

Manager de projets en stratégies digitales et data marketing (MS)

RNCP40646 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	310m, 312, 320
Formacode(s)	34030, 34076, 34093
Code(s) ROME	E1402, M1703, M1704, M1705, M1702
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	23/05/2025
Date d'échéance	23/05/2028

Certificateur(s)

AUDENCIA · SIRET : 83474886500013

Partenaires habilités

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

Organisme	SIRET	Habilitation
AUDENCIA	83474886500013	Former et organiser l'évaluation
AUDENCIA	83474886500021	Former et organiser l'évaluation
AUDENCIA	83474886500039	Former et organiser l'évaluation
AUDENCIA	83474886500062	Former et organiser l'évaluation
AUDENCIA	83474886500070	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

La certification Manager de projets en stratégie digitale et data marketing (MS) répond aux défis croissants de la transformation numérique qui révolutionne les pratiques marketing et les modèles d'affaires. À la croisée du marketing, de la technologie et de la gestion de projets, il conçoit, pilote et optimise des initiatives destinées à maximiser l'impact des campagnes digitales et l'utilisation des données. Le rôle clé de ces professionnels consiste à valoriser les données et à optimiser les leviers digitaux pour garantir une expérience client enrichie, tout en respectant les objectifs économiques, sociaux et environnementaux de l'organisation.

Ce métier s'inscrit dans un cadre de digitalisation accélérée, où toutes les entreprises, quel que soit leur secteur, adoptent des stratégies digitales pour leur communication, distribution ou gestion client pour répondre aux attentes des consommateurs et se distinguer dans un environnement compétitif et en évolution rapide.

Un Manager de projets en stratégie digitale et data marketing (MS) évolue dans des entreprises de toutes tailles, des PME aux grandes multinationales, mais aussi dans des agences ou cabinets de conseil spécialisés.

La certification prépare à des fonctions variées. Les qualités essentielles d'un Manager de projets en stratégie digitale et data marketing (MS) incluent le leadership, la maîtrise des leviers digitaux, l'analyse des données et l'innovation responsable. Ce titre répond à un besoin croissant de professionnels capables de convertir les enjeux numériques en

solutions concrètes et efficaces.

ACTIVITÉS VISÉES

Gestion des projets digitaux durables

Création d'un site ou une application

Définition du contexte et les besoins des utilisateurs

Prototypage et réalisation de tests de nouvelles interfaces qui répondent aux besoins utilisateurs

Pilotage de la marque

Création d'une campagne publicitaire inclusive

Mise en place d'un plan media

Pilotage des stratégies de communication sur les médias sociaux

Création de contenus de marque sur le web

Lancement d'une nouvelle activité

Mise en place d'une activité e-commerce ou omnicanal

Application du droit de l'internet et de la protection des données

Acquisition de client en BtoB

Rétention de clients en BtoB

Pilotage du référencement sur les moteurs de recherche

Analyse des données à partir d'un logiciel de mesure de statistiques web

Analyse des données avec l'IA de façon responsable

Pilotage des données multi-sources en temps réel provenant de bases de données différentes

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Collaborer avec les différentes fonctions et expertises métiers pour développer des fonctionnalités, des applications et déployer des campagnes en ligne en utilisant les terminologies adaptées.

Appliquer les méthodes et pratiques Agile pour gérer des projets de développement de site ou de fonctionnalité en pratiquant les rôles, les cérémonies, et les artefacts à l'aide de concepts tels que le mindset Agile, Scrum, SAFe, Kanban, et le Change Management.

Définir le cahier des charges d'un site web responsable pour réduire l'empreinte environnementale (cycle de vie des produits, écoconception...) et promouvoir des valeurs inclusives et éthiques, en déterminant les critères en ce qui concerne la technologie, le design, le graphisme, le texte et la réglementation.

Créer un site web statique à partir d'une page blanche pour atteindre la cible et les objectifs définis en utilisant les langages de programmation « clients » pour le développement web (exemples : html et CSS).

