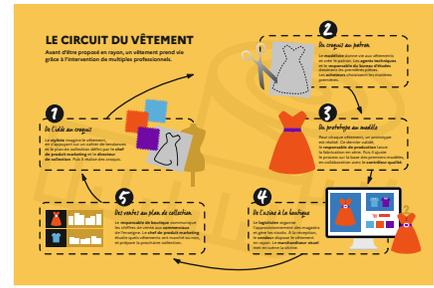


**MODE  
ET LUXE**

**MÉTIERS • ÉTUDES • EMPLOI**

# SOMMAIRE

## DÉCRYPTAGE Le circuit du vêtement ..... 6



## MÉTIERS



# REPORTAGE

## Une affaire de style ..... 8



## Les métiers en 4 familles ..... 20

### CRÉATION

Anne-Sophie, brodeuse.....	22
Karine, créatrice de parfum.....	24
Violaine, designer d'objet en horlogerie.....	26
Flavie, joaillière.....	28
Clémence, maroquinière.....	30
Marie, styliste.....	32
Henri, verrier à la main.....	34

### PRODUCTION

Anaïs, modéliste.....	36
Océane, responsable de production.....	38
Grégory, responsable développement durable.....	40
Mélissa, technicienne produit.....	42

### COMMERCE

Adeline, acheteuse.....	44
Rodrigue, chargé d'affaires.....	46
Louise, cheffe de produit marketing.....	48
Benny-Lovhe, conseiller de vente.....	50
Mehdi, marchandiseur visuel.....	52
Marion, responsable e-commerce.....	54

### COMMUNICATION

Grégoire, responsable de la communication.....	56
Vincent, responsable des contenus social media.....	58

## Dico des métiers

Acheteur/acheteuse.....	60
Agent/agent de bureau d'études et/ou des méthodes.....	60
Attaché/attachée de presse.....	61
Bijoutier-joaillier/bijoutière-joaillière.....	61
Brodeur/brodeuse.....	61
Chef/cheffe de produit marketing.....	61
Chef/cheffe de projet développement.....	62
Chef/cheffe de projet événementiel.....	62
Coloriste.....	62
Community manager.....	63
Conseiller/conseillère de vente.....	63
Contrôleur/contrôleuse qualité.....	63
Coupeur/coupeuse.....	64
Couturier-tailleur/couturière-tailleuse.....	64
Créateur/créatrice de parfum.....	64
Designer d'objet.....	65
Directeur/directrice de collection.....	65
E-merchandiser.....	65
Ingénieur/ingénieure textile.....	66
Mannequin.....	66
Marchandiseur visuel/marchandiseuse visuelle.....	66
Maroquinier/maroquinière.....	67
Mécanicien/mécanicienne modèle.....	67
Modéliste.....	67
Patronnier-gradeur/patronnière-gradeuse.....	68
Photographe de mode.....	68
Piqueur/piqueuse.....	68
Rédacteur/rédactrice de mode.....	69
Responsable de bureau d'études et/ou des méthodes.....	69
Responsable de la communication.....	69
Responsable de magasin.....	69
Responsable de marque.....	70
Responsable de production.....	70
Responsable des contenus social media.....	70
Responsable développement durable.....	71
Responsable e-commerce.....	71
Responsable marketing.....	71
Styliste.....	72
Technicien/technicienne produit.....	72
Verrier/verrière à la main.....	72



## ▶▶ ÉTUDES



Quelles formations pour quels métiers? ...	74	Les écoles d'ingénieurs .....	106
5 questions avant de se lancer .....	76	Les licences et les masters .....	108
Les CAP et les BMA .....	78	Parcours d'études .....	112
Les bacs professionnels .....	84	Vers une école de modélisme .....	114
Les BTS .....	88	Vers une école de stylisme .....	115
Le DN MADE .....	92	Vers un master .....	116
Les écoles d'art .....	96	Vers l'Institut français de la mode .....	117
Les écoles spécialisées .....	100	Vers une école de production .....	118
Les écoles de commerce .....	105		

