

Manager international mode et luxe

RNCP37695 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Sigle	DipViGrM — Diplôme visé grade de master
Code(s) NSF	242, 310, 320
Formacode(s)	32054, 34085, 46301, 34059, 21775
Code(s) ROME	M1707, E1103, D1506, M1704, D1301
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/08/2026

Certificateur(s)

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE · SIRET : 11004401300040

INSTITUT FRANCAIS DE LA MODE · SIRET : 33345298500034

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Dans un environnement commercial marqué à la fois par la globalisation des marchés, mais aussi par la force des identités et des patrimoines culturels associés aux marques de luxe, le titre de Manager mode et luxe prépare à des carrières au sein de grands groupes ou marques de luxe dans des fonctions liées au management des produits de luxe, au management des réseaux de distribution (retailing, merchandising, achats), et au management de la communication, notamment digitale. Il permet aux entreprises de ce secteur de bénéficier de profils à l'esprit international maîtrisant les outils du management international, disposant d'une culture artistique approfondie liée à la mode et au luxe, et bénéficiant d'une expertise sur les produits et les savoir-faire spécifiques à cette industrie.

La certification atteste en effet de la maîtrise des enjeux techniques de la création et de la production d'un produit de luxe, des principes de management permettant de commercialiser ces produits avec succès dans le monde, et des éléments culturels forts qui permettent de créer et développer des identités de marques significatives et différenciantes sur le marché international du monde du luxe. Elle atteste de la capacité à évoluer dans un monde entrepreneuriale internationalisé avec une maîtrise de l'anglais notamment (enseignements en anglais).

Par ailleurs, une attention toute particulière est portée aux grands enjeux actuels auxquels sont confrontées les entreprises de mode et de luxe, à savoir l'innovation et le digital, le développement durable et la RSE et l'internationalisation et l'interconnexion des marchés.

Le grade universitaire atteste l'acquisition d'un socle de connaissances et de compétences dans un champ disciplinaire ou pluridisciplinaire et sanctionne une formation adossée aux connaissances les plus avancées au niveau de qualification considéré.

ACTIVITÉS VISÉES

- Conception et pilotage d'une stratégie de marque pour la mode et le luxe
- Construction et développement d'une offre produits à forte valeur ajoutée créative
- Elaboration d'une stratégie marketing et de distribution cross canal dans le secteur mode et luxe
- Développement d'une stratégie de communication mode et luxe afin de définir et promouvoir l'image d'un produit ou d'une marque

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Compétences transversales

- Identifier les usages numériques et les impacts de leur évolution sur le ou les domaines concernés par la mention

