

# La robe tunique



Bts Métiers de la mode

# Sommaire

Introduction .....	Page 01
--------------------	---------

## Partie 1 :

Historique de la marque .....	Page 03
Identité de la marque /Stratégie économique et marketing.....	Page 04
La bonneterie .....	Page 05
Planche d'inspiration.....	Page 07
A plat du vêtement.....	Page 08

## Partie 2 :

Fiche transformation en réduction .....	Page 10
Fiche d'essayage.....	Page 11

## Partie 3 :

Fiche produit .....	Page 13
Dessin technique devant et dos.....	Page 14
Gamme opératoire.....	Page 15
Patronnage en réduction de la taille de base .....	Page 16
Planche de gradation du 36 au 44.....	Page 17
Fiche de contrôle dimensionnel.....	Page 18
Fiche de contrôle qualité.....	Page 19
Recherche de placement pour produire 3500 pièces .....	Page 20
Prix de revient pour 3500 pièces.....	Page 23
Conclusion .....	Page 24

## Annexes :

Sources des recherches.....	Page 26
History of the brand .....	Page 27

# Introduction

Dans le cadre d'un partenariat, la marque COS me demande de concevoir la prochaine « Robe-tunique phare » pour la collection Automne-Hiver 2017.

Cette tenue sera conçue et commercialisée de la taille 36 à 44.

La robe-tunique sera fabriquée en 3500 exemplaires.

Pour cela, plusieurs choses sont contraintes : le vêtement doit être en bi-matières (80% maille et 20% chaîne et trame), le grade de qualité doit être haut de gamme, il doit posséder des manches et la robe-tunique doit être en adéquation avec la ligne stylistique de la marque.

Dans ce dossier je vous présente donc mes recherches et mes démarches qui m'ont permis d'obtenir mon modèle de robe tunique.

# 1<sup>ière</sup> Partie

# Historique de la marque

COS (signifiant « Collection Of Style) est une marque appartenant au groupe Suédois H&M (Hennes & Mauritz AB).

La première boutique a été ouverte à Londres en mars 2007 après une longue réflexion de ses fondateurs. COS a néanmoins mis du temps avant de s'étendre à d'autres pays, le temps de tester ses différents articles dans cette première boutique.

La marque ne proposait au départ que des vêtements femme (la plus grosse partie de leur catalogue) et homme. Cependant, la marque a annoncé fin 2008 son choix de se lancer dans les vêtements enfant. Une première collection 0 à 4 ans a vu le jour pour la saison printemps-été 2009.



## Les dates à retenir

**16 Mars 2007**

Lancement de la marque COS dans un magasin Londonien à Regent Street

**2008**

Lancement d'une collection enfant pour la saison printemps-été 2009

**26 mars 2009**

Lancement du premier magasin Français dans le quartier Parisien du Marais

# Identité de la marque

## Stratégie économique et marketing

Le but de cette marque est de proposer des vêtements haut de gamme mais toutefois accessible à tous. « Cos est une offre différente, inspirée des courants majeurs, avec une attention particulière accordée aux matières et détails, tout en affichant des prix accessibles », explique-t-on chez le géant Hennes & Mauritz, qui a vu le jour en 1947, en Suède, et compte aujourd'hui 182 magasins Cos dispersés dans 33 pays, grâce à son concept de mode trendy et peu cher.



Les collections soulignent des silhouettes épurées et revisitent les grands classiques : manteau droit, pull en cachemire en V, chemise polo, pantalon cigarette, dans des couleurs monochromes et douces, beige, gris blanc. Les tissus sont de meilleure qualité que ceux de H&M. Les modèles un peu plus chers s'adressent à des femmes actives, déjà installées dans la vie, avec des coupes sages et intemporelles.

COS

# La bonneterie

## Définition de bonneterie :

Ce mot, apparu au XVe siècle, dérive du mot bonnet qui à cette époque signifiait étoffe à coiffure. Il se prononce bon'tri, et non bonnaiterie, car il n'a plus rien à voir avec la fabrication des bonnets.

La bonneterie de fantaisie comporte tous les vêtements de mailles, les tricots.

La bonneterie ou bonnèterie désigne la fabrication, le commerce, ou le lieu de fabrique et de vente des articles d'habillement en maille, et tout particulièrement des chaussettes, des bas et de la lingerie. Ils sont en laine, en coton, en fil ou en soie, fabriqués à la main ou à la machine sous forme de jersey.

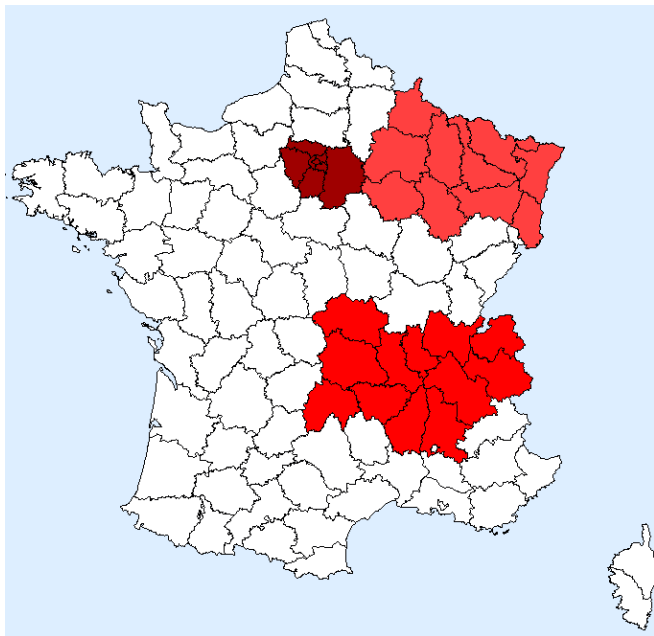
## Histoire de la bonneterie :

*D*epuis le Moyen Age, Troyes figure parmi les cités textiles. Elle ne produit pas encore de la maille, mais abrite des tisserands, des filateurs et des teinturiers. Autour, la Champagne crayeuse ne permet guère aux agriculteurs de vivre uniquement de l'élevage du mouton. Ils ont besoin d'un travail d'appoint et se lancent dans une activité textile de forme artisanale.

