

Responsable du développement commercial

RNCP42841 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312
Formacode(s)	34554
Code(s) ROME	D1406
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	30/09/2026
Date d'échéance	30/09/2028

Certificateur(s)

INSTITUT DU MARAIS - CHARLEMAGNE - POLLES · SIRET : 52840171400019

Partenaires habilités

237 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 237 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
3T DEVELOPPEMENT	82367303300036	Former et organiser l'évaluation
A3FA	90055425400012	Former et organiser l'évaluation
AJILI FORMATION	98232569800024	Former et organiser l'évaluation
ALTERNANCE ACADEMY	44883533000037	Former et organiser l'évaluation
ALTERNANCE ALSACE	88803859300032	Former et organiser l'évaluation
ALTERNANCE ALSACE	88803859300040	Former et organiser l'évaluation
ALTERNANCE AQUITAINE	81465151900062	Former et organiser l'évaluation
ALTERNANCE AQUITAINE	81465151900088	Former et organiser l'évaluation
ALTERNANCE AUVERGNE	78911807200022	Former et organiser l'évaluation
ALTERNANCE AUVERGNE	78911807200055	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 237 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp42841-responsable-du-developpement-commercial/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

La certification « Responsable du Développement Commercial » s'inscrit dans un contexte de fortes tensions sur le marché de l'emploi et de transformation profonde de la fonction commerciale. Les entreprises recherchent des profils capables de structurer et de piloter le développement de l'activité, d'analyser les marchés, de déployer des stratégies de prospection et de fidélisation efficaces, et d'animer des équipes commerciales dans des environnements concurrentiels et en constante évolution.

L'évolution des usages numériques, l'intégration croissante de l'intelligence artificielle, la digitalisation des parcours

clients ainsi que le renforcement des exigences en matière d'éthique, de responsabilité sociétale et de protection des données transforment durablement le métier. Le responsable du développement commercial est désormais attendu sur des fonctions à la fois stratégiques et opérationnelles, mobilisant des compétences d'analyse, de pilotage, de coordination et de management.

Dans ce contexte, la certification a pour objectif de former et de professionnaliser des acteurs du développement commercial capables de concevoir et de mettre en œuvre des stratégies commerciales performantes, de piloter l'activité à l'aide d'indicateurs fiables, de coordonner les parties prenantes internes et externes, et d'accompagner les équipes dans une logique de performance durable, responsable et inclusive. Elle constitue un levier d'insertion et d'évolution professionnelle vers des fonctions à responsabilité, en adéquation avec les besoins actuels et prospectifs du marché du travail.

ACTIVITÉS VISÉES

Réalisation d'une veille sectorielle, réglementaire et sociétale intégrant les enjeux de transition écologique, d'inclusion et de transformation digitale

Contribution à la définition des objectifs commerciaux inclusifs en concertation avec les services marketing, financiers, RSE et innovation

Élaboration d'un plan d'actions commerciales inclusifs omnicanal aligné sur les objectifs, contraintes et engagements RSE de l'entreprise

Elaboration et allocation du budget commercial en cohérence avec les orientations stratégiques et les engagements RSE de l'entreprise

Mise en œuvre et suivi opérationnel du plan d'actions commerciales dans le respect des contraintes, des engagements RSE et des orientations stratégiques

Ajustements opérationnels du plan d'actions commerciales en fonction des évolutions du marché, des retours clients et de la stratégie d'entreprise

Segmentation inclusive de la clientèle et définition de profils types intégrant les besoins spécifiques liés à l'inclusion et à l'accessibilité numérique

Construction d'offres commerciales facile et lisible et à comprendre valorisant les engagements de l'entreprise en matière de transition écologique

Mise en œuvre des actions de prospection multicanale, adaptées aux cibles définies, aux diversités et notamment aux personnes en situation de handicap

Conduite de négociations commerciales complexes (multipartite, internationale, grands comptes, etc.) adaptées aux typologies de clients/partenaires et aux situations de handicap

