

Responsable commerce retail

RNCP41712 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312
Formacode(s)	34037, 34559, 34587, 34588
Code(s) ROME	D1301, D1502, D1503, D1509
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	27/11/2025
Date d'échéance	27/11/2028

Certificateur(s)

ASCENCIA PARIS LA DEFENSE · SIRET : 50123141900034

Partenaires habilités

14 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 14 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ASCENCIA EVRY	49478955500013	Former et organiser l'évaluation
ASCENCIA MARNE LA VALLEE	50081928900017	Former et organiser l'évaluation
ASCENCIA SAINT QUENTIN EN YVELINES	50096054700015	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION DE GESTION DE L'ECOLE SUPERIEURE DES SERVICES	80760437600028	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION ECEMA - ECOLE EUROPEENNE DE MANAGEMENT EN ALTERNANCE	53835166900030	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION ECEMA - ECOLE EUROPEENNE DE MANAGEMENT EN ALTERNANCE	53835166900063	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION ECEMA - ECOLE EUROPEENNE DE MANAGEMENT EN ALTERNANCE	53835166900071	Former et organiser l'évaluation
COLLEGE DE PARIS-ECOLE CONTE	39900280700036	Former et organiser l'évaluation
ECEMA	91819092700023	Former et organiser l'évaluation
ECEMA	91819092700056	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 14 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp41712-responsable-commerce-retail/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le commerce retail en France se transforme fortement sous l'effet de la digitalisation, de l'omnicanal et de l'expérience immersive (réalité augmentée, dispositifs phygitaux). Les consommateurs recherchent désormais la continuité entre parcours en ligne et en magasin, ainsi que des engagements durables et responsables. Parallèlement, le vieillissement accéléré de la population impose de repenser les offres et les modes de relation client. Cette évolution démographique conduit les enseignes à développer des stratégies inclusives et adaptées, favorisant l'accessibilité universelle, le conseil personnalisé et le maintien du lien social, notamment à travers le rôle clé des points de vente physiques. Ainsi, le commerce retail doit conjuguer innovation technologique et humanité pour répondre aux attentes spécifiques des publics seniors tout en restant attractif pour l'ensemble des consommateurs. Le Responsable commerce retail pilote une ou plusieurs unités commerciales au sein d'un écosystème local dynamique, digitalisé et omnicanal. Son rôle central s'articule autour de quatre domaines clés : performance commerciale, excellence opérationnelle, expérience client et management d'équipe.

ACTIVITÉS VISÉES

Elaboration de la politique commerciale et omnicanale d'un point de vente, d'une zone, d'une unité commerciale dans son écosystème local.

Gestion opérationnelle des procédures internes et des activités commerciales, administratives et réglementaire de l'unité commerciale.

Sécurisation des biens, des personnes et des données au sein d'une unité commerciale.

Contrôle budgétaire et sécurisation des opérations financières de l'unité commerciale.

Gestion durable de la chaîne d'approvisionnement et de la logistique commerciale.

Structuration du plan d'animations commerciales omnicanal et du marketing opérationnel d'une unité.

Modélisation et déploiement de l'expérience client omnicanale et immersive.

Gestion des temps forts commerciaux et des leviers de fidélisation omnicanale.

Animation de l'expérience client omnicanale et de la relation commerciale personnalisée.

Organisation de l'équipe de vente et gestion administrative du personnel.

Management opérationnel de l'équipe de vente au service de la performance collective.

Maintien et développement des compétences des collaborateurs d'une surface de vente.

Animation de la communication interne et des relations externes.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Positionner l'offre de l'unité commerciale dans son écosystème local.

Décliner les orientations stratégiques de l'unité commerciale en un plan d'actions opérationnel multicanal.

Structurer les activités relatives à la gestion des processus et à l'organisation du magasin.

Organiser le point de vente en supervisant le merchandising traditionnel (linéaires, rayons, têtes de gondole, vitrines) et expérientiel (virtuel, scénographies immersives).

Assurer la conformité des obligations commerciales, environnementales, administratives et réglementaires de l'unité commerciale en responsabilité.

Encadrer l'ouverture et la fermeture de l'unité commerciale.

Mettre en œuvre une politique de prévention, de sécurité et de qualité de vie au travail (QVCT).

Encadrer les usages de l'équipe de vente en matière de technologie de l'information et de gestion de la data client.

Participer à l'élaboration du budget prévisionnel annuel de l'unité commerciale.

