

Responsable de commerces et de la distribution

RNCP40675 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312p
Formacode(s)	34588, 34587
Code(s) ROME	D1509, D1503, D1301, D1504, D1502
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	23/05/2025
Date d'échéance	23/05/2030

Certificateur(s)

CCI FRANCE · SIRET : 18750002000073

Partenaires habilités

93 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 91 à former et organiser l'évaluation et 2 à former.

Organisme	SIRET	Habilitation
ACADEMIE VAUCLUSE PROVENCE INDUSTRIES	93771634800019	Former et organiser l'évaluation
AGENCE DE SAINT RAPHAEL	18830001600121	Former et organiser l'évaluation
ASS DE GESTION DU CENTRE DE FORMATION D'APPRENTIS SUPERIEUR DE BOURGOGNE	50876465100024	Former et organiser l'évaluation
ASS DE GESTION DU CENTRE DE FORMATION D'APPRENTIS SUPERIEUR DE BOURGOGNE	50876465100032	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION DE GESTION DE L' INSTITUT SUPERIEUR D' APPRENTISSAGE DES CCI DE FRANCHE COMTE	48998104300024	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION DU CENTRE DE FORMATION D'APPRENTIS DES CHAMBRES DE METIERS ET ARTISANAT ET CHAMBRE DE COMMERCE INDUSTR CHER	30804972500036	Former et organiser l'évaluation
CAMPUS DU LAC	41058110200010	Former et organiser l'évaluation
CCI FORMATION SAINT-ETIENNE	13002170200084	Former et organiser l'évaluation
CCI FORMATION- SUP'TG NIORT	18790001400098	Former et organiser l'évaluation
CCIL AISNE CFA LAON	13002271800279	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 93 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp40675-responsable-de-commerces-et-de-la-distribution/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Responsable de commerces et de la distribution exerce sa fonction au sein d'un établissement relevant d'un réseau de distribution intégré, associé, indépendant, grossiste ou de détail pour professionnels ou particuliers.

Interface entre la direction et ses équipes, il a en charge un périmètre qui englobe un point de vente dont il assure la responsabilité au niveau de sa gestion commerciale, administrative, logistique et humaine, dans un objectif global d'amélioration de la performance économique. Ses missions nécessitent à la fois une vision à moyen terme des activités et une adaptation aux imprévus du quotidien.

L'évolution de carrière peut être rapide notamment grâce à la mobilité interne. Le poste de Responsable de commerces et de la distribution peut être un tremplin vers les fonctions de chef de secteur, de directeur de magasin, d'acheteur, de chef de département, de chef de produit, puis vers des fonctions de direction de groupe.

ACTIVITÉS VISÉES

Elaboration du plan de développement de l'unité de vente

Organisation et gestion des espaces de vente phygitaux

Optimisation de l'expérience client intégrant les différents canaux de l'unité de vente

Suivi et évaluation de la mise en œuvre des actions commerciales et extra-commerciales phygitaux

Contrôle de la conformité de l'espace de vente sur le plan de la sécurité et de l'accessibilité

Gestion des approvisionnements et des relations avec les fournisseurs de l'unité de vente

Gestion des stocks, des inventaires et du réassort en vue de la vente sur les canaux physiques et digitaux

Gestion et reporting de l'activité de l'unité de vente sur le plan financier

Recrutement des employés permanents et Intérimaires de l'unité de vente

Organisation du travail et établissement des plannings des collaborateurs de l'unité de vente

Encadrement et animation de l'équipe de vente

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Analyser les marchés, les tendances de consommation et les pratiques de la concurrence sur le secteur d'activité de son enseigne, en mobilisant les techniques et outils numériques intégrant l'intelligence artificielle et permettant l'acquisition, la gestion et l'exploitation optimales des flux d'informations, afin d'identifier les évolutions des pratiques commerciales, ainsi que des attentes et comportements d'achat des clients, et d'en repérer les menaces et opportunités.