*La bonneterie naît dans l'Aube par un concours de circonstances. En 1700, 17 villes ont été autorisées à créer des manufactures de bas, mais aucune dans le département. Pierre Grassin, châtelain d'Arcis, obtient une exception aux règlements royaux pour permettre la reconversion de ses tisserands après l'incendie total de leurs installations. Arcis, grâce à la bonneterie, triple sa population de 1730 à 1780 et fait école.*

*Le département de l'Aube devient l'un des grands centres français de cette production, dont le mode de fabrication, passe au cours du XIXème siècle, d'un stade artisanal à un stade industriel. L'industrialisation de la bonneterie est due à de nombreux facteurs agissant en interrelation. Parmi eux, l'évolution des techniques et l'initiative capitaliste jouent un rôle prépondérant.*

## Les bassins de la bonneterie :



En France, 3 régions se démarquent par leurs nombres encore élevé d'entreprise faisant de la bonneterie.

**L'île de France** avec 190 entreprises

**L'auvergne-Rhône-Alpes** avec 99 entreprises

**Le Grand Est** (Alsace, Champagne-Ardenne et la Lorraine) avec 66 entreprises



Parmi les entreprises de L'île de France et également dans le Grand Est, il y a Lacoste, qui est particulièrement connu pour ses chemises de sport.

Parmi les entreprises de l'Auvergne-Rhône-Alpes se trouve Lise Charmel, qui est une marque de lingerie mondialement connue.

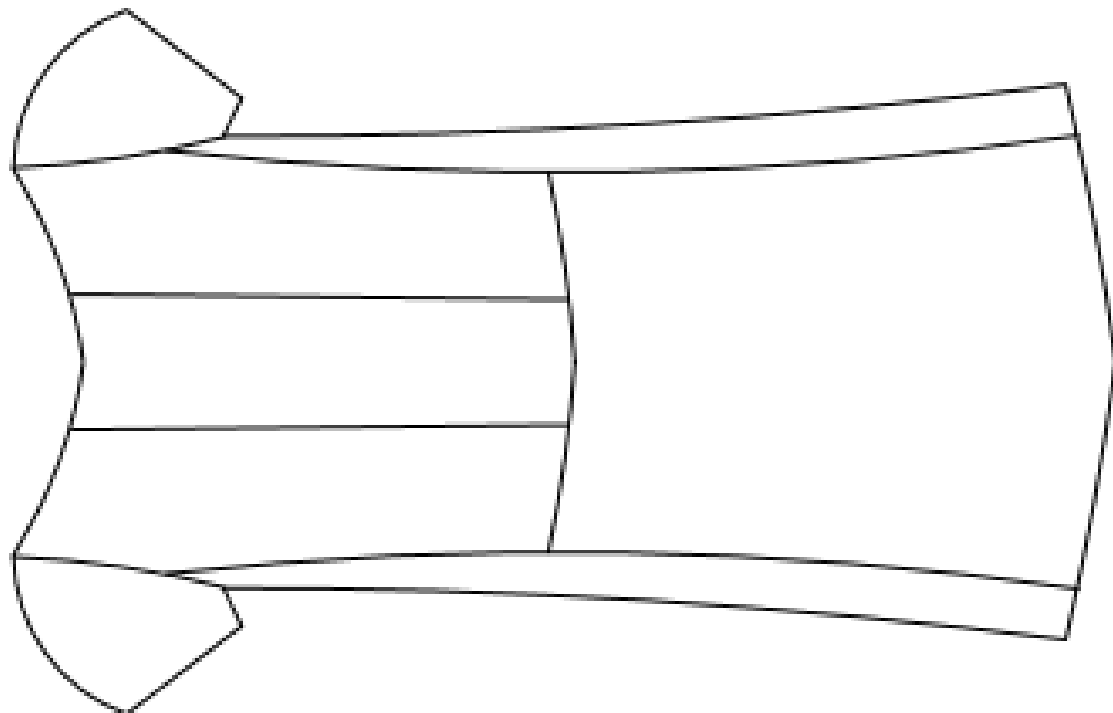
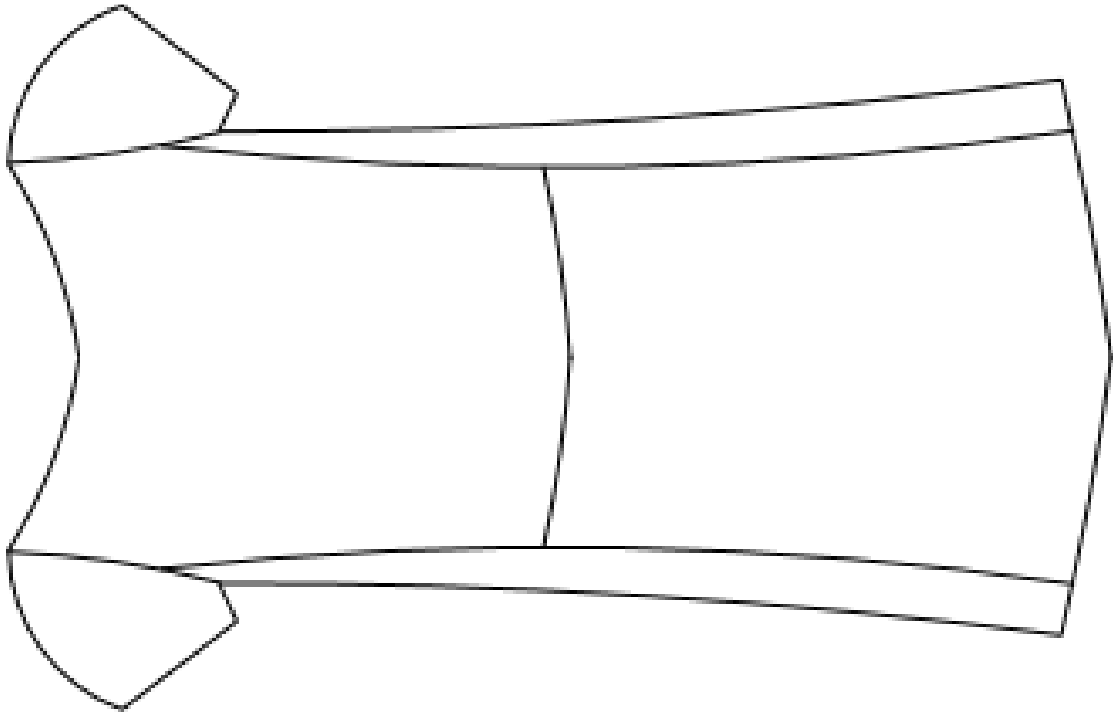