Superviser les flux de trésorerie quotidiens de l'unité commerciale.

Assurer la conformité comptable et le suivi des obligations fiscales et sociales.?

Organiser le contrôle des stocks et les inventaires.

Superviser le processus de commande et de réassort.

Traiter les litiges fournisseurs/ transporteurs.

Modéliser le plan d'animations commerciales et événementiel multicanal (physique, digital, phygital).

Définir les objectifs globaux et intermédiaires du plan d'actions.

Coconstruire le plan marketing du point de vente (POP marketing) inhérent au plan d'actions et nécessaire à la promotion des ventes.

Matérialiser le cycle de l'expérience client.

Concevoir des expériences clients innovantes et immersives adaptées à l'unité commerciale.

Accompagner son équipe terrain dans l'adoption d'une approche client centrée sur l'individu.

- Préparer les événements commerciaux planifiés (soldes, temps forts, promotions, animations).
- Coordonner la diffusion des informations et documents essentiels aux événements.
- Développer une relation client omnicanale durable.
- Assurer une coordination fluide et personnalisée de l'accueil et de la prise en charge des clients (physiques, digitaux, en situation de handicap).
- Mener des ventes-conseils des produits et services spécialisés ou complexes.
- Prendre en charge les litiges complexes.
- Analyser en continu les indicateurs de satisfaction client.
- Planifier les ressources humaines de l'équipe de vente.
- Recruter et intégrer de nouveaux collaborateurs.
- Assurer le respect des obligations administratives et réglementaires liées à la gestion du personnel.
- Identifier les signaux de mal-être, de surcharge ou de désengagement au sein de l'équipe.
- Animer son équipe de vente.
- Ajuster les objectifs individuels.
- Construire le plan de suivi de la performance des actions commerciales.
- Prévenir et gérer les conflits internes ou externes.
- Conduire différentes formes d'entretiens d'évaluation.
- Définir un plan d'actions de maintien et le développement des compétences.
- Animer des formations internes.
- Communiquer avec les parties prenantes internes (équipe commerciale, hiérarchie, services transversaux).
- Ritualiser les temps d'échanges avec son équipe (brief, réunion, check point, etc.).
- Représenter son unité commerciale dans son écosystème local.

Blocs de compétences

RNCP41712BC01 — Organiser de manière stratégique et opérationnelle une unité commerciale dans son écosystème local

LISTE DE COMPÉTENCES

Positionner l'offre de l'unité commerciale dans son écosystème local, en mobilisant les données internes et les résultats d'une veille concurrentielle structurée (classique et digitale), régulièrement actualisée, incluant l'analyse de la zone de chalandise, afin d'identifier les facteurs de différenciation et de valorisation au regard de la concurrence.

Décliner les orientations stratégiques de l'unité commerciale en un plan d'actions opérationnel multicanal, en intégrant des actions ponctuelles et saisonnières, en définissant des objectifs intermédiaires économiques, relationnels et durables, afin d'organiser la feuille de route générale des activités à mener et d'en assurer le déploiement auprès des équipes de vente.

Structurer les activités relatives à la gestion des processus et à l'organisation du magasin, en s'assurant de leur conformité aux procédures de l'entreprise et aux standards de qualité du secteur et aux exigences environnementales, sociales (inclusion, égalité), et RSE, afin de piloter l'unité commerciale en conformité avec la politique générale de l'entreprise dans le domaine.

Organiser le point de vente en supervisant le merchandising traditionnel (linéaires, rayons, têtes de gondole, vitrines) et expérientiel (virtuel, scénographies immersives), en veillant à la bonne tenue du magasin (l'agencement, à la signalétique, à la propreté) et à l'accessibilité physique, sensorielle et cognitive des espaces et de l'offre pour les personnes en situation de handicap, afin de favoriser une expérience client optimale et assurer le bon fonctionnement quotidien de la surface de vente.

Assurer la conformité des obligations commerciales, environnementales, administratives et réglementaires de l'unité commerciale en responsabilité, en respectant le cadre légal en vigueur qui régit l'activité, en tenant à jour les registres obligatoires et en signalant toute non-conformité aux responsables afin de garantir le maintien des activités du point de vente.

Encadrer l'ouverture et la fermeture de l'unité commerciale en appliquant et en faisant respecter les consignes de sécurité, y compris en cas de délégation, en exprimant lisiblement les risques en cas de manquement (humains, financiers, opérationnels, légaux) afin de garantir la sécurité des biens et des personnes et les engagements auprès des acteurs de l'écosystème.

