

Community manager

RNCP40907 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312n, 320
Formacode(s)	46359, 24223, 34093, 46341
Code(s) ROME	E1101, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	25/06/2025
Date d'échéance	25/06/2028

Certificateur(s)

INST DE FORMATION COMMERCIALE PERMANENTE · SIRET : 77573724000322

Partenaires habilités

27 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 27 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ALORS FORMATION	84094101700047	Former et organiser l'évaluation
ASS REGIONAL INTERPRO APPRENTI AQUITAINE	41387086600063	Former et organiser l'évaluation
CREALISE	83010044200029	Former et organiser l'évaluation
EPSECO BAYONNE	33882972400040	Former et organiser l'évaluation
FORE ALTERNANCE	44062052400114	Former et organiser l'évaluation
FORMAFLOW	49347214600049	Former et organiser l'évaluation
GIPAFOC	42417546100021	Former et organiser l'évaluation
GROUPEMENT INTERPROFESSIONNEL POUR L'APPRENTISSAGE ET LA FORMATION CONTINUE	42417546100062	Former et organiser l'évaluation
INST DE FORMATION COMMERCIALE PERMANENTE	77573724000058	Former et organiser l'évaluation
INST DE FORMATION COMMERCIALE PERMANENTE	77573724000090	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 27 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp40907-community-manager/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Community manager est le responsable de l'animation et de la gestion des communautés en ligne pour une marque, entreprise ou organisation. Son rôle est de développer et fidéliser une communauté autour de la marque, en créant des interactions authentiques et en maintenant un lien de proximité avec les membres. Il élabore des stratégies de contenu adaptées aux différentes plateformes pour diffuser des messages cohérents et engageants.

Au quotidien, le Community manager produit et publie du contenu attractif (textes, images, vidéos) en accord avec la ligne éditoriale et les valeurs de la marque. Il modère les échanges au sein de la communauté, répond aux questions et gère les commentaires pour maintenir un environnement positif. En cas de retours négatifs ou de crise de réputation, il prend des mesures pour protéger l'image de la marque.

Le Community manager effectue également une veille stratégique : il suit les tendances, surveille les actions des concurrents, et adapte ses méthodes en conséquence. Il analyse les indicateurs de performance (KPI) pour évaluer l'impact de ses actions et optimiser les stratégies de communication.

En PME, il peut également être impliqué dans des tâches de marketing digital, comme la publicité en ligne, l'optimisation SEO, la tenue du blog / site, pour renforcer la visibilité de la marque.

Enfin, il joue un rôle clé dans la relation client, en recueillant des feedbacks et en contribuant à l'amélioration continue des produits et services.

Le métier de Community Manager repose sur une utilisation intensive d'outils numériques pour gérer efficacement la communication, l'engagement et l'analyse des performances en ligne. Ces outils sont essentiels pour planifier, automatiser et optimiser les publications, surveiller l'activité de la communauté en temps réel, et adapter les stratégies en fonction des données recueillies.

ACTIVITÉS VISÉES

Analyse du besoin de l'organisation en termes de communication et de son environnement / Benchmark et analyse de l'environnement (concurrence, pratiques d'interactions...)

Cartographie et analyse des caractéristiques de l'audience - utilisation des outils de veille des tendances

Définition d'objectifs pour la stratégie de social media

Conception de la ligne éditoriale

Alignement des campagnes publicitaires aux objectifs stratégiques

Organisation et suivi du projet de campagnes en collaboration avec l'équipe dédiée et le client

Analyse des KPI : l'engagement, de la portée, de l'audience, du trafic, des conversions, du ROI et de la qualité des interactions – utilisation d'outils d'analyse

Elaboration de la planification éditoriale et de la charte éditoriale

Rédaction de contenus destinés aux réseaux sociaux

Rédaction de contenus / articles destinés à des blogs

Conception de contenus graphiques et audio – utilisation de logiciels de création et d'édition de contenu visuel et multimédia

Animation et modération de la communauté sur les réseaux sociaux

Organisation d'événements et gestion des partenariats et influenceurs

Configuration des plateformes (comptes, profils...) sur les différents réseaux sociaux / Utilisation d'outils de gestion