# Planche d'inspiration

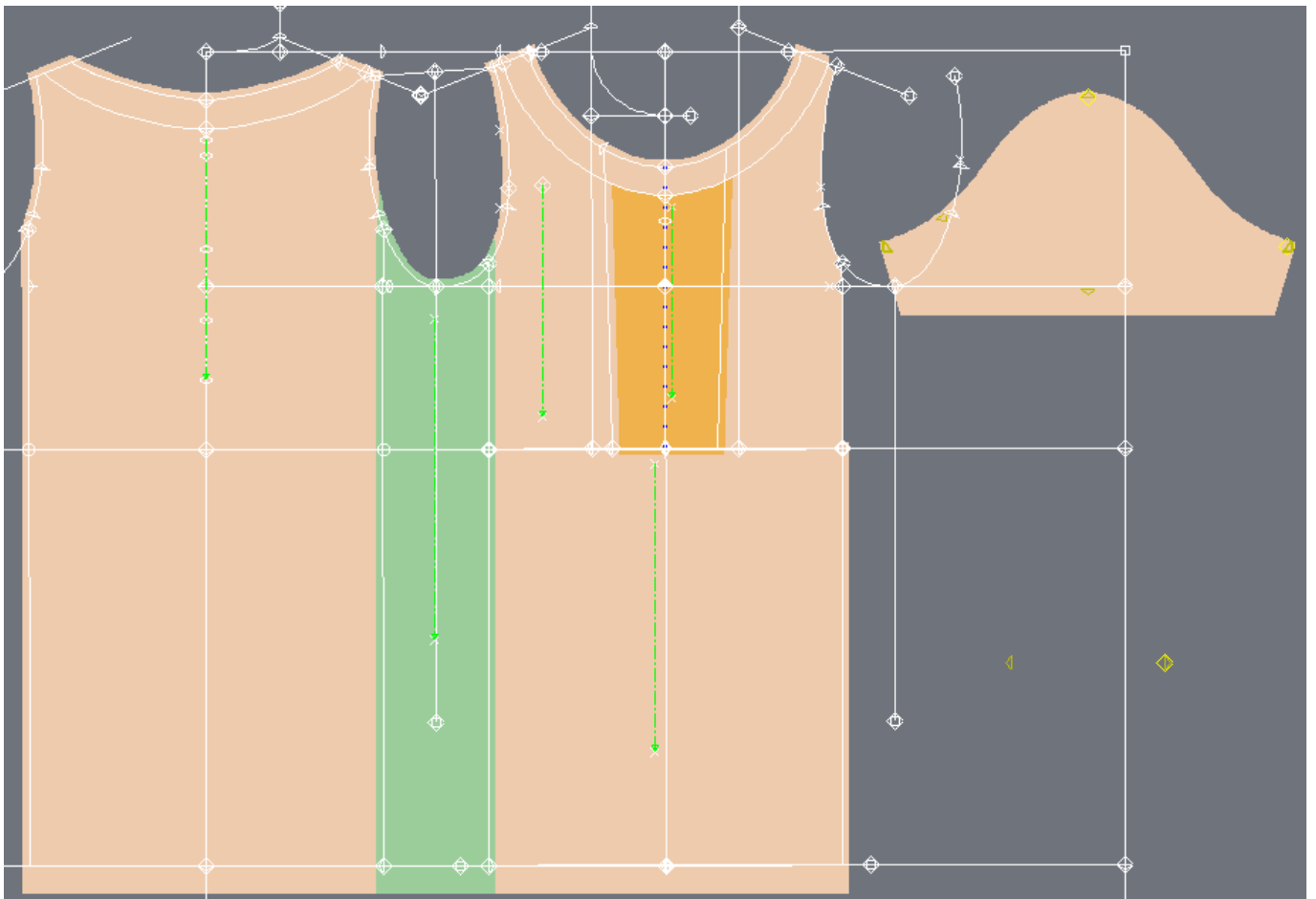


# *Plat du vêtement*



*2<sup>ième</sup> Partie*

# Fiche transformation en réduction



## DOS :

Elargissement en largeur et en profondeur de l'encolure dos

Découpe à la taille

Création d'une enforme pour l'encolure

## DEVANT :

Elargissement en largeur et en profondeur de l'encolure devant

Découpe à la taille

Découpe sur le milieu devant

Création d'une enforme pour l'encolure

## COTÉS :

Découpe sur les côtés reliant le devant et le dos

## MANCHES :

Création de manches

# Fiche d'essayage


Lors de l'essayage du prototype plusieurs choses n'allaient pas et ont donc été modifiées.

Défauts	Correction
La robe était trop courte	La robe a été rallongée de 15 cm
L'encolure était trop large, ce qui faisait tomber la robe sur les épaules	L'encolure a été réduite de 2 cm de chaque côté
La différence d'élasticité du chaîne et trame et du tissu maille ont posé problème pour l'assemblage des côtés	Des crans ont été rajoutés sur les côtés afin de faciliter l'assemblage

A l'origine le modèle devait comporter une ceinture rapportée, mais lors de l'essayage en cours de montage du prototype j'ai trouvé que le modèle ressemblait plus à la gamme de produit de la marque sans ceinture grâce à sa coupe droite.

