

Visuel merchandiser

RNCP38280 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	230n, 312v
Formacode(s)	34519, 34597
Code(s) ROME	D1506, B1301
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	15/11/2023
Date d'échéance	15/11/2026

Certificateur(s)

MJM GRAPHIC DESIGN PARIS · SIRET : 89784707500016<https://www.mjm-design.com/>

Partenaires habilités

3 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 3 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
3.14 ACADEMY	91920885000017	Former et organiser l'évaluation
MJM GRAPHIC DESIGN VISIO	97939109100027	Former et organiser l'évaluation
SCHOOL ONLINE UNIVERSITY	83223114600016	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Un merchandiseur visuel crée des vitrines et des présentoirs dans les boutiques et les grands magasins ; il est, à ce titre, essentiellement responsable du « look » du point de vente. Le merchandiseur visuel a pour mission d'optimiser les ventes en communiquant avec le public cible et en créant une atmosphère positive.

ACTIVITÉS VISÉES

Analyse du marché externe et du processus d'achat du consommateur pour une marque / une enseigne / un point de vente

Réalisation d'une étude marketing de la marque / de l'enseigne / du point de vente

Recherche et analyse des différents leviers de croissance en terme de chiffre d'affaires pour la marque, l'enseigne ou le point de vente

Proposer des solutions de visual merchandising visant à l'augmentation des performances de vente d'une marque / d'une enseigne / d'un point de vente

Réalisation d'une veille concurrentielle / fournisseurs

Identification des besoins clients

Proposition d'un projet au client

Réalisation d'un projet de scénographie événementielle

Montage d'une vitrine

Rédaction d'un guide « visual merchandising » destiné au pôle scénographie ou à la direction de la marque / l'enseigne / le point de vente

Livraison du projet à la marque / l'enseigne / le point de vente et suivi de indicateurs de performance
Formation des différents acteurs de la mise en œuvre du projet
Rédaction de supports destinés aux équipes, au pôle responsable merchandising / marketing ou à la direction de la marque / l'enseigne / le point de vente
Pilotage des équipes dans le cadre de la mise en place d'une action de visual merchandising

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Mettre en place un veille,

un benchmark sur les évolutions en terme de merchandising pour une marque / une enseigne / un point de vente et structurer une base documentaire en utilisant la presse professionnelle, en effectuant des visites sur site, en participant à des salons professionnels afin d'exploiter les informations

Réaliser une étude de marché externe en analysant l'offre, la demande, la concurrence, les modes de communication, et les business model existants afin de définir les facteurs de rentabilité pour une marque / une enseigne / un point de vente

Déterminer le processus d'achat du consommateur de la marque / de l'enseigne ou du point de vente en considérant la sociologie du consommateur, en segmentant le parcours client, en déterminant la relation entre la marque et le produit, en identifiant les facteurs de décision d'achat du consommateur et d'une fidélisation future afin d'avoir une analyse précise de sa cible.

Réaliser une étude marketing stratégique en analysant l'écosystème de l'entreprise / la marque / l'enseigne, en déterminant le public cible, en utilisant le mix-marketing (4P : Produit, Prix, Placement et Promotion), en se situant par rapport à la concurrence directe et indirecte afin de définir le positionnement de l'entreprise / la marque / l'enseigne

Réaliser une analyse SWOT (forces/faiblesses, menaces/opportunités) de d'une marque/ d'une enseigne / d'un point de vente en

réalisant une étude de marché et en utilisant les outils de veille marché afin de mettre en évidence son positionnement

Identifier la cible client en analysant les données disponibles relatives à l'expérience client et en mesurant l'image perçue par le client afin d'identifier des éléments influençant l'achat d'un produit et/ou d'un service par le consommateur

Mesurer l'impact de la communication relatives aux engagements sociétales et environnementales de la marque / l'enseigne / le point de vente en analysant les enquêtes clients afin d'intégrer ces éléments dans les solutions de visual merchandising

