

# BACHELOR STYLISTE DESIGNER DE MODE

JE CANDIDATE

## BAC+3 - ACCESSIBLE NIVEAU BAC

Titre certifié inscrit au RNCP Styliste Designer de Mode

Fiche RNCP N°39212, enregistrée le 27 juin 2024, par décision du directeur général de France Compétences.

Code 242 : Habillement (mode, couture).

Niveau de qualification 6.

## MODALITÉS

La formation est en initial sur les trois années.

## TARIFS

24000 euros nets de TVA (**8000 euros par an**).

## DURÉE

1ère année : 608 heures à l'école + 140 heures en entreprise (stage)

2ème année: 479 heures à l'école+ 140 heures en entreprise (stage)

3ème année: 443 heures à l'école (pas de stage année diplômante)

**Total = 1530 heures à l'école et 280 heures en entreprise soit 1810 heures.**

## OBJECTIFS DE LA FORMATION

Le/La Styliste designer de mode est un(e) professionnel(e) du secteur mode dont la fonction est de concevoir et développer des collections de vêtements en tenant compte des tendances du marché mais aussi des caractéristiques et de l'image de l'entreprise de mode pour laquelle il/elle travaille. Il/elle participe également aux étapes du processus de conception technique et de fabrication des modèles qu'il/elle supervise et participe à la valorisation des produits en point de vente et à la communication de la collection.

## CONTACT

Alexandre Bachellerie,  
Directeur Pédagogique  
alexandre.bachellerie@ibsm-mode.com  
05 56 79 28 79

## MÉTHODES MOBILISÉES

### Modalités pédagogiques qui alternent :

Cours magistraux, apport théorique et méthodologique

Exposés des étudiants

Travaux dirigés, étude de cas

Travaux pratiques

Atelier pratique : mise en situation professionnelle dans le cadre de collaborations avec des entreprises du secteur

Conférences de professionnels du secteur en présentiel ou visioconférence

Visites d'entreprises du secteur

Voyage pédagogique et linguistique à Paris et en Europe

L'essentiel de la formation se déroule en présentiel dans les locaux du 10 et 11 place des Quinconces à Bordeaux.

Certains cours peuvent faire l'objet d'un enseignement à distance en visioconférence via la plateforme TEAMS de Microsoft.

Pédagogie active et participative

Tranversalité entre les différents modules

Adaptabilité aux tendances et évolutions du marché

Les contenus des programmes s'adaptent également en fonction des besoins identifiés pendant la formation

Accompagnement à la recherche de stages et dans l'insertion professionnelle

Effectifs limités à 30 étudiants par promotion pour un meilleur suivi.

# OBJECTIFS D'APTITUDES & ACQUISITION DES COMPÉTENCES

## Définition des orientations stratégiques et créatives de la collection de mode

C1.1 : Analyser les tendances de la mode en réalisant une veille formalisée des évolutions stylistiques, socioculturelles et de consommation, afin d'élaborer un projet de collection correspondant aux transformations du marché.

C1.2 : Analyser le positionnement et l'image de la marque sur le marché, en identifiant sa gamme de prix, son segment de produits, sa concurrence, sa cible et ses codes identitaires dans un dossier, afin de définir les orientations stratégiques de la collection.

C1.3 : Identifier les innovations techniques et technologiques de la mode au niveau des matières et des procédés de fabrication, en examinant leurs propriétés, leur possibilité d'assimilation et leur caractère éthique et écoresponsable, afin de les incorporer dans la conception et la production de la collection.

C1.4 : Dégager des orientations stratégiques et créatives en exploitant les données issues de la veille, du dossier de marque et de l'identification des innovations techniques et technologiques, afin de rédiger le cahier des charges de la collection.

C1.5 : Formaliser le cahier des charges de la collection de mode en ordonnant et contextualisant les orientations créatives et stratégiques, pour dégager les contraintes et les opportunités pour la marque et organiser le processus de développement de la collection Développement et conception du plan de collection

C2.1 : Définir la thématique créative de la collection pour élaborer les nouveaux modèles, en sélectionnant ses propres sources d'inspiration sous forme de planche d'ambiance réalisée sur logiciel d'infographie.

