

Diplôme d'études en affaires et économie internationales du luxe

RNCP42568 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	DIPLOVIS — Diplôme visé
Code(s) NSF	310, 312, 312t
Formacode(s)	34260, 32654
Code(s) ROME	M1706, M1703, M1707, M1705, D1408
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/08/2031

Certificateur(s)

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

ECOLE DES DIRIGEANTS ET CREATEURS D'ENTREPRISES · SIRET : 40249993300032

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Diplôme d'études en affaires et économie internationales du luxe constitue un programme de formation en trois années visant à doter les étudiants des compétences fondamentales en commerce international, management et gestion d'entreprise, appliquées aux spécificités du secteur du luxe. Il a pour objectif de former des professionnels capables de comprendre les dynamiques économiques et géopolitiques, de contribuer à la définition des stratégies marketing et communication internationales, de gérer la performance financière et la conformité réglementaire, tout en intégrant les enjeux éthiques, sociaux et environnementaux propres à l'industrie du luxe. La formation prépare ainsi les diplômés à contribuer au développement des organisations du luxe, en mobilisant des savoir-faire transversaux en marketing, finance, opérations, communication et management interculturel.

ACTIVITÉS VISÉES

Appréhension de la conjoncture économique et géopolitique et analyse des marchés mondiaux du luxe (concurrence, culture, tendances).

Définition du positionnement haut de gamme et stratégies de pénétration.

Participation à la définition de stratégies marketing digitales et luxe.

Analyse des spécificités et stratégies de l'ensemble des secteurs du luxe (haute joaillerie et haute horlogerie, mode et beauté,

immobilier et design, haute gastronomie et hôtellerie, vins et spiritueux, art de la table et art du voyage).

Choix et évaluation des fournisseurs et partenaires dans le respect des standards de qualité et de durabilité propres au luxe.

Organisation de la logistique internationale des produits de luxe (transport, délais, conformité).

Pilotage des différents canaux de distribution sélectifs afin d'assurer la cohérence de l'expérience client.

Déploiement des actions de relation client en utilisant des outils CRM pour renforcer la personnalisation et la fidélisation.

Construction de budgets et indicateurs de performance adaptés au luxe.

Suivi de la rentabilité des collections, boutiques, partenariats.

Respect des cadres juridiques et fiscaux internationaux.

Communication professionnelle en français et en anglais (oral et écrit).

Usage avancé des outils numériques (data, e marketing, réseaux sociaux).
Modélisation, tableaux de bord, et visualisation des données décisionnelles.
Coordination de projets internationaux (ex. implantation, co-branding).
Management d'équipes multiculturelles avec leadership interculturel.
Gestion du changement et de l'innovation.
Analyse critique et synthèse des données pour éclairer la décision.
Identification des enjeux RSE spécifiques au secteur du luxe (traçabilité, approvisionnement responsable, éco-conception).
Intégration des principes éthiques et de durabilité dans les projets et actions menés au sein de l'organisation.
Participation à des actions de sensibilisation et de communication interne pour diffuser une culture inclusive et responsable.
Exploration des opportunités professionnelles et des trajectoires de carrière dans le secteur du luxe.
Contribution à un projet ou à une activité opérationnelle au sein d'une organisation du luxe, dans le cadre d'un stage.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Analyser des données économiques et concurrentielles en utilisant des outils de veille afin d'identifier les opportunités et menaces sur les marchés internationaux.
Collecter des informations qualitatives et quantitatives auprès de sources spécialisées pour anticiper les évolutions sectorielles du luxe.
Contribuer à la définition du positionnement produit en réalisant des benchmarks afin de soutenir la différenciation de l'offre sur les marchés étrangers.
Adapter l'offre en intégrant les spécificités culturelles et réglementaires locales pour faciliter son acceptation dans un contexte international.
Sélectionner des fournisseurs et partenaires en menant des contrôles qualité et RSE afin de garantir la conformité et l'image haut de gamme de la marque.
Appliquer des techniques de négociation interculturelle en respectant les standards du luxe pour sécuriser des contrats d'approvisionnement internationaux.
Organiser les flux logistiques avec des outils de supply chain management afin d'assurer la disponibilité des produits et optimiser les coûts.
Coordonner les canaux de distribution sélectifs en respectant les accords commerciaux afin de garantir la cohérence de l'image de la marque.
Mettre en œuvre des dispositifs de relation client en exploitant un CRM pour s'adresser à des cibles diverses et renforcer leur fidélisation.
Élaborer des budgets prévisionnels et business plans multicanaux, en mobilisant des outils de modélisation financière, pour sécuriser la trajectoire économique de la marque.
Analyser la rentabilité des collections, boutiques et partenariats, à l'aide de tableaux de bord analytiques, afin d'orienter les décisions d'allocation de ressources.
Mettre en place un dispositif de tableaux de bord financiers automatisé, en consolidant les données opérationnelles, pour fournir des indicateurs fiables aux parties prenantes.
Assurer la conformité juridique, fiscale et douanière des opérations internationales, en appliquant les réglementations en vigueur et en coordonnant des experts spécialisés, afin de limiter les risques et préserver la réputation de la marque.
Piloter des audits internes et des plans de maîtrise des risques, en évaluant les procédures de contrôle interne, pour garantir la pérennité financière et la conformité éthique de l'organisation.
Concevoir des supports de communication multilingues premium, en mobilisant des outils de création graphiques et éditoriaux, afin de promouvoir la marque de luxe sur les marchés internationaux.
Déployer des campagnes digitales omnicanales, à l'aide de plateformes d'automatisation et de gestion de contenus, pour accroître la visibilité et l'engagement de la communauté.
Exploiter les données issues des outils d'analyse web et des médias sociaux, en construisant des tableaux de bord, pour mesurer la performance et optimiser les actions marketing.
Garantir la cohérence de la marque sur tous les points de contact numériques, en appliquant les chartes éditoriales, visuelles et juridiques, pour préserver l'image premium et la conformité réglementaire.
Collaborer à distance dans un environnement multiculturel, en utilisant des outils de travail collaboratif et de visioconférence, pour accélérer la circulation de l'information et la prise de décision.
Constituer une équipe projet en analysant les compétences disponibles afin de favoriser la cohésion et l'efficacité

