'orientation d'une collection en argumentant ses choix esthétiques auprès des responsables artistique pour convaincre les professionnels du secteur de la faisabilité stylistique d'une collection.		<p>L'argumentation du candidat permet de démontrer la pertinence de l'orientation stylistique de la collection : le responsable artistique valide la collection.</p> <p>L'univers de la marque est représenté à travers l'orientation stylistique de la collection.</p>
<b>A1.3. Définition des gammes de couleur, du choix des matières et des fournitures</b>	C1.3. Déterminer les gammes de couleur de la collection et sélectionner les matières et les fournitures en adéquation à l'univers créé en prenant en compte les tendances pour traduire ses choix stylistiques sur les différents supports créatifs exigés par la profession.		<p>Les gammes de couleurs sont cohérentes, harmonieuses et coïncident aux tendances du marché.</p> <p>Le choix des matières est en cohérence avec l'univers créé.</p> <p>Le choix des fournitures et des accessoires correspond à l'orientation de la collection.</p> <p>Le choix des gammes de couleur, des matières et des fournitures reflète une collection innovante, créative et éco-responsable.</p>

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

### Bloc de compétences 2 : Créer une collection de vêtements ou accessoires

<p><b>A2.1. Elaboration d'une gamme de produits</b></p>	<p>C2.1.1. Définir les pièces constitutives de la collection en déclinant ses orientations en fonction des savoir-faire de la marque pour structurer le lancement de la collection.</p> <p>C2.1.2. Déterminer des pièces pensées et adaptées aux personnes en situation de handicap en prenant en compte les contraintes techniques à cette cible, afin de concevoir une collection inclusive.</p>	<p><u>Workshop :</u></p> <p style="text-align: center;"><b><u>PLAN DE COLLECTION / LINE UP</u></b></p> <p>Dans le cadre d'un workshop dédié, le candidat réalise des croquis ou des silhouettes de vêtements ou accessoires, présentant les différents produits qui constitueront la future collection d'un minimum de 3 pièces, dont 1 pièce inclusive.</p> <p>A l'aide de logiciels spécifiques CAO, le candidat compose un plan de collection qui ordonne par pièce de la collection :</p>	<p>L'identité, les valeurs, le positionnement de la marque sont respectés et tiennent compte de sa cible.</p> <p>La nature et le nombre de pièces par modèle sont clairement définis eu égard de la collection déterminée.</p> <p>La collection présente au moins une pièce inclusive pour faciliter le quotidien de certaines personnes (handicap, morphologies, origines, tailles...).</p>
<p><b>A2.2. Identification de tissus appropriés dans le cadre stylistique</b></p>	<p>C2.2. Sélectionner les tissus et les fournitures d'un point de vue technique, stylistique, éthique et éco-responsable en prenant en compte l'univers de la marque et les contraintes économiques de la marque pour la création d'une collection.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La typologie de chaque produit de la collection,</li> <li>- Le choix d'échantillons, de textiles et de fournitures destinées à la fabrication de ces vêtements,</li> <li>- Le nombre de pièces souhaitées par modèle.</li> </ul>	<p>Le choix des différents produits, de leur association, de leur attribution couleurs et matières (textile et fourniture) sont homogènes et pertinents par rapport au regard de l'univers de la marque.</p> <p>Les tissus et les fournitures choisis coïncident avec l'orientation de la collection.</p> <p>Les contraintes techniques et économiques en matière de développement durable et de RSE sont intégrées à la sélection des matériaux.</p>

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p><b>A2.3. Création des modèles d'une collection</b></p>	<p>C2.3. Réaliser et modéliser des croquis et des silhouettes de mode à la main et à l'aide de logiciels spécifiques en adaptant les textiles et les fournitures dédiés pour déterminer les formes en fonction de la cible.</p>		<p>Les dessins réalisés apportent des précisions et des éléments (matières, couleurs, fournitures, formes, détails des vêtements et des accessoires...) et permettent de mettre en avant l'orientation souhaitée.</p> <p>L'utilisation des logiciels de création (Adobe, Illustrator, Photoshop, In design et C. design) sont mobilisées.</p> <p>Les dessins détaillent avec précision les matières, les couleurs et les fournitures choisies.</p>
<p><b>A2.4. Conception et planification du projet de collection</b></p>	<p>C2.4. Formaliser un plan de collection en ordonnant les vêtements dans un plan de collection en utilisant des outils CAO, afin de transmettre ses choix stylistiques et d'élaborer une collection de vêtements au fort potentiel commercial.</p>		<p>Le plan de collection est en cohérence avec les choix stylistiques, avec la cible et le secteur.</p> <p>Le plan de collection illustre la technicité des dessins.</p>
<p><b>Bloc de compétences 3 : Gérer la production d'une collection de mode</b></p>			
<p><b>A3.1. Elaboration des dossiers techniques</b></p>	<p>C3.1. Rédiger les fiches techniques en appliquant les techniques de modélisme et de production industrielle en supervisant les processus de fabrication de collection de vêtements et accessoires pour contrôler la réalisation des prototypes et des patronages par l'atelier de modélisme.</p>	<p><u>Mise en situation professionnelle :</u></p> <p style="text-align: center;"><b>FICHES TECHNIQUES</b></p> <p>Dans le cadre de la création d'une collection pour le compte d'une marque de vêtement, le candidat crée les fiches techniques des 10 vêtements phares de la collection avec un descriptif et les tableaux de mesures en vue de la production (avec des logiciels spécifiques).</p>	<p>Les techniques de modélisme des prototypes et des patronages sont précises au regard de l'élaboration des fiches techniques.</p> <p>Les fiches techniques sont complètes, précises et détaillées (tailles, coutures, ouvertures, broderies, finitions...).</p> <p>Le cas échéant, les erreurs de fabrication des prototypes quant au</p>

