

Diplôme en Gestion du Luxe

RNCP41182 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Sigle	DipViGrM — Diplôme visé grade de master
Code(s) NSF	310p, 311p, 312p
Formacode(s)	32054, 34085, 32154, 46301, 34057
Code(s) ROME	D1506, D1301, M1700, M1704
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/08/2028

Certificateur(s)

ASSOCIATION GROUPE ESSEC · SIRET : 77566395800046

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

Partenaires habilités

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

Organisme	SIRET	Habilitation
SDA Bocconi School of Management	—	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le secteur du luxe a connu une évolution significative au cours des dernières décennies, sous l'effet des révolutions constantes des technologies numériques, des marchés internationaux et des nouvelles tendances de consommation. Les entreprises de ce secteur ont besoin de nouveaux talents, à la fois créatifs et hautement qualifiés, pour répondre à ces défis.

La certification s'adresse à de jeunes professionnels, de toutes nationalités, qui aspirent à devenir les futurs leaders mondiaux du secteur du luxe, capables de comprendre et d'anticiper les évolutions de cette industrie prestigieuse.

La certification prépare en effet à des carrières de direction stratégique au sein de grandes maisons et de marques internationales du luxe, et atteste de compétences à la fois générales en management d'entreprise et spécifiques au secteur du luxe, permettant une approche innovante et créative des enjeux de développement de la marque, de fidélisation et d'expérience client, tout en plaçant la durabilité et l'éthique au cœur des stratégies de croissance des industries du luxe.

ACTIVITÉS VISÉES

Analyse et veille stratégique dans le secteur du luxe

- Collecte et analyse des données économiques, technologiques et sociales liées au marché du luxe
- Veille sur les innovations numériques et technologiques qui influencent le secteur du luxe
- Identification des tendances clés du secteur du luxe et des évolutions du comportement des consommateurs

Définition de stratégies innovantes pour le secteur du luxe

- Définition des axes de développement stratégiques à moyen et long terme
- Intégrer les enjeux environnementaux et durables, les innovations digitales et l'intelligence artificielle dans la stratégie

- Anticipation des risques et des opportunités de croissance pour la marque

Développement d'une stratégie marketing

- Conception d'un plan marketing en lien avec le positionnement de la marque et les spécificités du secteur
- Elaboration d'un media planning
- Intégration des tendances et innovations, notamment numériques, pour optimiser la stratégie de marketing, incluant le marketing digital
- Suivi des performances des actions marketing à l'aide de KPI

Planification d'actions de fidélisation clients

- Elaboration d'un programme de fidélisation, digital et boutique physique, répondant aux attentes des clients
- Conception d'expériences immersives et créative en magasin
- Mise en place de stratégies relationnelles personnalisées basées sur l'analyse des comportements clients

Conception de stratégies de distribution et d'approvisionnement pour le luxe.

- Définition des objectifs commerciaux pour les canaux physiques et digitaux
- Coordination des actions de vente en tenant compte des spécificités de chaque canal
- Négociation des accords commerciaux avec les distributeurs et partenaires
- Intégration des critères de durabilité et d'éthique dans la chaîne d'approvisionnement

Optimisation de la performance des opérations de distribution dans le secteur du luxe

- Analyse des données de vente et des retours clients pour mesurer la performance
- Mise en place de processus de gestion des stocks et des ressources humaines
- Optimisation des outils digitaux pour améliorer l'efficacité des opérations
- Ajustement des stratégies commerciales en fonction des résultats et des objectifs de croissance durable

Gestion des ressources financières et budgétaires dans le secteur du luxe

- Définition d'un budget annuel et pluriannuel pour la marque
- Contrôle des ressources financières avec les prévisions budgétaires annuelles et pluriannuelles
- Suivi des dépenses et des coûts et mise en place de mesures correctives en fonction des écarts observés par rapport aux objectifs

Sécurisation juridique des opérations dans le secteur du luxe

- Suivi des obligations réglementaires et juridiques, et des législations spécifiques au secteur du luxe pour garantir la viabilité et la conformité des opérations
- Contrôle de la conformité légale des aspects contractuels avec les partenaires, les distributeurs et les fournisseurs
- Vérification de la conformité aux règles RGPD

