

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 29448**

Intitulé

Manager du développement international mode et luxe

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION

QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION

Institut supérieur européen de la mode (ISEM) | Directeur

Niveau et/ou domaine d'activité

I (Nomenclature de 1969)

7 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

242p Habillement : organisation, gestion

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Le/la manager du développement international Mode & Luxe assume des fonctions centrales dans l'implantation et le développement de chiffres d'affaires de marques à l'international. Il/elle intervient à la fois dans les fonctions marketings et les fonctions commerciales avec pour mission de faire le lien entre ces domaines afin de piloter de manière optimale les stratégies de développement d'une marque ou d'une entreprise sur des marchés français et internationaux. En tant qu'expert/e des marchés du luxe et de la mode et en tant qu'expert/e en commerce et en marketing international, le/la Directeur/trice du développement international Mode & Luxe accompagne des marques du secteur luxe dans l'élaboration et la mise en œuvre de stratégies globales qui sont ensuite déclinées localement sur les marchés sur lesquels les marques sont implantées. Il/elle représente ce/tte nouvel/le acteur/trice de l'entreprise, ouvert sur le monde, compétent/e dans l'action comme dans la réflexion, formé/e aux études marketing, à l'élaboration de stratégies, à la conception de plans d'actions et au développement commercial à l'échelle internationale. C'est un/e directeur/trice expert/e des marchés du luxe et de la mode capable d'établir ce lien entre les stratégies d'entreprises, le marketing et le développement commercial. Fort/e des retours d'expérience, il/elle est capable de modifier et d'optimiser les scénarii proposés aux équipes en fonction des résultats constatés et enregistrés.

Dans l'univers de la mode et du luxe, le fait de mettre l'accent sur ce lien entre les deux fonctions clés de l'entreprise s'avère essentiel : les collections et les saisons s'enchaînent avec l'obligation d'être performant/e sur des durées de plus en plus courtes. La réussite d'une collection se joue en quelques mois seulement, voire en quelques semaines. La connaissance des marchés internationaux contribue également à sélectionner les produits pour des pays et développer des stratégies qui soient adaptées aux attentes des consommateurs. Ses principales activités sont les suivantes :

- L'étude des tendances de marchés de la mode et du luxe, l'identification des opportunités de développement pour le compte de marques
- L'élaboration et la structuration des relations stratégiques et opérationnelles entre les départements marketings et commerciaux d'entreprises de la mode et du luxe
- Le pilotage des stratégies de développement d'une marque ou d'une entreprise de la mode sur des marchés français et internationaux.
- Le conseil et l'accompagnement du développement des marques des secteurs de la mode et du luxe dans l'élaboration et la mise en œuvre de stratégies globales
- La définition des déclinaisons locales de produits de marques sur les marchés pour répondre aux spécificités de marchés
- La direction des élaborations de stratégies, la supervision des conceptions d'actions et de développement commercial à l'échelle internationale,
- L'évaluation et l'optimisation des scénarii proposés par les équipes concernant le développement de marques sur des marchés
- L'analyse des résultats économiques et financiers liés à des axes de développement de marques et d'enseigne de la mode

La certification se décline en 4 blocs de compétences décrits ci-dessous, comprenant l'ensemble des compétences attestées pour exercer le métier :

1. Structurer et réaliser des études stratégiques et d'opportunités pour le développement de marques mode et luxe à l'international
2. Superviser la mise en œuvre de stratégies de développement d'entreprise de mode et du luxe sur des marchés internationaux
3. Concevoir des stratégies de communication et gérer l'image de marques de la mode et du luxe sur des marchés internationaux
4. Piloter des activités et manager des équipes marketing et commerciales d'entreprise de la mode et du luxe

Secteurs d'activité ou types d'emplois accessibles par le détenteur de ce diplôme, ce titre ou ce certificat

Industrie du luxe et de la création, biens de consommation et articles des secteurs suivants : le textile, le luxe, la Mode, la maroquinerie, la bijouterie, la lunetterie, des parfums et cosmétiques, de l'univers de la maison.

- Directeur (trice) développement international Mode et Luxe
- Directeur (trice) marketing Mode et Luxe
- Directeur (trice) Communication Mode et Luxe
- Directeur (trice) de développement marques Mode et Luxe
- Directeur (trice) unité de développement Mode et Luxe

Codes des fiches ROME les plus proches :

H2502 : Management et ingénierie de production

E1103 : Communication

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

Les évaluations s'organisent sous la forme de mises en situations professionnelles et de présentations de travaux de recherche. Il est

exigé une expérience en entreprise ainsi que la réalisation d'un mémoire professionnel. L'évaluation finale se déroule devant un jury de professionnels auprès duquel les stagiaires présentent et soutiennent leurs travaux de recherches et leurs mémoires.

