

Manager de la mode du design et du luxe

RNCP27046 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	240
Code(s) ROME	M1102, M1703, M1705, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	04/10/2019

Certificateur(s)

MODE ESTAH · SIRET : 38041279100036

MODE'ESTAH

<http://www.mode-estah.com>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Les Managers du marketing de la mode, du design et du luxe sont caractérisés/es par des savoirs et compétences acquis dans les secteurs pour lesquels ils agissent. Ils/elles pilotent des projets qui touchent directement à la marque, au produit qu'ils/elles doivent adapter en permanence à l'évolution des marchés, de la stratégie de développement jusqu'à la distribution et la gestion de la communication. Ils/elles fondent leurs études sur la connaissance des marchés dans un environnement international, complexe et globalisé, au sein d'entreprises ou d'organisations de taille moyenne à multinationales dont ils/elles ont une vision fonctionnelle et stratégique. Ils/elles sont responsables des exportations et du renforcement de l'image des marques. Ils/elles maîtrisent la totalité de la démarche marketing, tant au niveau du marketing-développement qu'au niveau du marketing opérationnel et ont aussi les compétences nécessaires pour s'engager dans une démarche entrepreneuriale ou intrapreneuriale. Ils/elles identifient les leviers de la performance, fédèrent une équipe multiculturelle autour d'un projet commun d'envergure nationale ou internationale, encadrent des équipes réparties sur un ou plusieurs sites, formulent des recommandations mobilisant les moyens techniques appropriés, accompagnent la prise de décision vers l'objectif attendu qu'ils/elles déploient et pilotent en tenant compte des leviers et des enjeux humains, organisationnels et légaux – et ce dans plusieurs langues.

Ils/elles exercent leurs responsabilités autour de 6 activités principales:

- 1/ Appropriation de la marque et définition de la politique générale
- 2/ Elaboration de la stratégie de développement dans le but d'atteindre les objectifs fixés
- 3/ Conduite du changement, élaboration et choix de la mise en place d'une solution optimale de réussite
- 4/ Mise en œuvre de la politique commerciale avec les différents collaborateurs impliqués en interne
- 5/ Analyse financière, enjeux et perspectives
- 6/ Gestion des ressources humaines

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Les capacités attestées :

Identifier les caractéristiques, l'ADN de l'entreprise, (créateur, marque, collections, historique, culture), son environnement national et international, sa politique financière, ses projets de développement, création et innovation. S'inscrire dans la mission de l'entreprise et s'adapter à l'existant.

Opérer un diagnostic sur la situation de l'entreprise par différents choix stratégiques au regard de ses projets ou

objectifs de développement ou changement radical des produits et collections (ou services).
 Etablir une stratégie pour les évolutions des tendances, de l'innovation, l'émergence de nouvelles technologies des marchés spécifiques (art, mode design, décoration), nouvelle concurrence nationale et internationale.
 Prendre en compte les circuits de conception et de développement pouvant avoir des impacts sur l'optimisation financière.
 Anticiper, définir et mettre en place une démarche de soutien de ses collaborateurs lors des transformations et changements.
 Piloter, gérer les résistances potentielles au changement par la mise en place de dispositifs observables afin d'optimiser la productivité et de transformer ses pertes par des gains quantitatifs et qualitatifs.
 Piloter, élaborer le plan des actions marketing et communication, recherche et développement, conception, achats, production, promotion des produits et services sur des marchés nationaux et internationaux, mise en place des outils d'amélioration des résultats commerciaux (e-shop, e-commerce, concept stores ...), gestion de la politique définie par l'enseigne, merchandising, identité visuelle, design, graphisme, photos tout ce qui est lié à l'identité et l'image de la marque.
 Manager l'aspect financier de son unité et tenir compte de l'analyse financière de l'entreprise, de ses résultats et des orientations d'investissement, élaborer le business plan de l'unité, en conformité avec les axes stratégiques.
 Formaliser les recommandations à mener. Répartition de l'allocation des moyens et l'équilibre entre investissements et niveau de rentabilité, limiter les risques.
 Contribuer à la réflexion stratégique des ressources humaines et de l'organisation par la mise en œuvre d'un mode managérial à définir avec le Centre Décisionnel.
 Susciter l'adhésion aux valeurs et conditions de réalisation du plan stratégique de la marque.
 Piloter efficacement la performance de l'organisation dans le respect des cadres légaux en vigueur dans son activité.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Entreprises de la filière textile, habillement des secteurs de la mode, du design et du luxe. PME, PMI, Centrales d'achats, Chaînes spécialisées, Instituts, Annonceur, Médias, Agences de design, de publicité, ...

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Chargé/e de projet marketing, Responsable commerciale de marque, de l'image, de collection, des achats, chef/fe de produit, chef/fe du développement international, créateur/trice d'entreprise en e-shop, Visual Merchandiser, ...
 Après quelques années d'expérience: Dirigeant/e d'entreprise, Directeur/trice adjoint/e, Directeur/trice d'unité opérationnelles, Directeur/trice général/e, Directeur marketing ou commerciale/e, Consultant/e en management.

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

A compléter (Reprise)

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Modérée (3/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 2 à 5 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	3 033 €
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) R3X82 — Professions intermédiaires commerciales des achats · tension 5/5 (Très élevée) R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible)

Projets de recrutement (BMO 2026)	11 889
Jugés difficiles à recruter	30 %
Emplois saisonniers	6 %
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux R3X82 — Professions intermédiaires commerciales des achats R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, VAE

Le/la responsable pédagogique, un/e enseignant/e ou intervenant/e, au minimum deux professionnels/les du secteur de la mode. (salarié/e, employeur/euse)

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 04/10/2019

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP36047

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

Mode Estah

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/27046/>