

Manager de business unit

RNCP41774 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	310
Formacode(s)	32024
Code(s) ROME	M1302, D1406, H2502, K1403, G1403
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	18/12/2025
Date d'échéance	18/12/2028

Certificateur(s)

GROUPE RENNES SCHOOL OF BUSINESS · SIRET : 37832751400014

Partenaires habilités

1 organisme habilité, d'après la liste publiée par France compétences : 1 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
KOEVOLIS	94455201700021	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Dans un contexte de transformations économiques, sociales et technologiques majeures (numérisation, transition écologique, nouvelles formes d'organisation du travail, etc.), le rôle du manager de business unit évolue en profondeur : il est à la fois acteur stratégique de terrain, leader d'équipe et gestionnaire économique.

Cette certification vise à former des professionnels capables de :

- piloter une activité économique de manière autonome,
- encadrer des équipes pluridisciplinaires,
- déployer les orientations stratégiques de l'organisation sur le terrain,
- intégrer la responsabilité sociétale et le management éthique dans la gestion quotidienne.

Elle répond aux besoins actuels des entreprises confrontées à des transformations structurelles majeures : complexification des organisations, exigences accrues de performance, responsabilité sociétale des entreprises avec un volet santé mentale pour les collaborateurs et le manager, développement de l'IA dans les pratiques professionnelles et renforcement des compétences de management d'équipe et RH.

ACTIVITÉS VISÉES

Réalisation d'un diagnostic stratégique

Définition des orientations stratégiques de la Business Unit

Formalisation du plan de développement opérationnel

Préparation du projet

Conduite du projet

Définition de la stratégie marketing digital et commerciale

Mise en œuvre et pilotage de la performance

Définition du budget de l'unité

Suivi de la performance financière

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Analyser l'environnement externe de la Business Unit, en mobilisant des outils stratégiques (PESTEL, 5 forces de Porter, veille concurrentielle, analyse sectorielle), afin d'identifier les opportunités, les menaces et les tendances impactant le positionnement et la compétitivité de l'unité.

Évaluer les ressources et compétences internes de la Business Unit, en utilisant des outils d'analyse (SWOT, VRIO, cartographie des ressources, analyse des processus et de la chaîne de valeur), afin de mettre en évidence les forces, faiblesses et leviers d'amélioration de l'organisation.

Définir une proposition de valeur différenciante pour la Business Unit, en s'appuyant sur le diagnostic stratégique et les attentes des clients, afin de préciser le positionnement et les avantages compétitifs de l'unité.

Fixer des objectifs stratégiques pour la Business Unit, en intégrant les enjeux de RSE, d'innovation et de transformation digitale, afin d'assurer la durabilité, la responsabilité sociétale et l'adaptation de l'unité aux évolutions de son environnement.

Concevoir un plan de développement opérationnel, en élaborant un plan d'actions détaillé (objectifs, moyens, échéances, responsabilités) et en allouant les ressources budgétaires nécessaires, afin de traduire les orientations stratégiques en actions concrètes et pilotables.

Mettre en place un dispositif de pilotage de la stratégie, en définissant des indicateurs clés de performance (KPI), en construisant des tableaux de bord et en instaurant un suivi régulier, afin de mesurer l'atteinte des objectifs, d'anticiper les écarts et d'ajuster la stratégie si nécessaire.

Définir la raison d'être, les enjeux et les objectifs d'un projet, en s'appuyant sur un diagnostic stratégique et en mobilisant les parties prenantes, afin d'assurer la cohérence du projet avec la stratégie globale de l'organisation et de répondre aux besoins opérationnels de la Business Unit.

Déterminer le périmètre, le budget, les ressources humaines et le calendrier d'un projet, en utilisant des outils de planification et de gestion budgétaire (RACI, Gantt, prévisionnel), afin de garantir la faisabilité et la viabilité économique du projet dans la Business Unit.

Adapter une méthodologie de gestion de projet (classique, agile, hybride) en fonction de la composition de l'équipe, des contraintes et des objectifs, afin d'optimiser l'organisation, la réactivité et la réussite du projet pour la Business Unit.