Modifier quelques caractéristiques d'un site ou une application dynamique pour atteindre les objectifs en utilisant quelques éléments simples des langages de programmation dits « serveurs » pour le développement d'un site qui gère des données.

Concevoir des bannières pour améliorer l'interaction utilisateur en utilisant les technologies et outils appropriés grâce au code informatique.

Créer un site no code à partir de template pour le personnaliser en utilisant un CMS comme par exemple WordPress.com.

Réaliser une veille stratégique à l'aide de méthodologies de collecte et d'analyse de l'information, pour identifier les évolutions/innovations et évaluer les risques/opportunités en utilisant les outils adaptés.

Mener des études marketing pour identifier les besoins des utilisateurs en utilisant les méthodes de recherche adaptées au contexte et au public ciblé.

Piloter un projet de design pour créer une interface, un produit ou un service digital innovant en utilisant les techniques comme l'immersion auprès d'usagers, l'animation d'ateliers de créativité, la mise en forme de propositions de valeur sous forme de maquette, le test de ces maquettes auprès d'utilisateurs.

Développer des interfaces accessibles aux personnes en situation de handicap permanent ou passager en utilisant les méthodes design de création de solutions digitales.

Maquetter une proposition d'interface pour pouvoir la tester auprès d'utilisateurs en appliquant les méthodes de design d'expérience utilisateurs (UX-design) et en utilisant divers outils de prototypage.

Valoriser une marque pour créer des campagnes publicitaires créatives et répondant aux objectifs de l'entreprise en définissant les éléments constitutifs d'une stratégie de marque (dont la plateforme de marque), sa planification et son suivi dans le temps.

Créer des campagnes publicitaires inclusives et respectueuses des objectifs de développement durable pour répondre à la stratégie de l'entreprise en maximisant l'impact et l'efficacité des messages et contenus publicitaires

auprès d'une cible.

Structurer un plan media pour augmenter la portée, l'engagement, les conversions, le retour sur investissement en déterminant les canaux adaptés au public cible, la planification, le budget et les exécutants à mobiliser.

Analyser les comptes sociaux de l'entreprise et des concurrents pour évaluer leur performance en utilisant les outils comme des outils de social listening.

Mettre en œuvre des campagnes d'influence pour développer la notoriété d'un produit ou d'une marque en collaborant avec des influenceurs.

Mettre en œuvre une campagne de publicité payante sur les médias sociaux comme Instagram, Facebook... pour répondre aux objectifs de communication de l'entreprise en définissant les cibles, les objectifs à travers les outils de planning et de pilotage du marché comme Business Manager.

Développer une marque personnelle authentique pour se présenter efficacement en ligne en réfléchissant à sa propre personnalité, en créant un contenu original et différenciant en utilisant les stratégies de rédaction, en s'appuyant sur l'usage de l'IA et des techniques de partage sur les médias sociaux.

Identifier une opportunité entrepreneuriale pour lancer une activité innovante en analysant les étapes du processus entrepreneurial.

Expérimenter une solution innovante pour évaluer sa viabilité en utilisant des méthodes de prototypage et de tests de marché.

Réaliser un business plan simplifié, identifier les ressources nécessaires au lancement du projet pour évaluer sa faisabilité économique et planifier le lancement de l'activité en réalisant des études de marché.

Communiquer stratégiquement sur son projet pour convaincre les parties prenantes en élaborant des présentations claires et percutantes.

Mettre en place une activité e-commerce et omnicanal pour développer le chiffre d'affaires d'une entreprise en adoptant le modèle d'affaires et les éléments nécessaires à la conversion.

Protéger une innovation technique, design ou marketing pour anticiper des risques en choisissant les outils juridiques adaptés, en préparant les pièces de dépôt nécessaires en collaborant avec les services internes, les conseils extérieurs et les structures d'accompagnement de l'innovation.

Mettre en pratique le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) pour assurer une approche éthique et responsable du traitement des données dans un contexte marketing et e-business, en identifiant les données critiques et les implications éthiques de leur traitement.

