

management du luxe

*management
du*



ifm

Management du Luxe

Contexte

*Le luxe s'impose aujourd'hui dans tous les univers de consommation.
Créateur de valeur pour l'entreprise, il est indispensable d'en comprendre les codes,
d'en maîtriser les leviers, pour élaborer une vision stratégique et opérationnelle pertinente.
Le programme Exécutif « Management du Luxe » proposé par l'ESA
est conçu pour des cadres et dirigeants désireux de développer leur capacité à mieux
appréhender le luxe dans sa dimension stratégique et opérationnelle.*

Il s'intéresse à l'ensemble des univers du luxe : mode, beauté et art de vivre.

*Il s'inscrit dans une démarche originale, conjuguant une approche par séminaire à Beyrouth
et un parcours Ad Hoc à Paris, La « Paris Experience ».*

Programme en partenariat avec:



L'IFM

L'IFM est le centre de formation, de recherche et d'expertises appliquées aux secteurs du luxe, de la mode, du design et de la création.

Créé en 1986 à l'initiative du ministère de l'Industrie et des professions du textile et de la mode, l'IFM est

aujourd'hui une référence nationale et internationale pour les étudiants, entreprises et professionnels. Il a pour mission d'accompagner le développement des industries et de la mode et du design à travers le renforcement des compétences et l'anticipation des mutations à venir.

Lieu d'expression, de rencontres et d'échanges professionnels, l'IFM a vocation à dynamiser la création et l'innovation au sein des entreprises et à contribuer au rayonnement « mode et design » de Paris et de la France.

STRUCTURE DU PROGRAMME

6 modules de cours à Beyrouth

Paris Experience

ESA Beyrouth

IFM Paris

OBJECTIFS

- développer les compétences nécessaires à la création et au management de marques de luxe au Liban et dans la région
- s'approprier les concepts et outils stratégiques du management et développement des entreprises pour être en mesure de les appliquer à leur propre organisation
- mieux appréhender les défis génériques et spécifiques que le secteur affronte déjà et va devoir affronter dans ses diverses activités afin d'anticiper ses conséquences et de s'y préparer
- développer des compétences managériales dans la gestion d'une marque ou une entreprise évoluant dans le domaine du luxe au niveau national et international
- développer des compétences techniques de conception, fabrication...

MODULES DE FORMATION

MODULE 1

STRATEGIE ET DEVELOPPEMENT D'UNE MARQUE DE LUXE

Comment définir une marque de luxe, ses valeurs, ses codes ?
Quels sont les éléments clés du luxe aujourd'hui : Mise à distance, force du récit, importance de la qualité et de la sophistication ?
Quel est le caractère essentiel du service ?
Quelles sont les nouvelles formes et les nouveaux territoires du luxe ?
Comment construire de la valeur ajoutée et développer de la croissance pour une marque de luxe ?

Workshop : Comment réinventer une marque de luxe ?

Durée : 2.5 jours

Intervenant : Jean-Michel BERTRAND – IFM

MODULE 2

PSYCHOLOGIE DU LUXE

Le « sens » du Luxe ou le luxe des « sens » ?

La symbolique et le Luxe
Le Luxe et l'appartenance
Luxe et identité
Luxe et classe – Luxe et masse
Ma vulnérabilité au Luxe

Durée : 2.5 Jours

Intervenants : Joseph BICHAT - Valérie LACAPRIA- Cabinet Solutions

MODULE 3

LE MARKETING OPERATIONNEL DANS LE DOMAINE DU LUXE

Le Luxe et la vente
Manager le Luxe
Luxe et produits
Le marketing du Luxe
Le Luxe au Liban
La copy strategy luxe : Le produit, le client, la valeur du message, etc.

Workshop : monter une activité de luxe au Liban.

