

Manager mode et luxe

RNCP42667 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Sigle	DIPLOVIS — Diplôme visé
Code(s) NSF	242, 310
Formacode(s)	34030, 34024, 32008, 32135
Code(s) ROME	M1703, M1102, M1402, M1403
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

INSTITUT FRANCAIS DE LA MODE · SIRET : 33345298500034

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Dans un contexte de forte croissance et de transformation du secteur français de la mode et du luxe, où la créativité constitue un avantage compétitif majeur, la certification de Manager mode et luxe prépare aux fonctions de pilotage stratégique et opérationnel des entreprises pour lesquelles la création est au cœur du modèle économique.

Elle forme des managers capables de définir et de mettre en œuvre la stratégie de marque, en articulant positionnement, développement de l'offre produit, marketing de l'offre, industrialisation des collections et gestion de la supply chain. Ces fonctions nécessitent une compréhension approfondie de l'ensemble du cycle de création-développement-production, ainsi qu'une capacité à intégrer les mutations du secteur, notamment la transformation digitale, l'exploitation des données, l'innovation responsable et la durabilité (RSE).

Le programme développe des profils conciliant sensibilité au produit, compréhension des processus créatifs et industriels, compétences transversales en organisation et pilotage d'entreprise et maîtrise des nouveaux enjeux économiques, technologiques et sociétaux de la mode.

La certification atteste ainsi de la capacité du titulaire à concevoir, structurer et développer une marque de mode, à en piloter la création et l'offre produit, et à assurer son positionnement et sa performance sur les marchés.

ACTIVITÉS VISÉES

Management et valorisation de la création dans une entreprise de mode ou de luxe

Pilotage d'une marque ou d'un projet entrepreneurial dans la mode et le luxe

Élaboration et production d'une collection

Intégration des nouvelles technologies digitales et de la data dans le pilotage d'une entreprise de mode

Conception et mise en œuvre d'une stratégie RSE dans une entreprise de mod

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 les langages, codes et processus de création afin de préserver, accompagner et développer la vision créative portée par une direction artistique.
 - Mobiliser et interpréter les référentiels culturels, artistiques et historiques pour situer les courants de création dans leur contexte et en faire des sources de différenciation pour la marque.
 - Articuler la vision créative avec les différentes fonctions de l'entreprise en alignant les objectifs des parties prenantes et en garantissant la cohérence entre création, stratégie de marque et développement de l'offre.
 - Formaliser et décliner les partis pris créatifs sur différents supports (plateforme de marque, outils internes et externes, contenus) et concevoir leur traduction dans l'offre, les expériences et les points de contact de la marque.
 - Concevoir une gamme de produits de mode à partir d'un brief créatif ou interpréter et orienter des pistes créatives afin d'aboutir à une proposition de produits cohérente avec la stratégie de marque et commercialisable sur ses marchés.
 - Organiser et structurer une veille stratégique en identifiant les évolutions socio-économiques, technologiques, environnementales et réglementaires du secteur de la mode, en définissant les modalités de collecte, d'analyse et de diffusion des informations, afin de repérer et évaluer les risques, les opportunités et les facteurs d'innovation impactant l'activité.
 - Réaliser un benchmark concurrentiel en analysant les pratiques d'organisation, de développement produit et de mise sur le marché afin d'identifier les meilleures pratiques et déterminer les modalités de leur transposition au sein de l'entreprise.
 - Développer un projet entrepreneurial ou intrapreneurial, en mobilisant les parties prenantes internes et externes (consommateurs, clients, fournisseurs, partenaires, etc.), afin de concevoir de nouvelles propositions de valeur adaptées à l'évolution du marché et aux enjeux du secteur.
 - Élaborer, suivre et piloter le budget d'un département, d'une business unit ou d'une entreprise, en analysant les modèles économiques envisageables et en sélectionnant les modes et sources de financement adaptés aux différentes étapes de développement du projet entrepreneurial.
 - Piloter le processus d'élaboration des collections en coordonnant les équipes créatives, marketing, commerciales et techniques et collections en mobilisant, lorsque pertinent, des outils digitaux et des solutions d'intelligence artificielle afin de définir le positionnement, la structure et la cohérence de la gamme dans le respect des intentions créatives initiales et des objectifs stratégiques de la marque.
 - Élaborer le plan marketing de l'offre, en cohérence avec la stratégie et le positionnement de la marque, en définissant les objectifs opérationnels et en planifiant les actions et les ressources à mobiliser afin de soutenir la performance commerciale et la cohérence de la collection sur les marchés.
 - Définir et mettre en œuvre une stratégie de production durable et adaptée à chaque type de produit, en déterminant les critères et modalités de recherche, de qualification et de sélection des fournisseurs, et en intégrant les exigences

environnementales, sociales, économiques et qualitatives de la marque.