Analyser les différents canaux générateurs de chiffre d'affaires tels que les boutiques, points de vente y compris ceux emblématiques de la marque (flagship store),

E- commerce, offre événementielle, magasins éphémères (pop-up store), marketing afin de proposer les leviers les plus adaptés et les plus pertinents pour le développement du chiffre d'affaires de l'enseigne ou de la marque

Analyser les datas existantes en terme de vente et identifier les produits les plus attractifs, en tenant compte des objectifs fixés au préalable par la marque / l'enseigne / le point de vente afin de déterminer une stratégie et d'utiliser les différents canaux de merchandising disponibles qui permettront d'optimiser les performances commerciales

Proposer des solutions permettant de garantir la rentabilité de la marque / l'enseigne / le point de vente en tenant compte des coûts liés à la scénographie vitrine afin garantir l'atteinte des objectifs fixés au cahier des charges

Identifier les facteurs différenciants de la marque / l'enseigne ou le point de vente par rapport à ses concurrents en repérant les principaux fournisseurs afin de se positionner sur son marché

Réaliser une veille sur les fournisseurs, en les démarchant et en les mettant en concurrence afin de sélectionner les prestataires les plus adaptés

Prévenir les problèmes d'approvisionnement, en anticipant sur les différentes problématiques rencontrées par les fournisseurs (matières premières, fabrication, transport, délai...) afin d'anticiper ses commandes

Réaliser un audit de la marque, de l'enseigne ou du point de vente, en identifiant les clients cibles, en utilisant des données marchés, en exploitant la veille concurrentielle et les données de l'expérience client afin de définir une stratégie de visual merchandising en adéquation avec son type de client

Analyser les attentes de la marque / de l'enseigne / du point de vente en prenant en compte ses objectifs en terme de stratégie commerciale et de rentabilité, ses enjeux liés à son image de marque, ses particularités, les normes en vigueur (handicap, sécurité, hygiène, PMR,...) selon les lieux et les caractéristiques produits afin de définir et de sélectionner les ressources nécessaires à la mise en place d'un projet de visual merchandising

Présenter son projet sous la forme d'un dossier, d'une maquette, de planches tendances ou d'une vidéo en 3D en utilisant les outils adaptés (logiciels CAO/DAO, production de vidéo,...) en tenant compte des attentes du client, de

ses commentaires, des objectifs finaux (image, vente,...) et de son budget afin de proposer un devis et de lui faire valider le projet

Rédiger un cahier des charges complet en identifiant les ressources nécessaires, en tenant compte des contraintes (budget, planning, délais, lieu, environnement,...) et des ajustements proposés par le client afin de définir et de valider toutes les étapes de réalisation du projet en phase avec les objectifs identifiés

Sélectionner des prestataires (menuisier, architecte, graphiste, traiteur,...) selon leurs compétences liées au projet, le lieu de réalisation et leur engagement dans une démarche RSE afin d'être en adéquation avec les attentes de son client et de respecter les normes en vigueur

Evaluer le ROI (retour sur investissement) en identifiant les indicateurs de performance les plus pertinents au regard de la marque / de l'enseigne / du point de vente afin de démontrer la rentabilité du projet de visual merchandising

Concevoir et gérer le projet de scénographie événementielle de la marque en réalisant un rétroplanning et en utilisant un outil de gestion de projet et/ou des tableaux de bord afin de mettre en place une organisation qui optimisera sa réalisation et répondra au cahier des charges

Sélectionner et coordonner les différents corps de métiers, en collaborant et en assurant la communication entre les différentes équipes impliquées dans le projet afin de superviser l'avancement du projet

Contrôler les commandes et l'achat de matériaux en s'assurant de la mise en concurrence préalable des fournisseurs et de leur conformité avec le contenu du projet afin de respecter les délais, le budget et la rentabilité du projet

Suivre et contrôler les différentes étapes du projet et organisant des réunions ponctuelles avec les équipes et en effectuant des recadrage, le cas échéant afin de respecter les objectifs fixés au cahier des charges

Réaliser le montage d'une vitrine ou d'une vitrine en kit en tenant compte des contraintes logistiques, du respect de la charte interne de l'enseigne, des modalités d'assemblages recommandées par le fournisseurs et des compétences des collaborateurs afin d'obtenir un rendu conforme aux attentes du commanditaire.