Mettre en œuvre une politique de prévention, de sécurité et de qualité de vie au travail (QVCT), en identifiant et évaluant les risques et les besoins en formation / sensibilisation des collaborateurs à des comportements

responsables et bienveillants, en favorisant les conditions de travail favorables à l'équilibre physique, mental et émotionnel des collaborateurs, y compris en situation de handicap, afin de promouvoir un environnement de travail durable, inclusif et épanouissant.

Encadrer les usages de l'équipe de vente en matière de technologie de l'information et de gestion de la data client, en veillant à la conformité des procédures, à l'usage responsable du matériel, à la sensibilisation aux risques numériques et à l'application des règles de cybersécurité afin de sécuriser le patrimoine immatériel de l'entreprise et préserver son image de marque vis-à-vis de ses clients.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratique portant sur l'organisation stratégique et opérationnelle de l'unité commerciale dans son écosystème local - Mise en situation professionnelle – rendu de livrables et présentation orale devant jury.

RNCP41712BC02 — Piloter des aspects financiers, logistiques et commerciaux d'une unité ou d'un point de vente

LISTE DE COMPÉTENCES

Participer à l'élaboration du budget prévisionnel annuel de l'unité commerciale, en collaborant avec la hiérarchie et/ou le contrôleur de gestion pour recueillir et structurer les données disponibles, afin d'anticiper les besoins, optimiser les moyens et contribuer à la maîtrise de la performance économique de l'unité.

Superviser les flux de trésorerie quotidiens de l'unité commerciale, en contrôlant l'ensemble des opérations financières liées aux transactions en caisse, afin de sécuriser les encaissements, prévenir les erreurs ou les fraudes internes, et garantir une gestion transparente des flux financiers du site.

Assurer la conformité comptable et le suivi des obligations fiscales et sociales en collaborant avec l'expert-comptable, en transmettant les documents requis dans les délais et en facilitant les échanges, afin de garantir une gestion financière rigoureuse et fiable, conforme aux exigences réglementaires.?

Organiser le contrôle des stocks et les inventaires en mobilisant les ressources humaines et technologiques prédictives, en planifiant les étapes clés et les activités inhérentes, en contrôlant les résultats, afin de dresser un état précis (physique et financier), des actifs et passifs du point de vente, tout en garantissant l'approvisionnement et le réassortiment.

Superviser le processus de commande et de réassort en réalisant les demandes auprès des fournisseurs et/ou de la centrale d'achat, en contrôlant la conformité à la réception, la traçabilité des produits et les procédures sanitaires, afin d'optimiser la rotation des marchandises, d'éviter les surstocks ou les ruptures et d'assurer une logistique durable.

Traiter les litiges fournisseurs/ transporteurs, en analysant les écarts ou dysfonctionnements, en mobilisant les conditions générales de vente, les techniques de négociation et de médiation, afin de sécuriser la fin du processus de commande dans le respect des objectifs commerciaux, contractuels et environnementaux.

Modéliser le plan d'animations commerciales et événementiel multicanal (physique, digital, phygital), sous la forme d'une feuille de route, en prenant appui sur les orientations stratégiques déterminées en amont, en tenant compte du calendrier annuel et de la saisonnalité de l'activité afin de retranscrire opérationnellement les activités auprès de la force de vente.

Définir les objectifs globaux et intermédiaires du plan d'actions en utilisant une méthode structurée afin de confronter le plan d'animations commerciales et événementiel aux capacités de l'unité commerciale, tant matérielles, humaines que financières et ajuster - le cas échéant - les moyens en collaboration avec les fonctions supports ou le Top management.

Coconstruire le plan marketing du point de vente (POP marketing) inhérent au plan d'actions et nécessaire à la promotion des ventes, en collaboration avec les experts marketing internes ou externes, en intégrant les outils digitaux, les animations immersives (réalité augmentée, réalité virtuelle) et les exigences d'accessibilité en vigueur, pour maximiser la visibilité et l'impact auprès des clients physiques et digitaux.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratique portant sur le pilotage fonctionnel des aspects financiers, logistiques et commerciaux d'une unité ou d'un point de vente - Mise en situation professionnelle – rendu de livrables et présentation orale devant jury.

