



# Cent façons

## Formations

## Mode responsable





## QUI SOMMES NOUS ?

Un collectif de professionnel.le.s engagé.e.s.

Cent Façons, c'est un collectif d'act.eur.rice.s du territoire, réuni.e.s par l'objectif commun d'une transition écologique de la mode, plus respectueuse de l'humain et de l'environnement.

Cent Façons mobilise des professionnels des secteurs du textile et de l'habillement, de la filature à la distribution, et de partenaires de l'économie sociale et solidaire.

Ce collectif fédère, accueille, accompagne et soutient les act.eur.rice.s de la mode de demain.

## LES VALEURS DU PROJET

Engagement.

La mode à taille humaine replace le vêtement comme le moyen de valoriser l'humain et l'environnement.

Pédagogie.

Accompagnement des citoyen.ne.s, des consommat.eur.rice.s et des professionnel.le.s de la mode dans leurs prises de conscience et leurs engagements.

Expertise.

Chaque act.eur.rice apporte ses compétences, approuvées par l'expérience et la recommandation.

Synergie.

La cohérence du choix des acteurs aboutit à une dynamique de partage et de bienveillance.

Inspirant.

Le partage qui encourage l'association et provoque l'innovation.

## LE CATALOGUE

Les formations proposées dans ce catalogue sont délivrées hors-les-murs au sein de la structure qui les accueille.

Ce catalogue constitue une trame permettant de poser le cadre de nos champs de compétences.

Le programme spécifique correspondant à vos besoins est à personnaliser en choisissant :

- le.s module.s qui vous correspondent
- le format d'intervention : cours, conférence, table ronde, workshop ...
- la durée et la fréquence de ces interventions

Nous vous proposons de confirmer ces choix par mail et nous établirons un devis personnalisé en fonction de votre demande.

Contact:

collectif@cent-facons.fr

## L'ÉQUIPE :



Designer de l'individu, Elsie Pomier questionne notre rapport à la mode. Son podcast, Qu'est-ce que la mode, est une bibliothèque de conversations où les acteurs de notre industrie nous invitent à regarder au-delà des apparences. Engagée auprès des futurs acteurs de l'industrie, elle intervient aussi au sein d'écoles de mode. Son objectif est de comprendre ce qu'est la mode en provoquant la conversation entre les métiers et futurs métiers de la mode et encourager l'innovation, le partage et la créativité.



Styliste freelance, formée à la St Martins de Londres, Florence Blall a travaillé dans le haut de gamme homme et enfant à Londres et Paris pendant 10 ans. À partir de 2013, elle commence à questionner le fonctionnement et les mécanismes de l'industrie dans laquelle elle évolue et à expérimenter, en tant que bénévole, des modes de gouvernance alternatifs. Elle intervient, depuis, dans différentes écoles en France et à l'étranger, pour accompagner les créatifs de demain dans leur démarche créative, leur connaissance de l'industrie et leur réflexion. Elle collabore également au design et au développement de nouvelles matières écologiques chez Fil Etik.



Nadège Rembeault est une des fondatrices de la coopérative des Curieux, un lieu multi-activités dédié à la mode éthique et à la consommation responsable. Présidente de l'association Kulteco, elle œuvre pour fédérer et soutenir les acteurs de la filière de la mode éthique locale.



Emmanuelle Silvestre a successivement occupé des postes de responsable commerciale et de brand manager dans l'univers des créateurs parisiens mais aussi au sein de grandes marques de prêt-à-porter. Forte de 13 années d'expérience dans ce secteur, elle est aujourd'hui consultante dans les domaines du commerce et du marketing de la mode et du luxe, et intervient auprès des écoles de mode et des écoles de commerce en France et à l'étranger, ainsi que dans l'organisation de tables rondes et conférences sur les thèmes de l'innovation (collectif FashionTech de Lyon) et de la mode responsable.



Directrice artistique, geek, chercheuse créative, Pauline Gamore combine une imagination débordante avec un fort désir de solutions pratiques. Émotionnelles, passionnées, ses recherches croisent les savoir-faire textiles traditionnels et les nouvelles technologies pour explorer et inventer de nouveaux modes de conception. Elle est titulaire d'un diplôme de concepteur en communication visuelle de l'ECV en 2008. Elle fonde en 2018, Le Textile Lab, un espace de travail collaboratif dédié à la création textile responsable et innovante. En 2019, elle intègre la 3ème promotion de Fabricademy et devient instructeur local dès 2020.



