

Responsable marketing et commercial de la mode et du luxe

RNCP36695 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312v
Formacode(s)	21762, 21775, 34052
Code(s) ROME	M1701, M1703, M1705, M1101
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	20/07/2022
Date d'échéance	20/07/2027

Certificateur(s)

STE INT GESTION EDUCATIVE · SIRET : 43259829000026

STE INT GESTION EDUCATIVE · SIRET : 43259829000042

Partenaires habilités

6 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 6 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ANAPIJ - 92100	53145866900045	Former et organiser l'évaluation
INSTITUT NATIONAL DE L'ENSEIGNEMENT A DISTANCE	48874104200045	Former et organiser l'évaluation
INSTITUT NATIONAL DE L'ENSEIGNEMENT A DISTANCE	48874104200052	Former et organiser l'évaluation
MOD'ART VISART	43259829000034	Former et organiser l'évaluation
SCIENCES-U LYON	35176587000032	Former et organiser l'évaluation
STE INT GESTION EDUCATIVE	43259829000042	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

La France occupe traditionnellement une position exceptionnelle dans le monde en matière de mode, de création et de luxe. Référence incontournable de par sa créativité, sa capacité à imaginer les tendances, son potentiel de renouvellement, le luxe français participe au rayonnement de notre pays à l'international et constitue un des secteurs d'excellence de notre économie.

Dans ce contexte, la certification de "Responsable marketing et commercial de la mode et du luxe" créée par Mod'Art international vise à former de futurs professionnels capables d'accompagner le développement des entreprises du secteur. Le Responsable marketing et commercial de la mode et du luxe intervient aux côtés des directions stratégiques des marques de luxe pour créer et/ou améliorer leur image, conquérir de nouveaux marchés et fidéliser leur clients. Il évolue dans un environnement agile où l'innovation est omniprésente. Il accompagne la transformation du secteur et l'évolution des comportements des consommateurs, pour lesquels l'amélioration de l'expérience client et la prise en compte de la dimension RSE deviennent aujourd'hui incontournables.

La certification proposée par Mod'Art international a donc pour objectif de former de futurs professionnels capables d'accompagner les marques de mode et de luxe face à ces nouveaux enjeux.

ACTIVITÉS VISÉES

Les activités du Responsable marketing et commercial de la mode et du luxe sont ancrées dans l'opérationnel. Sous l'impulsion de sa direction, il participe à l'élaboration du plan marketing et déploie le plan d'action commerciale de la marque dans toutes ses dimensions de la gestion des achats, à la commercialisation des collections, en passant par leur création. Il est garant de l'image et des valeurs de la marque, qu'il représente en toutes circonstances, et de son rayonnement auprès de ses fournisseurs et de ses clients.

Le Responsable marketing et commercial possède une excellente connaissance du marché sur lequel il évolue et une bonne maîtrise de l'Anglais, qui lui permet d'évoluer dans un contexte international.

Véritable pilier de l'organisation dans laquelle il évolue, le « Responsable marketing et commercial de la mode et du luxe » occupe un rôle clé d'intermédiaire qui se doit de faire preuve d'efficacité et de réactivité face aux problématiques rencontrées.

Les activités visées par la certification sont les suivantes :

- Participation à la définition, avec l'équipe de direction, de la politique commerciale de l'entreprise
- Gestion et développement de l'offre produits
- Déploiement du plan d'action commerciale aux niveaux national et international
- Gestion prévisionnelle des ventes (wholesale, retail e e-commerce)
- Gestion du merchandising
- Management commercial de la marque
- Innovation et détection des tendances
- Réalisation d'études de marché
- Participation à la création d'un plan de marketing opérationnel multicanal en adéquation avec l'identité de la marque
- Développement de la notoriété de la marque aux niveaux national et international
- Déploiement de la stratégie de communication digitale de la marque en cohérence avec ses codes et ses valeurs
- Animation d'une communauté de consommateurs sur les réseaux
- Intégration d'une démarche RSE dans le plan de développement commercial de la marque
- Gestion de production et création d'une collection
- Mise en œuvre de la politique d'approvisionnement de l'entreprise en collaboration avec la direction générale et les différentes directions opérationnelles
- Gestion des relations fournisseurs au niveau national et international
- Gestion des stocks d'approvisionnements et de produits finis

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Les compétences attestées par la certification sont les suivantes :

Proposer un plan d'action commerciale pour les produits de la marque en définissant les marchés cibles et les circuits de distribution, en fixant les prix de vente, et suggérant des actions de promotion et de communication pour accompagner le développement commercial de la marque.

