

LA MAROQUINERIE : ACTEURS, PRODUITS ET MARCHÉS

MARDI 20 & MERCREDI 21 NOVEMBRE 2012

Sac, portefeuille, ceinture, bagages..., la maroquinerie recouvre des réalités multiples. Des accessoires haut de gamme aux produits diffusés en grande série, elle admet différents modes de production. Telle est la diversité, la richesse de ce secteur souvent synonyme de luxe.

Concernés par ce marché, vous trouverez dans ce séminaire **des clés pour connaître son histoire, ses principaux acteurs, comprendre ses mutations et ses enjeux, ainsi que des outils pour parfaire votre connaissance du produit, du cuir à la fabrication.**

OBJECTIFS

Acquérir les connaissances produits et marché de l'univers de la maroquinerie.
Disposer des connaissances qui permettent de mieux négocier avec ses fournisseurs.

Avec **Julia SACHERS-MOSSÉ**, consultant, spécialiste maroquinerie,
Bernard VITTEAU, consultant - CTC,
Hélène KASSIMATIS, professeur en charge des enseignements accessoires, directeur adjoint Formation Continue - IFM

PROGRAMME

CONNAISSANCE PRODUIT

Le cuir : les principales étapes de transformation de la peau en cuir, les appellations des cuirs finis, la reconnaissance visuelle, les critères de qualité avec présentation d'échantillons représentatifs
Les autres matières premières
La bouclerie
La maroquinerie et petite maroquinerie
Les différents produits, spécificités, appellations
Les étapes de fabrication
La mise au point des produits
Les points de qualité et de valeur ajoutée

LE MARCHÉ DE LA MAROQUINERIE

La saga des sacs : brève histoire de la maroquinerie
Les chiffres clés
Les acteurs, positionnements, stratégies, enjeux

LE PROCESSUS DE COLLECTION DE LA MAROQUINERIE

Le choix du mode de développement
Le positionnement de la collection dans la marque et sur le marché
Le plan de collection
Les calendriers

PROFESSIONNELS CONCERNÉS

Directeurs et responsables collection, directeurs et responsables marketing, chefs de produits, acheteurs, directeurs et responsables commerciaux, responsables boutique, personnel de vente.

INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

La formation alternera exposés, études de produits et exercices pratiques.

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.