

Responsable du développement commercial

RNCP41114 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312
Formacode(s)	34554, 34085
Code(s) ROME	M1707, D1407, D1406
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	18/07/2025
Date d'échéance	18/07/2028

Certificateur(s)

ESGCV · SIRET : 75253547600325

Partenaires habilités

43 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 33 à former et organiser l'évaluation et 10 à former.

Organisme	SIRET	Habilitation
ACCERTIF	91819995100016	Former et organiser l'évaluation
ADG	52004190600048	Former
ALIGNER VIE PRO	91102989000017	Former et organiser l'évaluation
BEFORMA	85222156300038	Former
DIGITAL CAMPUS-ESARC-ESG SPORT LYON	75253547600440	Former et organiser l'évaluation
DIRECTT FORMATION	82535070500075	Former
ECOLE DE COMMERCE GUADELOUPE	98346854700010	Former et organiser l'évaluation
ECOLE SUPERIEURE DE COMMERCE ET GESTION-ESCG PARIS	39942123900068	Former
ECOLE SUPERIEURE FAUGIER	42965896600024	Former
ESCCOT - GROUPE ESCCOT	39044285300045	Former

Liste complète des 43 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp41114-responsable-du-developpement-commercial/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le métier de Responsable du développement commercial repose sur des missions stratégiques et opérationnelles essentielles à la performance des entreprises. Ce professionnel participe à l'élaboration des stratégies commerciales, élabore des plans de développement, pilote des actions de prospection et de fidélisation, négocie avec des clients ou partenaires stratégiques, et analyse les performances commerciales pour ajuster les plans d'action. Il contribue directement à la dynamisation de l'activité commerciale et à l'atteinte des objectifs de croissance.

Exerçant dans une grande diversité de secteurs – commerce, services, industrie ou technologies numériques – ce métier s'adapte à des environnements variés, allant des start-ups aux grandes entreprises en passant par les PME. Selon la taille de la structure et les besoins de l'entreprise, le responsable du développement commercial intervient dans des contextes B2B, B2C ou hybrides, en alignant ses actions sur les objectifs stratégiques de l'organisation.

Les mutations technologiques, environnementales et sociétales redéfinissent profondément les pratiques commerciales et les attentes des entreprises. La digitalisation impose l'utilisation d'outils numériques avancés, tels que les solutions CRM, l'intelligence artificielle et les plateformes omnicanales, pour optimiser les performances commerciales et mieux répondre aux attentes des clients. Par ailleurs, les entreprises doivent désormais intégrer des stratégies commerciales éthiques, respectueuses des normes environnementales et sociales, afin de répondre aux impératifs de responsabilité sociétale (RSE) et aux nouvelles attentes des consommateurs.

Pour répondre à ces transformations, de nouveaux savoir-faire sont désormais indispensables. Cela inclut la maîtrise des outils numériques et analytiques pour concevoir et piloter des stratégies commerciales performantes, l'intégration des enjeux de responsabilité sociétale (RSE) dans les prises de décision stratégiques, et une expertise accrue dans la personnalisation de l'expérience client et les mécanismes de fidélisation. Par ailleurs, le développement de compétences managériales adaptées est essentiel pour gérer des équipes diversifiées et répondre aux défis des nouveaux modes de travail, tels que le télétravail et l'organisation hybride.

Dans ce contexte, la certification Responsable du développement commercial - Niveau 6, proposée par ESGCV, intègre pleinement les évolutions récentes du métier afin de renforcer l'insertion professionnelle et l'employabilité des candidats dans un environnement économique en mutation constante.

ACTIVITÉS VISÉES

Conduite de la veille stratégique (veille commerciale, technologique, réglementaire) et analyse des dynamiques et segments de marché.

Évaluation et optimisation de l'offre commerciale par rapport aux publics cibles prioritaires de l'entreprise.

Conception d'un plan d'action commercial et présentation des recommandations stratégiques auprès des décideurs.

Développement du portefeuille clients via l'élaboration et le déploiement de plans de prospection commerciale multicanale.