# EMPLOI



Les employeurs du secteur .....	120
Les conditions de travail .....	122
Les tendances du recrutement .....	124
Les compétences attendues .....	126
Mes débuts comme influenceur .....	129
Mes débuts dans la production .....	130
Mes débuts dans le luxe .....	131
Mes débuts en indépendante .....	132

# GUIDE PRATIQUE

Carnet d'adresses des formations .....	134
Ressources Onisep .....	153
Sites utiles .....	154
Lexique .....	156
Liste des sigles .....	157
Index .....	158



Situation de handicap,  
besoin d'aménagements,  
retrouvez toutes  
les informations  
sur le site de l'Onisep  
[www.onisep.fr/handicap](http://www.onisep.fr/handicap)

## DES REPÈRES

Un code couleur permet de distinguer les familles de métiers.

..... Les mots soulignés sont expliqués dans le lexique p.156.

# LE CIRCUIT DU VÊTEMENT

Avant d'être proposé en rayon, un vêtement prend vie grâce à l'intervention de multiples professionnels.

1

## De l'idée au croquis

Le **styliste** imagine le vêtement, en s'appuyant sur un cahier de tendances et le plan de collection défini par le **chef de produit marketing** et le **directeur de collection**. Puis il réalise des croquis.

5

## Des ventes au plan de collection

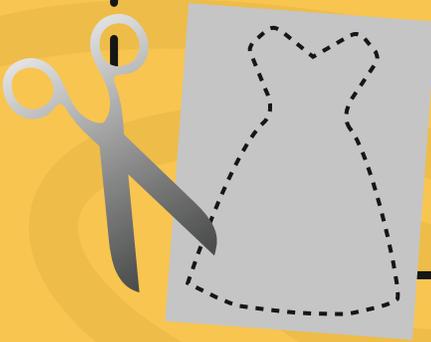
Le **responsable de boutique** communique les chiffres de vente aux **commerciaux** de l'enseigne. Le **chef de produit marketing** étudie quels vêtements ont marché ou non, et prépare la prochaine collection.



2

### Du croquis au patron

Le **modéliste** donne vie aux vêtements et crée le patron. Les **agents techniques** et le **responsable du bureau d'études** dessinent les premières pièces. Les **acheteurs** choisissent les matières premières.



3

### Du prototype au modèle

Pour chaque vêtement, un prototype est réalisé. Ce dernier validé, le **responsable de production** lance la fabrication en série. Puis il ajuste le process sur la base des premiers modèles, en collaboration avec le **contrôleur qualité**.



4

### De l'usine à la boutique

Le **logisticien** organise l'approvisionnement des magasins et gère les stocks. À la réception, le **vendeur** dispose le vêtement en rayon. Le **marchandiseur visuel** met en scène la vitrine.





UNE JOURNÉE CHEZ BONOBO À SAINT-MALO (35)

# UNE AFFAIRE DE STYLE

Photos : Alain Potignon

Spécialisée dans le jean lors de sa création en 2006 par le groupe Beaumanoir, la marque mixte Bonobo a fait le choix de se diversifier en proposant un vestiaire complet qui répond à des valeurs comme l'écologie, le partage et la communauté. Rencontre à Saint-Malo, au siège de la marque, avec les équipes qui se mobilisent de la création à la commercialisation des vêtements.

# STYLISTE



**Marie Farmerq,**

styliste chez IDKids-Catimini, à Roubaix (59)

« Être créatif dans un cadre défini. »

« Très jeune, je suivais déjà les défilés de mode, je feuilletais les magazines spécialisés et je dessinais beaucoup », se souvient Marie, chargée de développer des collections fille et garçon pour une marque de prêt-à-porter enfants. Robe d'été, manteau, chemise... pour donner vie à une nouvelle collection, cette styliste commence par esquisser des dizaines de silhouettes, à la main. « J'aime passer par cette phase de croquis ; ensuite, les logiciels me servent à présenter mes créations de la façon la plus claire possible. C'est important pour bien communiquer mes idées, notamment aux fabricants. »

**Imaginer un look.** Au fil des saisons, Marie s'appuie sur un cahier des charges fidèle à l'identité de la marque, et sur un plan de collection transmis par les chefs de produit. « Pour avoir une offre cohérente, on me demande de créer une ligne de tee-shirts avec un produit à tel prix, une robe dans une autre gamme, etc. », précise-t-elle. « J'ai la chance de pouvoir travailler une silhouette complète, d'imaginer le look que je souhaite donner, mais le défi, en tant que styliste, c'est d'être créatif, force de proposition, dans un cadre défini. »