Les composantes de la certification comprennent:

- la validation de l'ensemble des blocs de compétences,
- la réalisation du stage obligatoire (remplacé par l'expérience professionnelle pour une VAE),
- La validation d'un mémoire écrit et le soutenir devant un jury de professionnels.

Bloc de compétence :

INTITULÉ

DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION

Bloc de compétence n°1 de la fiche n° 29448 - Superviser la mise en œuvre de stratégies de développement d'entreprise de mode et du luxe sur des marchés internationaux

Descriptif :

- Cibler des axes prioritaires de stratégies de développement de marques mode et luxe en fonction des objectifs de résultats
- Décliner des axes de stratégies de développement à l'international
- Déterminer les priorités en fonction d'enjeux et de spécificités de marchés
- Analyser des modes de consommations de clientèles à l'international et étudier des stratégies de concurrents
- Concevoir des stratégies commerciales et marketings pour l'implantation sur des marchés internationaux d'entreprises de la mode et du luxe
- Cibler et privilégier des types d'actions marketings et commerciales pour s'implanter sur des marchés
- Imaginer des déclinaisons de stratégies marketings et commerciales adaptées à des marchés
- Décliner des stratégies marketing pour zone géographique, en fonction de la maturité du marché, sur lesquels une marque est implantée
- Construire des budgets prévisionnels de stratégies marketing et commerciales adaptées à des marchés
- Déterminer par typologie des cibles et des objectifs de stratégies et de politiques marketings et commerciales
- Concevoir des stratégies marketing digitales et exploiter les outils numériques pour des campagnes internationales
- Anticiper des mises en place, valider des faisabilités de stratégies, anticiper les moyens et les ressources nécessaires
- Anticiper des organisations internes et des implications de services dans des mises en œuvre de stratégies marketings et commerciales
- Etablir des objectifs prévisionnels de plan de développement et estimer des retombées prévisionnelles de stratégies marketing
- Définir des stratégies de commercialisation de produits mode et luxe adaptées à des marchés
- Piloter des stratégies d'implantation de boutiques, structurer des plateformes de ventes en lignes à travers des outils dédiés (sites Internet, applications mobiles, etc.)
- Programmer des actions de marketing digital dans le cadre de stratégies marketing nationales et internationales
- Etablir des déroulés d'actions marketing, structurer leur mise en place, négocier avec des prestataires et anticiper des mises en place d'opérations
- Coordonner et superviser des mises en place d'actions de marketing opérationnel
- Elaborer et adapter des outils pour mesurer des impacts et des retombées d'opérations marketing et évaluer des retours sur investissements en fonction des marchés
- Analyser des réussites d'opérations sur des marchés étrangers et expliquer des écarts
- Illustrer par le biais d'analyses des capacités d'anticipation de résultats d'opérations et de stratégies marketings et commerciales
- Réaliser des bilans d'opérations et de stratégies marketing, mesurer des retombées directes et indirectes pour une marque et ou une enseigne
- Structurer et piloter des actions de communication internes spécifiques pour partager des informations liées à la mise en œuvre de stratégies de développement de marques à l'international

Modalités d'évaluation :

Dossier d'élaboration de stratégie de développement marketing et commerciale d'une marque

A partir d'études stratégiques et marketing réalisées, le/la candidat/e doit imaginer, concevoir, élaborer et présenter une stratégie de développement international adaptée à une entreprise donnée. Il/elle doit en exposer le contenu et justifier les principaux axes à partir des résultats de l'étude réalisée. Et présenter l'ensemble des supports, outils et documents annexes liés à la mise en place de la stratégie.

Modalité de certification :

Un certificat de compétences attestées selon les modalités d'évaluation sera délivré à l'issue de la validation du 2ème bloc de compétences.

INTITULÉ

DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION

Bloc de compétence n°2 de la fiche n° 29448 - Structurer et réaliser des études stratégiques et d'opportunités pour le développement de marques mode et luxe à l'international

Descriptif :

