

Responsable retail dans le luxe

RNCP41493 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312m
Formacode(s)	34588, 34502
Code(s) ROME	D1406, M1704, D1301
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	27/10/2025
Date d'échéance	27/10/2028

Certificateur(s)

VIDENUM · SIRET : 51953329300055

Partenaires habilités

16 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 16 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
E.O.L	49139960600020	Former et organiser l'évaluation
E.O.L	49139960600046	Former et organiser l'évaluation
FORMADU	85115160500058	Former et organiser l'évaluation
FORMADU	85115160500066	Former et organiser l'évaluation
ICCA - FORMATION	41266209000015	Former et organiser l'évaluation
IGPEPM	32139333200069	Former et organiser l'évaluation
IGPEPM	32139333200077	Former et organiser l'évaluation
INSTITUT NATIONAL DE L'ENSEIGNEMENT A DISTANCE	48874104200045	Former et organiser l'évaluation
INSTITUT NATIONAL DE L'ENSEIGNEMENT A DISTANCE	48874104200052	Former et organiser l'évaluation
MEDIASCHOOL EST- SUD	83367418700079	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 16 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp41493-responsable-retail-dans-le-luxe/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

La certification "Responsable retail dans le luxe" répond à la réorganisation stratégique et à l'évolution rapide des compétences requises dans le secteur du luxe. Le marché français du luxe, bien que pilier économique, subit un ralentissement et fait face à des difficultés de recrutement pour les profils retail de nouvelle génération. Le digital transforme les pratiques, rendant les boutiques des lieux d'expérience immersive où les clients attendent personnalisation et éthique.

Cette certification vise à reconnaître les compétences d'un professionnel clé à l'interface entre la marque, le client et

l'équipe de vente. Elle démontre l'importance d'accompagner la transformation du secteur et de pallier la tension en recrutement. Le référentiel actualisé intègre l'intelligence artificielle, le commerce circulaire, l'inclusion et l'expérience immersive, aligné sur les attentes des professionnels. L'objectif est de renforcer le rôle de VIDENUM (porté par EIML) en tant que vecteur de reconnaissance des compétences, au bénéfice des individus et des entreprises, contribuant à la professionnalisation et à la compétitivité du secteur du luxe.

ACTIVITÉS VISÉES

Déploiement d'un accueil personnalisé adapté au secteur du luxe

Mise en œuvre d'un cérémonial de vente personnalisé et haut de gamme conforme aux standards du luxe

Fidélisation de la clientèle

Gestion de l'accueil client

Tenue et sécurité du point de vente

Gestion des stocks et de la chaîne d'approvisionnement

Gestion des talents et développement des compétences commerciales

Encadrement de l'équipe de conseillers de vente

Déploiement de la stratégie commerciale de la marque

Promotion du point de vente

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Développer une expertise du monde du luxe, de la marque, de ses produits, de sa politique RSE, en réalisant des analyses de marché approfondies et en participant à des formations spécialisées sur les dernières tendances éthiques, afin de concevoir des argumentaires de vente riches.

Déployer un argumentaire de vente riche et nourri de références culturelles, en contant l'histoire de la marque, en faisant revivre au client les temps forts de la Maison et en insistant sur son savoir-faire unique, afin de contribuer à faire de l'achat un moment exceptionnel et justifier le prix des produits.

Accueillir le client, en prenant contact de manière proactive et en interrogeant le CRM (base de données clientèle), afin d'anticiper ses besoins et de personnaliser l'expérience grâce à la connaissance de ses préférences d'achat.

Personnaliser le cérémonial de vente et l'accueil du client, en contribuant à créer autour de lui un univers inédit, en cultivant des relations privilégiées et personnalisées avec les very important customers (VIC) grâce à une connaissance approfondie de leurs préférences et des expériences sur-mesure, afin de lui garantir une expérience d'achat unique et inoubliable.

Conseiller le client, en découvrant le client et ses attentes, en tenant compte du profil international du client, en l'informant sur la circularité des produits, des possibilités de réparations, etc., afin de le guider et l'accompagner dans son parcours d'achat.

Mettre en œuvre les techniques de vente croisée (cross-selling) et vente additionnelle (up-selling) améliorées par l'intelligence artificielle, en suggérant subtilement l'achat de produits et/ou services complémentaires et/ou coordonnés, en tirant parti de l'IA pour émettre des recommandations prédictives et pour la prévisualisation immersive, afin d'augmenter le prix du panier moyen client.

