

Chargé de communication cross-media

RNCP35746 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	320
Formacode(s)	46301
Code(s) ROME	E1402, E1107, E1401, E1104, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	08/07/2021
Date d'échéance	08/07/2023

Certificateur(s)

LEARNING MANAGEMENT DEVELOPPEMENT · SIRET : 49088549800082

INSTITUT PROMOTION FORMATION · SIRET : 32800778600077

Partenaires habilités

18 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 18 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ALFAE	88180578200011	Former et organiser l'évaluation
ALFAE	88180578200029	Former et organiser l'évaluation
EUROPEAN COMMUNICATION SCHOOL BRUXELLES	—	Former et organiser l'évaluation
EUROPEEN COMMUNICATION SCHOOL STRASBOURG	51809403200035	Former et organiser l'évaluation
IFC VALENCE	50434337700017	Former et organiser l'évaluation
INSTITUT FORMATION CONSEIL	37924163100058	Former et organiser l'évaluation
INSTITUT POUR LA FORMATION CONTINUE	44974015800018	Former et organiser l'évaluation
IPF CONSEIL ET RESSOURCES	41861112500018	Former et organiser l'évaluation
MEDIASCHOOL ANGOULEME	87835297000015	Former et organiser l'évaluation
MEDIASCHOOL EXECUTIVE EDUCATION	79763942400036	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 18 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp35746-charge-de-communication-cross-media/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Les métiers de la communication ont connu de profondes mutations au cours des 15 dernières années, en raison notamment de l'avènement des technologies numériques et des nouveaux usages qu'elles ont suscités.

Les acteurs du marché ont été amenés à repenser en profondeur leurs stratégies et leurs pratiques, pour répondre aux objectifs de visibilité et de développement des organisations (entreprises, institutions, associations...).

Un nouveau mode de communication, résolument horizontal (alors qu'il était historiquement vertical) et décloisonné,

s'est imposé comme une norme, avec l'utilisation complémentaire de différents canaux pour faire passer un même message.

Ce type de stratégie, dite « cross-media », recherche une logique d'interactivité avec la cible et à mettre en relation les différents canaux utilisés. Elle joue donc sur ce qui fait la complémentarité des supports pour harmoniser le message.

La certification

"Chargé de communication cross-média" vise à offrir aux entreprises ce type de professionnels, dont les compétences les placent en capacité de maîtriser toutes les composantes du dispositif global de communication cross-media, au service de leurs objectifs (notoriété, repositionnement, lancement de produits...).

Le besoin des entreprises en la matière est important en dépit d'une conjoncture économique défavorable, liée à la crise sanitaire. La filière communication - rassemblant plus de 46 000 entreprises, employant plus de 230 000 salariés et générant annuellement un chiffre d'affaires de près de 39 Mds€ ces dernières années – continue de recruter sur les métiers liés à cette fonction.

En effet, les besoins des entreprises sont restés continus et à un niveau élevé en offres d'emploi diffusées [entre 10 000 et 20 000 offres chaque trimestre de 2015 à 2020 dans la famille des métiers « Communication, Presse, Multimédia » - et plus précisément entre 2 000 et 5 000 offres sur le métier « communication »

(sources

Pôle emploi).

ACTIVITÉS VISÉES

En fonction de son environnement de travail et des projets qu'il conduit, les missions "Chargé de communication cross-média" se déclinent dans les domaines d'activités suivants :

1. Conception de la stratégie opérationnelle de communication cross-media.
 - 1.1 Analyse du besoin en communication de l'entité cliente et établissement du diagnostic associé
 - 1.2 Élaboration du plan de communication de l'entité cliente en réponse au besoin analysé
2. Conception et production des outils de communication cross-media
3. Pilotage des opérations de communication publique et auprès de la presse
4. Pilotage de la mise en œuvre des actions de communication événementielle
5. Évaluation des retombées des actions de communication réalisées

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Le titulaire est capable de :

1-Concevoir la stratégie opérationnelle d'une communication cross-media :

Analyser le besoin en communication de l'entité cliente et établir le diagnostic associé :

- analyser la demande exprimée par une entité cliente concernant un projet de communication,
- analyser les caractéristiques et le positionnement d'une entité cliente,
- Analyser le marché d'une entité cliente sur son segment d'activité,
- évaluer et auditer la communication d'une entité cliente, en identifiant et en analysant les actions mises en œuvre antérieurement,
- établir le diagnostic global de la problématique de communication d'une entité cliente.