Participer à la gestion de l'offre produits de la marque en définissant une gamme de produits adaptée aux objectifs économiques et techniques (élargissement de gammes, lancement de nouveaux produits) pour accroître les perspectives de ventes de la marque.

Identifier des marchés et des acteurs potentiels du développement économique et commercial de la marque en conduisant des actions de prospection adaptées aux niveaux national et international pour étoffer les réseaux d'approvisionnement et de distribution.

Conduire des négociations, en Français ou en Anglais, auprès de partenaires commerciaux en tenant compte des contraintes budgétaires fixées par le plan d'action commerciale pour fixer les modalités d'approvisionnement des matières et de distribution des produits (conditions de prix, quantités, ristournes, délais de livraison et de paiement).

Mettre en œuvre une gestion prévisionnelle des ventes (wholesale, retail et e-commerce) en établissant un budget tenant compte de la saisonnalité et des objectifs définis pour optimiser les performances commerciales de la marque.

Mettre en œuvre la stratégie merchandising d'une marque de mode et de luxe en concevant des visuels et des supports d'aide à la vente à destination des équipes commerciales des boutiques, des corners et des showrooms du réseau pour optimiser les perspectives de ventes et d'accroissement du chiffre d'affaires.

Soutenir le déploiement du plan d'action commerciale en mobilisant les équipes autour des objectifs fixés par la direction commerciale et en organisant le reporting pour garantir le respect des marges bénéficiaires.

Entretenir une culture approfondie des marques du secteur de la mode et de luxe en collectant des informations sur

leur histoire et leurs valeurs et en déployant une veille concurrentielle stratégique pour anticiper l'évolution des tendances et proposer des produits ou gammes de produits innovants.

Réaliser des études de marché en analysant les informations spécifiques au secteur et aux produits commercialisés (part de marché, croissance du secteur...) et les données internes à l'entreprise pour déterminer son positionnement et identifier des opportunités de développement.

Identifier les besoins des consommateurs en conduisant des enquêtes de satisfaction clients pour améliorer l'offre produits et augmenter les perspectives de croissance.

Participer à l'élaboration d'un plan marketing opérationnel en analysant toutes les composantes du mix marketing d'un produit ou d'une ligne de produits (produit, prix, distribution, communication) pour contribuer au développement de la marque en accord avec ses valeurs et les orientations stratégiques fixées par la direction.

Conduire des opérations de communication media et hors media, de relations presse ou relations publiques, des campagnes publicitaires en lien avec la stratégie marketing de développement de la marque, de la gamme ou du produit pour favoriser son rayonnement national et international et contribuer à son essor commercial.

Exploiter l'ensemble des datas (données) disponibles avec une approche de marketing et communication responsable, en tenant compte des tendances sociétales, écologiques, économiques, sectorielles, interculturelles et technologiques pour apporter une expérience client personnalisée et multicanal.

Animer une communauté autour de la marque et de ses produits sur les réseaux en mobilisant les différents canaux de diffusion de l'information online (site, blog, réseaux sociaux, newsletters...), en recourant aux services d'influenceurs et en veillant à personnaliser les échanges pour fédérer la clientèle autour des produits de la marque et la fidéliser.

Contribuer à créer une identité de marque éthique et responsable en intégrant les dimensions environnementale, sociale et sociétale aux projets de développement et de communication envisagés pour améliorer l'image de l'entreprise auprès des consommateurs et répondre aux attentes identifiées.

