

## ENSEIGNEMENT

# "Sup de luxe", numéro un des formations spécialisées

**S**urnommé "Sup de luxe" par les initiés, l'Institut supérieur de marketing du luxe s'apprête à célébrer plus qu'honorablement ses 20 ans d'existence en 2010 : créée en 1990 au sein de l'EDC (l'École des dirigeants et créateurs d'entreprise) par Alain Dominique Perrin, alors à la tête de Cartier, cette formation a tant fait ses preuves qu'elle vient d'arriver pour la cinquième année consécutive en tête du classement des formations de luxe établi par le cabinet SMBG.

« Notre MBA spécialisé Luxury Brand Marketing and International Management occupe une place à part dans la formation au luxe. Notre réussite s'explique par notre approche pragmatique des enjeux du luxe. L'enseignement est délivré exclusivement par des professionnels qui connaissent bien les exigences de cet univers, qui se doit d'être à la fois performant, créatif et respectueux du savoir-faire. Grâce à une sélection rigoureuse, nous avons constitué un vivier de mille jeunes managers. Le réseau de ces anciens étudiants est aujourd'hui dynamique et influent », indique Michel Guten, président de l'Institut.

Dirigée par Thibaut de La Rivière, cette formation « accueille exclusive-

ment des étudiants de bac + 4, bac + 5 ou de jeunes cadres souhaitant se spécialiser ». Sur 1 000 dossiers reçus, 250 seulement sont retenus. Dans un second temps, les candidats sont soumis à un "grand oral" auprès d'un jury indépendant de l'école composé de professionnels. Chaque promotion ne compte au final qu'une petite centaine d'étudiants motivés par un esprit de compétition jusqu'à la soutenance de leur mémoire de fin d'année. « L'efficacité de ce troisième cycle de l'EDC repose sur un lien direct avec l'entreprise. On y étudie des cas concrets et l'approfondissement des connaissances passe par des rencontres privilégiées hebdomadaires avec ceux que nous désignons comme nos "grands témoins". Il s'agit de personnalités du luxe mais aussi de la politique, de la presse, de l'industrie ou de la littérature, qui apportent leur expérience. Pour avoir une vision du luxe, défendre habilement une stratégie, il faut acquérir des connaissances, se nourrir de différents points de vue avant de se confronter à la réalité pratique », conseille, en expert, Michel Guten.

**VIRGINIE JACOBBERGER-LAVOUÉ**  
[www.supdeluxe.com](http://www.supdeluxe.com)

