

Chargé de communication et de relations presse

RNCP41421 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	320
Formacode(s)	46310, 46355
Code(s) ROME	E1104, M1706, M1702, E1103, E1106
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	27/10/2025
Date d'échéance	27/10/2028

Certificateur(s)

ECOLE CFJ · SIRET : 45035532600023

ECOLE W, ETABLISSEMENT D'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR TECHNIQUE PRIVE · SIRET : 82039641400022

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

La certification atteste de la maîtrise des compétences professionnelles nécessaires pour concevoir, piloter et mettre en œuvre des stratégies de communication adaptées aux besoins des organisations et à gérer les relations presse, notamment par la rédaction de communiqués, l'organisation d'événements médiatiques et la coordination des interactions avec les journalistes.

ACTIVITÉS VISÉES

Identification des enjeux de la communication d'une entreprise
 Conception d'un plan de communication et de relations presse.
 Planification des actions et identification des moyens humains, matériels et financiers
 Mise en œuvre des actions de communication et de relations presse
 Gestion des contenus digitaux et optimisation d'un site web.
 Identification et réalisation de partenariat stratégique dans le but d'accroître la communication d'une organisation.
 Suivi des actions de communication et de relations presse
 Gestion de la conformité et analyse des données de performance
 Amélioration continue de la communication d'une organisation
 Analyse de l'environnement d'une agence de communication et relations presse
 Développement de l'activité d'une agence de communication et relations presse
 Gestion des ressources d'une agence de communication et de relations presse

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Réaliser un diagnostic des forces et faiblesses de la communication d'une entreprise en analysant ses actions de communication et en prenant en compte son fonctionnement afin d'identifier les opportunités d'amélioration.
- Définir des objectifs de communication (SMART) en prenant en compte les besoins et attentes du commanditaire, afin d'orienter la stratégie de communication vers des résultats tangibles.
- Aligner la stratégie de l'entreprise avec les objectifs de communication en définissant des actions de communication afin de renforcer la position de l'entreprise sur le marché et d'accroître sa visibilité.
- Identifier les risques liés aux actions de communication en tenant compte de la politique de l'entreprise, des changements subits et de l'environnement (économique, juridique, environnemental, sanitaire...) afin de proposer des mesures préventives et des plans d'action adaptés à chaque situation.

- Identifier les différents publics cibles en utilisant des méthodes de segmentation et d'analyse afin de personnaliser le plan de communication et de relations presse
- Sélectionner les canaux de communication les plus appropriés en tenant compte de leur accessibilité, de leur pertinence et de leur capacité à transmettre le message souhaité afin d'atteindre les publics cibles.
- Identifier les messages principaux du plan de communication en veillant à ce qu'ils soient cohérents avec l'image de marque et la stratégie globale de l'entreprise afin de contribuer à consolider la position de l'entreprise sur le marché
- Concevoir un plan de communication détaillé décrivant les différentes actions de communication et de relations presse à entreprendre, les responsabilités de chacun, les échéanciers et les budgets alloués, afin de garantir la cohérence et l'efficacité de l'ensemble du processus de communication.
- Mobiliser les ressources nécessaires en coordonnant les équipes internes et externes, afin de mettre en œuvre les actions de communication.
- Suivre les tendances du marché de la communication et des relations presse, en identifiant les opportunités émergentes et en ajustant la stratégie de l'entreprise en conséquence, afin de rester compétitif et de s'adapter aux évolutions du marché.
- Coordonner les activités de communication et de relations presse en au moyen d'outils de planification afin de garantir la mise en œuvre dans le respect des délais.
- Concevoir des supports de communication variés (communiqués de presse, dossiers de presse, newsletters, etc.) adaptés aux différents publics cibles et aux objectifs de communication afin de renforcer la visibilité et la notoriété de l'entreprise.
- Recueillir des informations en réalisant des enquêtes, reportages et interviews afin de rédiger un article de presse et ou le contenu d'un support de communication.
- Créer des contenus digitaux (image, vidéo, animation, infographie, podcast, son, design conversationnel...), spécifiques au web (sites, réseaux et médias sociaux) en utilisant des logiciels de traitement d'images, de montage vidéo et audio, d'animation 2D/3D, de motion design ou de mise en pages afin de produire des « objets » de communication prêts à être intégrés sur les différents supports digitaux.
- Participer à l'élaboration et à la mise à jour d'un site et des pages web en, en utilisant les techniques et les langages du webdesign en vigueur sur le marché et en évaluant son e-réputation, seul ou en collaboration avec les interlocuteurs dédiés afin de garantir une expérience utilisateur optimale.
- Organiser des événements médiatique (conférences de presse, des interviews et des rencontres médiatiques) en collaborant avec les médias et les journalistes, afin représenter sa structure lors d'un événement ou auprès d'instances de décision
- Gérer les relations avec les influenceurs et les journalistes, en développant des partenariats stratégiques et en organisant des conférences de presse afin d'augmenter la crédibilité et l'influence de son entreprise.
- Mener une campagne d'e-mailing au moyen d'une base de données de contacts médias et influenceurs afin de promouvoir un événement, un produit ou un service, ou de diffuser des informations spécifiques.
- Définir des indicateurs de performance clés (KPI) en définissant des critères de mesure afin d'assurer une évaluation objective et alignée sur les objectifs organisationnels.
- Superviser la collecte de données et le suivi des résultats, en s'assurant de leur fiabilité et de leur exhaustivité pour une évaluation précise afin d'orienter les prises de décision stratégiques.
- Évaluer quantitativement et qualitativement l'impact des initiatives de communication et de relations presse au moyen d'outils de collecte de données et des méthodes d'analyse afin d'optimiser leur efficacité et leur pertinence.
- Analyser les résultats obtenus en identifiant les tendances, les forces, les faiblesses et les opportunités pour améliorer les futures actions de communication et de relations presse et renforcer la performance globale de l'organisation.
- Veiller à la conformité des actions de communication et de relations presse avec les réglementations en vigueur et les politiques de l'organisation, en assurant la protection de sa réputation et de son intégrité afin de minimiser les risques et d'éviter les atteintes à l'image de l'organisation.
- Élaborer des rapports d'évaluation, présentant les résultats, les conclusions et les recommandations pour les parties prenantes internes et externes afin de faciliter la prise de décision et l'optimisation des stratégies de communication.
- Communiquer les résultats de l'évaluation aux parties prenantes concernées, en mettant en évidence les succès et les pistes d'amélioration pour favoriser la transparence et la collaboration au sein de l'organisation.
- Adapter les stratégies de communication et de relations presse en fonction des résultats de l'évaluation pour améliorer et garantir la réussite des actions de communication.