- Se servir de façon autonome des outils numériques avancés pour un ou plusieurs métiers ou secteurs de recherche du domaine
 - Mobiliser des savoirs hautement spécialisés, dont certains sont à l'avant-garde du savoir dans un domaine de travail ou d'études, comme base d'une pensée originale
 - Développer une conscience critique des savoirs dans un domaine et/ou à l'interface de plusieurs domaines
 - Résoudre des problèmes pour développer de nouveaux savoirs et de nouvelles procédures et intégrer les savoirs de différents domaines
 - Apporter des contributions novatrices dans le cadre d'échanges de haut niveau, et dans des contextes internationaux
 - Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte les enjeux, les problématiques et la complexité d'une demande ou d'une situation afin de proposer des solutions adaptées et/ou innovantes en respect des évolutions de la réglementation
 - Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation
 - Communiquer à des fins de formation ou de transfert de connaissances, par oral et par écrit, en français et dans au moins une langue étrangère
 - Gérer des contextes professionnels ou d'études complexes, imprévisibles et qui nécessitent des approches stratégiques nouvelles
 - Prendre des responsabilités pour contribuer aux savoirs et aux pratiques professionnelles et/ou pour réviser la performance stratégique d'une équipe
 - Conduire un projet (conception, pilotage, coordination d'équipe, mise en œuvre et gestion, évaluation, diffusion) pouvant mobiliser des compétences pluridisciplinaires dans un cadre collaboratif
 - Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique dans le cadre d'une démarche qualité
 - Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité sociale et environnementale
 - Prendre en compte la problématique du handicap et de l'accessibilité dans chacune de ses actions professionnelles
- Compétences spécifiques
- Analyser la concurrence et les tendances de marché (marques concurrentes, tendances de mode, styles de vie et comportements des consommateurs) à l'international
 - Définir l'ADN d'une marque de mode ou de luxe, tenant compte du patrimoine de la marque, de son savoir-faire spécifique et de ses évolutions
 - Analyser les évolutions technologiques et sociétales impactant le comportement d'un consommateur de mode et de luxe
 - Définir les besoins et attentes des consommateurs en termes de proposition de valeur, de style, de produits et de services
 - Déployer une stratégie marketing digitale dans tous les secteurs d'activité de la mode, du luxe et du design
 - Intégrer l'impact du digital sur les business modèles et la gestion de l'innovation d'une marque de mode et de luxe
 - Développer une stratégie prix cohérente pour les produits de luxe et collections de mode
 - Optimiser l'offre produit dans les différents points de vente en tenant compte des spécificités locales, des tendances et des préférences culturelles
 - Construire une stratégie Customer Relationship Management (CRM) mettant l'accent sur la personnalisation, la fidélisation et l'engagement des clients internationaux
 - Définir le cycle de vie d'un produit de mode et de luxe et analyser la performance commerciale
 - Manager des équipes multiculturelles et créatives
 - Définir les axes stratégiques de développement de nouveaux produits et/ou marchés dans la mode et le luxe
 - Elaborer une structure de collection en fonction des prévisions de vente, de la saisonnalité et des tendances
 - Préparer un brief de collection pour les équipes du studio et du développement
 - Présenter une collection aux équipes commerciales et retail
 - Développer une approche stratégique de la fonction achat dans les univers mode et luxe
 - Organiser la gestion et le développement d'un réseau de distribution cross canal et international pour une marque de mode et de luxe
 - Analyser les tendances de consommation mode et luxe à l'international
 - Intégrer les nouveaux paramètres de l'expérience client dans la stratégie d'achat d'un consommateur de mode et de luxe
 - Définir une politique merchandising et distribution pour une marque de mode et de luxe

- Mettre en place une stratégie d'influence et de communication adaptée, en intégrant les spécificités liées à l'ADN de marque et à la vision créative du directeur artistique
- Piloter une approche stratégique du merchandising visuel mode et luxe
- Intégrer la dimension digitale dans la stratégie de communication d'une marque de mode ou de luxe
- Créer du contenu de marque (texte, image, vidéo)
- Concevoir les outils de communication adaptés : site internet, réseaux sociaux, relations presse, événementiel, etc
- Développer la présence de la marque sur le web et les réseaux sociaux en tenant compte des spécificités du secteur de la mode et du luxe
- Gérer les relations avec la presse et les réseaux d'influence

Blocs de compétences

RNCP37695BC01 — Mettre en oeuvre les usages avancés et spécialisés des outils numériques

LISTE DE COMPÉTENCES

- Identifier les usages numériques et les impacts de leur évolution sur le ou les domaines concernés par la mention
- Se servir de façon autonome des outils numériques avancés pour un ou plusieurs métiers ou secteurs de recherche du domaine

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Rédaction de notes de synthèse et mises en pratique

RNCP37695BC02 — Produire et mobiliser des savoirs hautement spécialisés

LISTE DE COMPÉTENCES

- Mobiliser des savoirs hautement spécialisés, dont certains sont à l'avant-garde du savoir dans un domaine de travail ou d'études, comme base d'une pensée originale
- Développer une conscience critique des savoirs dans un domaine et/ou à l'interface de plusieurs domaines
- Résoudre des problèmes pour développer de nouveaux savoirs et de nouvelles procédures et intégrer les savoirs de différents domaines
- Apporter des contributions novatrices dans le cadre d'échanges de haut niveau, et dans des contextes internationaux
- Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte les enjeux, les problématiques et la complexité d'une demande ou d'une situation afin de proposer des solutions adaptées et/ou innovantes en respect des évolutions de la réglementation

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Rédaction et soutenance d'un mémoire de recherche individuel

RNCP37695BC03 — Mettre en oeuvre une communication spécialisée pour le transfert de connaissances