**Styles et prix.** Des premiers retours sur les prototypes à la confection, une collection se prépare 6 mois à l'avance. « Sur une centaine de produits, on revoit chaque article pour s'assurer qu'il a sa place », explique Marie, qui assiste aux essayages aux côtés du chef de produit et du modéliste. Dans le prêt-à-porter, impossible de négliger le coût des fournitures... « Un styliste doit avoir des notions de prix, savoir qu'un tissu coûte plus cher qu'un autre. Ce métier implique de travailler en équipe, et j'aime suivre la vie du produit, de sa conception à sa mise en boutique. C'est très intéressant, par exemple, d'avoir le retour de conseillers de vente sur l'expérience en magasin. »

**Sentir les tendances.** Pour créer de nouveaux modèles, Marie multiplie les sources d'inspiration. « Il faut avoir une grande curiosité pour le monde qui nous entoure : l'évolution de la société, les nouveaux modes de consommation, l'écologie... » En plus de suivre les tendances sur les réseaux sociaux, cette styliste effectue une veille concurrentielle, indispensable. « La mode, c'est aussi revendiquer une personnalité, des goûts. Voir les vêtements que j'ai dessinés portés dans la rue, me dire que ça contribue à apporter un peu de rêve, c'est une vraie satisfaction pour moi. »



## € Quel salaire ?

La rémunération d'un styliste dépend de la taille de l'entreprise, de sa renommée, et de l'expérience acquise. « J'ai débuté à 1700 € brut par mois, un salaire que j'ai pu renégocier régulièrement en changeant d'entreprise », résume Marie.



## Ça recrute ?

Dans un contexte de réduction des coûts et avec un nombre de collections revu à la baisse, les places dans le stylisme sont chères. « Dans le prêt-à-porter, notamment pour des marques milieu de gamme, la situation économique est difficile, constate Marie. Les manières de consommer ont changé, aujourd'hui le secteur est surtout porté par le luxe. »



## Quels débuts ?

Les jeunes diplômés accèdent d'abord au poste d'assistant styliste. « Mes stages m'ont permis de cumuler plusieurs mois d'expérience, et j'ai trouvé mon premier emploi en tant qu'assistante styliste après une candidature spontanée, raconte Marie. Aujourd'hui, les réseaux sociaux permettent de se créer un réseau. » Certains stylistes font le choix de lancer leur propre marque : ils sont alors appelés « créateurs de mode ».

Pour débiter en tant qu'assistant styliste, un diplôme de niveau bac+3 minimum est requis.

### Après le bac en 3 à 5 ans

- En 3 ans après le bac, le DN MADE mention mode propose des spécialités collection, vêtements et accessoires ou mode et textile. Il permet de poursuivre en DSAA design mention mode (bac+5).
- Plusieurs écoles d'art publiques forment au design de mode : l'Ensad (Arts-Déco) délivre un titre d'école en 5 ans après le bac ; certaines écoles supérieures d'art et de design délivrent un DNA design (en 3 ans après le bac), puis un DNSEP (en 2 ans).
- Nombre d'écoles privées (Lisaa, Esmod, atelier Chardon Savard...) délivrent des bachelors de styliste (bac+3). Les frais d'inscription sont généralement élevés.
- Membre de la CGE (Conférence des grandes écoles), l'Institut français de la mode dispense un Bachelor of Arts in Fashion Design centré sur la création (bac+3), ainsi qu'un master dans la même spécialité (bac+5).

Retrouvez  
les études  
p. 92, 96, 100.

