

Manager du développement international mode et luxe

RNCP36380 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	242
Formacode(s)	34060, 46301, 34024, 34085
Code(s) ROME	M1705, M1707, M1102, M1403, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	25/04/2022
Date d'échéance	25/04/2027

Certificateur(s)

ESMOD · SIRET : 57213507700129<http://www.esmod.com>**INSTITUT SUPERIEUR EUROPEEN DE LA MODE · SIRET : 35014869800086**

Partenaires habilités

1 organisme habilité, d'après la liste publiée par France compétences : 1 à former.

Organisme	SIRET	Habilitation
ADESA	39333773800065	Former

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Objectifs de la certification :

L'objectif des opérateurs du secteur mode et luxe est d'assurer l'évolution de leur activité, notamment la mise à disposition à leurs consommateurs de produits et services aux positionnements identitaires forts et reconnaissables sur leur marché intérieur comme à l'international.

La certification "Manager du développement international mode et luxe" vise à accompagner les entreprises du secteur dans leur transformation en sachant leur proposer des profils de cadres disposant de compétences en marketing, en commercialisation, en communication et dans le management d'équipes et la direction de projets. Maîtrisant les codes de la mode et du luxe, sachant analyser les enjeux des évolutions économiques, créatives, technologiques et sociétales, ces professionnels pilotent et coordonnent des stratégies de développement internationales afin d'assurer la pérennité des marques et entreprises pour lesquelles ils travaillent.

Le "Manager du développement international mode et luxe" répond aux attentes des entreprises du secteur mode et luxe en développant ses compétences sur les domaines d'activités suivants :

- Pilotage d'études permettant de dégager analyses et conclusions guidant l'élaboration de stratégies marketing, de communication et de commercialisation argumentées et chiffrées
- Définition de stratégies de développement de la marque mode et luxe permettant d'en asseoir le positionnement et le développement sur les marchés visés sur le plan national comme international
- Supervision de la mise en œuvre de la stratégie de développement par l'implémentation des stratégies de commercialisation et de communication déployés sur des marchés nationaux et internationaux. Plus généralement, le Manager du développement international mode et luxe évalue les facteurs d'évolution de son écosystème pour dégager les opportunités et menaces que

représentent ceux-ci pour son entreprise et pour assurer le développement souhaité de celle-ci.

Contexte :

La mode et le luxe contribuent au rayonnement international de la création et du savoir-faire français et ses industries représentent une filière stratégique significative pour l'activité économique du pays. Néanmoins ce secteur connaît depuis quelques années des évolutions profondes et fait aujourd'hui face à de nouveaux défis sous l'influence de nouvelles attentes des consommateurs pour un engagement des marques en faveur du développement durable et de la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE).

À ces aspects environnementaux s'ajoutent d'autres attentes, sociétales qui concernent les problématiques de diversité, d'inclusivité liées aux discriminations et à l'invisibilisation de certaines catégories de population sur des fondements ethniques, sociaux, esthétiques et de handicaps.

En parallèle de ces transformations de l'appréhension des consommateurs vis-à-vis de la mode et du luxe, l'innovation technologique et la digitalisation tout particulièrement impacte profondément l'industrie de la mode et ce sur chacune des étapes de sa supply chain que ce soit dans le développement produit, la fabrication, la logistique, l'approvisionnement des points de vente et les points de vente eux-mêmes qu'ils soient physiques ou virtuels et enfin dans la relation même de la marque avec ses communautés de consommateurs.

Cette mutation lourde que connaît aujourd'hui le secteur de la mode et du luxe impacte donc non seulement et durablement sa propre structure et ses modes opératoires mais elle redéfinit aussi les contours des métiers nécessaires à son activité du fait notamment de la digitalisation qui induit une appréhension systémique de l'entreprise et de ses métiers aux compétences de plus en plus croisées et liées.