C2.2 : Sélectionner les matières premières, les fournitures, les accessoires, les motifs d'impression, les ornementsations et les gammes de couleurs chez les fournisseurs et en interne, pour les affecter aux modèles de la collection en tenant compte du thème créatif, du budget de collection, de l'image et du positionnement de la marque, des contraintes techniques de fabrication, mais aussi de leur caractéristiques innovantes et durables.

C2.3 : Concevoir des modèles originaux pour les intégrer au plan de collection, en tenant compte des proportions, des innovations et contraintes techniques, grâce aux outils créatifs traditionnels et contemporains: dessins à la main, collages, pièces d'études en volume, expérimentations textiles, dessin sur logiciel d'infographie.

C2.4 : Concevoir le plan de collection en déclinant et en ordonnant les dessins à plat des modèles réalisés sur logiciel d'infographie, en spécifiant leur référence, leur matière, leurs couleurs et détails de finition, afin d'inventorier et présenter de façon organisée l'ensemble des pièces de la collection à la direction.

## Supervision de la confection des modèles de la collection

• C3.1 : Organiser le processus de fabrication des modèles en réalisant un rétro-planning des étapes de confection, du développement des prototypes jusqu'au lancement de la production en série, afin de mettre au point techniquement les modèles de la collection dans les délais indiqués.

• C3.2 : Concevoir les fiches techniques pour valider la faisabilité et la conformité des modèles aux attendus stylistiques et techniques, grâce aux outils numériques, en incluant les dessins à plat, les références, les matières, les couleurs, les détails de finitions, les ornementsations, les grilles de mesure, les gammes de montage.

C3.3 : Superviser la conception des patronnages des modèles grâce aux techniques traditionnelles et contemporaines (coupe à plat, moulage, modélisme assisté par ordinateur), le montage des toiles préparatoires puis le montage des prototypes en veillant au respect des indications des fiches techniques et des attendus stylistiques, afin de mettre en volume les dessins des modèles.

• C3.4 : Contrôler la conformité des prototypes en analysant les coupes et les techniques d'assemblage dans le respect des indications des fiches techniques, lors d'essayages sur modèle vivant, pour identifier les éventuels défauts et les corriger avant la validation par la direction et le lancement de la production en série.

• C3.5 : Contrôler la production en série, en collaboration avec l'équipe production, en identifiant les sous-traitants en fonction de leur savoir-faire technique et en veillant au respect des valeurs éthiques et d'inclusion notamment en termes de prise en charge du handicap auprès des sous-traitants et au respect des valeurs écoresponsables dans leurs modes de fabrication, afin de concevoir une production en série responsable et conforme aux besoins techniques de la marque.

• C3.6 : Valider les modèles aux différentes étapes techniques de la production en série, selon les commentaires d'essayages et les éventuelles corrections (tests matières et couleurs, tests de lavages, contrôle des mesures selon les tailles), en collaboration avec l'équipe production, afin de valider la conformité des modèles dans le respect des attentes de la direction et des délais impartis.

## Définition de la promotion de la collection

C4.1 : Communiquer les informations relatives à la collection avec les parties prenantes impliquées dans celle-ci, en utilisant les outils numériques de référence dans le respect des règles de sécurité informatique (Règlement Général sur la Protection des Données RGPD) et en tenant compte de leur éventuelle situation de handicap, pour assurer la fluidité des échanges et le travail collaboratif entre les équipes internes et externes.

• C4.2 : Promouvoir la collection auprès des équipes commerciales, marketing, communication et la direction, en justifiant les orientations stylistiques et stratégiques grâce à un catalogue des produits réalisé sur logiciel d'infographie, afin de leur apporter les arguments nécessaires à l'élaboration d'une stratégie de distribution commerciale.