# RESPONSABLE DES CONTENUS SOCIAL MEDIA



Vincent  
Piveteau,

copywriter et social  
content lead à Publicis  
Luxe, à Paris (75)

« Concevoir des campagnes sur les réseaux sociaux pour valoriser une marque. »

Dans la dernière campagne que Vincent a imaginée pour les réseaux sociaux de Lancôme, on pouvait apercevoir la chanteuse Aya Nakamura ou encore l'actrice Lily Collins revenir, dans de courtes vidéos, sur leur parcours de vie. Un projet qui fait écho à la propre histoire de ce passionné de mode qui, adolescent dans le Jura, rêvait de Paris et de luxe. « Pour le parfum La vie est belle, je suis parti de l'idée que l'on peut rencontrer des obstacles dans l'existence, mais qu'il faut toujours croire en ses rêves. »

**Trouver LE concept.** La mission de ce consultant pour Publicis Luxe : imaginer des histoires, des concepts, des visuels qui viendront valoriser l'image de la marque. Vincent travaille en binôme avec une directrice artistique. « Après avoir lu le brief des commerciaux, on travaille sur la future campagne. On réfléchit à la cible à atteindre, aux contenus, au calendrier en fonction des événements... » Puis place à la rédaction du script et à la définition du message central, la « signature ». « Celle-ci doit être comprise par l'internaute en moins de 1 minute. L'objectif est de vendre le produit en créant un message court, frappant. »

**Décliner les formats.** Une fois les principaux éléments validés par les directeurs de création de l'agence et par la marque, Vincent décline la campagne en 360°. « On pense aux différents formats, aux codes visuels... Un contenu TikTok et très différent d'un post Instagram ou Facebook. Il faut réaliser des vidéos soignées pour YouTube, on peut aussi créer une discussion WhatsApp autour d'un produit avec des conseils, repérer des influenceurs intéressants... Dans chaque campagne, il faut réussir à toucher les gens. C'est la clé. »

**Faire parler sa créativité.** « Pendant la phase de création, 90% des idées partent à la poubelle ! Il faut parfois une quinzaine de scripts pour arriver au bon. On doit être capable de se remettre en question, ne pas avoir peur de défaire pour mieux faire. Et ne jamais brider sa créativité. » Assurer une veille sur les tendances et connaître les différents marchés internationaux est essentiel. « Les codes de communication, notamment visuels, ne sont pas du tout les mêmes en Asie, où on compte de très nombreux clients du luxe », conclut Vincent.



## € Quel salaire ?

Les débutants dans les métiers autour des réseaux sociaux (concepteur-rédacteur, social media manager...) perçoivent entre 2 000 et 3 000 € brut par mois.

Source : Étude de rémunérations 2024, PageGroup.



## Ça recrute ?

Les métiers liés à la communication et au numérique sont porteurs, mais la concurrence est rude. « J'ai travaillé dur pour faire mes preuves, témoigne Vincent. J'ai multiplié les expériences pendant mes études. La motivation a été déterminante dans mon parcours. » Les postes se situent en entreprise ou en agence.



## Quels débuts ?

Vincent a fait une école de communication. Pour l'année en alternance, il a exercé comme concepteur-rédacteur dans une filiale de BETC dédiée au luxe. « Mon rôle était de donner vie au message publicitaire de marques comme Givenchy. » Diplômé, il a été embauché en CDI dans une agence du groupe Publicis spécialisée dans le luxe.

Le métier de responsable des contenus social media est accessible avec un niveau bac + 5.

### Après le bac en 3 à 5 ans

- Le **BTS** communication (suivi d'une licence pro en 1 an) et le **BUT** information-communication, en 3 ans après le bac, sont les formations de base.
- L'université délivre des masters en communication. Accès sur dossier avec une licence adaptée. Au Celsa, le master fait suite à la L3 infocom, accessible sur concours post-bac+2.
- Certaines écoles de communication ou de publicité privées délivrent des diplômes de niveau master, reconnus par France compétences. Accès sur concours. Durées et coûts variables.
- Certaines écoles de commerce visées à bac+5 proposent des spécialisations en communication-marketing. Accès sur concours. Durées et coûts variables.
- Certaines écoles de mode proposent des cursus en communication et en marketing liés au secteur. Durées et coûts variables.
- Les IEP (instituts d'études politiques) proposent des spécialisations en communication. Possibilité de suivre la totalité du cursus (5 ans) ou de rejoindre le cycle master (2 ans) avec un bac+3. Accès sélectif.

Retrouvez  
les études p. 88,  
100, 105, 108.