- Optimiser les processus d'achat et d'approvisionnement en élaborant et partageant un cahier des charges structuré avec les fournisseurs ou partenaires, afin d'assurer la conformité, la qualité, les délais et la compétitivité des produits développés.
- Organiser et conduire une veille technologique en évaluant le potentiel, les usages et les limites des innovations digitales du secteur de la mode, afin de déterminer leur faisabilité et leurs conditions d'intégration dans les processus de conception et de production.
- Analyser les enjeux, les méthodes et les concepts de la data science et de l'intelligence artificielle, notamment leurs applications prédictives, génératives ou d'automatisation, afin d'identifier les modalités d'intégration opérationnelle du traitement des données au sein des différents départements (création, développement, supply chain, marketing, retail).
- Étudier les impacts sociétaux, culturels, organisationnels et éthiques des innovations technologiques, y compris leurs effets sur l'accessibilité des usages et l'inclusion des publics, et formuler des recommandations responsables pour orienter leur adoption.
- Évaluer les ressources, les délais, les coûts et les risques associés à l'intégration d'une technologie émergente dans le cadre de la gestion d'un projet, afin d'arbitrer entre plusieurs scénarios de mise en œuvre et d'en garantir la qualité.
- Analyser et mobiliser les référentiels, normes et cadres juridiques applicables à l'écoresponsabilité dans la mode afin d'assurer leur application opérationnelle, de garantir la conformité de l'entreprise et d'anticiper les évolutions réglementaires et sectorielles.
- Cartographier et analyser les parties prenantes internes et externes, en identifiant leurs attentes, enjeux et influences, afin d'intégrer ces dimensions dans la stratégie globale, y compris les enjeux d'inclusion et de conditions de travail dans la chaîne de valeur.
- Évaluer les impacts environnementaux et sociaux des activités, de la chaîne d'approvisionnement et des produits de l'entreprise, en réalisant des recherches, diagnostics et analyses, afin de définir les actions prioritaires permettant de réduire ces impacts sur l'ensemble de la chaîne de valeur.
- Réaliser l'analyse du cycle de vie (ACV) des produits, développer des indicateurs de performance de responsabilité sociétale des entreprises (RSE) et mettre en place des systèmes de reporting permettant de suivre, mesurer et piloter les avancées de l'entreprise en matière de durabilité (environnementale, sociale, humaine, etc.)

Blocs de compétences

RNCP42667BC01 — 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

Étude de cas mobilisant des outils numériques avancés, permettant d'analyser un problème professionnel, de sélectionner et utiliser des solutions numériques adaptées, puis de formuler des recommandations opérationnelles sous la forme d'une présentation orale

RNCP42667BC02 — Mobiliser et produire 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 d'un mémoire individuel mobilisant des cadres théoriques et méthodologiques avancés et produisant une analyse approfondie d'une problématique professionnelle

RNCP42667BC03 — 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

Soutenance orale du mémoire individuel permettant d'exposer, argumenter et transférer des connaissances spécialisées devant un jury, en mobilisant un langage professionnel adapté et une communication structurée

RNCP42667BC04 — 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 sociale et environnementale
- Prendre en compte la problématique du handicap et de l'accessibilité dans chacune de ses actions professionnelles

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Réalisation en groupe ou individuellement d'un diagnostic portant sur un cas réel d'entreprise, assorti de propositions de transformation organisationnelle, stratégique ou opérationnelle, puis soutenance du travail devant un jury

RNCP42667BC05 — Manager et valoriser la création dans une marque de mode

LISTE DE COMPÉTENCES

- Analyser les langages, codes et processus de création afin de préserver, accompagner et développer la vision créative portée par une direction artistique.
- Mobiliser et interpréter les référentiels culturels, artistiques et historiques pour situer les courants de création dans leur contexte et en faire des sources de différenciation pour la marque.
- Articuler la vision créative avec les différentes fonctions de l'entreprise en alignant les objectifs des parties prenantes et en garantissant la cohérence entre création, stratégie de marque et développement de l'offre.
- Formaliser et décliner les partis pris créatifs sur différents supports (plateforme de marque, outils internes et externes, contenus) et concevoir leur traduction dans l'offre, les expériences et les points de contact de la marque.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas : Réalisation d'un dossier analysant les codes, langages et référentiels créatifs d'une marque ou d'un directeur artistique, puis présentation orale

Mise en situation professionnelle reconstituée : Travail de groupe simulant une réunion stratégique entre fonctions (création, marketing, commerce, produit) visant à aligner la vision créative avec les objectifs de l'entreprise avec soutenance à l'oral

RNCP42667BC06 — Piloter une marque ou un projet entrepreneurial dans la mode

LISTE DE COMPÉTENCES

- Concevoir une gamme de produits de mode à partir d'un brief créatif ou interpréter et orienter des pistes créatives afin d'aboutir à une proposition de produits cohérente avec la stratégie de marque et commercialisable sur ses marchés.
- Organiser et structurer une veille stratégique en identifiant les évolutions socio-économiques, technologiques, environnementales et réglementaires du secteur de la mode, en définissant les modalités de collecte, d'analyse et de

diffusion des informations, afin de repérer et évaluer les risques, les opportunités et les facteurs d'innovation impactant l'activité.

