MAYA CAMPUS

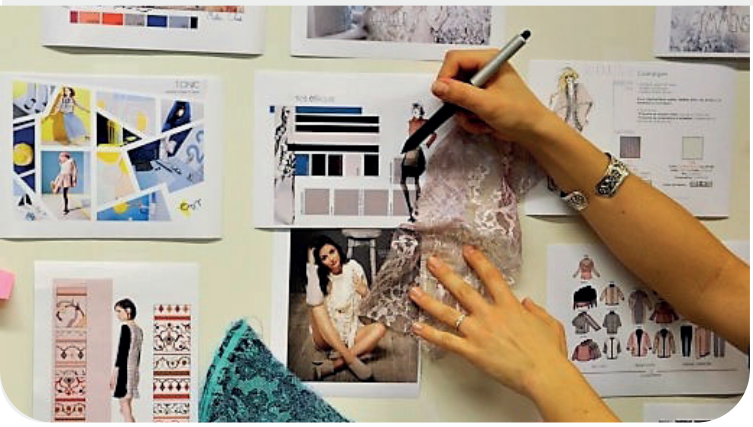
Contact 04 77 23 63 98 - campusroanne@maya-campus.fr

CERTIFICATION

Chef de produits mode, luxe et textile

ALTERNANCE

DIPLÔME BAC+5
RECONNU PAR L'ETAT
RNCP 42628



Candidature

- Inscription jusqu'à fin juin sur dossier d'inscription téléchargeable sur notre site
- Sélection sur dossier et entretien

Admission

- Parcours en alternance en contrat d'apprentissage (contrat de professionnalisation possible selon situation personnelle).
  Coût de la formation est de 22600€.
  Financement par l'OPCO de l'entreprise d'accueil

NEW

- Parcours possible en initial avec stages :
  700€ frais de dossier
  Coût de la formation 9500€ par an
- Démarrage de la formation école en septembre.

Modalités pédagogiques

Formation s'appuyant sur les outils d'apprentissage, aptes à délivrer un enseignement technique répondant aux exigences du référentiel du Titre Professionnel
Formation en présentiel

Modalités d'évaluation

- Livret de suivi
- Épreuves ponctuelles en cours de formation
- Elaboration individuelle d'un projet d'étude
- Soutenance orale devant le jury de certification, intégrant une partie en anglais.

Lieu d'études :

Campus Roanne
Technopôle Diderot
1 rue Charbillot 42300 Roanne

Objectifs du diplôme

Assurer la veille sur le marché et les produits Mode et Textile
Développer des études marketing, lancement et animation opérationnelle de l'offre produit Mode Textile sur le marché
Concevoir une collection/un produit/une gamme de produits Mode et Textile
Piloter, effectuer le suivi de la fabrication et de la gamme de produits Mode et Textile
Coordonner et manager des équipes opérationnelles.

Pour qui ?

- Être âgé de 16 à 29 ans révolus, au-delà de 30 ans possible selon le cadre légal.
- Être titulaire d'un diplôme de niveau 6 dans les domaines de la mode, de l'habillement, du textile ou de la maroquinerie
- Accessible via VAE (Validation des Acquis de l'Expérience)
- Des dérogations peuvent être accordées, sur décision de la commission d'admission, au regard du parcours, de l'expérience et de la motivation

2 ANS
950H DE FORMATION

1 à 2 SEMAINES ECOLE
4 SEMAINES ENTREPRISE
EN ALTERNANCE OU STAGES

Missions en entreprise

- Optimisation des Processus de Production
- Gestion de la Chaîne d'Approvisionnement
- Proposer des solutions techniques innovantes
- Encadrer et former les équipes de production pour garantir le respect des normes de qualité et de sécurité.
- Négocier avec les fournisseurs pour obtenir les meilleurs tarifs et conditions de livraison.
- ...

Diplôme obtenu

Certification Chef de Produits mode, luxe et textile enregistrée le 17 juillet 2026 certifiée par Maya Campus qui atteste d'une qualification professionnelle de niveau 6.