# DICO DES MÉTIERS



## ACHETEUR/ACHETEUSE

Tissus, cuirs, composants (fermetures à glissière, boutons)... ce professionnel achète les matières premières nécessaires à la fabrication d'un vêtement ou d'un accessoire de mode. Il ou elle prospecte auprès des fournisseurs pour trouver des produits de qualité au meilleur prix et travailler sur des développements spécifiques (tissus avec un logo, imprimés propres à la marque, etc.). C'est un autre acheteur, pour la partie production, qui passe les commandes auprès des fournisseurs et en suit l'avancée, en veillant au respect des plannings de fabrication et de livraison.

### Formation

BTS MCO ou technico-commercial (bac+2), suivi d'une licence pro achats; BUT. TC. (bac+3); master (bac+5); école de commerce ou d'ingénieurs (bac+5) avec une spécialisation achats; école de mode.

## AGENT/AGENTE DE BUREAU D'ÉTUDES ET/OU DES MÉTHODES

Ce professionnel définit et améliore les processus de fabrication d'un article de mode. Son objectif: limiter le nombre d'opérations et respecter le budget de fabrication, tout en garantissant la qualité. À l'aide de logiciels, il ou elle détermine les coûts et les temps de montage nécessaires pour chaque article. S'il faut 10 minutes et une quantité précise de tissu en bureau d'études pour assembler une jupe, il doit en être de même en usine. L'agent répertorie ces informations dans un document technique, le cahier des charges. Il est indispensable de maîtriser les logiciels de CAO et de GPAO (conception et gestion de production assistées par ordinateur).

### Formation

Bac pro métiers de la couture et de la confection; BTS métiers de la mode ou innovation textile (bac+2); licence professionnelle (bac+3); école de mode.

## ATTACHÉ/ATTACHÉE DE PRESSE

Faire en sorte que les médias parlent de l'entreprise ou de la marque qu'il ou elle représente, tel est son objectif. Cela recouvre diverses activités: rédaction de communiqués à destination des médias, préparation des invitations presse pour des événements ou défilés, relance des journalistes, réponses aux demandes d'information, organisation d'interviews et de tournages, déplacements sur le terrain avec les journalistes ou les influenceurs, etc. Suivre les retombées presse fait également partie de sa fonction. Sens du contact, réactivité et maîtrise de l'anglais sont indispensables pour exercer.

### Formation

BTS communication (bac+2) ou B.U.T. infocom (bac+3); école spécialisée (communication, mode) ou master (bac+5).

## BIJOUTIER-JOAILLIER/ BIJOUTIÈRE-JOAILLIÈRE

Bracelets en argent, en platine ou en or, bagues serties de pierres précieuses: ce professionnel imagine chaque modèle comme une œuvre d'art, voire une pièce unique. Pour concevoir et monter ses créations, il ou elle s'appuie sur son savoir-faire en bijouterie-joaillerie. Au sein d'un atelier, les créateurs de bijoux travaillent le cuir, le plastique ou le bois, mais aussi des matériaux précieux. Certains collaborent avec des maisons de haute couture.

### Formation

CAP art et techniques de la bijouterie-joaillerie; BMA bijou; DN MADE mention objet (bac+3).

## BRODEUR/BRODEUSE

À l'aide de fils de lin, de coton, de soie ou de laine, ce professionnel au savoir-faire unique personnalise et embellit vêtements de haute couture, robes de mariée, costumes de scène, etc. Pour chaque nouvelle collection, selon le client (couturier ou créateur de mode), il ou elle s'adapte à la demande et crée, le plus souvent à la main ou au crochet, des motifs d'une grande finesse. À la fois manuel et créatif, ce métier s'exerce dans des ateliers réputés collaborant avec de grandes maisons de mode et de luxe. Patience, minutie et rigueur exigées.

### Formation

CAP arts de la broderie; BMA broderie.

