Chef de projet marketing et communication digitale

RNCP42934 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312, 320, 326
Formacode(s)	34093, 46339, 46336, 46347
Code(s) ROME	M1705, E1104, M1702, M1805, E1402
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	30/10/2026
Date d'échéance	30/10/2029

Certificateur(s)

INSTITUT EUROPEEN F 2I · SIRET : 41904518200013

INSTITUT EUROPEEN F 2I · SIRET : 41904518200054
https://www.institut-f2i.fr/

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Un Chef de projet marketing et communication digitale se situe à l'intersection du pilotage de projets digitaux, de la stratégie marketing multicanale, de la gestion de la communication en ligne et de l'exploitation des données de performance. Sa mission principale est de proposer, cadrer et déployer des projets digitaux, en mobilisant et coordonnant l'ensemble des ressources disponibles (internes et externes). Il pilote les projets de A à Z : de la prise de brief et du recueil des besoins jusqu'à la livraison finale et l'évaluation des résultats.
Le périmètre du métier est désormais indissociable des enjeux marketing, data et communication et intègre les dimensions de l'intelligence artificielle appliquée au marketing, la sobriété numérique et la responsabilité sociétale.

ACTIVITÉS VISÉES

Analyse de l'environnement et des besoins d'un projet digital
Cadrage du projet digital
Élaboration de la stratégie de marketing et de communication digitale
Mise en œuvre et optimisation des leviers de communication digitale
Organisation et pilotage de la réalisation d'un projet digital
Déploiement du projet digital et accompagnement au changement
Pilotage de la performance digitale par la donnée
Management des équipes projet et pilotage de la communication stratégique

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Concevoir et mettre en œuvre un dispositif de veille multidimensionnelle continue (concurrentielle, sectorielle, technologique, juridique et tendancielle), en mobilisant des outils de collecte et d'organisation de l'information adaptés, afin d'identifier les évolutions du marché digital et d'en produire des synthèses régulières et exploitables pour orienter les décisions stratégiques.
Conduire un benchmark comparatif des pratiques concurrentes et des innovations sectorielles, en croisant des sources qualitatives et quantitatives selon des axes d'analyse définis, afin de positionner l'organisation dans son environnement digital et d'alimenter le cadrage stratégique d'un projet.
Recueillir et analyser les besoins d'un client ou d'un donneur d'ordre, en conduisant des entretiens de brief, en mobilisant des outils d'analyse stratégique et en définissant les cibles marketing du projet digital, afin de formuler une