Conclure la vente, en procédant avec soin à l'emballage et à la remise des produits au client, en réalisant l'encaissement des achats et en accompagnant le client jusqu'à sa sortie du magasin, afin de maintenir une excellence de service tout au long de sa visite.

Réaliser un plan d'action commerciale « Communication & Événementiel » dédié à la boutique, en organisant des animations en magasin, en mettant en place des campagnes de communication ciblées, en programmant l'envoi de communications multicanales régulières et d'offres personnalisées (ventes privées, avant-premières), ainsi qu'en organisant des événements privés (lancements de collection, cocktails...), afin de renforcer la fidélisation client, développer la fréquentation en point de vente et accroître les perspectives de chiffre d'affaires.

Assurer le suivi de la satisfaction client, en réalisant des enquêtes ou en recueillant les avis clients via des outils numériques (plateformes d'avis, formulaires en ligne, réseaux sociaux), en traitant de manière proactive les réclamations et demandes, et en exploitant l'intelligence artificielle pour analyser les retours clients à grande échelle, afin de mettre en œuvre des actions correctives ciblées et améliorer en continu l'expérience client.

Rédiger le cérémonial de vente de la Maison, en l'adaptant aux spécificités du point de vente (boutique, corner ou showroom), en intégrant les standards de la marque en matière d'accueil, de langage et d'attitudes, et en s'appuyant sur l'observation des parcours clients réels pour ajuster chaque étape de l'expérience, afin d'orchestrer un accueil raffiné, cohérent et mémorable, à la hauteur des exigences du luxe.

Organiser l'accueil des clients, en assurant l'ouverture et la fermeture du point de vente, en accord avec la réglementation en vigueur, en prenant part à la rotation des équipes sur l'amplitude horaire convenue,

en veillant à l'accessibilité du point de vente (signalétique, circulation, équipements adaptés), et en sensibilisant l'équipe aux bons réflexes d'accueil inclusif, afin de garantir un accueil irréprochable, respectueux et accessible à tous les profils de clientèle.

Gérer les mécontentements de la clientèle, en faisant preuve de réactivité, de calme, d'empathie, en étant à l'écoute, afin de trouver des solutions.

Garantir l'intégrité et la conformité des opérations du point de vente de luxe, en appliquant les dispositions du droit commercial et du droit du travail, afin de préserver la réputation de l'enseigne et d'assurer une continuité d'exploitation sans faille.

Veiller à l'excellente présentation du point de vente (boutique, corner ou showroom), en supervisant son entretien quotidien (propreté, rangement, aspect général) et en coordonnant les actions de maintenance, afin d'offrir un environnement irréprochable, en cohérence avec les standards esthétiques et l'image de la Maison.

Assurer la sécurité du point de vente (boutique, corner ou showroom), en appliquant les protocoles de sûreté définis par la Maison : accès, surveillance, gestion des flux, et en sensibilisant l'équipe aux procédures de prévention des risques, afin de garantir un environnement serein et sécurisé pour la clientèle, les collaborateurs et les produits de valeur.

Lutter contre la démarque inconnue, en contrôlant rigoureusement les réceptions de marchandises et en mettant en place un dispositif de surveillance adapté, incluant la formation des conseillers de vente par l'équipe de sécurité, et l'analyse régulière des zones à risque en point de vente, afin de prévenir les tentatives de vol et de sécuriser durablement les stocks.

Organiser l'inventaire au regard des directives de la direction administrative et financière, en mobilisant des moyens adaptés, en planifiant l'opération pendant les heures de fermeture ou en horaires décalés avec uniquement le staff présent, en s'appuyant sur un inventaire assisté par intelligence artificielle, afin de garantir une conformité optimale aux standards de présentation de la marque tout en minimisant l'impact sur l'expérience client.

Assurer le suivi des stocks, en analysant les ruptures et les surstocks, en s'appuyant sur des outils de reporting et d'alertes automatisées, afin d'optimiser la disponibilité produit et soutenir la performance commerciale.

Gérer les commandes et les réceptions, en établissant les commandes sur la base des ventes passées, des prévisions et du calendrier commercial, en contrôlant la conformité des livraisons (quantité, qualité) par rapport aux bons de commande, et en organisant un stockage logique et efficace en réserve, afin de garantir la disponibilité des produits en boutique et fluidifier les opérations de vente.

