

LA MODE
AU BOUT
DU FIL

Supdemod

Bienvenue

Supdemod

Fashion Design & Business School

CréaTion OriginaLe

Étudiants Supdemod
Défilé Annuel





édito

Créée en 1952 par une première main de la maison Christian DIOR, l'école SUPDEMOD est aujourd'hui un lieu d'expression créative et d'innovations.

Du prêt-à-porter à la Haute couture, du vêtement aux accessoires, la filière Mode témoigne d'une ouverture multiculturelle et artistique. La Mode n'échappe pas aux mutations. L'art, le design et l'innovation ont longtemps dominé le secteur. Aujourd'hui, les enjeux sont aussi commerciaux. La Mode recrute autant des créateurs que des marketeurs. Nouveaux marchés, nouvelles tendances, nouveaux modèles économiques... SUPDEMOD propose deux orientations : le savoir-faire et le faire-savoir. Repenser adapter redesigner

sans cesse les produits; se réinventer tout le temps pour capter l'attention des clients; se digitaliser pour aller chercher de nouvelles sources de création de valeur.

Avec des parcours professionnalisants, SUPDEMOD accompagne tous ceux qui aspirent à exercer leurs talents dans les univers de la mode : créateurs de griffes et collaborateurs de marques prestigieuses. L'entreprise de mode se nourrit de questions stratégiques, fait appel à la sensibilité créative et cherche à s'appropriier les atouts numériques.

Précurseur dans la mise en œuvre d'une pédagogie individualisée et professionnalisante, SUPDEMOD permet à chacun de ses étudiants de conduire son projet et **d'être acteur de son devenir professionnel.**

hello



Quartier de la Confluence

Sup^demod

De grandes entreprises ont implanté leur siège social :
GL, Euronews, Le Progrès, Groupe Radio Espace,
Région Rhône-Alpes, Le Musée des Confluences...
Un territoire qui consacre le mariage du dynamisme
économique, de la créativité et du Design.

Visite guidée

Les coulisses d'une grande école !



DESIGN
& CREATIVITE
MULTIMEDIA

TECHNOLOGIES

INTER
ACTIVITE

Afin de vous faire aimer cet espace de créativité et d'initiatives,
quelques photos pour situer l'école dans le nouveau quartier
Confluence.

Un bâtiment original dédié à la pédagogie
et à l'apprentissage des métiers de la
Mode :

- des salles multimédia,
- des espaces favorisant la pratique
professionnelle : couture, stylisme,
matières,
- des salles de détente et de convivialité,
- des salles de cours interactives.

Pédagogie & technologie

ESPACE DE RÉFLEXION ET D'ÉCHANGES,
SUPDEMOD EST AU COEUR D'UN RÉSEAU LIÉ À LA CRÉATION,
AU BUSINESS ET À LA CULTURE MODE.

TEXTILE-HABILLEMENT CES EQUIPEMENTS QUI DONNENT DU MUSCLE AUX INDUSTRIELS

Création et conception assistées par ordinateur, matelassage et découpe automatiques, ateliers de piquage automatisés, EDI, les industriels français de l'habillement s'équipent. En dix ans, les confectionneurs français ont divisé par trois leurs délais de fabrication. Il faut désormais moins d'une semaine en moyenne pour fabriquer un vêtement, de la prise de commande à la sortie de l'usine. Un temps qui pourrait

être réduit de moitié dans un proche avenir. Le marché - les consommateurs comme les distributeurs - impose en effet de produire toujours plus vite et moins cher un nombre croissant de modèles. L'habillement vit une profonde mutation. Résisteront ceux qui sauront s'adapter et tirer profit des dernières technologies.

Maîtriser tout
le cycle de vie
des produits



Pour des créations
originales
et innovantes

Sans cesse en évolution, les demandes des consommateurs exacerbent la nécessité de proposer des produits originaux. Pour créer des produits en affinité avec les grandes tendances ou en imaginer de totalement inédits, les entreprises doivent accélérer leur cycle de création et réduire le nombre de prototypes. Les solutions de création aident les entreprises à concevoir de nouveaux produits et encouragent l'inventivité, tout en respectant les contraintes de coûts et les fluctuations des volumes.



