

Directeur de projets image et communication

RNCP35593 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	320n, 320
Formacode(s)	46347, 32135
Code(s) ROME	E1402, E1401, E1104, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	19/05/2021
Date d'échéance	19/05/2026

Certificateur(s)

INSTITUT DE GESTION SOCIALE (IGS) · SIRET : 31249509600157

INSTITUT INTERNATIONAL DU COMMERCE ET DU DEVELOPPEMENT · SIRET : 31814740200099

Partenaires habilités

25 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 19 à former et organiser l'évaluation et 6 à former.

Organisme	SIRET	Habilitation
COM'FORMATIONS	81249236100033	Former et organiser l'évaluation
EXCELIA GROUP	34876850800015	Former
GROUPE ANTOINE DE ST-EXUPERY SITE GIORGIO FRASSATI	77774619900010	Former et organiser l'évaluation
GROUPE IGS - ADIP	40980167700025	Former
Groupe IGS-CIEFA	—	Former
GROUPE IGS - CIEFA	33264146300028	Former
GROUPE IGS - CIEFA	33264146300051	Former et organiser l'évaluation
INST FORMATION TERTIAIRE ENTREPR SUD	42058478100025	Former et organiser l'évaluation
INSTITUT DE GESTION SOCIALE	31249509600140	Former et organiser l'évaluation
INSTITUT DE GESTION SOCIALE	31249509600165	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 25 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp35593-directeur-de-projets-image-et-communication/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Les directions de la communication sont placées au cœur des enjeux et des décisions politiques. Afin de mieux répondre à l'ensemble des besoins en communication et d'image, les services sont renforcés dans presque toutes les directions.

On est aujourd'hui très loin de l'information d'entreprise au service du seul management. (Source Stratégies

2018).

Le changement dans les modes de consommation, le besoins de partage d'informations, d'opinions et d'émotions, l'évolution des outils d'information/de communication ont donné naissance à de nouveaux modèles économiques et remis en question le référentiel métier de Directeur de Projets Image & Communication.

Si la communication traditionnelle a toujours un rôle à jouer au sein des organisations, le secteur de la communication s'est nettement développé avec le format digital, la professionnalisation de cibles bien plus averties, ses modes de consommation, ses outils d'accessibilité comme le mobile, la multiplication des messages, des canaux, des supports, la facilité d'accessibilité aux données, le partage plus étendu des informations. Une grande partie des compétences requises pour assurer cette composante essentielle du déploiement des activités de « communication » de l'entreprise reste d'actualité : être en mesure d'analyser les tendances et signaux faibles de l'environnement socio-économique et concurrentiel, de définir les lignes d'un plan d'action, de piloter un budget, de manager une équipe.

ACTIVITÉS VISÉES

Le métier a évolué, principalement en raison du développement numérique, digital et audiovisuel, qui n'était encore qu'une option au niveau des compétences il y a 5 ans, et qui constitue maintenant un socle permettant d'asseoir la légitimité de la Communication au sein de l'organisation.

Le titre déposé, dans le cadre du renouvellement, prend ainsi en compte cette transformation par son intitulé : directeur de projets image & communication

Cette dénomination traduit la capacité à diriger de façon cohérente des projets centrifuges qui irriguent tous les canaux de communication sur différents axes : langage/image, interne/externe, national/international, online/offline.

De ce fait, l'essentiel des activités du « dircom » consiste à définir et mettre en œuvre une partition cohérente de projets qui touchent à l'image de l'entreprise et à son mode de communication auprès des parties prenantes internes et externes à l'organisation (clients, actionnaires, gouvernance, salariés, journalistes,...) tout en intégrant la variété des modes d'expression ou de circulation du contenu informatif

Les activités principales sont de nature stratégique, politique, technique, managériale, commerciale, communication, juridique et budgétaire, de management de projets et des hommes, de prise de risque dans le cas d'une création d'entreprise. 7 activités caractérisent la fonction :

