

Manager de la communication internationale

RNCP42490 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	320
Formacode(s)	46340, 15006, 46341, 46329
Code(s) ROME	E1103, E1107
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	26/06/2026
Date d'échéance	26/06/2031

Certificateur(s)

ASS FONDATEURS PROTECT INST CATHO LYON · SIRET : 32693006200145

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

L'évolution des besoins en compétences dans les secteurs de la communication, du marketing et du développement international met en évidence une demande croissante en cadres capables de concevoir et de piloter des stratégies de communication à l'échelle mondiale. La mondialisation des échanges, la transformation digitale des pratiques professionnelles, l'essor des médias sociaux et la diversification culturelle des environnements de travail imposent aux organisations de recruter des professionnels aptes à intervenir dans des contextes internationaux complexes.

Le Manager de la communication internationale exerce des responsabilités stratégiques et opérationnelles visant à promouvoir l'image, la réputation et les projets d'une organisation auprès de publics, marchés et parties prenantes situés dans différents espaces culturels. Il réalise des diagnostics internes et externes, analyse les environnements culturels, concurrentiels et numériques, et élabore des stratégies de communication adaptées aux spécificités des territoires ciblés. Il pilote le déploiement des actions, supervise leur performance à l'aide d'indicateurs pertinents et coordonne des équipes multiculturelles internes et externes.

ACTIVITÉS VISÉES

- L'élaboration de la politique de communication
- Le déploiement de la stratégie de communication internationale
- Le déploiement événementiel à l'international
- Le pilotage et l'optimisation de la communication internationale
- Le management des équipes internationales de communication

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Analyser l'environnement de l'entreprise à l'international en compilant des éléments de veille (socioculturelle, socio-économique, réglementaire, géopolitique, technologique, environnementale), en recourant à des dispositifs numériques intégrant l'intelligence artificielle, afin de dresser un panorama des enjeux internationaux impactant la communication.

Produire une analyse de communication internationale territorialisée en identifiant les usages, outils et pratiques de communication actuels et futurs et en établissant le positionnement en communication responsable à l'international afin de contribuer à la stratégie de communication adaptée à l'environnement.

Évaluer les potentialités en communication internationale de l'organisation en analysant les forces et faiblesses des pratiques internes et en s'appuyant sur une veille concurrentielle territorialisée, pour formuler des recommandations stratégiques pour la communication internationale en cohérence avec les opportunités et menaces du marché ou du

secteur.

Conseiller les décideurs sur les problématiques de communication internationale en présentant l'analyse stratégique interne et externe pour répondre à des problématiques complexes de communication et contribuer à l'élaboration de la politique de communication internationale.

Bâtir la stratégie multicanale, médias traditionnels, digitale, éditoriale et visuelle inclusive en identifiant les cibles et les canaux pertinents et en réalisant une cartographie de l'environnement pour structurer la communication internationale dans le respect des aspects réglementaires des zones concernées afin de valoriser l'image de l'organisation.

Concevoir la stratégie événementielle et d'influence (on et offline) en choisissant les sites, plateformes et événements adaptés aux objectifs de la stratégie de communication afin de promouvoir à l'international l'identité et le discours de marque multicanale en lien avec le projet de l'organisation.

Présenter aux décideurs les enjeux, les objectifs et l'enveloppe budgétaire prévisionnelle de la stratégie de communication internationale en utilisant des outils de communication visuelle et techniques d'expressions aux attentes de décideurs et aux éventuelles situations de handicap pour validation et/ou ajustement par les directions concernées.

Construire le plan de communication internationale en cohérence avec la stratégie, adapté au public et à la zone concernée en allouant les ressources humaines, matérielles et budgétaires pour servir de cadrage opérationnel au déploiement de la stratégie de communication internationale.

Décliner le plan de communication en fonction des territoires en respectant les usages de communication et la réglementation locale et en s'appuyant sur une analyse interculturelle pour adapter le plan de communication aux zones et au publics visés.

Décider des outils et activités média et hors-média de la communication internationale multicanale en tenant compte du budget, du plan de communication validé et des spécificités culturelles et réglementaires des zones cibles afin de transposer le plan de communication international en plans d'action opérationnels locaux adaptés aux principes de RSE et RSO, de responsabilité et d'inclusion.

