CQP Responsable d'un point de vente en grande distribution

RNCP42958 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312
Formacode(s)	34588
Code(s) ROME	D1504, D1301, D1509
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	30/10/2026
Date d'échéance	30/10/2029

Certificateur(s)

Commission paritaire nationale de l'Emploi (CPNE) de la branche du commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire - Fédération du commerce et de la distribution (FCD)
http://www.fcd.fr

FEDERATION ENTREP COMMERCE DISTRIBUTION · SIRET : 78485587600040

ASSOCIATION PARITAIRE POUR LE DEVELOPPEMENT DU DIALOGUE SOCIAL DANS LA BRANCHE DU COMMERCE DE DETAIL ALIMENTAIRE NON SPE · SIRET : 92283202700010

Partenaires habilités

15 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 15 à former.

Organisme	SIRET	Habilitation
AUCHAN RETAIL SERVICES	83188831800019	Former
AVALYS	78875059400038	Former
CAMPUS CASINO	38026162800032	Former
CENTRE DE FORMATION ET COMPETENCES	43397081100033	Former
COOPERATIVE U ENSEIGNE	30460295600142	Former
EUROCOM STRATEGIES	45171541100018	Former
I.F.C. DIS GROUPE	42372594400064	Former
INVEST HERE	53392332200028	Former
ISEAH FORMATION	53830929500029	Former
ITM ALIMENTAIRE INTERNATIONAL	34119222700039	Former

Liste complète des 15 partenaires habilités : https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp42958-cqp-responsable-d-un-point-de-vente-en-grande-distribution/partenaires

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Responsable d'un point de vente en grande distribution pilote l'activité globale d'un magasin ou d'un point de vente en assurant la déclinaison opérationnelle de la stratégie de l'enseigne. Il coordonne l'ensemble des activités commerciales, économiques, humaines et organisationnelles afin de garantir la performance, la qualité de service et la satisfaction client.

ACTIVITÉS VISÉES

- Accueil d'un client au sein d'un point de vente
- Prise en charge des clients au sein d'un point de vente
- Structuration de l'organisation du travail et des responsabilités des équipes à l'échelle du point de vente
- Définition et adaptation des pratiques managériales selon les situations à l'échelle du point de vente
- Accompagnement des équipes dans les évolutions organisationnelles à l'échelle du point de vente
- Développement des compétences et gestion des parcours professionnels à l'échelle du point de vente
- Pilotage et garantie du respect des procédures de santé, sécurité, hygiène et de prévention des risques à l'échelle du point de vente
- Suivi des obligations légales et sociales à l'échelle du point de vente
- Intégration des enjeux RSE dans l'exploitation du point de vente
- Mise en œuvre d'actions correctives suite aux non- conformités à l'échelle du point de vente
- Déclinaison de la stratégie commerciale de l'enseigne à l'échelle du point de vente
- Analyse globale des indicateurs de performance (CA, marge, productivité, démarque, satisfaction client…) à l'échelle du point de vente
- Orientation des investissements et optimisation des résultats économiques du point de vente
- Pilotage des flux financiers et du résultat d'exploitation du point de vente
- Pilotage de la politique commerciale, de la communication et du parcours client multicanal à l'échelle du point de vente
- Pilotage des approvisionnements et des stocks à l'échelle du point de vente
- Pilotage de l'implantation et de la mise en avant de l'offre commerciale
- Optimisation des ressources et des moyens d'exploitation
- Pilotage de la performance économique du point de vente
- Analyse des risques et sécurisation de l'activité à l'échelle du point de vente
- Pilotage des relations avec les parties prenantes à l'échelle du point de vente
- Conduite de l'amélioration continue et des transformations à l'échelle du point de vente