ACTIVITE 1 : Elaborer une stratégie d'image et de communication

ACTIVITE 2 : Piloter le déploiement de la stratégie d'image et de communication

ACTIVITE 3 : Concevoir, organiser et optimiser sa stratégie digitale

ACTIVITE 4 : Manager des professionnels de la communication

ACTIVITE 5 : Prendre la parole au nom de l'entreprise

ACTIVITE 6 : Développer une communication interne efficace

ACTIVITE 7 : Piloter un budget de communication

La fonction de « directeur de projets image & communication » est directement rattachée à la Direction de l'entreprise, parfois avec une mission cumulée en marketing ou RH., d'un niveau hiérarchique supérieur aux chargé(e)s de communication, event manager, responsable presse, relations publiques, community manager, web marketer, infographistes...

Le/la titulaire peut aussi créer son agence ou être auto-entrepreneur/euse.

Son acte de création en fait un/e entrepreneur/euse, preneur/euse de risques.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

BLOC 1 ELABORER UNE STRATEGIE D'IMAGE ET DE COMMUNICATION

C.1.1. Consulter régulièrement des sources pertinentes et variées afin d'identifier des tendances et des évolutions liées au secteur d'activité

C.1.2. Identifier les "influentes" (en sélectionnant médias, analystes, prescripteurs...) afin d'avoir connaissance des acteurs du marché

C.1.3. Avoir une vision systémique des enjeux pour s'approprier la stratégie globale et de l'entreprise en étant en constante relation avec la gouvernance

C.1.4. Mettre en place une politique RSE à partir d'une veille, de techniques et pratiques du secteur, pour construire une stratégie durable

C.1.5. Réaliser un diagnostic "Image et Communication" de l'entreprise, à partir d'un benchmark, pour identifier la problématique de communication

C.1.6. Formaliser les axes stratégiques d'image, au regard du positionnement de l'entreprise, pour bâtir une politique de com

C.1.7. Argumenter la stratégie et le budget établis, en prévoyant le ROI, pour recueillir l'adhésion de la Direction générale

BLOC 2

PILOTER LE DEPLOIEMENT DE LA STRATEGIE D'IMAGE ET DE COMMUNICATION

C.2.1. Partager avec l'équipe projet la stratégie de communication retenue afin de la mettre en œuvre, dans un objectif d'adhésion

C.2.2. Faire émerger des propositions au regard de la stratégie d'image et communication afin d'établir un plan d'actions consolidé

C.2.3. Définir les outils de référence (charte graphique, ligne éditoriale, process...) au regard de la politique de communication définie, pour optimiser la stratégie

C.2.4. Assurer la conformité de l'ensemble des actions de communication afin d'être garant de la cohérence des messages dans le fond et la forme

C.2.5. Proposer des scénarii alternatifs (actions, moyens humains, budget) en cours d'exécution du projet afin d'optimiser l'atteinte des objectifs stratégiques, en mettant en place une cellule de veille et en tenant compte des impératifs RSE

BLOC 3 CONCEVOIR, ORGANISER et OPTIMISER SA STRATEGIE DIGITALE

C.3.1. Analyser l'ensemble des indicateurs de performance digitale de l'entreprise afin d'identifier les forces et les faiblesses, à la suite d'une cellule de veille des techniques et pratiques

C.3.2. Identifier des actions digitales innovantes pour optimiser l'efficacité de la communication digitale

C.3.3. Elaborer une recommandation stratégique et conduire une politique de communication digitale et numérique, sur un axe de différenciation

C.3.4.. Identifier les ressources humaines et budgétaires nécessaires afin de mettre en œuvre la stratégie digitale et numérique pertinente

C.3.5. Evaluer la performance des actions mises en œuvre afin de proposer, le cas échéant, des actions correctives, en ayant défini des KPI's

BLOC 4 MANAGER DES PROFESSIONNELS DE LA COMMUNICATION

C.4.1 – Organiser, coordonner en supervisant les missions de l'équipe pour contrôler le déploiement du projet

C.4.2 – Constituer l'équipe interne et/ou externe au regard des compétences requises et du budget disponible, pour travailler en mode projet