Piloter l'équipe projet et accompagner le changement, en mobilisant des outils de suivi d'avancement, de communication et de gestion des ressources humaines, afin de fédérer les collaborateurs, sécuriser la mise en œuvre et atteindre les résultats attendus pour la Business Unit.

Clôturer un projet et formaliser son bilan, en analysant les écarts entre prévisions et réalisations et en capitalisant les enseignements, afin d'améliorer les pratiques de gestion de projet et de renforcer la performance future de la Business Unit.

Diagnostiquer l'environnement, le marché et les prospects de la Business Unit, en mobilisant des outils d'analyse marketing et digitale (veille marché, segmentation, SEO/SEA, analytics, études de comportements d'achat), afin d'identifier les opportunités, anticiper les évolutions et orienter la stratégie marketing et commerciale.

Concevoir une proposition de valeur et un parcours client, en intégrant l'inbound marketing, le content marketing, le mix 10P et des tunnels de vente automatisés, afin de construire une expérience client cohérente, différenciante et génératrice de performance commerciale pour la Business Unit.

Déployer un plan d'acquisition et de fidélisation, en combinant les leviers digitaux (SEO, SEA, réseaux sociaux, emailing, CRM, automation, IA) et les actions offline, afin d'augmenter la notoriété, générer des leads qualifiés et fidéliser les clients de la Business Unit.

Suivre la performance marketing et commerciale, en définissant, mesurant et reportant des indicateurs clés (CAC, LTV, taux de conversion, engagement, taux de rétention, tableaux de bord BI), afin de disposer d'une vision fiable de la rentabilité et d'éclairer les décisions stratégiques de la Business Unit.

Optimiser la performance marketing et commerciale, en exploitant les données issues des indicateurs et en mobilisant des méthodes d'amélioration continue (A/B tests, analytics avancés, IA prédictive, ajustement des campagnes et du parcours client), afin d'accroître la compétitivité, la satisfaction client et la croissance de la Business Unit.

Élaborer un budget prévisionnel pour la Business Unit, en collectant et en analysant les documents comptables et financiers (bilans, comptes de résultat, flux de trésorerie, stocks, immobilisations) et en mobilisant des outils de calcul (ratios de rentabilité, seuil de rentabilité, autofinancement, FR/BFR), afin de prévoir les besoins financiers et d'assurer

la viabilité économique de l'unité.

Estimer les besoins de financement et hiérarchiser les investissements, en utilisant des outils d'analyse financière et de rentabilité (cash-flow, VAN, TRI, ROI), afin d'orienter les décisions d'arbitrage et de soutenir le développement stratégique de la Business Unit.

Suivre la performance financière de la Business Unit, en construisant et en alimentant des tableaux de bord financiers intégrant ratios et indicateurs clés (marges, rentabilité, trésorerie, rotation des stocks), afin de disposer d'une vision claire et actualisée de la situation économique et d'appuyer les prises de décision.

Analyser les écarts entre prévisions et résultats financiers, en mobilisant des outils de contrôle de gestion (analyse des coûts, marges, trésorerie, indicateurs de rentabilité, reporting comparatif), afin d'identifier les causes des écarts et d'évaluer leur impact sur la performance économique de la Business Unit.

Proposer et justifier des mesures correctives adaptées, en s'appuyant sur les analyses réalisées et en mobilisant des leviers financiers et opérationnels (réduction des coûts, ajustement des prix, optimisation du BFR, négociation fournisseurs, réallocation de ressources), afin d'améliorer la rentabilité, de sécuriser la trésorerie et de renforcer la compétitivité de la Business Unit.

Prendre du recul sur sa pratique managériale et affirmer son leadership, en adaptant sa communication, en adoptant une posture exemplaire et en accompagnant le changement, afin de donner du sens, d'impliquer durablement les collaborateurs et de renforcer la légitimité du Manager de Business Unit.