RNCP41712BC03 — Piloter l'expérience client omnicanale et l'animation de la relation commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

Matérialiser le cycle de l'expérience client en réalisant le « mapping client » de l'unité commerciale à partir des données issues d'une veille, des retours terrain et des comportements omnicanaux (consultations sur sites, réseaux sociaux, interactions digitales), afin de piloter une démarche « lean customer » favorisant un parcours d'achat fluide entre les univers numériques et physiques.

Concevoir des expériences clients innovantes et immersives adaptées à l'unité commerciale, intégrant cérémoniaux clients, théâtralisation et scénarisation, en mobilisant le design thinking et une posture émotionnelle, en adoptant une approche et une posture émotionnelle, pour créer un parcours shopping unique et porteur de valeurs.

En tant que manager facilitateur, accompagner son équipe terrain dans l'adoption d'une approche client centrée sur l'individu en aidant les vendeurs à identifier les besoins opérationnels et les attentes relationnelles afin d'ajuster les solutions proposées, les offres mises en avant et la posture / le discours adopté.e lors de l'échange.

Préparer les événements commerciaux planifiés (soldes, temps forts, promotions, animations) en identifiant les besoins logistiques, humains, matériels, digitaux et - le cas échéant partenariaux - en intégrant des critères de durabilité et d'accessibilité afin d'assurer une coordination fluide en amont, en cohérence avec l'image de l'enseigne, les objectifs commerciaux, la stratégie RSE.

Coordonner la diffusion des informations et documents essentiels aux événements, mobilisant activement les parties prenantes concernées (force de vente, partenaires, ...) afin d'instaurer une dynamique collective et garantir un déploiement fluide et performant.

Développer une relation client omnicanale durable, en véhiculant les valeurs et engagements sociétaux de l'enseigne à travers des dispositifs de fidélisation innovants et un storytelling adapté, pour garantir une expérience client cohérente sur l'ensemble des canaux et répondre aux attentes émotionnelles et responsables des clients.?

Assurer une coordination fluide et personnalisée de l'accueil et de la prise en charge des clients (physiques, digitaux, en situation de handicap), en français et/ou en anglais, en optimisant le parcours client au sein de l'unité commerciale pour renforcer l'engagement, améliorer l'expérience omnicanale et maximiser la conversion des visites en achats.

Mener des ventes-conseils des produits et services spécialisés ou complexes, en français et/ou en anglais, dans un environnement omnicanal, en mobilisant les méthodes d'écoute active et d'expertise technique, en identifiant les hésitations du client et en développant un argumentaire adapté afin d'apporter une réponse commerciale personnalisée au client physique, digital et en situation de handicap.

Prendre en charge les litiges complexes en mobilisant des techniques de médiation, y compris en ligne (de manière direct ou indirect), de gestion de conflit, en recherchant des issues consensuelles afin préserver la qualité de la relation client et l'image de l'enseigne / de la marque.

Analyser en continu les indicateurs de satisfaction client à partir de tableaux de bord enrichis par les données issues d'outils digitaux (enquêtes, réseaux sociaux, plateformes d'avis), afin de piloter de manière proactive des actions d'amélioration de la relation client et d'animer une communauté digitale engagée.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratique portant sur le pilotage de l'expérience client omnicanale, de l'animation commerciale et de la relation client - Mise en situation professionnelle – rendu de livrables et présentation orale devant jury.

RNCP41712BC04 — Manager l'unité commerciale et l'équipe de vente en environnement omnicanal

LISTE DE COMPÉTENCES

Dans le respect du cadre légal en vigueur, planifier les ressources humaines de l'équipe de vente à l'aide d'outils informatiques à disposition, en tenant compte des besoins inhérents à l'activité, aux périodicités et aux compétences déjà disponibles dans l'unité afin d'assurer la continuité de l'activité commerciale.

Recruter et intégrer de nouveaux collaborateurs en identifiant les compétences commerciales et les soft skills requis, dans le respect de la législation sociale en vigueur et les principes d'égalité, d'inclusion et d'accessibilité, afin de renforcer l'équipe de vente avec des profils adaptés aux enjeux omnicanaux.

Assurer le respect des obligations administratives et réglementaires liées à la gestion du personnel en collaborant avec les RH ou des experts externes et en assurant une veille juridique afin de sécuriser les pratiques de l'unité commerciale et l'accompagnement des collaborateurs, notamment en situation de handicap.