• C4.3 : Créer des supports de valorisation physiques de la collection sous forme de maquettes, réalisées sur logiciel d'infographie (éléments de scénographie, Publicité sur le Lieu de Vente PLV, solutions créatives d'emballage, étiquettes, ordre de présentation des panoplies) en collaboration avec l'équipe marketing et communication, en respectant les orientations stylistiques et stratégiques ainsi que l'image et le positionnement de la marque, pour présenter les modèles de la collection dans les points de vente ou lors d'événements.

• C4.4 : Créer des supports de communication publicitaire digitaux sur logiciel d'infographie (catalogue des panoplies portées, publicités, contenu multimédia), en collaborant avec l'équipe communication aux choix créatifs en termes de graphisme en respectant les orientations stylistiques et stratégiques ainsi que l'image et le positionnement de la marque, afin de générer de la visibilité pour la collection sur le marché.

## MODALITÉS D'ÉVALUATION

Les professeurs s'assurent de l'assimilation des connaissances à travers des examens, exercices, études de cas et mises en situation professionnelles en individuel et en groupe, à l'écrit et à l'oral, en contrôle continu tout au long de la formation.

Plusieurs coefficients de notation sont établis en fonction de la progression pédagogique.

Des bulletins de notes semestriels sont établis en fonction des résultats et des conseils de classe en présence des professeurs sont organisés chaque semestre.

Evaluation des acquis en fin de formation, validation de la certification :

A l'issue des 3 ans de formation, les compétences du candidat sont évaluées par un jury de professionnels du secteur dans le cadre d'un oral de 30 min

Le candidat présente une collection de prêt-à-porter qui doit comporter les éléments suivants :

- Rapport de tendance et étude de l'image de marque
- Cahier de recherches créatives, planche d'ambiance, plan de collection et prototypes
- Outils de valorisation et de promotion des modèles

## ACCESSIBILITÉ

Référent handicap de l'établissement:

Gaëlle Boussarie  
gaelle.boussarie@ibsm-mode.com  
05 56 79 28 79

Les locaux sont accessibles aux personnes en situation de handicap: normes PMR, rampe d'accès, sanitaires adaptés.

Cette formation est accessible à la plupart des situations de handicap, si vous êtes concernés merci de contacter notre référent.



## TAUX D'OBTENTION DE LA CERTIFICATION

96%

Promotion 2023

94%

Promotion 2022

100%

Promotion 2021

100%

Promotion 2020

## VALIDATION DES BLOCS DE COMPÉTENCES

**Bloc 1 :** Définition des orientations stratégiques et créatives de la collection de mode

**Bloc 2 :** Développement et conception du plan de collection

**Bloc 3 :** Supervision de la confection des modèles de la collection

**Bloc 4 :** Définition de la promotion de la collection

Si les acquis correspondent aux compétences, aptitudes et connaissances exigées pour obtenir la certification visée, le jury prend une décision de validation totale et attribue la certification.

Si les acquis ne correspondent pas entièrement aux compétences, aptitudes et connaissances exigées pour la certification visée, le jury prend une décision de validation partielle.

Le candidat recevra une notification indiquant les éléments qui devront faire l'objet d'une évaluation complémentaire. La certification est obtenue par validation de tous les blocs identifiés dans le référentiel.

Si les acquis ne correspondent pas au niveau de compétence, aptitude ou connaissance exigées, le jury refuse l'attribution du diplôme.

La certification n'intègre pas de bloc optionnel ni d'évaluations complémentaires.

## ÉQUIVALENCES ET PASSERELLES

Aucune équivalence ou passerelle possible, l'étudiant doit valider l'ensemble des blocs de compétence pour obtenir la certification.

## SUITE DU PARCOURS

En fonction de leur projet professionnel, les étudiants peuvent poursuivre leur cursus à IBSM :

- Le Mastère Marketing et Management Mode et Luxe (titre RNCP niveau 7 bac +5) permet de consolider en 2 ans les connaissances des étudiants en stratégie commerciale et de développer des compétences managériales dans les domaines du textile, de la beauté, de la maroquinerie et de la joaillerie, pour accéder à des postes à responsabilité.