Accompagner et gérer une équipe de montage, en répartissant équitablement les tâches selon les compétences et les capacités de chacun, en tenant compte des situations de handicap et en suivant scrupuleusement les étapes du montage afin d'optimiser le temps imparti et de coordonner les différentes actions

Élaborer des supports vitrine en respectant les directives de la marque / l'enseigne / le point de vente en s'assurant de l'utilisation des outils d'identité visuelle et en s'adaptant selon le type de vitrines : vitrine fermée, vitrine en angle, vitrine en intérieur, vitrine en extérieur, vitrine sans fond ou sans vitrine afin de s'assurer du respect de la charte merchandising identifiée au cahier des charges

Assurer la rotation des produits en suivant les différentes étapes définies dans le projet de merchandising selon les thématiques, les saisons, les nouvelles collections, les promotions,... afin respecter la scénographie définie avec la marque / l'enseigne / le point de vente

Présenter le projet final à l'aide d'un support physique ou numérique (rapport, maquette, présentation en 2D ou 3D) en détaillant la scénographie réalisée, en présentant les supports créés et scénarios envisagés afin de valider la livraison du projet

Suivre les indicateurs de performance identifiés au cahier des charges en suivant les tableaux de reporting afin de démontrer l'impact du plan de merchandising et d'apporter des ajustements si nécessaire

Former les équipes de vente aux spécificités du décor réalisé tels que les techniques liées aux lumières, le type d'aménagement intérieur et la gestion des produits présentés en leur présentant le scénario retenu par le client afin qu'elles soient en autonomie pour faire vivre la scénographie réalisée selon les périodes et les événements

Élaborer des supports merchandising en respectant les directives du client, en s'assurant de la mise en place d'outils d'identité visuelle, en s'adaptant en fonction des stocks et des collections disponibles, en respectant les prérogatives de vente définies par la marque / l'enseigne / le point de vente et celles du parcours client au sein de la boutique afin d'être compris par le plus grand nombre

Manager et accompagner son équipe en organisant des réunions de travail tout au long du projet, en veillant au respect du planning prévu au cahier des charges, en transmettant les gestes et postures adéquats (prise en compte des situations de handicap), en identifiant les compétences de chacun selon les travaux à réaliser afin de répartir les missions et mettre en œuvre dans les meilleures conditions la mise en place des produits et des scénographies

S'assurer de l'affectation de chacun à ses tâches respectives en fonction de leurs compétences ou capacité physique tout en gérant le stress et les conflits éventuels afin de veiller aux bonnes conditions de travail au sein de son équipe

Assurer la performance de l'équipe en prévenant les situations de stress et en anticipant les conflits éventuels afin de veiller aux bonnes conditions de travail au sein de son équipe

Blocs de compétences

RNCP38280BC01 — Analyser, suivre les indicateurs et méthode d'identification concurrentielle de la politique merchandising d'une marque / enseigne / point de vente

LISTE DE COMPÉTENCES

Mettre en place un veille,

un benchmark sur les évolutions en terme de merchandising pour une marque / une enseigne / un point de vente et structurer une base documentaire en utilisant la presse professionnelle, en effectuant des visites sur site, en participant à des salons professionnels afin d'exploiter les informations

Réaliser une étude de marché externe en analysant l'offre, la demande, la concurrence, les modes de communication, et les business model existants afin de définir les facteurs de rentabilité pour une marque / une enseigne / un point de vente

Déterminer le processus d'achat du consommateur de la marque / de l'enseigne ou du point de vente en considérant la sociologie du consommateur, en segmentant le parcours client, en déterminant la relation entre la marque et le produit, en identifiant les facteurs de décision d'achat du consommateur et d'une fidélisation future afin d'avoir une analyse précise de sa cible.