Conduite de négociations et contractualisation avec des prospects et clients stratégiques.

Développement et pilotage d'un réseau de partenaires commerciaux et de distribution.

Évaluation et optimisation de la performance des actions commerciales.

Diagnostic des parcours d'achat et optimisation de l'expérience clients.

Déploiement de stratégies de personnalisation de la relation clients et de fidélisation du portefeuille.

Gestion des réclamations et des litiges clients.

Management, organisation et motivation d'une équipe commerciale.

Évaluation et développement des compétences et performances de l'équipe commerciale.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Réaliser une veille commerciale, technologique et réglementaire, en définissant les objectifs de veille, en mobilisant des méthodologies de recherche, de traitement et d'exploitation de données, en analysant les tendances de consommation, les stratégies concurrentielles, les innovations technologiques et les évolutions réglementaires (RGPD, droit commercial, etc.), et les pratiques RSE des acteurs du marché, afin d'identifier les opportunités de croissance, les risques pour l'entreprise, et d'adapter la stratégie commerciale en conséquence.

Analyser la segmentation du marché, en identifiant et en définissant les différents segments de clientèle, en s'appuyant sur des données internes (historique des ventes, profil client) et externes (études sectorielles, tendances de consommation), afin de cibler efficacement les segments prioritaires pour l'offre commerciale de l'entreprise.

Adapter l'offre commerciale en collaboration avec la direction marketing, en s'appuyant sur les retours clients, les tendances du marché et la performance des ventes, et en préconisant des ajustements du mix marketing (produit, prix, promotion, distribution), afin de mieux répondre aux attentes du marché et d'améliorer la compétitivité de

l'entreprise.

Concevoir un plan d'action commercial, en s'appuyant sur des données de marché ainsi que sur des outils numériques (ex : CRM, plateformes de gestion de leads, outils d'analyse prédictive intégrant l'IA), en définissant les objectifs à atteindre, les actions, la planification et les ressources nécessaires, en tenant compte de la politique RSE de l'entreprise, afin de mettre en œuvre la stratégie de développement commercial.

Présenter une proposition de plan d'action commercial auprès des décideurs, en défendant les choix stratégiques et les recommandations, en s'appuyant sur des données et des supports visuels, et en répondant aux questions et préoccupations des parties prenantes, afin d'obtenir l'approbation ou des arbitrages, ainsi que les ressources nécessaires pour la mise en œuvre de ce plan.

Définir un plan de prospection commerciale multicanale, en déterminant les segments de marché, les objectifs à atteindre, les canaux de prospection, et en élaborant un calendrier d'actions, afin d'élargir le portefeuille clients et d'augmenter le volume de ventes.

Conduire une négociation commerciale avec un prospect ou client stratégique, en déterminant les objectifs de négociation, en analysant les besoins et les attentes du client, en identifiant des leviers de persuasion et de négociation tout en tenant compte des principes éthiques et de la réglementation commerciale, et en formalisant et argumentant une proposition commerciale, afin de conclure une vente.

Piloter un réseau de partenaires commerciaux et de distribution, en identifiant des partenaires et distributeurs potentiels alignés avec les objectifs commerciaux et RSE de l'entreprise, en déterminant les actions de soutien et d'accompagnement visant à renforcer les relations avec les partenaires, et en évaluant la performance des partenaires,

afin de maximiser les ventes indirectes et d'assurer une couverture optimale des marchés.

Évaluer la performance des actions commerciales, en définissant les indicateurs de performance, les outils et techniques de collecte, de suivi et d'analyse de données, et en concevant un tableau de bord, afin d'identifier les réussites, les axes d'amélioration et d'optimiser les stratégies futures.

Analyser le parcours d'achat des clients, en analysant les données sur les étapes clés du parcours d'achat, en identifiant les points de friction et les moments de satisfaction, et en formulant des recommandations pour chaque étape du parcours d'achat, afin d'améliorer l'expérience client et de maximiser les conversions.

