

Chargé de communication

RNCP39741 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	320
Formacode(s)	46354
Code(s) ROME	E1103, M1702, E1104, E1205, E1107
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	31/10/2024
Date d'échéance	31/10/2027

Certificateur(s)

ASSOCIATION SUP DE VINCI (CFA LEONARD DE VINCI) · SIRET : 40955435900037

Partenaires habilités

43 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 21 à former et organiser l'évaluation et 22 à former.

Organisme	SIRET	Habilitation
ALTSUP	97930468000023	Former
ASSOCIATION SUP DE VINCI (CFA LEONARD DE VINCI)	40955435900037	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION SUP DE VINCI (CFA LEONARD DE VINCI)	40955435900052	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION SUP DE VINCI (CFA LEONARD DE VINCI)	40955435900060	Former et organiser l'évaluation
BASTIDE FORMATION	38747181600034	Former
B. FACTORY SCHOOL	92141226800010	Former
CENTRE DE FORMATION – CAMPUS CCI CHER	18180001200096	Former
CENTRE DE FORMATION PERMANENTE ST PIERRE	34929189800014	Former
CENTRE REGIONAL DE FORMATION MULTIPROFESSIONNEL	34182077700033	Former
CESACOM	90947540200048	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 43 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp39741-charge-de-communication/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

L'objectif de la certification professionnelle est de garantir l'acquisition de compétences généralistes permettant au chargé de communication d'être polyvalent pour piloter en autonomie la définition et la mise en œuvre d'actions de communication 360.

Le chargé de communication élabore, propose, déploie et évalue la stratégie de communication relative à un besoin de communication apporté par un client interne ou externe. Il représente le chef d'orchestre qui doit mettre en œuvre le plan de communication afférent à la stratégie de communication définie, tout en garantissant son adéquation avec

l'environnement interne et externe du commanditaire.

Il a pour but de diffuser une image positive de l'entité commanditaire, d'améliorer sa visibilité et également de promouvoir sa notoriété sur le long terme.

Son périmètre d'intervention peut être généraliste ou bien spécialisé (communication interne, externe, événementielle, digitale, graphique, vidéo, ...).

L'étendue de ses compétences doit néanmoins lui permettre de dialoguer avec des professionnels spécialisés en communication, leur fournir un cahier des charges précis, suivre et évaluer leurs actions.

ACTIVITÉS VISÉES

Organisation du processus de veille permanente ou ponctuelle

Identification des tendances et innovations en communication

Analyse de la demande du client interne ou externe

Elaboration de la recommandation stratégique de communication

Présentation de la recommandation au client / à l'annonceur

Encadrement de la production de messages et contenus

Coordination de l'équipe projet

Pilotage d'un réseau de partenaires

Conception universelle de supports de communication

Production de contenus en tenant compte des impératifs d'accessibilité

Gestion budgétaire du projet de communication

Mesure des actions de communication

Amélioration continue des actions de communication

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Définir un process de veille permanente et ponctuelle

Analyser les tendances actuelles et à venir de la société en général, et en termes d'information, communication, consommation en particulier

Présenter une synthèse de la veille effectuée

Dresser le diagnostic de la situation, en prenant appui sur le brief annonceur

Problématiser la demande du client

Proposer une solution à mettre en œuvre

Planifier les actions recommandées et affecter les ressources nécessaires

Présenter la recommandation

Traduire le plan de communication en brief des équipes créatives / de production spécifique

Piloter les collaborations professionnelles

Mobiliser l'ensemble des parties prenantes

Sélectionner les prestataires (fournisseurs, influenceurs, etc.) dans une logique d'achat responsable

Développer un réseau responsable de partenaires

Concevoir des supports de communication, via le design inclusif (universel)

Produire des contenus rédactionnels imprimés accessibles

Produire des contenus rédactionnels pour le web accessibles et responsive

Produire des messages visuels et audiovisuels accessibles

Estimer et suivre les coûts tout au long du cycle de vie du projet de communication