Coordonner la mise en œuvre des actions de communication en rédigeant un brief opérationnel et créatif et en s'appuyant sur des outils digitaux de planification et de suivi de réalisation pour contrôler la conformité des productions (qualité, coût, délai).

Concevoir des contenus (éléments de langage, messages clés, sémiotique, scripts et storyboards, storytelling) multilingues authentiques adaptés aux publics cibles et aux canaux choisis avec une maîtrise avancée d'une langue étrangère et en utilisant les techniques de référencement SEO et de conception universelle pour développer ou actualiser la visibilité de l'organisation et/ou de ses projets et in fine, développer sa notoriété.

Assurer le suivi du plan de gestion des ressources dans le respect des contraintes et impératifs du plan de communication en alertant les décideurs en cas d'écart majeur entre le budget prévisionnel et le budget réel, pour octroyer ou ajuster les ressources utiles au succès du plan de communication.

Développer un réseau d'influence fiable à l'international (partenaires, institutionnels, fournisseurs, experts digitaux, relais d'opinion, journalistes et influenceurs) en représentant l'organisation à l'occasion d'événements à fort potentiel en partenariats, dans le respect des valeurs de l'organisation et de la culture locale afin de favoriser l'impact et l'efficacité des actions de communication mises en place.

Adapter la stratégie événementielle internationale à chaque zone en respectant les exigences légales en vigueur (visa, règles de sécurité, assurances, etc.), les attentes des participants, les principes d'inclusion, les normes sociales afin de mettre en œuvre des événements efficaces sur la zone considérée.

Piloter l'organisation des événements de promotion présents ou digitaux en définissant un rétroplanning, en supervisant l'ensemble de la chaîne logistique en lien avec les services dédiés dans le respect du budget alloué pour promouvoir l'organisation et/ou ses projets et créer une expérience usager positive.

Sélectionner des prestataires événementiels locaux en partageant un cahier des charges et un brief clair et en conformité avec les règles et les usages locaux dans un souci de responsabilité, afin de garantir la qualité d'un événement et un impact environnemental minime.

Concevoir la promotion de l'événement international en ajustant la communication aux attentes du public (y compris pour le public en situation de handicap) et s'appuyant sur les relais locaux pertinents pour atteindre la cible de l'événement.

Adapter la conduite de l'événement de manière agile en faisant preuve de réactivité et d'assurance face aux aléas en temps réel dans le souci de l'efficacité opérationnelle afin de représenter l'organisation de manière professionnelle, quelles que soient les circonstances et imprévus.

Évaluer la qualité de l'expérience des participants en analysant les indicateurs clés de performance et les retours

qualitatifs afin de mesurer le niveau d'atteinte des objectifs de la stratégie événementielle, d'en démontrer la valeur aux parties prenantes, dans une démarche d'amélioration continue.

Piloter la stratégie de communication internationale en s'appuyant sur une analyse des indicateurs de performance dans les outils de suivi afin de prescrire des actions de remédiation le cas échéant et de préserver l'image de l'organisation.

Mesurer la rentabilité et l'efficacité des actions de communication mises en place dans les zones concernées par les campagnes en analysant les écarts, ratios et ROI pour évaluer la qualité et la cohérence du plan de communication par rapport aux objectifs fixés.

Face à une situation de crise de réputation ou d'e-réputation, accompagner les directions dans la gestion de crise en préconisant les actions de communication adéquates et en produisant les éléments de langage pour limiter et prévenir les impacts sur l'organisation (sa réputation et ses ressources humaines, son engagement financier).

Optimiser les actions de communication internationale en ajustant les investissements en temps réel afin de garantir la cohérence des messages et des campagnes dans plusieurs territoires.

Conduire une démarche de surveillance en continu de l'e-réputation de l'organisation et de la réaction de la concurrence dans la zone ciblée en réalisant une veille média et concurrentielle pour repérer les aléas afin de préserver une e-réputation positive de l'organisation et prévenir les risques de crise communicationnelle.

Rédiger un bilan de campagne à dimension internationale mettant en évidence à l'aide d'indicateurs, de graphiques, d'illustrations diverses les progressions, gains ou pertes au regard des objectifs fixés afin de faire des propositions d'actions d'amélioration pour les campagnes internationales futures.

Définir les missions des parties prenantes internes et externes à l'organisation en fixant des objectifs individuels et collectifs qui tiennent compte des spécificités individuelles et culturelles pour donner un cadre permettant l'exécution des missions.