Mettre en œuvre un processus de personnalisation de la relation client, en analysant les données clients pour identifier les préférences et attentes spécifiques, en segmentant la clientèle, et en mettant en place des actions de personnalisation adaptées pour chaque segment,

afin de renforcer la satisfaction client et d'optimiser les opportunités de fidélisation.

Développer une politique de fidélisation d'un portefeuille client en collaboration avec le service marketing, en analysant les habitudes de consommation, les besoins et attentes des clients,

en proposant des actions de fidélisation incluant des offres et avantages, afin de développer les ventes liées au portefeuille client existant.

Traiter les litiges et réclamations des clients, en collectant les informations permettant d'identifier les causes du litige/ des réclamations, en instaurant un dialogue avec le client, en proposant des solutions, afin de maintenir de bonnes relations commerciales et sauvegarder l'image de marque.

Manager une équipe commerciale, en communiquant sur les enjeux et les orientations stratégiques, en définissant les rôles, les objectifs et les modalités d'organisation du travail (réunions, moyens techniques...), en adaptant ses méthodes managériales aux besoins des collaborateurs et aux différentes formes de diversités (culturelle, handicap, profil, autonomie), dans le but d'optimiser la performance des équipes.

Mettre en place des actions de motivation et de cohésion au sein d'une équipe commerciale, en identifiant les besoins et les attentes des membres de l'équipe, en organisant des activités de team building, des événements sociaux, et des challenges, et en reconnaissant et récompensant les contributions individuelles et collectives, afin de renforcer l'engagement, la collaboration et la performance de l'équipe.

Évaluer et accompagner la progression des membres de l'équipe commerciale, en conduisant des entretiens individuels, en s'appuyant sur des indicateurs de performance et en déterminant des plans de développement, en vue de soutenir leur évolution professionnelle.

Former l'équipe commerciale (sur l'offre de produits et services, les techniques de ventes, les outils et processus...), en animant des sessions collectives ou des accompagnements individuels, et en élaborant des supports de présentation, afin de développer les compétences et la performance des collaborateurs.

Blocs de compétences

RNCP41114BC01 — Elaborer un plan de développement commercial

LISTE DE COMPÉTENCES

Réaliser une veille commerciale, technologique et réglementaire, en définissant les objectifs de veille, en mobilisant des méthodologies de recherche, de traitement et d'exploitation de données, en analysant les tendances de consommation, les stratégies concurrentielles, les innovations technologiques et les évolutions réglementaires (RGPD, droit commercial, etc.), et les pratiques RSE des acteurs du marché, afin d'identifier les opportunités de croissance, les risques pour l'entreprise, et d'adapter la stratégie commerciale en conséquence.

Analyser la segmentation du marché, en identifiant et en définissant les différents segments de clientèle, en s'appuyant sur des données internes (historique des ventes, profil client) et externes (études sectorielles, tendances de consommation), afin de cibler efficacement les segments prioritaires pour l'offre commerciale de l'entreprise.

Adapter l'offre commerciale en collaboration avec la direction marketing, en s'appuyant sur les retours clients, les tendances du marché et la performance des ventes, et en préconisant des ajustements du mix marketing (produit, prix, promotion, distribution), afin de mieux répondre aux attentes du marché et d'améliorer la compétitivité de l'entreprise.

Concevoir un plan d'action commercial, en s'appuyant sur des données de marché ainsi que sur des outils numériques (ex : CRM, plateformes de gestion de leads, outils d'analyse prédictive intégrant l'IA), en définissant les objectifs à atteindre, les actions, la planification et les ressources nécessaires, en tenant compte de la politique RSE de l'entreprise, afin de mettre en œuvre la stratégie de développement commercial.

Présenter une proposition de plan d'action commercial auprès des décideurs, en défendant les choix stratégiques et les recommandations, en s'appuyant sur des données et des supports visuels, et en répondant aux questions et préoccupations des parties prenantes, afin d'obtenir l'approbation ou des arbitrages, ainsi que les ressources nécessaires pour la mise en œuvre de ce plan.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situation professionnelle/ ou Projet de consulting portant sur : la réalisation d'une étude de marché, l'analyse de la segmentation de la clientèle, l'adaptation de l'offre commerciale, et la conception d'un plan d'action commercial.