Gestion des talents et développement des compétences dans le secteur du luxe

- Recrutement en veillant à l'alignement avec les valeurs de l'entreprise
- Développement des compétences des équipes à travers des plans de formation adaptés aux besoins du secteur du luxe
- Prise en compte des enjeux de diversité et d'inclusion

Management inclusif et responsabilité sociale dans le secteur du luxe

- Mise en place d'une politique RSE intégrant les enjeux d'inclusion, de diversité et de durabilité
- Prise en compte des besoins spécifiques des personnes en situation de handicap dans la gestion des ressources humaines

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Mettre en place un dispositif de veille stratégique, en collectant des données économiques, technologiques et sociales issues de sources spécialisées, et en définissant des procédures de suivi, en vue de disposer d'informations actualisées sur les évolutions du secteur du luxe, et notamment les innovations digitales et durables.
- Analyser les données issues de la veille, en exploitant les informations collectées à l'aide d'outils d'analyse adaptés, pour identifier les tendances du marché du luxe et les évolutions du comportement des consommateurs.
- Définir les axes de développement stratégiques, en tenant compte des évolutions du marché du luxe et des enjeux de durabilité, de RSE, des innovations digitales et de l'intelligence artificielle, de manière à proposer une feuille de route cohérente à moyen et long terme.
- Élaborer une stratégie de développement, en intégrant les opportunités et risques identifiés à partir de l'analyse de la veille, notamment sur les aspects digitaux et d'intelligence artificielle, afin de garantir la compétitivité et la durabilité des actions de la marque.
- Élaborer un plan marketing stratégique, en tenant compte des spécificités de la marque et de son positionnement, et en intégrant les tendances et les innovations, notamment digitales, du secteur du luxe, afin de positionner la

marque sur les marchés cibles.

- Élaborer un media planning adapté au secteur du luxe, en sélectionnant les canaux de communication les plus pertinents (digitaux, traditionnels, événementiels), en optimisant la répartition des budgets, et en définissant un calendrier stratégique des actions de marketing, afin d'assurer une visibilité cohérente de la marque auprès des clients cibles dans le secteur du luxe.
- Mesurer la performance des actions marketing et de fidélisation mises en oeuvre, en définissant et en suivant des indicateurs clés de performance adaptés au secteur du luxe (KPI), de manière à évaluer l'efficacité des campagnes et ajuster les stratégies si nécessaire.
- Développer des stratégies de fidélisation adaptées au secteur du luxe, en respectant les attentes des consommateurs, et en mettant en place de stratégies relationnelles personnalisées basées sur l'analyse des comportements clients, en vue de renforcer l'engagement des clients envers la marque.
- Concevoir des expériences innovantes en boutique, en proposant des stratégies créatives et immersives, adaptées aux attentes spécifiques des clients du luxe, pour attirer un flux de clients plus important et augmenter le trafic en magasin.
- Élaborer une stratégie retail multicanale, en définissant les objectifs commerciaux pour les canaux de distribution physiques et digitaux, en vue de maximiser la portée et la rentabilité des actions commerciales.
- Développer une stratégie d'approvisionnement durable et éthique, en tenant compte des relations avec les distributeurs et partenaires, et en négociant des accords commerciaux, afin de faciliter la distribution des produits en alignement avec les objectifs de durabilité et de croissance de la marque.
- Suivre la performance des canaux de distribution, en analysant les données issues des ventes et des retours clients, afin d'évaluer la cohérence avec les objectifs de croissance et les objectifs durables de la marque.
- Optimiser la gestion opérationnelle des points de vente, en mettant en place des processus de gestion des stocks, des ressources humaines et des outils digitaux adaptés au secteur du luxe, de manière à maximiser l'efficacité et la rentabilité des points de vente.
- Élaborer le budget annuel et pluriannuel de la marque, en collectant et analysant ses données financières et celles du secteur, et en évaluant les besoins financiers des projets, pour garantir leur viabilité économique et financière dans le secteur du luxe.
- Contrôler la mobilisation des ressources financières, en analysant régulièrement les écarts avec les objectifs financiers définis, et en mettant en place une stratégie de gestion des risques, pour assurer le bon usage des ressources et l'ajuster avec des mesures correctives si nécessaire.
- Contrôler le cadre juridique, réglementaire et fiscal, en suivant l'évolution des réglementations, des législations spécifiques au secteur du luxe et des aspects juridiques liés au digital, notamment les règles relatives au RGPD, afin d'assurer la conformité des opérations.
- Gérer les aspects contractuels liés aux partenariats et à la distribution, en sécurisant les accords commerciaux, y compris ceux relatifs aux transactions digitales, de manière à garantir la viabilité des relations contractuelles dans le respect des exigences légales.
- Superviser la gestion des talents, en mettant en place des processus de recrutement inclusifs et en tenant compte des spécificités du secteur du luxe, afin de constituer des équipes variées et adaptées aux besoins de la marque.
- Développer les compétences des équipes, en assurant l'accompagnement des collaborateurs, notamment les personnes en situation de handicap, et en intégrant les enjeux de RSE, en vue d'améliorer les performances individuelles et collectives.
- Gérer des équipes multiculturelles, en adaptant les pratiques de management aux diversités culturelles et aux spécificités des collaborateurs internationaux, de manière à favoriser une collaboration harmonieuse et efficace au sein des équipes.
- Adapter les processus de gestion RH et les environnements de travail en prenant en compte les besoins des personnes en situation de handicap, dans le but de favoriser l'inclusion au sein des équipes travaillant pour la marque.