problématique digitale claire et d'identifier les opportunités de projet.
Évaluer la faisabilité technique, économique et stratégique d'un projet digital, en confrontant les besoins exprimés aux contraintes de l'organisation et aux possibilités du marché, afin de cadrer le périmètre d'intervention et de préconiser des orientations argumentées.
Analyser les contraintes réglementaires applicables à un projet digital et évaluer leur impact sur les choix du projet, en s'appuyant sur une veille juridique actualisée, afin de garantir la conformité du projet dès la phase de cadrage.
Rédiger un cahier des charges de projet digital, en formalisant les objectifs, les livrables, les contraintes qualité-coût-délai, les exigences d'accessibilité numérique, les règles juridiques applicables et les principes d'écoconception numérique à respecter, afin de constituer le document contractuel de référence pour l'ensemble des parties prenantes.
Évaluer et sélectionner les outils d'intelligence artificielle pertinents pour un projet digital, en appréciant leur adéquation aux besoins identifiés, leurs performances, leurs contraintes éthiques et de sécurité des données, afin d'argumenter les choix technologiques retenus.
Construire et suivre le budget prévisionnel d'un projet digital, en évaluant les ressources humaines, techniques et financières nécessaires, en mettant en place des outils de contrôle budgétaire et un planning de réalisation, afin d'assurer la maîtrise des coûts, des délais et de la charge tout au long du projet.
Élaborer un plan marketing et communication digitale, en définissant les objectifs SMART, les cibles et les leviers d'action adaptés, afin de structurer une stratégie cohérente, opérationnelle et intégrée.
Construire un calendrier éditorial multicanal, en planifiant les contenus en cohérence avec les temps forts de la marque, les données d'audience et les objectifs de la stratégie, afin d'assurer la régularité et la pertinence de la présence de l'organisation sur l'ensemble de ses canaux.
Intégrer les enjeux de responsabilité sociétale (RSE) et de transition écologique dans la stratégie de communication digitale, en traduisant les engagements de l'organisation en messages et dispositifs adaptés aux cibles et vérifiables, afin de contribuer à une communication responsable et cohérente avec les valeurs de la marque.
Définir l'identité visuelle et éditoriale d'une marque ou d'un projet digital, en intégrant les principes d'accessibilité numérique et les caractéristiques des supports de diffusion (digitaux et, le cas échéant, print ou événementiels), afin d'assurer la cohérence de la marque sur l'ensemble des canaux.
Superviser la production de contenus digitaux (textes, visuels, vidéos, infographies, podcasts), en pilotant les contributeurs internes et les prestataires créatifs dans le respect du droit à l'image, de la propriété intellectuelle et de la cohérence de marque, afin d'alimenter les supports digitaux en contenus conformes et à forte valeur ajoutée.
Planifier, paramétrer et optimiser des campagnes de marketing digital sur les canaux payants, en mobilisant les outils dédiés et en veillant au respect des règles juridiques applicables aux contenus diffusés, afin d'atteindre les objectifs d'acquisition, de visibilité et de conversion définis.
Mobiliser des outils numériques d’aide à la création, à la personnalisation et à l’optimisation des campagnes, en les intégrant de façon raisonnée et éthique dans les processus de création de contenu et d'optimisation des campagnes, afin d'accroître la pertinence des messages et la performance des dispositifs marketing.
Déployer et piloter des dispositifs de gestion de la relation client et de marketing automation, en paramétrant les données clients, les segmentations, les scénarios d’interaction et les workflows automatisés dans le respect du RGPD, afin d’optimiser la personnalisation des parcours clients, l’efficacité opérationnelle des campagnes et la performance de la relation client.
Définir et mettre en œuvre une stratégie de référencement naturel (SEO), en réalisant des audits techniques et sémantiques, en pilotant les optimisations on-page et off-page et en développant une stratégie de contenu adaptée, afin d'améliorer la visibilité organique des supports digitaux dans les moteurs de recherche.
Organiser et coordonner les phases de réalisation d'un projet digital, en s'appuyant sur une planification rigoureuse et des outils de gestion de projet adaptés, en intégrant les exigences d'accessibilité numérique (RGAA/WCAG) comme critère de qualité, afin de garantir la livraison dans le respect des délais, du budget et des standards qualité.
Superviser les choix d'architecture UX/UI d'un projet digital, en interface avec les équipes design et techniques, en s'assurant de la conformité avec les standards d'ergonomie et d'accessibilité et avec les attentes des utilisateurs cibles, afin d'optimiser l'expérience utilisateur du dispositif livré.
Participer à la mise en œuvre et à la configuration d’un CMS, en collaboration avec les équipes techniques, adapté aux besoins du projet, en s'assurant de sa conformité avec les règles d'accessibilité numérique et les exigences de sécurité des données, afin de disposer d'un support digital fonctionnel, accessible et maintenable.
Élaborer et piloter un protocole de recette fonctionnelle, en organisant des tests utilisateurs et des vérifications de conformité au cahier des charges, afin de valider la qualité du livrable avant sa mise en production.
Sélectionner et mandater des prestataires externes, en formalisant les exigences du projet dans un brief ou un cahier