Mettre en place des conditions de travail favorisant la motivation et la qualité de vie au travail, en intégrant la gestion de la diversité, l'inclusion des personnes en situation de handicap et la prévention des risques psychosociaux (RPS), afin de développer l'engagement des collaborateurs et de garantir un environnement de travail sain et durable.

Animer des réunions et des dynamiques collectives, en mobilisant des outils de communication et de collaboration (réunions participatives, méthodes agiles, outils numériques collaboratifs), afin de favoriser la coopération, l'innovation et l'intelligence collective au sein de l'équipe.

Anticiper et gérer les conflits interpersonnels ou collectifs, en identifiant les signaux faibles et en mobilisant des méthodes adaptées (médiation, DESC, négociation, plan d'actions correctives), afin de maintenir la cohésion de l'équipe, de prévenir les risques psychosociaux et d'assurer un climat de travail constructif et sécurisé.

Conduire différents types d'entretiens (recrutement, évaluation, professionnel, recadrage), en utilisant des techniques d'écoute active, de questionnement structuré et d'évaluation des compétences (grilles d'entretien, GEPP), afin d'identifier les besoins individuels, d'accompagner les parcours professionnels et d'optimiser la gestion des ressources humaines de la Business Unit.

Déployer une démarche de gestion des emplois et des parcours professionnels (GEPP), en identifiant les besoins en formation et en construisant des plans de développement des compétences adaptés, afin d'assurer l'adéquation entre les ressources de l'équipe et les besoins stratégiques de la Business Unit.

Blocs de compétences

RNCP41774BC01 — Développer la stratégie opérationnelle de la business unit

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser l'environnement externe de la Business Unit, en mobilisant des outils stratégiques (PESTEL, 5 forces de Porter, veille concurrentielle, analyse sectorielle), afin d'identifier les opportunités, les menaces et les tendances impactant le positionnement et la compétitivité de l'unité.

Évaluer les ressources et compétences internes de la Business Unit, en utilisant des outils d'analyse (SWOT, VRIO, cartographie des ressources, analyse des processus et de la chaîne de valeur), afin de mettre en évidence les forces, faiblesses et leviers d'amélioration de l'organisation.

Définir une proposition de valeur différenciante pour la Business Unit, en s'appuyant sur le diagnostic stratégique et les attentes des clients, afin de préciser le positionnement et les avantages compétitifs de l'unité.

Fixer des objectifs stratégiques pour la Business Unit, en intégrant les enjeux de RSE, d'innovation et de transformation digitale, afin d'assurer la durabilité, la responsabilité sociétale et l'adaptation de l'unité aux évolutions de son environnement.

Concevoir un plan de développement opérationnel, en élaborant un plan d'actions détaillé (objectifs, moyens, échéances, responsabilités) et en allouant les ressources budgétaires nécessaires, afin de traduire les orientations stratégiques en actions concrètes et pilotables.

Mettre en place un dispositif de pilotage de la stratégie, en définissant des indicateurs clés de performance (KPI), en construisant des tableaux de bord et en instaurant un suivi régulier, afin de mesurer l'atteinte des objectifs, d'anticiper

les écarts et d'ajuster la stratégie si nécessaire.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas individuelle

Simulation de jeux d'entreprise en groupe

RNCP41774BC02 — Piloter un projet de transition dans sa globalité

LISTE DE COMPÉTENCES

Définir la raison d'être, les enjeux et les objectifs d'un projet, en s'appuyant sur un diagnostic stratégique et en mobilisant les parties prenantes, afin d'assurer la cohérence du projet avec la stratégie globale de l'organisation et de répondre aux besoins opérationnels de la Business Unit.

Déterminer le périmètre, le budget, les ressources humaines et le calendrier d'un projet, en utilisant des outils de planification et de gestion budgétaire (RACI, Gantt, prévisionnel), afin de garantir la faisabilité et la viabilité économique du projet dans la Business Unit.

Adapter une méthodologie de gestion de projet (classique, agile, hybride) en fonction de la composition de l'équipe, des contraintes et des objectifs, afin d'optimiser l'organisation, la réactivité et la réussite du projet pour la Business Unit.