Entrepreneuse, consultante et formatrice. Forte de 10 ans d'expériences en Achat au sein de grands groupes internationaux (H&M, LVMH, Printemps, Richemont), Marjorie Biawa contribue au pilotage de projets circulaires pour diverses organisations : stratégie de distribution seconde main, gestion des excédents de stocks en fin de saison. En parallèle, elle développe Second Hand Agent, le 1er service de conciergerie lyonnais qui revend ce que vous ne portez plus. Enfin, elle donne régulièrement des conférences et masterclass sur les enjeux du marché de la seconde main en France et à l'International.



Avocate au Barreau de Lyon, Glynnis Makoundou pratique le droit des affaires, du numérique et de la propriété intellectuelle. Avant de devenir avocate, elle a occupé pendant 10 ans des fonctions de juriste d'entreprise et responsable communication dans le secteur du e-commerce. Passionnée de mode, elle crée en 2017 une marque d'accessoires capillaires en satin fait main en France. En 2022, elle crée un cabinet d'avocat exclusivement dédié aux acteurs de la mode responsable. Son expérience professionnelle et entrepreneuriale lui permet de fournir des conseils juridiques spécifiques, pragmatiques et efficaces aux marques de mode et prestataires de service qui composent sa clientèle.



Chinoise depuis plus de 10 ans, Elsa Morisset décide d'en faire son métier en 2018 en créant Elsa Dorça. Sa marque de vêtement seconde main propose une mode intemporelle en fibres naturelles. Autodidacte dans son domaine, elle aime aussi se perfectionner en suivant des formations textiles, la dernière en date au sein du CIETA. Depuis peu Elsa prend plaisir à endosser le rôle d'intervenante auprès de sa clientèle, de particuliers et de professionnels souhaitant découvrir la face cachée de la seconde main ou les bienfaits des fibres naturelles.



De formation Designer Produit Industriel, puis Styliste/Modéliste, Solène Postaire est une passionnée de textile. Elle a travaillé sur les collections de tissus pour des grandes maisons de luxe comme pour la grande distribution. Après une prise de conscience des enjeux sociaux et environnementaux de l'industrie de la mode, elle se forme depuis 2020 sur les sujets d'éco-conception et de la transition écologique afin d'accompagner le secteur à se transformer. Aujourd'hui elle accompagne notamment les porteurs de projets dans la mode éthique au développement de leurs produits.



Longtemps modéliste dans le prêt à porter féminin, les métiers de la main et les savoir-faire textile ont toujours au cœur de l'activité professionnelle de Marie-Laurence Sapin. Son activité de conseil et de formation se concentre sur la préservation, transmission et valorisation des savoir-faire textile et mode. Patrimoines Vivants des entreprises, héritage historique des entreprises textiles, Patrimoine Culturel immatériel, valorisation des métiers de la main et de ceux qui les exercent, développement durable de la mode, sont les sujets sur lesquels elle travaille au quotidien.

## LES PARTENAIRES :

### LE VILLAGE DES CRÉATEURS

Le Village des Créateurs accompagne depuis 20 ans le développement des entreprises créatives émergentes de la région Auvergne-Rhône-Alpes.

Son action s'articule autour de la pépinière d'entreprises située au cœur de Lyon, en bas des pentes de la Croix Rousse.

De jeunes marques de mode, déco, design et art de vivre peuvent y prendre résidence pendant 2 ans en atelier-boutique-showroom ou en espace de coworking.

Elles bénéficient de services et de conseils d'experts en entrepreneuriat, communication, direction artistique, stylisme-modélisme, commercialisation, export, marketing digital...

Le Village des Créateurs fédère également hors les murs une communauté d'entreprises locales engagées et soucieuses de leur impact, échangeant, partageant et coconstruisant des projets.

Avec l'appui de partenaires constitutifs d'un écosystème riche et transverse, la structure contribue au dynamisme de la création locale et anime un vivier de jeunes talents .