## CHEF/CHEFFE DE PRODUIT MARKETING

Vêtements, sacs, chaussures, bijoux ou encore parfums: il ou elle est à l'initiative des nouvelles collections commercialisées. Tout commence par une étude de marché afin de cerner les tendances du moment et les besoins de la clientèle, avec notamment une analyse de la concurrence. Place ensuite à l'élaboration de la gamme et des produits, en tenant compte des coûts, puis à leur sortie sur le marché. Une relation étroite s'engage alors avec les équipes commerciales et marketing. Objectif: assurer un lancement réussi, puis suivre l'évolution des ventes.

### Formation

Diplôme d'école de commerce ou de mode (bac+5) avec une spécialisation marketing-management; master (bac+5).

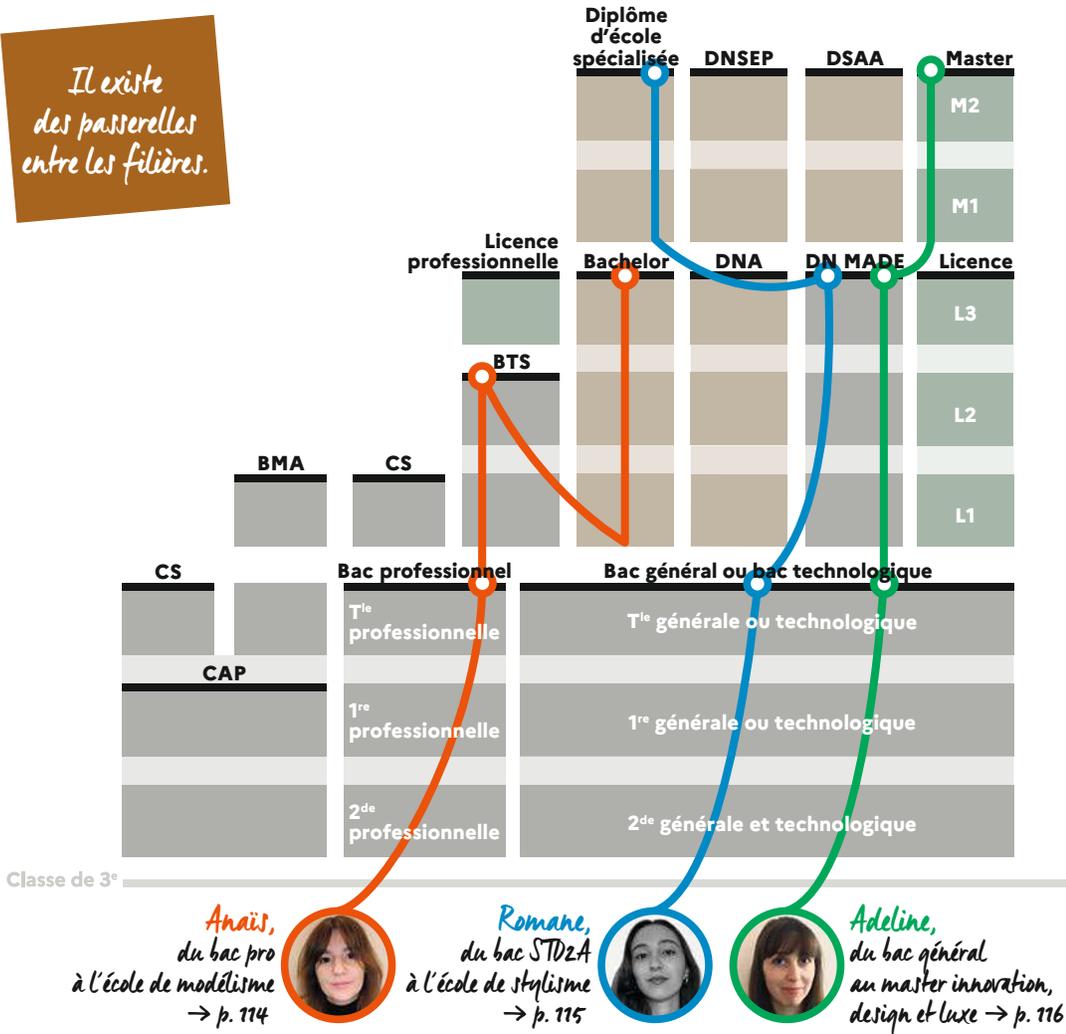
### LES MÉTIERS EN 4 FAMILLES

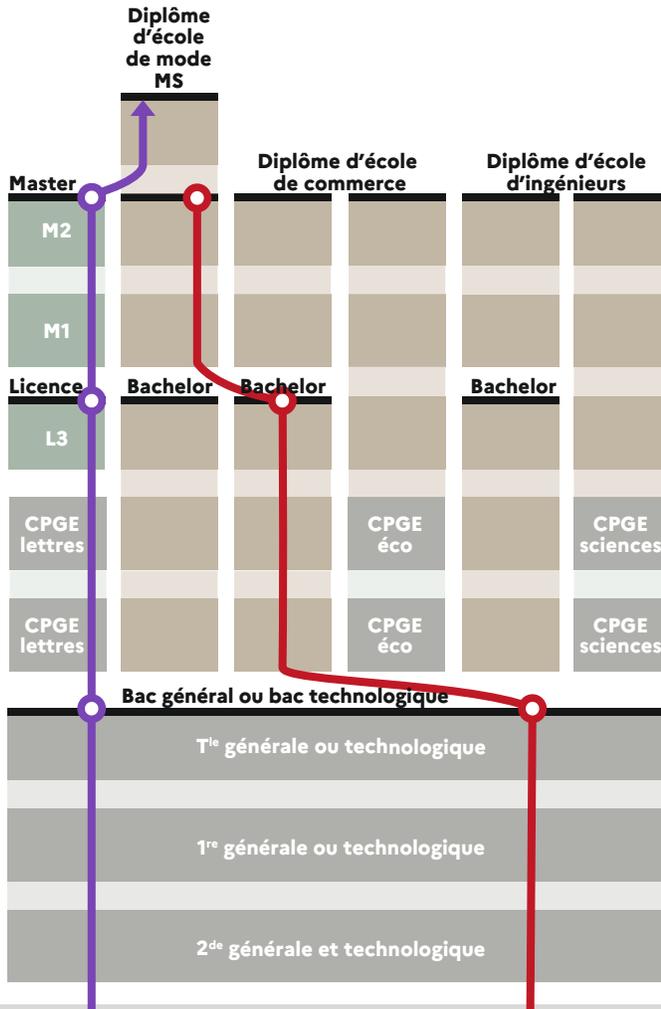
■ CRÉATION
 ■ COMMERCE  
■ PRODUCTION
 ■ COMMUNICATION

# PARCOURS D'ÉTUDES

## À chacun son chemin

Il existe des passerelles entre les filières.





*Lexique*

- BMA**: brevet des métiers d'art
- BTS**: brevet de technicien supérieur
- CAP**: certificat d'aptitude professionnelle
- CPGE**: classes préparatoires aux grandes écoles
- CS**: certificat de spécialisation