Il y a une véritable attente du secteur pour des profils créatifs dotés de réelles compétences en marketing et communication et commercialisation, pour des professionnels capables d'anticiper et de suivre les évolutions du marché, notamment sociétales et technologiques (digital) pour proposer de nouvelles stratégies et approches en rupture afin de garantir le développement des entreprises et marques du secteur Mode sur les territoires nationaux comme internationaux. Pour répondre à ces nouveaux défis, les entreprises du secteur mode et luxe sont en quête de nouveaux profils, qualifiés et hybrides, capables d'analyser, d'anticiper et d'accompagner les évolutions profondes du marché, maîtrisant les concepts et stratégies de développement à l'international, sensibilisés aux considérations éthiques et sociétales, aux enjeux du digital, de la RSE et de l'innovation et sachant appréhender les codes et contraintes de la mode et du luxe pour proposer de nouvelles approches stratégiques en marketing, communication et commercialisation capables d'assurer rentabilité et développement à leurs activités.

ACTIVITÉS VISÉES

- Pilotage d'études permettant de dégager analyses et conclusions guidant l'élaboration de stratégies marketing de commercialisation et de de communication argumentées et chiffrées.
- Définition de stratégies de développement de la marque mode et luxe permettant d'en asseoir le positionnement et le développement sur les marchés visés sur le plan national comme international.
- Supervision de la mise en œuvre de la stratégie de développement par l'implémentation des stratégies de commercialisation et de communication déployés sur des marchés nationaux et internationaux

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Définir le type d'investigation à mener et les études à conduire au regard des problématiques propres à la marque de mode et luxe
- Évaluer les potentialités de développement et les évolutions possibles de la stratégie de la marque de mode et luxe
- Déterminer les axes de développement de la marque mode et luxe sur ses marchés nationaux et internationaux
- Présenter les résultats de la démarche d'études et les axes de développement compétitifs à l'international
- Concevoir la stratégie de développement d'une marque mode et luxe à l'international
- Établir les objectifs visés par la stratégie de développement de la marque mode et luxe
- Définir une politique de prix de commercialisation de produits mode et luxe
- Concevoir la stratégie de commercialisation de la marque mode et luxe
- Concevoir la stratégie de communication cross canal de la marque mode et luxe pour des collections de produits de mode distribuées sur les territoires nationaux et internationaux
- Établir le cadencement des opérations déclinant la stratégie de développement de la marque mode et luxe
- Évaluer les moyens humains, techniques et financiers nécessaires à la réalisation de la stratégie de développement de produits mode et luxe
- Contrôler le plan de commercialisation visant à la mise sur le marché de collections de produits mode et luxe sur les différents canaux de distribution, physiques et digitaux
- Contrôler la mise en œuvre des opérations de vente et de promotion des produits mode et luxe sur les canaux

physiques et digitaux

- Superviser la gestion de la relation clients en mettant en place un système d'écoute et de mesure de la satisfaction
- Superviser la sélection des opérations de communication à mettre en œuvre dans une logique d'omnicanalité
- Valider les productions de communication pour la marque mode et luxe
- Contrôler la mise en œuvre de l'interaction de la marque mode et luxe avec ses communautés
- Contrôler le déploiement des relations presse, relations publiques et opérations événementielles en lien avec le lancement des collections de produits mode et luxe
- Piloter sur un mode fonctionnel et hiérarchique les équipes et partenaires externes impliqués dans la réalisation des actions de commercialisation des produits de la marque mode et luxe
- Élaborer un plan de suivi et d'évaluation des résultats des opérations de commercialisation et de communication de la marque mode et luxe
- Évaluer les retombées directes et indirectes des opérations de commercialisation et de communication de la marque mode et luxe
- Identifier les mesures correctives et ajustements opérationnels à mettre en œuvre

Blocs de compétences

RNCP36380BC01 — Établissement du diagnostic de la marque de mode et luxe sur les marchés nationaux et internationaux

