

## IDENTITÉ ET NOUVEAUX TERRITOIRES DU LUXE

JEUDI 5 & VENDREDI 6 AVRIL 2012

JEUDI 4 & VENDREDI 5 OCTOBRE 2012

*Valeur sûre et performante, le luxe s'impose dans tous les univers de consommation. Le positionnement luxe peut être **créateur de valeur** pour l'entreprise ou la marque pour peu qu'elle en **maîtrise les codes et les leviers émotionnels**. Inséparable de l'époque dans laquelle il s'épanouit, il possède néanmoins des constantes, et obéit à des règles. Hors du « commun », il requiert un langage autre que celui qui est usuel et quotidien.*

*Ce séminaire propose une immersion dans **l'univers du luxe sous des angles complémentaires** : historique, économique, marketing, communication. Il fait aussi une large part aux problématiques et enjeux à venir : internationalisation, stratégies de diversification...*

Avec **Jean-Michel BERTRAND**, consultant, professeur - ENSAD, professeur associé - IFM,  
**Franck DELPAL**, économiste, professeur - IFM

### PROGRAMME

#### QU'EST-CE QUE LE LUXE ?

Les valeurs et les codes du luxe  
La distinction luxe vs haut de gamme  
La nouvelle donne liée aux réalités des marchés

#### LA RHÉTORIQUE DES MARQUES DE LUXE : VALEUR IMMATÉRIELLE ET RÉCIT DE MARQUE

La mise à distance et la construction du désir  
Le récit de marque entre distance et appropriation  
Conserver son aura lors de la vente : le rôle du service

#### BUSINESS MODELS ET STRATEGIES

Acteurs et marchés  
Les dimensions stratégiques de l'industrie du luxe  
Les facteurs clés de succès dans le luxe  
Les modèles d'affaires dans la mode et au-delà

#### LES NOUVELLES FORMES ET NOUVEAUX TERRITOIRES DU LUXE

L'exclusif et le « me power »  
Luxe et simplicité ?  
Le pouvoir des amateurs : luxe « qualitatif »  
Luxe et éthique

### PROFESSIONNELS CONCERNÉS

Directeurs généraux, directeurs et responsables marketing, directeurs et responsables communication, directeurs et responsables commerciaux.

## INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE

**MÉTHODES PÉDAGOGIQUES**

Exposés permettant d'aborder le luxe sous des angles complémentaires : historique, économique, marketing, communication.

**MODALITÉS DE VALIDATION DES ACQUIS**

Fiche d'évaluation à l'issue de la formation.

**LIEU** : Institut Français de la Mode - 36, quai d'Austerlitz - 75013 Paris

**DURÉE** : 2 jours - 9h00 / 17h30 (14 heures)

**COÛT** : 1 550 € HT

**Ce séminaire est pris en charge dans le cadre du DIF.**