Concevoir une collection innovante en adéquation avec les valeurs et l'image de la marque en tenant compte des tendances identifiées dans le secteur de la mode et du luxe et des attentes des consommateurs, pour contribuer à accroître la renommée et le prestige de l'organisation.

Etablir un planning de production en tenant compte des objectifs de vente en volume, des contraintes en matière de stockage et de délais fixées par la direction commerciale pour organiser la commercialisation de la nouvelle collection.

Maîtriser les circuits et les sources d'approvisionnement propres au secteur de la mode et du luxe en appréhendant les spécificités (production française ou internationale) et les contraintes (cyclicité des produits, nécessaire flexibilité...) pour optimiser la gestion de la chaîne logistique globale.

Calculer le coût de revient des produits vendus en intégrant l'ensemble de ses composantes (coût des matières, frais de transport, coûts de transformation, droits de douane...) et en tenant compte des variations de change pour s'assurer de la cohérence de la stratégie prix envisagée.

Prospecter et évaluer, en Français ou en Anglais, de nouveaux fournisseurs au niveau national et international en effectuant une veille stratégique et en recherchant le meilleur rapport qualité, prix, délais, capacité de production pour optimiser le circuit d'approvisionnement de la marque.

Mener des négociations, en Français ou en Anglais, auprès de fournisseurs potentiels, au niveau national et international, dans le respect de la nomenclature produit et en tenant compte des contraintes techniques, budgétaires et de délai fixées par la direction des achats pour conclure des accords commerciaux.

Gérer les contentieux économiques et commerciaux en analysant les problématiques rencontrées eu égard au droit commercial et au droit des transports pour tenter de trouver une issue favorable au désaccord survenu.

Gérer l'approvisionnement des usines de fabrication en matières (tissus, accessoires, matériels divers) pour assurer la fabrication et la production des collections dans le respect des délais impartis en minimisant les coûts de stockage.

Coordonner la commercialisation des collections au sein du réseau de distribution (boutiques, corners, showrooms) en respectant le calendrier des collections et en organisant le réassort en fonction de l'écoulement de la marchandise pour garantir l'exhaustivité de l'offre et éviter toute rupture de stocks inopportune.

Blocs de compétences

RNCP36695BC01 — Commercialisation et gestion des ventes d'une marque de mode et de luxe

LISTE DE COMPÉTENCES

Proposer un plan d'action commerciale pour les produits de la marque en définissant les marchés cibles et les circuits de distribution, en fixant les prix de vente, et suggérant des actions de promotion et de communication pour accompagner le développement commercial de la marque.

Participer à la gestion de l'offre produits de la marque en définissant une gamme de produits adaptée aux objectifs économiques et techniques (élargissement de gammes, lancement de nouveaux produits) pour accroître les perspectives de ventes de la marque.

Identifier des marchés et des acteurs potentiels du développement économique et commercial de la marque en conduisant des actions de prospection adaptées aux niveaux national et international pour étoffer les réseaux d'approvisionnement et de distribution.

Conduire des négociations, en Français ou en Anglais, auprès de partenaires commerciaux en tenant compte des contraintes budgétaires fixées par le plan d'action commerciale pour fixer les modalités d'approvisionnement des matières et de distribution des produits (conditions de prix, quantités, ristournes, délais de livraison et de paiement).

Mettre en oeuvre une gestion prévisionnelle des ventes (wholesale, retail et e-commerce) en établissant un budget tenant compte de la saisonnalité et des objectifs définis pour optimiser les performances commerciales de la marque.

Mettre en oeuvre la stratégie merchandising d'une marque de mode et de luxe en concevant des visuels et des supports d'aide à la vente à destination des équipes commerciales des boutiques, des corners et des showrooms du réseau pour optimiser les perspectives de ventes et d'accroissement du chiffre d'affaires.

