

Responsable visuel merchandiser

RNCP37798 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312v
Formacode(s)	34519, 34597
Code(s) ROME	D1506
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	19/07/2023
Date d'échéance	19/07/2028

Certificateur(s)

CCI FRANCE · SIRET : 18750002000073

Partenaires habilités

5 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 5 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
CAMPUS DU LAC	41058110200010	Former et organiser l'évaluation
CCIL GRAND LILLE CEPRECO	13002271800188	Former et organiser l'évaluation
CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE REGION HAUTS-DE-FRANCE	13002271800014	Former et organiser l'évaluation
ECOLE SUPERIEURE DE LA PRODUCTION DE LA MODE ET DU LUXE	88941511300022	Former et organiser l'évaluation
ECOLE SUPERIEURE DE LA PRODUCTION DE LA MODE ET DU LUXE	88941511300030	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le champ concurrentiel, l'évolution du comportement des consommateurs amènent les enseignes à proposer de nouvelles expériences clients, le parcours physique dans un espace de vente, la navigation sur un site en ligne sont impactés.

Le merchandising est devenu l'un des systèmes de référence dans le management optimal des entreprises à finalité commerciale.

Pour fédérer à ce nouveau modèle organisationnel, les chefs d'entreprises recrutent des profils de Responsable Visuel merchandiser à la fois dotés d'une vision stratégique, qualifiés sur le cœur du métier, formés au management d'équipes et de projets et également capables d'intégrer les enjeux économiques.

Le Responsable Visuel Merchandiser est le garant de l'identité visuelle d'une marque/enseigne et de son impact sur le chiffre d'affaires.

ACTIVITÉS VISÉES

Dans le cadre de ses fonctions, le Responsable visuel merchandiser exerce 3 grands domaines d'activités :

- Elaboration d'un plan d'action merchandising omnicanal
- L'analyse du marché, du comportement d'achat et des attentes clients.
- La participation à la définition d'un plan d'action merchandising
- La rédaction d'un cahier des charges
- La construction du plan merchandising
- La formalisation et présentation du plan merchandising à sa hiérarchie
- Mise en œuvre du plan merchandising omnicanal en mode projet
- La planification des actions merchandising
- La détermination des besoins et ressources nécessaires
- La rédaction des guides de préconisations et procédures merchandising
- Le suivi des mises en œuvre du projet
- L'évaluation des actions merchandising
- Management transversal des équipes
- La planification de l'activité de l'espace de vente selon le plan de merchandising établi et évaluation des besoins en personnel qui en découlent
- La contribution au recrutement de collaborateurs permanents et intérimaires de l'espace de vente
- L'organisation du travail et établissement des plannings des collaborateurs
- L'encadrement et animation des équipes opérationnelles
- Le soutien et professionnalisation des équipes

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Elaboration d'un plan d'action merchandising omnicanal :

- Exercer une fonction de veille et de benchmarking en visitant des salons professionnels, en consultant des sites web, en lisant la presse spécialisée afin d'identifier les évolutions des pratiques de merchandising et de leurs facteurs d'influence.
- Analyser les comportements d'achat des clients de son enseigne, en s'appuyant notamment sur les données marketing issues des outils numériques de gestion de la relation clients (GRC) et en repérant les évolutions et tendances des pratiques des consommateurs (préférences, valeurs...), afin d'élaborer des scénarios (tendanciels ou alternatifs) et émettre des recommandations pour l'établissement de la stratégie d'entreprise et la valorisation de l'expérience client.
- Analyser les données internes de l'entreprise (marketing, communication, commercial, achats), et externes (marché(s), concurrence, cible(s) client(s), afin de répondre aux enjeux de la stratégie de l'entreprise sur l'offre en point de vente et/ou en ligne et définir une action merchandising.
- Présenter et argumenter différentes solutions et les objectifs liés à partir de l'ensemble des données recueillies afin de participer à l'élaboration du plan d'action merchandising
- Définir les indicateurs de performance à intégrer au reporting afin de mesurer les impacts du plan merchandising
- Rédiger un cahier des charges, prenant en compte les contraintes stratégiques, afin de dimensionner les outils, les techniques, les moyens humains, matériels et financiers nécessaires à sa réalisation.
- Identifier et analyser les spécificités et les contraintes techniques de l'ensemble des canaux de distribution de l'entreprise afin de concevoir les différentes versions de merchandising adaptées sur la base du cahier des charges.
- Conduire et analyser des phases de tests en zone de vente réelle (showroom, zone test...) ou virtuelle (conception 3D, réalité augmentée, ...) afin d'ajuster le projet retenu.
- Présenter et argumenter son plan merchandising auprès de sa hiérarchie et/ou des acteurs internes ou externes concernés afin d'en obtenir sa validation.