**Village  
des  
Créateurs**

MODE  
DÉCO  
DESIGN

# LE CATALOGUE

## I - COMPRENDRE L'EXISTANT ET LES ENJEUX

**MODULE 1:** Le système de mode – comprendre la chaîne de valeur

**MODULE 2:** Le prix d'un vêtement – réflexion sur la valeur

**MODULE 3:** Les impacts sociaux et environnementaux de l'industrie de la mode

**MODULE 4:** La connaissance des matières

**MODULE 5:** La mode, les tendances et la saisonnalité

## II - CONCEVOIR LA MODE AUTREMENT

**MODULE 6:** La RSE

**MODULE 7:** Le sourcing matières – des alternatives éco-responsables

**MODULE 8:** L'éco-conception de ses produits, une opportunité d'innovation et d'amélioration continue

**MODULE 9:** L'économie circulaire, tendance, idéalisme et innovation

**MODULE 10:** Réduire la chaîne de valeur, importance des circuits courts et mise en valeur des savoir-faire

### **III - PENSER DE NOUVEAUX MODÈLES ÉCONOMIQUES**

**MODULE 11:** Réaliser un diagnostic et poser les priorités

**MODULE 12:** Faire de la seconde main son premier choix

**MODULE 13:** L'Upcycling, la réduction des déchets et la fin de vie d'un vêtement

### **IV - CONNAÎTRE LE DROIT EN MATIÈRE DE MODE RESPONSABLE ET ANTICIPER LES LÉGISLATIONS**

**MODULE 14:** Les labels et les certifications

**MODULE 15:** La propriété intellectuelle

**MODULE 16:** Une activité de e-commerce conforme

**MODULE 17:** La technique contractuelle

### **V - COMMUNIQUER SUR SA MARQUE RESPONSABLE ET LA COMMERCIALISER**

**MODULE 18:** La transparence et la traçabilité

**MODULE 19:** Communiquer ses valeurs, actions et résultats: le «story proving»

**MODULE 20:** Une distribution responsable

# COMPRENDRE L'EXISTANT ET LES ENJEUX

**MODULE 1:** Le système de mode – comprendre la chaîne de valeur

**MODULE 2:** Le prix d'un vêtement – réflexion sur la valeur

**MODULE 3:** Les impacts sociaux et environnementaux de l'industrie de la mode

**MODULE 4:** La connaissance des matières

**MODULE 5:** La mode, les tendances et la saisonnalité

## MODULE 1: LE SYSTÈME DE MODE – COMPRENDRE LA CHAÎNE DE VALEUR

Des champs à l'habillement du monde entier, le système de la mode est complexe.

De la fibre aux rayons des magasins, qui fait quoi dans l'industrie de la mode? Agriculture, pétrochimie, filage, tissage, tricotage, ennoblissements, confection, emballage, transport ...

Comment ces métiers s'enchaînent et s'organisent-ils entre eux dans un monde où, bien souvent, le consommateur est très éloigné du producteur ?

Le système de mode signifie, aussi, bien plus que fabriquer, confectionner et porter.

Dans ce module, nous décomposerons les rouages et comprendrons les enjeux de l'industrie de la mode.

## MODULE 2: LE PRIX D'UN VÊTEMENT – RÉFLEXION SUR LA VALEUR

Quand un t-shirt peut se vendre 5 Euros (chez une enseigne de fast fashion) ou 490 Euros (chez une marque de luxe), comment se fait la répartition?

Quels éléments de la conception à la commercialisation d'un t-shirt constituent un prix ?  
Lesquels sont-ils considérés comme ayant de la valeur?

Dans ce module, en analysant les prix de vente d'un même vêtement à travers différents secteurs ainsi que les prix de vente pratiqués dans le secteur de la mode conventionnelle et celui de la mode éthique, nous appréhenderons la notion de prix juste.

# COMPRENDRE L'EXISTANT ET LES ENJEUX

## MODULE 3: LES IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX DE L'INDUSTRIE DE LA MODE

La mode nous passionne, nous fait vibrer mais son industrie est une des industries les plus polluantes, et ce n'est pas une fierté.

Quels sont les impacts de la mode sur l'humain et l'environnement?  
Quels sont les leviers possibles d'amélioration pour rendre notre industrie plus vertueuse?