RNCP41114BC02 — Déployer un plan de développement commercial

LISTE DE COMPÉTENCES

Définir un plan de prospection commerciale multicanale, en déterminant les segments de marché, les objectifs à atteindre, les canaux de prospection, et en élaborant un calendrier d'actions, afin d'élargir le portefeuille clients et d'augmenter le volume de ventes.

Conduire une négociation commerciale avec un prospect ou client stratégique, en déterminant les objectifs de négociation, en analysant les besoins et les attentes du client, en identifiant des leviers de persuasion et de négociation tout en tenant compte des principes éthiques et de la réglementation commerciale, et en formalisant et argumentant une proposition commerciale, afin de conclure une vente.

Piloter un réseau de partenaires commerciaux et de distribution, en identifiant des partenaires et distributeurs potentiels alignés avec les objectifs commerciaux et RSE de l'entreprise, en déterminant les actions de soutien et d'accompagnement visant à renforcer les relations avec les partenaires, et en évaluant la performance des partenaires,

afin de maximiser les ventes indirectes et d'assurer une couverture optimale des marchés.

Évaluer la performance des actions commerciales, en définissant les indicateurs de performance, les outils et techniques de collecte, de suivi et d'analyse de données, et en concevant un tableau de bord, afin d'identifier les réussites, les axes d'amélioration et d'optimiser les stratégies futures.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situation professionnelle portant sur : l'élaboration d'un plan de prospection commerciale, la conduite d'une négociation commerciale, le développement d'un réseau de partenaires, et l'évaluation de la performance des actions commerciales.

RNCP41114BC03 — Gérer l'expérience et la fidélisation clients

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser le parcours d'achat des clients, en analysant les données sur les étapes clés du parcours d'achat, en identifiant les points de friction et les moments de satisfaction, et en formulant des recommandations pour chaque

étape du parcours d'achat, afin d'améliorer l'expérience client et de maximiser les conversions.

Mettre en œuvre un processus de personnalisation de la relation client, en analysant les données clients pour identifier les préférences et attentes spécifiques, en segmentant la clientèle, et en mettant en place des actions de personnalisation adaptées pour chaque segment,

afin de renforcer la satisfaction client et d'optimiser les opportunités de fidélisation.

Développer une politique de fidélisation d'un portefeuille client en collaboration avec le service marketing, en analysant les habitudes de consommation, les besoins et attentes des clients,

en proposant des actions de fidélisation incluant des offres et avantages, afin de développer les ventes liées au portefeuille client existant.

Traiter les litiges et réclamations des clients, en collectant les informations permettant d'identifier les causes du litige/ des réclamations, en instaurant un dialogue avec le client, en proposant des solutions, afin de maintenir de bonnes relations commerciales et sauvegarder l'image de marque.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situation professionnelle portant sur : l'analyse des parcours d'achat, la personnalisation de la relation client, l'élaboration d'un plan de fidélisation client, et la résolution d'une réclamation.

RNCP41114BC04 — Gérer une équipe commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

Manager une équipe commerciale, en communiquant sur les enjeux et les orientations stratégiques, en définissant les rôles, les objectifs et les modalités d'organisation du travail (réunions, moyens techniques...), en adaptant ses méthodes managériales aux besoins des collaborateurs et aux différentes formes de diversités (culturelle, handicap, profil, autonomie), dans le but d'optimiser la performance des équipes.

Mettre en place des actions de motivation et de cohésion au sein d'une équipe commerciale, en identifiant les besoins et les attentes des membres de l'équipe, en organisant des activités de team building, des événements sociaux, et des challenges, et en reconnaissant et récompensant les contributions individuelles et collectives, afin de renforcer l'engagement, la collaboration et la performance de l'équipe.

Evaluer et accompagner la progression des membres de l'équipe commerciale, en conduisant des entretiens individuels, en s'appuyant sur des indicateurs de performance et en déterminant des plans de développement, en vue de soutenir leur évolution professionnelle.