Soutenir le déploiement du plan d'action commerciale en mobilisant les équipes autour des objectifs fixés par la direction commerciale et en organisant le reporting pour garantir le respect des marges bénéficiaires.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etudes de cas :

Elaboration d'un plan d'action commerciale ; mise en oeuvre du plan d'action commerciale ; gestion prévisionnelle des ventes ; analyse d'un guide visuel merchandising

Mises en situation professionnelle : Création d'une gamme de produits ; étude d'une collection

RNCP36695BC02 — Participation à la stratégie marketing d'une marque de mode et de luxe

LISTE DE COMPÉTENCES

Entretenir une culture approfondie des marques du secteur de la mode et de luxe en collectant des informations sur leur histoire et leurs valeurs et en déployant une veille concurrentielle stratégique pour anticiper l'évolution des tendances et proposer des produits ou gammes de produits innovants.

Réaliser des études de marché en analysant les informations spécifiques au secteur et aux produits commercialisés (part de marché, croissance du secteur...) et les données internes à l'entreprise pour déterminer son positionnement et identifier des opportunités de développement.

Identifier les besoins des consommateurs en conduisant des enquêtes de satisfaction clients pour améliorer l'offre produits et augmenter les perspectives de croissance.

Participer à l'élaboration d'un plan marketing opérationnel en analysant toutes les composantes du mix marketing d'un produit ou d'une ligne de produits (produit, prix, distribution, communication) pour contribuer au développement de la marque en accord avec ses valeurs et les orientations stratégiques fixées par la direction.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situation professionnelle : Réalisation d'un moodboard ; étude de marché

RNCP36695BC03 — Participation à la stratégie de communication globale et digitale d'une marque de mode et de luxe

LISTE DE COMPÉTENCES

Conduire des opérations de communication media et hors media, de relations presse ou relations publiques, des campagnes publicitaires en lien avec la stratégie marketing de développement de la marque, de la gamme ou du produit pour favoriser son rayonnement national et international et contribuer à son essor commercial.

Exploiter l'ensemble des datas (données) disponibles avec une approche de marketing et communication responsable, en tenant compte des tendances sociétales, écologiques, économiques, sectorielles, interculturelles et technologiques pour apporter une expérience client personnalisée et multicanal.

Animer une communauté autour de la marque et de ses produits sur les réseaux en mobilisant les différents canaux de diffusion de l'information online (site, blog, réseaux sociaux, newsletters...), en recourant aux services

d'influenceurs et en veillant à personnaliser les échanges pour fédérer la clientèle autour des produits de la marque et la fidéliser.

Contribuer à créer une identité de marque éthique et responsable en intégrant les dimensions environnementale, sociale et sociétale aux projets de développement et de communication envisagés pour améliorer l'image de l'entreprise auprès des consommateurs et répondre aux attentes identifiées.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle : Mission de consulting

RNCP36695BC04 — Gestion des achats pour le compte d'une marque de mode et de luxe

LISTE DE COMPÉTENCES

Concevoir une collection innovante en adéquation avec les valeurs et l'image de la marque en tenant compte des tendances identifiées dans le secteur de la mode et du luxe et des attentes des consommateurs, pour contribuer à accroître la renommée et le prestige de l'organisation.

Etablir un planning de production en tenant compte des objectifs de vente en volume, des contraintes en matière de stockage et de délais fixées par la direction commerciale pour organiser la commercialisation de la nouvelle collection.

Maîtriser les circuits et les sources d'approvisionnement propres au secteur de la mode et du luxe en appréhendant les spécificités (production française ou internationale) et les contraintes (cyclicité des produits, nécessaire flexibilité...) pour optimiser la gestion de la chaîne logistique globale.

Calculer le coût de revient des produits vendus en intégrant l'ensemble de ses composantes (coût des matières, frais de transport, coûts de transformation, droits de douane...) et en tenant compte des variations de change pour s'assurer de la cohérence de la stratégie prix envisagée.

Prospecter et évaluer, en Français ou en Anglais, de nouveaux fournisseurs au niveau national et international en effectuant une veille stratégique et en recherchant le meilleur rapport qualité, prix, délais, capacité de production pour optimiser le circuit d'approvisionnement de la marque.

Mener des négociations, en Français ou en Anglais, auprès de fournisseurs potentiels, au niveau national et international, dans le respect de la nomenclature produit et en tenant compte des contraintes techniques, budgétaires et de délai fixées par la direction des achats pour conclure des accords commerciaux.