Encadrer des équipes multiculturelles en mettant en place un environnement de travail inclusif et respectueux (en présentiel et à distance) et en tenant compte des valeurs culturelles des équipes dans le souci de la préservation de la Qualité de Vie et des Conditions de Travail (QVCT), pour évaluer la capacité des personnes à mener le projet de communication à son terme et à développer une culture de travail collectif et collaboratif dans la diversité.

Communiquer en permanence en face-à-face et à distance, en interne et en externe avec les équipes projet en utilisant le français, l'anglais ou la langue locale pour favoriser les échanges d'information, l'adaptation aux codes culturels et professionnels de l'organisation ainsi qu'aux situations de diversité qui peuvent être rencontrées.

Gérer les risques de malentendus multiculturels à l'écrit comme à l'oral en mobilisant sa compréhension des sensibilités culturelles et son ouverture d'esprit pour trouver des solutions respectueuses du caractère de chacune des parties et éviter une dégradation des situations de travail et un impact néfaste sur la performance individuelle et collective.

Encadrer l'usage de l'IA pour ses équipes dans la production de contenu en transposant la charte de l'organisation en bonnes pratiques dans le respect des règles éthiques de l'organisation et des règles d'utilisation responsables de l'IA pour optimiser l'efficacité des campagnes.

Évaluer la performance de l'équipe en réalisant un bilan collectif et le cas échéant, individuel, sur l'atteinte des objectifs de chacun et du groupe en tenant compte des situations de handicap pour proposer aux personnes des actions de remédiation leur permettant de faire évoluer leurs compétences.

Blocs de compétences

RNCP42490BC01 — Élaboration de la stratégie de communication internationale

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser l'environnement de l'entreprise à l'international en compilant des éléments de veille (socioculturelle, socio-économique, réglementaire, géopolitique, technologique, environnementale), en recourant à des dispositifs numériques intégrant l'intelligence artificielle, afin de dresser un panorama des enjeux internationaux impactant la communication.

Produire une analyse de communication internationale territorialisée en identifiant les usages, outils et pratiques de communication actuels et futurs et en établissant le positionnement en communication responsable à l'international afin de contribuer à la stratégie de communication adaptée à l'environnement.

Évaluer les potentialités en communication internationale de l'organisation en analysant les forces et faiblesses des pratiques internes et en s'appuyant sur une veille concurrentielle territorialisée, pour formuler des recommandations stratégiques pour la communication internationale en cohérence avec les opportunités et menaces du marché ou du

secteur.

Conseiller les décideurs sur les problématiques de communication internationale en présentant l'analyse stratégique interne et externe pour répondre à des problématiques complexes de communication et contribuer à l'élaboration de la politique de communication internationale.

Bâtir la stratégie multicanale, médias traditionnels, digitale, éditoriale et visuelle inclusive, en identifiant les cibles et les canaux pertinents et en réalisant une cartographie de l'environnement pour structurer la communication internationale dans le respect des aspects réglementaires des zones concernées afin de valoriser l'image de l'organisation.

Concevoir la stratégie événementielle et d'influence (on et offline) en choisissant les sites, plateformes et événements adaptés aux objectifs de la stratégie de communication afin de promouvoir à l'international l'identité et le discours de marque multicanale en lien avec le projet de l'organisation.

Présenter aux décideurs les enjeux, les objectifs et l'enveloppe budgétaire prévisionnelle de la stratégie de communication internationale en utilisant des outils de communication visuelle et techniques d'expressions aux attentes de décideurs et aux éventuelles situations de handicap pour validation et/ou ajustement par les directions concernées.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée

RNCP42490BC02 — Déploiement de la stratégie de communication internationale

LISTE DE COMPÉTENCES

Construire le plan de communication internationale en cohérence avec la stratégie, adapté au public et à la zone concernée en allouant les ressources humaines, matérielles et budgétaires pour servir de cadrage opérationnel au déploiement de la stratégie de communication internationale.

Décliner le plan de communication en fonction des territoires en respectant les usages de communication et la réglementation locale et en s'appuyant sur une analyse interculturelle pour adapter le plan de communication aux zones et au publics visés.