Piloter l'équipe projet et accompagner le changement, en mobilisant des outils de suivi d'avancement, de communication et de gestion des ressources humaines, afin de fédérer les collaborateurs, sécuriser la mise en œuvre et atteindre les résultats attendus pour la Business Unit.

Clôturer un projet et formaliser son bilan, en analysant les écarts entre prévisions et réalisations et en capitalisant les enseignements, afin d'améliorer les pratiques de gestion de projet et de renforcer la performance future de la Business Unit.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas en groupe

Soutenance orale collective et individuelle

RNCP41774BC03 — Conduire le plan d'action marketing digital et commercial dans la business unit

LISTE DE COMPÉTENCES

Diagnostiquer l'environnement, le marché et les prospects de la Business Unit, en mobilisant des outils d'analyse marketing et digitale (veille marché, segmentation, SEO/SEA, analytics, études de comportements d'achat), afin d'identifier les opportunités, anticiper les évolutions et orienter la stratégie marketing et commerciale.

Concevoir une proposition de valeur et un parcours client, en intégrant l'inbound marketing, le content marketing, le mix 10P et des tunnels de vente automatisés, afin de construire une expérience client cohérente, différenciante et génératrice de performance commerciale pour la Business Unit.

Déployer un plan d'acquisition et de fidélisation, en combinant les leviers digitaux (SEO, SEA, réseaux sociaux, emailing, CRM, automation, IA) et les actions offline, afin d'augmenter la notoriété, générer des leads qualifiés et fidéliser les clients de la Business Unit.

Suivre la performance marketing et commerciale, en définissant, mesurant et reportant des indicateurs clés (CAC, LTV, taux de conversion, engagement, taux de rétention, tableaux de bord BI), afin de disposer d'une vision fiable de la rentabilité et d'éclairer les décisions stratégiques de la Business Unit.

Optimiser la performance marketing et commerciale, en exploitant les données issues des indicateurs et en mobilisant des méthodes d'amélioration continue (A/B tests, analytics avancés, IA prédictive, ajustement des campagnes et du parcours client), afin d'accroître la compétitivité, la satisfaction client et la croissance de la Business Unit.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas en groupe

Soutenance orale collective

RNCP41774BC04 — Gérer la performance financière de sa business unit

LISTE DE COMPÉTENCES

Élaborer un budget prévisionnel pour la Business Unit, en collectant et en analysant les documents comptables et financiers (bilans, comptes de résultat, flux de trésorerie, stocks, immobilisations) et en mobilisant des outils de calcul (ratios de rentabilité, seuil de rentabilité, autofinancement, FR/BFR), afin de prévoir les besoins financiers et d'assurer la viabilité économique de l'unité.

Estimer les besoins de financement et hiérarchiser les investissements, en utilisant des outils d'analyse financière et de rentabilité (cash-flow, VAN, TRI, ROI), afin d'orienter les décisions d'arbitrage et de soutenir le développement stratégique de la Business Unit.

Suivre la performance financière de la Business Unit, en construisant et en alimentant des tableaux de bord financiers intégrant ratios et indicateurs clés (marges, rentabilité, trésorerie, rotation des stocks), afin de disposer d'une vision claire et actualisée de la situation économique et d'appuyer les prises de décision.

Analyser les écarts entre prévisions et résultats financiers, en mobilisant des outils de contrôle de gestion (analyse des coûts, marges, trésorerie, indicateurs de rentabilité, reporting comparatif), afin d'identifier les causes des écarts et d'évaluer leur impact sur la performance économique de la Business Unit.

Proposer et justifier des mesures correctives adaptées, en s'appuyant sur les analyses réalisées et en mobilisant des leviers financiers et opérationnels (réduction des coûts, ajustement des prix, optimisation du BFR, négociation fournisseurs, réallocation de ressources), afin d'améliorer la rentabilité, de sécuriser la trésorerie et de renforcer la compétitivité de la Business Unit.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas financier individuel

RNCP41774BC05 — Piloter, gérer et accompagner le développement professionnel des collaborateurs

LISTE DE COMPÉTENCES

Prendre du recul sur sa pratique managériale et affirmer son leadership, en adaptant sa communication, en adoptant une posture exemplaire et en accompagnant le changement, afin de donner du sens, d'impliquer durablement les collaborateurs et de renforcer la légitimité du Manager de Business Unit.