C.4.3 – Exprimer les besoins auprès des membres de l'équipe pour susciter des recommandations créatives et pertinentes

C.4.4 – Etablir une feuille de route pour chaque membre de l'équipe afin de permettre de piloter l'atteinte des objectifs

C.4.5 – Identifier des indicateurs pour évaluer l'efficacité du management, en déterminant un mode de travail collaboratif

BLOC 5 PRENDRE LA PAROLE AU NOM DE L'ENTREPRISE

C.5.1. Etre en veille sur l'image de l'entreprise et de son activité afin d'identifier les situations de prises de parole, en ligne avec la culture d'entreprise

C.5.2. Optimiser la qualité des prises de parole externes pour garantir l'image de l'entreprise, en ayant défini le format et le contenu

C.5.3. Elaborer les moyens nécessaires (éléments de langage, plan de communication dédiés) pour gérer une situation de communication institutionnelle, sensible ou communication de crise

C.5.4 Identifier et préparer, en leur donnant les éléments de langage, les collaborateurs représentant l'entreprise afin d'assurer une prise de parole de qualité

C.5.5. Identifier les indicateurs, en analysant les retombées presse/web/digitales, pour mesurer l'efficacité de la prise de parole

BLOC 6 DEVELOPPER UNE COMMUNICATION INTERNE EFFICACE

C.6.1. Rendre compréhensible auprès de tous la stratégie de l'entreprise afin de favoriser la conduite du changement

C.6.2. Définir les messages et les canaux de communication en facilitant la circulation de l'information dans l'ensemble de l'entreprise, pour obtenir l'adhésion des équipes

C.6.3 Mettre en place des indicateurs de performance, en déterminant les modes et canaux de communication, afin de mesurer l'efficacité de la communication interne

C.6.4. Organiser un système de partage d'information, en sélectionnant des outils performants, afin d'optimiser la circularisation de l'information

C.6.5. Superviser la mise en œuvre d'événements internes destinés à animer la vie de l'entreprise, en y associant les instances représentatives

C.6.6. Contribuer à la politique d'accueil avec le service RH, en développant des outils d'intégration, afin de faciliter celle des collaborateurs

C.6.7. Relayer les initiatives des collaborateurs et les événements afin de valoriser la marque, par la preuve des talents

BLOC 7 PILOTER UN BUDGET DE COMMUNICATION

C.7.1. Etablir un budget associé au plan d'action afin de valider les objectifs avec la Direction

C.7.2. Identifier des indicateurs clés de la performance (KPI) pour constituer des outils de pilotage, en mode projet

C.7.3. Mettre en oeuvre des modalités de reporting afin d'analyser les résultats au cours du projet

C.7.4. Analyser les écarts afin d'identifier, le cas échéant, des actions correctives, en les ayant anticipées

C.7.5. Etablir un bilan afin d'informer la Direction et de provoquer, le cas échéant, des ajustements nécessaires, en les ayant anticipés

Blocs de compétences

RNCP35593BC01 — Elaborer une stratégie d'image et de communication

LISTE DE COMPÉTENCES

C.1.1. Consulter régulièrement des sources pertinentes et variées afin d'identifier des tendances et des évolutions liées au secteur d'activité

C.1.2. Identifier les "influent" (en sélectionnant médias, analystes, prescripteurs...) afin d'avoir connaissance des acteurs du marché

C.1.3. Avoir une vision systémique des enjeux pour s'approprier la stratégie globale et de l'entreprise en étant en constante relation avec la gouvernance

C.1.4. Mettre en place une politique RSE à partir d'une veille, de techniques et pratiques du secteur, pour construire une stratégie durable

C.1.5. Réaliser un diagnostic "Image et Communication" de l'entreprise, à partir d'un benchmark, pour identifier la problématique de communication

C.1.6. Formaliser les axes stratégiques d'image, au regard du positionnement de l'entreprise, pour bâtir une politique de com

C.1.7. Argumenter la stratégie et le budget établis, en prévoyant le ROI, pour recueillir l'adhésion de la Direction générale