LISTE DE COMPÉTENCES

- Définir le type d'investigation à mener et les études à conduire au regard des problématiques propres à la marque de mode et luxe, en déterminant leur cadre méthodologique, leurs objectifs respectifs et les sources et ressources d'informations mobilisables sur les canaux digitaux, afin de disposer de données fiables et factuelles éclairant les marchés et leur évolution.
- Évaluer les potentialités de développement et les évolutions possibles de la stratégie de la marque de mode et luxe, en procédant à l'analyse interprétative et/ou prédictive des études menées et en repérant les gisements de croissance portés par les marchés étudiés et les nouvelles aspirations et modalités d'achat et d'usage de sa cible clients, afin d'identifier les préconisations à formuler auprès de la direction de l'entreprise compte tenu des opportunités, menaces et risques repérés.
- Déterminer les axes de développement de la marque mode et luxe sur ses marchés nationaux et internationaux, en définissant des orientations stratégiques concrètes en matière de nouveaux marchés à pénétrer, de renouvellement des circuits de distribution sur les canaux numériques et d'évolution de son positionnement dans une logique de responsabilité sociétale et environnementale, afin de les proposer à la direction de l'entreprise.
- Présenter les résultats de la démarche d'études et les axes de développement compétitifs à l'international aux dirigeants de la marque mode et luxe, en restituant oralement et à l'appui d'un support écrit les données objectives, quantitatives et qualitatives des résultats d'études stratégiques et en argumentant les propositions de développement formulées, afin d'obtenir leur validation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas traitant d'une problématique marketing réelle de marque mode et luxe. Le dossier comprend :

- La réalisation d'une étude marketing - incluant l'approche digitale.
- Un diagnostic permettant de définir des pistes d'orientations stratégiques concrètes.
- Une préconisation d'axes de développement à l'international.

RNCP36380BC02 — Conception de la stratégie de développement d'une marque mode et luxe sur les marchés nationaux et internationaux

LISTE DE COMPÉTENCES

- Concevoir la stratégie de développement d'une marque mode et luxe à l'international, en ligne avec la politique générale de l'entreprise et dans le respect du positionnement, de l'identité et de l'image de la marque et de ses engagements en termes d'éthique, d'éco-responsabilité et d'inclusivité, en déterminant les marchés à cibler au regard de leur maturité, de leurs opportunités de croissance ainsi que des communautés de clients à entretenir ou à développer, afin de contribuer à l'atteinte des objectifs généraux de développement de l'entreprise.
- Établir les objectifs visés par la stratégie de développement de la marque mode et luxe, en définissant les résultats à atteindre aux niveaux qualitatif et quantitatif et en s'assurant de leur réalisme et de leur mesurabilité dans le temps, afin d'orienter et de cadrer le plan des actions à conduire.

- Définir une politique de prix de commercialisation de produits mode et luxe, en tenant compte de l'évaluation de leur coût de conception, de fabrication, d'approvisionnement et de distribution physique et digitale, des normes du marché, du positionnement de la marque et de la segmentation de sa cible clients, afin de favoriser leurs ventes et d'atteindre les marges garantissant leur rentabilité.
- Concevoir la stratégie de commercialisation de la marque mode et luxe garantissant l'unicité de son positionnement, de son identité, de son image et de son engagement en matière de responsabilité sociétale, en déterminant les canaux et circuits de distribution physique et digitale à utiliser, afin d'assurer la mise à disposition et la vente des collections de produits de la marque selon les réseaux physiques et digitaux concernés, et permettre l'atteinte des objectifs de marges visés.
- Concevoir la stratégie de communication cross canal de la marque mode et luxe pour des collections de produits de mode distribuées sur les territoires nationaux et internationaux, en définissant les axes et contenus de communication à privilégier selon les cibles consommateurs visées, pour construire, implanter et affirmer l'identité et l'image de la marque, son positionnement et engagement en termes d'éco-responsabilité, d'éthique et d'inclusivité en termes d'ethnies, de genres, de typologies sociales et morphologiques et de handicaps, et de favoriser l'atteinte des objectifs de la stratégie de développement arrêtée.
- Établir le cadencement des actions déclinant la stratégie de développement de la marque mode et luxe, en sélectionnant les plus pertinentes à mettre en œuvre au regard de leur complémentarité et en fixant leur calendrier de réalisation, afin d'ordonner et d'ordonner la concrétisation de la stratégie de développement.
- Évaluer les moyens humains, techniques et financiers nécessaires à la réalisation de la stratégie de développement de produits mode et luxe, en produisant l'estimation des coûts directs et indirects générés par la mise en œuvre des actions et en identifiant les compétences et technologies à mobiliser, afin de disposer de ressources suffisantes et correctement dimensionnées et d'en négocier et valider l'allocation avec la direction de l'entreprise, et de finaliser l'établissement des budgets alloués aux différentes opérations d'implémentation de la stratégie de développement.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Business plan (ou plan de développement) pour une marque mode et luxe. À partir d'une mise en situation professionnelle reconstituée, en lien avec une entreprise, le candidat doit élaborer une stratégie de développement d'une marque mode et luxe et la traduire dans un business plan.