Mettre en place des conditions de travail favorisant la motivation et la qualité de vie au travail, en intégrant la gestion de la diversité, l'inclusion des personnes en situation de handicap et la prévention des risques psychosociaux (RPS), afin de développer l'engagement des collaborateurs et de garantir un environnement de travail sain et durable.

Animer des réunions et des dynamiques collectives, en mobilisant des outils de communication et de collaboration (réunions participatives, méthodes agiles, outils numériques collaboratifs), afin de favoriser la coopération, l'innovation et l'intelligence collective au sein de l'équipe.

Anticiper et gérer les conflits interpersonnels ou collectifs, en identifiant les signaux faibles et en mobilisant des méthodes adaptées (médiation, DESC, négociation, plan d'actions correctives), afin de maintenir la cohésion de l'équipe, de prévenir les risques psychosociaux et d'assurer un climat de travail constructif et sécurisé.

Conduire différents types d'entretiens (recrutement, évaluation, professionnel, recadrage), en utilisant des techniques d'écoute active, de questionnement structuré et d'évaluation des compétences (grilles d'entretien, GEPP), afin d'identifier les besoins individuels, d'accompagner les parcours professionnels et d'optimiser la gestion des ressources humaines de la Business Unit.

Déployer une démarche de gestion des emplois et des parcours professionnels (GEPP), en identifiant les besoins en formation et en construisant des plans de développement des compétences adaptés, afin d'assurer l'adéquation entre les ressources de l'équipe et les besoins stratégiques de la Business Unit.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratique individuel

Mise en situation individuelle (jeu de rôle / atelier pratique) simulée

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les Managers de Business Unit interviennent dans tous secteurs d'activité (industrie, services, commerce...).

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

/

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)	Élevée (4/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 2 à 5 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 999 €
Familles professionnelles (FAP)	E5X70 — Techniciens des industries de process · tension 4/5 (Élevée) E5X80 — Agents de maîtrise et assimilés des industries de process · tension 5/5 (Très élevée) H1X90 — Ingénieurs et cadres de fabrication et de la production · 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) S2X81 — Agents de maîtrise de l'hôtellerie et de la gestion des structures de loisirs · tension 3/5 (Modérée) S3X90 — Patrons et cadres de l'hôtellerie et de la restauration · tension 4/5 (Élevée)
Projets de recrutement (BMO 2026)	28 764
Jugés difficiles à recruter	35 %
Emplois saisonniers	16 %
Familles professionnelles (FAP)	E5X70 — Techniciens des industries de process E5X80 — Agents de maîtrise et assimilés des industries de process H1X90 — Ingénieurs et cadres de fabrication et de la production L6X00 — Dirigeants de petites et moyennes entreprises de moins de 50 salariés R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique S2X81 — Agents de maîtrise de l'hôtellerie et de la gestion des structures de loisirs S3X90 — Patrons et cadres de l'hôtellerie et de la restauration

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Être titulaire d'un diplôme de niveau supérieur ou égal au niveau 5 (ou équivalent : diplôme étranger, dérogation VAPP) et posséder une expérience professionnelle d'au moins trois années

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

Pour obtenir la certification, le candidat doit valider l'ensemble des blocs de compétences constitutifs du titre, conformément au référentiel de certification et rédiger et soutenir un mémoire professionnel.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE

Le jury est composé a minima de 3 personnes? :

- 2 professionnels exerçant depuis au moins 3 années dans le métier visé par la certification ou par des professionnels les supervisant. Ces derniers doivent être en poste au moment de l'évaluation. Ils ne doivent pas y avoir de lien professionnel ou personnel avec le candidat. Chaque binôme est composé a minima d'un membre expérimenté permettant un regard croisé apportant une garantie dans le processus d'évaluation.?
- 1 représentant du certificateur. Il est exclu qu'un formateur ayant suivi le candidat dans le cadre de la formation tienne ce rôle.?