Mise en œuvre d'une stratégie de fidélisation et de relation client personnalisée et inclusive

Gestion et enrichissement du portefeuille client via des outils numériques sécurisés, accessibles et conformes au RGPD

Animation d'un réseau de partenaires commerciaux dans une logique de coopération responsable et durable

Identification des compétences nécessaires à la performance collective de l'équipe commerciale, des partenaires et identification des nouvelles compétences en lien avec la transition écologique et numérique

Organisation du recrutement, de la formation et de la structuration de l'équipe en lien avec les RH et dans une logique inclusive et éthique

Animation et management de l'équipe commerciale et des partenaires dans le respect des diversités, de l'éthique, des contraintes et intérêts de chacun

Développement des compétences individuelles et collectives dans une approche inclusive et éthique

Synchronisation et pilotage des interactions/actions entre l'équipe commerciale, les partenaires et les services internes

Identification, prévention et gestion des conflits au sein de l'équipe commerciale et avec les partenaires

Définition des indicateurs de performance commerciale et RSE intégrant les ESG, en collaboration avec les parties prenantes (direction, équipes commerciales, autres services internes, partenaires externes)

Construction et exploitation d'outils de pilotage intégrant les indicateurs de performance commerciale, RSE et ESG

Suivi de la performance commerciale et garantie de la fiabilité des données

Analyses des résultats de la performance commerciale quantitative et qualitative et intégration de l'efficacité des enjeux écologiques

Optimisation de la performance commerciale dans une approche responsable, inclusive, écologique et numérique

Réalisation de reportings de l'activité commerciale, RSE et ESG en s'appuyant sur les outils numériques pour structurer et diffuser l'information utile à la prise de décision

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Concevoir un dispositif de veille stratégique permettant d'analyser l'environnement concurrentiel, réglementaire et sociétal de l'entreprise en automatisant la collecte et le traitement de l'information pour identifier les tendances et évolutions sectorielles pour dégager les tendances et les évolutions sectorielles afin d'appuyer la prise de décision commerciale.

Elaborer un diagnostic stratégique de l'entreprise en réalisant une matrice SWOT basée sur un diagnostic externe du secteur d'activité et une chaîne de valeur de Porter afin de contribuer, en concertation avec les services marketing, financiers, RSE et innovation, à la définition des objectifs commerciaux de l'entreprise.

Planifier l'ensemble des actions commerciales omnicanal et les ressources associées en utilisant des outils de gestion de projet collaboratifs (diagramme de Gantt, matrice de priorisation, planification agile) pour structurer un plan d'actions commerciales omnicanal aligné sur les objectifs, contraintes et engagements RSE de l'entreprise.

Construire le budget commercial en chiffrant et en répartissant les ressources nécessaires (humaines, matérielles, digitales), par canal et par action, tout en intégrant les engagements RSE afin de construire un budget aligné sur les orientations stratégiques et les engagements RSE de l'entreprise.

Déployer le plan d'actions commerciales en mobilisant des outils de pilotage opérationnel, d'analyse des écarts (tableaux de suivi, indicateurs d'avancement, reporting d'activité), en coordonnant les ressources matérielles et digitales, pour assurer l'atteinte des objectifs dans le respect des délais et du budget.

Adapter le plan d'actions commerciales en analysant les retours terrain, les indicateurs de suivi opérationnel et les évolutions du secteur pour ajuster les actions aux réalités du marché et garantir la cohérence avec les objectifs stratégiques de l'entreprise.

Exploiter les données clients à l'aide d'outils de data Analytics (CRM, BI, web Analytics) et en intégrant les critères d'accessibilité universelle pour segmenter la clientèle et définir des profils types prenant en compte les besoins spécifiques liés à l'inclusion et à l'accessibilité numérique.

Élaborer une proposition de valeur différenciante en utilisant le Value Proposition Canvas et des outils de chiffrage adaptés pour construire des offres commerciales faciles à lire et à comprendre et maximiser l'impact commercial.