Concevoir de
meilleurs produits

Il peut s'avérer extrêmement difficile de trouver le juste équilibre entre nouveauté, bien-être et pertinence par rapport au marché ciblé, tout en développant différentes collections en parallèle, chacune regroupant plusieurs lignes de produits. De la modélisation à la gradation et au prototypage 3D, les solutions de développement de Lectra simplifient et accélèrent le cycle de développement des collections.

Une approche LEAN

La capacité à prévoir et à contrôler les coûts et la planification très tôt dans le cycle de développement peut exercer une forte influence sur la gestion de l'inventaire, la garantie des délais de livraison et la réduction du gaspillage.

Univers

les

de la mode

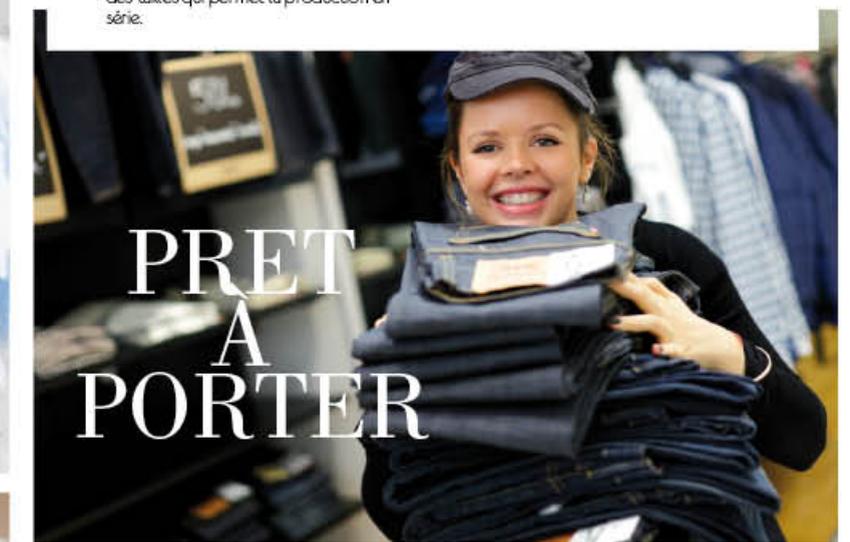
À partir d'un croquis ou d'un moulage sur mannequin du couturier les créations sont réalisées dans un atelier. Les maisons de haute couture disposent traditionnellement de deux ateliers : un de « flou » et un de « tailleur » : le « flou » pour les matières fluides, permettant de réaliser robes du soir ou de cocktail ; le « tailleur » pour les vêtements structurés comme les manteaux, vestes, pantalons, jupes droites. Ces ateliers peuvent être composés de quelques personnes, et jusqu'à une centaine pour certaines maisons comme Dior.



HAUTE COUTURE

Le prêt-à-porter est constitué de pièces vendues en tant que produit fini et non pas réalisées sur-mesure. Celui-ci est traditionnellement opposé, pour les femmes à la haute couture. Il désigne le passage de la couture artisanale et du vêtement sur-mesure à la standardisation des tailles qui permet la production en série.

De nos jours, la plupart des créateurs et grandes maisons réalisent leur chiffre d'affaires et bénéfices sur l'activité rémunératrice du prêt-à-porter. La haute couture n'étant plus qu'une vitrine du savoir-faire.



PRET A PORTER



ACCESSOIRES

Comme les vêtements, les accessoires de mode ont une fonction à la fois utilitaire et symbolique. Par exemple, les sacs à main permettent de transporter des objets. C'est leur fonction utilitaire. D'un point de vue symbolique, les sacs à main sont des objets qui signalent un statut social.

BOUGER, CRÉER... INNOVER,

La mode n'a de cesse de renouveler
nos habitudes et notre consommation.

Place à la créativité et aux succès commerciaux.

La preuve en chiffres.