Mise en œuvre du plan merchandising omnicanal en mode projet

- Planifier l'ensemble des actions à conduire en utilisant des outils de gestion de projet et un rétroplanning afin de réaliser la mise en œuvre des opérations merchandising
- Définir les besoins en supports, outils et ressources : lieux, produits, équipes, visuels, matériels, techniques, fournisseurs, délais... à partir des scénarii choisis, afin de permettre la rédaction du guide et la réalisation de l'opération
- Participer à la sélection des fournisseurs/prestataires en recommandant les acteurs qui répondent à un cahier des charges exigeant en matière de responsabilité sociétale (RSE) afin de mettre œuvre le projet
- Rédiger les guides de préconisations et procédures merchandising nécessaires à la mise en œuvre de l'action qu'elle soit en site marchand avec un storyboard ou en point de vente avec un guideline afin de communiquer auprès de l'ensemble des acteurs concernés

- Suivre la mise en œuvre par l'équipe en demandant un reporting photo ou un test de navigation et en y apportant des corrections si nécessaires afin de s'assurer du respect du guide de préconisations et des procédures
- Evaluer les actions merchandising sur le plan technique/ pratique, esthétique, et commercial en utilisant les indicateurs définis afin d'en mesurer l'efficacité et l'impact
- Réaliser le reporting (quantitatif/qualitatif) auprès des services / départements et acteurs concernés par les opérations merchandising afin d'établir un bilan de l'action et se fixer des axes de progrès.

Management transversal des équipes

- Anticiper les besoins en personnel en déterminant les recrutements à prévoir au regard des objectifs du plan de merchandising, afin de disposer des ressources humaines pour en assurer la mise en œuvre.
- Participer au processus de recrutement de nouveaux salariés en collaboration avec le service RH de son entreprise, en contribuant à l'identification et la sélection des candidats à positionner sur les postes à pourvoir selon des critères intégrant la facilitation d'accès à l'emploi des candidats en situation de handicap, afin de disposer des profils et compétences correspondant aux besoins générés par l'activité de son service.
- Organiser le travail à effectuer par les membres des équipes impliquées, en déterminant les tâches, missions et objectifs assignés à chacun et en établissant leur planning de travail dans le respect de la législation et en tenant compte des impératifs liés aux activités et actions à mettre en œuvre sur les canaux physiques et digitaux, afin d'assurer un fonctionnement optimal de l'unité commerciale.
- Vérifier l'application des règles et procédures à respecter en matière de sécurité et de pratiques éco-responsables, en tenant compte des obligations légales (équipement de sécurité et de protection, habilitations...) et de la politique RSE de son entreprise, afin de protéger l'intégrité physique de ses collaborateurs et de favoriser des pratiques durables du point de vue de l'environnement.
- S'assurer de la mise en place des dispositions et aménagements de postes de travail pour les salariés en situation de handicap, en identifiant leurs besoins spécifiques, afin de leur garantir des conditions d'accès et d'autonomie suffisantes et conformes à la réglementation.
- Mobiliser les équipes de collaborateurs, en développant un mode de management favorisant l'écoute et la reconnaissance tout en l'adaptant à leurs caractéristiques et à la culture de l'entreprise, afin de contribuer à leur motivation, leur implication et à l'atteinte des objectifs de développement commercial et de productivité de l'unité.
- Superviser le travail produit par les équipes, en contrôlant le respect des procédures et règles définies, et en les aidant à résoudre les problèmes rencontrés, afin de garantir une qualité de service conforme aux engagements de son entreprise et de contribuer à la satisfaction de ses clients.
- Gérer les litiges et conflits interpersonnels pouvant survenir entre les membres des équipes, en trouvant les solutions adaptées et préservant les intérêts de chacun, afin de maintenir un climat de travail serein et participant à un fonctionnement optimal de l'unité.
- Former un ou plusieurs collaborateurs en situation de travail, en leur apportant des conseils et consignes d'ordre technique ou comportemental et en déterminant avec eux les axes de progrès à réaliser, afin de contribuer au développement de leurs compétences et à l'adoption d'une attitude conforme au positionnement de l'enseigne.
- Contribuer à la progression de ses collaborateurs, en réalisant des entretiens permettant de déterminer les axes de progrès de chacun et en définissant les actions participant au développement de leurs compétences, afin de favoriser l'évolution de leur carrière et de leur mobilité au sein de l'entreprise.