- Gérer les situations de crise, en développant des plans de gestion de crise et en assurant une communication transparente et cohérente avec les parties prenantes afin de préserver la réputation et la crédibilité de l'organisation.
- Réaliser une veille concurrentielle et technologique, en surveillant les actions et les innovations des concurrents ainsi que les évolutions technologiques afin de rester à la pointe de l'innovation et de maintenir un avantage concurrentiel.
- Élaborer une stratégie de développement d'une agence de communication et de relations presse à long terme pour une agence de communication et de relations presse en identifiant les opportunités de croissance et les risques, afin de renforcer la position de l'agence sur le marché et d'assurer sa pérennité.
- Prospecter de nouveaux clients en développant des partenariats stratégiques avec des entreprises et réalisant des actions commerciales afin d'augmenter le portefeuille client de l'agence et d'accroître son chiffre d'affaire.
- Promouvoir l'image et la réputation de l'agence sur le marché en mettant en œuvre des actions marketing ciblées, en utilisant les canaux appropriés pour atteindre les clients potentiels, afin de renforcer sa notoriété de l'agence et d'attirer de nouveaux clients.
- Concevoir des offres de services personnalisées et innovantes en fonction des besoins spécifiques des clients, en mettant en valeur les compétences et l'expertise de l'agence, afin de répondre efficacement aux demandes du marché et de se démarquer de la concurrence.
- Assurer la satisfaction et la fidélisation des clients existants en fournissant un service client de qualité, en répondant rapidement à leurs besoins et en anticipant leurs attentes, afin de maintenir des relations solides et durables avec la clientèle.
- Gérer les ressources humaines et matérielles de l'agence, en veillant à une allocation optimale des ressources et en tenant compte de situations de handicap pour garantir la rentabilité et la pérennité de l'entreprise.
- Gérer un projet de communication et de relations presse en constituant une équipe et en planifiant toutes les étapes afin maximiser l'impact médiatique et d'atteindre les objectifs fixés.
- Assurer la croissance continue de l'agence en optimisant les processus internes de l'agence afin de garantir une rentabilité durable.