*3<sup>ième</sup> Partie*

# Fiche produit


	9	2	Découpe coté	Coton noir
	8	1	Découpe devant	Milano noir
	7	1	Enforme encolure devant	Milano bleu
	6	1	Enforme encolure dos	
	5	2	Manche	
	4	2	Haut devant	
	3	1	Haut dos	
	2	1	Bas devant	
	1	1	Bas dos	
	<b>Rp</b>	<b>Nb</b>	<b>Désignation</b>	

**Croquis**

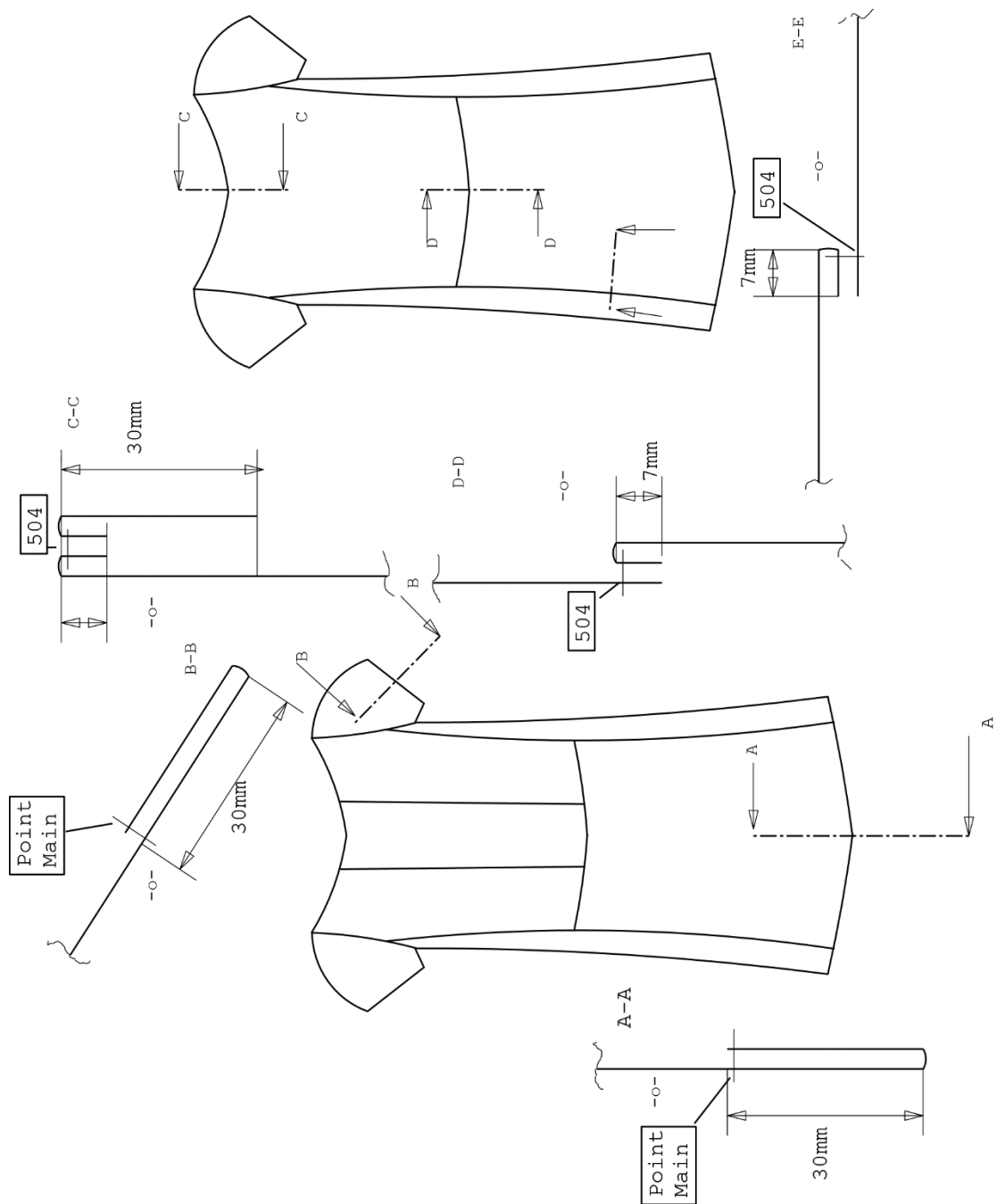
**Nomenclature**

**Descriptif :**

\*Robe arrivant sous les fesses \* Large encolure ronde \* Manches courtes\* Découpe sur les côtés de la robe et sur le milieu du haut devant \* Découpe à la taille devant et dos \* Finition rempli bas de manche et bas de robe avec point main invisible.

Saison		Echantillon 1	Echantillon 2	Echantillon 3
Automne-hiver				
<b>Fournitures utilisées</b>				
Fil				
Matériels utilisés			Code d'entretien	
Machine	Type de point	Caractéristique		
Surjeteuse raseuse	504	3 fils une aiguille		
Poste de repassage				