LA MODE,
UNE AFFAIRE DE
TENDANCES ET
D'INFLUENCES



Industrie textile
française

62 983

salariés
en 2013



Industrie
textile
française

600
entreprises
en 2013



Chiffre d'affaires
Textile :

12,5 €

MILLIARDS

Exportations : 7,7 milliards d'euros
Importations : 14,4 milliards d'euros



Les chiffres clés
de l'industrie
Textile-Habillement
européenne
en 2013

Source : Euratex

entreprises

173 000

Investissements

4,1 €
MILLIARDS

Emplois

1,7
MILLIONS

Top 15
de la distribution

habillement et accessoires
En milliards de dollars US

Source: Deloitte, 2013

MACY'S (USA)	26,4
TJX (USA)	23,2
LVMH (FRA)	20,8
INDITEX (ESP)	19,2
KOHL'S (USA)	18,8
JC PENNEY (USA)	17,3
EL CORTE INGLES (ESP)	17,1
H&M (SWE)	17,0
MARKS & SPENCER (GBR)	15,9
ISETAN (JPN)	15,4
THE GAP (USA)	14,5
OTTO (GER)	13,9
PPR (FRA)	11,2
NORDSTROM (USA)	10,5
LIMITED BRANDS (USA)	10,4



Entreprises en France

4 570
entreprises



Créer

En vue de la sortie d'une nouvelle collection, le styliste prépare un ensemble de croquis de vêtements. Il précise leurs couleurs et les principales techniques de réalisations prévues. Il fait parvenir au modéliste ces informations et les échantillons de tissus retenus. Il travaille de plus en plus avec des systèmes de CAO (conception assistée par ordinateur) et Internet pour ses recherches documentaires.

Dans la haute couture comme dans l'industrie du prêt-à-porter, c'est le modéliste qui donne vie au vêtement imaginé par le styliste...



Fabriquer

Muni de ciseaux et d'épingles, le modéliste commence par placer une toile en coton écrite sur un mannequin "en pied". Il construit le modèle en volume et met au point les différentes pièces. La toile est ajustée, découpée, épinglée et drapée conformément au "tombe" souhaité par le styliste. Une fois l'habit monté, le modéliste trace les lignes qui serviront à dessiner le patron. Enfin, il détermine la place des coutures, de l'encolure, des plis, des emmanchures, des poches et des boutons.



Vendre

Il faut négocier les prix avec les fournisseurs, vérifier les factures, calculer les marges, etc. Mais il faut aussi être à l'affût des tendances, deviner ce qui plaira aux clients. Sans être styliste, ni modéliste, le commercial doit savoir comment se fabrique un vêtement. Un acheteur doit pouvoir, en un clin d'œil, juger de sa qualité, vérifier qu'il est bien conforme au prototype. Enfin, difficile d'occuper un poste dans le business mondial de la mode sans parler anglais. Tous ces professionnels voyagent souvent dans le monde entier pour le suivi de la fabrication et les négociations... le plus souvent avec des Chinois ou des Indiens.

...Mais aujourd'hui, il ne suffit pas d'avoir un bon coup de crayon ou de ciseaux; les compétences en marketing, management, digital, gestion et vente sont indispensables.



Insertion

un projet
professionnel

sur-mesure

À vrai dire il n'y a pas de « bon moment » pour se lancer dans la rédaction de son projet professionnel. En effet, il se dessine au fur et à mesure que l'on grandit et surtout que l'on mûrit. La mode ne se limite pas aux grands créateurs. La filière mode couvre une très grande variété de métiers.

Les offres d'emploi publiées sur les journaux spécialisés sont un bon indicateur de la diversité : styliste, modéliste, chef de produit, commercial... Des débouchés tant dans la création que dans le marketing ou l'aménagement du point de vente.

Où aimeriez-vous travailler ? Qu'aimez-vous faire ? Quelles sont mes compétences actuelles ? Dans cette étape, il ne faut pas hésiter à lister toutes vos compétences acquises. Peut importe le domaine d'activité, l'objectif est de tout écrire pour avoir une vision d'ensemble.

