

Infographiste

RNCP39363 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 5
Code(s) NSF	320t, 322, 322n
Formacode(s)	46003
Code(s) ROME	E1104, E1205, E1305
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	19/07/2024
Date d'échéance	19/07/2026

Certificateur(s)

IPAC · SIRET : 38416491900027

<http://www.ipac-france.com>

EDUSERVICES · SIRET : 52282368100047

ACFA MULTIMEDIA / SUPCREA · SIRET : 42986464800119

Partenaires habilités

4 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 4 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ACFA MULTIMEDIA	42986464800101	Former et organiser l'évaluation
ACFA-MULTIMEDIA	42986464800028	Former et organiser l'évaluation
ESPL-ECOLE SUPERIEURE DES PAYS DE LOIRE	44344472400027	Former et organiser l'évaluation
IPAC	38416491900258	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

L'infographiste est un professionnel de la communication visuelle. Il conçoit, réalise et suit la fabrication de produits de communication visuelle destinés à tout support imprimé et numérique.

À ce titre, il répond à une commande, l'étudie et met en œuvre des solutions graphiques respectant le cahier des charges défini en amont avec le client ou tout autre commanditaire (directeur artistique, chef de projet...)

Il mobilise diverses compétences (graphiques, techniques, analytiques, synthétiques, culturelles, communicationnelles...) pour identifier et cerner le message du commanditaire, afin de créer et réaliser de façon autonome le ou les supports visuels adaptés à la demande et à la cible visée.

Qu'il travaille comme salarié dans une entreprise (agence, studio graphique, e-commerce, etc.) ou dans un service public (administration, collectivité territoriale...), il conduit en autonomie technique mais sous une supervision hiérarchique, la réalisation de produits de communication visuelle et le suivi de production. En free-lance, l'infographiste endosse l'ensemble des rôles et fonctions liés à la production de documents de communication visuelle.

L'infographiste exécute ses tâches sous la supervision d'un directeur artistique, ou d'un chef de service. Il est amené à collaborer étroitement avec d'autres professionnels (directeur de la communication, directeur général, chef

d'entreprise, imprimeurs, développeurs, etc.) et anime le travail d'équipe avec les prestataires (développeurs, infographistes, photographes, scénaristes, illustrateurs, animateurs 3D, intégrateurs webdesigners, webmasters, programmeurs...).

Il est à même de conduire les échanges avec le commanditaire, d'argumenter ses choix graphiques, de définir les collaborations et prestations nécessaires (imprimeurs, photographe, illustrateur, développeur web, etc.) d'organiser et de planifier le travail, Il est force de proposition graphique.

L'objectif de la certification est de répondre à l'acquisition de méthodologies qui permettent aux futurs certifiés de faire preuve d'adaptabilité aux besoins évolutifs du marché.

ACTIVITÉS VISÉES

Activité 1 : analyse de la demande du commanditaire

- analyse de la commande dans son contexte
- élaboration du cahier des charges de la commande et formulation des pistes de travail

activité 2 : conception graphique d'un projet

- processus d'idéation pour faire émerger des pistes créatives, graphiques et fonctionnelles
- développement d'une orientation graphique du projet
- validation de l'orientation graphique auprès du commanditaire

Activité 3 :

réalisation de supports print

- pilotage et coordination de l'équipe de réalisation de supports print
- réalisation de supports print

Activité 4 :

réalisation de supports digitaux

- présentation du projet de supports digitaux
- exécution de la production technique de supports digitaux

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Analyser la demande du client en s'appuyant sur les interviews, les échanges avec celui-ci, pour comprendre sa stratégie de communication, ses besoins (exprimés ou non) de communication, en tenant compte d'éventuels handicaps visibles ou invisibles des futurs utilisateurs.

Produire une analyse exhaustive de l'état du marché (benchmark cartographie des enjeux, cartographie des parties-prenantes...) En identifiant les enjeux, le périmètre de la commande afin d'exprimer des recommandations et en visant à établir un diagnostic et un appui à la définition d'une vision stratégique de communication digitale, afin de délimiter un champ d'investigation et d'établir le préalable au processus d'idéation.