Choisir les actions marketing et commerciales innovantes à mettre en œuvre sur les canaux physiques et digitaux, en évaluant leur intérêt respectif et en posant des arbitrages fondés sur la cohérence de leur articulation dans une logique multicanale, tout en tenant compte des moyens à disposition et de l'environnement externe, afin de proposer les solutions permettant l'optimisation des méthodes de vente et de distribution multicanale compte tenu des attentes de sa cible clients et des objectifs de performance commerciaux et extra-financiers de l'entreprise.

Structurer le plan d'action commercial multicanal à conduire, en déterminant les objectifs à atteindre, en évaluant les moyens à mobiliser, les normes et délais à respecter et en établissant son calendrier de réalisation compte tenu du programme annuel établi au niveau de l'entreprise, afin d'optimiser ses conditions de mise en œuvre.

Etablir l'aménagement physique du magasin et des espaces commerciaux, en déterminant les conditions optimales d'organisation des surfaces et de présentation des produits relevant de sa responsabilité, afin de proposer des espaces attractifs et propices au développement de la vente des produits.

Contrôler la présentation et la valorisation des produits dans les espaces de vente, en s'assurant du respect des plans d'implantation et de merchandising définis, notamment concernant la visibilité et la promotion des produits écoresponsables, afin de favoriser l'acte d'achat des clients et de l'orienter vers les offres durables.

Définir les modalités de mise à disposition (Drive, click & collect, livraison...), d'expédition et de transport des produits accessibles à l'achat en ligne, en veillant à la commodité, la sécurité, l'économie et la rapidité des solutions formulées, afin de garantir la délivrance des produits aux consommateurs dans des délais et conditions contribuant à leur satisfaction et à la protection de l'environnement.

Evaluer le niveau de satisfaction des clients de l'unité de vente, en organisant la mise en place et l'exploitation d'un système d'écoute articulant enquêtes dématérialisées et suivi des avis et réclamations exprimés sur les canaux physiques et digitaux, afin de déterminer les mesures et actions correctives permettant d'améliorer la relation avec ses clients et de contribuer à leur fidélisation.

Développer des expériences client personnalisées sur les canaux physiques et digitaux de l'unité de vente, en intégrant la valorisation et le développement des pratiques et produits écoresponsables, ainsi que les besoins

spécifiques des personnes en situation de handicap, afin de renforcer son attractivité et le niveau de satisfaction des clients.

Suivre le déroulement des actions de promotion et d'animation commerciales et extra-commerciales mises en place sur les canaux physiques et digitaux, en suivant les comportements des clients dans les espaces de vente physiques et digitaux et leurs effets en termes d'achat, et en trouvant des solutions adaptées face aux aléas et problèmes pouvant survenir, afin de s'assurer de leur efficacité.

Analyser les résultats des ventes, en s'appuyant sur l'examen quotidien des tableaux de bord renseignés et des indicateurs d'activité, afin d'évaluer l'efficacité des actions commerciales phygitaux mises en œuvre et de déterminer, le cas échéant, les mesures correctives et ajustements à apporter.

Organiser l'accueil de la clientèle dans les espaces de vente, en définissant et en contrôlant l'application des procédures et pratiques respectant les règles HSE de l'entreprise et les obligations réglementaires incombant à tout ERP, afin de garantir aux clients et salariés des conditions d'hygiène et de sécurité conformes aux dispositions légales et respectueuses de l'environnement.

Vérifier la mise en œuvre des dispositions spécifiques permettant l'accueil des clients en situation de handicap, en s'assurant de la mise en place des conditions conformes aux obligations réglementaires, afin de garantir leur accessibilité et leur autonomie dans l'acte d'achat.

Gérer les modalités de collaboration commerciale avec ses fournisseurs, en analysant leur performance au niveau de la conformité de leurs livraisons (en termes de quantité et délai), de la qualité de leurs produits et des tarifs pratiqués, afin d'identifier les conditions d'amélioration de leurs services et – le cas échéant – de renégocier des conditions de partenariat.