Dans ce module, nous ferons l'état des lieux de ces impacts et réfléchirons aux possibilités de changer ces pratiques.

## MODULE 4: LA CONNAISSANCE DES MATIÈRES

Entre fibres chimiques, fibres naturelles, fibres synthétiques, fibres artificielles, fibres végétales, fibres animales, tissage, tricotage, difficile de s'y retrouver!

Comment fabrique-t-on une étoffe? Quel est son usage? Quelles sont ses spécificités?

Dans ce module, nous définirons chaque terme en nous appuyant sur des exemples concrets et des échantillons afin d'apprendre à y voir plus clair.



## MODULE 5: LA MODE, LES TENDANCES ET LA SAISONNALITÉ

Qu'est-ce que la mode?

Le mot «mode» est-il obsolète, fait-il toujours sens aujourd'hui?

Quelles sont les fonctions du vêtement et de l'habillement? Quel rapport entretenons-nous avec nos vêtements?

Pourquoi et comment les tendances sont-elles définies ? Sommes-nous obligés de les suivre ?

Dans ce module, nous réfléchirons au rapport que nous entretenons avec la mode d'une façon globale, et avec nos vêtements en particulier et nous questionnerons la pertinence du fonctionnement de la mode conventionnelle dans le monde d'aujourd'hui.

# CONCEVOIR LA MODE AUTREMENT

**MODULE 6:** La RSE

**MODULE 7:** Le sourcing matières - des alternatives éco-responsables

**MODULE 8:** L'éco-conception de ses produits, une opportunité d'innovation et d'amélioration continue

**MODULE 9:** L'économie circulaire, tendance, idéalisme et innovation

**MODULE 10:** Réduire la chaîne de valeur, importance des circuits courts et mise en valeur des savoir-faire

## MODULE 6: LA RSE

L'industrie textile vit une conversion complexe. Elle dépend de ressources telles que les sols agricoles, les industries et une main d'œuvre qualifiée.

Comment entretenir une saine culture de ces ressources ?

Comment produire en entretenant le respect des droits humains ?

Dans ce module, en passant des champs à l'ONU, nous étudierons les juridictions dirigeant l'industrie sur les aspects sociaux et environnementaux à l'échelle locale, nationale, européenne voire mondiale.



# CONCEVOIR LA MODE AUTREMENT

## MODULE 7: LE SOURCING MATIÈRES – DES ALTERNATIVES ÉCO-RESPONSABLES

Matières biologiques, matières recyclées, biomatériaux, plantes endémiques...: difficile de s'y retrouver!

Quelles sont les possibilités d'opter pour des matières plus responsables et quels sont les choix les plus judicieux pour chaque marque?

Matières existantes dans un environnement proche, optimisation des stocks, upcycling...: est-il possible de partir de l'existant?

Dans ce module, nous définirons chaque terme en nous appuyant sur des exemples concrets et des échantillons afin d'apprendre à y voir plus clair.

Possibilité de workshop avec le Textile Lab:

« ENVELOPPE ÉPHÉMÈRE & COQUILLE DURABLE »

Pourquoi utilisons-nous des matériaux qui prennent des centaines d'années à se dégrader pour fabriquer des objets à usage unique?

Il semble désormais impératif et même urgent de modifier nos habitudes de consommation et de production de plastiques, en les remplaçant par des matériaux biodégradables capables d'offrir des qualités plus respectueuses.

Faisant partie de la prochaine génération de designers, cette question de bio design est particulièrement importante à explorer, nous permettant ainsi d'ouvrir nos connaissances sur les possibilités que les matériaux naturels peuvent apporter à un futur projet.

Les participants élaborent leurs propres matériaux, bio-plastique, bio-résine, bio-silicone, cuirs alternatifs pour proposer leur interprétation du thème «enveloppe éphémère, coquille durable».

## MODULE 8: L'ÉCO-CONCEPTION DE SES PRODUITS, UNE OPPORTUNITÉ D'INNOVATION ET D'AMÉLIORATION CONTINUE

Dans un monde fini, les ressources ne sont pas infinies.

Parce que la majorité des impacts se dessinent dès la création du produit, il est primordial de penser les matières, la production, l'usage, et la fin de vie du vêtement dès sa création...

Et que dire du packaging?

Pourquoi faut-il emballer un produit?

