

Commerce des enseignes de la chaussure

Fiche métier : styliste

Famille : Mode, création et achats – Autre libellés : Styliste chaussure, styliste graphiste, dessinateur·trice de mode, créateur·trice de mode, styliste-modéliste – Code ROME et PCS : B1805 : Styliste – 465a : Concepteur·trice·s et assistant·e·s techniques des arts graphiques, de la mode et de la décoration (indépendant·e·s et salarié·e·s)

→ À partir des demandes de la direction artistique et/ou du / de la directeur·trice de collection, le·la styliste conçoit les nouvelles lignes de chaussures qui composeront les prochaines collections de l'enseigne. Il·elle s'inspire des tendances de la mode, des innovations (matières, techniques de fabrication...) pour dessiner les modèles en mariant les formes, les matières et les coloris. Il·elle tient compte également du style et de l'image de la marque/de l'enseigne, des impératifs techniques et économiques. Il·elle peut se spécialiser dans le stylisme d'une ou plusieurs catégories d'articles : homme, femme ou enfant. Présent·e tout au long des étapes de la fabrication, il·elle assure le suivi de la réalisation des modèles. Le·la styliste peut travailler sur des produits en marque propre de l'enseigne mais peut également participer à la sélection d'assortiments de produits (marques nationales, articles chaussants, accessoires de mode...). avec les acheteur·euse·s de l'enseigne.

ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL ET RELATIONS FONCTIONNELLES INTERNES ET EXTERNES

→ Cette activité s'exerce fréquemment en tant que salarié dans les enseignes de chaussure disposant de bureaux d'étude ou de style intégré. Il existe également des stylistes indépendant·e·s qui proposent leurs services aux enseignes.
→ En interne, le·la styliste travaille en étroite collaboration avec le·la directeur·trice artistique et/ou le·la directeur·trice de collection, le·la modéliste et de nombreux services de l'entreprise : achats, marketing, communication, fabrication.
→ À l'externe, il·elle est en relation avec un réseau de professionnels : créateurs, designers, bureaux de style indépendants, fournisseurs. Il·elle est amené·e à se déplacer au niveau national ou international pour se rendre sur des salons, des défilés, visiter des fournisseurs ou des designers,...

ACTIVITÉS

Activités principales

Observation des tendances

→ Veille sur les nouvelles tendances de la mode, sur les produits innovants, les nouveautés techniques, les données socioéconomiques...
→ Définition des matières, couleurs qui vont marquer la saison.
→ Élaboration de cahiers de tendances ou dossiers stylistiques afin d'illustrer les traits caractéristiques de la saison.
→ Présentation des tendances aux différentes équipes pluridisciplinaires de l'entreprise : marketing, commercial, création, achat...

Veille concurrentielle

→ Veille concurrentielle au niveau national et international sur le marché de la chaussure et de l'entreprise.
→ Participation à la définition de la politique marketing et commerciale de l'entreprise en positionnant les grandes tendances par rapport au marché de l'enseigne et à la clientèle.

Création des nouvelles lignes de chaussures

→ Participation à la conception du plan de collection avec le·la directeur·trice de collection.

→ Réalisation des croquis, dessins, images virtuelles en 2D et 3D des modèles de chaussures.
→ Réalisation des gammes de couleurs, des imprimés.
→ Sélection des matières, fournitures.
→ Sélection et validation des différents modèles pour une mise en collection avec la direction artistique et le·la responsable de collection.
→ Transmission des informations au / à la modéliste pour la partie technique de réalisation.
→ Constitution des assortiments de produits (articles chaussants, accessoires) avec les acheteur·euse·s de l'enseigne en fonction du plan de collection, afin d'orienter les achats sur le choix des thématiques de la collection, le développement stylistique des produits, la sélection des tissus, les gammes de couleurs, la sélection des formes...
→ Participation aux opérations de contrôle tout au long du prototypage et de la production.

Activités complémentaires

Communication/marketing

→ Participation à l'organisation d'évènements : expositions, défilés... sur des thématiques spécifiques liées à la tendance du moment.
→ Participation à la sélection des articles à mettre en avant dans les supports de communication, la presse...
→ Participation à la valorisation des produits dans la surface de vente.