Blocs de compétences

RNCP41182BC01 — Définir une stratégie de développement dans le secteur du luxe

LISTE DE COMPÉTENCES

Mettre en place un dispositif de veille stratégique, en collectant des données économiques, technologiques et sociales issues de sources spécialisées, et en définissant des procédures de suivi, en vue de disposer d'informations

actualisées sur les évolutions du secteur du luxe, et notamment les innovations digitales et durables.
Analyser les données issues de la veille, en exploitant les informations collectées à l'aide d'outils d'analyse adaptés, pour identifier les tendances du marché du luxe et les évolutions du comportement des consommateurs.
Définir les axes de développement stratégiques, en tenant compte des évolutions du marché du luxe et des enjeux de durabilité, de RSE, des innovations digitales et de l'intelligence artificielle, de manière à proposer une feuille de route cohérente à moyen et long terme.
Élaborer une stratégie de développement, en intégrant les opportunités et risques identifiés à partir de l'analyse de la veille, notamment sur les aspects digitaux et d'intelligence artificielle, afin de garantir la compétitivité et la durabilité des actions de la marque

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Business simulation

:

Réunis en groupe, les candidats sont placés dans une situation d'équipe de conseil stratégique spécialisé dans le secteur du luxe. Chaque groupe se voit soumettre une problématique rencontrée par une maison de luxe et fournit une analyse contextuelle de la problématique, incluant les enjeux de durabilité et d'innovations digitales et technologiques, pour proposer des recommandations stratégiques sous la forme d'une feuille de route stratégique à moyen et long terme.

Modalité collective : Rédaction d'un rapport présentant l'analyse des données issues de la veille stratégique ainsi que les axes de développement stratégiques proposés.

Modalité individuelle : Présentation orale des conclusions tirées de l'analyse de la veille stratégique et du plan stratégique à moyen et long terme, incluant les enjeux d'innovation et de durabilité du marché du luxe.

RNCP41182BC02 — Concevoir des stratégies marketing et de fidélisation dans le secteur du luxe

LISTE DE COMPÉTENCES

Elaborer un plan marketing stratégique, en tenant compte des spécificités de la marque et de son positionnement, et en intégrant les tendances et les innovations, notamment digitales, du secteur du luxe, afin de positionner la marque sur les marchés cibles.

Élaborer un media planning adapté au secteur du luxe, en sélectionnant les canaux de communication les plus pertinents (digitaux, traditionnels, événementiels), en optimisant la répartition des budgets, et en définissant un calendrier stratégique des actions de marketing, afin d'assurer une visibilité cohérente de la marque auprès des clients cibles dans le secteur du luxe.