Depuis plusieurs années, les entreprises françaises doivent faire face à la concurrence venue des pays émergents. Certaines filières résistent mieux que d'autres à cette nouvelle donne. C'est le cas de la couture et de la maroquinerie. Pour sortir leur épingle du jeu, certains professionnels préfèrent miser sur une activité de niche mais porteuse : l'innovation.

Si le secteur de la mode est générateur de rêves, il n'en est pas moins économiquement dynamique et générateur d'emplois variés :

Directeur/trice artistique, Modéliste, Styliste, Chef de Groupe, Chef de produit, Assistante de production, Responsable de production, Responsable merchandising, Acheteur / Sourceur...

Modéliste

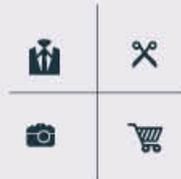


De la patience et un bon maniement des aiguilles
Adaptable, rigoureux, rapide

- Crée et met au point les toiles ou patronages cartons à partir des croquis fournis par les stylistes.
- Confectionne et retouche les prototypes.

Capacités de négociation

Une bonne pratique des langues



les métiers

Styliste

Hummer l'air du temps et les tendances du moment

imaginer, créer, dessiner



- Dessine les modèles (forme, matières, couleurs ...) de la collection.
- Suit les prototypes sur le plan technique jusqu'à leur validation.

Marketeur

Analyse, anticipe

Communiquer

- Définit la construction du plan de collection de son secteur à partir des études de marché, analyses de ventes.
- Décrypte et suit l'environnement concurrentiel.
- Explique au styliste les orientations de la collection à travers le positionnement des produits et l'évolution du marché.
- Recherche les fournisseurs et les fabricants et gère les coûts de fabrication d'un prototype.
- Assure la promotion et la commercialisation des collections.



Sourceur

Volontaire autonome

Ténace

Créateur

- Interprète les tendances matières et conclut les achats de tissus et fournitures nécessaires à la fabrication des produits.
- Prospecte les marchés et recherche de nouveaux fournisseurs.
- Négocie les meilleures sources d'approvisionnement.

Présente une ligne de vêtements et/ou d'accessoires sous son nom, est à la tête de son entreprise et gère une équipe de commerciaux et d'assistants.



Les talents SUPDEMOD mettent avant
tout l'accent sur le sens de la création,
l'avant-gardisme et l'imagination créative...

les talents de la mode

DIPLOMÉS
* SUPDEMOD *



Blandine Frutters

MODÉLISTE LINGERIE



MANGO

RESPONSABLE
MERCHANDISING

Elodie VanCothem



**Liberation
Next**

Jonathan Huguet
ASSISTANT MODE



RESPONSABLE
AGENCE DE
MANNEQUIN



Gabrielle Piche

RESPONSABLE
MAGASIN



Yersa Pashtlan



Manon Carbonel

Dezigual®

VISUAL MERCHANDISER



Marine Carlod

CHEF DE PRODUIT

ZILLI

Virginie Cominh

CHARGÉE
DE COMMUNICATION



LISE CHARMEL

Alexia Catherin
MODÉLISTE



Elodie Melchis

DESIGNER DEVELOPER



**TEXTILE MADA
GROUP**

Sandrine Nuglat
PRÉSIDENTE



Laurène Borel

UNITEX

RESPONSABLE
COLLECTION

Bonchie Bonchien
ASSISTANTE DE PRODUCE CAMAR

CHEF
D'ENTREPRISE



Céline Boulud

RIP CURL



DESIGNER



Mélanie Dutilleul



**THE JUST GROUP
COMMERCIAL**

Georges Monty



Clémentine Drevon



**HERMÈS
PARIS**

ASSISTANTE
CHEF DE
PRODUIT



Stéphanie Girerd

LES 69EMES

DIRECTRICE
ARTISTIQUE

**ifa
PARIS**



Yannick Machado

PROFESSEUR MODÉLISME

Pédagogie

Développer le sens artistique, l'analyse, l'observation.
Façonner, consolider sa culture mode.
Acquérir et développer les techniques d'expression graphique.