Elaborer le plan de communication d'entité cliente en réponse au besoin analysé :

- définir les composantes du plan de communication,
- établir les conditions de réalisation du plan de communication,
- formaliser la présentation et l'argumentation du plan de communication d'une entité cliente.

2- Concevoir et produire des outils de communication cross-media:

- Concevoir et produire des outils de communication multiformats et multisupports,
- Éditorialiser la communication et les contenus d'une entité cliente,
- Définir et sélectionner les supports et formats de communication,
- Élaborer et superviser la production de contenus de marque multiformats et multisupports,
- Présenter des productions à une entité cliente en vue de leur validation.

3- Piloter des opérations de communication publique et auprès de la presse :

- Entretenir et suivre des relations avec les médias,
- Élaborer et organiser des campagnes de presse,
- Rédiger et diffuser des communiqués et dossiers de presse,
- Organiser des conférences de presse.

4- Piloter la mise en œuvre des actions de communication événementielle :

- Planifier une opération de communication événementielle et établir un retroplanning,
 - Sélectionner et mobiliser les prestataires et les fournisseurs d'une opération de communication événementielle,
 - Gérer les aspects techniques et logistiques d'une opération de communication événementielle
- et assurer la coordination des professionnels impliqués dans sa mise en œuvre.
- 5- Évaluer les retombées des actions de communication réalisées :
- Élaborer le dispositif de mesure d'impact et de performance des actions de communication,
 - Organiser la mise en œuvre du dispositif de mesure et évaluer l'impact et la performance des actions de communication,
 - Établir le bilan qualitatif et quantitatif des actions de communication et identifier les axes d'amélioration.

Blocs de compétences

RNCP35746BC01 — Conception de la stratégie opérationnelle de communication cross-media.

LISTE DE COMPÉTENCES

A1. Analyse du besoin en communication de l'entité cliente et établissement du diagnostic associé. En réponse à la demande exprimée par une entité cliente concernant un projet de communication et en collectant et traitant les informations utiles concernant son positionnement, son marché et sa concurrence, établir le diagnostic de la problématique de communication de l'entité cliente, en définissant son besoin et les objectifs à atteindre, compte-tenu de son environnement interne et externe.

A2. Élaboration du plan de communication de l'entité cliente en réponse au besoin analysé. En cohérence avec la politique et la stratégie de communication de l'entité cliente et au regard du diagnostic posé concernant son positionnement et ses segments de clientèle, élaborer le plan de communication adapté à son besoin et ses objectifs, en établissant un plan d'actions adapté et prévoyant ses conditions et modalités de réalisation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1/ Pour les candidats issus de la formation :

A1. Mise en situation professionnelle reconstituée fondée sur une étude de cas réelle. Analyse du besoin en communication d'une entité cliente et l'établissement d'un diagnostic fondé sur l'étude de son environnement interne et externe. Production écrite et orale.

A2. Mise en situation professionnelle reconstituée fondée sur une étude de cas réelle. Un plan de communication articulant obligatoirement des actions sur des différents canaux et intégrant de façon complémentaire leur relai ou leur animation sur les outils digitaux de l'entité cliente. Production écrite et orale.

2/ Modalités de certification du Bloc 1

Un certificat des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat à l'issue de la validation du bloc de compétences N°1.

RNCP35746BC02 — Conception et production des outils de communication cross-media

LISTE DE COMPÉTENCES

A3. Conception et production des outils de communication multiformats et multisupports. En s'appuyant sur une veille permettant l'identification des tendances et évolutions en matière de technologies, d'usages et de communication, concevoir des outils de communication cross-media et leur contenu, en supervisant leur réalisation en concertation avec les différents professionnels concernés et en s'assurant de leur conformité avec le cahier des charges et les critères qualité définis avec le commanditaire.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1/ Pour les candidats issus de la formation :

A3. Etude de cas. La déclinaison sur plusieurs formats et supports d'un message de communication sur la base d'un brief client ou d'un cahier des charges. Production multisupport présentée à l'oral.