collective.

Planifier un projet international en utilisant des outils de gestion adaptés pour garantir le respect des délais et des ressources allouées.

Animer la collaboration interculturelle en adoptant des techniques de communication inclusives afin de prévenir les tensions et maintenir la motivation.

Suivre l'avancement d'un projet en exploitant des indicateurs simples pour ajuster l'organisation et atteindre les résultats attendus.

Appréhender les enjeux RSE d'une organisation en réalisant un diagnostic d'impact afin de proposer des actions correctives ou d'amélioration.

Appliquer les principes éthiques et de durabilité en intégrant des référentiels environnementaux pour renforcer la responsabilité de l'organisation.

Contribuer à l'élaboration d'un rapport RSE en collectant des données fiables afin de garantir la transparence des engagements pris.

Sensibiliser les collaborateurs et partenaires en participant à des actions de communication pour diffuser une culture inclusive et responsable.

Analyser les opportunités professionnelles du secteur du luxe en exploitant des études et des réseaux afin d'affiner son orientation.

Observer les pratiques organisationnelles lors d'une immersion professionnelle (stage, alternance, mission) pour identifier les compétences attendues.

Formaliser un projet professionnel en valorisant ses acquis académiques et pratiques afin de préparer son insertion sur le marché international.

Présenter son projet devant un jury professionnel en mobilisant des techniques de communication pour démontrer sa cohérence et sa faisabilité.

Blocs de compétences

RNCP42568BC01 — Analyser les marchés et contribuer au développement international

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser des données économiques et concurrentielles en utilisant des outils de veille afin d'identifier les opportunités et menaces sur les marchés internationaux.

Collecter des informations qualitatives et quantitatives auprès de sources spécialisées pour anticiper les évolutions sectorielles du luxe.

Contribuer à la définition du positionnement produit en réalisant des benchmarks afin de soutenir la différenciation de l'offre sur les marchés étrangers.

Adapter l'offre en intégrant les spécificités culturelles et réglementaires locales pour faciliter son acceptation dans un contexte international.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Examen : Étude de cas rédigée comprenant :

- diagnostic d'un marché cible,
- recommandations stratégiques.

Grand Oral : Présentation orale devant jury : soutenance du plan marketing, et réponses aux questions.

Dossier professionnel comprenant :

- une veille,
- une étude de positionnement,
- une proposition de valeur,
- un plan détaillé
- un tableau de bord d'indicateurs.

CC : Participation aux ateliers d'application et retours d'immersion terrain : implication observée pendant les workshops et visites d'entreprises du luxe.

Mémoire de fin d'études

RNCP42568BC02 — Coordonner la supply chain et les relations clients dans un contexte international

LISTE DE COMPÉTENCES

Sélectionner des fournisseurs et partenaires en menant des contrôles qualité et RSE afin de garantir la conformité et l'image haut de gamme de la marque.