DU COUTURE main

19

FASHION
DESIGN
— 8' —
BUSINESS
SCHOOL



Pédagogie

LA MODE, UNE AFFAIRE DE TENDANCES ET D'INFLUENCES

La mode est d'abord créative, voilà pourquoi il faut maîtriser le premier support de la création : les arts plastiques. Tout vêtement, tout style est né dessin.



Pour comprendre la genèse d'un style, il faut en connaître les inspirations, artistiques.
Composer le style, c'est travailler sur la couleur, les formes, les références de courants spécifiques et de pensée par exemple.

Les mutations sociétales influencent la mode : le vêtement accompagne les évolutions du monde pour mieux mettre en valeur ceux qui le portent : affirmer une appartenance, faciliter le quotidien, ou tout simplement pour donner du plaisir.



NIVEAU

MISE A
NIVEAU
POST
BAC

La classe de MANAA - Prépa Mode assure une initiation à la culture et aux pratiques des différents domaines des arts appliqués. Elle est un tremplin vers :

- L'acquisition de connaissances élémentaires portant sur l'histoire des arts
- La pratique de l'expression plastique fondamentale (formes/volumes/couleurs/matières)
- Acquisition des connaissances élémentaires portant sur le stylisme-modélisme
- L'initiation à l'infographie.

La MANAA - Prépa Mode permet l'accès au BTS Design de Mode ou Bachelor Styliste-Modéliste.

ACCÈS :

- Bac Général, Techno, Pro...
- Bac ST2A

SÉLECTION : Sur dossier et entretien de motivation.

DURÉE : 1 an.

STAGE : 4 mois.



Contenu

Enseignement professionnel

- Dessin (modèles vivants...),
- Bureau de style,
- Modélisme,
- Travaux Pratiques,
- Dessin technique,
- Techno textile,
- Infographie DAO,
- Expression plastique,
- Coupe et moulage.

Enseignement général

- Anglais de la mode,
- Culture générale,
- Environnement économique.

Modules SUPDEMOD

- Visites d'entreprise,
- Techniques de recherche de stage,
- Définition du projet professionnel,
- Événements Mode,
- Salons...

Stage de 4 mois

Points
forts

- Une année de découverte et de passion
- Les bases techniques et méthodologiques pour réussir dans la poursuite d'études au sein de l'école SUPDEMOD
- Un environnement mode

BTS

DESIGN DE MODE

NIVEAU

DIPLOME
D'ETAT
BAC
+2TAUX DE RÉUSSITE
87%
SUPDEMODMeilleurs taux de réussite
Académie de Lyon 2014

Le titulaire de ce BTS détermine les lignes, les matières et les coloris de collections de vêtements, de tissus ou d'accessoires. Le designer de mode suit toutes les étapes d'un projet, de sa conception à sa création. Les diplômés exercent leur activité dans des bureaux de création, des agences de style intégrées ou indépendantes, dans les industries du prêt-à-porter, les grands magasins et sont aussi créateurs de leur propre entreprise.

ACCÈS :

Admission en première année après :

- MANAA Prépa-Mode
- Mise à niveau Arts appliqués (MANAA)
- Bac ST2A



SÉLECTION : Sur dossier et entretien de motivation.

DURÉE : 2 ans.

STAGE : 2 à 3 mois.



Contenu

Enseignement professionnel
et artistique

- Dessin et expression plastique,
- Culture design,
- Culture artistique,
- Figurine,
- Coloration.

Enseignement général

- Economie / Gestion,
- Anglais de la mode,
- Physique,
- Français,
- Philosophie.

Enseignement pratique

- Atelier construction,
- Stage obligatoire.

Modules SUPDEMOD

- Infographie,
- Techno textile,
- Sociologie de la mode,
- Culture design.