Faire évoluer le portefeuille de fournisseurs et le référencement des gammes de produits proposées au sein de l'unité de vente, en privilégiant les acteurs et produits locaux, respectueux de l'environnement et répondant à un cahier des charges exigeant en matière de responsabilité sociétale, afin de répondre aux attentes des consommateurs et de contribuer à l'effort collectif de développement durable.

Superviser la réalisation des inventaires des marchandises selon la périodicité propre à son secteur d'activité, en vérifiant l'application des procédures prévues et le recours à des outils informatiques, et en identifiant l'origine des anomalies et des démarques inconnues, afin d'optimiser la gestion des stocks.

Etablir les procédures à suivre pour la gestion des stocks dans un objectif d'optimisation et de « 0 déchet », en déterminant les dispositions permettant la réduction des manipulations et les temps de transport dans le respect des normes et caractéristiques propres aux conditions de leur conservation et de leur déplacement, afin d'éviter les pertes ou détériorations des produits.

Assurer le suivi de l'état des stocks de marchandises en temps réel, en identifiant et en anticipant les besoins en approvisionnement au regard de la saisonnalité des ventes et des événements programmés, afin d'établir les pré-commandes ou commandes auprès des fournisseurs et/ou des centrales d'achat de son enseigne permettant la mise à disposition des produits en quantité suffisante et tenant compte des délais de livraison.

Analyser les résultats d'activité de l'unité de vente, en exploitant les tableaux de bord et indicateurs renseignés et en actualisant les documents financiers à fournir, afin d'évaluer sa rentabilité et son niveau de performance financière.

Etablir le bilan de l'activité de son unité sur le plan commercial, en restituant à sa hiérarchie l'analyse de ses résultats et des observations réalisées et en proposant de façon argumentée des axes d'amélioration et ou d'innovation, afin de contribuer à l'optimisation de ses espaces de vente physiques et digitaux et de la performance de son entreprise.

Anticiper les besoins en personnel de l'unité de vente, en déterminant sur le plan quantitatif et qualitatif les recrutements à réaliser au regard des objectifs commerciaux, du volume et des variations d'activité saisonnières, afin de disposer des ressources humaines pour assurer le fonctionnement du point de vente.

Réaliser, en collaboration avec le service RH de l'entreprise le cas échéant, les actions de recrutement des salariés de l'unité de vente, en participant à l'identification et la sélection des candidats à positionner sur les postes à pourvoir selon des modalités et critères favorisant l'accès à l'emploi des candidats en situation de handicap et bannissant toute pratique discriminatoire, afin de disposer des profils et compétences correspondant aux besoins générés par l'activité de son service et à l'évolution des techniques de vente multicanale.

Intégrer les salariés nouvellement recrutés au sein de l'unité de vente, en mettant en place les dispositions facilitant leur prise de poste et leur insertion au sein du collectif de travail, afin de faciliter leur adaptation et de les rendre opérationnels et autonomes aussi rapidement que possible.

Organiser le travail des salariés de l'unité de vente, en déterminant les tâches, missions et objectifs assignés à chacun et en établissant leur planning de travail dans le respect des dispositions légales et en tenant compte des impératifs liés aux activités et actions à mettre en œuvre sur les canaux physiques et digitaux, afin d'assurer un fonctionnement optimal de l'unité de vente.

Etablir les règles et procédures à respecter en matière de sécurité et de pratiques éco-responsables, en tenant compte des obligations légales (équipement de sécurité et de protection, habilitations...) et de la politique RSE de l'enseigne, afin d'assurer la sécurité de ses collaborateurs et de favoriser des pratiques durables respectueuses de l'environnement.

Mettre en place les dispositions et aménagements de postes de travail pour les salariés en situation de handicap, en identifiant leurs besoins spécifiques, afin de leur garantir des conditions d'accès et d'autonomie suffisantes et conformes à la réglementation.

Développer une posture managériale adaptée aux caractéristiques des salariés et à la culture de l'unité de vente, en mettant en place des rituels favorisant l'écoute, la reconnaissance et la cohésion de l'équipe, afin de renforcer leur responsabilisation, leur motivation et leur engagement.