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Recevoir le client en appliquant les consignes du point de vente, afin de maintenir la qualité d'accueil, quel que soit le flux de clients.
- Informer le client sur les principales familles de produits et de services du point de vente en s'appuyant le cas échéant sur les outils numériques mis à disposition, afin de lui proposer ceux susceptibles de répondre à ses besoins et attentes.
- Traiter les demandes clients, en s'appuyant le cas échéant sur les outils numériques mis à disposition jusqu'à la prise de congés du client en apportant une réponse adaptée aux besoins exprimés afin de préserver la qualité de la relation client.
- Conseiller le client de façon personnalisée sur les gammes de produits et de services disponibles, en le sensibilisant le cas échéant sur les produits écoresponsables du point de vente afin de l'accompagner et d'anticiper ses besoins.
- Structurer l'organisation du travail du point de vente en définissant les rôles, responsabilités, niveaux de délégation et circuits de décision afin de garantir la coordination des activités.
- Arbitrer l'allocation des ressources humaines en fonction des priorités stratégiques et des contraintes opérationnelles afin d'assurer l'adéquation des moyens aux objectifs du point de vente.
- Définir et piloter les cadres de délégation (objectifs, marges d'autonomie, modalités de contrôle…) afin de sécuriser la prise de décision et renforcer la responsabilisation des équipes.
- Analyser les dynamiques collectives et les situations managériales afin de favoriser l'engagement et la mobilisation des équipes.
- Définir et faire évoluer les pratiques managériales en fonction des enjeux, des profils d'équipe et des

transformations du point de vente afin de garantir la performance collective.
• Accompagner les équipes dans l'appropriation des évolutions organisationnelles afin de sécuriser leur mise en œuvre au quotidien.
• Intégrer les enjeux de responsabilité sociétale, d'accessibilité et de prévention des risques dans la conduite du changement afin d'assurer la pérennité des transformations.
• Communiquer sur les transformations et leurs enjeux afin de limiter les résistances.
• Piloter les dispositifs de développement des compétences en lien avec les besoins du point de vente d'accompagner l'adaptation des équipes.
• Identifier les potentiels et piloter les parcours professionnels afin de favoriser la fidélisation des collaborateurs.
• Piloter les dispositifs de conformité et de contrôle interne afin de prévenir les situations de non-conformité au sein du point de vente.
• Définir et piloter des actions de prévention des risques professionnels afin de préserver la santé et la sécurité des collaborateurs.
• Analyser les situations à risque et les incidents afin de faire évoluer les dispositifs de prévention du point de vente.
• Garantir le respect de la législation sociale et du droit du travail au sein du point de vente afin de prévenir les risques sociaux et contentieux.
• Superviser l'application des obligations sociales et réglementaires afin de fiabiliser les pratiques du point de vente.
• Piloter les actions visant à réduire l'impact environnemental du point de vente conformément aux orientations de l'enseigne et à la réglementation en vigueur afin de limiter les effets de l'activité sur l'environnement.
• Déployer la politique RSE de l'enseigne au sein du point de vente en intégrant les enjeux environnementaux et sociétaux dans les pratiques professionnelles afin d'ancrer les engagements de responsabilité sociétale dans le fonctionnement du point de vente.
• Structurer l'analyse des non-conformités à partir des données disponibles afin d'identifier les causes des écarts constatés.
• Piloter les plans d'actions correctifs et en évaluer l'efficacité afin d'améliorer les pratiques du point de vente.
• Adapter la stratégie commerciale de l'enseigne aux spécificités du point de vente afin de répondre aux opportunités et contraintes du marché local.
• Traduire les orientations stratégiques de l'enseigne en plans d'actions opérationnels adaptés au contexte local du point de vente afin d'assurer la déclinaison opérationnelle de la stratégie commerciale.
• Croiser les données économiques, commerciales et opérationnelles afin d'éclairer les décisions de pilotage du point de vente.
• Arbitrer les décisions de pilotage à partir de l'analyse des écarts entre résultats et objectifs afin d'ajuster les actions engagées.
• Analyser les risques économiques, financiers et opérationnels ayant un impact sur la performance du point de vente afin d'anticiper leurs conséquences sur les résultats.
• Orienter les décisions d'investissement du point de vente en fonction des priorités économiques, commerciales et opérationnelles afin d'accompagner le développement de l'activité.
• Piloter l'optimisation des résultats économiques du point de vente en agissant sur les leviers de chiffre d'affaires, de marge, de coûts et de productivité afin d'améliorer la rentabilité de l'activité.
• Piloter la sécurisation des flux financiers du point de vente en définissant les dispositifs de contrôle et de suivi afin d'assurer la fiabilité et la traçabilité des opérations.
• Suivre et sécuriser l'impact des flux financiers et des résultats d'exploitation afin d'éclairer les décisions de gestion du point de vente.
• Piloter l'amélioration continue de l'expérience client en analysant les retours clients et les indicateurs de satisfaction afin d'adapter l'offre de service aux attentes des clients.
• Piloter la mise en œuvre des actions commerciales en coordonnant les équipes et les ressources, en s'appuyant sur les indicateurs de performance, afin d'atteindre les objectifs commerciaux du point de vente.
• Piloter la mise en œuvre de la stratégie de communication du point de vente en coordonnant les actions multicanales et en évaluant leur efficacité afin de renforcer la visibilité et l'attractivité commerciale.
• Piloter le parcours client multicanal en définissant les étapes clés, les leviers d'activation et les indicateurs de performance afin d'assurer la cohérence de l'expérience client sur l'ensemble des canaux.
• Arbitrer les stratégies d'approvisionnement du point de vente en fonction des objectifs commerciaux, des contraintes logistiques et des enjeux économiques afin de garantir la disponibilité de l'offre.
• Arbitrer les équilibres de stock en fonction des objectifs commerciaux, des contraintes logistiques et des enjeux économiques afin de garantir un niveau de stock adapté à l'activité.