Optimisation et automatisation des publications sur les différents réseaux sociaux grâce aux outils de gestion

Gestion des notifications à l'aide d'outils de surveillance

Publication de contenus sur le site internet - Utilisation d'un CMS

Veille technologique et amélioration continue des pratiques de Community manager

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Étudier le besoin du client (interne ou externe) en analysant les objectifs de communication et le positionnement de la marque ainsi que les attentes spécifiques de la cible, en s'appuyant sur un brief détaillé, afin de définir une stratégie social media cohérente avec la stratégie de communication et de marketing digital et personnalisée répondant aux enjeux de communication et aux valeurs de la marque.

Réaliser une veille stratégique en utilisant des outils de surveillance des tendances et en analysant les publications des concurrents et les interactions de dialogue tout en respectant les orientations de la marque et les attentes de la cible, afin d'adapter la stratégie social media aux évolutions du marché et d'anticiper les nouvelles opportunités de communication.

Grâce à une veille du marché, analyser les caractéristiques de l'audience en définissant le mapping des

communautés d'intérêt sur le digital existantes ou potentielles (médias, influenceurs, groupes) afin d'adapter la stratégie aux besoins et comportements des utilisateurs et comprendre les stratégies adoptées par les concurrents et les tendances du secteur.

Définir des objectifs de la stratégie social media en s'appuyant sur l'analyse des données de performance (taux d'engagement, portée, conversions) et les tendances du secteur, en collaboration avec les équipes marketing et communication, afin de guider les actions et mesurer l'impact des initiatives sur la notoriété et l'engagement de la marque.

Mettre en place une stratégie de conversion en collaboration avec le service marketing, en optimisant les contenus et campagnes sur les réseaux sociaux pour favoriser les inscriptions, clics, et actions ciblées, pour transformer les leads en clients

Identifier et évaluer les opportunités de développement de la monétisation des contenus et interactions sur les réseaux sociaux, en observant les tendances du marché et en analysant les comportements des utilisateurs, afin de soutenir les objectifs de croissance des revenus

Concevoir une ligne éditoriale en définissant les thèmes principaux, ton, style, valeurs, et intentions de communication et en mobilisant des techniques de segmentation d'audience, tout en respectant la stratégie de marque et les tendances du secteur, afin de structurer et organiser les contenus diffusés pour répondre aux attentes de la communauté et maximiser l'engagement.

Participer à la gestion des campagnes publicitaires en ligne en créant des contenus sponsorisés pour les réseaux sociaux et en ciblant les audiences pertinentes, tout en collaborant avec les équipes de marketing digital pour aligner les messages publicitaires et soutenir les actions de SEA, afin de renforcer la visibilité de la marque et attirer un public qualifié.

Organiser et coordonner le projet de stratégie social media en allouant les ressources nécessaires (humaines, techniques, budgétaires), en structurant le workflow et le travail en fonction des priorités et des échéances, et en assurant une communication collaborative fluide avec les équipes internes et le commanditaire, afin de garantir une exécution efficace et harmonisée des actions avec les objectifs de la marque.

Assurer le suivi et l'évaluation des performances des publications et des campagnes, à l'aide d'outils analytiques et en interprétant les données au regard des indicateurs de performance clés (KPI) préalablement définis, dans le respect des objectifs de la stratégie social media, afin d'optimiser les actions et ajuster la ligne éditoriale pour maximiser l'impact et l'engagement de la communauté.

Élaborer la planification éditoriale en organisant et structurant les programmations de contenus, en définissant des thèmes et en allouant des formats de contenus afin de garantir une diffusion cohérente et régulière qui maximise l'engagement de l'audience et soutient les objectifs de communication de la marque.

Rédiger une charte éditoriale basée sur l'analyse de la ligne éditoriale et les besoins de la marque, en intégrant des règles de style, des consignes de ton et des formats adaptés aux plateformes, tout en respectant les aspects juridiques et les réglementations en vigueur (loi sur l'accessibilité, le handicap, le traitement des données...) afin de garantir une cohérence des messages et une uniformité dans toutes les communications de la marque.