Stage de 2 à 3 mois

Points
forts

- L'école des créateurs de mode
- Un diplôme exigeant
- Des méthodes de travail

BACHELOR

STYLISTE MODÉLISTE

TITRE CERTIFIÉ PAR L'ÉTAT NIVEAU III - ENREGISTRÉ AU RNCP
TITRE EUROPÉEN IDEL



Une formation polyvalente, qui permet une connaissance globale des produits et des différentes phases de leur création à leur conception. Une formation axée sur les demandes des entreprises : polyvalence, responsabilité, autonomie, connaissances techniques...

ACCÈS : Admissions en deuxième année à l'issue d'un Mana Mode ou d'un Bac Pro Métier de la mode.

SÉLECTION : Sur dossier et entretien de motivation.

DURÉE : Mana prépa Mode + 2 années d'études

STAGE : 6 mois



Contenu

Stylisme

- Bureau de style,
- Infographie.

Modélisme

- Moulage,
- Coupe,
- Gradation,
- CMAO LECTRA,
- Technologie des tissus.

Enseignement professionnel

- Atelier professionnel,
- Défilés,
- Projet professionnel.

Enseignement général

- Histoire de l'art,
- Anglais de la mode.

Modules SUPDEMOD

- Conférences,
- Séminaires,
- Événements Mode,
- Salons,
- Défilés de collections.

Options en deuxième année

- Spécialisations Infographie Mode,
- Lingerie Corseterie.

Stage de 6 mois

BACHELOR

MARKETING DE LA MODE

TITRE EUROPÉEN IDEL



Les entreprises du secteur de la mode ont besoin de profils marketing très polyvalents, connaissant les produits et le fonctionnement des marchés, capables de prendre des responsabilités stratégiques et opérationnelles. De véritables développeurs.

ACCÈS :

- Admissions en première année à l'issue d'une Bac Général, Technologique ou Professionnel.

- Admissions en troisième année à partir d'un Bac + 2 validé, filière tertiaire Commerce, Marketing, Communication, Stylisme, modelisme...

SÉLECTION : Sur dossier et entretien de motivation.

DURÉE : 1 à 3 ans

STAGE : 10 mois



Contenu

Première et deuxième année

Marketing de la mode

- Fashion développement produit,
- Initiation stylisme,
- Stratégie de création,
- Communication,
- E-Business et Réseaux Sociaux,
- Histoire de la mode,
- Achats,
- Stratégie commerciale,
- Gestion.

Enseignement général

- Culture générale,
- LV1 + LV2 dont chinois LV3,
- Macro et micro économie,
- Gestion et droit.

Stages

- Techniques de recherche,
- Soutenances et rapports,
- Missions commerciales.

Stage de 2 à 4 mois

Troisième année

Marketing de la mode

- Marketing,
- Talking Fashion,
- Coaching Professionnel,
- Etude de Marque,
- Communication,
- E Business & Réseaux Sociaux,
- Management,
- Achats.

Enseignement général

- Culture Mode,
- Economie gestion et droit d'entreprise,
- LV1 + LV2 dont chinois LV3.

Modules SUPDEMOD

- Techniques et recherches,
- Soutenance et rapport,
- Suivi du Projet Professionnel Individualisé.

Stage de fin d'étude - 6 mois



— À ne pas rater —

DÉFILÉ SUPDEMOD

Réalisé par les étudiants SUPDEMOD et l'équipe pédagogique

Événement annuel, il sert également aux étudiants-créateurs de l'école SUPDEMOD à fournir leur vision personnelle de la mode, et constitue à ce titre une représentation presque artistique. C'est à chaque fois un spectacle complet qui doit faire passer l'émotion et raconter une histoire en quelques minutes.



PANORAMA DES PRINCIPAUX ÉVÉNEMENTS MODE

PARIS FASHION WEEK

Paris est la destination incontournable des collections internationales. Les acheteurs et la presse se rendent dans la capitale française pour assister aux défilés, qui se déroulent juste avant les présentations Haute Couture.

Le salon **Who's Next** accueille chaque année les chasseurs de tendances et les acheteurs dans la capitale française.

MILAN FASHION WEEK

Milano **Moda Uomo** ouvrira ses portes avec les plus grands noms du prêt-à-porter international et italien.