Quels matériaux utiliser afin de réduire l'impact écologique de ces emballages et leur fin de vie ?

Dans ce module, nous analyserons le cycle de vie du vêtement, les différents impacts sur toute la chaîne de valeur, les enjeux de l'éco-conception, les différents niveaux et la démarche.

Nous analyserons aussi des exemples concrets d'alternatives innovantes déjà mises en place par certaines entreprises afin d'être capable de faire des choix éclairés lors de l'élaboration de ses collections.

# CONCEVOIR LA MODE AUTREMENT

## MODULE 9: L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE, TENDANCE, IDÉALISME & INNOVATION

Entre tendance et idéalisme, notre industrie redécouvre, découvre de nouveaux systèmes de création, production et vente.

Dans ce module, nous verrons comment penser la mode autrement, et comment la créativité se renouvelle-t-elle et ouvre-t-elle des solutions, des innovations réduisant les impacts négatifs de l'industrialisation ?

Possibilité de workshop avec le Textile Lab:

### « MODULAR FASHION »

Modular Fashion est une approche de production d'accessoires et de vêtements utilisant le design de modules 2D découpés à la laser. Ils sont assemblés sans couture pour créer des formes 3D modulables.

Cela s'inscrit dans une démarche zero-waste design et d'optimisation des découpes.

L'accent sera mis sur la création d'éléments modulables, de structures et de connexions qui permettent à l'utilisateur final de modifier lui-même la forme d'un vêtement, de le redimensionner ou de remplacer certains éléments.

Conférence « pirater la mode »



## MODULE 10: RÉDUIRE LA CHAÎNE DE VALEURS, IMPORTANCE DES CIRCUITS COURTS ET MISE EN VALEUR DES SAVOIR-FAIRE

Quels maillons de la chaîne de valeur de l'industrie de la mode peut-on modifier, supprimer, intégrer selon les besoins et les moyens spécifiques de chaque marque?

Quelle place accorder au «Made in France» dans notre conception de la mode responsable?  
Pour qui? Pourquoi?

Comment valoriser les savoir-faire locaux ici et ailleurs?

Comment capitaliser sur l'existant en s'appuyant sur son patrimoine vivant: ses savoir-faire, son histoire, ses archives, son héritage...?

En effet, dans une démarche responsable, les savoir-faire du patrimoine culturel immatériel constituent une multitude de ressources qui répondent à un intérêt croissant vers l'identité, l'authenticité et le local.

Dans ce module, nous réfléchissons aux différents leviers qui permettent aux marques d'envisager de relocaliser une partie de leur production ainsi qu'à la nécessité de préserver les savoir-faire locaux et de savoir les mettre en valeur.

# PENSER DE NOUVEAUX MODÈLES ÉCONOMIQUES

**MODULE 11:** Réaliser un diagnostic et poser les priorités

**MODULE 12:** Faire de la seconde main son premier choix

**MODULE 13:** L'Upcycling, la réduction des déchets et la fin de vie d'un vêtement

## MODULE 11: RÉALISER UN DIAGNOSTIC ET POSER LES PRIORITÉS

Comment évaluer la performance RSE de son entreprise ? Par quoi commencer? Faut-il se focaliser sur certaines activités de l'entreprise ou faut-il repenser en profondeur son business modèle ?

Comment construire son entreprise responsable?

Définir un diagnostic stratégique clair pour une marque de mode est essentiel afin de définir son avantage compétitif sur un marché toujours plus concurrentiel.

Dans ce module, nous verrons comment :

- Appliquer les outils stratégiques traditionnels à la mode responsable
- Réaliser une analyse stratégique de marché cohérente avec le monde d'aujourd'hui
- Savoir définir une proposition de valeurs qui feront la différence
- Définir un positionnement en adéquation avec ces valeurs

Nous verrons également comment questionner le modèle de son entreprise ou projet d'entreprise afin d'identifier les leviers de progression RSE à disposition, que l'on soit une entreprise bien implantée, une PME ou une TPE.