## TRAJECTOIRES PROFESSIONNELLES DE NOS ÉTUDIANTS

**Promotion 2022 :** Joseph Manh Toan NGUYEN, styliste assistante directeur artistique MAISON ERNEST

**Promotion 2023 :** Pénélope Poirier, styliste Licences, Marques et Collaborations, CELIO

**Promotion 2025 :** Suzie RATINAUD, Styliste / Designer produits, OXBOW

## DÉCOUCHÉS PROFESSIONNELS

Le/La styliste designer de mode exerce son métier dans le secteur d'activité de l'habillement, pour la création de vêtements « prêt-à-porter » ou la création de vêtements « sur-mesure » femme, homme ou enfant.

li/Elle travaille au sein d'entreprises de tailles diverses: TPE et PME de création de mode, maisons de couture, bureaux de tendances mais aussi grandes entreprises industrielles. li/elle peut aussi être styliste créateur/rice de sa propre société.

Le/la styliste designer de mode peut travailler dans différents niveaux de gamme, de la grande distribution en passant par le milieu de gamme et jusqu'au luxe et à la Haute Couture.

Dans les maisons de couture, les grandes entreprises et les PME, le/la titulaire exercera en début de carrière en tant qu'assistant styliste designer de mode, puis gagnera plus de responsabilités et évoluera en tant que styliste designer de mode junior et au bout de plusieurs années pourra prétendre au poste de styliste designer de mode senior.

Dans les TPE ou dans le cadre d'une création de société, le/la styliste designer de mode sera polyvalent(e) et mettra en œuvre ses compétences à la fois créatives et techniques en prenant en charge la partie modélisme seul(e). L'intitulé de son poste pourra alors être styliste-modéliste ou styliste créateur/rice.

# PRÉREQUIS, MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

Inscriptions de novembre 2025 à juillet 2026

## CONDITIONS D'ACCÈS

Être titulaire d'une certification de niveau 4 ou d'un diplôme équivalent.

Présentation obligatoire par le/la candidat(e) du relevé de notes et du parchemin de délivrance de la certification/diplôme à l'organisme certificateur.

Présenter une lettre de motivation, un CV à jour, deux derniers bulletins scolaires et un portfolio des travaux créatifs réalisés avant l'entrée en formation

Entretien de motivation avec la directrice et le responsable pédagogique

Délai de traitement de votre demande : 48h

Prise de rdv pour l'entretien de motivation sous une semaine

Délai de réponse après la procédure d'admission : 2 semaines

Début de l'action de formation : septembre 2025

Fin de l'action de formation : juillet 2028

Les conditions de présentation sont vérifiées et validées par Alexandre Bachellerie, responsable pédagogique, alexandre.bachelorie@ibsm-rnode.com, ou un représentant désigné au sein du partenaire habilité au passage des épreuves certificatives.

## INDICATEURS DE RÉSULTATS

### Promotion 2023

Nombre d'inscrits : 28 - Nombre de titulaire de la certification : 27

83%

Taux de satisfaction

89%

Taux d'assiduité

96%

Taux de réussite à l'examen

96%

Taux d'obtention

100%

Taux d'insertion professionnel global à 6 mois

87%

Taux d'insertion à moyen/long terme (à 1 an)

61%

Taux d'insertion dans le métier visé à 6 mois

61%

Taux d'insertion dans le métier visé à moyen/long terme (à 1 an)

52%

Taux de poursuite d'études

**Promotion 2024**

Nombre d'inscrits : 21 - Nombre de titulaire de la certification : 16

**77%**

Taux de satisfaction  
(moyenne à chaud et à  
froid)

**95%**

Taux d'assiduité

**94%**

Taux de réussite à  
l'examen

**89%**

Taux d'obtention

**69%**

Taux d'insertion  
professionnel  
global à 6 mois

**77%**

Taux d'insertion à  
moyen/long terme  
(à 1 an)

**50%**

Taux d'insertion  
dans le métier visé  
à 6 mois

**40%**

Taux d'insertion  
dans le métier  
visé à moyen/long  
terme  
(à 1 an)

**19%**

Taux de poursuite  
d'études