- DN MADE**: diplôme national des métiers d'art et du design
- DNA**: diplôme national d'art
- DNSEP**: diplôme national supérieur d'expression plastique
- DSAA**: diplôme supérieur d'arts appliqués
- L**: année de licence
- M**: année de master
- MS**: mastère spécialisé
- STD2A**: sciences et technologies du design et des arts appliqués

Université | Lycée | École

**Diplôme**



*Céline,*  
du bac général  
au MS management  
de la mode et du luxe → p. 117



*Maxime,*  
du bac général  
à l'école de production  
→ p. 118

# MES DÉBUTS COMME INFLUENCEUR



*Robin Lordereau,  
créateur de contenus et designer upcycling*

CV

Prépa économique  
Master en finance (ISC Paris)  
MBA Luxury Goods and Fashion Industries (Modart)

*Son  
conseil !*

« Poster sur les réseaux prend beaucoup de temps. Une vidéo me demande plusieurs jours de travail, entre la création des vêtements, le tournage, puis le montage des images. »

C'est pendant le confinement que Robin se fait connaître sur les réseaux sociaux. Son credo sur TikTok : « Faire des vêtements avec les draps de lit de ta mamie », autrement dit fabriquer des habits à partir de matières déjà existantes (vestes, pantalons, accessoires, tissus pour la maison...).