des charges précis, en définissant des critères de sélection explicites (compétences, délais, coût, références) et en évaluant les propositions reçues selon ces critères, afin de contractualiser avec le prestataire le mieux adapté aux besoins du projet.
Organiser et animer les instances de suivi de projet, en produisant des supports de suivi adaptés, en adaptant son niveau de langage aux interlocuteurs ciblés et en assurant la coordination avec les prestataires externes lors des instances de suivi, afin de maintenir la cohérence et la dynamique du projet digital.
Organiser le déploiement d'un projet digital en production, en anticipant les risques liés à la mise en service, en intégrant les principes d'écoconception numérique et en coordonnant les équipes techniques et métiers, afin d'assurer un lancement réussi et sans rupture de service.
Concevoir et mettre en œuvre un plan d'accompagnement au changement pour les utilisateurs finaux et les équipes internes, en produisant les supports de formation et de documentation adaptés aux différents publics (y compris les personnes en situation de handicap), afin de favoriser l'adoption des nouveaux outils et supports digitaux.
Définir un système de mesure de la performance adapté aux objectifs d'un projet digital, en sélectionnant les KPI pertinents et en mettant en place les outils de suivi et de collecte de données associés, afin de disposer d'une base d'analyse fiable pour piloter les actions.
Analyser les données de performance des campagnes et dispositifs digitaux, en exploitant les outils d'analytics et de reporting disponibles et, le cas échéant, des solutions augmentées par l'intelligence artificielle, afin d'identifier les leviers d'optimisation et de formuler des recommandations argumentées à destination des parties prenantes.
Mettre en œuvre des démarches d'optimisation continue des campagnes et dispositifs digitaux, en déployant des protocoles d'A/B testing, d'optimisation des tunnels de conversion et de réallocation budgétaire, en mobilisant les outils d'intelligence artificielle comme levier d'optimisation, afin d'améliorer en permanence la performance des actions.
Constituer et structurer une équipe projet, en évaluant les compétences disponibles en interne, en définissant les rôles, responsabilités et périmètres de chaque contributeur et en tenant compte des situations de handicap et des besoins spécifiques pour organiser le travail de manière inclusive, afin de garantir la complémentarité et l'efficacité collective.
Animer et coordonner une équipe projet pluridisciplinaire en mobilisant une méthodologie agile, en organisant les rituels de pilotage et en favorisant la coopération entre équipes internes et prestataires externes, afin d'optimiser la production collective et la qualité des livrables.
Gérer les aléas, les tensions et les conflits au sein d'une équipe projet, en mobilisant des techniques de résolution de problèmes et de management situationnel, et en prévenant les risques psychosociaux (surcharge de travail, stress, situations de burnout) par une attention régulière à la charge et au bien-être des membres de l'équipe, afin de maintenir la cohésion, la motivation et la trajectoire du projet.
Identifier, évaluer et gérer les risques d'un projet digital, en élaborant un plan de gestion des risques et en définissant des mesures de mitigation adaptées, afin de prévenir les situations critiques et d'assurer la résilience du projet.
Assurer la communication stratégique et transverse du projet auprès des parties prenantes internes et externes, en produisant des bilans, notes de synthèse et présentations adaptées aux différents niveaux de l'organisation, en vulgarisant les enjeux digitaux auprès des interlocuteurs non spécialistes, afin de maintenir l'alignement stratégique et de favoriser la culture digitale.
Contribuer à l'élaboration de la roadmap digitale de l'organisation, en apportant aux instances de pilotage des propositions d'orientation fondées sur l'analyse des résultats, des tendances du marché et des capacités internes, afin d'inscrire les projets dans une vision digitale cohérente avec les objectifs de l'organisation.

Blocs de compétences

RNCP42934BC01 — Analyser un marché et cadrer un projet digital

LISTE DE COMPÉTENCES

Concevoir et mettre en œuvre un dispositif de veille multidimensionnelle continue (concurrentielle, sectorielle, technologique, juridique et tendancielle), en mobilisant des outils de collecte et d'organisation de l'information adaptés, afin d'identifier les évolutions du marché digital et d'en produire des synthèses régulières et exploitables pour orienter les décisions stratégiques.
Conduire un benchmark comparatif des pratiques concurrentes et des innovations sectorielles, en croisant des sources qualitatives et quantitatives selon des axes d'analyse définis, afin de positionner l'organisation dans son environnement digital et d'alimenter le cadrage stratégique d'un projet.