Blocs de compétences

RNCP41421BC01 — Élaborer une stratégie et un plan de communication et de relations presse

LISTE DE COMPÉTENCES

- Réaliser un diagnostic des forces et faiblesses de la communication d'une entreprise en analysant ses actions de communication et en prenant en compte son fonctionnement afin d'identifier les opportunités d'amélioration.
- Définir des objectifs de communication (SMART) en prenant en compte les besoins et attentes du commanditaire, afin d'orienter la stratégie de communication vers des résultats tangibles.
- Aligner la stratégie de l'entreprise avec les objectifs de communication en définissant des actions de communication afin de renforcer la position de l'entreprise sur le marché et d'accroître sa visibilité.
- Identifier les risques liés aux actions de communication en tenant compte de la politique de l'entreprise, des changements subits et de l'environnement (économique, juridique, environnemental, sanitaire...) afin de proposer des mesures préventives et des plans d'action adaptés à chaque situation.
- Identifier les différents publics cibles en utilisant des méthodes de segmentation et d'analyse afin de personnaliser le plan de communication et de relations presse
- Sélectionner les canaux de communication les plus appropriés en tenant compte de leur accessibilité, de leur pertinence et de leur capacité à transmettre le message souhaité afin d'atteindre les publics cibles.
- Identifier les messages principaux du plan de communication en veillant à ce qu'ils soient cohérents avec l'image de marque et la stratégie globale de l'entreprise afin de contribuer à consolider la position de l'entreprise sur le marché
- Concevoir un plan de communication détaillé décrivant les différentes actions de communication et de relations presse à entreprendre, les responsabilités de chacun, les échéanciers et les budgets alloués, afin de garantir la cohérence et l'efficacité de l'ensemble du processus de communication.
- Mobiliser les ressources nécessaires en coordonnant les équipes internes et externes, afin de mettre en œuvre les actions de communication.
- Suivre les tendances du marché de la communication et des relations presse, en identifiant les opportunités émergentes et en ajustant la stratégie de l'entreprise en conséquence, afin de rester compétitif et de s'adapter aux évolutions du marché.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle simulée.

RNCP41421BC02 — Déployer les actions de communication et de relations presse

LISTE DE COMPÉTENCES

- Coordonner les activités de communication et de relations presse en au moyen d'outils de planification afin de garantir la mise en œuvre dans le respect des délais.
- Concevoir des supports de communication variés (communiqués de presse, dossiers de presse, newsletters, etc.) adaptés aux différents publics cibles et aux objectifs de communication afin de renforcer la visibilité et la notoriété de l'entreprise.
- Recueillir des informations en réalisant des enquêtes, reportages et interviews afin de rédiger un article de presse et ou le contenu d'un support de communication.
- Créer des contenus digitaux (image, vidéo, animation, infographie, podcast, son, design conversationnel...), spécifiques au web (sites, réseaux et médias sociaux) en utilisant des logiciels de traitement d'images, de montage vidéo et audio, d'animation 2D/3D, de motion design ou de mise en pages afin de produire des « objets » de communication prêts à être intégrés sur les différents supports digitaux.
- Participer à l'élaboration et à la mise à jour d'un site et des pages web en, en utilisant les techniques et les langages du webdesign en vigueur sur le marché et en évaluant son e-réputation, seul ou en collaboration avec les interlocuteurs dédiés afin de garantir une expérience utilisateur optimale.
- Organiser des événements médiatique (conférences de presse, des interviews et des rencontres médiatiques) en collaborant avec les médias et les journalistes, afin représenter sa structure lors d'un événement ou auprès d'instances de décision
- Gérer les relations avec les influenceurs et les journalistes, en développant des partenariats stratégiques et en organisant des conférences de presse afin d'augmenter la crédibilité et l'influence de son entreprise.
- Mener une campagne d'e-mailing au moyen d'une base de données de contacts médias et influenceurs afin de promouvoir un événement, un produit ou un service, ou de diffuser des informations spécifiques.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle réelle.

RNCP41421BC03 — Piloter l'évaluation des actions de communication et de relations presse

LISTE DE COMPÉTENCES

- Définir des indicateurs de performance clés (KPI) en définissant des critères de mesure afin d'assurer une évaluation objective et alignée sur les objectifs organisationnels.
- Superviser la collecte de données et le suivi des résultats, en s'assurant de leur fiabilité et de leur exhaustivité pour une évaluation précise afin d'orienter les prises de décision stratégiques.
- Évaluer quantitativement et qualitativement l'impact des initiatives de communication et de relations presse au moyen d'outils de collecte de données et des méthodes d'analyse afin d'optimiser leur efficacité et leur pertinence.
- Analyser les résultats obtenus en identifiant les tendances, les forces, les faiblesses et les opportunités pour améliorer les futures actions de communication et de relations presse et renforcer la performance globale de l'organisation.
- Veiller à la conformité des actions de communication et de relations presse avec les réglementations en vigueur et les politiques de l'organisation, en assurant la protection de sa réputation et de son intégrité afin de minimiser les risques et d'éviter les atteintes à l'image de l'organisation.
- Élaborer des rapports d'évaluation, présentant les résultats, les conclusions et les recommandations pour les parties prenantes internes et externes afin de faciliter la prise de décision et l'optimisation des stratégies de communication.
- Communiquer les résultats de l'évaluation aux parties prenantes concernées, en mettant en évidence les succès et les pistes d'amélioration pour favoriser la transparence et la collaboration au sein de l'organisation.
- Adapter les stratégies de communication et de relations presse en fonction des résultats de l'évaluation pour améliorer et garantir la réussite des actions de communication.
- Gérer les situations de crise, en développant des plans de gestion de crise et en assurant une communication transparente et cohérente avec les parties prenantes afin de préserver la réputation et la crédibilité de l'organisation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle réelle ou simulée.