Appliquer des techniques de négociation interculturelle en respectant les standards du luxe pour sécuriser des contrats d'approvisionnement internationaux.

Organiser les flux logistiques avec des outils de supply chain management afin d'assurer la disponibilité des produits et optimiser les coûts.

Coordonner les canaux de distribution sélectifs en respectant les accords commerciaux afin de garantir la cohérence de l'image de la marque.

Mettre en œuvre des dispositifs de relation client en exploitant un CRM pour s'adresser à des cibles diverses et renforcer leur fidélisation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas professionnelle : analyse d'une situation logistique ou commerciale internationale et propositions d'amélioration.

Mise en situation simulée : jeu de rôle de négociation fournisseur ou client avec grille d'évaluation de la posture et de l'argumentation.

Mémoire de fin d'études

RNCP42568BC03 — Gérer la performance financière et la conformité internationale

LISTE DE COMPÉTENCES

Élaborer des budgets prévisionnels et business plans multicanaux, en mobilisant des outils de modélisation financière, pour sécuriser la trajectoire économique de la marque.

Analyser la rentabilité des collections, boutiques et partenariats, à l'aide de tableaux de bord analytiques, afin d'orienter les décisions d'allocation de ressources.

Mettre en place un dispositif de tableaux de bord financier automatisé, en consolidant les données opérationnelles, pour fournir des indicateurs fiables aux parties prenantes.

Assurer la conformité juridique, fiscale et douanière des opérations internationales, en appliquant les réglementations en vigueur et en coordonnant des experts spécialisés, afin de limiter les risques et préserver la réputation de la marque.

Piloter des audits internes et des plans de maîtrise des risques, en évaluant les procédures de contrôle interne, pour garantir la pérennité financière et la conformité éthique de l'organisation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Examen : Etude de cas : élaboration d'un budget prévisionnel complet et justification des hypothèses retenues.

Examen : Étude de conformité internationale : diagnostics fiscal, douanier et RSE sur une zone géographique, propositions de sécurisation.

CC Simulation d'audit interne : jeu de rôle portant sur l'identification de risques et l'élaboration d'un plan de remédiation.

Mémoire de fin d'études

RNCP42568BC04 — Déployer une stratégie de communication internationale 360° et intégrer les innovations digitales

LISTE DE COMPÉTENCES

Concevoir des supports de communication multilingues premium, en mobilisant des outils de création graphiques et éditoriaux, afin de promouvoir la marque de luxe sur les marchés internationaux.

Déployer des campagnes digitales omnicanales, à l'aide de plateformes d'automatisation et de gestion de contenus, pour accroître la visibilité et l'engagement de la communauté.

Exploiter les données issues des outils d'analyse web et des médias sociaux, en construisant des tableaux de bord, pour mesurer la performance et optimiser les actions marketing.

Garantir la cohérence de la marque sur tous les points de contact numériques, en appliquant les chartes éditoriales, visuelles et juridiques, pour préserver l'image premium et la conformité réglementaire.

Collaborer à distance dans un environnement multiculturel, en utilisant des outils de travail collaboratif et de visioconférence, pour accélérer la circulation de l'information et la prise de décision.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dossier professionnel : Projet de stratégie de communication numérique intégrée : plan éditorial 360°, calendrier, budget, indicateurs de performance.

Dossier professionnel : Mise en situation de production de contenu multilingue : création d'un support premium en français et anglais (ou autre langue cible).

CC Étude analytique de performance digitale : extraction de données, construction d'un tableau de bord, recommandations d'optimisation.

Mémoire de fin d'études

RNCP42568BC05 — Coordonner des projets et des équipes multiculturelles

LISTE DE COMPÉTENCES

Constituer une équipe projet en analysant les compétences disponibles afin de favoriser la cohésion et l'efficacité collective.

Planifier un projet international en utilisant des outils de gestion adaptés pour garantir le respect des délais et des ressources allouées.

Animer la collaboration interculturelle en adoptant des techniques de communication inclusives afin de prévenir les tensions et maintenir la motivation.

Suivre l'avancement d'un projet en exploitant des indicateurs simples pour ajuster l'organisation et atteindre les résultats attendus.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dossier professionnel : de gestion de projet : charte, planning, budget, analyse des risques, plan qualité, plan de communication.

Grand Oral : Simulation de réunion d'équipe multiculturelle: animation d'un workshop devant jury, résolution d'un conflit fictif.

Grand Oral : Mise en situation professionnelle : analyse d'un dilemme éthique, recommandations argumentées, plan d'action.