Rédiger des contenus attractifs et concis pour les réseaux sociaux en appliquant les principes d'écriture digitale (concision, clarté) et les consignes de la charte éditoriale, en adaptant le message aux spécificités de chaque plateforme, tout en s'appuyant sur les potentialités de l'intelligence artificielle et en utilisant des techniques optimisées pour la lisibilité rapide (mots-clés, hashtags, emojis) ainsi qu'en appliquant les pratiques durables dans la production de contenus, afin de capter l'attention de l'audience et d'encourager l'engagement avec la marque.

Rédiger des articles de blog informatifs en sélectionnant un vocabulaire sémantique optimisé, en structurant le contenu pour le SEO (sous-titres, liens internes et externes) à l'aide d'outils de recherche de mots-clés et de l'intelligence artificielle, et en adaptant le style pour une lecture fluide, afin de générer du trafic qualifié

Concevoir et coordonner une diversité de formats de contenus (vidéo, motion, infographies, stories, GIFs, carrousels) en maîtrisant les outils de création adaptés et en adaptant chaque format aux spécificités des plateformes sociales, afin d'enrichir l'expérience utilisateur et maximiser l'engagement de l'audience avec des contenus variés et percutants.

Réaliser la production de contenus graphiques (photos, vidéos) pour illustrer les projets en définissant les besoins visuels avec l'équipe créative, en planifiant les sessions de production et en créant ou retouchant les visuels à l'aide de logiciels de création et d'édition de contenu visuel et multimédia afin d'assurer une qualité visuelle élevée et une cohérence esthétique alignée avec l'identité de la marque.

Animer la communauté en mobilisant des techniques d'engagement interactif, en menant des campagnes de User Generated Content et utilisant des outils de gestion communautaire afin de renforcer l'engagement des membres et de créer des liens solides entre la marque et son audience.

Gérer la modération en assurant un suivi des échanges au sein de la communauté, en répondant aux questions et en appliquant les règles de modération avec des outils de gestion et analyse de réseaux sociaux pour filtrer les contenus inappropriés, afin de garantir un environnement respectueux et sécurisé propice aux interactions positives.

Assurer le support client en gérant les retours, avis, et messages privés des clients, en recueillant les feedbacks et suggestions des membres et en les transmettant aux équipes concernées, et en mettant en œuvre des actions d'amélioration du parcours utilisateur basées sur ces retours, afin d'optimiser l'expérience utilisateur et renforcer la satisfaction client

Gérer les crises de réputation en ligne en répondant aux retours négatifs ou aux situations sensibles, en utilisant des outils de monitoring et des protocoles de communication de crise, afin de préserver l'image de la marque et de rétablir la confiance avec la communauté.

Participer à l'organisation des événements digitaux ou hybrides (webinaires, live, conférences en ligne) en coordonnant les aspects logistiques et techniques, et rechercher des partenariats pertinents avec des influenceurs et autres partenaires, afin de dynamiser la communauté, accroître la visibilité de la marque, et renforcer l'engagement de l'audience.

Créer et configurer les comptes de la marque sur les différentes plateformes de réseaux sociaux, en optimisant les profils (photo de profil, bio, informations de contact) et en respectant les normes W3C pour l'accessibilité aux personnes en situation de handicap, à l'aide des outils de gestion des réseaux sociaux, afin d'assurer une visibilité maximale, une accessibilité universelle et une cohérence de l'image de marque sur tous les canaux de communication.

Optimiser la diffusion des contenus en planifiant, automatisant et suivant les publications sur plusieurs réseaux sociaux à l'aide d'outils de gestion, afin d'assurer une présence régulière et cohérente de la marque et de maximiser l'engagement de l'audience.

Centraliser et gérer les notifications en temps réel à l'aide d'outils de surveillance pour garantir une réactivité optimale et maintenir une présence active et attentive favorisant la satisfaction et la fidélisation de la communauté.

Publier des articles pour le site web ou le blog de la marque sur un CMS (système de gestion de contenus), en formatant le contenu (titres, paragraphes, listes), en intégrant des éléments multimédias (images, vidéos, liens), et en configurant les options de publication (catégories, balises, dates), afin d'assurer une présentation professionnelle et une organisation cohérente avec la structure du site.