Métiers préparés

- Assistant chef de marché/produit
- Agent de sourcing
- Chef de produits
- Développeur produit
- ...

Nous sommes sensibles à la question du handicap, nos campus sont titulaires de l'attestation de vérification de l'accessibilité aux personnes en situation d'handicap. des aménagements pédagogiques sont mis en place pour la sécurisation des parcours de formation des personnes en situation de handicap ou en difficulté d'apprentissage. Pour plus d'informations, contactez nous par mail à : **referent.handicap@maya-campus.fr**

PROGRAMME

La certification chef de produits mode,luxe et textile est organisée autour de 5 blocs de compétences, il faut valider les 5 blocs pour l'obtention de la certification dans son intégralité

Analyser les marchés mode, luxe et textile pour définir la stratégie de l'offre produit – RNCP42628BC01

- Organiser une veille stylistique, créative, technologique, et en matière de développement durable en mobilisant les sources spécialisées du secteur (presse professionnelle, bases de données matières) et les événements professionnels (salons saisonniers SS/AH, défilés, showrooms), afin d'assurer une observation continue des tendances et évolutions du marché de la mode et du textile.
- Analyser les données issues de la veille à partir des informations collectées sur les tendances, les innovations, les pratiques responsables et attentes en matière d'universalité et d'accessibilité, afin d'identifier des orientations produit cohérentes avec l'évolution du marché de la mode et du textile.
- Analyser le positionnement de l'entreprise et l'identité de sa (ou ses) marque(s) sur le marché national et/ou international, en distinguant les logiques propres à chaque type de structure (marque verticale, multimarque, façonnier, acteur du luxe), en tenant compte des spécificités de son offre et des exigences d'accessibilité (notamment pour des personnes en situation de handicap), des segments visés, de la concurrence, des différents circuits de distribution et contraintes réglementaires afin de définir une stratégie de différenciation cohérente.
- Réaliser ou piloter des études de marché internes ou externalisées en définissant les objectifs, les méthodes et les outils de collecte, afin d'identifier les opportunités de développement de collections, les évolutions des comportements de consommation, les attentes des consommateurs en matière de style, d'usage et d'expérience client, les menaces/risques socio-économiques.
- Collecter, exploiter (mise en forme statistique, graphique…) et analyser les données (data) issues des outils numériques de gestion de l'entreprise (CRM, ERP, tableaux de bord, reporting commercial, outils de datavisualisation), en comparant les performances par collection, gamme de prix et segment de clientèle sur au moins deux saisons de référence afin d'évaluer la performance commerciale des collections précédentes, capsules ou lignes de produits et d'orienter les futures décisions de développement produit
- Définir les objectifs et la stratégie marketing en cohérence avec la politique commerciale et de production, RSE, exigences d'accessibilité de l'entreprise, en s'appuyant sur l'analyse des marchés et des performances passées, afin d'élaborer un plan d'action opérationnel de développement de collections ou de gammes de produits cohérent, établir des prévisions de ventes et de rentabilité, et déterminer les indicateurs de suivi.

Concevoir une collection, une gamme ou une offre produit mode, luxe et textile– RNCP42628BC02

- Élaborer et mettre en œuvre le plan d'action marketing en déterminant le positionnement produit (4P), les stratégies de prix (prix de vente recommandé, marge brute cible, politique de remise en marque propre ou multimarque), les expériences clients ciblées, le plan de médiatisation et la stratégie e-marketing, afin de soutenir le développement, le lancement et la valorisation commerciale d'une collection, d'une capsule ou d'une gamme de produits mode, luxe et textile.
- Concevoir et structurer le plan de collection (organisation en familles de produits, définition des silhouettes, sélection des matières et coloris en lien avec la tendance identifiée) en mobilisant des outils de création et de présentation numériques (Adobe Illustrator, CLO 3D, Canva Pro, outils PLM selon contexte),, en définissant le contenu de la collection cohérent avec l'identité de la marque, les contraintes réglementaires, les objectifs RSE les critères d'accessibilité et les tendances du marché, tout en veillant à la protection des créations, afin de garantir la cohérence stylistique, commerciale et économique de l'offre.
- Définir un argumentaire produit en identifiant les caractéristiques techniques (composition, grammage, certification label OEKO-TEX/GOTS/RWS si applicable) stylistiques, commerciales, d'universalité, d'accessibilité et responsables de l'offre, afin de valoriser la collection auprès des équipes internes, des distributeurs, des acheteurs et des clients.
- Déterminer un budget prévisionnel en estimant les coûts de développement (prototypage, sourcing matières, frais techniques) et de commercialisation (logistique, merchandising, actions marketing), en identifiant les leviers d'optimisation (négociation volumes, substitution matière, mutualisation gammes), afin de garantir la rentabilité de la gamme de produits.