• Définir les orientations merchandising du point de vente afin d'optimiser la présentation de l'offre.
• Définir les orientations de mise en valeur de l'offre (merchandising, promotions, saisonnalité…) en cohérence avec la stratégie commerciale afin de renforcer l'attractivité de l'offre.
• Piloter l'organisation et le fonctionnement global du point de vente en coordonnant les activités commerciales, logistiques et administratives afin d'assurer la continuité de l'activité.
• Optimiser l'utilisation des ressources matérielles et techniques du point de vente afin de préserver la compétitivité de l'offre.
• Déterminer et ajuster les prix de vente des produits du point de vente, dans le respect de la politique commerciale de l'enseigne, afin d'optimiser la performance économique et la compétitivité du point de vente.
• Soutenir les négociations commerciales avec les fournisseurs ou interlocuteurs internes afin d'améliorer les conditions d'achat.
• Identifier et analyser les risques économiques, opérationnels et réglementaires du point de vente afin d'anticiper leurs conséquences sur l'activité.
• Définir et piloter des dispositifs de prévention et de sécurisation afin d'assurer la continuité d'activité.
• Représenter le point de vente auprès des partenaires externes et des acteurs institutionnels locaux afin de développer les relations avec l'environnement du point de vente.
• Gérer les situations complexes et les litiges commerciaux en négociant des solutions adaptées afin de préserver les relations commerciales.
• Identifier les axes d'amélioration de la performance globale du point de vente en analysant les pratiques et les résultats afin d'orienter les actions d'amélioration.
• Piloter les transformations du point de vente en organisant leur déploiement, en sécurisant leurs impacts sur l'activité et en intégrant les enjeux de durabilité afin de pérenniser les transformations engagées.