Former ses collaborateurs aux techniques de vente et d'animation de la relation clients dans un contexte multicanal, en leur prodiguant les remarques et conseils leur permettant d'utiliser les outils digitaux, d'adopter un comportement adapté et d'apporter une réponse pertinente aux demandes ou remarques des clients formulées sur différents canaux, afin d'améliorer leur performance individuelle et collective.

Gérer les litiges et conflits interpersonnels pouvant survenir entre les membres de ses équipes, en trouvant les solutions adaptées et préservant les intérêts de chacun, afin de maintenir un climat de travail serein et participant à un fonctionnement optimal de l'unité.

Contribuer à la progression de ses collaborateurs, en réalisant les entretiens annuels d'évaluation permettant de déterminer les axes de progrès de chacun et en définissant les actions participant au développement de leurs compétences, afin de favoriser l'évolution de leur carrière et de leur mobilité au sein de l'entreprise.

Blocs de compétences

RNCP40675BC01 — Développer la performance commerciale d'une unité de vente

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser les marchés, les tendances de consommation et les pratiques de la concurrence sur le secteur d'activité de son enseigne, en mobilisant les techniques et outils numériques intégrant l'intelligence artificielle et permettant l'acquisition, la gestion et l'exploitation optimales des flux d'informations, afin d'identifier les évolutions des pratiques commerciales, ainsi que des attentes et comportements d'achat des clients, et d'en repérer les menaces et opportunités.

Choisir les actions marketing et commerciales innovantes à mettre en œuvre sur les canaux physiques et digitaux, en évaluant leur intérêt respectif et en posant des arbitrages fondés sur la cohérence de leur articulation dans une logique multicanale, tout en tenant compte des moyens à disposition et de l'environnement externe, afin de proposer les solutions permettant l'optimisation des méthodes de vente et de distribution multicanale compte tenu des attentes de sa cible clients et des objectifs de performance commerciaux et extra-financiers de l'entreprise.

Structurer le plan d'action commercial multicanal à conduire, en déterminant les objectifs à atteindre, en évaluant les moyens à mobiliser, les normes et délais à respecter et en établissant son calendrier de réalisation compte tenu du programme annuel établi au niveau de l'entreprise, afin d'optimiser ses conditions de mise en œuvre.

Etablir l'aménagement physique du magasin et des espaces commerciaux, en déterminant les conditions optimales d'organisation des surfaces et de présentation des produits relevant de sa responsabilité, afin de proposer des espaces attractifs et propices au développement de la vente des produits.

Contrôler la présentation et la valorisation des produits dans les espaces de vente, en s'assurant du respect des plans d'implantation et de merchandising définis, notamment concernant la visibilité et la promotion des produits écoresponsables, afin de favoriser l'acte d'achat des clients et de l'orienter vers les offres durables.

Définir les modalités de mise à disposition (Drive, click & collect, livraison...), d'expédition et de transport des produits accessibles à l'achat en ligne, en veillant à la commodité, la sécurité, l'économie et la rapidité des solutions formulées, afin de garantir la délivrance des produits aux consommateurs dans des délais et conditions contribuant à leur satisfaction et à la protection de l'environnement.

Evaluer le niveau de satisfaction des clients de l'unité de vente, en organisant la mise en place et l'exploitation d'un système d'écoute articulant enquêtes dématérialisées et suivi des avis et réclamations exprimés sur les canaux physiques et digitaux, afin de déterminer les mesures et actions correctives permettant d'améliorer la relation avec ses clients et de contribuer à leur fidélisation.

Développer des expériences client personnalisées sur les canaux physiques et digitaux de l'unité de vente, en intégrant la valorisation et le développement des pratiques et produits écoresponsables, ainsi que les besoins

spécifiques des personnes en situation de handicap, afin de renforcer son attractivité et le niveau de satisfaction des clients.

Suivre le déroulement des actions de promotion et d'animation commerciales et extra-commerciales mises en place sur les canaux physiques et digitaux, en suivant les comportements des clients dans les espaces de vente physiques et digitaux et leurs effets en termes d'achat, et en trouvant des solutions adaptées face aux aléas et problèmes pouvant survenir, afin de s'assurer de leur efficacité.