Collecter la data marketing, via des indicateurs de performance

Exploiter la donnée, au travers de tableaux de bord

Corriger les anomalies

Consolider les bonnes pratiques, en formalisant des savoir-faire et méthodes

Blocs de compétences

RNCP39741BC01 — Mener une veille stratégique créative et tendancielle

LISTE DE COMPÉTENCES

Définir un process de veille permanente et ponctuelle, via une méthodologie, des outils (dont l'intelligence artificielle) et sources spécifiques, afin d'optimiser la recherche/ sélection d'informations

Analyser les tendances actuelles et à venir de la société en général, et en termes d'information, communication,

consommation en particulier, afin d'orienter les réflexions stratégiques et solutions préconisées
Présenter une synthèse de la veille effectuée, par le biais de document synthétique et visuel, dans l'optique d'aider à la prise de décisions pour tous les acteurs concernés par ces informations

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Epreuve 1/1

Mise en situation professionnelle reconstituée

Relative aux activités 1. et 2 des référentiels

En individuel, à l'écrit

Sur la base du périmètre de recherche défini par le certificateur, le candidat élabore le process de veille et réalise une veille stratégique, créative et tendancielle

permettant de préparer un plan de communication.

Il consigne les résultats de son étude sous la forme d'une synthèse écrite.

RNCP39741BC02 — Définir une stratégie et un plan de communication

LISTE DE COMPÉTENCES

Dresser le diagnostic de la situation, en prenant appui sur le brief annonceur, pour identifier les enjeux de la future communication

Problématiser la demande du client, en identifiant les opportunités, obstacles et cibles, afin de déterminer une stratégie et un plan de communication en cohérence avec le contexte interne/externe

Proposer une solution à mettre en œuvre, basée sur l'identité et les objectifs de l'annonceur ainsi que le contexte socio-économique, culturel et juridique, en l'inscrivant dans une perspective de durabilité, ainsi que de vécu expérientiel, afin de garantir originalité et faisabilité

Planifier les actions recommandées et affecter les ressources nécessaires, dans le but d'optimiser la réussite du projet

Présenter la recommandation, en utilisant des techniques de communication et de négociation, afin de convaincre le client que le dispositif choisi lui permettra d'atteindre ses objectifs

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Epreuve 1/2

Mise en situation professionnelle reconstituée

Relative aux activités 3. et 4 des référentiels

En individuel, à l'écrit

A partir de la demande d'un annonceur fictif, il est demandé au candidat d'analyser la demande du client, de préconiser une stratégie de communication et de la traduire en plan de communication.

- Epreuve 2/2

Mise en situation professionnelle réelle

Relative aux activités 3., 4. et 5 des référentiels

En sous-groupe, à l'oral

A partir de la demande d'un annonceur réel, il est demandé au candidat de préconiser une stratégie de communication et de la traduire en plan de communication puis de les présenter aux représentants de l'entreprise, comme pourrait le faire une agence ou une équipe conseil en communication.

RNCP39741BC03 — Piloter l'équipe projet

LISTE DE COMPÉTENCES

Traduire le plan de communication en brief des équipes créatives / de production spécifique, à partir des enjeux stratégiques de la commande, en orientant la production autour de l'éco-conception des solutions retenues, en garantissant la conformité légale des messages et contenus, afin de coordonner les experts métiers dans le sens de la recommandation

Piloter les collaborations professionnelles, en ayant recours à des techniques de communication adaptées, dans une visée de dynamique inclusive d'équipe

Mobiliser l'ensemble des parties prenantes, en prenant en compte leurs besoins spécifiques, dans une logique de génération de valeur aux niveaux micro, méso et macro

Sélectionner les prestataires (fournisseurs, influenceurs, etc.) dans une logique d'achat responsable, afin de garantir la conformité au cahier des charges ainsi que la durabilité des actions de communication

Développer un réseau responsable de partenaires, en intégrant les dimensions de viabilité, équitabilité et durabilité

dans la collaboration, afin de pérenniser l'activité de manière durable

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Epreuve 1/2

Mise en situation professionnelle reconstituée

Relative à l'activité 6 des référentiels

En individuel, à l'oral

A partir d'une recommandation fournie par le certificateur, le candidat présente un brief créatif à l'oral.