Former l'équipe commerciale (sur l'offre de produits et services, les techniques de ventes, les outils et processus...), en animant des sessions collectives ou des accompagnements individuels, et en élaborant des supports de présentation, afin de développer les compétences et la performance des collaborateurs.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas portant sur : l'élaboration d'un plan de management et d'un plan de motivation et de cohésion, l'évaluation des compétences des collaborateurs, la formation de l'équipe commerciale.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les Responsables du développement commercial peuvent exercer dans une multitude de secteurs (distribution et commerce de détail, commerce de gros, secteur du BTP, secteur de l'industrie, technologie et informatique, etc.), et pour des entreprises de toutes tailles (start up, PME, grande entreprise).

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Ci-dessous une liste non exhaustive des emplois accessibles :

- Commercial / conseiller commercial
- Chargé de clientèle
- Responsable du développement commercial
- Business developer
- Responsable commercial
- Responsable grands comptes
- Responsable partenariat
- Responsable clientèle
- Responsable des ventes / Chef de vente
- Chef de secteur/zone

- Responsable de secteur
- Responsable de la stratégie commerciale
- Consultant commercial

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)	Modérée (3/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 2 à 4 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 975 €
Familles professionnelles (FAP)	R2X80 — Attachés commerciaux · tension 4/5 (Élevée) 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) R4X91 — Technico-commerciaux · tension 3/5 (Modérée)
Projets de recrutement (BMO 2026)	40 236
Jugés difficiles à recruter	38 %
Emplois saisonniers	3 %
Familles professionnelles (FAP)	R2X80 — Attachés commerciaux R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique R4X91 — Technico-commerciaux

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

En formation initiale

Entrée en 1ère année :

- Etre titulaire d'une certification de niveau 4, d'un bac, d'un DEAU ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...)

Entrée en 2ème année :

- Etre titulaire d'une certification de niveau 4, d'un bac, d'un DEAU ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), et avoir validé une année d'études dans le domaine du commerce ou du marketing.

Entrée en 3ème année :

- Etre titulaire d'une certification de niveau 5, ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), ou avoir validé deux années d'études dans le domaine du commerce ou du marketing.

En alternance (contrat apprentissage ou contrat de professionnalisation)

Pour un cursus en 3 ans :

- Etre titulaire d'une certification de niveau 4, d'un bac, d'un DEAU ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...)

Pour un cursus en 2 ans :

- Etre titulaire d'une certification de niveau 4, d'un bac, d'un DEAU ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), et avoir validé une année d'études dans le domaine du commerce ou du marketing.

Pour un cursus en 1 an :

- Etre titulaire d'une certification de niveau 5, ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), ou avoir validé deux années d'études, dans le domaine du commerce ou du marketing.

En formation continue

Cas 1 : Entrée avec un niveau 5

- Etre titulaire d'une certification de niveau 5 , d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), ou avoir validé deux années d'études, dans le domaine du commerce ou du marketing.
- Ou Etre titulaire d'une certification de niveau 5, , ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), ou avoir validé deux années d'études, dans un autre domaine de formation/métier de la certification visée et justifier d'une expérience professionnelle dans le secteur visé de 12 mois minimum

Cas 2 : Entrée avec un niveau 4

- Etre titulaire d'une certification de niveau 4, d'un bac, d'un DEAU ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), et justifier d'une expérience professionnelle dans le secteur visé de 24 mois minimum

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

En formation initiale

En cas d'intégration en 1ère année :

- Avoir validé les conditions d'accès à la formation
- Et avoir effectué un cursus de formation de 36 mois préparant au passage et à l'obtention de la certification visée chez le certificateur ou un partenaire conventionné.

En cas d'intégration en 2ème année :

- Avoir validé les conditions d'accès à la formation
- Et avoir effectué un cursus de formation de 24 mois préparant au passage et à l'obtention de la certification visée chez le certificateur ou un partenaire conventionné

En cas d'intégration en 3ème année :

- Avoir validé les conditions d'accès à la formation
- Et avoir effectué un cursus de formation de 12 mois préparant au passage et à l'obtention de la certification visée chez le certificateur ou un partenaire conventionné.