Analyser le positionnement, l'univers du client et l'existant au niveau de la concurrence en s'appuyant sur une recherche contextuelle de sa stratégie de communication visuelle, de ses codes et de ses pratiques, en les mettant en perspective avec le positionnement et les usages de la concurrence dans l'optique de circonscrire le champ d'investigation dans le territoire idoine.

Rédiger une ou plusieurs propositions argumentées, en réponse à la commande, décrivant la démarche narrative, artistique, et/ou technique envisagée, afin de s'assurer de la bonne compréhension mutuelle et ainsi de valider les choix avec le commanditaire.

Reformuler la demande initiale du client en langage technique en une problématique graphique et définir les objectifs stratégiques de la commande en s'appuyant sur le contexte, les besoins et la cible afin de susciter l'approbation du client.

Evaluer la faisabilité du projet graphique (les besoins du projet, les besoins humains en termes d'éventuels prestataires, analyser l'environnement du projet, définir ses objectifs) afin d'identifier les pistes de travail et les contraintes de production

Etablir et identifier les besoins techniques et les compétences nécessaires à la bonne mise en œuvre de la commande, réaliser une étude comparative des différents prestataires dans leurs des modalités techniques et financières afin de pouvoir faire une réponse optimale aux besoins du commanditaire.

Exécuter un choix à partir des différentes propositions techniques et des devis des prestataires sollicités pour tous les postes nécessaires (photographe, rédacteur, développeur web, vidéaste, motion designer...) à la mise en œuvre de la stratégie de communication visuelle et du projet graphique pour y répondre de manière idoine.

Présenter un rétroplanning afin d'établir factuellement l'organisation et le déroulé du projet graphique, ainsi que les choix techniques (prestataires, supports, formats, techniques d'impression et/ou de mise en ligne), financiers et temporels en les argumentant de façon étayée par le biais d'un cahier des charges pour les faire valider par le

client.

Rédiger le cahier des charges avec l'objectif de délimiter le champ d'intervention de la production dans le contexte de la commande définie en accord avec le client.

Présenter et argumenter à l'oral et à l'écrit la proposition commerciale auprès du client dans l'objectif de la lui faire valider.

Elaborer à partir de l'analyse de l'existant, de l'univers et de la concurrence du client, des tendances actuelles, une méthodologie de projet de design dans l'objectif de faire émerger des phases d'exploration et d'idéation.

Définir les axes et pistes de recherche par le biais d'essais, d'esquisses, de roughs d'intention, de templates, de moodboards, prenant en compte les formats, la typographie, les couleurs, les contraintes techniques, le rapport texte image afin de dégager le concept graphique du projet et de définir son parti-pris et son orientation.

Produire les outils conceptuels intermédiaires de conception (moodboards, assemblage de visuels, de textes, zoning), afin de faire émerger l'identité graphique et donner du sens et du corps au projet.

Appliquer les axes de composition graphique à partir du concept graphique validé et de la collecte des éléments nécessaires à sa mise en œuvre auprès du client (textes, photos, illustrations, éléments visuels, etc.), pour permettre la compréhension et la visualisation du projet graphique.

Réaliser des maquettes adaptées à chacun des supports sélectionnés (chemin de fer, zoning, templates, mockups, story-board, etc.), comprenant les grilles de mise en page adaptées pour que le client puisse avoir une mise en situation circonstanciée du projet.

Concevoir une prémaquette de conception du projet de design graphique (print, web) à partir du concept et des éléments collectés auprès du client pour vérifier la conformité des outils logiciels utilisés avec les attendus du projet.

Intégrer tous les éléments graphiques, en s'appuyant sur sa maîtrise des éléments de composition graphiques et sa connaissance des spécificités des supports déployés pour avoir une réponse adaptée et optimisée au regard des normes environnementales.

Préparer en amont le rendez-vous avec le client en étayant l'argumentation, en tenant compte de tous les paramètres (financiers, graphiques, environnementaux et écoresponsables) afin d'avoir les objectifs les plus clairs et précis possibles pour une force de persuasion optimale auprès du client.