Définir une stratégie de prospection multicanale incluant le social selling en définissant de façon inclusive les cibles prioritaires et les canaux adaptés (réseaux sociaux professionnels, événements, prospection directe), à l'aide de l'IA générative pour personnaliser les messages de prospection, afin de développer le portefeuille client dans le respect du ROI attendu et des réglementations et du RGPD.

Mener des négociations commerciales complexes en contexte national et interculturel, en français et en anglais, en adaptant les stratégies aux typologies de clients/partenaires et aux situations de handicap afin de conclure des accords équilibrés et pérennes respectueux des enjeux économiques, éthiques et relationnels.

Développer des programmes de relation client inclusifs en créant des parcours relationnels professionnels personnalisés à l'aide des outils de CRM et de marketing automation pour fidéliser la clientèle et accroître la valeur client/partenaire à long terme.

Administrer les données clients dans les outils CRM en appliquant les procédures internes et les exigences du RGPD afin de garantir la qualité, la conformité et la fiabilité du portefeuille clients et d'optimiser l'efficacité commerciale des équipes.

Organiser les actions de coordination, de communication et de collaboration avec les partenaires commerciaux en planifiant des actions collaboratives intégrant les objectifs RSE et les contraintes de chacun (part time, handicap, interculturalité, etc.) pour animer un réseau dans une logique de coopération responsable et durable.

Élaborer un plan de développement des compétences, actuel et prospectif en identifiant les écarts entre les compétences existantes et les compétences cibles de l'équipe et des partenaires, y compris celles liées aux transitions écologique et numérique (éco-conception, sobriété, data, outils digitaux, IA, automatisation), afin de définir des actions de recrutement, de formation ou de partenariats adaptées, dans une logique de performance collective, inclusive, responsable et éthique.

Concevoir, en collaboration avec les ressources humaines, le processus de recrutement et le plan de formation annuel d'une équipe commerciale inclusive, en veillant au respect des besoins opérationnels et des principes éthiques et des nouvelles compétences nécessaires à la gestion de la transition écologique et numérique pour constituer et structurer une équipe diversifiée et performante, alignée sur les objectifs stratégiques de la direction.

Adapter son management aux profils, aux enjeux et aux contextes, en présentiel, à distance ou en hybride, en ajustant son leadership pour accompagner équipe et partenaires tout en préservant le bien-être, l'engagement durable et la prévention des risques psychosociaux liés aux objectifs commerciaux, aux usages numériques et aux modes de travail hybride.

Accompagner le développement opérationnel des compétences individuelles et collectives de son équipe, en mettant

en œuvre des actions de coaching, de mentorat et de formation adaptées, afin de renforcer les performances quotidiennes dans une démarche inclusive et alignée avec les valeurs de l'entreprise.

Coordonner les actions entre les membres de l'équipe commerciale, les partenaires et les services internes en utilisant des outils collaboratifs accessibles (plannings partagés, CRM, réunions de synchronisation) pour assurer la cohérence des actions et l'atteinte des objectifs communs.

Traiter les tensions ou conflits au sein de l'équipe commerciale et avec les partenaires, en identifiant les signaux faibles liés aux RPS, y compris le harcèlement moral, et en mobilisant des techniques adaptées pour préserver la qualité relationnelle, la performance collective et l'attention aux personnes en situation de fragilité.

Élaborer le système de pilotage de la performance commerciale en définissant des indicateurs quantitatifs, qualitatifs, financiers et RSE intégrant les dimensions ESG, en collaboration avec les parties prenantes, pour structurer le suivi de l'activité et orienter les décisions stratégiques.

Formaliser des outils de pilotage (tableaux de bord dynamiques, reporting automatisé, bases de données intégrées) en mobilisant les solutions numériques adaptées (Power BI, Tableau, Excel avancé, SAP, Salesforce, etc.) pour structurer, mesurer et visualiser le suivi de l'activité commerciale et faciliter la prise de décision.