Décider des outils et activités média et hors-média de la communication internationale multicanale en tenant compte du budget, du plan de communication validé et des spécificités culturelles et réglementaires des zones cibles afin de transposer le plan de communication international en plans d'action opérationnels locaux adaptés aux principes de RSE et RSO, de responsabilité et d'inclusion.

Coordonner la mise en œuvre des actions de communication en rédigeant un brief opérationnel et créatif et en s'appuyant sur des outils digitaux de planification et de suivi de réalisation pour contrôler la conformité des productions (qualité, coût, délai).

Concevoir des contenus (éléments de langage, messages clés, sémiotique, scripts et storyboards, storytelling) multilingues authentiques adaptés aux publics cibles et aux canaux choisis avec une maîtrise avancée d'une langue étrangère et en utilisant les techniques de référencement SEO et de conception universelle pour développer ou actualiser la visibilité de l'organisation et/ou de ses projets et in fine, développer sa notoriété.

Assurer le suivi du plan de gestion des ressources dans le respect des contraintes et impératifs du plan de communication, en alertant les décideurs en cas d'écart majeur entre le budget prévisionnel et le budget réel, pour octroyer ou ajuster les ressources utiles au succès du plan de communication.

Développer un réseau d'influence fiable à l'international (partenaires, institutionnels, fournisseurs, experts digitaux, relais d'opinion, journalistes et influenceurs) en représentant l'organisation à l'occasion d'événements à fort potentiel en partenariats, dans le respect des valeurs de l'organisation et de la culture locale afin de favoriser l'impact et l'efficacité des actions de communication mises en place.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée

RNCP42490BC03 — Déploiement événementiel à l'international

LISTE DE COMPÉTENCES

Adapter la stratégie événementielle internationale à chaque zone en respectant les exigences légales en vigueur (visa, règles de sécurité, assurances, etc.), les attentes des participants, les principes d'inclusion, les normes sociales afin de mettre en œuvre des événements efficaces sur la zone considérée.

Piloter l'organisation des événements de promotion présents ou digitaux en définissant un rétroplanning, en supervisant l'ensemble de la chaîne logistique en lien avec les services dédiés dans le respect du budget alloué pour

promouvoir l'organisation et/ou ses projets et créer une expérience usager positive.

Sélectionner des prestataires événementiels locaux en partageant un cahier des charges et un brief clair et en conformité avec les règles et les usages locaux dans un souci de responsabilité, afin de garantir la qualité d'un événement et un impact environnemental minime.

Concevoir la promotion de l'événement international en ajustant la communication aux attentes du public (y compris pour le public en situation de handicap) et s'appuyant sur les relais locaux pertinents pour atteindre la cible de l'événement.

Adapter la conduite de l'événement de manière agile en faisant preuve de réactivité et d'assurance face aux aléas en temps réel dans le souci de l'efficacité opérationnelle afin de représenter l'organisation de manière professionnelle, quelles que soient les circonstances et imprévus.

Évaluer la qualité de l'expérience des participants en analysant les indicateurs clés de performance et les retours qualitatifs afin de mesurer le niveau d'atteinte des objectifs de la stratégie événementielle, d'en démontrer la valeur aux parties prenantes, dans une démarche d'amélioration continue.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée

RNCP42490BC04 — Pilotage, évaluation, optimisation de la communication internationale

LISTE DE COMPÉTENCES

Piloter la stratégie de communication internationale en s'appuyant sur une analyse des indicateurs de performance dans les outils de suivi afin de prescrire des actions de remédiation le cas échéant et de préserver l'image de l'organisation.

Mesurer la rentabilité et l'efficacité des actions de communication mises en place dans les zones concernées par les campagnes en analysant les écarts, ratios et ROI pour évaluer la qualité et la cohérence du plan de communication par rapport aux objectifs fixés.

Face à une situation de crise de réputation ou d'e-réputation, accompagner les directions dans la gestion de crise en préconisant les actions de communication adéquates et en produisant les éléments de langage pour limiter et prévenir les impacts sur l'organisation (sa réputation et ses ressources humaines, son engagement financier).

Optimiser les actions de communication internationale en ajustant les investissements en temps réel afin de garantir la cohérence des messages et des campagnes dans plusieurs territoires.

Conduire une démarche de surveillance en continu de l'e-réputation de l'organisation et de la réaction de la concurrence dans la zone ciblée en réalisant une veille média et concurrentielle pour repérer les aléas afin de préserver une e-réputation positive de l'organisation et prévenir les risques de crise communicationnelle.