Réaliser un étude marketing stratégique en analysant l'écosystème de l'entreprise / la marque / l'enseigne, en déterminant le public cible, en utilisant le mix-marketing (4P : Produit, Prix, Placement et Promotion), en se situant par rapport à la concurrence directe et indirecte afin de définir le positionnement de l'entreprise / la marque / l'enseigne

Réaliser une analyse SWOT (forces/faiblesses, menaces/opportunités) de d'une marque/ d'une enseigne / d'un point de vente en

réalisant une étude de marché et en utilisant les outils de veille marché afin de mettre en évidence son positionnement

Identifier la cible client en analysant les données disponibles relatives à l'expérience client et en mesurant l'image perçue par le client afin d'identifier des éléments influençant l'achat d'un produit et/ou d'un service par le consommateur

Mesurer l'impact de la communication relatives aux engagements sociétales et environnementales de la marque / l'enseigne / le point de vente en analysant les enquêtes clients afin d'intégrer ces éléments dans les solutions de visual merchandising

Analyser les différents canaux générateurs de chiffre d'affaires tels que les boutiques, points de vente y compris ceux emblématiques de la marque (flagship store),

E- commerce, offre événementielle, magasins éphémères (pop-up store), marketing afin de proposer les leviers les plus adaptés et les plus pertinents pour le développement du chiffre d'affaires de l'enseigne ou de la marque

Analyser les datas existantes en terme de vente et identifier les produits les plus attractifs, en tenant compte des objectifs fixés au préalable par la marque / l'enseigne / le point de vente afin de déterminer une stratégie et d'utiliser les différents canaux de merchandising disponibles qui permettront d'optimiser les performances commerciales

Proposer des solutions permettant de garantir la rentabilité de la marque / l'enseigne / le point de vente en tenant compte des coûts liés à la scénographie vitrine afin garantir l'atteinte des objectifs fixés au cahier des charges

Identifier les facteurs différenciants de la marque / l' enseigne ou le point de vente par rapport à ses concurrents en repérant les principaux fournisseurs afin de se positionner sur son marché

Réaliser une veille sur les fournisseurs, en les démarchant et en les mettant en concurrence afin de sélectionner les prestataires les plus adaptés

Prévenir les problèmes d'approvisionnement, en anticipant sur les différentes problématiques rencontrées par les fournisseurs (matières premières, fabrication, transport, délai...) afin d'anticiper ses commandes

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle

Restitution de livrables et présentation orale devant jury

RNCP38280BC02 — Concevoir et mettre en scène l'identité visuelle d'un point de vente

LISTE DE COMPÉTENCES

Réaliser un audit de la marque, de l'enseigne ou du point de vente, en identifiant les clients cibles, en utilisant des données marchés, en exploitant la veille concurrentielle et les données de l'expérience client afin de définir une stratégie de visual merchadising en adéquation avec son type de client

Analyser les attentes de la marque / de l'enseigne / du point de vente en prenant en compte ses objectifs en terme de stratégie commerciale et de rentabilité, ses enjeux liés à son image de marque, ses particularités, les normes en

vigueur (handicap, sécurité, hygiène, PMR,...) selon les lieux et les caractéristiques produits afin de définir et de sélectionner les ressources nécessaires à la mise en place d'un projet de visual merchandising

Présenter son projet sous la forme d'un dossier, d'une maquette, de planches tendances ou d'une vidéo en 3D en utilisant les outils adaptés (logiciels CAO/DAO, production de vidéo,...) en tenant compte des attentes du client, de ses commentaires, des objectifs finaux (image, vente,...) et de son budget afin de proposer un devis et de lui faire valider le projet