Assurer l'amélioration continue des outils en testant régulièrement de nouvelles fonctionnalités (options de ciblage publicitaire, outils de reporting) et en effectuant une veille technologique pour suivre les évolutions et innovations des réseaux sociaux, afin de renforcer l'efficacité des actions et d'adopter des pratiques toujours adaptées aux tendances du marché

Blocs de compétences

RNCP40907BC01 — Elaborer et évaluer la stratégie social-média

LISTE DE COMPÉTENCES

Étudier le besoin du client (interne ou externe) en analysant les objectifs de communication et le positionnement de la marque ainsi que les attentes spécifiques de la cible, en s'appuyant sur un brief détaillé, afin de définir une stratégie social media cohérente avec la stratégie de communication et de marketing digital et personnalisée répondant aux enjeux de communication et aux valeurs de la marque.

Réaliser une veille stratégique en utilisant des outils de surveillance des tendances et en analysant les publications des concurrents et les interactions de dialogue tout en respectant les orientations de la marque et les attentes de la cible, afin d'adapter la stratégie social media aux évolutions du marché et d'anticiper les nouvelles opportunités de communication.

Grâce à une veille du marché, analyser les caractéristiques de l'audience en définissant le mapping des communautés d'intérêt sur le digital existantes ou potentielles (médias, influenceurs, groupes) afin d'adapter la stratégie aux besoins et comportements des utilisateurs et comprendre les stratégies adoptées par les concurrents et les tendances du secteur.

Définir des objectifs de la stratégie social media en s'appuyant sur l'analyse des données de performance (taux d'engagement, portée, conversions) et les tendances du secteur, en collaboration avec les équipes marketing et communication, afin de guider les actions et mesurer l'impact des initiatives sur la notoriété et l'engagement de la marque.

Mettre en place une stratégie de conversion en collaboration avec le service marketing, en optimisant les contenus et

campagnes sur les réseaux sociaux pour favoriser les inscriptions, clics, et actions ciblées, pour transformer les leads en clients

Identifier et évaluer les opportunités de développement de la monétisation des contenus et interactions sur les réseaux sociaux, en observant les tendances du marché et en analysant les comportements des utilisateurs, afin de soutenir les objectifs de croissance des revenus

Concevoir une ligne éditoriale en définissant les thèmes principaux, ton, style, valeurs, et intentions de communication et en mobilisant des techniques de segmentation d'audience, tout en respectant la stratégie de marque et les tendances du secteur, afin de structurer et organiser les contenus diffusés pour répondre aux attentes de la communauté et maximiser l'engagement.

Participer à la gestion des campagnes publicitaires en ligne en créant des contenus sponsorisés pour les réseaux sociaux et en ciblant les audiences pertinentes, tout en collaborant avec les équipes de marketing digital pour aligner les messages publicitaires et soutenir les actions de SEA, afin de renforcer la visibilité de la marque et attirer un public qualifié.

Organiser et coordonner le projet de stratégie social media en allouant les ressources nécessaires (humaines, techniques, budgétaires), en structurant le workflow et le travail en fonction des priorités et des échéances, et en assurant une communication collaborative fluide avec les équipes internes et le commanditaire, afin de garantir une exécution efficace et harmonisée des actions avec les objectifs de la marque.

Assurer le suivi et l'évaluation des performances des publications et des campagnes, à l'aide d'outils analytiques et en interprétant les données au regard des indicateurs de performance clés (KPI) préalablement définis, dans le respect des objectifs de la stratégie social media, afin d'optimiser les actions et ajuster la ligne éditoriale pour maximiser l'impact et l'engagement de la communauté.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée sous forme de projet

RNCP40907BC02 — Piloter la création des contenus et animer des communautés

LISTE DE COMPÉTENCES

Élaborer la planification éditoriale en organisant et structurant les programmations de contenus, en définissant des thèmes et en allouant des formats de contenus afin de garantir une diffusion cohérente et régulière qui maximise l'engagement de l'audience et soutient les objectifs de communication de la marque.