Présenter de façon orale, illustrée, synthétique et complète l'orientation graphique et les choix stratégiques et graphique via une maquette de conception graphique auprès du client afin qu'il ait une vision claire et précise du projet graphique qui répond à sa demande pour susciter son adhésion.

Valider la maquette de conception graphique du projet avec le client pour être en capacité de passer en phase de production.

Développer l'identité graphique et la charte graphique en respectant les règles de mise en page et de composition, adaptées aux supports définis avec le client, dans l'optique de lui fournir une boîte à outils opérationnelle complète.

Réaliser le projet print opérationnel, en répondant aux objectifs de la commande et de la stratégie de communication visuelle établie, en respectant le cahier des charges et en s'appuyant sur la maquette de conception validée avec le client (déclinaisons sur les différents supports définis, suivis de fabrication, livraison) afin de livrer la production qui répond totalement et exhaustivement aux exigences de la commande

Développer le langage et la charte graphique en respectant les règles de mise en page et de composition, adaptées à tous les supports définis avec le client dans l'optique de lui fournir une boîte à outils opérationnelle complète.

Comparer la conformité du projet avec le cahier des charges initial et la charte graphique afin de s'assurer de leur adéquation.

Présenter oralement les productions en les argumentant de manière étayée et illustrée, ainsi que le projet de design graphique finalisé au client (l'ensemble des productions attendues) pour en vérifier la conformité à la stratégie de communication visuelle, au cahier des charges et à la prémaquette et ce pour susciter l'adhésion du client.

Valider l'ensemble du projet de design graphique avec le commanditaire afin de lancer la phase de production et de livraison dans le respect des normes environnementales en vigueur (papier labellisé (fcs pefc), impression écologique...) et le respect des procédés d'impression imposés (norme iso 9001, marque imprim'vert...).

Concrétiser la production graphique en réalisant l'ensemble des supports de production attendus par le commanditaire et en s'appuyant sur ses connaissances des différents logiciels de production adaptés aux différents supports (édition papier, web, vidéo...) dans l'objectif de livrer l'ensemble des supports et outils graphiques attendus.

Effectuer tous les contrôles techniques nécessaires préalables, (dans le cas du print : bonne conformité des fichiers à imprimer en adéquation avec les normes d'imprimerie, résolution des images, réalisation de fichiers prêt à l'impression (pdf/ x)).

Assurer le suivi de fabrication du projet en vérifiant le bon déroulement des différentes étapes de fabrication avec les prestataires (impression, signature du bon d'impression) dans un objectif de contrôle qualitatif.

Livrer au client dans le cadre d'un rendez-vous de réception la globalité des productions attendues en réponse à la commande initiale, dans un objectif de satisfaction de celui-ci.

Blocs de compétences

RNCP39363BC01 — Analyse de la demande du commanditaire

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser la demande du client en s'appuyant sur les interviews, les échanges avec celui-ci, pour comprendre sa stratégie de communication, ses besoins (exprimés ou non) de communication, en tenant compte d'éventuels handicaps visibles ou invisibles des futurs utilisateurs.

Produire une analyse exhaustive de l'état du marché (benchmark cartographie des enjeux, cartographie des parties-prenantes...) En identifiant les enjeux, le périmètre de la commande afin d'exprimer des recommandations et en visant à établir un diagnostic et un appui à la définition d'une vision stratégique de communication digitale, afin de délimiter un champ d'investigation et d'établir le préalable au processus d'idéation.

Analyser le positionnement, l'univers du client et l'existant au niveau de la concurrence en s'appuyant sur une recherche contextuelle de sa stratégie de communication visuelle, de ses codes et de ses pratiques, en les mettant en perspective avec le positionnement et les usages de la concurrence dans l'optique de circonscrire le champ d'investigation dans le territoire idoine.

Rédiger une ou plusieurs propositions argumentées, en réponse à la commande, décrivant la démarche narrative, artistique, et/ou technique envisagée, afin de s'assurer de la bonne compréhension mutuelle et ainsi de valider les choix avec le commanditaire.

Reformuler la demande initiale du client en langage technique en une problématique graphique et définir les objectifs stratégiques de la commande en s'appuyant sur le contexte, les besoins et la cible afin de susciter l'approbation du client.