- Déterminer des approches méthodologiques adaptées pour mener et réaliser des études stratégiques et des études marketing
- Analyser des positionnements de marques, de prestations, de produits sur des marchés et positionner des acteurs et concurrents
- Analyser l'entreprise, son marché, son environnement, ses évolutions son potentiel de développement
- Réaliser à partir de documents d'entreprises, un diagnostic interne et externe des enjeux liés au développement
- Analyser les évolutions des marchés de la mode ou du luxe, des environnements économiques,
- Anticiper des évolutions des secteurs de la mode et du luxe,
- Identifier des axes stratégiques pour le développement de marques et d'enseignes en fonction d'évolutions de marchés
- Analyser l'image de marque de l'entreprise et son niveau de notoriété sur des types de positionnements
- Analyser des évolutions de résultats économiques et financiers de marques modes et luxe
- Analyser des schémas de développement et des schémas organisationnels de marques modes et luxes
- Orienter des travaux de recherche sur des problématiques pertinentes et adaptées pour le développement d'une marque
- Identifier et comparer des axes de croissances possibles pour des marques modes et luxes en fonction d'orientations stratégiques de directions
- Évaluer un potentiel de développement commercial sur un marché et auprès de cibles déterminées
- Établir des prévisionnels de développement de marques modes et luxe à l'international
- Interpréter des résultats d'études et de recherches, donner du sens à des données collectées
- Sélectionner des données pertinentes et utiles en lien avec des mises en avant d'informations et de résultats
- Rédiger des conclusions d'études et élaborer des stratégies marketing, expliquer une méthodologie et justifier les conclusions
- Présenter des conclusions de travaux de recherches, interpréter et rendre accessibles des résultats pour des dirigeants,
- Pointer et mettre en avant des axes de développement stratégiques pour des entreprises modes et luxe
- Conseiller des dirigeants d'entreprises sur des orientations possibles de stratégies de développement
- Comparer des scénarios de développement pour des marques, apporter des éléments significatifs pour permettre à des dirigeants de se positionner dans des processus décisionnels

Modalités d'évaluation :

Études de cas / étude d'opportunité : A partir d'un cas réel et d'une problématique marketing proposée et présentée par une marque, les candidats/es doivent réaliser une étude marketing pour répondre à des questions d'orientation stratégique précises posées par la marque et préconiser des axes pour le développement.

Modalité de certification :

Un certificat de compétences attestées selon les modalités d'évaluation sera délivré à l'issue de la validation du 1er bloc de compétences.

| INTITULÉ | DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION |
|---|---|
| <p>Bloc de compétence n°3 de la fiche n° 29448 - Concevoir des stratégies de communication et gérer l'image de marques de la mode et du luxe sur des marchés internationaux</p> | <p>Descriptif :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Déterminer des objectifs de stratégies et de plans de communication externe • Imaginer, concevoir, structurer et diriger des campagnes de communication, • Elaborer des stratégies de communication à partir d'une stratégie marketing et d'objectifs de commercialisation • Cibler des actions de communication adaptées à des clientèles • Développer une stratégie de marketing digitale, intégrer l'utilisation des réseaux sociaux et des communautés pour réaliser des campagnes ciblées • Diriger des responsables de services de communication dans des élaborations de supports et de visuels de communication en intégrant les particularités et spécificités de marchés • Réaliser des budgets prévisionnels d'actions et de PAC / Plans d'Actions de Communication • Justifier des montants d'investissements proposés liés à des actions de communication pour des développements d'entreprises • Présenter des impacts prévisionnels d'actions de communication • Programmer des événements publicitaires et promotionnels • Sélectionner des techniques de communication et des supports adaptés • Valider des supports et des médias retenus pour des campagnes promotionnelles et publicitaires • Rédiger des cahiers de charges, négocier des prestations avec des agences spécialisées • Valider des contenus, des messages, des éléments d'opérations de communication • Piloter le travail d'agences en fonction d'objectifs de communication • Déterminer des objectifs de stratégies de communication digitale • Structurer et piloter des équipes en fonction d'objectifs liés à la communication digitale • Créer, développer et animer des communautés autour de marques et de produits mode et luxe • Piloter des opérations de relations publiques, gérer des relations avec la presse et les médias, • Imaginer des événements de relations publiques liés à des objectifs de développement/de lancement de marques sur des marchés • Contrôler des communications externes, anticiper des besoins de communications de crises • Etablir des budgets de gestion des relations presse et des relations publiques • Exploiter des systèmes d'informations internes de l'entreprise pour des actions de communication • Déterminer le niveau et les types d'informations à partager en interne en lien avec des stratégies de développement <p>Modalités d'évaluation : Conception et présentation d'une stratégie globale de communication et de promotion d'une image de marque A partir d'un cas d'entreprise, les candidats/es doivent analyser la communication existante et élaborer une stratégie de communication (interne et externe) destinée à positionner l'image d'une marque et à développer des ventes de produits et ou services pour le compte d'un client.</p> <p>Modalité de certification : Un certificat de compétences attestées selon les modalités d'évaluation sera délivré à l'issue de la validation du 3ème bloc de compétences.</p> |