Accompagner l'intégration des nouveaux conseillers de vente au sein d'un point de vente de luxe, en participant activement au processus de recrutement inclusif (alternants, stagiaires, jeunes diplômés), en concevant et diffusant des supports pédagogiques sur-mesure (argumentaires types, modules produits/services) accessibles à tous, et en assurant un mentorat individualisé intégrant les spécificités liées au handicap, afin de transmettre l'excellence des codes du luxe et d'optimiser leur performance et leur autonomie dès la prise de poste.

Développer l'expertise des collaborateurs en vente au sein du point de vente, en dispensant des formations approfondies sur les techniques de vente performantes,

la sécurité numérique, les notions de marketing, la traçabilité

(puce RFID) et la circularité, en transmettant des connaissances pointues sur les produits, l'héritage de la marque, de ses valeurs et du style de vie qu'elle représente, afin de garantir l'atteinte des objectifs commerciaux et de renforcer la réputation d'excellence de l'enseigne.

Coordonner l'activité des conseillers clientèle au sein d'un point de vente de luxe, en supervisant les plannings individuels et collectifs avec l'aide d'outils d'IA prédictive, en répartissant stratégiquement les tâches en fonction des forces de chacun et des opportunités détectées par l'analyse des données clients, et en fédérant les collaborateurs autour d'objectifs d'excellence et d'une vision de service client augmentée par l'IA, afin de maintenir un niveau élevé de motivation et d'atteindre les objectifs commerciaux tout en sublimant l'expérience client.

Analyser les tendances stratégiques du marché du luxe, en mettant en œuvre une veille concurrentielle et sectorielle proactive via des outils digitaux spécialisés, en participant à des événements clés de l'industrie (salons, conférences), et en exploitant des rapports d'analyse de données (BI, IA), afin de détecter les opportunités d'innovation, d'anticiper les évolutions des attentes clients et d'adapter la stratégie commerciale du point de vente pour maintenir son positionnement d'excellence.

Déployer stratégiquement les orientations définies par les équipes marketing, en communiquant de manière transparente et régulière les projets de la Maison et les actualités clés (lancements de collections exclusives, ouvertures de points de vente emblématiques, partenariats stratégiques) via des plateformes collaboratives, en ajustant l'activité du point de vente en temps réel sur la base de l'analyse des KPI prioritaires et des prédictions générées par l'IA, et en sensibilisant les équipes à l'impact de leurs actions sur les indicateurs de performance, afin

de garantir l'alignement parfait de la politique commerciale avec les objectifs stratégiques de la marque à l'échelle nationale et internationale et d'optimiser la rentabilité.

Prendre ou participer aux décisions stratégiques concernant l'ensemble des paramètres touchant au point de vente de luxe, en utilisant les résultats de la veille grâce à des outils de Business Intelligence, et en collaborant étroitement avec les équipes marketing, supply chain et design pour assurer une cohérence globale avec l'ADN de la Maison, afin de maximiser la rentabilité de l'espace de vente tout en consolidant l'image de marque et en optimisant l'expérience client d'exception.

Organiser des événements exclusifs mais accessibles aux personnes en situation de handicap en point de vente, en exploitant des solutions d'IA pour personnaliser les invitations et anticiper les préférences des participants, en collaborant avec des partenaires spécialisés dans l'accessibilité pour garantir une expérience inclusive pour tous les invités, et en mobilisant les équipes internes et externes autour d'un concept événementiel innovant et mémorable, afin de renforcer l'attachement à la marque, d'accroître les ventes et de positionner la boutique comme un

Développer l'influence et le rayonnement du point de vente de luxe, en incarnant l'image d'excellence de la Maison auprès des clients, des partenaires stratégiques locaux et des autorités, en élaborant et en déployant des initiatives de promotion ciblées valorisant l'ADN de la marque, et en entretenant un réseau d'acteurs clés pour maximiser les opportunités de visibilité et de collaboration, en devenant Ambassadeur de la Maison, afin de consolider la réputation de la boutique, d'attirer une clientèle qualifiée et de positionner la boutique comme une référence incontournable de l'univers du luxe.