Evaluer la faisabilité du projet graphique (les besoins du projet, les besoins humains en termes d'éventuels prestataires, analyser l'environnement du projet, définir ses objectifs) afin d'identifier les pistes de travail et les contraintes de production

Etablir et identifier les besoins techniques et les compétences nécessaires à la bonne mise en œuvre de la commande, réaliser une étude comparative des différents prestataires dans leurs des modalités techniques et financières afin de pouvoir faire une réponse optimale aux besoins du commanditaire.

Exécuter un choix à partir des différentes propositions techniques et des devis des prestataires sollicités pour tous les postes nécessaires (photographe, rédacteur, développeur web, vidéaste, motion designer...) à la mise en œuvre de la stratégie de communication visuelle et du projet graphique pour y répondre de manière idoine.

Présenter un rétroplanning afin d'établir factuellement l'organisation et le déroulé du projet graphique, ainsi que les choix techniques (prestataires, supports, formats, techniques d'impression et/ou de mise en ligne), financiers et temporels en les argumentant de de façon étayée par le biais d'un cahier des charges pour les faire valider par le client.

Rédiger le cahier des charges avec l'objectif de délimiter le champ d'intervention de la production dans le contexte de la commande définie en accord avec le client.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Présentation orale et écrite (dossier de mise en situation professionnelle) du cahier des charges. Le dossier sera évalué et soutenu oralement

RNCP39363BC02 — Conception graphique d'un projet

LISTE DE COMPÉTENCES

Présenter et argumenter à l'oral et à l'écrit la proposition commerciale auprès du client dans l'objectif de la lui faire valider.

Elaborer à partir de l'analyse de l'existant, de l'univers et de la concurrence du client, des tendances actuelles, une méthodologie de projet de design dans l'objectif de faire émerger des phases d'exploration et d'idéation.

Définir les axes et pistes de recherche par le biais d'essais, d'esquisses, de roughs d'intention, de templates, de moodboards, prenant en compte les formats, la typographie, les couleurs, les contraintes techniques, le rapport texte image afin de dégager le concept graphique du projet et de définir son parti-pris et son orientation.

Produire les outils conceptuels intermédiaires de conception (moodboards, assemblage de visuels, de textes, zoning), afin de faire émerger l'identité graphique et donner du sens et du corps au projet.

Appliquer les axes de composition graphique à partir du concept graphique validé et de la collecte des éléments nécessaires à sa mise en œuvre auprès du client (textes, photos, illustrations, éléments visuels, etc.), pour permettre la compréhension et la visualisation du projet graphique.

Réaliser des maquettes adaptées à chacun des supports sélectionnés (chemin de fer, zoning, templates, mockups, story-board, etc.), comprenant les grilles de mise en page adaptées pour que le client puisse avoir une mise en situation circonstanciée du projet.

Concevoir une prémaquette de conception du projet de design graphique (print, web) à partir du concept et des éléments collectés auprès du client pour vérifier la conformité des outils logiciels utilisés avec les attendus du projet.

Intégrer tous les éléments graphiques, en s'appuyant sur sa maîtrise des éléments de composition graphiques et sa connaissance des spécificités des supports déployés pour avoir une réponse adaptée et optimisée au regard des normes environnementales.

Préparer en amont le rendez-vous avec le client en étayant l'argumentation, en tenant compte de tous les paramètres (financiers, graphiques, environnementaux et écoresponsables) afin d'avoir les objectifs les plus clairs et précis possibles pour une force de persuasion optimale auprès du client.

Présenter de façon orale, illustrée, synthétique et complète l'orientation graphique et les choix stratégiques et graphique via une maquette de conception graphique auprès du client afin qu'il ait une vision claire et précise du projet graphique qui répond à sa demande pour susciter son adhésion.

Valider la maquette de conception graphique du projet avec le client pour être en capacité de passer en phase de production.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Présentation orale et écrite (dossier de mise en situation professionnelle) de ce dossier.

Présentation orale et écrite (dossier de mise en situation professionnelle) de la maquette de conception graphique.