- Epreuve 2/2

Rapport d'étonnement sur la base de la période en entreprise effectuée durant le parcours de formation lié à la certification

Relatif aux activités 7. et 8 des référentiels

En individuel, à l'écrit

Le candidat produit un dossier écrit dans lequel il analyse la pratique en matière de coordination de l'équipe projet et pilotage d'un réseau de partenaires.

Il propose un regard réflexif en dégagant ce qu'il identifie comme étant de bonnes pratiques à mettre en œuvre / pratiques à améliorer lorsqu'il sera en responsabilité.

RNCP39741BC04 — Réaliser des contenus de communication

LISTE DE COMPÉTENCES

Concevoir des supports de communication, à partir de l'analyse de la cible visée, de son potentiel handicap et du contexte de prise de connaissance du support de communication, via le design inclusif (universel), dans le but de favoriser l'accès et la mémorisation du message et dans une perspective d'universalité et d'inclusion

Produire des (ou participer à la production de) contenus rédactionnels imprimés accessibles, à partir du brief créatif, à l'aide de l'intelligence artificielle, en prenant en compte les contraintes légales associées, afin de produire une information écrite à la fois innovante et accessible à tous

Produire des (ou participer à la production de) contenus rédactionnels pour le web accessibles et responsive, à partir du brief créatif, en appliquant les méthodes de responsive design et responsive content, en prenant en compte les contraintes légales associées, pour participer à la construction et l'animation de l'écosystème digital de la marque / de l'annonceur

Produire des (ou participer à la production de) messages visuels et audiovisuels accessibles, via des logiciels de publication assistée par ordinateur (PAO) ou de montage vidéo, en ayant recours à l'intelligence artificielle, en prenant en compte les contraintes légales associées, afin de représenter et distinguer la marque dans ses différentes prises de paroles

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Epreuve 1/1

Compilation de supports de communication

Relative aux activités 9. et 10 des référentiels.

En individuel, via un dossier

Sur la base d'un cahier des charges fourni par le certificateur, le candidat doit concevoir et produire des contenus.

Il doit justifier les choix techniques au regard des exigences de design universel et d'accessibilité et les moyens utilisés, en particulier le recours à l'intelligence artificielle (IA).

RNCP39741BC05 — Evaluer la performance du projet de communication

LISTE DE COMPÉTENCES

Estimer et suivre les coûts tout au long du cycle de vie du projet de communication, en employant des techniques de gestion budgétaire, afin de garantir sa faisabilité ainsi que sa viabilité économique

Collecter la data marketing, via des indicateurs de performance / metrics, dans le respect de la réglementation en vigueur, en vue de générer de la donnée exploitable quantitativement et qualitativement

Exploiter la donnée, au travers de tableaux de bord, en vue d'identifier les leviers de performance et/ou d'analyser le retour sur investissement

Corriger les anomalies, dans l'optique de maintenir la correspondance avec le plan d'action de communication défini

Consolider les bonnes pratiques, en formalisant des savoir-faire et méthodes, afin d'industrialiser les pratiques et process et les inscrire dans une démarche d'amélioration continue

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Epreuve 1/1

Rapport d'étonnement sur la base de la période en entreprise effectuée durant le parcours de formation lié à la certification 'Chargé de communication'

Relatif aux activités 11., 12. et 13 des référentiels.

En individuel, à l'écrit

Le candidat produit un dossier écrit dans lequel il analyse la pratique en matière de gestion budgétaire de projet de communication, mesure de la performance des actions et inscription dans un process d'amélioration continue.

Il propose un regard réflexif en dégageant ce qu'il identifie comme étant de bonnes pratiques à mettre en œuvre / pratiques à améliorer lorsqu'il sera en responsabilité.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le métier de chargé de communication est présent dans tous les secteurs d'activités ainsi que toutes les tailles d'entreprises.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Chargé de communication

Chef de projet communication

Consultant communication

Responsable communication

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Les emplois-types ciblés ne sont pas réglementés à proprement parlé, mais il convient que le professionnel de la communication tienne compte des références légales et réglementaires dans lesquelles ses activités s'inscrivent, notamment par rapport aux cadres suivants :

- Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD),
- Droit d'auteur,
- Propriété intellectuelle,
- Droit à l'image,
- Droit de la concurrence,
- Accessibilité réglementaire pour les conception et présentation de sites internet : Référentiel Général d'Amélioration de l'Accessibilité (RGAA -France), ou Web Content Accessibility Guidelines (WCAG - International).