MODALITÉS D'ÉVALUATION

A partir d'une situation d'entreprise (réelle ou fictive), élaborer un diagnostic, des recommandations stratégiques et budgétaires et les soumettre à un jury professionnel

RNCP35593BC02 — Piloter le déploiement de la stratégie d'image et de communication

LISTE DE COMPÉTENCES

C.2.1. Partager avec l'équipe projet la stratégie de communication retenue afin de la mettre en œuvre, dans un objectif d'adhésion

C.2.2. Faire émerger des propositions au regard de la stratégie d'image et de communication afin d'établir un plan d'actions consolidé

C.2.3. Définir les outils de référence (charte graphique, ligne éditoriale, process...) au regard de la politique de communication définie, pour optimiser la stratégie

C.2.4. Assurer la conformité de l'ensemble des actions de communication afin d'être garant de la cohérence des messages dans le fond et la forme

C.2.5. Proposer des scénarii alternatifs (actions, moyens humains, budget) en cours d'exécution du projet afin d'optimiser l'atteinte des objectifs stratégiques, en mettant en place une cellule de veille et en tenant compte des impératifs RSE

MODALITÉS D'ÉVALUATION

A partir d'une situation d'entreprise (réelle ou fictive) soumettre à un jury professionnel :

1-

les modalités et process de travail permettant un déploiement efficace de la stratégie de communication (analyse des résultats, réajustement des actions...),

2- les documents de référence permettant de garantir la cohérence de communication, le pilotage des actions.

RNCP35593BC03 — Concevoir, organiser et optimiser sa stratégie digitale

LISTE DE COMPÉTENCES

- C.3.1. Analyser l'ensemble des indicateurs de performance digitale de l'entreprise afin d'identifier les forces et les faiblesses, à la suite d'une cellule de veille des techniques et pratiques
- C.3.2. Identifier des actions digitales innovantes pour optimiser l'efficacité de la communication digitale
- C.3.3. Elaborer une recommandation stratégique et conduire une politique de communication digitale et numérique, sur un axe de différenciation
- C.3.4.. Identifier les ressources humaines et budgétaires nécessaires afin de mettre en œuvre la stratégie digitale et numérique pertinente
- C.3.5. Evaluer la performance des actions mises en œuvre afin de proposer, le cas échéant, des actions correctives, en ayant défini des KPI's

MODALITÉS D'ÉVALUATION

A partir d'une situation d'entreprise (réelle ou fictive) soumettre à un jury professionnel : l'élaboration des recommandations stratégiques de communication digitale et estimations budgétaires

RNCP35593BC04 — Manager des professionnels de la communication

LISTE DE COMPÉTENCES

- C.4.1 – Organiser, coordonner en supervisant les missions de l'équipe pour contrôler le déploiement du projet
- C.4.2 – Constituer l'équipe interne et/ou externe au regard des compétences requises et du budget disponible, pour travailler en mode projet
- C.4.3 – Exprimer les besoins auprès des membres de l'équipe pour susciter des recommandations créatives et pertinentes
- C.4.4 – Etablir une feuille de route pour chaque membre de l'équipe afin de permettre de piloter l'atteinte des objectifs
- C.4.5 – Identifier des indicateurs pour évaluer l'efficacité du management, en déterminant un mode de travail collaboratif

MODALITÉS D'ÉVALUATION

A partir d'une situation d'entreprise (réelle ou fictive) soumettre à un jury professionnel :

1- le dimensionnement

des moyens humains (compétences, effectif, ressources internes/externes...),

2 - les modalités de pilotage de l'équipe (objectif, résultats, animation, réajustements...)