Garantir la fiabilité, la cohérence et la complétude des indicateurs de performance (commerciaux, RSE, ESG) en mettant en place des processus réguliers de vérification et d'alerte, afin de garantir un pilotage réactif et sécurisé de l'activité.

Analyser les données issues des outils de pilotage et des benchmarks sectoriels en mobilisant les outils numériques (data visualisation, automatisation des extractions, croisement de sources) et des méthodes d'analyse quantitative et qualitative pour identifier les écarts de performance, en comprendre les causes et orienter les actions correctives contribuant à la progression des indicateurs écologiques et RSE.

Formuler des recommandations stratégiques et opérationnelles en croisant les écarts observés, les données sectorielles, les contraintes internes et les enjeux RSE/ESG, en intégrant les impacts de la transition écologique, pour construire un plan d'action ajusté et optimiser une performance commerciale responsable.

Synthétiser les données de performance commerciale et les recommandations associées en s'appuyant sur des outils numériques et collaboratifs (bureautique avancée, plateformes collaboratives, automatisation des mises à jour) pour produire des reportings clairs et accessibles à tous.

Blocs de compétences

RNCP42841BC01 — Contribuer à l'élaboration de la stratégie commerciale et piloter sa mise en œuvre dans le respect des réglementations et de la démarche RSE

LISTE DE COMPÉTENCES

Concevoir un dispositif de veille stratégique permettant d'analyser l'environnement concurrentiel, réglementaire et sociétal de l'entreprise en automatisant la collecte et le traitement de l'information pour identifier les tendances et évolutions sectorielles pour dégager les tendances et les évolutions sectorielles afin d'appuyer la prise de décision commerciale.

Elaborer un diagnostic stratégique de l'entreprise en réalisant une matrice SWOT basée sur un diagnostic externe du secteur d'activité et une chaîne de valeur de Porter afin de contribuer, en concertation avec les services marketing, financiers, RSE et innovation, à la définition des objectifs commerciaux de l'entreprise.

Planifier l'ensemble des actions commerciales omnicanal et les ressources associées en utilisant des outils de gestion de projet collaboratifs (diagramme de Gantt, matrice de priorisation, planification agile) pour structurer un plan d'actions commerciales omnicanal aligné sur les objectifs, contraintes et engagements RSE de l'entreprise.

Construire le budget commercial en chiffrant et en répartissant les ressources nécessaires (humaines, matérielles, digitales), par canal et par action, tout en intégrant les engagements RSE afin de construire un budget aligné sur les orientations stratégiques et les engagements RSE de l'entreprise.

Déployer le plan d'actions commerciales en mobilisant des outils de pilotage opérationnel, d'analyse des écarts (tableaux de suivi, indicateurs d'avancement, reporting d'activité), en coordonnant les ressources matérielles et digitales, pour assurer l'atteinte des objectifs dans le respect des délais et du budget.

Adapter le plan d'actions commerciales en analysant les retours terrain, les indicateurs de suivi opérationnel et les évolutions du secteur pour ajuster les actions aux réalités du marché et garantir la cohérence avec les objectifs stratégiques de l'entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situations professionnelles individuelles simulées écrites et orales

RNCP42841BC02 — Développer et fidéliser un portefeuille client dans le respect des réglementations et de l'éthique des affaires

LISTE DE COMPÉTENCES

Exploiter les données clients à l'aide d'outils de data Analytics (CRM, BI, web Analytics) et en intégrant les critères d'accessibilité universelle pour segmenter la clientèle et définir des profils types prenant en compte les besoins spécifiques liés à l'inclusion et à l'accessibilité numérique.

Élaborer une proposition de valeur différenciante en utilisant le Value Proposition Canvas et des outils de chiffrage adaptés pour construire des offres commerciales faciles à lire et à comprendre et maximiser l'impact commercial.