2/ Modalités de certification du Bloc 2 : Un certificat des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat à l'issue de la validation du bloc de compétences N°2.

RNCP35746BC03 — Pilotage des opérations de communication publique et auprès de la presse

LISTE DE COMPÉTENCES

A4. Pilotage des opérations de communication publique et auprès de la presse. En s'appuyant sur un réseau de relations privilégiés et pérennes au sein du monde de la presse et des médias, piloter les opérations de

communication publique et auprès de la presse, en assurant la mise à disposition d'informations aux journalistes, afin d'assurer une couverture médiatique optimale de l'actualité de l'entité cliente.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1/ Pour les candidats issus de la formation :A4. Etude de cas :

campagne de communication presse ciblée. Production écrite.

et mise en situation professionnelle simulée : préparation d'une conférence de presse et du porte-parolat de l'entité cliente. Production orale et écrite.

2/ Modalités de certification du Bloc 3 : Un certificat des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat à l'issue de la validation du bloc de compétences N°3.

RNCP35746BC04 — Pilotage de la mise en œuvre des actions de communication événementielle

LISTE DE COMPÉTENCES

A5. Pilotage de la mise en œuvre des actions de communication événementielle :En structurant en amont l'articulation des actions nécessaires à leur tenue et en assurant la mobilisation des partenaires à impliquer, piloter la mise en œuvre des actions de communication événementielle, en coordonnant la mobilisation des moyens humains, techniques et logistiques contribuant à leur bon déroulement dans le respect des contraintes RSE, temporelles et budgétaires.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1/ Pour les candidats issus de la

formation : A5. Etude de cas : préparation logistique d'une opération de communication événementielle, sous la forme d'un dossier technique. Production écrite.

2/ Modalités de certification du Bloc 4.Un certificat des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat à l'issue de la validation du bloc de compétences N°4.

RNCP35746BC05 — Evaluation des retombées des actions de communication réalisées

LISTE DE COMPÉTENCES

A6. Évaluation des retombées des actions de communication réaliséesEn élaborant un dispositif de mesure d'impact et de performance des actions de communication exploitant de façon optimale les outils numériques, évaluer les retombées de la campagne de communication réalisée, en collectant et en analysant les données permettant de quantifier et de qualifier les résultats obtenus, afin d'en établir le bilan et de le présenter à l'entité cliente.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1/ Pour les candidats issus de la formation :A6. Mise en situation professionnelle réelle. Evaluation d'une campagne de communication, présentée dans un rapport de mission. Production écrite.

2/ Modalités de certification du Bloc 5. Un certificat des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat à l'issue de la validation du bloc de compétences N°5.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

La communication étant un enjeu universel pour les organisations, le chargé de communication cross-média peut travailler dans tous types de structures, sans condition de nature, de taille ou de secteur d'activité : associations, institutions publiques et entreprises, que ces dernières soient des PME, des ETI ou appartiennent à un grand groupe. Toutefois, on distingue deux catégories employant principalement les chargés de communication cross-média :

- les structures commanditaires des opérations de communication, qui sont désignées par le terme « annonceur » et qui peuvent être associatives, publiques ou privées ; dans ce cas, elles possèdent un service communication plus ou moins étoffé au sein duquel évolue le Chargé de communication cross-media ;
- les agences et cabinets spécialisés dans la prestation de conseil et proposant aux annonceurs de les accompagner dans leur stratégie de communication.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Le chargé de communication cross-média est généralement placé sous l'autorité d'un référent hiérarchique :

- chez l'annonceur, il s'agit du directeur de la communication lorsque la structure possède un service dédié ou du chef d'entreprise, lorsqu'il s'agit de petite PME ou de TPE,
- au sein des agences, il s'agit soit d'un directeur de clientèle gérant un portefeuille d'affaires, soit du directeur d'agence dans le cas des plus petites structures.