Mettre en place des actions marketing pertinentes pour acquérir des nouveaux clients en BtoB en appliquant les méthodes d'acquisition : parcours client B2B, growth-marketing et social selling (notamment à travers la plateforme LinkedIn).

Développer des projets digitaux sans code pour créer rapidement des automatisations, et en intégrant des fonctions et du code dans les modules de workflows.

Appliquer les méthodes de rétention de clients pour concevoir des workflows avancés en construisant des automatisations complexes et en configurant des API et Webhooks.

Construire une stratégie de référencement (SEO) pour améliorer la visibilité sur les moteurs de recherche en appliquant différentes techniques d'analyse et d'amélioration continue du référencement naturel (mots clés et code web)

Créer une campagne SEA d'achat de mots clés et de publicité en ligne sous forme de vidéo et de bannières pour accroître la visibilité en utilisant les stratégies et configurations de plateforme d'optimisation de campagnes comme google ads, de l'analyse des résultats à l'optimisation des campagnes.

Développer un écosystème mobile-first pour optimiser l'engagement utilisateur et améliorer la visibilité, en sélectionnant les meilleures plateformes (web, applications, PWA).

Analyser les données à partir d'un logiciel de mesure de statistiques web pour comprendre la provenance du trafic et l'optimiser, comprendre et optimiser le profilage des utilisateurs, analyser le taux de conversion, les canaux et l'expérience utilisateur (UX), à l'aide des fonctionnalités de base et avancées du logiciel et l'exploitation de bases de données.

Automatiser l'exploration et l'analyse des données en ligne à l'aide des langages de programmation standard pour effectuer des analyses avancées en manipulant de grands ensembles de données et les présenter dans des outils de visualisation.

Analyser des bases de données massives à l'aide des outils d'IA disponibles pour définir des objectifs business et améliorer les processus de l'entreprise en manipulant des données structurées et non structurées.

Évaluer les considérations éthiques et les défis de l'adoption de l'IA pour assurer une utilisation responsable en discutant des enjeux éthiques et des implications sociétales.

Dessiner les parcours clients pour améliorer les performances commerciales et marketing de l'entreprise en analysant de vastes ensembles de données structurées et non structurées, multi sources, sur les comportements, préférences et usages.

Créer des visualisations de données pour développer des outils de gestion de projets et faciliter la prise de décisions stratégiques en utilisant des techniques et des outils avancés de visualisation de données complexes.

Blocs de compétences

RNCP40646BC01 — Manager un projet de développement numérique responsable

LISTE DE COMPÉTENCES

Collaborer avec les différentes fonctions et expertises métiers pour développer des fonctionnalités, des applications et déployer des campagnes en ligne en utilisant les terminologies adaptées.

Appliquer les méthodes et pratiques Agile pour gérer des projets de développement de site ou de fonctionnalité en pratiquant les rôles, les cérémonies, et les artefacts à l'aide de concepts tels que le mindset Agile, Scrum, SAFe, Kanban, et le Change Management.

Définir le cahier des charges d'un site web responsable pour réduire l'empreinte environnementale (cycle de vie des produits, écoconception...) et promouvoir des valeurs inclusives et éthiques, en déterminant les critères en ce qui concerne la technologie, le design, le graphisme, le texte et la réglementation.

Créer un site web statique à partir d'une page blanche pour atteindre la cible et les objectifs définis en utilisant les langages de programmation « clients » pour le développement web (exemples : html et CSS).

Modifier quelques caractéristiques d'un site ou une application dynamique pour atteindre les objectifs en utilisant quelques éléments simples des langages de programmation dits « serveurs » pour le développement d'un site qui gère des données.

Concevoir des bannières pour améliorer l'interaction utilisateur en utilisant les technologies et outils appropriés grâce au code informatique.