Recueillir et analyser les besoins d'un client ou d'un donneur d'ordre, en conduisant des entretiens de brief, en mobilisant des outils d'analyse stratégique et en définissant les cibles marketing du projet digital, afin de formuler une problématique digitale claire et d'identifier les opportunités de projet.
Évaluer la faisabilité technique, économique et stratégique d'un projet digital, en confrontant les besoins exprimés aux contraintes de l'organisation et aux possibilités du marché, afin de cadrer le périmètre d'intervention et de préconiser des orientations argumentées.
Analyser les contraintes réglementaires applicables à un projet digital et évaluer leur impact sur les choix du projet, en s'appuyant sur une veille juridique actualisée, afin de garantir la conformité du projet dès la phase de cadrage.
Rédiger un cahier des charges de projet digital, en formalisant les objectifs, les livrables, les contraintes qualité-coût-délai, les exigences d'accessibilité numérique, les règles juridiques applicables et les principes d'écoconception numérique à respecter, afin de constituer le document contractuel de référence pour l'ensemble des parties prenantes.
Évaluer et sélectionner les outils d'intelligence artificielle pertinents pour un projet digital, en appréciant leur adéquation aux besoins identifiés, leurs performances, leurs contraintes éthiques et de sécurité des données, afin d'argumenter les choix technologiques retenus.
Construire et suivre le budget prévisionnel d'un projet digital, en évaluant les ressources humaines, techniques et financières nécessaires, en mettant en place des outils de contrôle budgétaire et un planning de réalisation, afin d'assurer la maîtrise des coûts, des délais et de la charge tout au long du projet.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée, à partir d'une étude de cas, dossier écrit, soutenance orale.

RNCP42934BC02 — Définir et piloter une stratégie marketing et communication digitale

LISTE DE COMPÉTENCES

Élaborer un plan marketing et communication digitale, en définissant les objectifs SMART, les cibles et les leviers d'action adaptés, afin de structurer une stratégie cohérente, opérationnelle et intégrée.
Construire un calendrier éditorial multicanal, en planifiant les contenus en cohérence avec les temps forts de la marque, les données d'audience et les objectifs de la stratégie, afin d'assurer la régularité et la pertinence de la présence de l'organisation sur l'ensemble de ses canaux.
Intégrer les enjeux de responsabilité sociétale (RSE) et de transition écologique dans la stratégie de communication digitale, en traduisant les engagements de l'organisation en messages et dispositifs adaptés aux cibles et vérifiables, afin de contribuer à une communication responsable et cohérente avec les valeurs de la marque.
Définir l'identité visuelle et éditoriale d'une marque ou d'un projet digital, en intégrant les principes d'accessibilité numérique et les caractéristiques des supports de diffusion (digitaux et, le cas échéant, print ou événementiels), afin d'assurer la cohérence de la marque sur l'ensemble des canaux.
Superviser la production de contenus digitaux (textes, visuels, vidéos, infographies, podcasts), en pilotant les contributeurs internes et les prestataires créatifs dans le respect du droit à l'image, de la propriété intellectuelle et de la cohérence de marque, afin d'alimenter les supports digitaux en contenus conformes et à forte valeur ajoutée.
Planifier, paramétrer et optimiser des campagnes de marketing digital sur les canaux payants, en mobilisant les outils dédiés et en veillant au respect des règles juridiques applicables aux contenus diffusés, afin d'atteindre les objectifs d'acquisition, de visibilité et de conversion définis.
Mobiliser des outils numériques d’aide à la création, à la personnalisation et à l’optimisation des campagnes, en les intégrant de façon raisonnée et éthique dans les processus de création de contenu et d'optimisation des campagnes, afin d'accroître la pertinence des messages et la performance des dispositifs marketing.
Déployer et piloter des dispositifs de gestion de la relation client et de marketing automation, en paramétrant les données clients, les segmentations, les scénarios d’interaction et les workflows automatisés dans le respect du RGPD, afin d’optimiser la personnalisation des parcours clients, l’efficacité opérationnelle des campagnes et la performance de la relation client.
Définir et mettre en œuvre une stratégie de référencement naturel (SEO), en réalisant des audits techniques et sémantiques, en pilotant les optimisations on-page et off-page et en développant une stratégie de contenu adaptée, afin d'améliorer la visibilité organique des supports digitaux dans les moteurs de recherche.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée, à partir d'une étude de cas, dossier écrit et soutenance orale.