Blocs de compétences

RNCP42958BC01 — Gérer la relation client en point de vente

LISTE DE COMPÉTENCES

• Recevoir le client en appliquant les consignes du point de vente, afin de maintenir la qualité d'accueil, quel que soit le flux de clients.
• Informer le client sur les principales familles de produits et de services du point de vente en s'appuyant le cas échéant sur les outils numériques mis à disposition, afin de lui proposer ceux susceptibles de répondre à ses besoins et attentes.
• Traiter les demandes clients, en s'appuyant le cas échéant sur les outils numériques mis à disposition jusqu'à la prise de congés du client en apportant une réponse adaptée aux besoins exprimés afin de préserver la qualité de la relation client.
• Conseiller le client de façon personnalisée sur les gammes de produits et de services disponibles, en le sensibilisant le cas échéant sur les produits écoresponsables du point de vente afin de l'accompagner et d'anticiper ses besoins.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

• Mises en situation professionnelle réelles
• Entretiens

RNCP42958BC02 — Définir l'organisation du travail et développer les équipes

LISTE DE COMPÉTENCES

• Structurer l'organisation du travail du point de vente en définissant les rôles, responsabilités, niveaux de délégation et circuits de décision afin de garantir la coordination des activités.
• Arbitrer l'allocation des ressources humaines en fonction des priorités stratégiques et des contraintes opérationnelles afin d'assurer l'adéquation des moyens aux objectifs du point de vente.
• Définir et piloter les cadres de délégation (objectifs, marges d'autonomie, modalités de contrôle…) afin de sécuriser la prise de décision et renforcer la responsabilisation des équipes.
• Analyser les dynamiques collectives et les situations managériales afin de favoriser l'engagement et la mobilisation des équipes.
• Définir et faire évoluer les pratiques managériales en fonction des enjeux, des profils d'équipe et des transformations du point de vente afin de garantir la performance collective

• Accompagner les équipes dans l’appropriation des évolutions organisationnelles afin de sécuriser leur mise en œuvre au quotidien.
• Intégrer les enjeux de responsabilité sociétale, d’accessibilité et de prévention des risques dans la conduite du changement afin d’assurer la pérennité des transformations.
• Communiquer sur les transformations et leurs enjeux afin de limiter les résistances.
• Piloter les dispositifs de développement des compétences en lien avec les besoins du point de vente d’accompagner l’adaptation des équipes.
• Identifier les potentiels et piloter les parcours professionnels afin de favoriser la fidélisation des collaborateurs.

MODALITÉS D'ÉVALUATION
• Mises en situation professionnelle réelles
• Entretiens

RNCP42958BC03 — Garantir la conformité, la qualité et la responsabilité du point de vente

LISTE DE COMPÉTENCES
• Piloter les dispositifs de conformité et de contrôle interne afin de prévenir les situations de non-conformité au sein du point de vente.
• Définir et piloter des actions de prévention des risques professionnels afin de préserver la santé et la sécurité des collaborateurs.
• Analyser les situations à risque et les incidents afin de faire évoluer les dispositifs de prévention du point de vente.
• Garantir le respect de la législation sociale et du droit du travail au sein du point de vente afin de prévenir les risques sociaux et contentieux.
• Superviser l’application des obligations sociales et réglementaires afin de fiabiliser les pratiques du point de vente.
• Piloter les actions visant à réduire l’impact environnemental du point de vente conformément aux orientations de l’enseigne et à la réglementation en vigueur afin de limiter les effets de l’activité sur l’environnement.
• Déployer la politique RSE de l’enseigne au sein du point de vente en intégrant les enjeux environnementaux et sociétaux dans les pratiques professionnelles afin d’ancrer les engagements de responsabilité sociétale dans le fonctionnement du point de vente.
• Structurer l’analyse des non-conformités à partir des données disponibles afin d’identifier les causes des écarts constatés.
• Piloter les plans d’actions correctifs et en évaluer l’efficacité afin d’améliorer les pratiques du point de vente.