Durée : 2.5 Jours

Intervenants : Joseph BICHAT-Valérie LACAPRIA- Cabinet Solutions

MODULE 4

LA CREATION DU
PRODUIT OU DE
LA MARQUE

Qu'est-ce qu'une marque
Comment construire une identité de marque
Comment définir son concept
Comment rendre ma marque visible

Durée : 2.5 jours

Intervenant : Michaela MERK – IFM

MODULE 5

LE PRICING, LE
PRODUIT ET
SON POSITION-
NEMENT

A l'origine, le luxe était réservé à une élite assez homogène. Aujourd'hui, il dispose d'une clientèle aux profils variés, tant en termes d'âge, que d'origine géographique, avec des goûts et des attentes fragmentés.

Durée : 2.5 jours

Intervenant : Hervé MARTIN – IFM

MODULE 6

LE E-MARKETING
DANS LE
DOMAINE DU
LUXE

Comment comprendre les nouveaux consommateurs du luxe ?
Comment mieux cerner l'ascension de l'e-commerce ?
Comment mettre en place une stratégie de e-commerce pour mon entreprise?

Durée : 2.5 jours

Intervenants : Nathalie LEMONNIER – Cabinet LEMONTHINK

Paris Experience

*Ce programme de 3 jours
est conçu comme une immersion dans l'univers du luxe et de la création.
Il conjugue de nombreuses expériences marquantes dans l'univers de la mode et du luxe.
Visites accompagnées d'ateliers, de boutiques et de lieux emblématiques de l'univers du luxe.*

JOUR 1 /

LUXE, ENTRE HÉRITAGE ET INNOVATION

Comprendre comment valoriser une marque, à partir de son histoire, son positionnement produit, son retail et son merchandising

Visite de la maison de famille et des ateliers sur mesure Louis Vuitton, Asnières suivie d'un debrief avec Jean-Michel BERTRAND, professeur IFM

Analyse in situ de magasins « emblématiques » : de l'Avenue Montaigne - de Louis Vuitton - de nouveau concept store Céline - du Montaigne Market de Christian Dior et de Prada

JOUR 2 /

LUXE, DESIGN, COSMÉTIQUES, VINS ET GASTRONOMIE

Workshop parfums

Les clés de l'élaboration d'un parfum

Comment créer un parfum spécifique ?

Analyse in situ de concepts innovants en cosmétiques

Art de vivre

Design et art de vivre : *Saint Germain des Prés*

Art de vivre et mode : visite de la boutique *Hermès*, rue de Sèvres

Gastronomie : visite de la pâtisserie *Conticelli*

Luxe et identité culturelle

Comment et pourquoi le luxe a-t-il un ancrage culturel ?

Olivier ASSOULY, professeur de sociologie et directeur de la recherche IFM

Wine testing : identités, goûts et terroirs : le cas des vins français

JOUR 3 /

MODE ET LUXE

Visite des appartements privés de Coco Chanel

Visite du show-room Rue Cambon

Comment créer un produit de mode ? Comment approcher la création ?

Francine PAIRON, directrice cycle création IFM

Présentation de projets créatifs de maroquinerie et de chaussures

Workshop : d'hier à aujourd'hui, les points forts des maisons de couture et des marques de luxe

Florence MÜLLER, historienne de mode, commissaire d'exposition, auteur, professeur IFM

PROFILS RECHERCHES

- Candidats détenteurs d'un minimum de bac +3
- Candidats avec une expérience professionnelle significative dans le domaine du luxe, de la mode et du design

PROCEDURE D'INSCRIPTION

- Dossier de candidature disponible sur www.esa.edu.lb
- Dossier imprimé à remettre à l'ESA, 289 rue Clemenceau
- Entretien oral de sélection

PRIX DE LA FORMATION

7500 USD (hors frais de voyage et d'accommodation pour la « Paris Experience »)

CONTACTS

ESA Executive Education

T 00 961 1 373373 ext: 1125 et 1132


exed@esa.edu.lb

esa.edu.lb

*Campus de l'ESA – 289, rue Clemenceau,
113 – 7318 Beyrouth, Liban*

*T 00 961 1 373 373 | F 00 961 1 373 374
C exed@esa.edu.lb*

une école gérée par la

 **CCI PARIS ILE-DE-FRANCE**