RNCP42934BC03 — Piloter la mise en œuvre opérationnelle d'un projet digital

LISTE DE COMPÉTENCES

Organiser et coordonner les phases de réalisation d'un projet digital, en s'appuyant sur une planification rigoureuse et des outils de gestion de projet adaptés, en intégrant les exigences d'accessibilité numérique (RGAA/WCAG) comme critère de qualité, afin de garantir la livraison dans le respect des délais, du budget et des standards qualité.
Superviser les choix d'architecture UX/UI d'un projet digital, en interface avec les équipes design et techniques, en s'assurant de la conformité avec les standards d'ergonomie et d'accessibilité et avec les attentes des utilisateurs cibles, afin d'optimiser l'expérience utilisateur du dispositif livré.
Participer la mise en œuvre et la configuration d'un CMS en collaboration avec les équipes techniques adapté aux besoins du projet, en s'assurant de sa conformité avec les règles d'accessibilité numérique et les exigences de sécurité des données, afin de disposer d'un support digital fonctionnel, accessible et maintenable.
Élaborer et piloter un protocole de recette fonctionnelle, en organisant des tests utilisateurs et des vérifications de conformité au cahier des charges, afin de valider la qualité du livrable avant sa mise en production.
Sélectionner et mandater des prestataires externes, en formalisant les exigences du projet dans un brief ou un cahier des charges précis, en définissant des critères de sélection explicites (compétences, délais, coût, références) et en évaluant les propositions reçues selon ces critères, afin de contractualiser avec le prestataire le mieux adapté aux besoins du projet.
Organiser et animer les instances de suivi de projet, en produisant des supports de suivi adaptés, en adaptant son niveau de langage aux interlocuteurs ciblés et en assurant la coordination avec les prestataires externes lors des instances de suivi, afin de maintenir la cohérence et la dynamique du projet digital.
Organiser le déploiement d'un projet digital en production, en anticipant les risques liés à la mise en service, en intégrant les principes d'écoconception numérique et en coordonnant les équipes techniques et métiers, afin d'assurer un lancement réussi et sans rupture de service.
Concevoir et mettre en œuvre un plan d'accompagnement au changement pour les utilisateurs finaux et les équipes internes, en produisant les supports de formation et de documentation adaptés aux différents publics (y compris les personnes en situation de handicap), afin de favoriser l'adoption des nouveaux outils et supports digitaux.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée, à partir d'une étude de cas, dossier écrit et soutenance orale.

RNCP42934BC04 — Analyser les performances et optimiser la stratégie digitale

LISTE DE COMPÉTENCES

Définir un système de mesure de la performance adapté aux objectifs d'un projet digital, en sélectionnant les KPI pertinents et en mettant en place les outils de suivi et de collecte de données associés, afin de disposer d'une base d'analyse fiable pour piloter les actions.
Analyser les données de performance des campagnes et dispositifs digitaux, en exploitant les outils d'analytics et de reporting disponibles et, le cas échéant, des solutions augmentées par l'intelligence artificielle, afin d'identifier les leviers d'optimisation et de formuler des recommandations argumentées à destination des parties prenantes.
Mettre en œuvre des démarches d'optimisation continue des campagnes et dispositifs digitaux, en déployant des protocoles d'A/B testing, d'optimisation des tunnels de conversion et de réallocation budgétaire, en mobilisant les outils d'intelligence artificielle comme levier d'optimisation, afin d'améliorer en permanence la performance des actions.
Constituer et structurer une équipe projet, en évaluant les compétences disponibles en interne, en définissant les rôles, responsabilités et périmètres de chaque contributeur et en tenant compte des situations de handicap et des besoins spécifiques pour organiser le travail de manière inclusive, afin de garantir la complémentarité et l'efficacité collective.
Animer et coordonner une équipe projet pluridisciplinaire en mobilisant une méthodologie agile, en organisant les rituels de pilotage et en favorisant la coopération entre équipes internes et prestataires externes, afin d'optimiser la production collective et la qualité des livrables.
Gérer les aléas, les tensions et les conflits au sein d'une équipe projet, en mobilisant des techniques de résolution de problèmes et de management situationnel, et en prévenant les risques psychosociaux (surcharge de travail, stress, situations de burnout) par une attention régulière à la charge et au bien-être des membres de l'équipe, afin de maintenir la cohésion, la motivation et la trajectoire du projet.
Identifier, évaluer et gérer les risques d'un projet digital, en élaborant un plan de gestion des risques et en définissant des mesures de mitigation adaptées, afin de prévenir les situations critiques et d'assurer la résilience du projet.