MODALITÉS D'ÉVALUATION
• Mises en situation professionnelle réelles
• Entretiens

RNCP42958BC04 — Garantir et optimiser la performance commerciale et économique du point de vente

LISTE DE COMPÉTENCES
• Adapter la stratégie commerciale de l’enseigne aux spécificités du point de vente afin de répondre aux opportunités et contraintes du marché local.
• Traduire les orientations stratégiques de l’enseigne en plans d’actions opérationnels adaptés au contexte local du point de vente afin d’assurer la déclinaison opérationnelle de la stratégie commerciale.
• Croiser les données économiques, commerciales et opérationnelles afin d’éclairer les décisions de pilotage du point de vente.
• Arbitrer les décisions de pilotage à partir de l’analyse des écarts entre résultats et objectifs afin d’ajuster les actions engagées.
• Analyser les risques économiques, financiers et opérationnels ayant un impact sur la performance du point de vente afin d’anticiper leurs conséquences sur les résultats.
• Orienter les décisions d’investissement du point de vente en fonction des priorités économiques, commerciales et opérationnelles afin d’accompagner le développement de l’activité.
• Piloter l’optimisation des résultats économiques du point de vente en agissant sur les leviers de chiffre d’affaires, de marge, de coûts et de productivité afin d’améliorer la rentabilité de l’activité.
• Piloter la sécurisation des flux financiers du point de vente en définissant les dispositifs de contrôle et de suivi afin d’assurer la fiabilité et la traçabilité des opérations.
• Suivre et sécuriser l’impact des flux financiers et des résultats d’exploitation afin d’éclairer les décisions de gestion du point de vente.

• Piloter l’amélioration continue de l’expérience client en analysant les retours clients et les indicateurs de satisfaction afin d’adapter l’offre de service aux attentes des clients.
• Piloter la mise en œuvre des actions commerciales en coordonnant les équipes et les ressources, en s’appuyant sur les indicateurs de performance, afin d’atteindre les objectifs commerciaux du point de vente.
• Piloter la mise en œuvre de la stratégie de communication du point de vente en coordonnant les actions multicanales et en évaluant leur efficacité afin de renforcer la visibilité et l’attractivité commerciale.
• Piloter le parcours client multicanal en définissant les étapes clés, les leviers d’activation et les indicateurs de performance afin d’assurer la cohérence de l’expérience client sur l’ensemble des canaux.

MODALITÉS D'ÉVALUATION
• Mises en situation professionnelle réelles
• Entretiens

RNCP42958BC05 — Piloter l’exploitation opérationnelle et la performance du point de vente

LISTE DE COMPÉTENCES
• Arbitrer les stratégies d’approvisionnement du point de vente en fonction des objectifs commerciaux, des contraintes logistiques et des enjeux économiques afin de garantir la disponibilité de l’offre.
• Arbitrer les équilibres de stock en fonction des objectifs commerciaux, des contraintes logistiques et des enjeux économiques afin de garantir un niveau de stock adapté à l’activité.
• Définir les orientations merchandising du point de vente afin d’optimiser la présentation de l’offre.
• Définir les orientations de mise en valeur de l’offre (merchandising, promotions, saisonnalité…) en cohérence avec la stratégie commerciale afin de renforcer l’attractivité de l’offre.
• Piloter l’organisation et le fonctionnement global du point de vente en coordonnant les activités commerciales, logistiques et administratives afin d’assurer la continuité de l’activité.
• Optimiser l’utilisation des ressources matérielles et techniques du point de vente afin de préserver la compétitivité de l’offre.
• Déterminer et ajuster les prix de vente des produits du point de vente, dans le respect de la politique commerciale de l’enseigne, afin d’optimiser la performance économique et la compétitivité du point de vente.
• Soutenir les négociations commerciales avec les fournisseurs ou interlocuteurs internes afin d’améliorer les conditions d’achat.