PROGRAMME CHEF DE PRODUITS MODE,LUXE ET TEXTILE - SUITE

Piloter le développement technique et responsable des produits mode, luxe et textile – RNCP42628BC03

- Concevoir ou coordonner l'élaboration du cahier des charges en mobilisant les outils documentaires du secteur (fiche technique matière, dossier de style, fiche d'analyse produit, book de saison) et en identifiant les caractéristiques du produit, en intégrant les exigences de développement durable, d'accessibilité, de respect de normes (REACH, OEKO-TEX, CE textile, réglementation pays de commercialisation) et exigences qualité, afin de garantir la faisabilité technique, économique, et responsable du produit depuis sa phase de développement jusqu'à son industrialisation.
- Prospecter et gérer son portefeuille de fournisseurs, sous-traitants en s'appuyant sur les plateformes spécialisées de sourcing textile (Europages, Kompass, salons Première Vision Pluriel, Texworld Sourcing) et en utilisant des outils de gestion de sourcing (tableur comparatif, logiciel PLM selon contexte), en respectant la politique RSE de l'entreprise et la réglementation, afin d'identifier des partenaires potentiels répondant aux exigences économiques, techniques et éthiques.
- Sélectionner et négocier avec les fournisseurs, sous-traitants en analysant les offres, en conduisant les échanges en français et/ou en anglais (y compris par écrit : emails de brief, confirmation de commande, réclamation qualité), en tenant compte des critères de qualité, de coût, de délai et de conformité réglementaire, afin de garantir les meilleures conditions d'achat et la maîtrise du budget.
- Suivre et piloter le budget alloué au développement du produit/de la gamme en assurant le suivi des engagements financiers et des dépenses via des outils de reporting budgétaire (tableau de suivi, ERP selon contexte), afin de garantir le respect des enveloppes budgétaires et d'optimiser les coûts.
- Superviser la conception le prototypage, les préséries et la mise au point du produit ou de la gamme de produits en organisant les étapes de validation (proto 0, proto 1, contre-type industriel, présérie, validation finale) et en utilisant des outils de suivi (planning de développement, fiche de validation prototype), en veillant au respect du cahier des charges afin de garantir la conformité technique, qualitative et économique.
- Proposer des améliorations en analysant les retours techniques des prototypes et des préséries (non-conformités matière, problèmes de coupe/montage, dérives qualité en présérie), jusqu'à la validation finale du produit ou de la gamme, afin de garantir la conformité de la collection avant son lancement en fabrication.

Organiser la mise sur le marché et suivre la performance commerciale des collections et gammes de produits mode, luxe et textile – RNCP42628BC04