Créer un site no code à partir de template pour le personnaliser en utilisant un CMS comme par exemple WordPress.com.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Jeu de rôles / Mise en situation / Mises en pratique

RNCP40646BC02 — Manager un projet d'innovation centré sur les usages

LISTE DE COMPÉTENCES

Réaliser une veille stratégique à l'aide de méthodologies de collecte et d'analyse de l'information, pour identifier les évolutions/innovations et évaluer les risques/opportunités en utilisant les outils adaptés.

Mener des études marketing pour identifier les besoins des utilisateurs en utilisant les méthodes de recherche adaptées au contexte et au public ciblé.

Piloter un projet de design pour créer une interface, un produit ou un service digital innovant en utilisant les techniques comme l'immersion auprès d'usagers, l'animation d'ateliers de créativité, la mise en forme de propositions de valeur sous forme de maquette, le test de ces maquettes auprès d'utilisateurs.

Développer des interfaces accessibles aux personnes en situation de handicap permanent ou passager en utilisant les méthodes design de création de solutions digitales.

Maquetter une proposition d'interface pour pouvoir la tester auprès d'utilisateurs en appliquant les méthodes de design d'expérience utilisateurs (UX-design) et en utilisant divers outils de prototypage.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas / Mise en situation / Cas pratiques

RNCP40646BC03 — Construire une stratégie de communication digitale

LISTE DE COMPÉTENCES

Valoriser une marque pour créer des campagnes publicitaires créatives et répondant aux objectifs de l'entreprise en définissant les éléments constitutifs d'une stratégie de marque (dont la plateforme de marque), sa planification et son suivi dans le temps.

Créer des campagnes publicitaires inclusives et respectueuses des objectifs de développement durable pour répondre à la stratégie de l'entreprise en maximisant l'impact et l'efficacité des messages et contenus publicitaires auprès d'une cible.

Structurer un plan media pour augmenter la portée, l'engagement, les conversions, le retour sur investissement en déterminant les canaux adaptés au public cible, la planification, le budget et les exécutants à mobiliser.

Analyser les comptes sociaux de l'entreprise et des concurrents pour évaluer leur performance en utilisant les outils comme des outils de social listening.

Mettre en œuvre des campagnes d'influence pour développer la notoriété d'un produit ou d'une marque en collaborant avec des influenceurs.

Mettre en œuvre une campagne de publicité payante sur les médias sociaux comme Instagram, Facebook... pour répondre aux objectifs de communication de l'entreprise en définissant les cibles, les objectifs à travers les outils de planning et de pilotage du marché comme Business Manager.

Développer une marque personnelle authentique pour se présenter efficacement en ligne en réfléchissant à sa propre personnalité, en créant un contenu original et différenciant en utilisant les stratégies de rédaction, en s'appuyant sur l'usage de l'IA et des techniques de partage sur les médias sociaux.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas d'application / Mise en situation / Etude de cas / Jeu de simulation / Cas pratique

RNCP40646BC04 — Manager un projet entrepreneurial digital responsable

LISTE DE COMPÉTENCES

Identifier une opportunité entrepreneuriale pour lancer une activité innovante en analysant les étapes du processus entrepreneurial.

Expérimenter une solution innovante pour évaluer sa viabilité en utilisant des méthodes de prototypage et de tests de marché.

Réaliser un business plan simplifié, identifier les ressources nécessaires au lancement du projet pour évaluer sa faisabilité économique et planifier le lancement de l'activité en réalisant des études de marché.

Communiquer stratégiquement sur son projet pour convaincre les parties prenantes en élaborant des présentations claires et percutantes.

Mettre en place une activité e-commerce et omnicanal pour développer le chiffre d'affaires d'une entreprise en adoptant le modèle d'affaires et les éléments nécessaires à la conversion.

Protéger une innovation technique, design ou marketing pour anticiper des risques en choisissant les outils juridiques adaptés, en préparant les pièces de dépôt nécessaires en collaborant avec les services internes, les conseils extérieurs et les structures d'accompagnement de l'innovation.