Blocs de compétences

RNCP37798BC01 — Elaboration d'un plan d'action merchandising omnicanal

LISTE DE COMPÉTENCES

En s'appuyant sur l'analyse de son marché et de l'évolution des tendances et comportements d'achat, élaborer un plan d'action merchandising omnicanal, en veillant à sa cohérence avec la stratégie commerciale et marketing, afin de contribuer au développement du chiffre d'affaires de la marque/enseigne.

- Exercer une fonction de veille et de benchmarking en visitant des salons professionnels, en consultant des sites web, en lisant la presse spécialisée afin d'identifier les évolutions des pratiques de merchandising et de leurs facteurs d'influence.
- Analyser les comportements d'achat des clients de son enseigne, en s'appuyant notamment sur les données marketing issues des outils numériques de gestion de la relation clients (GRC) et en repérant les évolutions et tendances des pratiques des consommateurs (préférences, valeurs...), afin d'élaborer des scénarios (tendanciels ou alternatifs) et émettre des recommandations pour l'établissement de la stratégie d'entreprise et la valorisation de

l'expérience client.

- Analyser les données internes de l'entreprise (marketing, communication, commercial, achats), et externes (marché(s), concurrence, cible(s) client(s), afin de répondre aux enjeux de la stratégie de l'entreprise sur l'offre en point de vente et/ou en ligne et définir une action merchandising.
- Présenter et argumenter différentes solutions et les objectifs liés à partir de l'ensemble des données recueillies afin de participer à l'élaboration du plan d'action merchandising
- Définir les indicateurs de performance à intégrer au reporting afin de mesurer les impacts du plan merchandising
- Rédiger un cahier des charges, prenant en compte les contraintes stratégiques, afin de dimensionner les outils, les techniques, les moyens humains, matériels et financiers nécessaires à sa réalisation.
- Identifier et analyser les spécificités et les contraintes techniques de l'ensemble des canaux de distribution de l'entreprise afin de concevoir les différentes versions de merchandising adaptées sur la base du cahier des charges.
- Conduire et analyser des phases de tests en zone de vente réelle (showroom, zone test...) ou virtuelle (conception 3D, réalité augmentée, ...) afin d'ajuster le projet retenu.
- Présenter et argumenter son plan merchandising auprès de sa hiérarchie et/ou des acteurs internes ou externes concernés afin d'en obtenir sa validation

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1/ Elaboration d'un plan d'action merchandising à partir d'une commande d'entreprise réelle ou fictive.

Dossier professionnel constitué de 4 parties :

- Analyse du contexte d'un magasin physique et/ou d'un site marchand
- Conduite d'un audit merchandising
- Rédaction d'un cahier des charges fonctionnel
- Elaboration d'un plan d'actions merchandising et proposition de déclinaisons.

Etude de cas d'entreprise

Travail individuel

Epreuve écrite

2/ Présentation d'un plan d'action merchandising à partir d'une commande d'entreprise réelle ou fictive.

Etude de cas d'entreprise

Travail individuel

Epreuve orale

Pour les primo-apprenants : s'ajoute une évaluation professionnelle

Pour les salariés : possibilité de réaliser un portefeuille de preuves en relation avec le bloc 3 à 6 mois après le parcours formatif et une immersion professionnelle de cette durée, en lieu et place des évaluations de bloc.

RNCP37798BC02 — Mise en œuvre du plan merchandising omnicanal en mode projet

LISTE DE COMPÉTENCES

En organisant, planifiant et positionnant l'ensemble des actions en points de vente et/ou sur les sites web, piloter et coordonner la mise en œuvre du plan merchandising d'une marque/enseigne et en assurer le reporting.

- Planifier l'ensemble des actions à conduire en utilisant des outils de gestion de projet et un rétroplanning afin de réaliser la mise en œuvre des opérations merchandising
- Définir les besoins en supports, outils et ressources : lieux, produits, équipes, visuels, matériels, techniques, fournisseurs, délais... à partir des scénarii choisis, afin de permettre la rédaction du guide et la réalisation de l'opération
- Participer à la sélection des fournisseurs/prestataires en recommandant les acteurs qui répondent à un cahier des charges exigeant en matière de responsabilité sociétale (RSE) afin de mettre œuvre le projet
- Rédiger les guides de préconisations et procédures merchandising nécessaires à la mise en œuvre de l'action qu'elle soit en site marchand avec un storyboard ou en point de vente avec un guideline afin de communiquer auprès de l'ensemble des acteurs concernés
- Suivre la mise en œuvre par l'équipe en demandant un reporting photo ou un test de navigation et en y apportant des corrections si nécessaires afin de s'assurer du respect du guide de préconisations et des procédures
- Evaluer les actions merchandising sur le plan technique/ pratique, esthétique, et commercial en utilisant les indicateurs définis afin d'en mesurer l'efficacité et l'impact
- Réaliser le reporting (quantitatif/qualitatif) auprès des services / départements et acteurs concernés par les opérations merchandising afin d'établir un bilan de l'action et se fixer des axes de progrès

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1/ Mise en œuvre d'un plan d'action merchandising à partir d'une commande d'entreprise réelle ou fictive.