# Dessin technique devant et dos





# Gamme opératoire

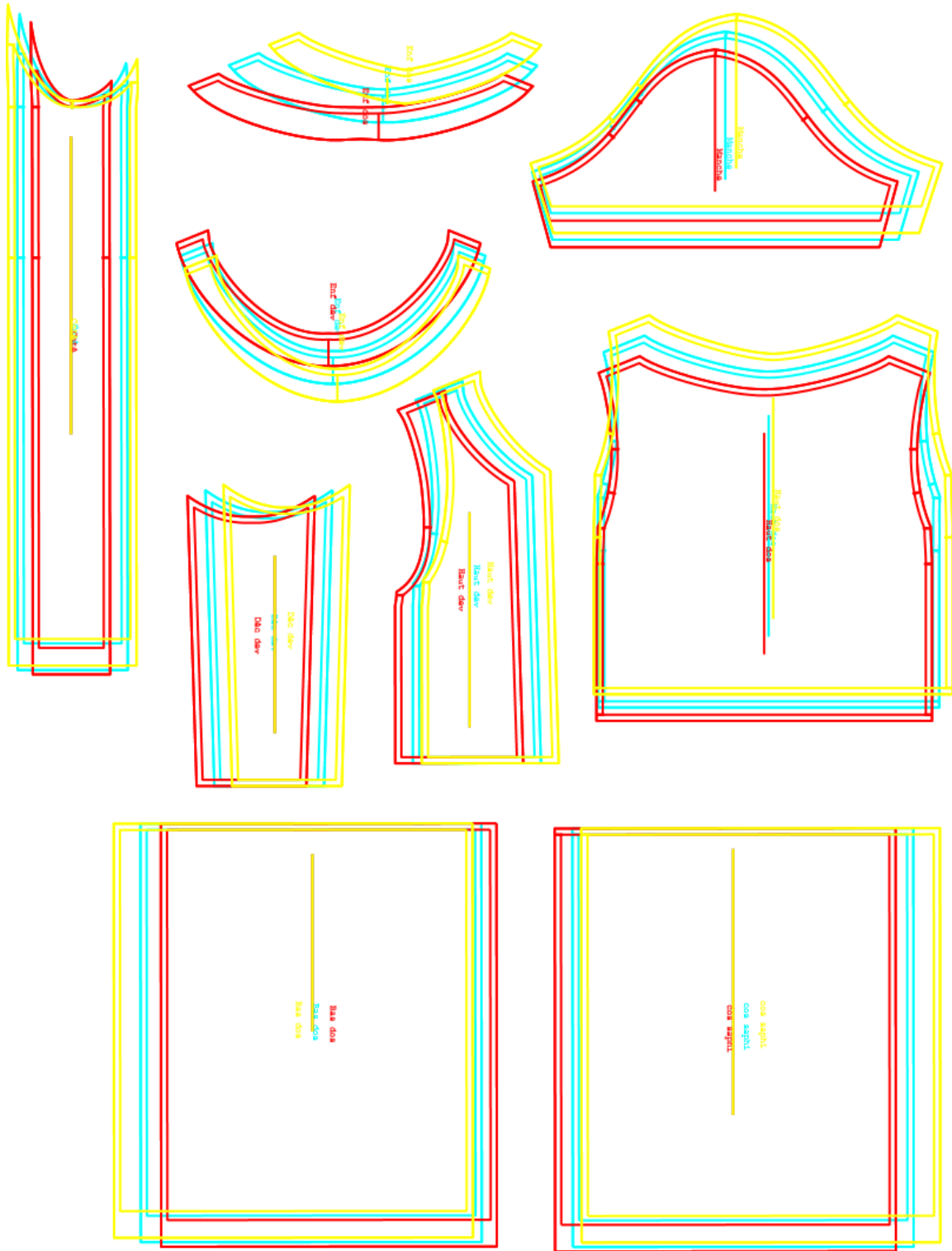
N°	Opérations (machine 504)
1	Assembler Haut devant + Découpe devant
2	Assembler l'opération précédente + Bas devant
3	Assembler Haut dos + Bas dos
4	Assembler Devant + Cotés
6	Assembler Dos + Cotés
6	Assembler Epauls dos + Epauls devant
7	Assembler Enforme encolure devant + Enforme encolure dos
8	Assembler Enforme encolure + Robe
9	Assembler les dessous de manches
10	Assembler Manches + Robe
11	Surjeter bas de manche
12	Surjeter bas de robe

N°	Opérations (Point main 213)
1	Rempli avec point invisible manuel bas de manches
2	Rempli avec point invisible manuel bas de robe

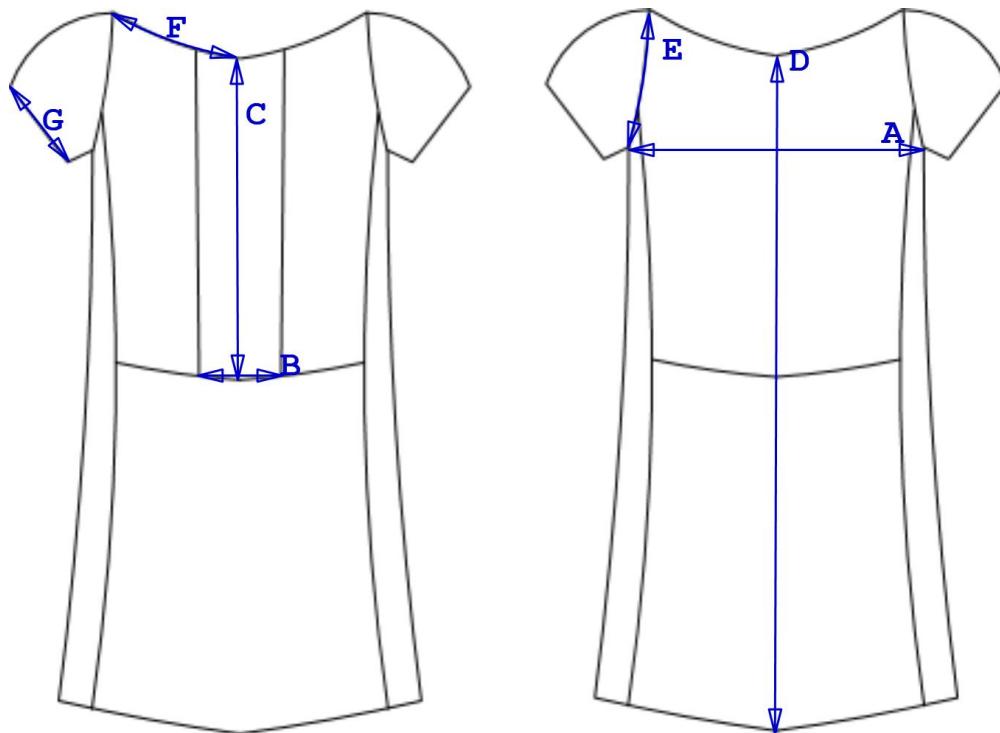
# Patronnage en réduction de la taille de base