## Des millions de vues

En 2021, ce passionné de mode et de recyclage poste plusieurs vidéos dans lesquelles il porte ses créations en changeant de vêtements chaque seconde. « Mes vidéos ont été visionnées plus de 10 millions de fois, et j'ai gagné plusieurs milliers d'abonnés. » Pendant quelques mois, il travaille comme free-lance dans la création de contenus et la stratégie digitale pour des entreprises.

## Instagram et TikTok

Robin décide ensuite de se consacrer exclusivement à son activité de créateur de contenus. « Mon objectif : que des marques fassent appel à moi et me rémunèrent, explique-t-il. Ce qui m'intéresse, c'est de faire du contenu qualitatif. Dans mes vidéos, je partage des conseils, je réponds à des questions sur les étapes de fabrication du vêtement, je propose des tutoriels... »

## Collaborations avec des marques

Dernièrement, Robin a collaboré avec Lacoste. « Pour leurs 90 ans, j'ai créé une veste à partir d'échantillons provenant d'usines. J'ai aussi fabriqué un vêtement avec des pièces des années 1980-2000 pour l'ouverture du pop-up store vintage de l'enseigne. » Aujourd'hui, Robin vit de son activité. « Je suis contacté par des agences de communication ou directement par les marques pour des collaborations. Je peux aussi les démarcher. C'est un travail à plein temps ! »

# MES DÉBUTS EN INDÉPENDANTE



*Auxane Ducelier,  
styliste de mode*

CV

Bac STAV (sciences et technologies de l'agronomie et du vivant)  
DU textile et habillement de la mode et du luxe, option créateur  
de mode (devenu bachelor MBA styliste de mode) à l'Esimode, à Toulouse (31)

*Son  
conseil !*

«Avoir un client récurrent pour s'assurer une sécurité financière et, ponctuellement, d'autres projets pour diversifier son activité.»

«Avoir de l'expérience m'a permis de me lancer à mon compte», souligne Auxane, qui a débuté comme styliste junior chez Stella&Suzie, à Toulouse, avant de rejoindre Pauème, la marque d'une influenceuse. «Assez vite, il est apparu que je pouvais exercer en free-lance, un choix cohérent avec mon projet : créer ma marque. En tant que salariée, j'aurais été freinée par les clauses de non-concurrence et d'exclusivité dans les contrats.»

## Devenir autoentrepreneuse

Auxane aménage un bureau chez elle et prend le statut d'auto-entrepreneur. «L'investissement est limité : un styliste a surtout besoin d'un PC avec des logiciels de création comme Illustrator et Photoshop, souligne-t-elle. Il faut faire des démarches, déclarer ses cotisations sociales, s'inscrire en tant que professionnel. Cela prend du temps, mais Internet simplifie les choses.»

## Missions au forfait

Auxane facture ses prestations sur la base de contrats forfaitaires, modulables en fonction des besoins du client. «Je travaille 3 jours par semaine pour mon principal client et, ponctuellement, avec un autre pour lequel je dessine des modèles et réalise des fiches techniques. Je déclare mes revenus à l'Urssaf tous les mois pour savoir où j'en suis.» La styliste apprécie le fait de passer du prêt-à-porter femme aux vêtements de sport.

## Des déplacements réguliers

Pour voir les matières, essayer les prototypes, opérer des modifications à l'essayage... Auxane se rend chez Pauème une fois par mois. «C'est essentiel d'un point de vue relationnel, et aussi professionnellement !» Elle fréquente aussi des salons du textile pour faire des recherches et rencontrer des fournisseurs. Mimi Jojo, sa marque de prêt-à-porter féminin, a vu le jour : un rêve qui se concrétise !



RÉPUBLIQUE  
FRANÇAISE

Liberté  
Égalité  
Fraternité



# MODE ET LUXE

MÉTIERS • ÉTUDES • EMPLOI

BIJOUTERIE - PARFUMERIE - MAROQUINERIE - HABILLEMENT

## PARCOURS

La collection pour construire son projet

- Une planche explicative du secteur
- Un reportage en entreprise
- Des portraits de professionnels, un dico des métiers
- Les formations décryptées
- Un schéma des études, des parcours d'étudiants
- Les tendances du recrutement
- Les adresses des formations



librairie.onisep.fr

8 €

ISBN 978-2-273-01681-0

Mars 2024