Assurer la communication stratégique et transverse du projet auprès des parties prenantes internes et externes, en produisant des bilans, notes de synthèse et présentations adaptées aux différents niveaux de l'organisation, en vulgarisant les enjeux digitaux auprès des interlocuteurs non spécialistes, afin de maintenir l'alignement stratégique et de favoriser la culture digitale.
Contribuer à l'élaboration de la roadmap digitale de l'organisation, en apportant aux instances de pilotage des propositions d'orientation fondées sur l'analyse des résultats, des tendances du marché et des capacités internes, afin d'inscrire les projets dans une vision digitale cohérente avec les objectifs de l'organisation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée, à partir d'une étude de cas, dossier écrit et soutenance orale.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le champ d'exercice du métier est transversal à l'ensemble des secteurs économiques, notamment chez l'annonceur, au sein d'organisations, en agence ou en cabinet de conseil...

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Pilotage de projet digital :
- Chef de projet digital,
- Chef de projet web,
- Digital Project Manager,
- Chargé de projet digital

Marketing digital et acquisition :
- Chef de projet marketing digital,
- Chef de projet webmarketing,
- Chargé de marketing digital,
- Traffic manager, SEO / SEA Manager,
- Growth Marketer,
- Acquisition Manager.

Communication digitale :
- Chargé de communication digitale,
- Content manager,
- Responsable communication digitale.

Data et CRM :
- Chargé CRM,
- CRM Manager,
- Marketing automation Manager,
- Web Analyst,
- Digital Analyst

E-commerce :
- E-commerce Manager,
- Responsable e-business

Conseil/consulting digital :
- Consultant digital,
- Consultant SEO-SEA

Évolutions possibles :
- Social Media Manager,
- Chargé de data marketing,
- Consultant SEO/SEA ,
- CRM Manager ,
- Chef de projet e-commerce
- Responsable marketing digital,
- Responsable communication digitale,
- Digital Manager,
- Directeur marketing digital

- Chief Digital Officer (CDO).

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)	Modérée (3/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 1 à 5 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 907 €
Familles professionnelles (FAP)	M1X80 — Techniciens d'étude et de développement en informatique · tension 4/5 (Élevée) M2X90 — Ingénieurs et cadres d'étude, recherche et développement en informatique et télécom · tension 5/5 (Très 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) U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible) U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	45 668
Jugés difficiles à recruter	42 %
Emplois saisonniers	6 %
Familles professionnelles (FAP)	M1X80 — Techniciens d'étude et de développement en informatique M2X90 — Ingénieurs et cadres d'étude, recherche et développement en informatique et télécom R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Pour une entrée dans un cursus de trois ans :

- être titulaire d’une certification de niveau 4 européen (ou d’un diplôme non-européen de niveau équivalent),

ou

- être titulaire d’une certification de niveau 3 européen (ou d’un diplôme non-européen de niveau équivalent), complété d’une expérience de 3 ans dans l’un des métiers visés par la certification.

Pour une entrée dans un cursus sur une unique année académique :

- être titulaire d’une certification de niveau 5 européen (ou d’un diplôme non-européen de niveau équivalent) dans un domaine en lien avec celui de la certification,

ou

- avoir validé une deuxième année de cursus visant un niveau 6 européen (ou d’un cursus visant un diplôme non-européen de niveau équivalent) dans un domaine en lien avec celui de la certification.

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

Justifier d'une expérience professionnelle d'au minimum 90 jours (apprentissage, contrat de professionnalisation, CDI, CDD, CDDU, intérim ou stage), au sein d'une ou plusieurs structures.

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

Trois membres dont :

- deux professionnels extérieurs à l'organisme certificateur, avec a minima 2 années d'expérience professionnelle dans le domaine visé par la certification professionnelle, sans lien avec le candidat, n'ayant pas été formateur dans le parcours du candidat, n'appartenant pas à l'organisme certificateur ;
- un représentant de l'organisme certificateur.

Base légale

Date de décision	30/10/2026
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	30/10/2029
Date de dernière délivrance possible	29/10/2033

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2024	135	0	89 %	51 %
2023	219	1	89 %	54 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP38018

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP38018, RNCP38605, RNCP39602, RNCP40857, RNCP41981, RNCP36877

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/42934/