# PENSER DE NOUVEAUX MODÈLES ÉCONOMIQUES

## MODULE 12: FAIRE DE LA SECONDE MAIN SON PREMIER CHOIX

Aujourd'hui, 7 français sur 10 ont déjà acheté un vêtement de seconde main. Ce marché, d'une valeur de 1,1 milliards d'€ en France dépassera celui de la fast-fashion d'ici 2027. Qu'est ce qui explique l'engouement autour de la seconde main et quelles en sont les conséquences sur la distribution de produits textiles?  
Quels sont les enjeux de la mode de demain sur la seconde main ?

Dans ce module, nous chercherons à développer une vision claire des forces en présence et de leurs modes de fonctionnement, à déceler les opportunités de croissance et d'innovation pour tout type de structure, tout en prenant conscience des limites écologiques de ce nouveau mode de consommation.

## MODULE 13: L'UPCYCLING, LA RÉDUCTION DES DÉCHETS ET LA FIN DE VIE D'UN VÊTEMENT

Peut-on réduire les déchets dès la conception d'un vêtement? Si oui, comment?

"Reuse, repair, recycle" - une fois confectionné et porté que peut-il advenir d'un vêtement: Quel réemploi peut-on imaginer pour un vêtement?

Un vêtement est-il réparable? Si oui, par qui et de quelle manière? Peut-il y avoir de la créativité dans la réparation?

Un vêtement peut-il être recyclable? Si oui, est-ce entièrement ou partiellement et sous quelles conditions?



Dans ce module, nous présenterons et définirons l'upcycling : en maîtriser ses principes et son historique.

En plus de mener une réflexion poussée sur ces questions, nous mettrons en pratique certains de ces principes à travers une série de workshops expérimentaux.

Workshop 1:

Projet de confection d'un modèle simple et expérimentation du concept de l'upcycling en collectant des matériaux/ vêtements afin de les valoriser.

Workshop 2:

Changer de paradigme: partir de l'existant ou comment créer une collection cohérente à partir de stocks dormants? (propriétés des tissus, harmonisation des couleurs...)

Workshop 3:

Changer de paradigme: ou comment créer un vêtement en partant d'un métrage donné et en limitant les chutes, réflexion autour du design zero-waste.

Workshop 4, avec le Textile Lab:

« RECYCLAGE, UPCYCLING »

Les problématiques autour du recyclage des déchets et du développement durable deviennent de plus en plus essentielles.

Comment réduire notre impact ?

Comment valoriser des déchets en les considérant comme une nouvelle matière première ?

Les participants travailleront à la création d'une matière composite, afin de donner une nouvelle valeur esthétique ou fonctionnelle à des déchets considérés "à faible valeur".

Ils développeront des processus de réalisation permettant la mise en forme de cette nouvelle matière (compression, thermoformage, création de plaques, etc.). Les participants utiliseront des déchets

sourcés et collectés par nos soins auprès de différentes sociétés.

# CONNAÎTRE LE DROIT EN MATIÈRE DE MODE RESPONSABLE ET ANTICIPER LES LÉGISLATIONS

**MODULE 14:** Les labels et les certifications

**MODULE 15:** La propriété intellectuelle

**MODULE 16:** Une activité de e-commerce conforme

**MODULE 17:** Les techniques contractuelles

## MODULE 14: LES LABELS ET LES CERTIFICATIONS

Qu'est-ce qu'une norme? Qu'est-ce qu'un label?

GOTS, OEKOTEX, GRS, EPV, BCI... dans la jungle des labels, qui certifie quoi?

Comment repérer et analyser un label éco-responsable, de provenance ou de savoir-faire dans le domaine du vêtement?

Quel label privilégier selon les besoins de chaque marque?

Dans ce module, nous définirons chaque terme en nous appuyant sur des exemples concrets afin d'apprendre à y voir plus clair.

## MODULE 15: LA PROPRIETE INTELLECTUELLE

Quelles sont les bonnes pratiques pour protéger et valoriser sa marque et ses créations ?

Quels sont les pièges à éviter lors de la réalisation de démarches sur le site de l'INPI ?

Comment s'assurer de posséder les droits nécessaires pour exploiter les photos d'un shooting ou le contenu d'un influenceur ?

Dans ce module, qui s'adresse aux créateurs de marque mais aussi aux responsables marketing et stylistes de marques de mode, nous reprendrons les bases de la propriété intellectuelle appliquée à la mode et aux créations.