NEW YORK FASHION WEEK

La **semaine de la mode new-yorkaise** donne le coup d'envoi des présentations prêt-à-porter (février).

LONDON FASHION WEEK

La **Fashion Week de Londres** est un rendez-vous bi-annuel pour découvrir de nouvelles collections (février/septembre)



DÉFILÉ
SUPDEMOD



Compétences et Insertion professionnelle

Un réseau social et un coaching “stages / emplois”

Notoriété, réputation, réseau d'anciens...
Supdemod anime un réseau fort de plus 1500 anciens.

Du Prêt-à-porter à la Haute Couture jusqu'aux accessoires de mode, SUPDEMOD propose l'accès à un service “Stages et emplois”. Ce service d'aide à l'insertion, en lien direct avec la profession permet d'évaluer les attentes et les réalités de marché. Efficace et réactif, le pôle “Carrières et emplois” met en relation les entreprises avec les diplômés et les étudiants. Véritable centrale de stages et d'emplois, elle permet aux étudiants

de bénéficier d'offres de stages et d'emplois réactualisées en temps réel.

Pour qui ?

- Vous êtes une entreprise et souhaitez proposer des stages et/ou emplois à nos étudiants et anciens élèves
- Vous êtes étudiant Supdemod en recherche de stages pendant votre scolarité
- Vous êtes un ancien élève de Supdemod et souhaitez consulter les offres d'emploi

Formation continue

SUPDEMOD propose aux entreprises des programmes experts personnalisés, adaptés à leurs besoins.

Ces séminaires sur mesure sont élaborés en partenariat avec les entreprises. Ils s'adressent aux cadres, aux dirigeants, mais aussi aux équipes opérationnelles, et abordent des champs extrêmement variés : économie, marketing-produit, stratégie, créativité et innovation...

Congus et élaborés à partir d'un solide réseau d'intervenants, ces séminaires, conférences ou coachings individuels contribuent à nourrir la stratégie des entreprises, à enrichir les champs de réflexion tout en consolidant les savoirs fondamentaux.

SUPDEMOD ACADEMIE



- Développement et perfectionnement des compétences métier (styliste, chef de produit, acheteur, logisticien...).
- Approfondissement de la réflexion stratégique (gestion de la création, développement de l'innovation, valorisation de la marque...).
- Élargissement et décloisonnement des champs de réflexion par le recours à la culture (décryptage de concepts créatifs, réflexion sur d'autres univers culturels, rencontre avec des personnalités exceptionnelles...).

Part&naires institutionnels

UNION FRANÇAISE DES INDUSTRIES
MODE & HABILLEMENT
RHÔNE-ALPES

FEDERATION
FRANCAISE
DU PRET
A PORTER
FEMININ



Village
des
Créateurs

MODE
DÉCO
DESIGN

UIT
Union des Industries Textiles

MUSÉE
DES TISSUS
MUSÉE DES ARTS
DÉCORATIFS DE LYON



Cegid
Group

Confluence
FOURIER
★★★★

Lectra

LE PROGRÈS

admission


 Vie
de l'Ecole
 Vie
Associative
 BDE
 Junior entreprise
 Bureau de la mode
 ..



COMMENT S'INFORMER ET S'INSCRIRE ?



DOSSIER DE CANDIDATURE :
 A télécharger sur
www.supdemod.fr



**ENTRETIEN INDIVIDUEL
DE MOTIVATION**
 Validation du projet professionnel
 individuel. Etude du dossier scolaire.



RÉUNION D'INFO LES SAMEDIS
 > Découverte de l'univers de la mode
 > Les métiers porteurs d'emploi
 > Les filières de formation Post Bac
 > Le suivi individualisé
 > Une pédagogie tournée vers l'action et l'individu
 Inscriptions aux réunions d'informations
 > Par téléphone au 04 78 42 28 75
 > Sur www.supdemod.com
 > Par mail : contact@supdemod.fr



CréaTion OriGiNale
 Étudiants Supdemod
 Défilé Annuel



SUP *de* **MOD**

Fashion Design & Business School