Rédiger une charte éditoriale basée sur l'analyse de la ligne éditoriale et les besoins de la marque, en intégrant des règles de style, des consignes de ton et des formats adaptés aux plateformes, tout en respectant les aspects juridiques et les réglementations en vigueur (loi sur l'accessibilité, le handicap, le traitement des données...) afin de garantir une cohérence des messages et une uniformité dans toutes les communications de la marque.

Rédiger des contenus attractifs et concis pour les réseaux sociaux en appliquant les principes d'écriture digitale (concision, clarté) et les consignes de la charte éditoriale, en adaptant le message aux spécificités de chaque plateforme, tout en s'appuyant sur les potentialités de l'intelligence artificielle et en utilisant des techniques optimisées pour la lisibilité rapide (mots-clés, hashtags, emojis) ainsi qu'en appliquant les pratiques durables dans la production de contenus, afin de capter l'attention de l'audience et d'encourager l'engagement avec la marque.

Rédiger des articles de blog informatifs en sélectionnant un vocabulaire sémantique optimisé, en structurant le contenu pour le SEO (sous-titres, liens internes et externes) à l'aide d'outils de recherche de mots-clés et de l'intelligence artificielle, et en adaptant le style pour une lecture fluide, afin de générer du trafic qualifié

Concevoir et coordonner une diversité de formats de contenus (vidéo, motion, infographies, stories, GIFs, carrousels) en maîtrisant les outils de création adaptés et en adaptant chaque format aux spécificités des plateformes sociales, afin d'enrichir l'expérience utilisateur et maximiser l'engagement de l'audience avec des contenus variés et percutants.

Réaliser la production de contenus graphiques (photos, vidéos) pour illustrer les projets en définissant les besoins visuels avec l'équipe créative, en planifiant les sessions de production et en créant ou retouchant les visuels à l'aide de logiciels de création et d'édition de contenu visuel et multimédia afin d'assurer une qualité visuelle élevée et une cohérence esthétique alignée avec l'identité de la marque.

Animer la communauté en mobilisant des techniques d'engagement interactif, en menant des campagnes de User Generated Content et utilisant des outils de gestion communautaire afin de renforcer l'engagement des membres et de créer des liens solides entre la marque et son audience.

Gérer la modération en assurant un suivi des échanges au sein de la communauté, en répondant aux questions et en appliquant les règles de modération avec des outils de gestion et analyse de réseaux sociaux pour filtrer les contenus inappropriés, afin de garantir un environnement respectueux et sécurisé propice aux interactions positives.

Assurer le support client en gérant les retours, avis, et messages privés des clients, en recueillant les feedbacks et suggestions des membres et en les transmettant aux équipes concernées, et en mettant en œuvre des actions d'amélioration du parcours utilisateur basées sur ces retours, afin d'optimiser l'expérience utilisateur et renforcer la satisfaction client

Gérer les crises de réputation en ligne en répondant aux retours négatifs ou aux situations sensibles, en utilisant des outils de monitoring et des protocoles de communication de crise, afin de préserver l'image de la marque et de rétablir la confiance avec la communauté.

Participer à l'organisation des événements digitaux ou hybrides (webinaires, live, conférences en ligne) en coordonnant les aspects logistiques et techniques, et rechercher des partenariats pertinents avec des influenceurs et autres partenaires, afin de dynamiser la communauté, accroître la visibilité de la marque, et renforcer l'engagement de l'audience.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

2 mises en situations professionnelles reconstituées

RNCP40907BC03 — Configurer et optimiser la gestion des outils de communication Web et réseaux sociaux

LISTE DE COMPÉTENCES

Créer et configurer les comptes de la marque sur les différentes plateformes de réseaux sociaux, en optimisant les profils (photo de profil, bio, informations de contact) et en respectant les normes W3C pour l'accessibilité aux personnes en situation de handicap, à l'aide des outils de gestion des réseaux sociaux, afin d'assurer une visibilité maximale, une accessibilité universelle et une cohérence de l'image de marque sur tous les canaux de communication.

Optimiser la diffusion des contenus en planifiant, automatisant et suivant les publications sur plusieurs réseaux sociaux à l'aide d'outils de gestion, afin d'assurer une présence régulière et cohérente de la marque et de maximiser l'engagement de l'audience.