- Réaliser un benchmark concurrentiel en analysant les pratiques d'organisation, de développement produit et de mise sur le marché afin d'identifier les meilleures pratiques et déterminer les modalités de leur transposition au sein de l'entreprise.
- Développer un projet entrepreneurial ou intrapreneurial, en mobilisant les parties prenantes internes et externes (consommateurs, clients, fournisseurs, partenaires, etc.), afin de concevoir de nouvelles propositions de valeur adaptées à l'évolution du marché et aux enjeux du secteur.
- Piloter la performance budgétaire d'un département, d'une business unit ou d'une entreprise en construisant les prévisions financières, en assurant le suivi de leur exécution et en sélectionnant les modes et sources de financement adaptés aux différentes étapes de développement du projet entrepreneurial.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle / jeu d'entreprise : À partir d'un brief créatif et stratégique, les apprenants conçoivent une gamme ou un concept produit/collection, en mobilisant leur capacité à orienter les pistes créatives, structurer une offre et proposer un positionnement cohérent. Présentation à l'oral.

Étude de cas : Analyse d'un cas d'entreprise du secteur de la mode ou du luxe, incluant :

- identification des facteurs socio-économiques, technologiques, environnementaux ;
- Réalisation d'un benchmark concurrentiel ;
- Formulation de recommandations de positionnement ou d'innovation.

Production d'un dossier d'analyse et présentation à l'oral

RNCP42667BC07 — Élaborer une collection, gérer la production et la supply chain

LISTE DE COMPÉTENCES

- Piloter le processus d'élaboration des collections en coordonnant les équipes créatives, marketing, commerciales et techniques et collections en mobilisant, lorsque pertinent, des outils digitaux et des solutions d'intelligence artificielle afin de définir le positionnement, la structure et la cohérence de la gamme dans le respect des intentions créatives initiales et des objectifs stratégiques de la marque.
- Élaborer le plan marketing de l'offre, en cohérence avec la stratégie et le positionnement de la marque, en définissant les objectifs opérationnels et en planifiant les actions et les ressources à mobiliser afin de soutenir la performance commerciale et la cohérence de la collection sur les marchés.
- Définir et mettre en œuvre une stratégie de production durable et adaptée à chaque type de produit, en déterminant les critères et modalités de recherche, de qualification et de sélection des fournisseurs, et en intégrant les exigences environnementales, sociales, économiques et qualitatives de la marque.
- Optimiser les processus d'achat et d'approvisionnement en élaborant et partageant un cahier des charges structuré avec les fournisseurs ou partenaires, afin d'assurer la conformité, la qualité, les délais et la compétitivité des produits développés.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

À partir d'un brief créatif et stratégique, production d'un dossier technique détaillant :

- la structure de la collection,
- les lignes de produits,
- le positionnement prix,
- les volumes,
- les choix matières et finitions,
- la cohérence avec la stratégie de marque.

Étude de cas d'entreprise impliquant des choix de production (internationale, locale, externalisée, mixte), intégrant les critères :

- qualité,
- coûts,
- délais,
- certifications sociales/environnementales,
- risques de supply chain.

Les apprenants doivent formuler une stratégie de production et proposer des critères de sélection fournisseurs.

RNCP42667BC08 — Intégrer les nouvelles technologies digitales et la data dans le pilotage d'une entreprise de mode

LISTE DE COMPÉTENCES

- Organiser et conduire une veille technologique en évaluant le potentiel, les usages et les limites des innovations digitales du secteur de la mode, afin de déterminer leur faisabilité et leurs conditions d'intégration dans les processus de conception et de production.
- Analyser les enjeux, les méthodes et les concepts de la data science et de l'intelligence artificielle, notamment leurs applications prédictives, génératives ou d'automatisation, afin d'identifier les modalités d'intégration opérationnelle du traitement des données au sein des différents départements (création, développement, supply chain, marketing, retail).
- Étudier les impacts sociétaux, culturels, organisationnels et éthiques des innovations technologiques, y compris leurs effets sur l'accessibilité des usages et l'inclusion des publics, et formuler des recommandations responsables pour orienter leur adoption.
- Évaluer les ressources, les délais, les coûts et les risques associés à l'intégration d'une technologie émergente dans le cadre de la gestion d'un projet, afin d'arbitrer entre plusieurs scénarios de mise en œuvre et d'en garantir la qualité.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas : Analyse d'un cas d'entreprise montrant comment la data peut être mobilisée (ex. : prévision de demande, analyse de tendance, optimisation de production).