Analyser les résultats des ventes, en s'appuyant sur l'examen quotidien des tableaux de bord renseignés et des indicateurs d'activité, afin d'évaluer l'efficacité des actions commerciales phygitaux mises en œuvre et de déterminer, le cas échéant, les mesures correctives et ajustements à apporter.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Un dossier de développement commercial : étude de cas d'entreprise réelle ou fictive - Travail individuel - Production écrite et orale

Un audit d'un point de vente proposant des modalités de distribution multicanale : étude de cas d'entreprise réelle ou fictive - Travail individuel - Production écrite et orale

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

RNCP40675BC02 — Piloter une unité de vente sur les plans administratif, logistique et financier

LISTE DE COMPÉTENCES

Organiser l'accueil de la clientèle dans les espaces de vente, en définissant et en contrôlant l'application des procédures et pratiques respectant les règles HSE de l'entreprise et les obligations réglementaires incombant à tout ERP, afin de garantir aux clients et salariés des conditions d'hygiène et de sécurité conformes aux dispositions légales et respectueuses de l'environnement.

Vérifier la mise en œuvre des dispositions spécifiques permettant l'accueil des clients en situation de handicap, en s'assurant de la mise en place des conditions conformes aux obligations réglementaires, afin de garantir leur accessibilité et leur autonomie dans l'acte d'achat.

Gérer les modalités de collaboration commerciale avec ses fournisseurs, en analysant leur performance au niveau de la conformité de leurs livraisons (en termes de quantité et délai), de la qualité de leurs produits et des tarifs pratiqués, afin d'identifier les conditions d'amélioration de leurs services et – le cas échéant – de renégocier des conditions de partenariat.

Faire évoluer le portefeuille de fournisseurs et le référencement des gammes de produits proposées au sein de l'unité de vente, en privilégiant les acteurs et produits locaux, respectueux de l'environnement et répondant à un cahier des charges exigeant en matière de responsabilité sociétale, afin de répondre aux attentes des consommateurs et de contribuer à l'effort collectif de développement durable.

Superviser la réalisation des inventaires des marchandises selon la périodicité propre à son secteur d'activité, en vérifiant l'application des procédures prévues et le recours à des outils informatiques, et en identifiant l'origine des anomalies et des démarques inconnues, afin d'optimiser la gestion des stocks.

Etablir les procédures à suivre pour la gestion des stocks dans un objectif d'optimisation et de « 0 déchet », en déterminant les dispositions permettant la réduction des manipulations et les temps de transport dans le respect des normes et caractéristiques propres aux conditions de leur conservation et de leur déplacement, afin d'éviter les pertes ou détériorations des produits.

Assurer le suivi de l'état des stocks de marchandises en temps réel, en identifiant et en anticipant les besoins en approvisionnement au regard de la saisonnalité des ventes et des événements programmés, afin d'établir les pré-commandes ou commandes auprès des fournisseurs et/ou des centrales d'achat de son enseigne permettant la mise à disposition des produits en quantité suffisante et tenant compte des délais de livraison.

Analyser les résultats d'activité de l'unité de vente, en exploitant les tableaux de bord et indicateurs renseignés et en actualisant les documents financiers à fournir, afin d'évaluer sa rentabilité et son niveau de performance financière.

Etablir le bilan de l'activité de son unité sur le plan commercial, en restituant à sa hiérarchie l'analyse de ses résultats et des observations réalisées et en proposant de façon argumentée des axes d'amélioration et ou d'innovation, afin de contribuer à l'optimisation de ses espaces de vente physiques et digitaux et de la performance de son entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Les modalités de pilotage d'un espace de vente : étude de cas d'entreprise réelle ou fictive - Travail individuel - Production écrite et orale

Pour les salariés : possibilité de réaliser un portefeuille de preuves en relation avec le bloc 3 à 6 mois après le

parcours formatif et une immersion professionnelle de cette durée, en lieu et place des évaluations de bloc

RNCP40675BC03 — Manager les équipes de l'unité de vente dans un contexte de vente multicanale

LISTE DE COMPÉTENCES

Anticiper les besoins en personnel de l'unité de vente, en déterminant sur le plan quantitatif et qualitatif les recrutements à réaliser au regard des objectifs commerciaux, du volume et des variations d'activité saisonnières, afin de disposer des ressources humaines pour assurer le fonctionnement du point de vente.