RNCP41421BC04 — Développer l'activité d'une agence de communication et de relations presse

LISTE DE COMPÉTENCES

- Réaliser une veille concurrentielle et technologique, en surveillant les actions et les innovations des concurrents ainsi que les évolutions technologiques afin de rester à la pointe de l'innovation et de maintenir un avantage concurrentiel.
- Élaborer une stratégie de développement d'une agence de communication et de relations presse à long terme pour une agence de communication et de relations presse en identifiant les opportunités de croissance et les risques, afin de renforcer la position de l'agence sur le marché et d'assurer sa pérennité.
- Prospector de nouveaux clients en développant des partenariats stratégiques avec des entreprises et réalisant des actions commerciales afin d'augmenter le portefeuille client de l'agence et d'accroître son chiffre d'affaire.
- Promouvoir l'image et la réputation de l'agence sur le marché en mettant en œuvre des actions marketing ciblées, en utilisant les canaux appropriés pour atteindre les clients potentiels, afin de renforcer sa notoriété de l'agence et d'attirer de nouveaux clients.
- Concevoir des offres de services personnalisées et innovantes en fonction des besoins spécifiques des clients, en mettant en valeur les compétences et l'expertise de l'agence, afin de répondre efficacement aux demandes du marché et de se démarquer de la concurrence.
- Assurer la satisfaction et la fidélisation des clients existants en fournissant un service client de qualité, en répondant rapidement à leurs besoins et en anticipant leurs attentes, afin de maintenir des relations solides et durables avec la clientèle.
- Gérer les ressources humaines et matérielles de l'agence, en veillant à une allocation optimale des ressources et en tenant compte de situations de handicap pour garantir la rentabilité et la pérennité de l'entreprise.
- Gérer un projet de communication et de relations presse en constituant une équipe et en planifiant toutes les étapes afin maximiser l'impact médiatique et d'atteindre les objectifs fixés.
- Assurer la croissance continue de l'agence en optimisant les processus internes de l'agence afin de garantir une rentabilité durable.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle réelle.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le métier de Chargé de communication et de relations presse s'exerce dans divers types de structures, notamment les agences de communication, les services de communication d'entreprises de toutes tailles (PME, grandes entreprises, multinationales) ainsi que dans des organismes publics, collectivités, associations et ONG.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Chargé de communication
- Chargé des relations presse
- Attaché de presse
- Responsable de la communication
- Chargé de relations publiques
- Consultant en communication
- Responsable des relations médias
- Chargé de communication digitale
- Coordinateur événementiel
- Responsable de la communication externe et interne
- Chef de projet communication
- Responsable des partenariats et relations institutionnelles
- Journaliste chargé de communication (dans certains contextes hybrides)

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)	2 917 €
Familles professionnelles (FAP)	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) U0X92 — Journalistes et cadres de l'édition · tension 1/5 (Très faible) U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	19 207
Jugés difficiles à recruter	25 %
Emplois saisonniers	13 %
Familles professionnelles (FAP)	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 U0X92 — Journalistes et cadres de l'édition U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Être titulaire d'une certification professionnelle de niveau 4.

Ou

Justifier d'une expérience professionnelle d'un an minimum dans le domaine de la communication ou des relations presse.

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

- deux professionnels du secteur de la communication et des relations presse,
- un représentant de l'organisme certificateur.

COMPOSITION DU JURY — VAE

- deux professionnels du secteur de la communication et des relations presse : l'un exerçant un métier visé par la certification, l'autre l'employant.

Base légale

Date de décision	27/10/2025
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	27/10/2028
Date de dernière délivrance possible	26/10/2032

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2022	16	0	100 %	60 %
2021	40	0	94 %	50 %
2020	24	0	100 %	56 %
2019	19	0	100 %	86 %

Liens avec d'autres certifications

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)
RNCP39767

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF
<https://www.ecolew.com/#>

Fiche officielle (France Compétences)
<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/41421/>