Mesurer la performance des actions marketing et de fidélisation mises en oeuvre, en définissant et en suivant des indicateurs clés de performance adaptés au secteur du luxe (KPI), de manière à évaluer l'efficacité des campagnes et ajuster les stratégies si nécessaire.

Développer des stratégies de fidélisation adaptées au secteur du luxe, en respectant les attentes des consommateurs, et en mettant en place de stratégies relationnelles personnalisées basées sur l'analyse des comportements clients, en vue de renforcer l'engagement des clients envers la marque.

Concevoir des expériences innovantes en boutique, en proposant des stratégies créatives et immersives, adaptées aux attentes spécifiques des clients du luxe, pour attirer un flux de clients plus important et augmenter le trafic en magasin.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas marketing et fidélisation :

Réunis en groupe, les candidats sont placés dans une situation de consultants marketing spécialisés dans le secteur du luxe. Chaque groupe se voit soumettre une problématique réelle d'une marque de luxe portant sur le renforcement de sa stratégie marketing et de fidélisation client. Les candidats doivent analyser le positionnement actuel de la marque, définir un plan marketing stratégique, développer des stratégies de fidélisation adaptées, et concevoir des expériences innovantes en boutique pour augmenter le trafic tout en garantissant des relations clients durables.

Modalité collective : Rédaction d'un rapport détaillant l'analyse du positionnement de la marque, le plan marketing stratégique, la proposition de la valeur de la marque, les stratégies de fidélisation, les expériences en boutique et les indicateurs de performance proposés.

Modalité individuelle : Présentation orale des recommandations stratégiques, incluant une synthèse du plan marketing, des actions de fidélisation préconisées et l'expérience client en boutique, ainsi que la manière de mesurer leur efficacité et de maintenir une relation durable avec les clients.

RNCP41182BC03 — Optimiser l'offre produit et la performance retail dans le secteur luxe

LISTE DE COMPÉTENCES

Élaborer une stratégie retail multicanale, en définissant les objectifs commerciaux pour les canaux de distribution physiques et digitaux, en vue de maximiser la portée et la rentabilité des actions commerciales.

Développer une stratégie d'approvisionnement durable et éthique, en tenant compte des relations avec les distributeurs et partenaires, et en négociant des accords commerciaux, afin de faciliter la distribution des produits en alignement avec les objectifs de durabilité et de croissance de la marque.

Suivre la performance des canaux de distribution, en analysant les données issues des ventes et des retours clients, afin d'évaluer la cohérence avec les objectifs de croissance et les objectifs durables de la marque.

Optimiser la gestion opérationnelle des points de vente, en mettant en place des processus de gestion des stocks, des ressources humaines et des outils digitaux adaptés au secteur du luxe, de manière à maximiser l'efficacité et la rentabilité des points de vente.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas réel :

Le candidat analyse le cas d'une marque de luxe et propose une stratégie de retail incluant l'analyse des tendances, la définition des indicateurs de performance, la gestion des points de vente physiques et digitaux et des préconisations sur la gestion des relations à établir avec les distributeurs et partenaires, en intégrant des enjeux d'approvisionnement durable et des pratiques éthiques.

Modalité individuelle : Présentation orale des recommandations.

RNCP41182BC04 — Gérer les ressources financières et le cadre juridique dans le secteur du luxe

LISTE DE COMPÉTENCES

Élaborer le budget annuel et pluriannuel de la marque, en collectant et analysant ses données financières et celles du secteur, et en évaluant les besoins financiers des projets, pour garantir leur viabilité économique et financière dans le secteur du luxe.

Contrôler la mobilisation des ressources financières, en analysant régulièrement les écarts avec les objectifs financiers définis, et en mettant en place une stratégie de gestion des risques, pour assurer le bon usage des ressources et l'ajuster avec des mesures correctives si nécessaire.

Contrôler le cadre juridique, réglementaire et fiscal, en suivant l'évolution des réglementations, des législations spécifiques au secteur du luxe et des aspects juridiques liés au digital, notamment les règles relatives au RGPD, afin d'assurer la conformité des opérations.