Blocs de compétences

RNCP41493BC01 — Etablir une relation client personnalisée pour stimuler l'acquisition et la fidélisation des clients

LISTE DE COMPÉTENCES

Développer une expertise du monde du luxe, de la marque, de ses produits, de sa politique RSE, en réalisant des analyses de marché approfondies et en participant à des formations spécialisées sur les dernières tendances éthiques, afin de concevoir des argumentaires de vente riches.

Déployer un argumentaire de vente riche et nourri de références culturelles, en contant l'histoire de la marque, en faisant revivre au client les temps forts de la Maison et en insistant sur son savoir-faire unique, afin de contribuer à faire de l'achat un moment exceptionnel et justifier le prix des produits.

Accueillir le client, en prenant contact de manière proactive et en interrogeant le CRM (base de données clientèle), afin d'anticiper ses besoins et de personnaliser l'expérience grâce à la connaissance de ses préférences d'achat.

Personnaliser le cérémonial de vente et l'accueil du client, en contribuant à créer autour de lui un univers inédit, en cultivant des relations privilégiées et personnalisées avec les very important customers (VIC) grâce à une connaissance approfondie de leurs préférences et des expériences sur-mesure, afin de lui garantir une expérience d'achat unique et inoubliable.

Conseiller le client, en découvrant le client et ses attentes, en tenant compte du profil international du client, en l'informant sur la circularité des produits, des possibilités de réparations, etc., afin de le guider et l'accompagner dans son parcours d'achat.

Mettre en œuvre les techniques de vente croisée (cross-selling) et vente additionnelle (up-selling) améliorées par l'intelligence artificielle, en suggérant subtilement l'achat de produits et/ou services complémentaires et/ou coordonnés, en tirant parti de l'IA pour émettre des recommandations prédictives et pour la prévisualisation immersive, afin d'augmenter le prix du panier moyen client.

Conclure la vente, en procédant avec soin à l'emballage et à la remise des produits au client, en réalisant l'encaissement des achats et en accompagnant le client jusqu'à sa sortie du magasin, afin de maintenir une excellence de service tout au long de sa visite.

Réaliser un plan d'action commerciale « Communication & Événementiel » dédié à la boutique, en organisant des animations en magasin, en mettant en place des campagnes de communication ciblées, en programmant l'envoi de communications multicanales régulières et d'offres personnalisées (ventes privées, avant-premières), ainsi qu'en organisant des événements privés (lancements de collection, cocktails...), afin de renforcer la fidélisation client, développer la fréquentation en point de vente et accroître les perspectives de chiffre d'affaires.

Assurer le suivi de la satisfaction client, en réalisant des enquêtes ou en recueillant les avis clients via des outils numériques (plateformes d'avis, formulaires en ligne, réseaux sociaux), en traitant de manière proactive les réclamations et demandes, et en exploitant l'intelligence artificielle pour analyser les retours clients à grande échelle,

afin de mettre en œuvre des actions correctives ciblées et améliorer en continu l'expérience client.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle : Etablissement d'une relation client personnalisée pour stimuler l'acquisition et la fidélisation des clients

RNCP41493BC02 — Piloter opérationnellement un espace de vente (boutique, corner ou showroom) dédié à une Maison de luxe

LISTE DE COMPÉTENCES

Rédiger le cérémonial de vente de la Maison, en l'adaptant aux spécificités du point de vente (boutique, corner ou showroom), en intégrant les standards de la marque en matière d'accueil, de langage et d'attitudes, et en s'appuyant sur l'observation des parcours clients réels pour ajuster chaque étape de l'expérience, afin d'orchestrer un accueil raffiné, cohérent et mémorable, à la hauteur des exigences du luxe.

Organiser l'accueil des clients, en assurant l'ouverture et la fermeture du point de vente, en accord avec la réglementation en vigueur, en prenant part à la rotation des équipes sur l'amplitude horaire convenue, en veillant à l'accessibilité du point de vente (signalétique, circulation, équipements adaptés), et en sensibilisant l'équipe aux bons réflexes d'accueil inclusif, afin de garantir un accueil irréprochable, respectueux et accessible à tous les profils de clientèle.

Gérer les mécontentements de la clientèle, en faisant preuve de réactivité, de calme, d'empathie, en étant à l'écoute, afin de trouver des solutions.

Garantir l'intégrité et la conformité des opérations du point de vente de luxe, en appliquant les dispositions du droit commercial et du droit du travail, afin de préserver la réputation de l'enseigne et d'assurer une continuité d'exploitation sans faille.

