

etudiant.lefigaro.fr

Pays : France

Dynamisme : 16



Page 1/1

[Visualiser l'article](#)

La Cité du Luxe, une rencontre entre étudiants et professionnels



À l'occasion de cet évènement organisé par l'École internationale du marketing du luxe de Paris, les étudiants ont pu mieux approcher les métiers du marketing du luxe et échanger sur les tendances du secteur.

Lors de la Cité du Luxe qui s'est tenu le mois dernier à l'EIML - l'École internationale du marketing du luxe de Paris - et dont le *Figaro Etudiant* était partenaire, les étudiants ont confronté leur vision du marketing, et plus précisément du «merchandising du luxe» avec les experts invités. La thématique était en effet: «Luxe et merchandising à 360°». C'est ainsi que «si les étudiants ont énoncé leur vision entièrement digitale, s'appuyant sur des exemples venus du pays du soleil levant, nos experts eux, ont préféré parler d'un espace à vivre, d'un lieu qui fait rêver avec les produits placés au centre», rapportent les organisateurs de ces rencontres.

Reste le digital est sans conteste une composante essentielle du nouveau marketing des magasins du luxe. Avec un chiffre évocateur: 69% des clients checkent sur le Web avant de se rendre en boutique, selon une étude réalisée par le cabinet Deloitte. C'est notamment pourquoi, ont conclu les intervenants à cette série de conférences, «la fonction merchandising, accompagnée du digital a de belles années devant elle. Certains étudiants choisiront d'en faire leur métier et feront peut-être partie des comités de direction des entreprises, aux côtés des directeurs marketing des marques de luxe».

La Cité du Luxe, dont la troisième édition se tenait cette année, a trois objectifs: «Être une véritable tribune pour les étudiants qui ont travaillé toute l'année sur le sujet choisi, faciliter l'insertion professionnelle et permettre aux étudiants de découvrir les tendances du secteur et son évolution».