Des instances telles que l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP) peuvent également cadrer la pratique des professionnels de la communication.

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
Salaires médians (mensuels)	3 025 €
Familles professionnelles (FAP)	R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible) 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)	15 427
Jugés difficiles à recruter	25 %

Emplois saisonniers	13 %
Familles professionnelles (FAP)	R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique 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

Être titulaire d'un diplôme, titre professionnel ou certification professionnelle de niveau 5

Ou

Être titulaire d'un diplôme, titre professionnel ou certification professionnelle de niveau 4, avec au moins 2 années d'expérience professionnelle dans le champ visé par la certification

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

Uniquement dans le cas de la validation par la voie de la formation

- Présence requise
 - o Avoir suivi au moins 85% du parcours de formation.
- Validation du dispositif d'évaluations formatives
 - o Obtenir une note égale ou supérieure à 8/20 à la moyenne des évaluations en contrôle continu formatif.
 - o Obtenir une note égale ou supérieure à 10/20 à l'évaluation formative réalisée par l'entreprise en situation de stage/alternance.

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

Le jury est composé de 3 membres minimum dont 2 professionnels externes

COMPOSITION DU JURY — VAE

Conformément au décret n° 2024-332 du 10 avril 2024 relatif au jury et au congé de validation des acquis de l'expérience, le jury de certification pour l'obtention par voie de VAE réunit au moins deux personnes, dont au moins une personne qualifiée au titre de la certification visée.

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	6 092 €
Selon la branche	4 869 € – 6 516 €
Prise en charge	Branches concernées
6 092 €	Valeur par défaut · 175 branches
6 516 €	CPNE Branche Caisse d'Epargne, CPNE FP Branche des magasins du Bricolage, CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie, CPNE de l'immobilier, CPNE de la branche Banque Populaire
6 236 €	CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire, CPNE du commerce de détail alimentaire non spécialisé, CPNEF de la Branche des organismes de formation
6 480 €	CPNE chimie, CPNEF de l'audiovisuel
5 400 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites, CPNEFP de la métallurgie
4 869 €	CPNE désinfection, désinsectisation et dératisation, CPNEFP Carrières et matériaux

6 399 €	CPNEFP Mutualité
6 302 €	CPNEFP Sports Loisirs
6 261 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager
6 238 €	CPNEFP de la Mutualité Sociale Agricole
6 230 €	CPNEFP de la branche des prestataires de services du secteur tertiaire
6 211 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
6 210 €	CPNEFP de la branche négoce et prestations de services dans les domaines médico-techniques
6 094 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
6 085 €	CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles
5 965 €	CPNE Travail Temporaire
5 848 €	CPNEFP Branche du Commerce de Détail Non Alimentaire

Base légale

Date de décision	31/10/2024
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	31/10/2027
Date de dernière délivrance possible	31/10/2031

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2022	202	0	100 %	81 %
2021	146	0	97 %	88 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP37052

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP34589, RNCP34919, RNCP35581, RNCP35675, RNCP35752, RNCP35874, RNCP36467, RNCP36487, RNCP36650, RNCP36877, RNCP36985, RNCP37052, RNCP37766, RNCP37777, RNCP37786, RNCP38138, RNCP38602

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.cesacom.fr/bachelor-communication-3/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/39741/>

Où se former

Formations référencées	43
------------------------	----

Organismes	5
Régions couvertes	18
Prix indicatif	3 300 € – 5 880 €
Durée	835 – 970 h

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

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	32
Organismes gestionnaires (CFA)	19
Organismes formateurs	30
Régions couvertes	12
Départements couverts	24
Organismes certifiés Qualiopi	30
Sessions	de 09/2025 à 08/2029

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	1
Parcours menés à terme	1
Taux d'achèvement	100 %
Période	05/2026 – 06/2026

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	1
Montant total engagé	2 000 €
Coût moyen par dossier	2 000 €
Durée moyenne	111 h
Période	04/2026
France compétences	100 %

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