



LE FIGARO ÉTUDIANT

# Le luxe cherche des vendeurs

*Pour répondre à la demande des marques, les écoles de commerce et de mode ont mis en place des formations à la vente spécifiques.*

CHRISTINE PIÉDALU  @ChPiédalu

**SECTEUR** Le luxe est une industrie et un commerce qui exigent une bonne dose de passion, mais aussi d'avoir les pieds sur terre. Les grandes marques cherchent des créateurs, des designers-merchandiseurs pour mettre en scène

leurs produits, des acheteurs... Mais elles ont surtout et avant tout besoin de vendeurs. « *Vendeur est un métier noble qui demande de s'adapter au client et à sa culture* », martèle Thibaut de La Rivière, directeur de Sup de Luxe.

Créé à l'initiative de grandes marques, l'Institut supérieur de marketing du luxe Sup de Luxe

Il y a un an et demi, Sup de Luxe a lancé son bachelor luxe pour former des commerciaux capables, selon le directeur Thibaut de La Rivière, de « *s'adapter au client et à sa culture* » et d'être des « *ambassadeurs d'une certaine idée du luxe à la française* ».

SUPDELUXE





était jusque-là orienté sur le créneau des MBA. Il y a un an et demi, il a lancé son bachelor luxe pour répondre à une demande des marques, qui peinent à trouver des commerciaux formés à leurs spécificités. Le métier est exigeant. « *Lorsqu'un client se rend dans une boutique Cartier ou Vuitton par exemple, il veut entrer dans l'univers de la marque. Le challenge repose à la fois sur la création, il faut sans cesse surprendre, et sur le commerce. Le vendeur est l'ambassadeur de la marque et d'une certaine idée du luxe à la française* », ajoute Thibaut de La Rivière.

L'école, qui forme des promotions de 45 à 50 étudiants, veut donner envie d'aller vers les métiers de la vente et de la distribution. En trois ans, le bachelor aborde la culture artistique, littéraire, mais aussi les techniques de vente, le marketing, le digital, ou des matières comme la créativité et la géopolitique. Deux langues sont obligatoires plus des connaissances en chinois. Les étudiants visitent des ateliers (joaillerie, maroquinerie, vêtements...), des grandes maisons, réalisent un stage par an.

### L'accent sur les langues

L'EIML met lui aussi l'accent sur l'international et les langues. L'école poursuit le développement de ses bachelors. À la rentrée prochaine, elle en ouvrira deux nouveaux : International Program et Luxury Retail dispensés tous deux en anglais, pour répondre à la demande de ses partenaires entreprises. Le bachelor international se déroulera à Paris, Londres et Shanghai, chez les partenaires de l'EIML. Il préparera à des métiers commerciaux, en communication et en marketing. Le bachelor luxury retail étant, lui, tourné vers la

vente et le management de réseaux de magasins.

Le secteur de la mode et du textile propose également des bachelors. Si ces métiers font rêver, outre des talents artistiques, ils demandent une bonne dose de motivation, voire de passion et beaucoup de travail. « *Le métier nécessite une véritable envie et un profil créatif. Lors de la sélection, on s'attache avant tout au tempérament du candidat* », prévient Michaël Cailloux, responsable des bachelors stylisme de mode et design textile à l'École Françoise Conte. Dans des promotions de petite taille, les élèves apprennent à travailler la matière, développent leur créativité, réalisent des expositions. De plus en plus d'écoles de mode donnent accès à leurs étudiants à des spécialités en management de la mode. Esmod par exemple propose des formations en stylisme-modélisme, mais aussi en business (Isem). Toujours dans le marketing de la mode, Mod'spé, Mod'art, l'Istituto Marangoni et Moda Domani (groupe Ionis) disposent de formations en trois ou quatre ans après le bac.

Un bachelor peut conduire à travailler dans des bureaux de tendances, chez des petits créateurs, en infographie textile, dans l'illustration de mode. Il peut aussi, pourquoi pas, donner accès à des maisons renommées ou des grands groupes. Élève en bachelor à Françoise Conte, Marie, après son stage de troisième année chez Hermès, a été engagée en CDD dans le domaine textile. Elle est en passe d'intégrer la prestigieuse maison en CDI.

« *Tout dépend de la culture, de la personnalité, de la présentation* », rappelle Michaël Cailloux. Les dossiers contenant les réalisations doivent être excellents et la présentation irréprochable. ■