LISTE DE COMPÉTENCES

- Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation
- Communiquer à des fins de formation ou de transfert de connaissances, par oral et par écrit, en français et dans au moins une langue étrangère

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Présentation orale en anglais de l'atelier commun aux programmes de management et de création

Mises en situation orales individuelles sur l'élaboration d'un pitch

Évaluation écrite et orale des cours de langue

RNCP37695BC04 — Contribuer à la transformation en contexte professionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

- Gérer des contextes professionnels ou d'études complexes, imprévisibles et qui nécessitent des approches stratégiques nouvelles
- Prendre des responsabilités pour contribuer aux savoirs et aux pratiques professionnelles et/ou pour réviser la performance stratégique d'une équipe
- Conduire un projet (conception, pilotage, coordination d'équipe, mise en œuvre et gestion, évaluation, diffusion)

pouvant mobiliser des compétences pluridisciplinaires dans un cadre collaboratif

- Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique dans le cadre d'une démarche qualité
- Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité environnementale
- Prendre en compte la problématique du handicap et de l'accessibilité dans chacune de ses actions professionnelles

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Soutenance orale de l'atelier commun aux programmes de management et de création

Rendu et soutenance de cas réels d'entreprises

Rédaction d'un rapport et soutenance de stage

RNCP37695BC05 — Concevoir et piloter la stratégie de marque d'une entreprise de mode et luxe à l'international

LISTE DE COMPÉTENCES

- Analyser la concurrence et les tendances de marché (marques concurrentes, tendances de mode, styles de vie et comportements des consommateurs) à l'international
- Définir l'ADN d'une marque de mode ou de luxe, tenant compte du patrimoine de la marque, de son savoir-faire spécifique et de ses évolutions
- Analyser les évolutions technologiques et sociétales impactant le comportement d'un consommateur de mode et de luxe
- Définir les besoins et attentes des consommateurs en termes de proposition de valeur, de style, de produits et de services

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Rédaction de notes de synthèse pour les cours d'histoire et culture, de compréhension des marchés et comportement des consommateurs

Rédaction d'un rapport individuel, avec soutenance orale, sur l'histoire, la stratégie commerciale, et les enjeux futurs d'une marque de luxe au choix

Soutenance des cas d'entreprises

RNCP37695BC06 — Développer un plan stratégique marketing, ventes, finances dans le secteur mode et luxe

LISTE DE COMPÉTENCES

- Déployer une stratégie marketing digitale dans tous les secteurs d'activité de la mode, du luxe et du design
- Intégrer l'impact du digital sur les business modèles et la gestion de l'innovation d'une marque de mode et de luxe
- Développer une stratégie prix cohérente pour les produits de luxe et collections de mode
- Optimiser l'offre produit dans les différents points de vente en tenant compte des spécificités locales, des tendances et des préférences culturelles
- Construire une stratégie Customer Relationship Management (CRM) mettant l'accent sur la personnalisation, la fidélisation et l'engagement des clients internationaux
- Définir le cycle de vie d'un produit de mode et de luxe et analyser la performance commerciale
- Manager des équipes multiculturelles et créatives

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situation en marketing, finance et opérations

Soutenance orale des cas d'entreprises

Soutenance orale du projet de groupe de l'atelier commun aux programmes de management et de création

RNCP37695BC07 — Concevoir et piloter une offre produits à forte valeur ajoutée créative

LISTE DE COMPÉTENCES

- Définir les axes stratégiques de développement de nouveaux produits et/ou marchés dans la mode et le luxe
- Elaborer une structure de collection en fonction des prévisions de vente, de la saisonnalité et des tendances
- Préparer un brief de collection pour les équipes du studio et du développement
- Présenter une collection aux équipes commerciales et retail

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Soutenance orale des ateliers expérientiels produit

Exercice de mise en pratique et études de cas en management produit et merchandising

RNCP37695BC08 — Piloter le merchandising / achat / retail mode et luxe sur les marchés internationaux