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

		<p>Le candidat élabore des toiles en 3 dimensions des 3 silhouettes phares de la collection en vue de la création de prototypes définitifs qui serviront à la fabrication de la collection.</p>	<p>cahier des charges sont détectées : des actions correctives aux difficultés rencontrées sont mises en œuvre.</p>
<p><b>A3.2. Analyse du coût de production</b></p>	<p>C3.2. Estimer le coût de production en tenant compte des coûts d'approvisionnement et de fabrication destinées à la réalisation de la collection pour s'assurer de la faisabilité économique du plan de collection.</p>	<p><u>Mise en situation professionnelle :</u></p> <p style="text-align: center;"><b><u>PLANNING DE PRODUCTION</u></b></p> <p>Dans le cadre d'une mise en situation professionnelle relative à un lancement de collection, le candidat détermine un planning de production (sous forme de tableau) présentant les différentes étapes du lancement de la fabrication jusqu'à la livraison en boutique.</p>	<p>Les prix et les marges sont calculés au regard des contraintes économiques.</p> <p>Les matières et fournitures destinées à la réalisation de la collection sont définies selon les techniques spécifiques au secteur du textile habillement et accessoire (coût de production, calcul du prix de revient).</p>
<p><b>A3.3. Gestion de la production d'un plan de collection</b></p>	<p>C3.3. Assurer le suivi de production, en vérifiant l'achat des tissus, des fournitures, les relations avec le confectionneur ou les différents ateliers qui réaliseront la collection de vêtements ou accessoires pour assurer la fabrication et la production des produits dans le respect des délais impartis et des contraintes économiques.</p>		<p>Les délais dans l'organisation des différentes étapes, de la production à la vente de la collection, sont fiables et respectés.</p> <p>La production est suivie, les erreurs de fabrication des prototypes ou des produits finis, en fonction des engagements passés à la commande, sont identifiées par le candidat.</p> <p>Le candidat rectifie et réoriente la collection en fonction des retours des ateliers afin que la collection soit cohérente avec les contraintes financières et budgétaire de la collection.</p>

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

### Bloc de compétences 4 : Participer à la promotion d'une collection de mode

<b>A4.1. Promotion d'une collection</b>	<p>C4.1. Présenter une collection de vêtements ou d'accessoires aux responsables des services marketing et communication de la marque en mettant en avant les choix artistiques de la marque et de la collection pour préparer sa commercialisation.</p>	<p><u>Mise en situation professionnelle :</u></p> <p style="text-align: center;"><b><u>DOSSIER DE LANCEMENT/ PORTFOLIO</u></b></p> <p>Dans le cadre d'une mise en situation professionnelle relative à un lancement de collection, le candidat réalise un lookbook, référençant chaque vêtement ou accessoire composant la collection avec pour chacun d'eux une attribution matière, couleur, taille et prix de vente.</p> <p>Dans son lookbook, le candidat intègre un book de photos de mannequins portant les vêtements des 3 silhouettes phares de sa collection.</p> <p>Ce dernier est à réaliser avec les logiciels spécifiques et à éditer sous forme de livret format A4.</p> <p>Le candidat présente ensuite une recommandation merchandising et marketing face à un jury composé de professionnels du secteur.</p>	<p>Les supports commerciaux présentés par le candidat sont conformes aux exigences professionnelles.</p> <p>La collection et les choix artistiques sont en adéquation avec le positionnement de la marque.</p>
<b>A4.2. Déploiement du plan d'action de communication</b>	<p>C4.2. Concevoir un lookbook en :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Collaborant avec les chargés du marketing,</li> <li>- Contribuant à la définition de l'ADN d'une collection,</li> <li>- Participant à la mise en place d'une stratégie de communication,</li> <li>- Utilisant les supports de communication adaptés</li> </ul> <p>pour présenter les vêtements ou les accessoires sur papier ou version numérique à destination des médias spécialisés.</p>		<p>Les différents supports présentent et illustrent les orientations de la marque.</p> <p>L'utilisation des logiciels de création (Adobe, Illustrator, Photoshop, et In design et C. design) sont maîtrisés.</p> <p>L'ADN et l'univers de la marque sont représentés au travers du lookbook.</p> <p>La créativité et l'innovation sont justifiées à travers les différents supports présentés.</p>
<b>A4.3. Gestion du merchandising</b>	<p>C4.3. Participer à la mise en place d'une stratégie de merchandising en collaborant avec l'équipe marketing pour mettre en valeur des produits sur les lieux de vente physique et digitaux.</p>		<p>Les différents produits de la marque sont mis en valeur à travers la stratégie merchandising mise en place.</p> <p>La mise en scène des vêtements sur mannequin reflète le positionnement visé.</p>

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

### **A4.4. Participation au lancement d'une collection**

C4.4. Contribuer à la définition marketing de la collection avec l'équipe marketing et communication de la marque en créant des évènements afin de concevoir des mises en situation qui permettent le lancement de la commercialisation de la collection.

La promotion de la collection est scénarisée à travers un événement (showroom de vente, défilé, shooting, ventes privées, influenceurs, réseaux sociaux...).

La production proposée permet la promotion des produits de la collection.