Identifier les signaux de mal-être, de surcharge ou de désengagement au sein de l'équipe, en adoptant une posture d'écoute managériale et en relayant si nécessaire les alertes aux fonctions RH, afin de contribuer activement à la qualité de vie au travail (QVCT), à la prévention des risques psychosociaux et à la préservation de la santé mentale.

Animer son équipe de vente en mobilisant des outils collaboratifs, et digitaux en expliquant les missions et rôles de chacun, en diffusant les valeurs de l'enseigne / de la marque et la culture client phygitale pour structurer la communication interne, organiser le travail collectif et fédérer les générations autour des objectifs individuels et collectifs, en encourageant l'implication de chacun.

Ajuster les objectifs individuels en intégrant à sa réflexion les diversités de parcours des collaborateurs et les situations de handicap afin d'accompagner tous les membres du collectif à la réussite et l'adaptation des moyens le cas échéant.

Construire le plan de suivi de la performance des actions commerciales en sélectionnant les indicateurs et ratios

inhérents aux activités / actions / évènements, en utilisant des outils de reporting et de Business Intelligence pour piloter l'activité, mesurer les résultats et partager les analyses avec les équipes et les parties prenantes.

Prévenir et gérer les conflits internes ou externes, en instaurant un climat de confiance et de médiation au sein de l'équipe, en mobilisant l'écoute active et des postures managériales adaptées, afin de maintenir la cohésion et la qualité des relations interpersonnelles dans l'unité commerciale.

Conduire différentes formes d'entretiens d'évaluation en utilisant / actualisant les documents normalisés internes, en respectant les principes de l'égalité entre les femmes et les hommes et le cadre légal qui les régit afin de détecter de nouveaux potentiels, des besoins en compétences de son équipe et ajuster les ressources si nécessaires.

Définir un plan d'actions de maintien et le développement des compétences, en collaboration avec le service Ressources Humaines, en intégrant des dispositifs de formation adaptés aux évolutions du secteur et aux obligations légales en vigueur afin d'accompagner la professionnalisation de chaque collaborateur.

Animer des formations internes avec des outils et supports adaptés à tous les profils de collaborateurs, en veillant aux adaptations pour les collaborateurs en situation de handicap, afin de pérenniser l'efficacité commerciale et accompagner la montée ou le maintien en compétences de son équipe de vente.

Communiquer avec les parties prenantes internes (équipe commerciale, hiérarchie, services transversaux) en mobilisant les outils numériques appropriés et en produisant des messages oraux ou écrits, ascendants ou descendants, selon les codes de la communication professionnelle, afin d'assurer une circulation efficace de l'information, de renforcer l'engagement de l'équipe et de garantir la représentativité de l'unité commerciale en interne.

Ritualiser les temps d'échanges avec son équipe (brief, réunion, check point, etc.) en adaptant la temporalité, la durée, la forme et les moyens des rencontres à la situation et au message afin de cadrer les activités de l'équipe en responsabilité et de créer un climat favorable aux partages, à l'innovation et à la créativité, en mettant en œuvre les adaptations nécessaires aux collaborateurs en situation de handicap.

Représenter son unité commerciale dans son écosystème local, en contribuant à des instances internes ou externes (réunions interservices, fédérations de commerçants, événements institutionnels), en intégrant une démarche de responsabilité sociétale (RSE), d'inclusion et de valorisation des actions locales en faveur du handicap afin de développer la notoriété de l'enseigne, nouer des partenariats, et ancrer l'unité commerciale dans une dynamique territoriale durable.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratique portant sur le management de l'unité commerciale et de l'équipe de vente en environnement omnicanal
- Mise en situation professionnelle – rendu de livrables et présentation orale devant jury.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Responsable commerce retail exerce son activité dans tous les secteurs marchands qui impliquent une commercialisation en point de vente physique : commerces de détail spécialisés ou généralistes, enseignes de la grande distribution, corners ou boutiques mono-marques, pop-up stores, etc. Il peut intervenir dans des contextes variés, du commerce de proximité à la grande surface, en passant par les formats hybrides.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Adjoint de direction / Assistant Manager
- Manager commercial
- Responsable de point de vente / Responsable de magasin
- Responsable / Chef de rayon, d'univers
- Store manager / Responsable de corner
- Team leader (dans les secteurs d'activités de l'habillement et des équipementiers sportifs)

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

L'accès au métier de Responsable commerce retail ne fait pas l'objet d'une réglementation spécifique imposant une qualification obligatoire ou une certification réglementée. Cependant, plusieurs cadres réglementaires transversaux ont une incidence directe sur les activités et responsabilités du Responsable commerce retail, tels que la réglementation du Code du commerce, du Code de la consommation et du Code du travail et doivent impérativement être assimilés dans l'exercice professionnel.