Centraliser et gérer les notifications en temps réel à l'aide d'outils de surveillance pour garantir une réactivité optimale et maintenir une présence active et attentive favorisant la satisfaction et la fidélisation de la communauté.

Publier des articles pour le site web ou le blog de la marque sur un CMS (système de gestion de contenus), en formatant le contenu (titres, paragraphes, listes), en intégrant des éléments multimédias (images, vidéos, liens), et en configurant les options de publication (catégories, balises, dates), afin d'assurer une présentation professionnelle et une organisation cohérente avec la structure du site.

Assurer l'amélioration continue des outils en testant régulièrement de nouvelles fonctionnalités (options de ciblage publicitaire, outils de reporting) et en effectuant une veille technologique pour suivre les évolutions et innovations des réseaux sociaux, afin de renforcer l'efficacité des actions et d'adopter des pratiques toujours adaptées aux tendances du marché

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le professionnel exerce soit en tant que salarié intégré au service Communication et/ou Marketing d'une entreprise et a la charge de la communication digitale sur son périmètre pour le compte des marques de l'organisation employeur (entreprise, association, institutions...) soit il est installé à son compte en tant que gérant ou autoentrepreneur et propose ses prestations de Community manager.

D'un point de vue sectoriel, le community manager peut travailler pour tout type de structure, marques, et même pour des personnalités.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Community manager

Chargé de / Chef de / Responsable de communication digitale / de marketing digital

Social media manager

Brand content manager

Chargé de modération web

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)	Très faible (1/5)
Facteurs principaux	Non-durabilité de l'emploi, Non-attractivité salariale
Salaire médian (mensuel)	2 428 €
Familles professionnelles (FAP)	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)	5 346
Jugés difficiles à recruter	21 %
Emplois saisonniers	21 %
Familles professionnelles (FAP)	U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Diplôme/certification de niveau 5

Utilisation courante des outils bureautiques (traitement de texte, tableur, internet, messagerie)

Maîtrise des règles orthographiques, grammaticales, syntaxiques de la langue française et excellentes capacités rédactionnelles

Expérience professionnelle (ou personnelle) récente en lien avec un des blocs de compétences de la certification (publications, animation de groupe, gestion de pages...)

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

3 membres dont deux professionnels exerçant la fonction ou expert dans les emplois visés

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	10 953 €
Selon la branche	6 000 € – 10 953 €
Prise en charge	Branches concernées
10 953 €	Valeur par défaut · 198 branches
7 702 €	CPNEFP Commerce à distance, CPNEFP des jardineries et graineteries
7 604 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
6 000 €	CPNEFP Carrières et matériaux, CPNEFP de la métallurgie
10 000 €	CPNEF de l'audiovisuel
8 911 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat

8 500 €	CPNE de l'immobilier
8 400 €	CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
7 861 €	CPNEFP des commerces de gros
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
7 076 €	CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles
7 000 €	CPNEFP de l'enseignement privé indépendant
6 500 €	CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire

Base légale

Date de décision	25/06/2025
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	25/06/2028
Date de dernière délivrance possible	25/06/2032

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2023	247	0	84 %	73 %
2022	272	0	88 %	55 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP36467

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP34922, RNCP36467, RNCP37347, RNCP39254

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.ifocop.fr>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/40907/>

Où se former

Formations référencées	5
Organismes	2
Régions couvertes	1
Prix indicatif	2 490 € – 6 300 €

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

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	10
Organismes gestionnaires (CFA)	7
Organismes formateurs	9
Régions couvertes	5
Départements couverts	7
Organismes certifiés Qualiopi	9
Formations à distance	1
Sessions	de 10/2025 à 06/2028

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	49
Parcours menés à terme	26
Taux d'achèvement	53 %
Période	08/2025 – 09/2026

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	32
Montant total engagé	160 986 €
Coût moyen par dossier	5 031 €
Durée moyenne	278 h
Période	07/2025 – 08/2026
France compétences	91 %
France Travail	6 %
Reste à charge titulaire	3 %
Compte d'engagement citoyen	0 %

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