Dossier professionnel réalisé sous forme de dossier technique comprenant à minima :

Plan, zoning

- Implantation produits fournisseurs
- Budget achat
- Rétro planning
- Éléments de reporting
- ...

Etude de cas d'entreprise

Travail individuel

Epreuve écrite

Pour les primo-apprenants : s'ajoute une évaluation professionnelle

Pour les salariés : possibilité de réaliser un portefeuille de preuves en relation avec le bloc 3 à 6 mois après le parcours formatif et une immersion professionnelle de cette durée, en lieu et place des évaluations de bloc.

RNCP37798BC03 — Management transversal des équipes

LISTE DE COMPÉTENCES

Manager les équipes opérationnelles en organisant leur travail, en supervisant les activités réalisées, et en contribuant à la professionnalisation et à l'implication de tous, afin de contribuer au développement des performances de la marque/enseigne

- Anticiper les besoins en personnel en déterminant les recrutements à prévoir au regard des objectifs du plan de merchandising, afin de disposer des ressources humaines pour en assurer la mise en œuvre.
- Participer au processus de recrutement de nouveaux salariés en collaboration avec le service RH de son entreprise, en contribuant à l'identification et la sélection des candidats à positionner sur les postes à pourvoir selon des critères intégrant la facilitation d'accès à l'emploi des candidats en situation de handicap, afin de disposer des profils et compétences correspondant aux besoins générés par l'activité de son service.
- Organiser le travail à effectuer par les membres des équipes impliquées, en déterminant les tâches, missions et objectifs assignés à chacun et en établissant leur planning de travail dans le respect de la législation et en tenant compte des impératifs liés aux activités et actions à mettre en œuvre sur les canaux physiques et digitaux, afin d'assurer un fonctionnement optimal de l'unité commerciale.
- Vérifier l'application des règles et procédures à respecter en matière de sécurité et de pratiques éco-responsables, en tenant compte des obligations légales (équipement de sécurité et de protection, habilitations...) et de la politique RSE de son entreprise, afin de protéger l'intégrité physique de ses collaborateurs et de favoriser des pratiques durables du point de vue de l'environnement.
- S'assurer de la mise en place des dispositions et aménagements de postes de travail pour les salariés en situation de handicap, en identifiant leurs besoins spécifiques, afin de leur garantir des conditions d'accès et d'autonomie suffisantes et conformes à la réglementation.
- Mobiliser les équipes de collaborateurs, en développant un mode de management favorisant l'écoute et la reconnaissance tout en l'adaptant à leurs caractéristiques et à la culture de l'entreprise, afin de contribuer à leur motivation, leur implication et à l'atteinte des objectifs de développement commercial et de productivité de l'unité.
- Superviser le travail produit par les équipes, en contrôlant le respect des procédures et règles définies, et en les aidant à résoudre les problèmes rencontrés, afin de garantir une qualité de service conforme aux engagements de son entreprise et de contribuer à la satisfaction de ses clients.
- Gérer les litiges et conflits interpersonnels pouvant survenir entre les membres des équipes, en trouvant les solutions adaptées et préservant les intérêts de chacun, afin de maintenir un climat de travail serein et participant à un fonctionnement optimal de l'unité.
- Former un ou plusieurs collaborateurs en situation de travail, en leur apportant des conseils et consignes d'ordre technique ou comportemental et en déterminant avec eux les axes de progrès à réaliser, afin de contribuer au développement de leurs compétences et à l'adoption d'une attitude conforme au positionnement de l'enseigne.
- Contribuer à la progression de ses collaborateurs, en réalisant des entretiens permettant de déterminer les axes de progrès de chacun et en définissant les actions participant au développement de leurs compétences, afin de favoriser l'évolution de leur carrière et de leur mobilité au sein de l'entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1/ Un plan de management d'équipes opérationnelles, comprenant :

- la planification des activités,

les rôles, missions et tâches affectés à chacun.