Définir une stratégie de prospection multicanale incluant le social selling en définissant de façon inclusive les cibles prioritaires et les canaux adaptés (réseaux sociaux professionnels, événements, prospection directe), à l'aide de l'IA générative pour personnaliser les messages de prospection, afin de développer le portefeuille client dans le respect du ROI attendu et des réglementation et du RGPD.

Mener des négociations commerciales complexes en contexte national et interculturel, en français et en anglais, en adaptant les stratégies aux typologies de clients/partenaires et aux situations de handicap afin de conclure des accords équilibrés et pérennes respectueux des enjeux économiques, éthiques et relationnels.

Développer des programmes de relation client inclusifs en créant des parcours relationnels professionnels personnalisés à l'aide des outils de CRM et de marketing automation pour fidéliser la clientèle et accroître la valeur client/partenaire à long terme.

Administrer les données clients dans les outils CRM en appliquant les procédures internes et les exigences du RGPD afin de garantir la qualité, la conformité et la fiabilité du portefeuille clients et d'optimiser l'efficacité commerciale des équipes.

Organiser les actions de coordination, de communication et de collaboration avec les partenaires commerciaux en planifiant des actions collaboratives intégrant les objectifs RSE et les contraintes de chacun (part time, handicap, interculturelité, etc.) pour animer un réseau dans une logique de coopération responsable et durable.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situations professionnelles individuelles reconstituées écrites et orales

RNCP42841BC03 — Manager de façon inclusive et éthique une équipe de commerciaux et des partenaires associés au développement commercial de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Élaborer un plan de développement des compétences, actuel et prospectif en identifiant les écarts entre les compétences existantes et les compétences cibles de l'équipe et des partenaires, y compris celles liées aux transitions écologique et numérique (éco-conception, sobriété, data, outils digitaux, IA, automatisation), afin de définir des actions de recrutement, de formation ou de partenariats adaptées, dans une logique de performance collective, inclusive, responsable et éthique.

Concevoir, en collaboration avec les ressources humaines, le processus de recrutement et le plan de formation annuel d'une équipe commerciale inclusive, en veillant au respect des besoins opérationnels et des principes éthiques et des nouvelles compétences nécessaires à la gestion de la transition écologique et numérique pour constituer et structurer une équipe diversifiée et performante, alignée sur les objectifs stratégiques de la direction.

Adapter son management aux profils, aux enjeux et aux contextes, en présentiel, à distance ou en hybride, en ajustant son leadership pour accompagner équipe et partenaires tout en préservant le bien-être, l'engagement durable et la prévention des risques psychosociaux liés aux objectifs commerciaux, aux usages numériques et aux modes de travail hybride.

Accompagner le développement opérationnel des compétences individuelles et collectives de son équipe, en mettant en œuvre des actions de coaching, de mentorat et de formation adaptées, afin de renforcer les performances quotidiennes dans une démarche inclusive et alignée avec les valeurs de l'entreprise.

Coordonner les actions entre les membres de l'équipe commerciale, les partenaires et les services internes en utilisant des outils collaboratifs accessibles (plannings partagés, CRM, réunions de synchronisation) pour assurer la cohérence des actions et l'atteinte des objectifs communs.

Traiter les tensions ou conflits au sein de l'équipe commerciale et avec les partenaires, en identifiant les signaux faibles liés aux RPS, y compris le harcèlement moral, et en mobilisant des techniques adaptées pour préserver la qualité relationnelle, la performance collective et l'attention aux personnes en situation de fragilité.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situations professionnelles individuelles reconstituées écrites et orales

RNCP42841BC04 — Piloter la performance commerciale et assurer le reporting stratégique de l'activité

LISTE DE COMPÉTENCES

Élaborer le système de pilotage de la performance commerciale en définissant des indicateurs quantitatifs, qualitatifs, financiers et RSE intégrant les dimensions ESG, en collaboration avec les parties prenantes, pour structurer le suivi de l'activité et orienter les décisions stratégiques.