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Faible (2/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 1 à 2 sur 5.
Facteurs principaux	Intensité d'embauche, Manque de main-d'œuvre disponible, Conditions de travail contraignantes
Salaire médian (mensuel)	2 120 €
Familles professionnelles (FAP)	R3X80 — Maîtrise des magasins · tension 2/5 (Faible) R4X92 — Cadres du management des magasins · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	5 719
Jugés difficiles à recruter	33 %
Emplois saisonniers	19 %
Familles professionnelles (FAP)	R3X80 — Maîtrise des magasins R4X92 — Cadres du management des magasins

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Baccalauréat (toutes filières) ou un niveau 4 dans les domaines du commercial / vente / marketing / communication.

Le candidat de niveau 5 peut s'inscrire directement à la préparation en 3ème année.

Le candidat non titulaire d'un diplôme ou titre susmentionné, mais justifiant de plus de 3 années d'expériences dans le domaine commercial, ventes peut être admis à intégrer la formation (dossier de candidature et entretien de positionnement).

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

Avoir suivi au moins 80% de la formation de chaque bloc.

Avoir participé à l'ensemble des épreuves certificatives en ayant rendu les livrables écrits chaque fois que nécessaire à l'organisme de formation dans les délais impartis.

Avoir réalisé une immersion professionnelle d'une durée minimale de 40 jours (sur une année) dans une fonction en lien direct avec les missions du Responsable commerce retail.

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

Le jury de délivrance est composé de 3 membres du jury n'ayant pas de lien personnel ou professionnel avec le candidat évalué dont :

- un intervenant spécialisé dans le domaine de commerce retail, n'ayant pas formé le candidat,
- deux professionnels externes au certificateur justifiant au moins 3 ans d'expérience en lien avec la certification visée.

Le Président du jury est externe.

COMPOSITION DU JURY — VAE

Le jury de délivrance est composé de 3 membres du jury n'ayant pas de lien personnel ou professionnel avec le candidat évalué dont :

- un intervenant spécialisé dans le domaine de commerce retail, n'ayant pas formé le candidat,
- deux professionnels externes au certificateur justifiant au moins 3 ans d'expérience en lien avec la certification visée.

Le Président du jury est externe. Le jury est composé de façon à concourir à une représentation équilibrée des hommes et des femmes

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	8 692 €
Selon la branche	6 000 € – 10 683 €
Prise en charge	Branches concernées
8 692 €	Valeur par défaut · 189 branches
10 683 €	CPNE Entreprises des activités du déchet et de la propreté urbaine, CPNE Travail Temporaire, CPNEF des Espaces de Loisirs, d'Attractions et Culturels (ELAC), CPNEFP commerces quincaillerie, CPNEFP de la blanchisserie, laverie, location de linge, nettoyage à sec, pressing et teinturerie
8 697 €	CPNE de la branche de la Distribution Directe, CPNEF de l'Exploitation cinématographique et de la Distribution de films, CPNEF du golf, CPNEFP hôtellerie de plein air
9 420 €	CPNE des Vins et Spiritueux, CPNEFP de la Branche des Caisses régionales de Crédit Agricole et autres organismes, CPNEFP des entreprises d'expédition et d'exportation de fruits et légumes
7 923 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
10 140 €	CPNEFP de l'enseignement privé indépendant
8 285 €	CPNEFP Commerce à distance
8 157 €	CPNEFP Coopératives de consommateurs
8 134 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie
8 057 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
8 036 €	CPNE FP Branche des magasins du Bricolage
7 528 €	CPNEFP Branche du Commerce de Détail Non Alimentaire
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
6 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date de décision	27/11/2025
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	27/11/2028
Date de dernière délivrance possible	27/11/2032

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2023	184	0	86 %	40 %
2022	182	0	97 %	58 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP37787

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)
RNCP37787, RNCP39395, RNCP40675

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)
<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/41712/>

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	5
Organismes gestionnaires (CFA)	5
Organismes formateurs	5
Régions couvertes	2
Départements couverts	5
Organismes certifiés Qualiopi	5
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).