Rédiger un bilan de campagne à dimension internationale, mettant en évidence à l'aide d'indicateurs, de graphiques, d'illustrations diverses les progressions, gains ou pertes au regard des objectifs fixés afin de faire des propositions d'actions d'amélioration pour les campagnes internationales futures.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situations professionnelles reconstituées

RNCP42490BC05 — Management multiculturel et multilingue des équipes internationales de communication

LISTE DE COMPÉTENCES

Définir les missions des parties prenantes internes et externes à l'organisation en fixant des objectifs individuels et collectifs qui tiennent compte des spécificités individuelles et culturelles pour donner un cadre permettant l'exécution des missions.

Encadrer des équipes multiculturelles en mettant en place un environnement de travail inclusif et respectueux (en présentiel et à distance) et en tenant compte des valeurs culturelles des équipes dans le souci de la préservation de la Qualité de Vie et des Conditions de Travail (QVCT), pour évaluer la capacité des personnes à mener le projet de communication à son terme et à développer une culture de travail collectif et collaboratif dans la diversité.

Communiquer en permanence en face-à-face et à distance, en interne et en externe avec les équipes projet en utilisant le français, l'anglais ou la langue locale pour favoriser les échanges d'information, l'adaptation aux codes culturels et professionnels de l'organisation ainsi qu'aux situations de diversité qui peuvent être rencontrées.

Gérer les risques de malentendus multiculturels à l'écrit comme à l'oral, en mobilisant sa compréhension des sensibilités culturelles et son ouverture d'esprit pour trouver des solutions respectueuses du caractère de chacune des parties et éviter une dégradation des situations de travail et un impact néfaste sur la performance individuelle et collective.

Encadrer l'usage de l'IA pour ses équipes dans la production de contenu en transposant la charte de l'organisation en bonnes pratiques dans le respect des règles éthiques de l'organisation et des règles d'utilisation responsables de l'IA pour optimiser l'efficacité des campagnes.

Évaluer la performance de l'équipe en réalisant un bilan collectif et le cas échéant, individuel, sur l'atteinte des objectifs de chacun et du groupe en tenant compte des situations de handicap pour proposer aux personnes des actions de remédiation leur permettant de faire évoluer leurs compétences.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Secteurs de la communication, du marketing, des médias et des industries créatives, au sein d'organisations publiques ou privées engagées dans des activités internationales : auprès d'annonceurs, d'agences de communication et de conseil...

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Manager de communication internationale
- Directeur de communication internationale
- Responsable communication internationale
- Responsable communication globale/360°
- Responsable communication digitale internationale
- Consultant en communication internationale/interculturelle
- Responsable événementiel international
- Responsable relations médias/relations publiques internationales
- Community Manager international/Social Media Manager international
- Responsable de marque (Brand Manager) sur périmètre international
- Coordinateur d'équipes multiculturelles en communication
- Consultant indépendant en communication internationale

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)	Très faible (1/5)
Facteurs principaux	Non-durabilité de l'emploi, Non-attractivité salariale
Salaire médian (mensuel)	2 428 €
Familles professionnelles (FAP)	U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	5 346
Jugés difficiles à recruter	21 %
Emplois saisonniers	21 %
Familles professionnelles (FAP)	U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Être titulaire d'une licence LEA ou Licence de communication ou diplôme niveau 6 d'école de commerce ou tout diplôme de niveau 6 jugé équivalent (ou justifiant d'une expérience professionnelle significative en lien avec la

communication internationale).

Justifier des niveaux de langue suivants : niveau C1 en anglais, niveau C1 en français pour les non-francophones.

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

- le responsable de l'organisme certificateur ou son représentant,
- 2 professionnels en activité depuis au minimum 3 ans, ou à la retraite (depuis moins de 5 années) du métier préparé par la certification.

Un président de jury est nommé parmi les membres extérieurs.

Base légale

Date de décision	26/06/2026
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	26/06/2031
Date de dernière délivrance possible	26/06/2035

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2024	20	2	80 %	—
2023	24	1	70 %	57 %
2022	22	1	95 %	42 %
2021	39	2	94 %	50 %
2020	27	0	83 %	46 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP37804

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP37804, RNCP38133, RNCP38498, RNCP40002, RNCP41703

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/42490/>