- Définir le plan de distribution et de déploiement de l'expérience client en formalisant la contribution attendue de chaque canal (retail, wholesale, e-commerce, marketplace) en termes de volume, marge et image de marque, en cohérence avec le plan marketing, le positionnement de la marque et les circuits de commercialisation afin d'assurer une mise sur le marché optimale.
- Planifier et coordonner les actions de lancement en élaborant un rétroplanning de mise sur le marché articulé sur les jalons de collection (livraison entrepôt, mise en rayon, campagne de communication, ouverture des commandes acheteurs), en s'assurant de la disponibilité des moyens nécessaires, afin de garantir la disponibilité de l'offre dans le respect des calendriers de collection et des temps forts commerciaux.
- Suivre l'évolution des actions planifiées en contrôlant leur avancement, en identifiant les dérives éventuelles (retards, sous-performance commerciale par canal, dérive budgétaire) afin de prendre les décisions adaptées.
- Gérer les aléas liés à la production (retards fournisseurs, non-conformités qualité, ruptures matières, sinistres logistiques) en mobilisant les équipes concernées pour identifier les causes et mettre en œuvre des solutions correctives adaptées la continuité de la commercialisation.
- Suivre et piloter le budget alloué pour la mise sur le marché en assurant le suivi des engagements financiers et des dépenses, afin de garantir le respect des enveloppes budgétaires et d'optimiser les coûts.
- Analyser les résultats commerciaux de la collection/gamme en collectant les indicateurs clés (CA par canal, taux de marge, rotation des stocks, taux de réassort, taux d'écoulement en fin de saison) pour évaluer l'atteinte des objectifs.
- Identifier les écarts par rapport aux objectifs en comparant les résultats, et proposer des actions correctives ou de fin de vie des produits (actions de relance, démarque anticipée, plan de déstockage responsable : don association, recyclage matière, outlet) dans le respect des engagements RSE et des contraintes réglementaires, afin d'optimiser la rentabilité et la gestion du cycle de vie produit.

PROGRAMME CHEF DE PRODUITS MODE,LUXE ET TEXTILE - FIN

Manager et coordonner les équipes impliquées dans le développement et la commercialisation de collections mode, luxe et textile – RNCP462628BC05

- Coordonner les parties prenantes du projet impliquées dans le développement, la production et la commercialisation d'une collection ou d'une gamme (équipes design/DA, développement produit, achats/ sourcing, production, qualité, commercial, marketing, e-commerce, logistique) en identifiant leurs rôles, responsabilités, contraintes et objectifs, et en mobilisant des méthodes et outils de gestion de projet (planning de collection, jalons saisonniers, rétroplanning, outils collaboratifs), afin de piloter le développement et la commercialisation de l'offre produit.

- Animer, motiver et encadrer une équipe projet dans le contexte créatif et contraignant du développement de collection (tension créatif/commercial, pression des délais saisonniers, relations avec des équipes parfois à distance ou internationales) en définissant les objectifs et priorités, en adaptant les modes de collaboration aux profils et besoins spécifiques des collaborateurs, et en accompagnant le développement des compétences individuelles par un feedback régulier et une écoute active, afin de renforcer l'engagement et la performance collective.

- Piloter l'avancement des activités en utilisant les outils de suivi adaptés au secteur (planning de développement collection, tableau de bord de saison, outil PLM selon le contexte, plateformes) tout en identifiant les blocages, tensions ou situations de fragilité (y compris liées à l'inclusion) afin d'assurer le respect des échéances de collection, des jalons de développement produit et des objectifs de mise sur le marché.

- Accompagner les équipes dans les phases de transformation sectorielle (digitalisation de la conception : passage au 3D et à la simulation matière ; dématérialisation des showrooms ; intégration des nouvelles exigences de traçabilité RSE et de Due Diligence réglementaire ; évolution des pratiques d'achat vers le phygital) en mobilisant les leviers de la communication managériale et les outils de conduite du changement afin de favoriser l'adhésion et l'implication des collaborateurs.

- Organiser et animer des réunions propres aux rythmes du secteur (briefing de collection, réunion de validation prototype, comité de gamme, présentation acheteurs, réunion de performance commerciale mi-saison) en présentiel ou à distance, en mobilisant les techniques de communication orale, en rédigeant et diffusant des documents professionnels en français et/ou en anglais, afin de favoriser la circulation fluide de l'information et la participation de tous..

Unités d'enseignements :

- Marketing
- Commerce et distribution
- Technicité produit
- Anglais technique
- Culture de Mode
- Management

Indicateurs 2026

- Taux de réussite : 100% sur l'ensemble des apprentis présents à l'examen
- Taux d'accomplissement : 100%
- 100 % des étudiants en emploi à la délivrance du diplôme

Poursuite d'études possible

Doctorat dans le domaine des Sciences de Gestion.