# Planche de gradation du 36 au 44

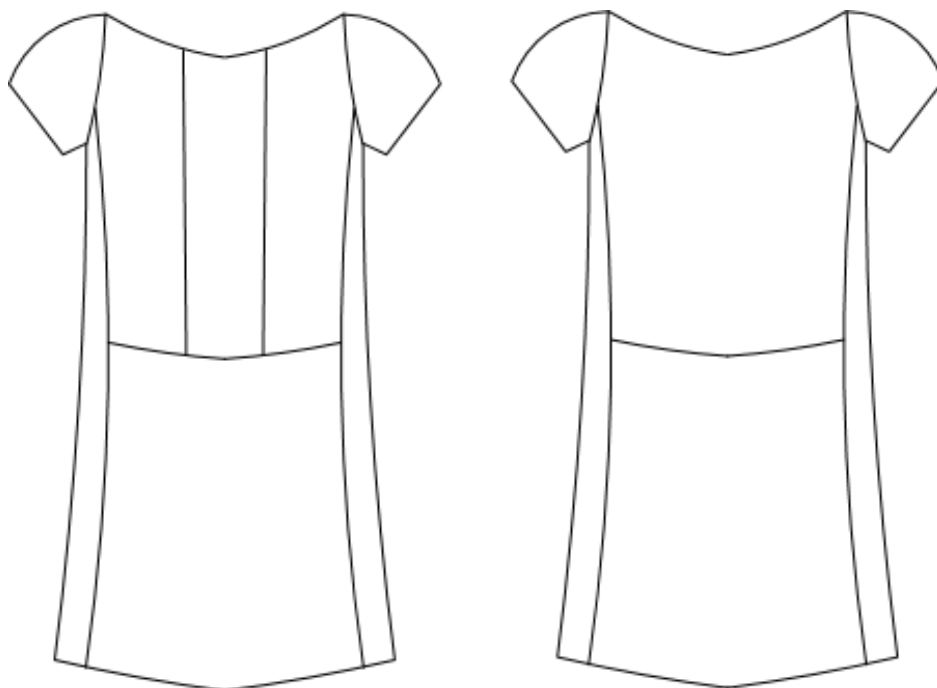


# Fiche de contrôle dimensionnel



Mesures du produit fini en cm		36	38	40	42	44	Tolérance (cm)
A	½ Tour de poitrine	44	46	48	50	52	+/- 0,5
B	Découpe devant	11	11	11	11	11	+/- 0,5
C	Longueur découpe devant	28,93	29,23	29,49	29,73	29,93	+/- 0,5
D	Longueur milieu dos	80	80	80	80	80	+/- 0,5
E	½ Longueur emmanchure	24,34	25,55	27,40	29,62	20,82	+/- 0,5
F	½ Longueur encolure devant	19,37	19,59	19,80	20,02	20,24	+/- 0,5
G	½ Largeur bas de manche	18,57	18,98	19,68	20,50	20,96	+/- 0,5

# Fiche de contrôle qualité



Encolure :  
Régularité de l'assemblage  
Platitude de l'élément

Devant :  
Symétrie de la découpe

Manche et bas de vêtement :  
Point main non visible sur l'endroit du vêtement

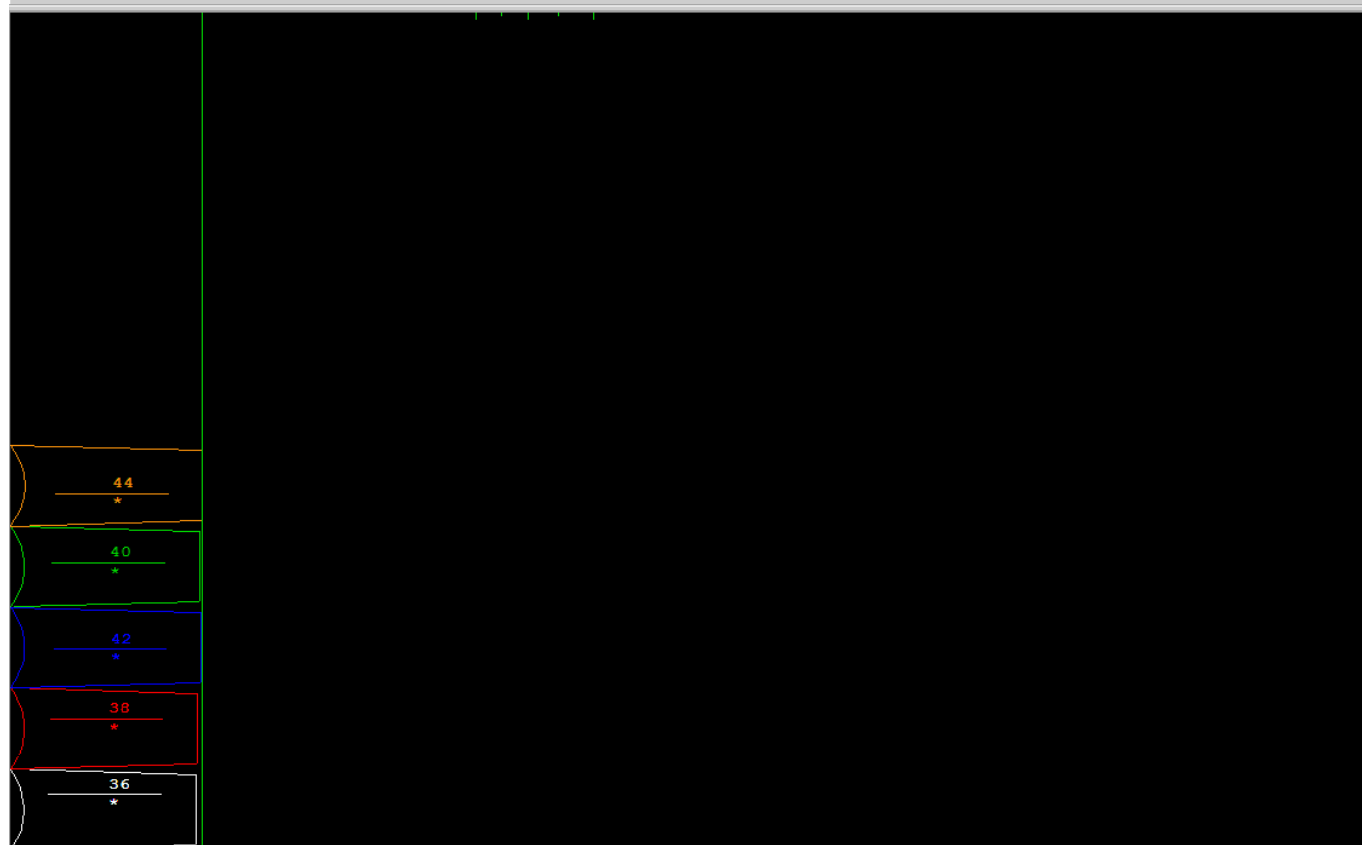
# Recherche de placement pour 3500 pièces