RNCP35593BC05 — Prendre la parole au nom de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

- C.5.1. Etre en veille sur l'image de l'entreprise et de son activité afin d'identifier les situations de prises de parole, en ligne avec la culture d'entreprise
- C.5.2. Optimiser la qualité des prises de parole externes pour garantir l'image de l'entreprise, en ayant défini le format et le contenu
- C.5.3. Elaborer les moyens nécessaires (éléments de langage, plan de communication dédiés) pour gérer une situation de communication institutionnelle, sensible ou communication de crise
- C.5.4 Identifier et préparer, en leur donnant les éléments de langage, les collaborateurs représentant l'entreprise afin d'assurer une prise de parole de qualité
- C.5.5. Identifier les indicateurs, en analysant les retombées presse/web/digitales, pour mesurer l'efficacité de la prise de parole

MODALITÉS D'ÉVALUATION

A partir d'une situation d'entreprise (réelle ou fictive) soumettre à un jury professionnel : les formats de prise de parole (qui, quoi, quand, pourquoi, comment, où...) et en déterminer les éléments de mesure

RNCP35593BC06 — Développer une communication interne efficace

LISTE DE COMPÉTENCES

- C.6.1. Rendre compréhensible auprès de tous la stratégie de l'entreprise afin de favoriser la conduite du changement
- C.6.2. Définir les messages et les canaux de communication en facilitant la circulation de l'information dans l'ensemble de l'entreprise, pour obtenir l'adhésion des équipes
- C.6.3 Mettre en place des indicateurs de performance, en déterminant les modes et canaux de communication, afin de mesurer l'efficacité de la communication interne

- C.6.4. Organiser un système de partage d'information, en sélectionnant des outils performants, afin d'optimiser la circularisation de l'information
- C.6.5. Superviser la mise en œuvre d'événements internes destinés à animer la vie de l'entreprise, en y associant les instances représentatives
- C.6.6. Contribuer à la politique d'accueil avec le service RH, en développant des outils d'intégration, afin de faciliter celle des collaborateurs
- C.6.7. Relayer les initiatives des collaborateurs et les événements afin de valoriser la marque, par la preuve des talents

MODALITÉS D'ÉVALUATION

A partir d'une situation d'entreprise (réelle ou fictive) soumettre à un jury professionnel : élaborer un plan de communication interne (messages, canaux, événements...) en cohérence avec les objectifs stratégiques de l'entreprise

RNCP35593BC07 — Piloter un budget de communication

LISTE DE COMPÉTENCES

- C.7.1. Etablir un budget associé au plan d'action afin de valider les objectifs avec la Direction
- C.7.2. Identifier des indicateurs clés de la performance (KPI) pour constituer des outils de pilotage, en mode projet
- C.7.3. Mettre en œuvre des modalités de reporting afin d'analyser les résultats au cours du projet
- C.7.4. Analyser les écarts afin d'identifier, le cas échéant, des actions correctives, en les ayant anticipées
- C.7.5. Etablir un bilan afin d'informer la Direction et de provoquer, le cas échéant, des ajustements nécessaires, en les ayant anticipés

MODALITÉS D'ÉVALUATION

A partir d'une situation d'entreprise (réelle ou fictive) soumettre à un jury professionnel : établir et mettre en forme les éléments budgétaires et le cadre de suivi des indicateurs clés (KPI)

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

La fonction s'exerce dans les lieux suivants : - Les agences

- Les entreprises, les annonceurs - Les Institutions - Les collectivités territoriales - Les associations - Les ONG - Les Fondations - Des groupes médias - Des stations de radio - Des chaînes de télévision

Les intitulés de postes peuvent varier selon la qualité de l'entreprise Le Directeur Projets Image & Communication est un cadre bénéficiant d'une certaine autonomie dans le cadre d'un budget déterminé, pour atteindre les objectifs fixés. Selon la taille de l'entreprise, il participe au CODIR (Comité de Direction).

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Les intitulés de postes peuvent varier selon l'activité de l'entreprise et sa taille. Les intitulés les plus fréquents sont :

- Directeur de communication
- Directeur général adjoint en charge de la communication
- Directeur adjoint à la Communication
- Directeur marketing et communication
- Directeur de la communication corporate
- Directeur de Projet Communication
- Directeur de projets Images & Communication
- Directeur de communication interne
- Directeur clientèle en communication
- Directeur Communication & RP
- Directeur de communication digitale
- Directeur du Planning stratégique
- Responsable Image & Communication
- Responsable de communication
- Responsable Projet Communication
- Responsable de communication internationale
- Responsable communication interne