Le

chargé de communication cross-média est autonome dans la mise en œuvre opérationnelle des actions du plan de communication validé par les décideurs de l'entité cliente : responsable de la conformité et de la qualité des réalisations, il est chargé du respect des budgets et de la tenue des délais exigés par le calendrier propre à l'entreprise annonceur. S'il intervient dans l'élaboration ou la traduction de la stratégie de communication de l'entité cliente, c'est à titre de recommandation ou de conseil, la décision étant toujours dévolue à la direction (de service ou de l'entreprise).

S'il peut encadrer le travail d'un ou plusieurs salariés, généralement qualifiés d'assistants, le chargé de communication cross-média n'assure pas nécessairement de fonction hiérarchique. En revanche, il a toujours un rôle de coordination fonctionnelle des différents acteurs impliqués dans un projet de communication et, s'il œuvre généralement dans une dynamique d'intelligence collective, c'est à lui de poser les arbitrages concourant à la réussite des opérations.

Principaux emplois occupés (liste non exhaustive) :

Selon l'environnement de travail, le métier recouvre plusieurs appellations d'emploi :

chargé de / chef de projet : communication – communication interne – communication événementielle – communication visuelle – communication digitale – stratégies média – communication (parfois associé explicitement au périmètre « marketing ») - événementiel, chef de publicité – Planner stratégique – Media trader - Attaché de presse – RP – Consultant médias sociaux – Producteur de contenu – Organisateur d'événements...

En début de carrière et sur son premier emploi, il est courant que le chargé de communication cross-média ait un titre d'assistant.

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

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Pour accéder au dispositif de certification (hors VAE) :

- l'accès au dispositif de certification requiert la possession d'un titre ou diplôme de niveau 5 (ou équivalent).
- les professionnels justifiant d'au moins 2 années d'expérience dans le secteur d'activités peuvent postuler à l'entrée au dispositif, même s'ils ne possèdent pas le niveau de formation requis.

Quel que soit le niveau d'accès à la certification, les modalités de sélection s'articulent autour de :

- l'examen d'un dossier de candidature,

- l'accomplissement d'un test d'évaluation de connaissances et de culture générale,
- la tenue d'un entretien de motivation.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

Le jury est composé de 4 membres :

- 2 personnalités extérieures à l'établissement certificateur et étant des professionnels qualifiés dans le domaine de la communication, exerçant des fonctions de chargé de communication cross-media ou ayant dirigé des chargés de communication cross-media.
- 2 représentants de l'établissement faisant partie de l'encadrement pédagogique.

Le président est un professionnel du secteur extérieur à l'établissement désigné par l'ensemble des membres du jury. 50 % du Jury sont des membres extérieurs à l'établissement certificateur.

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

Le jury est composé de 4 membres :

- 2 personnalités extérieures à l'établissement certificateur et étant des professionnels qualifiés dans le domaine de la communication, exerçant des fonctions de Chargé de communication cross-media ou ayant dirigé des Chargés de communication cross-media.
- 2 représentants de l'établissement faisant partie de l'encadrement pédagogique.

Le président est un professionnel du secteur extérieur à l'établissement désigné par l'ensemble des membres du jury. 50 % du Jury sont des membres extérieurs à l'établissement 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	7 550 €
Selon la branche	6 000 € – 7 550 €
Prise en charge	Branches concernées
7 550 €	Valeur par défaut · 200 branches
6 500 €	CPNE Branche Caisse d'Epargne, CPNE de la branche Banque Populaire, CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire
7 000 €	CPNE chimie, CPNEFP de l'enseignement privé indépendant
7 480 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
7 440 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
7 426 €	CPNEFP Sports Loisirs
7 210 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
7 076 €	CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles
6 800 €	CPNE Banque
6 200 €	CPNE du commerce de détail alimentaire non spécialisé
6 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date de décision	08/07/2021
Durée de l'enregistrement	2 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	08/07/2023

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2020	23	0	86 %	—
2019	21	0	93 %	57 %
2018	17	0	100 %	47 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP28766

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://ecole-pstc.fr/metiers-de-la-communication/responsable-marketing-et-communication>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/35746/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	2
Parcours menés à terme	2
Taux d'achèvement	100 %
Période	04/2023 – 10/2023

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	2
Montant total engagé	3 235 €
Coût moyen par dossier	1 618 €
Durée moyenne	562 h
Période	04/2023 – 06/2023
France compétences	100 %

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