

# séminaire

## De la mode à la maison : stratégie de diversification

MARDI 23 NOVEMBRE 2010

DURÉE : 1 JOUR

LIEU : **INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE**  
36, QUAI D'AUSTERLITZ 75013 PARIS

PRIX : 810 EUROS HT

**Extension du territoire de marque, transversalité entre les secteurs** : aujourd'hui les marques de mode et des industries créatives réfléchissent aux extensions qui leur semblent légitimes et leur permettent de se positionner sur **de nouveaux univers, les textiles de maison, le design, la décoration...**

Comment aborder ces sujets ?

**Sur quels modèles s'appuyer et comment élaborer une stratégie de développement en phase avec les fondamentaux de la marque ?**

**avec Michel CULTRU,**

consultant, spécialiste de l'univers de la maison

**et Patricia ROMATET,**

consultant, professeur de marketing produit,  
directeur IFM / ETUDES & CONSEIL – IFM

**DÉCRYPTAGE DES NOUVELLES TRANSVERSALITÉS  
ET DE LEURS RICHESSES CONCEPTUELLES ET CRÉATIVES**

Quelles sont les transversalités qui s'opèrent aujourd'hui et comment nourrissent-elles les registres créatifs existants : la mode et la rue, la mode et l'art, la mode et la technologie

**ANALYSE DES STRATÉGIES DE DIVERSIFICATION DE MARQUES  
DE LA MODE VERS LA MAISON**

Comment les marques déclinent-elles leur identité dans l'univers de la maison et sur quels distinctifs se fondent-elles ?

**ATELIER D'EXPLORATION DE TERRITOIRES POTENTIELS  
DE MARQUES ISSUES DE LA MODE VERS L'UNIVERS DE LA  
MAISON**

Sur la base d'une sélection de marques, exercices de déclinaisons potentielles de marques créatives vers l'univers de la maison, à partir des fondamentaux créatifs et marketing de ces acteurs.

**INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE**