Placement Milano noir

Deux exemplaires de chaque taille peuvent être placés sur 0,34 mètres. Il faut 700 exemplaires de chacune des 5 tailles donc  $0,34 * 350 = 119$

119 mètres de milano noir sont nécessaires pour les 3500 pièces.

milano noir 1	Long. 100,000 m	Posit. 0,000 m	Utile 0,340 m	Ech.	Pvar.	m
	Larg. 1,480 m	Page 2,406 m	Effic. 41,82 %	1/16	Rot.	deg

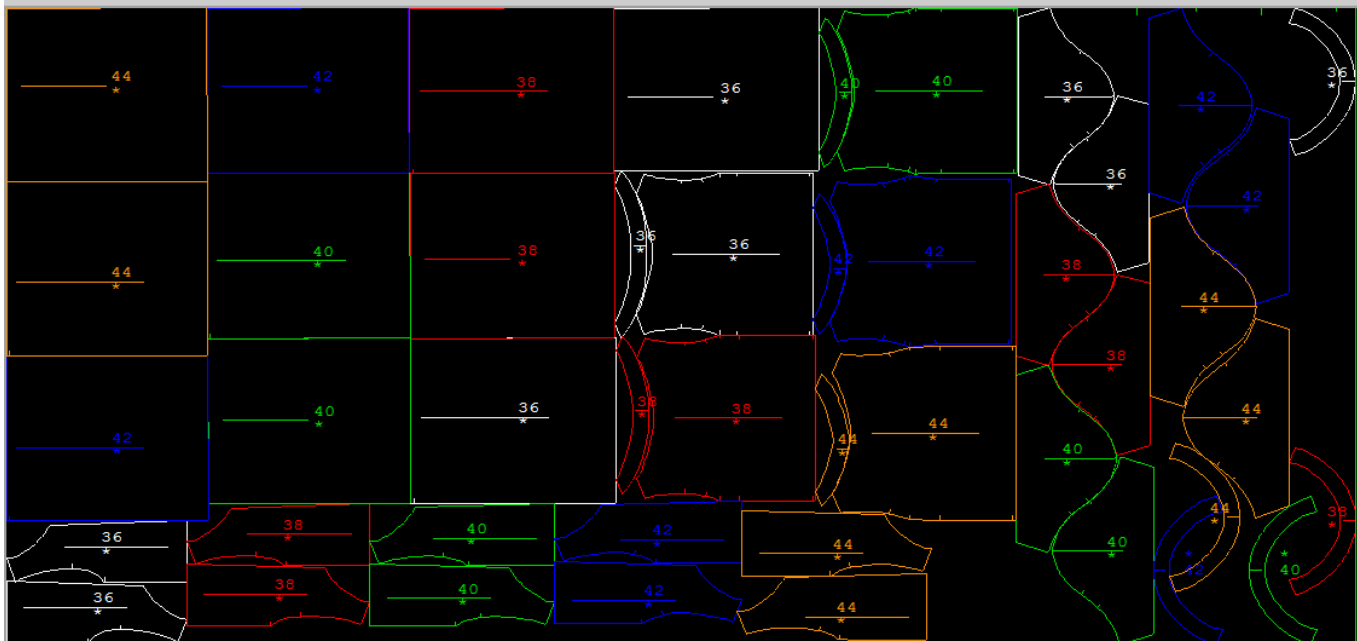


## Placement Milano bleu

Un exemplaire de chaque taille peut être placé sur 3,143 mètres. Il faut 700 exemplaires de chacune des 5 tailles donc  $3,143 * 700 = 2193,8$

2193,8 mètres de milano bleu sont nécessaires pour les 3500 pièces.