RNCP36380BC03 — Supervision de la mise en œuvre de la stratégie de développement de la marque mode et luxe sur les marchés nationaux et internationaux

LISTE DE COMPÉTENCES

- Contrôler le plan de commercialisation visant à la mise sur le marché de collections de produits mode et luxe sur les différents canaux de distribution, physiques et digitaux ciblés selon les critères de qualité, réactivité et coûts attendus, afin de garantir l'atteinte des objectifs financiers et d'optimisation des stocks définis dans la stratégie de développement selon le budget arrêté.
- Contrôler la mise en œuvre des opérations de vente et de promotion des produits mode et luxe sur les canaux physiques et digitaux sur les différents marchés en s'assurant de la valorisation des produits et de la conformité des techniques commerciales au regard du positionnement de la marque, afin de maximiser les ventes et d'optimiser les marges.
- Superviser la gestion de la relation clients en mettant en place un système d'écoute et de mesure de la satisfaction, afin de tendre à l'amélioration continue de la relation client et garantir une expérience client personnalisée aux communautés visées et contribuer ainsi à leur fidélisation.
- Superviser la sélection des opérations de communication à mettre en œuvre dans une logique d'omnicanalité, en analysant leurs retombées possibles au regard des investissements à consentir et du respect des budgets estimés, afin de s'assurer de leur complémentarité et de leurs performances en regard des objectifs fixés et de leur ROI estimé.
- Valider les productions de communication pour la marque mode et luxe sur les supports physiques et digitaux, afin de garantir la qualité et l'adéquation de la communication, sur les supports physiques et digitaux, par rapport à l'image et au positionnement de l'entreprise et à ses engagements vis-à-vis de sa cible clients.
- Contrôler la mise en œuvre de l'interaction de la marque mode et luxe avec ses communautés, afin d'optimiser sa présence et son audience mode et luxe sur les canaux physiques et digitaux et contribuer au rayonnement de son image.
- Contrôler le déploiement des relations presse, relations publiques et opérations événementielles en lien avec le lancement des collections de produits mode et luxe, en s'assurant de leur cohérence au regard du positionnement de la marque et de leur relai sur les canaux digitaux et réseaux sociaux, afin de garantir leur

retentissement et de renforcer l'attractivité et l'aura de la marque.