Rédiger un cahier des charges complet en identifiant les ressources nécessaires, en tenant compte des contraintes (budget, planning, délais, lieu, environnement,...) et des ajustements proposés par le client afin de définir et de valider toutes les étapes de réalisation du projet en phase avec les objectifs identifiés

Sélectionner des prestataires (menuisier, architecte, graphiste, traiteur,...) selon leurs compétences liées au projet, le lieu de réalisation et leur engagement dans une démarche RSE afin d'être en adéquation avec les attentes de son client et de respecter les normes en vigueur

Evaluer le ROI (retour sur investissement) en identifiant les indicateurs de performance les plus pertinents au regard de la marque / de l'enseigne / du point de vente afin de démontrer la rentabilité du projet de visual merchandising

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratique

Restitution de livrables et présentation orale devant jury

RNCP38280BC03 — Réaliser un projet de visual merchandising

LISTE DE COMPÉTENCES

Concevoir et gérer le projet de scénographie événementielle de la marque en réalisant un rétroplanning et en utilisant un outil de gestion de projet et/ou des tableaux de bord afin de mettre en place une organisation qui optimisera sa réalisation et répondra au cahier des charges

Sélectionner et coordonner les différents corps de métiers, en collaborant et en assurant la communication entre les différentes équipes impliquées dans le projet afin de superviser l'avancement du projet

Contrôler les commandes et l'achat de matériaux en s'assurant de la mise en concurrence préalable des fournisseurs et de leur conformité avec le contenu du projet afin de respecter les délais, le budget et la rentabilité du projet

Suivre et contrôler les différentes étapes du projet et organisant des réunions ponctuelles avec les équipes et en effectuant des recadrage, le cas échéant afin de respecter les objectifs fixés au cahier des charges

Réaliser le montage d'une vitrine ou d'une vitrine en kit en tenant compte des contraintes logistiques, du respect de la charte interne de l'enseigne, des modalités d'assemblages recommandées par les fournisseurs et des compétences des collaborateurs afin d'obtenir un rendu conforme aux attentes du commanditaire.

Accompagner et gérer une équipe de montage, en répartissant équitablement les tâches selon les compétences et les capacités de chacun, en tenant compte des situations de handicap et en suivant scrupuleusement les étapes du montage afin d'optimiser le temps impartis et de coordonner les différentes actions

Élaborer des supports vitrine en respectant les directives de la marque / l'enseigne / le point de vente en s'assurant de l'utilisation des outils d'identité visuelle et en s'adaptant selon le type de vitrines : vitrine fermée, vitrine en angle, vitrine en intérieur, vitrine en extérieur, vitrine sans fond ou sans vitrine afin de s'assurer du respect de la charte merchandising identifiée au cahier des charges

Assurer la rotation des produits en suivant les différentes étapes définies dans le projet de merchandising selon les thématiques, les saisons, les nouvelles collections, les promotions,... afin de respecter la scénographie définie avec la marque / l'enseigne / le point de vente

Présenter le projet final à l'aide d'un support physique ou numérique (rapport, maquette, présentation en 2D ou 3D) en détaillant la scénographie réalisée, en présentant les supports créés et scénarios envisagés afin de valider la livraison du projet

Suivre les indicateurs de performance identifiés au cahier des charges en suivant les tableaux de reporting afin de démontrer l'impact du plan de merchandising et d'apporter des ajustements si nécessaire

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle

Restitution de livrables et présentation orale devant jury

RNCP38280BC04 — Management et pilotage d'un projet de visual merchandising

LISTE DE COMPÉTENCES

Former les équipes de vente aux spécificités du décor réalisé tels que les techniques liées aux lumières, le type d'aménagement intérieur et la gestion des produits présentés en leur présentant le scénario retenu par le client afin qu'elles soient en autonomie pour faire vivre la scénographie réalisée selon les périodes et les événements

Élaborer des supports merchandising en respectant les directives du client, en s'assurant de la mise en place d'outils d'identité visuelle, en s'adaptant en fonction des stocks et des collections disponibles, en respectant les prérogatives de vente définies par la marque / l'enseigne / le point de vente et celles du parcours client au sein de la boutique afin d'être compris par le plus grand nombre