Formaliser des outils de pilotage (tableaux de bord dynamiques, reporting automatisé, bases de données intégrées) en mobilisant les solutions numériques adaptées (Power BI, Tableau, Excel avancé, SAP, Salesforce, etc.) pour structurer, mesurer et visualiser le suivi de l'activité commerciale et faciliter la prise de décision.

Garantir la fiabilité, la cohérence et la complétude des indicateurs de performance (commerciaux, RSE, ESG) en mettant en place des processus réguliers de vérification et d'alerte, afin de garantir un pilotage réactif et sécurisé de l'activité.

Analyser les données issues des outils de pilotage et des benchmarks sectoriels en mobilisant les outils numériques (data visualisation, automatisation des extractions, croisement de sources) et des méthodes d'analyse quantitative et qualitative pour identifier les écarts de performance, en comprendre les causes et orienter les actions correctives contribuant à la progression des indicateurs écologiques et RSE.

Formuler des recommandations stratégiques et opérationnelles en croisant les écarts observés, les données sectorielles, les contraintes internes et les enjeux RSE/ESG, en intégrant les impacts de la transition écologique, pour construire un plan d'action ajusté et optimiser une performance commerciale responsable.

Synthétiser les données de performance commerciale et les recommandations associées en s'appuyant sur des outils numériques et collaboratifs (bureautique avancée, plateformes collaboratives, automatisation des mises à jour) pour produire des reportings clairs et accessibles à tous.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situation professionnelle reconstituée individuelle écrite et orale

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Responsable du développement commercial intervient dans tous les secteurs où la performance dépend de la conquête, de la fidélisation et du pilotage de la relation client : industrie, services, banque, assurance, immobilier, retail, distribution spécialisée, B2B technique, etc.

La diversité des cadres d'exercice se reflète dans la taille et la structure des organisations. Dans les grands groupes, le poste s'inscrit au sein d'une direction commerciale ou d'une business unit structurée.

Le Responsable du développement commercial fixe les objectifs et pilote la performance commerciale. Il assure également le développement et la fidélisation de grands comptes ou de clients à enjeux stratégiques. Dans les PME et ETI, il combine développement commercial, négociation et management direct des équipes sur le terrain. Dans les TPE et les start-up, il agit en qualité de bras droit du dirigeant, en charge du développement global, du suivi des clients et de la stratégie de croissance.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Animateur de ventes
Attaché commercial
Business Developer
Chargé d'affaires
Chargé des relations clients
Chargé du développement commercial
Commercial
Conseiller clientèle
Conseiller commercial
Directeur d'agence
Responsable commercial
Responsable des ventes / Sales manager

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 2 à 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	3 189 €
Familles professionnelles (FAP)	R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	9 109
Jugés difficiles à recruter	29 %
Emplois saisonniers	5 %
Familles professionnelles (FAP)	R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Le cursus préparant à la certification professionnelle « Responsable du Développement Commercial » s'adresse prioritairement aux candidats titulaires ou d'une certification professionnelle de niveau 5 validé.

Sur demande de dérogation, la certification professionnelle est également accessible : aux candidats titulaires du baccalauréat justifiant de trois années d'expérience professionnelle dans le domaine commercial (y compris en alternance), aux candidats ayant validé une deuxième année de licence, de BUT ou de Bachelor enregistré au RNCP.

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

Le jury de la délivrance de la certification est composé de six membres :

- deux représentants des employeurs,
- deux représentants des salariés,
- deux représentants de l'organisme certificateur sans lien de subordination avec les candidats

La présidence du jury est confiée à un membre extérieur au certificateur.

Base légale

Date de décision	30/09/2026
Durée de l'enregistrement	2 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	30/09/2028
Date de dernière délivrance possible	30/09/2032

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
-------	-----------	----------	------------------	--------------

2024	256	2	64 %	50 %
2023	140	3	75 %	54 %
2022	326	1	89 %	67 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP37849

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP37849, RNCP38830, RNCP40172, RNCP40568, RNCP41114

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/42841/>