Veiller à l'excellente présentation du point de vente (boutique, corner ou showroom), en supervisant son entretien quotidien (propreté, rangement, aspect général) et en coordonnant les actions de maintenance, afin d'offrir un environnement irréprochable, en cohérence avec les standards esthétiques et l'image de la Maison.

Assurer la sécurité du point de vente (boutique, corner ou showroom), en appliquant les protocoles de sûreté définis par la Maison : accès, surveillance, gestion des flux, et en sensibilisant l'équipe aux procédures de prévention des risques, afin de garantir un environnement serein et sécurisé pour la clientèle, les collaborateurs et les produits de valeur.

Lutter contre la démarque inconnue, en contrôlant rigoureusement les réceptions de marchandises et en mettant en place un dispositif de surveillance adapté, incluant la formation des conseillers de vente par l'équipe de sécurité, et l'analyse régulière des zones à risque en point de vente, afin de prévenir les tentatives de vol et de sécuriser durablement les stocks.

Organiser l'inventaire au regard des directives de la direction administrative et financière, en mobilisant des moyens adaptés, en planifiant l'opération pendant les heures de fermeture ou en horaires décalés avec uniquement le staff présent, en s'appuyant sur un inventaire assisté par intelligence artificielle, afin de garantir une conformité optimale aux standards de présentation de la marque tout en minimisant l'impact sur l'expérience client.

Assurer le suivi des stocks, en analysant les ruptures et les surstocks, en s'appuyant sur des outils de reporting et d'alertes automatisées, afin d'optimiser la disponibilité produit et soutenir la performance commerciale.

Gérer les commandes et les réceptions, en établissant les commandes sur la base des ventes passées, des prévisions et du calendrier commercial, en contrôlant la conformité des livraisons (quantité, qualité) par rapport aux bons de commande, et en organisant un stockage logique et efficace en réserve, afin de garantir la disponibilité des produits en boutique et fluidifier les opérations de vente.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas : Pilotage opérationnel un espace de vente (boutique, corner ou showroom) dédié à une marque de luxe

RNCP41493BC03 — Manager une équipe multiculturelle de conseillers de vente

LISTE DE COMPÉTENCES

Accompagner l'intégration des nouveaux conseillers de vente au sein d'un point de vente de luxe, en participant activement au processus de recrutement inclusif (alternants, stagiaires, jeunes diplômés), en concevant et diffusant des supports pédagogiques sur-mesure (argumentaires types, modules produits/services) accessibles à tous, et en assurant un mentorat individualisé intégrant les spécificités liées au handicap, afin de transmettre l'excellence des codes du luxe et d'optimiser leur performance et leur autonomie dès la prise de poste.

Développer l'expertise des collaborateurs en vente au sein du point de vente, en dispensant des formations approfondies sur les techniques de vente performantes,

la sécurité numérique, les notions de marketing, la traçabilité (puce RFID) et la circularité, en transmettant des connaissances pointues sur les produits, l'héritage de la marque, de ses valeurs et du style de vie qu'elle représente, afin de garantir l'atteinte des objectifs commerciaux et de renforcer la réputation d'excellence de l'enseigne.

Coordonner l'activité des conseillers clientèle au sein d'un point de vente de luxe, en supervisant les plannings individuels et collectifs avec l'aide d'outils d'IA prédictive, en répartissant stratégiquement les tâches en fonction des forces de chacun et des opportunités détectées par l'analyse des données clients, et en fédérant les collaborateurs autour d'objectifs d'excellence et d'une vision de service client augmentée par l'IA, afin de maintenir un niveau élevé de motivation et d'atteindre les objectifs commerciaux tout en sublimant l'expérience client.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle : Management d'une équipe multiculturelle de conseillers de vente

RNCP41493BC04 — Piloter et développer la stratégie commerciale et la réputation d'un point de vente de luxe

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser les tendances stratégiques du marché du luxe, en mettant en œuvre une veille concurrentielle et sectorielle proactive via des outils digitaux spécialisés, en participant à des événements clés de l'industrie (salons, conférences), et en exploitant des rapports d'analyse de données (BI, IA), afin de détecter les opportunités d'innovation, d'anticiper les évolutions des attentes clients et d'adapter la stratégie commerciale du point de vente pour maintenir son positionnement d'excellence.