| INTITULÉ | DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION |
|--|---|
| <p>Bloc de compétence n°4 de la fiche n° 29448 - Piloter des activités et manager des équipes marketings et commerciales d'entreprises de la mode et du Luxe</p> | <p>Descriptif :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Déterminer des objectifs de stratégies et de plans de communication externe • Imaginer, concevoir, structurer et diriger des campagnes de communication, • Elaborer des stratégies de communication à partir d'une stratégie marketing et d'objectifs de commercialisation • Cibler des actions de communication adaptées à des client • Développer une stratégie de marketing digitale, intégrer l'utilisation des réseaux sociaux et des communautés pour réaliser des campagnes ciblées • Diriger des responsables de services de communication dans des élaborations de supports et de visuels de communication en intégrant les particularités et spécificités de marchés • Réaliser des budgets prévisionnels d'actions et de PAC / Plans d'Actions de Communication • Justifier des montants d'investissements proposés liés à des actions de communication pour des développements d'entreprises • Présenter des impacts prévisionnels d'actions de communication • Programmer des évènements publicitaires et promotionnels • Sélectionner des techniques de communication et des supports adaptés • Valider des supports et des médias retenus pour des campagnes promotionnelles et publicitaires • Rédiger des cahiers de charges, négocier des prestations avec des agences spécialisées • Valider des contenus, des messages, des éléments d'opérations de communication • Piloter le travail d'agences en fonction d'objectifs de communication • Déterminer des objectifs de stratégies de communication digitale • Structurer et piloter des équipes en fonction d'objectifs liés à la communication digitale • Créer, développer et animer des communautés autour de marques et de produits mode et luxe • Piloter des opérations de relations publiques, gérer des relations avec la presse et les médias, • Imaginer des évènements de relations publiques liés à des objectifs de développement/de lancement de marques sur des marchés • Contrôler des communications externes, anticiper des besoins de communications de crises • Etablir des budgets de gestion des relations presse et des relations publiques • Exploiter des systèmes d'informations internes de l'entreprise pour des actions de communication • Déterminer le niveau et les types d'informations à partager en interne en lien avec des stratégies de développement <p>Modalités d'évaluation : Présentation d'un mémoire professionnel sur la gestion d'un projet de développement d'une marque. En lien avec une expérience professionnelle dans le secteur de la mode et du luxe, les candidats doivent rédiger et présenter un mémoire de recherche sur les enjeux liés au management de projets de développement à l'international pour les entreprises de la mode ou du luxe.</p> <p>Modalité de certification : Un certificat de compétences attestées selon les modalités d'évaluation sera délivré à l'issue de la validation du 4ème bloc de compétences.</p> |

Validité des composantes acquises : illimitée

| | | | |
|--|---|---|--|
| Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant | X | | Le jury est exclusivement composé de professionnels/les en activité. 7 membres dont : 1 Président/e (professionne/lel), 4 professionnels/les dans le domaine de spécialité (50% salarié/e de la fonction ; 50% dirigeant/e) 2 représentants/es de l'ISEM (sans voix délibérative) |
| En contrat d'apprentissage | | X | |
| Après un parcours de formation continue | X | | Le jury est exclusivement composé de professionnels/les en activité. 7 membres dont : 1 Président/e (professionne/lel), 4 professionnels/les dans le domaine de spécialité (50% salarié/e de la fonction ; 50% dirigeant/e) 2 représentants/es de l'ISEM (sans voix délibérative) |
| En contrat de professionnalisation | | X | |
| Par candidature individuelle | | X | |
| Par expérience dispositif VAE prévu en 2011 | X | | Le jury est exclusivement composé de professionnels/les en activité. 7 membres dont : 1 Président/e (professionne/lel), 4 professionnels/les dans le domaine de spécialité (50% salarié/e de la fonction ; 50% dirigeant/e) 2 représentants/es de l'ISEM (sans voix délibérative) |

| | OUI | NON |
|-----------------------------------|-----|-----|
| Accessible en Nouvelle Calédonie | | X |
| Accessible en Polynésie Française | | X |

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS

ACCORDS EUROPÉENS OU INTERNATIONAUX

Base légale

Référence du décret général :

Référence arrêté création (ou date 1er arrêté enregistrement) :

Arrêté du 8 décembre 2017 publié au Journal Officiel du 21 décembre 2017 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour trois ans, au niveau I, sous l'intitulé "Manager du développement international mode et luxe" avec effet au 13 décembre 2012, jusqu'au 21 décembre 2020.

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Références autres :

Pour plus d'informations

Statistiques :

Autres sources d'information :

www.isem.eu

Lieu(x) de certification :

Institut supérieur européen de la mode (ISEM) : Île-de-France - Paris (75) [Paris]

Institut supérieur européen de la mode - ISEM

2 rue de Cléry

75002 Paris

Lieu(x) de préparation à la certification déclarés par l'organisme certificateur :

Institut supérieur européen de la mode - ISEM - 2 rue de Cléry - 75002 Paris

Historique de la certification :