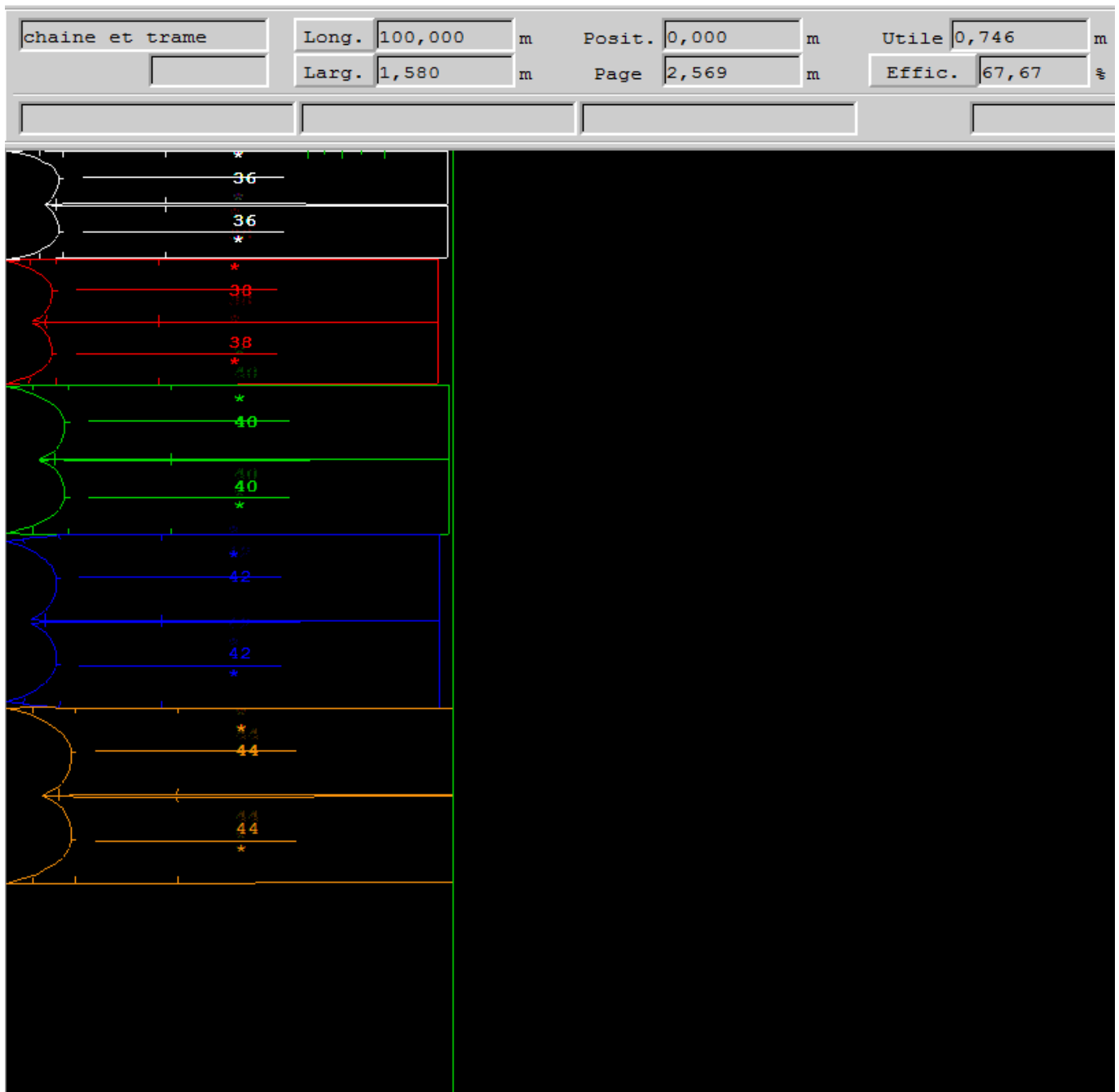
milano bleu	Long. 100,000 m	Posit. 0,000 m	Utile 3,143 m	Ech.	Pvar.	m
	Larg. 1,480 m	Page 3,165 m	Effic. 83,72 %	1/21	Rot.	deg



## Placement coton noir

Un exemplaire de chaque taille peut être placé sur 0,746 mètres. Il faut 700 exemplaires de chacune des 5 tailles donc  $0,746 * 700 = 522,2$

522,2 mètres de coton noir sont nécessaires pour les 3500 pièces.





# Prix de revient pour 3500 pièces

<i>Matières</i>	<i>Laize (cm)</i>	<i>Composition</i>	<i>Prix au mètre HT</i>	<i>Métrage utilisé</i>	<i>Total HT</i>
<i>Coton noir</i>	160	100% coton	3,95€	522,2m	2062,69€
<i>Milano noir</i>	150	90% Polyester 10% Spandex	3,95€	119m	470,05€
<i>Milano bleu</i>	150	90% Polyester 10% Spandex	3,95€	2200,1	8690,395€
<i>Fournitures</i>	<i>Qté</i>		<i>Prix unitaire</i>	<i>Métrage utilisé</i>	<i>Total</i>
<i>Forfait fil</i>	1		2€		2€
<i>Total HT</i>					11225,135€
<i>TVA 20%</i>					2245,027€
<b><i>Total TTC</i></b>					<b>13470.16€</b>

# Conclusion

Ce projet était intéressant, cela m'a permis de travailler la maille, ce dont je n'ai pas l'habitude.

Ce que j'ai trouvé le plus compliqué pour ce projet c'est une partie du dossier technique, la fiche transformation, que je ne suis pas certaine d'avoir fait correctement, et surtout la fiche des vecteurs de gradation que je n'ai pas réussi à faire.

Cela m'a permis d'apprendre à utiliser modaris que je n'avais utilisé qu'une seule fois avant d'intégrer le BTS.

# Annexes

# Sources des recherches

Sources de la page 3 & 4 :

<http://www.cosstores.com/fr/>

<http://www.aufeminin.com/tendances/cos-som1458.html>

[http://www.puretrend.com/marque/cos\\_b4294719595](http://www.puretrend.com/marque/cos_b4294719595)

<http://www.marieclaire.fr/,cos-woman,200115,30654.asp>

Sources de la page 5 & 6 :

<https://fr.wikipedia.org/wiki/Bonneterie>

<http://www.jschweitzer.fr/vie-%C3%A0-troyes/la-bonneterie/>

# History of the brand

COS (meaning "Collection Of Style) is a trademark owned by Swedish group H & M (Hennes & Mauritz AB).

The aim of the brand is to propose upscale clothing but still accessible. "Cos is a different offer, inspired by the major currents, with particular attention given to matter and details, while maintaining prices that are accessible," says one in the H & M giant, which was launched in 1947, in Sweden, and today has 182 stores dispersed Cos in 33 countries, with its concept of trendy fashion and inexpensive.

The first store was opened in London in March 2007 after a long reflection of its founders. COS has nevertheless been slow to expand into other countries, the time to try its various articles in this first shop.

The collections underline of purified silhouettes and revisit the classics: straight coat, cashmere sweater V, polo shirt, cigarette pants in monochrome and soft colors, beige, gray white. The fabrics are of better quality than those of H & M. The slightly more expensive models are aimed at active women already installed in life, with wise and timeless cuts.

The brand originally proposed that woman's clothing (the largest part of their catalog) and man. However, the brand announced in late 2008 its choice to embark on the children's clothes. A first collection 0-4 years was launched for the spring-summer 2009 season.

## Dates to remember

***March 16, 2007***

Launch of the COS brand in a London store in Regent Street

***2008***

Launching a children's collection for spring-summer 2009 season

***March 26, 2009***

Launch of the first French store in the Parisian district of Marais