Déployer stratégiquement les orientations définies par les équipes marketing, en communiquant de manière transparente et régulière les projets de la Maison et les actualités clés (lancements de collections exclusives, ouvertures de points de vente emblématiques, partenariats stratégiques) via des plateformes collaboratives, en ajustant l'activité du point de vente en temps réel sur la base de l'analyse des KPI prioritaires et des prédictions générées par l'IA, et en sensibilisant les équipes à l'impact de leurs actions sur les indicateurs de performance, afin de garantir l'alignement parfait de la politique commerciale avec les objectifs stratégiques de la marque à l'échelle nationale et internationale et d'optimiser la rentabilité.

Prendre ou participer aux décisions stratégiques concernant l'ensemble des paramètres touchant au point de vente de luxe, en utilisant les résultats de la veille grâce à des outils de Business Intelligence, et en collaborant étroitement avec les équipes marketing, supply chain et design pour assurer une cohérence globale avec l'ADN de la Maison, afin de maximiser la rentabilité de l'espace de vente tout en consolidant l'image de marque et en optimisant l'expérience client d'exception.

Organiser des événements exclusifs mais accessibles aux personnes en situation de handicap en point de vente, en exploitant des solutions d'IA pour personnaliser les invitations et anticiper les préférences des participants, en collaborant avec des partenaires spécialisés dans l'accessibilité pour garantir une expérience inclusive pour tous les invités, et en mobilisant les équipes internes et externes autour d'un concept événementiel innovant et mémorable, afin de renforcer l'attachement à la marque, d'accroître les ventes et de positionner la boutique comme un lieu d'exception.

Développer l'influence et le rayonnement du point de vente de luxe, en incarnant l'image d'excellence de la Maison auprès des clients, des partenaires stratégiques locaux et des autorités, en élaborant et en déployant des initiatives de promotion ciblées valorisant l'ADN de la marque, et en entretenant un réseau d'acteurs clés pour maximiser les opportunités de visibilité et de collaboration, en devenant Ambassadeur de la Maison, afin de consolider la réputation de la boutique, d'attirer une clientèle qualifiée et de positionner la boutique comme une référence incontournable de l'univers du luxe.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas : Élaboration d'un plan stratégique de développement commercial

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Responsable retail dans le secteur du luxe exerce principalement au sein d'entreprises positionnées sur les segments haut de gamme ou premium : maisons de luxe historiques, groupes internationaux du secteur (mode, maroquinerie, horlogerie, joaillerie, cosmétiques de prestige), ou encore marques émergentes en forte croissance.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Responsable commercial / Responsable des ventes
Responsable de boutique / Responsable Retail / Retail manager
Responsable Corner / Corner Manager
Conseiller(ère) de vente luxe / Sales Associate

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)	2 825 €
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) R3X80 — Maîtrise des magasins · tension 2/5 (Faible) 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) R4X92 — Cadres du management des magasins · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	17 181
Jugés difficiles à recruter	31 %
Emplois saisonniers	10 %
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux R3X80 — Maîtrise des magasins R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique R4X92 — Cadres du management des magasins

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION
Etre titulaire d'un titre de niveau 5 (exemple : BTS, DUT) ou équivalent dans les domaines du marketing, de la communication, du commerce et/ou de la mode ou d'un titre de niveau 6 ou équivalent dans les domaines des arts, des sciences sociales ou des langues.
Maîtriser la pratique courante du Français et de l'Anglais.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE
Le jury est composé de 5 membres dont 60% de représentants extérieurs à l'organisme certification, soit :
3 professionnels non intervenants dans l'établissement,
2 représentants du certificateur.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, VAE
Le jury est composé de 5 membres dont 60% de représentants extérieurs à l'organisme certification, soit :
3 professionnels non intervenants dans l'établissement,
2 représentants du certificateur.

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	7 605 €
Selon la branche	7 000 € – 8 055 €
Prise en charge	Branches concernées
7 605 €	Valeur par défaut · 209 branches
7 604 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
8 055 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
7 000 €	CPNE Branche Caoutchouc

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
2023	9	0	100 %	71 %
2022	15	1	90 %	62 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP35268

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF
Bachelor Retail dans le Luxe - EIML

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/41493/>

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	7
Organismes gestionnaires (CFA)	7
Organismes formateurs	7
Régions couvertes	7

Départements couverts	7
Organismes certifiés Qualiopi	7
Sessions	de 09/2024 à 09/2029

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