Réaliser, en collaboration avec le service RH de l'entreprise le cas échéant, les actions de recrutement des salariés de l'unité de vente, en participant à l'identification et la sélection des candidats à positionner sur les postes à pourvoir selon des modalités et critères favorisant l'accès à l'emploi des candidats en situation de handicap et bannissant toute pratique discriminatoire, afin de disposer des profils et compétences correspondant aux besoins générés par l'activité de son service et à l'évolution des techniques de vente multicanale.

Intégrer les salariés nouvellement recrutés au sein de l'unité de vente, en mettant en place les dispositions facilitant leur prise de poste et leur insertion au sein du collectif de travail, afin de faciliter leur adaptation et de les rendre opérationnels et autonomes aussi rapidement que possible.

Organiser le travail des salariés de l'unité de vente, en déterminant les tâches, missions et objectifs assignés à chacun et en établissant leur planning de travail dans le respect des dispositions légales et en tenant compte des impératifs liés aux activités et actions à mettre en œuvre sur les canaux physiques et digitaux, afin d'assurer un fonctionnement optimal de l'unité de vente.

Etablir les règles et procédures à respecter en matière de sécurité et de pratiques éco-responsables, en tenant compte des obligations légales (équipement de sécurité et de protection, habilitations...) et de la politique RSE de l'enseigne, afin d'assurer la sécurité de ses collaborateurs et de favoriser des pratiques durables respectueuses de l'environnement.

Mettre en place les dispositions et aménagements de postes de travail pour les salariés en situation de handicap, en identifiant leurs besoins spécifiques, afin de leur garantir des conditions d'accès et d'autonomie suffisantes et conformes à la réglementation.

Développer une posture managériale adaptée aux caractéristiques des salariés et à la culture de l'unité de vente, en mettant en place des rituels favorisant l'écoute, la reconnaissance et la cohésion de l'équipe, afin de renforcer leur responsabilisation, leur motivation et leur engagement.

Former ses collaborateurs aux techniques de vente et d'animation de la relation clients dans un contexte multicanal, en leur prodiguant les remarques et conseils leur permettant d'utiliser les outils digitaux, d'adopter un comportement adapté et d'apporter une réponse pertinente aux demandes ou remarques des clients formulées sur différents canaux, afin d'améliorer leur performance individuelle et collective.

Gérer les litiges et conflits interpersonnels pouvant survenir entre les membres de ses équipes, en trouvant les solutions adaptées et préservant les intérêts de chacun, afin de maintenir un climat de travail serein et participant à un fonctionnement optimal de l'unité.

Contribuer à la progression de ses collaborateurs, en réalisant les entretiens annuels d'évaluation permettant de déterminer les axes de progrès de chacun et en définissant les actions participant au développement de leurs compétences, afin de favoriser l'évolution de leur carrière et de leur mobilité au sein de l'entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

La réalisation du processus de recrutement d'un salarié : étude de cas d'entreprise réelle ou fictive - Travail individuel - Production écrite et orale

L'organisation de l'équipe d'un espace de vente : étude de cas d'entreprise réelle ou fictive - Travail individuel - Production écrite et orale

L'animation de réunions individuelle et collective de l'équipe d'un espace vente : mise en situation professionnelle reconstituée - Travail individuel - Production orale

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

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Responsable de commerces et de la distribution exerce sa fonction au sein d'un établissement relevant d'un réseau de distribution intégré, associé, indépendant, grossiste ou de détail pour professionnels ou particuliers.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

En début d'activité, juste après l'obtention de la certification :