COMPOSITION DU JURY — APPRENTISSAGE

Le jury est composé a minima de 3 personnes? :?

- 2 professionnels exerçant depuis au moins 3 années dans le métier visé par la certification ou par des professionnels les supervisant. Ces derniers doivent être en poste au moment de l'évaluation. Ils ne doivent pas y avoir de lien professionnel ou personnel avec le candidat. Chaque binôme est composé a minima d'un membre expérimenté permettant un regard croisé apportant une garantie dans le processus d'évaluation.?
- 1 représentant du certificateur. Il est exclu qu'un formateur ayant suivi le candidat dans le cadre de la formation tienne ce rôle.?

COMPOSITION DU JURY — CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

Le jury est composé a minima de 3 personnes?:?

- 2 professionnels exerçant depuis au moins 3 années dans le métier visé par la certification ou par des professionnels les supervisant. Ces derniers doivent être en poste au moment de l'évaluation. Ils ne doivent pas y avoir de lien professionnel ou personnel avec le candidat. Chaque binôme est composé a minima d'un membre expérimenté permettant un regard croisé apportant une garantie dans le processus d'évaluation.
- 1 représentant du certificateur. Il est exclu qu'un formateur ayant suivi le candidat dans le cadre de la formation tienne ce rôle.?

COMPOSITION DU JURY — VAE

Dans le cadre de la Validation des Acquis de l'Expérience, le jury est identique et composé conformément au décret du 10 avril 2024 :? "Art. D. 6412-6??(Décret. N° 2024-332 du 10 avr. 2024)?: Le jury mentionné à l'article L. 6412-3 est composé conformément aux dispositions régissant le diplôme, le titre à finalité professionnelle ou le certificat de qualification professionnelle visés, et réunit au moins deux personnes, dont au moins une personne qualifiée au titre de la certification visée."

La composition du jury de certification concourt à une représentation équilibrée des femmes et des hommes. Les membres du jury ne doivent entretenir ou avoir entretenu aucune relation professionnelle ou personnelle avec le candidat, ni avoir accompagné le candidat dans sa démarche de validation des acquis de l'expérience.

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 € – 12 000 €
Prise en charge	Branches concernées
8 692 €	Valeur par défaut · 188 branches
12 000 €	CPNE Entreprises des activités du déchet et de la propreté urbaine, CPNE autoroutes, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNEF des Espaces de Loisirs, d'Attractions et Culturels (ELAC), CPNEFP commerces quincaillerie
10 140 €	CPNEFP de l'enseignement privé indépendant, CPNEFP de la Restauration rapide
9 260 €	CPNE des Vins et Spiritueux, 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
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS), CPNEFP des industries des tuiles et briques
10 865 €	CPNE des Télécoms
10 864 €	CPNE Travail Temporaire
10 000 €	CPNE des exploitations frigorifiques
9 600 €	CPNEFP de la branche de la promotion immobilière
9 000 €	CPNE de la branche de la Distribution Directe

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
7 243 €	CPNEFP Branche du Commerce de Détail Non Alimentaire
6 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date de décision	18/12/2025
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	18/12/2028
Date de dernière délivrance possible	18/12/2032

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2024	16	0	100 %	—
2023	19	0	92 %	92 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP38615

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP37655, RNCP38439, RNCP38441, RNCP38615, RNCP41101

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/41774/>

Où se former

Formations référencées	5
Organismes	2
Régions couvertes	3
Prix indicatif	3 900 € – 14 400 €

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

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	15
Parcours menés à terme	14
Taux d'achèvement	93 %

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	20
Montant total engagé	61 792 €
Coût moyen par dossier	3 090 €
Durée moyenne	35 h
Période	02/2026 – 08/2026
France compétences	90 %
France Travail	6 %
Reste à charge titulaire	2 %
Entreprise	1 %

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