Gérer les contentieux économiques et commerciaux en analysant les problématiques rencontrées eu égard au droit commercial et au droit des transports pour tenter de trouver une issue favorable au désaccord survenu.

Gérer l'approvisionnement des usines de fabrication en matières (tissus, accessoires, matériels divers) pour assurer la fabrication et la production des collections dans le respect des délais impartis en minimisant les coûts de stockage.

Coordonner la commercialisation des collections au sein du réseau de distribution (boutiques, corners, showrooms) en respectant le calendrier des collections et en organisant le réassort en fonction de l'écoulement de la marchandise pour garantir l'exhaustivité de l'offre et éviter toute rupture de stocks inopportune.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle : Réalisation d'un planning de production

Etudes de cas : Sourcing et approvisionnement ; gestion des stocks

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le « Responsable marketing et commercial de la mode et du luxe » exerce principalement son activité au sein d'entreprises (PME, grandes entreprises ou filiales de groupes) installées principalement en France mais également à l'étranger et évoluant dans le secteur du prêt-à-porter, de la maroquinerie et du luxe.

Il exerce au sein de services marketing, commercial ou achats et apporte son soutien aux directions en place dans la mise en œuvre des objectifs stratégiques définis.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Les titulaires de la certification peuvent prétendre à travailler dans différents services de l'entreprise et ainsi occuper les fonctions suivantes :

- Au sein d'un service Marketing : Chef de produit - Responsable Marketing - Responsable de marque - Responsable de licences - Responsable Relations publiques / PR
- Au sein d'un service Commercial (au niveau national et international) : Responsable commercial - Retail manager - Responsable des ventes - Responsable de marché - Responsable de zone export

- Au sein d'un service Achats : Acheteur - Responsable des achats

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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Pour une admission en 1^{re} année : avoir obtenu un titre de niveau 4 (baccalauréat ou équivalent).

Pour une admission en 2^e année : avoir validé une première année d'enseignement supérieur dans les domaines du marketing, de la communication, du commerce et/ou de la mode.

Pour une admission en 3^e année : avoir obtenu un titre de niveau 5 et/ou avoir validé deux années d'enseignement supérieur dans les domaines du marketing, de la communication, du commerce et/ou de la mode et stylisme.

Pour une admission en 4^e année : avoir obtenu un titre de niveau 6 et/ou avoir validé trois années d'enseignement supérieur dans les domaines du marketing, de la communication, du commerce et/ou de la mode et stylisme.

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

Le jury est composé, a minima, de 60% de professionnels du secteur.

Il compte 5 à 8 membres :

- 3 à 5 professionnels du secteur non intervenants dans l'établissement, dont l'un est président du jury ;
- 2 à 3 représentants de Mod'Art international.

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	8 179 €
Selon la branche	6 000 € – 8 187 €

Prise en charge	Branches concernées
8 179 €	Valeur par défaut · 198 branches
7 940 €	CPNE industries alimentaires diverses, CPNEFP de la branche des industries de produits alimentaires élaborés
7 000 €	CPNE Branche Caoutchouc, CPNEFP de l'enseignement privé indépendant
6 000 €	CPNE de la branche de la librairie, CPNEFP de la métallurgie
8 187 €	CPNEFP de la Branche Chaussure
8 099 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie
7 702 €	CPNEFP des jardineries et graineteries
7 604 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager
7 440 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
7 210 €	CPNEFP Commerce à distance
7 076 €	CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles
6 500 €	CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire
6 400 €	CPNE du commerce de détail alimentaire non spécialisé

Base légale

Date de décision	20/07/2022
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	20/07/2027

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2020	47	1	97 %	—
2019	33	0	100 %	71 %
2018	45	0	97 %	74 %
2017	46	0	100 %	80 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP12049

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://modart-paris.com/formations/mastere-management-mode/>

<https://modart-paris.com/formations/mastere-communication-de-mode/>

<https://modart-paris.com/formations/mba-luxury-goods-fashion-industries/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36695/>