- Responsable communication externe
- Responsable de la communication événementielle
- Responsable des relations Presse
- Manager de la communication numérique
- Brand Manager
- Planner stratégique
- Communication project manager
- International brand manager
- Consulting account director
- Chef de projet communication
- Consultant conseil en communication
- Consultant en communication
- Digital Account Manager
- Chief digital Officer
- Traffic Manager
- Chargé de projet web
- Responsable partenariats

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Néant

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Très faible (1/5)
Facteurs principaux	Non-durabilité de l'emploi, Non-attractivité salariale
Salaire médian (mensuel)	2 386 €
Familles professionnelles (FAP)	U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible) U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	9 101
Jugés difficiles à recruter	21 %
Emplois saisonniers	22 %
Familles professionnelles (FAP)	U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Les pré-requis pour accéder au dispositif de certification hors VAE sont de :

- posséder a minima un titre de niveau 6, la validation de 180 crédits ou d'une licence universitaire en sciences humaines & sociales (info-com, lettres, économie, droit...), un bachelor de communication
- être capable a minima de comprendre son environnement économique, culturel et social, politique, environnemental
- capacité à comprendre et s'exprimer en langue française, capacité d'écriture et d'esprit de synthèse. Notion de bases de la langue anglaise

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, VAE

Le jury de délivrance de la certification est composé de 3 personnes : deux professionnels du métier visé - dont l'un

assurera la présidence du jury - et un représentant du certificateur .

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle	7 407 €
Selon la branche	5 457 € – 7 886 €
Prise en charge	Branches concernées
7 407 €	Valeur par défaut · 179 branches
7 886 €	CPNE Banque, CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie, CPNE de la branche de l'hospitalisation privée à statut commercial et du thermalisme, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNEF de la Publicité
7 084 €	CPNE du négoce et distribution de combustibles solides, liquides, gazeux et produits pétroliers, CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles, CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services), CPNEFP de la branche des prestataires de services du secteur tertiaire
7 650 €	CPNE Branche Caoutchouc, CPNE des industries de santé (CPNEIS), CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire
7 801 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
7 115 €	CPNEF de la Branche des organismes de formation, CPNEFP des commerces de gros
6 930 €	CPNEF de l'audiovisuel, CPNEFP des industries électriques et gazières
6 300 €	CPNEFP de l'enseignement privé indépendant, CPNEFP de la métallurgie
7 857 €	CPNFPE des sociétés d'assurances
7 830 €	CPNEFP des jardineries et graineteries
7 740 €	CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
7 725 €	CPNEFP Commerce à distance
7 390 €	CPNE des Télécoms
7 361 €	CPNEFP Sports Loisirs
7 296 €	CPNEFP Import-Export
7 200 €	CPNE chimie
7 110 €	CPNEFP de la Branche des Caisses régionales de Crédit Agricole et autres organismes
6 480 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
5 457 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites

Base légale

Date de décision	19/05/2021
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	19/05/2026

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2019	126	0	100 %	—
2018	55	0	100 %	82 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP25521

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP42186

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.formationcontinue.groupe-igs.fr>

- <https://www.iscpa-ecoles.com/nos-certifications>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/35593/>

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	2
Organismes gestionnaires (CFA)	1
Organismes formateurs	1
Régions couvertes	1
Départements couverts	1
Organismes certifiés Qualiopi	1
Formations à distance	2
Sessions	de 01/2026 à 12/2027

Catalogue des formations en apprentissage — réseau des Carif-Oref. Sans frais pour l'alternant : formation financée par l'OPCO de la branche (NPEC).

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	41
Parcours menés à terme	22
Taux d'achèvement	54 %
Période	09/2023 – 08/2026

Entrées et sorties — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	41
Montant total engagé	196 064 €

Coût moyen par dossier	4 782 €
Durée moyenne	528 h
Période	07/2023 – 03/2026
France compétences	65 %
OPCO	25 %
Reste à charge titulaire	7 %
France Travail	2 %
Entreprise	1 %

Formations engagées via le CPF — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.