# CONNAÎTRE LE DROIT EN MATIÈRE DE MODE RESPONSABLE ET ANTICIPER LES LÉGISLATIONS

## MODULE 16: UNE ACTIVITÉ DE E-COMMERCE CONFORME

Le canal de la vente en ligne est l'un des plus prisé par les marques qui se lancent.

Quels sont les textes juridiques obligatoires sur un site e-commerce ?

Quelles sont les règles à respecter en matière de protection des données personnelles et de cookies ?

Quelles sont les informations obligatoires à fournir aux consommateurs ?

Quelles obligations réglementaires en matière d'étiquetage des textiles et d'emballage ?

Comment éviter de tomber dans le piège des pratiques commerciales trompeuses ?

Dans ce module, nous outillerons les créateurs de marque mais aussi les responsables e-commerce ou marketing digital au sein d'entreprises de mode avec les dernières réglementations.

## MODULE 17: LES TECHNIQUES CONTRACTUELLES

Il est toujours recommandé d'encadrer ses relations avec des partenaires par des contrats, qu'il s'agisse d'un atelier de production ou d'un Community manager freelance.

Quelles sont les bases de la négociation, de la conclusion, de l'exécution et de la rupture de contrats commerciaux ?

A quoi servent les accords de confidentialité ?

Quelles sont les clauses types des contrats les plus fréquents en matière de mode et comment les négocier ?

Dans ce module, nous analyserons contrats de fabrication, contrats de création de site web, contrats de prestation de service avec un styliste-modéliste freelance... selon les besoins des participants.



# COMMUNIQUER SUR SA MARQUE RESPONSABLE ET LA COMMERCIALISER

**MODULE 18:** La transparence et la traçabilité

**MODULE 19:** Communiquer ses valeurs, actions et résultats:  
le «story proving»

**MODULE 20:** Une distribution responsable

## MODULE 18: LA TRANSPARENCE ET LA TRAÇABILITÉ

Dans le monde de la mode conventionnelle, son carnet d'adresse, c'est ce que l'on garde précieusement sous clé, la culture du secret et la peur du plagiat règnent en maître. Et pourtant, avec l'émergence de nouveaux fonctionnements en interne, ou, vers l'extérieur en réseaux, et la volonté des consommateurs de comprendre d'où vient et comment est fabriqué le produit qu'ils achètent, les modes de pensée évoluent.

Dans ce module, nous verrons comment transparence et traçabilité deviennent des outils essentiels au bon fonctionnement des marques de mode responsable.

## MODULE 19: COMMUNIQUER SES VALEURS, ACTIONS ET RÉSULTATS: LE « STORY PROVING »

Comment communiquer sur les orientations RSE d'une entreprise ? Faut-il se concentrer sur certains projets ?

Doit-on mentionner les limites de ses actions ?

Dans ce module, nous verrons comment dans un monde de communication à 360°, l'engagement n'est rien sans un storytelling adapté, qui viendra ancrer la démarche RSE de l'entreprise dans l'esprit du public.

# COMMUNIQUER SUR SA MARQUE RESPONSABLE ET LA COMMERCIALISER

## MODULE 20: UNE DISTRIBUTION RESPONSABLE

L'acte d'achat et l'accessibilité des produits demeurent centraux.

La vente de marques réellement engagées doit pouvoir s'établir dans la même dynamique que sa confection.

Alors, vendre oui mais comment ? Peut-on vendre moins mais mieux ?

Quelles sont les spécificités en termes de marges, gestion des stocks etc... des boutiques/distributeurs spécialisé.es de mode responsable?

Chaines indépendantes, e-commerce, marketplace : beaucoup d'acteurs aujourd'hui distribuent la mode responsable.

Quel canal de distribution est le plus adéquat pour un acteur mode responsable ?

Comment toucher le bon consommateur ?

Comment être sûr de ne pas mettre à mal son image de marque ?

Dans ce module, nous verrons comment :

- Avoir une vision globale de la distribution responsable en France et à l'étranger
- Comprendre les enjeux de l'e-commerce responsable
- Décoder les enjeux de la distribution via les réseaux sociaux
- Analyser les écueils stratégiques : visibilité, partenariats, mise en avant



Contact / Informations:  
[collectif@cent-facons.fr](mailto:collectif@cent-facons.fr)