VARIABILITÉ DU MÉTIER

→ Le stylisme et le modélisme sont deux étapes complémentaires du processus de création. Ces étapes peuvent être réalisées par une seule et même personne (styliste-modéliste) ou par deux personnes différentes (un styliste et un modéliste).
→ Les activités du styliste varient selon l'organisation et la stratégie de l'entreprise : Marques d'enseigne ou marques propres, marques nationales.
→ Les stylistes les plus expérimentés peuvent coordonner le travail d'autres stylistes internes.

.../...

COMPÉTENCES

••• Degré d'expertise (de 1 à 3)

Compétences créatives et techniques

- Se tenir en alerte permanente sur l'évolution de la mode et disposer d'une culture générale artistique.
- Repérer les tendances de la mode, les réinterpréter et déterminer les thèmes de la saison.
- Synthétiser et transmettre le travail de veille en interne lors des briefs de style.
- Utiliser et mettre à jour les systèmes d'information liés à la création des modèles (cahiers de tendances, médias professionnels, bibliothèques de formes, de matières et accessoires, plans de collection, books...)
- Analyser les caractéristiques du plan de collection et proposer des adaptations éventuelles.
- Définir et évaluer les spécifications esthétiques, fonctionnelles techniques des modèles.
- Sélectionner les matières

- Créer et dessiner les modèles manuellement et/ou à l'aide de logiciels (images et prototypes virtuels) suivant les spécifications attendues, les normes et conventions de représentation spécifiques à la chaussure.
- Maîtriser les outils bureautiques et un ou plusieurs logiciels spécifiques de modélisation et simulation (CAO et DAO, 2D et 3D).

Compétences en marketing

- Positionner l'entreprise et les produits sur le marché : cible clientèle, style et image de la marque, analyse des ventes et des résultats de la collection précédente, comportements d'achats...
- Appréhender la politique marketing et commerciale de l'entreprise.
- Intégrer une dimension commerciale dans ses orientations innovantes et créatives.
- Évaluer les coûts de revient des produits.

Compétences organisationnelles et relationnelles

- Organiser son activité, gérer les priorités en fonction des calendriers de la profession et des contraintes de production.
- Travailler en équipe et en collaboration avec des personnes de métiers différents.
- Adapter sa communication pour faire face aux différents interlocuteurs et situations.
- Argumenter techniquement et artistiquement la collection.
- Disposer de méthodes de conviction et de pédagogie afin d'argumenter ses choix et faire passer les idées.
- Effectuer un reporting régulier auprès de la direction artistique et de collection.
- Parler une ou plusieurs langues étrangères.

FORMATION & ÉVOLUTION

Prérequis et conditions d'accès

- Après avoir occupé un poste d'assistant·e styliste ou de styliste junior, une expérience de 3 à 5 ans est requise pour être autonome sur l'ensemble des activités du styliste.
- Ce métier est accessible avec un diplôme de niveau BAC+2 (BTS, DUT, ...) à Master (M1, Master professionnel, diplôme d'école des arts appliqués, ...) en stylisme de mode, modélisme.

Principales formations et certifications

- BTS Design de mode, textile et environnement (niv. 5)
- Écoles de styliste, styliste-modéliste, etc. (niv. 5)
- Licence professionnelle habillement, mode et textile (niv. 6)
- Écoles de créateur·trice de mode, designer concepteur·trice de mode, etc. (niv. 6)
- Master mention Design (niv. 7 ou 8)
- DSAA Mode et environnement ou créateur·concepteur textile (niv. 7 ou 8)

De nombreuses écoles privées proposent des formations de styliste. Il convient de bien s'informer avant l'inscription (reconnaissance et notoriété du titre proposé, coût des formations).

Les niveaux sont exprimés selon le cadre national des certifications professionnelles, conformément au décret n° 2019-14 du 8 janvier 2019.

Évolutions professionnelles / Passerelles

- Après quelques années, possibilité d'évoluer vers le poste de directeur·trice de collection ou de responsable de style.

Tendance d'évolution du métier

- Le·la styliste doit travailler de plus en plus vite : dans certains secteurs, on ne compte que 5 à 8 jours entre le croquis et la diffusion des modèles en magasins.
- L'informatique (CAO/DAO) et les nouvelles technologies de communication et de simulation virtuelle prennent une place de plus en plus croissante.
- La part d'innovation et de créativité devient de plus en plus importante dans le métier : les enseignes cherchent à se différencier par leur image et les concepts innovants.
- Le développement durable et le respect de l'environnement commencent à s'imposer dans les choix des stylistes.