La présentation de l'ensemble de ces éléments sera évaluée et soutenue oralement.

RNCP39363BC03 — Réalisation de supports print

LISTE DE COMPÉTENCES

Développer l'identité graphique et la charte graphique en respectant les règles de mise en page et de composition, adaptées aux supports définis avec le client, dans l'optique de lui fournir une boîte à outils opérationnelle complète.

Réaliser le projet print opérationnel, en répondant aux objectifs de la commande et de la stratégie de communication visuelle établie, en respectant le cahier des charges et en s'appuyant sur la maquette de conception validée avec le client (déclinaisons sur les différents supports définis, suivis de fabrication, livraison) afin de livrer la production qui répond totalement et exhaustivement aux exigences de la commande

Développer le langage et la charte graphique en respectant les règles de mise en page et de composition, adaptées à tous les supports définis avec le client dans l'optique de lui fournir une boîte à outils opérationnelle complète.

Comparer la conformité du projet avec le cahier des charges initial et la charte graphique afin de s'assurer de leur adéquation.

Présenter oralement les productions en les argumentant de manière étayée et illustrée, ainsi que le projet de design graphique finalisé au client (l'ensemble des productions attendues) pour en vérifier la conformité à la stratégie de communication visuelle, au cahier des charges et à la prémaquette et ce pour susciter l'adhésion du client.

Valider l'ensemble du projet de design graphique avec le commanditaire afin de lancer la phase de production et de livraison dans le respect des normes environnementales en vigueur (papier labellisé (fcs pefc), impression écologique...) et le respect des procédés d'impression imposés (norme iso 9001, marque imprim'vert...).

Concrétiser la production graphique en réalisant l'ensemble des supports de production attendus par le commanditaire et en s'appuyant sur ses connaissances des différents logiciels de production adaptés aux différents supports (édition papier, web, vidéo...) dans l'objectif de livrer l'ensemble des supports et outils graphiques attendus.

Effectuer tous les contrôles techniques nécessaires préalables, (dans le cas du print : bonne conformité des fichiers à imprimer en adéquation avec les normes d'imprimerie, résolution des images, réalisation de fichiers prêt à l'impression (pdf/ x)).

Assurer le suivi de fabrication du projet en vérifiant le bon déroulement des différentes étapes de fabrication avec les prestataires (impression, signature du bat d'impression) dans un objectif de contrôle qualitatif.

Livrer au client dans le cadre d'un rendez-vous de réception la globalité des productions attendues en réponse à la commande initiale, dans un objectif de satisfaction de celui-ci.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Présentation orale et écrite (dossier de mise en situation professionnelle) ces éléments. La présentation sera

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Il existe une grande diversité dans les secteurs d'activités et les entreprises qui nécessitent les compétences de l'infographiste :

Agences de publicité et de communication : Les infographistes peuvent être employés pour créer des supports visuels pour des campagnes publicitaires, des annonces imprimées et des stratégies de communication.

Design et arts graphiques : Travailler dans des entreprises spécialisées en design graphique, offrant des services de conception pour divers clients.

Médias et édition : Les maisons d'édition, les journaux, les magazines, les stations de télévision et les studios de cinéma emploient souvent des infographistes pour créer des illustrations, des animations et d'autres éléments visuels

Technologie et informatique : Les entreprises technologiques peuvent embaucher des infographistes pour concevoir des interfaces utilisateur, des éléments graphiques pour des applications, et d'autres supports visuels.

Jeux vidéo : L'industrie du jeu vidéo emploie des infographistes pour créer des personnages, des environnements, des interfaces et d'autres éléments visuels.

Santé et sciences : Les organisations médicales, les entreprises pharmaceutiques et les entreprises scientifiques peuvent avoir besoin d'infographistes pour créer des illustrations et des diagrammes explicatifs.

Éducation : Les institutions éducatives, en particulier les universités et les écoles, peuvent avoir besoin d'infographistes pour concevoir des supports pédagogiques, des présentations visuelles, etc.

Taille des entreprises ou services

Petites et moyennes entreprises (PME) : Les infographistes peuvent travailler au sein de PME qui ont besoin de services de conception graphique, mais qui n'ont peut-être pas une équipe de conception interne.