En alternance (contrat apprentissage ou contrat de professionnalisation)

Pour un cursus en 3 ans :

- Avoir validé les conditions d'accès à la formation
- Et avoir effectué un cursus de formation en alternance de 36 mois préparant au passage et à l'obtention de la certification visée chez le certificateur ou un partenaire conventionné.

Pour un cursus en 2 ans :

- Avoir validé les conditions d'accès à la formation
- Et avoir effectué un cursus de formation en alternance de 24 mois préparant au passage et à l'obtention de la certification visée chez le certificateur ou un partenaire conventionné

Pour un cursus en 1 an :

- Avoir validé les conditions d'accès à la formation
- Et avoir effectué un cursus de formation en alternance de 12 mois préparant au passage et à l'obtention de la certification visée chez le certificateur ou un partenaire conventionné.

En formation continue

Cas 1 : entrée avec un niveau 5

- Avoir validé les conditions d'accès à la formation,
- Et avoir effectué un cursus de formation préparant au passage et à l'obtention de la certification visée chez le certificateur ou un partenaire conventionné

Cas 2 : entrée avec un niveau 4

- Avoir validé les conditions d'accès à la formation,
- Et avoir effectué un cursus de formation préparant au passage et à l'obtention de la certification visée chez le certificateur ou un partenaire conventionné

Dérogations spécifiques :

Si le candidat ne dispose pas de l'expérience professionnelle ou du diplôme requis, le candidat devra présenter un dossier démontrant sa capacité à valider la certification professionnelle (VAP, attestation employeur ou autres preuves d'une expérience professionnelle, personnelle ou associative permettant l'acquisition de compétences connexes...).

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

Le jury est composé de 4 membres dont 50% de professionnels :

- Le directeur de l'école
- Un responsable pédagogique ou un enseignant

- Deux professionnels externes, exerçant dans le métier visé

Financement en alternance (NPEC)

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

Prise en charge usuelle	7 663 €
Selon la branche	6 000 € – 7 663 €
Prise en charge	Branches concernées
7 663 €	Valeur par défaut · 201 branches
7 500 €	CPNE Branche Caoutchouc, CPNE des industries de santé (CPNEIS), CPNEFP des industries des tuiles et briques
7 000 €	CPNE Panneaux à Base de Bois, CPNE fabrication de l'ameublement, CPNE-FP de l'Esthétique
6 000 €	CPNE de la Plasturgie et des Composites, CPNEF inter-secteurs papier carton, CPNEFP de la métallurgie
7 279 €	CPNEFP Mutualité
7 156 €	CPNEFP de la blanchisserie, laverie, location de linge, nettoyage à sec, pressing et teinturerie
6 800 €	CPNE Banque

Base légale

Date de décision	18/07/2025
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	18/07/2028
Date de dernière délivrance possible	18/07/2032

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2023	1693	0	90 %	—
2022	964	2	91 %	—
2021	1318	1	93 %	54 %
2020	279	1	89 %	61 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP36610

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP36610, RNCP38604

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

Où se former

Formations référencées	40
Organismes	2
Régions couvertes	1
Prix indicatif	1 990 € – 6 390 €
Durée	40 h

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

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	11
Organismes gestionnaires (CFA)	4
Organismes formateurs	4
Régions couvertes	4
Départements couverts	4
Organismes certifiés Qualiopi	4
Formations à distance	9
Sessions	de 07/2025 à 09/2030

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	582
Parcours menés à terme	313
Taux d'achèvement	54 %
Période	08/2025 – 09/2026

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	639
Montant total engagé	1 513 033 €
Coût moyen par dossier	2 368 €
Durée moyenne	87 h
Période	07/2025 – 08/2026
France compétences	92 %
Reste à charge titulaire	6 %
France Travail	1 %

Entreprise	0 %
OPCO	0 %
Compte d'engagement citoyen	0 %

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