Mémoire de fin d'études

RNCP42568BC06 — Appliquer les principes éthiques, sociaux et environnementaux

LISTE DE COMPÉTENCES

Appréhender les enjeux RSE d'une organisation en réalisant un diagnostic d'impact afin de proposer des actions correctives ou d'amélioration.

Appliquer les principes éthiques et de durabilité en intégrant des référentiels environnementaux pour renforcer la responsabilité de l'organisation.

Contribuer à l'élaboration d'un rapport RSE en collectant des données fiables afin de garantir la transparence des engagements pris.

Sensibiliser les collaborateurs et partenaires en participant à des actions de communication pour diffuser une culture inclusive et responsable.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas professionnelle : résolution d'un dilemme éthique ou environnemental dans une entreprise de luxe et proposition d'actions correctives.

Projet tutoré : conception et présentation d'une initiative responsable (traçabilité, réduction d'empreinte environnementale, diversité et inclusion).

Dossier professionnel : élaboration d'un rapport RSE basé sur un diagnostic d'impact environnemental et social.

Mémoire de fin d'études

RNCP42568BC07 — Construire et valoriser son projet professionnel à l'international

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser les opportunités professionnelles du secteur du luxe en exploitant des études et des réseaux afin d'affiner son orientation.

Observer les pratiques organisationnelles lors d'une immersion professionnelle (stage, alternance, mission) pour identifier les compétences attendues.

Formaliser un projet professionnel en valorisant ses acquis académiques et pratiques afin de préparer son insertion sur le marché international.

Présenter son projet devant un jury professionnel en mobilisant des techniques de communication pour démontrer sa cohérence et sa faisabilité.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Rapport de stage : description du contexte professionnel, des missions réalisées et analyse des compétences mobilisées.

Soutenance orale : présentation argumentée du projet professionnel devant un jury.

Dossier de projet professionnel : formalisation écrite du parcours, des aspirations et des objectifs de carrière à l'international.

Entretien simulé : mise en situation d'entretien de recrutement dans le secteur du luxe.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les diplômés du Bachelor en affaires et économie internationales du luxe peuvent exercer leurs fonctions au sein d'une large diversité de secteurs qui composent l'écosystème du luxe, en France comme à l'international. Ils évoluent dans les grandes maisons de mode, haute couture, joaillerie, horlogerie, parfumerie, cosmétiques, maroquinerie et accessoires, où ils participent à la structuration, au pilotage et au développement des activités et des collections. Ils peuvent également rejoindre les univers connexes des vins et spiritueux, de la gastronomie haut de gamme, de l'hôtellerie et de la restauration de prestige, ainsi que du design, de la décoration et de l'art de vivre, en y assumant des responsabilités en gestion, coordination ou développement commercial.

Les diplômés trouvent aussi leur place dans la distribution sélective, ainsi que dans les cabinets de conseil en stratégie et opérations dédiés au luxe, avec des missions couvrant le marketing international, la communication de marque, la supply chain ou la performance financière. Ils contribuent également à l'organisation et au rayonnement des salons, foires et événements sectoriels, en coordonnant logistique, partenariats et relations avec les parties prenantes.

À l'échelle internationale, ils peuvent intervenir dans des associations et fédérations professionnelles, des pôles de compétitivité, des institutions spécialisées ou encore des organisations internationales, afin de promouvoir l'excellence, l'innovation et la responsabilité sociale propres à l'industrie du luxe.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

assistant développement international,
coordinateur communication internationale,
assistant chef de produit export,
assistant responsable zone,
chargé de développement des partenariats internationaux,
coordinateur développement omnicanal international,
chargé d'expérience client à l'international,
chargé de projet au sein d'instances sectorielles ou institutionnelles

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)	2 741 €

Familles professionnelles (FAP)	R1X67 — Télévendeurs et téléconseillers · tension 3/5 (Modérée) 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)	29 505
Jugés difficiles à recruter	30 %
Emplois saisonniers	11 %
Familles professionnelles (FAP)	R1X67 — Télévendeurs et téléconseillers 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, Candidature individuelle, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Être détenteur d'un diplôme de niveau baccalauréat ou équivalent.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, CANDIDATURE INDIVIDUELLE

Président du jury, nommé par le recteur d'académie, et/ou le vice-président ;

Représentant du Rectorat ;

Directeur Général de l'école ou son représentant ;

Directeur du programme ou son représentant ;

Deux représentants du corps enseignants ;

Deux personnalités externes.

COMPOSITION DU JURY — VAE

2 enseignants-chercheurs ;

2 professionnels exerçant les métiers visés (un employeur, un employé) ;

Parité homme-femme respectée.

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement	31/08/2031
Date de dernière délivrance possible	31/08/2034

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/42568/>