Grandes entreprises : Les grandes entreprises ont souvent des équipes de conception interne ou peuvent externaliser les services de conception graphique pour répondre à leurs besoins.

Agences de design et de communication : Les agences spécialisées dans le design et la communication emploient fréquemment des infographistes pour servir une clientèle variée.

Freelance : Certains infographistes choisissent de travailler en freelance, offrant leurs services de manière indépendante à différentes entreprises et clients.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Infographiste, graphiste, affichiste, entrepreneur créatif, animateur graphique, maquettiste, graphiste multimédia, graphiste motion designer, sérigraphe, Illustrateur, etc.

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 4 sur 5.
Facteurs principaux	Non-attractivité salariale
Salaire médian (mensuel)	2 186 €
Familles professionnelles (FAP)	F2X30 — Ouvriers, techniciens et agents de maîtrise de l'imprimerie · tension 4/5 (Élevée) U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	5 084
Jugés difficiles à recruter	30 %
Emplois saisonniers	20 %

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Parcours de formation initiale :

- Admission en 1ère année

Niveau initial requis :

titre de niveau 4 validé.

L'admission s'effectue par un entretien d'entrée dont le processus est le suivant :

- Examen du dossier de candidature avec attestations et/ou copies des diplômes et certificats.
- Entretien de motivation devant un jury constitué de deux personnes : directeur de l'établissement, directeur pédagogique, responsable pédagogique, formateur
- Analyse d'image et interprétation graphique.
- Présentation argumentée des différents travaux produits par le candidat (book).

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

Le jury est composé de trois jurés exclusivement extérieurs à l'établissement ACFA MULTIMÉDIA SUPCRÉA. Il est constitué des personnalités qualifiées choisies en raison de leurs compétences professionnelles en lien avec le métier de la certification visée. Ces professionnels doivent être externes au centre de formation et ne doivent pas avoir travaillé pour le centre de formation.

Les jurés ont les profils suivants : Infographiste (cadre salarié) ; infographiste(indépendant) ; infographiste (collectivités territoriales) ; directeur artistique, responsable de structure de design graphique ou design global, directeur de la communication ou chargé de communication.

Pour chaque jury, un président de jury est désigné par la direction pédagogique d'ACFA MULTIMÉDIA SUPCRÉA sur des critères de compétences graphiques et de qualité de l'expérience professionnelle, ainsi que d'expérience en tant que juré pour le jury de la certification professionnelle Designer graphique. Il a voix prépondérante en cas de désaccord parmi les trois membres constituant le jury de délivrance de la certification.

Pourcentage de membres extérieurs à l'autorité délivrant la certification dont professionnels qualifiés : 100%

COMPOSITION DU JURY — VAE

Le jury est composé de trois jurés professionnels extérieurs et du directeur d'ACFA MULTIMÉDIA SUPCRÉA.

Les jurés ont les profils suivants :

infographiste (cadre salarié) ; infographiste (indépendant) ; infographiste (collectivités territoriales) ;directeur artistique, responsable de structure de design graphique ou design global, directeur de la communication ou chargé de communication.

Pour chaque jury, un président de jury est désigné par la directrice pédagogique d'ACFA MULTIMÉDIA SUPCRÉA sur des critères de compétences en design graphique et de qualité de l'expérience professionnelle, ainsi que d'expérience en tant que juré pour la certification du titre designer graphique.

Le président de jury a voix prépondérante en cas de désaccord parmi les membres constituant le jury de délivrance de la certification.

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	7 700 €
Selon la branche	6 000 € – 8 146 €
Prise en charge	Branches concernées

7 700 €	Valeur par défaut · 205 branches
8 146 €	CPNEF de la presse et des agences de presse, CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
8 059 €	CPNEF de l'audiovisuel
8 038 €	CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique
7 806 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
7 440 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
6 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date de décision	19/07/2024
Durée de l'enregistrement	2 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	19/07/2026
Date de dernière délivrance possible	19/07/2030

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2022	18	1	65 %	78 %
2021	15	0	75 %	58 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP34241

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP34302, RNCP35662

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/39363/>