Les apprenants doivent définir les modalités d'intégration opérationnelle et en identifier les enjeux organisationnels et techniques. Production d'un dossier d'analyse.

RNCP42667BC09 — Concevoir et mettre en œuvre une stratégie RSE dans une entreprise de mode

LISTE DE COMPÉTENCES

- Analyser et mobiliser les référentiels, normes et cadres juridiques applicables à l'écoresponsabilité dans la mode afin d'assurer leur application opérationnelle, de garantir la conformité de l'entreprise et d'anticiper les évolutions réglementaires et sectorielles.
- Cartographier et analyser les parties prenantes internes et externes, en identifiant leurs attentes, enjeux et influences, afin d'intégrer ces dimensions dans la stratégie globale, y compris les enjeux d'inclusion et de conditions de travail dans la chaîne de valeur.
- Évaluer les impacts environnementaux et sociaux des activités, de la chaîne d'approvisionnement et des produits de l'entreprise, en réalisant des recherches, diagnostics et analyses, afin de définir les actions prioritaires permettant de réduire ces impacts sur l'ensemble de la chaîne de valeur.
- Réaliser l'Analyse du Cycle de Vie (ACV) des produits, développer des indicateurs de performance RSE et mettre en place des systèmes de reporting permettant de suivre, mesurer et piloter les avancées de l'entreprise en matière de durabilité (environnementale, sociale, humaine, etc.)

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas en groupe portant sur une entreprise de mode, consistant à effectuer une analyse stratégique de ses enjeux RSE (cadre réglementaire, parties prenantes, impacts environnementaux et sociaux, ACV simplifiée, KPI) et à formuler des recommandations stratégiques. Présentation orale avec support visuel.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

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

46.2Z Commerce de gros d'habillement et de chaussures

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 du sport, de l'hôtellerie ou de l'univers de la maison.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Chef de produit développement
- Chef de produit marketing
- Responsable de collection
- Responsable achats et approvisionnement
- Responsable merchandising produit
- Chef de projet RSE

Après plusieurs années de carrière, les diplômés occupent des fonctions stratégiques dans l'ensemble de la filière : Présidents ou Directeurs Généraux d'entreprises de mode, directeurs de Business Unit, responsables de collection merchandising, directeurs de magasin, directeurs développement durable, etc.

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)	2 936 €
Familles professionnelles (FAP)	L4X80 — Techniciens des services administratifs · tension 4/5 (Élevée) L4X82 — Techniciens et agents de maîtrise chargés d'études socio-économiques · tension 4/5 (Élevée) L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) · tension 3/5 (Modérée) L5X93 — Chargés d'études socio-économiques · tension 3/5 (Modérée) 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)	28 146
Jugés difficiles à recruter	31 %
Emplois saisonniers	5 %
Familles professionnelles (FAP)	L4X80 — Techniciens des services administratifs L4X82 — Techniciens et agents de maîtrise chargés d'études socio-économiques L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) L5X93 — Chargés d'études socio-économiques 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

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

La formation s'adresse aux candidats titulaires d'un diplôme Bac+4 ou Bac+5. Des dérogations sont possibles pour les titulaires d'un diplôme Bac+3 avec 3 années d'expérience professionnelle (hors stage et alternance).

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE

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

COMPOSITION DU JURY — VAE

Le jury est composé de :

- deux professeurs de l'IFM n'intervenant pas au sein de la formation
- au moins un professionnel extérieur dont la qualité est en lien avec la certification visée

Les membres du jury ne doivent entretenir ou avoir entretenu aucune relation professionnelle ou personnelle avec le candidat, ni avoir accompagné le candidat dans sa démarche de validation des acquis de l'expérience.

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement	31/08/2031
-------------------------------------	------------

Date de dernière délivrance possible	31/08/2034
--------------------------------------	------------

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2024	91	0	92 %	—
2023	96	0	90 %	—

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP39424

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.ifmparis.fr/fr/programmes/diplomant-certifiant-qualifiant/mastere-specialise-management-de-la-mode-du-luxe>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/42667/>

Où se former

Formations référencées	1
Organismes	1
Régions couvertes	1
Prix indicatif	7 056 €

Offre de formation — MonCompteFormation (Caisse des Dépôts), licence ouverte.

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	1
Organismes gestionnaires (CFA)	1
Organismes formateurs	1
Régions couvertes	1
Départements couverts	1
Organismes certifiés Qualiopi	1
Sessions	de 09/2025 à 12/2027

Catalogue des formations en apprentissage — réseau des Carif-Oref. Sans frais pour l'alternant : formation financée par l'OPCO de la branche (NPEC).

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	3
Parcours menés à terme	0
Taux d'achèvement	0 %
Période	09/2026

Entrées et sorties — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.