Manager et accompagner son équipe en organisant des réunions de travail tout au long du projet, en veillant au respect du planning prévu au cahier des charges, en transmettant les gestes et postures adéquats (prise en compte des situations de handicap), en identifiant les compétences de chacun selon les travaux à réaliser afin de répartir les missions et mettre en œuvre dans les meilleures conditions la mise en place des produits et des scénographies

S'assurer de l'affectation de chacun à ses tâches respectives en fonction de leurs compétences ou capacité physique tout en gérant le stress et les conflits éventuels afin de veiller aux bonnes conditions de travail au sein de son équipe

Assurer la performance de l'équipe en prévenant les situations de stress et en anticipant les conflits éventuels afin de veiller aux bonnes conditions de travail au sein de son équipe

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle

Restitution de livrables et présentation orale devant jury

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le visual merchandiser essentiellement exerce dans le secteur du commerce et de la distribution.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Agenceur d'intérieur de magasin

Décorateur / étalagiste

Marchandiseur visuel

Scénographe-muséographe

Scénographe produit

Optimisateur de linéaires

Promoteur / Promotrice de linéaires

Responsable de service marchandisage/merchandising

Technicien

en marchandisage / merchandising

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) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 1 à 2 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 904 €
Familles professionnelles (FAP)	R3X80 — Maîtrise des magasins · tension 2/5 (Faible) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible) U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle · tension 1/5 (Très faible)

Projets de recrutement (BMO 2026)	14 202
Jugés difficiles à recruter	29 %
Emplois saisonniers	13 %
Familles professionnelles (FAP)	R3X80 — Maîtrise des magasins R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Niveau requis :

Niveau Terminale, Bac

Candidat infra Terminale/Bac (toutes filières) : prépa en arts appliqués + dossier en lien avec la certification visée.

Candidat CAP/BEP en lien avec la certification visée : dossier en lien avec la certification visée.

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

Le jury de certification est composé de 4 membres dont 3 professionnels du visual merchandising extérieurs et un professionnel interne à l'établissement

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	6 888 €
Selon la branche	4 306 € – 7 820 €
Prise en charge	Branches concernées
6 888 €	Valeur par défaut · 202 branches
7 820 €	CPNEFP ICGV entreprises de la viande, CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
6 844 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
7 817 €	CPNEFP Sports Loisirs
6 932 €	CPNEFP Commerce à distance
6 750 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
6 480 €	CPNEFP des jardineries et graineteries
6 368 €	CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles
6 300 €	CPNE Branche Caoutchouc
4 306 €	CPNEFP Branche du Commerce de Détail Non Alimentaire

Base légale

Date de décision	15/11/2023
Durée de l'enregistrement	3 ans

Date d'échéance de l'enregistrement	15/11/2026
Date de dernière délivrance possible	15/11/2030

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2021	29	0	95 %	86 %
2020	35	0	94 %	67 %
2019	56	0	97 %	73 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP35088

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP42883

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP34790

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

https://www.mjm-design.com/landing/demande-de-doc/formations-informations/formulaire-visuel-merchandising.php?utm_source=YT&utm_medium=VM&utm_campaign=mugler

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/38280/>

Où se former

Formations référencées	4
Organismes	3
Régions couvertes	1
Prix indicatif	1 596 € – 14 900 €

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 08/2026 à 08/2028

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	321
Parcours menés à terme	288
Taux d'achèvement	90 %
Période	12/2023 – 09/2026

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	341
Montant total engagé	532 054 €
Coût moyen par dossier	1 560 €
Durée moyenne	179 h
Période	11/2023 – 09/2026
France compétences	91 %
Reste à charge titulaire	8 %
France Travail	1 %
Entreprise	0 %
Compte d'engagement citoyen	0 %
OPCO	0 %

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