Mettre en pratique le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) pour assurer une approche éthique et responsable du traitement des données dans un contexte marketing et e-business, en identifiant les données critiques et les implications éthiques de leur traitement.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation /

Cas pratiques / Cas d'application

RNCP40646BC05 — Manager une stratégie d'acquisition de client en BtoB et BtoC

LISTE DE COMPÉTENCES

Mettre en place des actions marketing pertinentes pour acquérir des nouveaux clients en BtoB en appliquant les méthodes d'acquisition : parcours client B2B, growth-marketing et social selling (notamment à travers la plateforme LinkedIn).

Développer des projets digitaux sans code pour créer rapidement des automatisations, et en intégrant des fonctions et du code dans les modules de workflows.

Appliquer les méthodes de rétention de clients pour concevoir des workflows avancés en construisant des automatisations complexes et en configurant des API et Webhooks.

Construire une stratégie de référencement (SEO) pour améliorer la visibilité sur les moteurs de recherche en appliquant différentes techniques d'analyse et d'amélioration continue du référencement naturel (mots clés et code web)

Créer une campagne SEA d'achat de mots clés et de publicité en ligne sous forme de vidéo et de bannières pour accroître la visibilité en utilisant les stratégies et configurations de plateforme d'optimisation de campagnes comme google ads, de l'analyse des résultats à l'optimisation des campagnes.

Développer un écosystème mobile-first pour optimiser l'engagement utilisateur et améliorer la visibilité, en sélectionnant les meilleures plateformes (web, applications, PWA).

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situation / Application pratique / Etude de cas / Cas pratiques

RNCP40646BC06 — Piloter une stratégie digitale par la donnée

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser les données à partir d'un logiciel de mesure de statistiques web pour comprendre la provenance du trafic et l'optimiser, comprendre et optimiser le profilage des utilisateurs, analyser le taux de conversion, les canaux et l'expérience utilisateur (UX), à l'aide des fonctionnalités de base et avancées du logiciel et l'exploitation de bases de données.

Automatiser l'exploration et l'analyse des données en ligne à l'aide des langages de programmation standard pour effectuer des analyses avancées en manipulant de grands ensembles de données et les présenter dans des outils de visualisation.

Analyser des bases de données massives à l'aide des outils d'IA disponibles pour définir des objectifs business et améliorer les processus de l'entreprise en manipulant des données structurées et non structurées.

Évaluer les considérations éthiques et les défis de l'adoption de l'IA pour assurer une utilisation responsable en discutant des enjeux éthiques et des implications sociétales.

Dessiner les parcours clients pour améliorer les performances commerciales et marketing de l'entreprise en analysant de vastes ensembles de données structurées et non structurées, multi sources, sur les comportements, préférences et usages.

Créer des visualisations de données pour développer des outils de gestion de projets et faciliter la prise de décisions stratégiques en utilisant des techniques et des outils avancés de visualisation de données complexes.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en pratique / Cas pratiques /

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les entreprises sont désormais toutes concernées par les évolutions digitales, et tous les secteurs d'activité économiques et toutes les tailles d'entreprise peuvent être amenés à mettre en place des stratégies digitales, de communication, de distribution, de services clients.

Ces métiers peuvent donc être exercés indifféremment dans des entreprises B to C et B to B : biens de grande consommation, banque-assurance, tourisme, entreprises technologiques, automobile, cosmétique, luxe etc. mais également au sein d'entreprises exerçant une activité de conseil et de support : agences digitales, agences de communication généralistes, agences médias, agences de services marketing spécialisées et cabinets de stratégie.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Chef de projet digital (product owner)

Chef de produit Web / chef de marque (digital) / responsable marketing (digital)

/chef de projet marketing (digital) / chargé de communication digitale / chargé de marketing en ligne (webmarketeur) / consultant en e-business / consultant en e-marketing

Content manager, e-reputation manager, chargé de communication digitale, social media manager

Référenceur, consultant SMO (consultant en optimisation pour les médias sociaux), consultant SEO (consultant en référencement naturel, en optimisation pour moteurs de recherche)

Responsable e-commerce, responsable affiliation, manager CRM (manager en gestion de la relation client)

Directeur de clientèle, customer success manager (responsable du succès client)

Planneur stratégique, data analyst (analyste de données)

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 3 sur 5.

Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 950 €
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) 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)
Projets de recrutement (BMO 2026)	16 808
Jugés difficiles à recruter	27 %
Emplois saisonniers	11 %
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

La certification est adossée à une formation Mastère Spécialisé® labellisée Conférence des Grandes Ecoles, les candidats doivent être titulaires ou en cours d'obtention d'un des diplômes suivants :

Titre d'ingénieur diplômé conférant le grade de master (formations évaluées par la Commission des titres d'ingénieur, liste publiée au journal officiel),

Diplôme d'une école de management, privée ou consulaire, conférant le grade de master (formations évaluées par la CEFDG, liste publiée au bulletin officiel du MESR),

Diplôme de 3ème cycle habilité par les autorités universitaires (Diplôme national de master, DEA, DESS, ...) ou diplôme professionnel de niveau 7,

Diplôme ou attestation de validation d'un niveau équivalent M1 pour des candidats ayant au moins trois ans d'expérience professionnelle en lien avec la formation visée,

Titre inscrit au Répertoire national des certifications professionnelles (RNCP) niveau 7,

Diplôme étranger équivalent aux diplômes français exigés ci-dessus.

Les candidats suivants pourront être admis à titre dérogatoire :

Diplôme ou attestation de validation d'un niveau équivalent M1 sans expérience professionnelle ou ayant moins de trois ans d'expérience professionnelle en lien avec la formation visée,

Diplôme de licence (L3) ou grade de Licence ou titre inscrit au RNCP niveau 6 justifiant d'une expérience professionnelle de 3 ans minimum, en lien avec la formation visée.

Taux de dérogation pratiqué (30 % maximum selon le règlement de la CGE) : 30%.

Toute autre candidature présentant un cursus original ou un parcours de qualité sera examinée avec attention. Cette candidature pourra faire l'objet d'une Validation des Acquis Professionnels et Personnels (VAPP). Un dossier VAPP et sa procédure seront communiqués aux candidats au besoin.

Taux de VAPP pratiqué (40 % maximum selon le règlement de la CGE) : 40%.

Le pourcentage total des dérogations, incluant la VAPP n'excède pas 40%.

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

Le jury se compose :

D'un minimum de deux professionnels du métier ou supervisant des personnes du métier,

Du Directeur de programmes Mastère Spécialisé® Audencia ou son représentant.

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	8 813 €
Selon la branche	7 000 € – 10 055 €
Prise en charge	Branches concernées
8 813 €	Valeur par défaut · 188 branches
8 696 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie, CPNEFP Commerce succursaliste de la Chaussure, CPNEFP Commerce à distance, CPNEFP Grands Magasins/ Magasins Populaires, CPNEFP Import-Export
10 055 €	CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNE des Télécoms, CPNEF de la Publicité, CPNEF des Espaces de Loisirs, d'Attractions et Culturels (ELAC), CPNEF des organismes de tourisme
9 080 €	CPNE de la branche de la Distribution Directe, CPNEF de l'audiovisuel
9 610 €	CPNEF de l'Exploitation cinématographique et de la Distribution de films
9 271 €	CPNEFP Mutualité
9 005 €	CPNE FP Branche des magasins du Bricolage
9 000 €	CPNEFP de la Branche des Caisses régionales de Crédit Agricole et autres organismes
8 775 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
8 600 €	CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
7 697 €	CPNEFP de la blanchisserie, laverie, location de linge, nettoyage à sec, pressing et teinturerie
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
7 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date de décision	23/05/2025
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	23/05/2028
Date de dernière délivrance possible	23/05/2032

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2022	15	0	100 %	86 %
2021	9	0	100 %	88 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP36158

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/40646/>

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 09/2027

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