LISTE DE COMPÉTENCES

- Développer une approche stratégique de la fonction achat dans les univers mode et luxe
- Organiser la gestion et le développement d'un réseau de distribution cross canal et international pour une marque de mode et de luxe
- Analyser les tendances de consommation mode et luxe à l'international
- Intégrer les nouveaux paramètres de l'expérience client dans la stratégie d'achat d'un consommateur de mode et de luxe
- Définir une politique merchandising et distribution pour une marque de mode et de luxe

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situation en merchandising et distribution

Soutenance orale des ateliers expérientiels

Création (dossier et oral) d'un assortiment magasin pertinent sur le marché et en accord avec une nouvelle collection présentée en défilé

RNCP37695BC09 — Définir et promouvoir l'image d'un produit ou d'une marque de mode ou de luxe

LISTE DE COMPÉTENCES

- Mettre en place une stratégie d'influence et de communication adaptée, en intégrant les spécificités liées à l'ADN de marque et à la vision créative du directeur artistique
- Piloter une approche stratégique du merchandising visuel mode et luxe
- Intégrer la dimension digitale dans la stratégie de communication d'une marque de mode ou de luxe
- Créer du contenu de marque (texte, image, vidéo)
- Concevoir les outils de communication adaptés : site internet, réseaux sociaux, relations presse, événementiel, etc
- Développer la présence de la marque sur le web et les réseaux sociaux en tenant compte des spécificités du secteur de la mode et du luxe
- Gérer les relations avec la presse et les réseaux d'influence

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Rédaction de notes de synthèse ou présentation orale pour les cours d'identité de marque et positionnement, influence marketing, direction artistique et création d'images

Présentation du design du merchandising visuel d'une boutique (dossier et oral) d'une marque de prêt-à-porter

Présentation d'un projet de communication multimédia (podcast, video, webdesign) pour mettre en œuvre une stratégie de communication de marque (dossier et soutenance)

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les secteurs d'activité accessibles sont en premier lieu ceux liés au textile, à la mode et au luxe (prêt-à-porter, lingerie, maroquinerie, chaussure, horlogerie, joaillerie) mais aussi les secteurs des parfums et cosmétiques, du sport, de l'hôtellerie ou de l'univers de la maison.

Codes NAF :

14 Industrie de l'habillement

15 Industrie du cuir et de la chaussure

20.42 Fabrication de parfums et de produits pour la toilette

32.12 Fabrication d'articles de joaillerie et bijouterie

47.71 Commerce de détail d'habillement en magasin spécialisé

47.19A Grands magasins

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Les trois principaux métiers occupés à l'issue de la certification sont la communication, le sales merchandising et le marketing. A ces trois grands métiers s'ajoutent le développement produit, les achats, les ventes et le collection merchandising. La répartition des postes occupés après quelques années d'expérience professionnelle est globalement la même que celle en début de carrière, avec toujours ces trois blocs : (1) marketing/développement produit/collection management, (2) merchandising/retail/achats/vente et (3) communication. La certification ouvre notamment aux emplois suivants :

- Responsable commercial international
- Responsable merchandising
- E-merchandiser
- Responsable des relations publiques
- Responsable de magasin de détail
- Customer Relationship Manager (CRM)
- Responsable de la relation clientèle

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 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 753 €
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) R3X80 — Maîtrise des magasins · tension 2/5 (Faible) 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) R4X92 — Cadres du management des magasins · tension 1/5 (Très 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)	22 527
Jugés difficiles à recruter	29 %
Emplois saisonniers	13 %
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux R3X80 — Maîtrise des magasins R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique R4X92 — Cadres du management des magasins U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

Respect des conditions d'assiduité

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

Le jury est composé de :

- un président enseignant-chercheur désigné par le recteur
- le recteur ou son représentant
- un représentant de la direction de l'établissement
- des enseignants et enseignants-chercheurs de l'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	9 157 €
-------------------------	---------

Selon la branche	7 000 € – 12 000 €
------------------	--------------------

Prise en charge	Branches concernées
9 157 €	Valeur par défaut · 208 branches
12 000 €	CPNE Travail Temporaire, CPNEFP de l'enseignement privé indépendant
10 000 €	CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique
9 000 €	CPNE chimie
7 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement	31/08/2026
-------------------------------------	------------

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2020	144	0	83 %	—
2019	123	0	75 %	—

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)
RNCP42683

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/37695/>