- Piloter sur un mode fonctionnel et hiérarchique les équipes et partenaires externes impliqués dans la réalisation des opérations de commercialisation des produits de la marque mode et luxe, en mettant en place un mode de communication garantissant la circulation de l'information et utile et en déterminant des modalités de collaboration inclusives et favorisant l'autonomie et l'intégration des professionnels en situation de handicap, afin d'optimiser le travail collectif des différentes parties prenantes et d'assurer le respect des impératifs de qualité et délai.
- Élaborer un plan de suivi et d'évaluation des résultats des opérations de commercialisation et de communication de la marque mode et luxe, en déterminant les indicateurs qualitatifs et quantitatifs permettant une mesure objective et en construisant les tableaux de bord associés, afin d'évaluer les impacts des actions entreprises en matière de commercialisation (ventes, marges, pénétration des marchés...), de notoriété et de satisfaction de l'expérience client.
- Évaluer les retombées directes et indirectes des opérations de commercialisation et de communication de la marque mode et luxe, en analysant les résultats obtenus et formalisés dans des outils digitaux, afin de vérifier leur efficacité et d'identifier les écarts avec les objectifs initiaux et de rechercher les éventuelles causes d'inefficience.
- Identifier les mesures correctives et ajustements opérationnels à mettre en œuvre, en consultant les parties prenantes internes et en les impliquant dans la formulation de solutions, afin d'assurer l'atteinte des objectifs de la marque en matière de vente de ses produits de mode, de notoriété et de satisfaction clients.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Mise en situation professionnelle reconstituée. A partir d'une mise en situation professionnelle reconstituée de lancement d'une marque d'un jeune créateur, le candidat doit produire un plan de commercialisation retail, wholesale et e-commerce optimisant CA et stocks, en prenant en compte les comptes clés, les agents et distributeurs, les différents modes d'achats.
- Mise en situation professionnelle reconstituée. A partir d'une mise en situation professionnelle reconstituée de lancement d'une marque, le candidat doit présenter la mise en œuvre de la stratégie de communication de la marque.
- Étude de cas. A partir d'une étude de cas de lancement d'une marque, le candidat doit élaborer un plan de management de projet spécifiant les modalités de travail et de communication entre et avec les différentes parties prenantes impliquées.
- Étude de cas. A partir d'un cas d'entreprise, les candidats doivent construire un système de mesure de la performance des opérations de commercialisation et de communication, en établissant les critères et indicateurs adéquats, et en formalisant des tableaux de bord digitalisés. Ils produisent l'analyse de résultats fictifs et qualifient la performance des actions, en mesurant notamment les écarts avec les objectifs initiaux. En fonction de leur analyse, ils produisent des propositions d'ajustement et de mesures correctives.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le manager du développement international mode et luxe évolue dans l'industrie du luxe et de la création, biens de consommation exerce son activité dans les secteurs d'activités suivants : textile et habillement : prêt-à-porter, couture et luxe - lingerie, corsetterie - maroquinerie - chaussures - lunetterie - bijouterie - joaillerie – horlogerie - parfums et cosmétiques - univers de la maison.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Directeur achats
Directeur communication
Directeur développement commercial
Directeur du développement E-commerce
Directeur de développement marques
Directeur marketing
Directeur merchandising
Directeur relations presse - relations publiques

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)	Faible (2/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 1 à 5 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 924 €
Familles professionnelles (FAP)	L4X82 — Techniciens et agents de maîtrise chargés d'études socio-économiques · tension 4/5 (Élevée) L5X93 — Chargés d'études socio-économiques · 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) U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	17 153
Jugés difficiles à recruter	27 %
Emplois saisonniers	10 %
Familles professionnelles (FAP)	L4X82 — Techniciens et agents de maîtrise chargés d'études socio-économiques L5X93 — Chargés d'études socio-économiques 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 U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Apprentissage, Contrat de professionnalisation

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

La certification s'adresse à des candidats pouvant justifier :

- D'un titre ou diplôme de niveau 6 validé dans quelque domaine de formation que ce soit pour l'entrée en première année du dispositif de préparation à la certification.

ou

- De 3 années d'expérience professionnelle dans le secteur « Textile – Habillement » dans l'univers professionnel correspondant pour l'entrée en première année du dispositif de préparation à la certification.

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

- 3 professionnels qualifiés extérieurs à l'autorité certificatrice au minimum représentants du secteur de la mode et de l'habillement, et exerçant des fonctions cadres au sein de l'entreprise (direction, ressources humaines...) ou des fonctions en lien avec le développement à l'international (marketing, communication, commercial, achat...)
- Au moins 2 représentants de l'autorité certificatrice ayant des fonctions d'encadrement pédagogique et d'établissement

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle	9 842 €
Selon la branche	7 000 € – 9 842 €
Prise en charge	Branches concernées
9 842 €	Valeur par défaut · 207 branches
7 000 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil, CPNEF Industries de la Maroquinerie, CPNEFP de la métallurgie
9 231 €	CPNEFP Commerce à distance
9 114 €	CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
9 000 €	CPNE chimie

Base légale

Date de décision	25/04/2022
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	25/04/2027

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2019	29	0	93 %	73 %
2018	25	0	100 %	70 %
2017	21	0	100 %	94 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP29448

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36380/>