Manager rayon alimentaire / Responsable de rayon produits alimentaires / Chef de rayon produits non alimentaires / Manager de rayon produits non alimentaires / Responsable de rayon de produits non alimentaires / Chef de département en grande distribution / Chef de secteur distribution / Chef de secteur magasin / Responsable de département en grande distribution / Responsable univers / Responsable commercial / Adjoint responsable de magasin de détail / Responsable de boutique

Et après quelques années d'expérience professionnelle :

Directeur de grande surface / Responsable adjoint de magasin de grande surface

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	Intensité d'embauche, Manque de main-d'œuvre disponible, Conditions de travail contraignantes
Salaire médian (mensuel)	2 120 €
Familles professionnelles (FAP)	R3X80 — Maîtrise des magasins · tension 2/5 (Faible) R4X92 — Cadres du management des magasins · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	5 719
Jugés difficiles à recruter	33 %
Emplois saisonniers	19 %
Familles professionnelles (FAP)	R3X80 — Maîtrise des magasins R4X92 — Cadres du management des magasins

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Un niveau 5 validé dans les domaines de la vente/commerce/distribution

Ou un niveau 5 validé dans tout autre domaine et justifier d'une expérience professionnelle minimale de 6 mois dans le secteur d'activité vente/commerce/distribution

Ou justifier de 3 années d'expérience professionnelle dans le secteur d'activité vente/commerce/distribution

Et satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement

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

1 président (personnalité qualifiée du monde économique)

2 professionnels qualifiés du secteur d'activité

1 représentant de la chambre de commerce et d'industrie/établissement concerné

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle	6 345 €
--------------------------------	---------

Selon la branche

5 605 € – 6 824 €

Prise en charge	Branches concernées
6 345 €	Valeur par défaut · 177 branches
6 824 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie, CPNE chimie, CPNEFP Commerce succursaliste de la Chaussure, CPNEFP Commerce à distance, CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
6 014 €	CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNE des industries de santé (CPNEIS), CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire, CPNEFP Professions de la Photographie, CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles
6 750 €	CPNE du commerce de détail alimentaire non spécialisé, CPNE-FP de l'Esthétique, CPNEFP de la Restauration rapide, CPNEFP des commerces de gros, CPNEFP du négoce des matériaux de construction
6 021 €	CPNE Travail Temporaire, CPNEF de la Branche des organismes de formation, CPNEFP de la blanchisserie, laverie, location de linge, nettoyage à sec, pressing et teinturerie
6 300 €	CPNE Branche Caoutchouc, CPNEFP des métiers du commerce de détail alimentaire spécialisé
6 763 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
6 277 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
6 174 €	CPNE des Télécoms
6 118 €	CPNEFP Import-Export
6 113 €	CPNEFP Sports Loisirs
6 000 €	CPNEFP de la branche négoce et prestations de services dans les domaines médico-techniques
5 984 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
5 924 €	CPNE FP Branche des magasins du Bricolage
5 810 €	CPNE de la branche de la librairie
5 789 €	CPNEFP de la métallurgie
5 605 €	CPNEFP Branche du Commerce de Détail Non Alimentaire

Base légale

Date de décision	23/05/2025
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	23/05/2030
Date de dernière délivrance possible	23/05/2034

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2023	637	15	95 %	83 %
2022	749	21	96 %	70 %
2021	674	14	96 %	68 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP36534

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP36534

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/40675/>

Où se former

Formations référencées	8
Organismes	6
Régions couvertes	4
Prix indicatif	1 560 € – 9 380 €
Durée	462 – 1620 h

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

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	62
Organismes gestionnaires (CFA)	35
Organismes formateurs	47
Régions couvertes	13
Départements couverts	47
Organismes certifiés Qualiopi	47
Sessions	de 01/2025 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	1
Parcours menés à terme	0
Taux d'achèvement	0 %
Période	09/2026

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	1
Montant total engagé	7 973 €

Coût moyen par dossier	7 973 €
Durée moyenne	469 h
Période	07/2026
France compétences	62 %
Reste à charge titulaire	38 %

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