Gérer les aspects contractuels liés aux partenariats et à la distribution, en sécurisant les accords commerciaux, y compris ceux relatifs aux transactions digitales, afin de garantir la viabilité des relations contractuelles dans le respect des exigences légales.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas :

Le candidat analyse un cas réel, incluant les aspects financiers et juridiques d'un projet de développement d'une marque de luxe. Il propose un budget prévisionnel ainsi que des modalités de suivi des ressources, et il présente un plan de gestion des risques, financiers et juridiques et des solutions afin de sécuriser les partenariats de distribution, physiques et digitaux.

Modalité individuelle : Présentation orale.

RNCP41182BC05 — Manager les ressources humaines et assurer une politique inclusive dans le secteur du luxe

LISTE DE COMPÉTENCES

Superviser la gestion des talents, en mettant en place des processus de recrutement inclusifs et en tenant compte des spécificités du secteur du luxe, afin de constituer des équipes variées et adaptées aux besoins de la marque.

Développer les compétences des équipes, en assurant l'accompagnement des collaborateurs, notamment les personnes en situation de handicap, et en intégrant les enjeux de RSE, en vue d'améliorer les performances individuelles et collectives.

Gérer des équipes multiculturelles, en adaptant les pratiques de management aux diversités culturelles et aux spécificités des collaborateurs internationaux, de manière à favoriser une collaboration harmonieuse et efficace au sein des équipes.

Adapter les processus de gestion RH et les environnements de travail en prenant en compte les besoins des

personnes en situation de handicap, dans le but de favoriser l'inclusion au sein des équipes travaillant pour la marque.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle :

Placé dans la situation d'un responsable des ressources humaines, le candidat réalise le recrutement d'une équipe projet et propose un plan de management inclusif, incluant des actions de développement des compétences et adaptable aux diversités culturelles, permettant de mettre en oeuvre les projets de développement d'une marque de luxe.

Modalité individuelle : Présentation orale individuelle.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les certifiés peuvent évoluer dans tout type d'organisation, en France comme à l'étranger, évoluant dans le secteur du luxe :

- Grandes Maisons
- Industries spécialisées dans les produits de luxe
- PME/Start-up du Luxe
- Cabinets de conseil
- Agences de communication

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Responsable/directeur de département dans une maison de luxe
- Responsable / directeur de boutique
- Manager de Projet de développement de marque de luxe
- Manager des Ventes
- Responsable Merchandising / Visual Merchandising / E-merchandising
- Responsable commercial / E-Commerce
- Responsable Lancements Produits
- Manager réseaux
- Customer Relationship Manager (CRM)

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)	2 825 €
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)
Projets de recrutement (BMO 2026)	17 181
Jugés difficiles à recruter	31 %

Emplois saisonniers	10 %
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

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Apprentissage, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

L'admission à la formation permettant l'obtention du diplôme Gestion du luxe est possible pour :

- les titulaires du diplôme d'enseignement supérieur français sanctionnant au moins trois années d'études après le baccalauréat.
- les titulaires d'un diplôme d'enseignement supérieur étranger sanctionnant au moins trois années d'études supérieures.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, APPRENTISSAGE

Le jury de certification est composé comme suit :

- Un président du jury, qui est obligatoirement un professeur des universités ou maître de conférences ou d'un corps assimilé,
- :
- Le directeur académique de la formation
- Le directeur des études de la formation
- Et au minimum un professeur du groupe ESSEC enseignant dans la formation.

Le président du jury ainsi que son suppléant sont nommés par le recteur d'académie sur proposition du directeur d'école.

COMPOSITION DU JURY — VAE

Le jury de certification est composé comme suit :

- Deux professionnels en activité, dans le domaine concerné, l'un des deux professionnels étant Président du Jury.
- Deux académiques, le directeur académique du programme et un professeur intervenant extérieur

En cas de partage des voix, le vote du Président du Jury est prépondérant.

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement	31/08/2028
Date de dernière délivrance possible	31/08/2033

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/41182/>