Etude de cas d'entreprise

Travail individuel

Production écrite

2/ Une réunion d'animation d'équipe

Mise en situation professionnelle reconstituée

Travail individuel

Production orale

3/ Un entretien individuel

Mise en situation professionnelle reconstituée

Travail individuel

Production orale

Pour les primo-apprenants : s'ajoute une évaluation professionnelle

Pour les salariés : possibilité de réaliser un portefeuille de preuves en relation avec le bloc 3 à 6 mois après le parcours formatif et une immersion professionnelle de cette durée, en lieu et place des évaluations de bloc.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Responsable Visuel Merchandiser peut exercer son activité dans différents contextes : au siège d'une enseigne, d'un réseau de distribution (corner, magasin, succursalistes, franchisés...), en start-up spécialisées dans le numérique, parfois en surface de vente (manager d'équipe VM), selon qu'il travaille pour :

- un grand magasin, magasin de Luxe ;
- une grande surface spécialisée (équipement de la maison, équipement de la personne, bricolage, culture, loisirs, ...)
- la grande distribution (Hyper marchés) ;
- une chaîne spécialisée, succursaliste, franchisé,... (Prêt-à-porter, équipement de la maison, jardinerie, alimentaire...)
- des collectivités territoriales et leurs boutiques dans les Musées, Espaces culturels,...
- et aussi

au sein d'une agence :

conseil en marketing/merchandising/ (tendances, événementiel, publicitaire, photographie, Web...)

- en tant qu'indépendant (merchandising visuel ...)
- dans le e-commerce pour le compte d'enseignes, de marques,...

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Responsable Visuel Merchandiser
- Superviseur Merchandiser
- Merchandiser Amont
- Régional Visuel Merchandiser
- Visuel Merchandiser itinérant
- Chargé de projet merchandising et/ou e-merchandising
- Webmerchandiser/E-merchandiser
- Responsable merchandising concept
- E-commerce merchandiser

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)	Faible (2/5)
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaires médians (mensuels)	2 992 €

Familles professionnelles (FAP)	R3X80 — Maîtrise des magasins · tension 2/5 (Faible) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	10 447
Jugés difficiles à recruter	32 %
Emplois saisonniers	10 %
Familles professionnelles (FAP)	R3X80 — Maîtrise des magasins R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

- Titulaire d'un niveau 5 dans le domaine de l'image (décoration, architecture d'intérieur, graphisme, Design d'Espace ...) ou dans le domaine du commerce et de la communication et satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement

ou

- Titulaire d'un niveau 4 et justifiant de 3 années d'expérience professionnelle dans ces secteurs

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

- 1 Président (personnalité qualifiée du monde économique)
- 2 professionnels qualifiés du secteur d'activité
- 1 représentant de la CCI / établissement concerné

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	8 099 €
Selon la branche	6 500 € – 8 769 €
Prise en charge	Branches concernées
8 099 €	Valeur par défaut · 198 branches
8 769 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS), CPNEFP Branche du Commerce de Détail Non Alimentaire, CPNEFP Sports Loisirs, CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
7 604 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
8 514 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
8 400 €	CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
8 370 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
8 000 €	CPNE chimie
7 702 €	CPNEFP Commerce à distance
7 200 €	CPNEFP des jardineries et graineteries
7 076 €	CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles

7 000 €	CPNE Branche Caoutchouc
6 500 €	CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire

Base légale

Date de décision	19/07/2023
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	19/07/2028
Date de dernière délivrance possible	19/07/2032

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2021	51	2	91 %	73 %
2020	67	6	91 %	68 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP34790

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP34790, RNCP36534

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.lafabrique-ecole.fr/fr/formations/visuel-merchandising/responsable-visuel-merchandiser>

<https://formation.hautsdefrance.cci.fr/formation/responsable-visuel-merchandiser-niveau-6-bac3-diplome-certifie-par-letat>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/37798/>

Où se former

Formations référencées	1
Organismes	1
Régions couvertes	1
Prix indicatif	5 960 €
Durée	455 h

Offre de formation — MonCompteFormation (Caisse des Dépôts), licence ouverte.

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	1
Organismes gestionnaires (CFA)	1

Organismes formateurs	1
Régions couvertes	1
Départements couverts	1
Organismes certifiés Qualiopi	1
Sessions	de 09/2026 à 08/2027

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	1
Montant total engagé	5 900 €
Coût moyen par dossier	5 900 €
Durée moyenne	707 h
Période	11/2023
France compétences	51 %
France Travail	49 %

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