MODALITÉS D'ÉVALUATION
• Mises en situation professionnelle réelles
• Entretiens

RNCP42958BC06 — Piloter la sécurisation et les transformations du point de vente dans son environnement

LISTE DE COMPÉTENCES
• Identifier et analyser les risques économiques, opérationnels et réglementaires du point de vente afin d’anticiper leurs conséquences sur l’activité.
• Définir et piloter des dispositifs de prévention et de sécurisation afin d’assurer la continuité d’activité.
• Représenter le point de vente auprès des partenaires externes et des acteurs institutionnels locaux afin de développer les relations avec l’environnement du point de vente.
• Gérer les situations complexes et les litiges commerciaux en négociant des solutions adaptées afin de préserver les relations commerciales.
• Identifier les axes d’amélioration de la performance globale du point de vente en analysant les pratiques et les résultats afin d’orienter les actions d’amélioration.
• Piloter les transformations du point de vente en organisant leur déploiement, en sécurisant leurs impacts sur l’activité et en intégrant les enjeux de durabilité afin de pérenniser les transformations engagées.

MODALITÉS D'ÉVALUATION
• Mises en situation professionnelle réelles
• Entretiens

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Responsable de point de vente en grande distribution visé par la certification exerce dans les entreprises du commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire (CCN n° 3305 — IDCC 2216), secteur qui compte près de 700 000 salariés répartis dans plus de 20 000 entreprises et établissements, présents dans près de 11 000 communes. Les entreprises employeuses relèvent de tous les modèles d'organisation — groupes intégrés, franchisés, commerce associé et coopératif — et vont de la très petite entreprise indépendante au grand groupe de dimension internationale. La taille de l'entreprise employeuse n'a pas d'incidence sur le contenu du métier, qui est déterminé par le format du point de vente.
Relèvent de cette branche, les entreprises de 11 salariés et plus, réparties en formats de distribution suivants :

- Les hypermarchés : Ils possèdent une surface de vente en libre-service entre 2 500 et 20 000 m2, et un assortiment comptant de 25 000 à 40 000 références, dont 3 000 à 5 000 références de produits alimentaires et 20 000 à 35 000 références de produits non-alimentaires. Ils réalisent plus des deux tiers du chiffre d'affaires en alimentation générale
- Les supermarchés :

Ils possèdent une surface de vente en libre-service entre 400 et 2 500 m2, et un assortiment comptant de 3 000 à 12 000 références, dont 500 à 1 500 références de produits non alimentaires. Plus des deux tiers du chiffre d'affaires sont réalisés en alimentation générale.

- Les supermarchés à dominante marques propres (ex : maxi discomptes) : ils possèdent une surface de vente en libre-service entre 300 et 2 500 m2. Ils ont un assortiment réduit : moins de 2 000 références en moyenne.
- Les supérettes : magasins de détail non spécialisés à prédominance alimentaire, elles possèdent une surface de vente comprise entre 120 et 400 m².
- Les entrepôts de logistique
- Le commerce de gros (grossistes, dont le cash and carry) : ces entreprises combinent le plus souvent des activités d'entreposage, d'achat et de commerce de gros
- Les sièges sociaux et les centrales d'achat
- Le drive

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Responsable de magasin
- Directeur de magasin

Marché du travail

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

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

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation continue, Contrat de professionnalisation, VAE

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

Le jury de la délivrance de la certification est constitué par la CPNE.

Il est composé de membres issus paritairement des deux collèges (employeurs et salariés), ainsi que de professionnels et experts métiers désignés par les représentants des collèges. Sa composition garantit la légitimité paritaire des décisions de délivrance de la certification.

Et est composé à minima de 2 personnes :

- 1 représentant du collège Employeurs
- 1 représentant du collège Salariés

COMPOSITION DU JURY — VAE

Le jury de la délivrance de la certification est constitué par la CPNE.

Il est composé de membres issus paritairement des deux collèges (employeurs et salariés), ainsi que de professionnels et experts métiers désignés par les représentants des collèges. Sa composition garantit la légitimité paritaire des décisions de délivrance de la certification.

Et est composé à minima de 3 personnes :

- 1 représentant du collège Employeurs
- 1 représentant du collège Salariés
- 1 représentant expert métier en lien avec le CQP visé.

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
2025	36	0	100 %	—
2024	16	0	100 %	—

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP38255

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/42958/