

SCHOOL FOR MATE

LIVRET PÉDAGOGIQUE

IA pour le marketing et la communication

CT11 · Module de spécialisation

Ce module de 21 heures forme les professionnels du marketing et de la communication à intégrer l'intelligence artificielle générative dans toute la chaîne de valeur de leurs actions : analyse, création de contenus textuels, visuels et vidéo, animation de communauté, automatisation et pilotage de la performance. Conçu pour préparer aux certifications RS6776, RS7288, RS7439 et RS7523, il associe efficacité opérationnelle, accessibilité des contenus et conformité au RGPD et à l'IA Act.

VOLUME HORAIRE	COURS	BLOCS
21 h	7	4

01 · PRÉSENTATION

La formation en bref

Intitulé	IA pour le marketing et la communication
Code	CT11
Type	Module de spécialisation
Certificateur	Hors répertoire
Durée	21 h, 7 cours
Modalité	Formation à distance (e-learning), tutorat assuré par l'organisme de formation
Formats	SCORM 1.2 / 2004, xAPI, sources éditables
Mise à jour	Novembre 2026

Le métier et les compétences visées

Le professionnel du marketing et de la communication augmenté par l'IA conçoit, produit et optimise des actions de communication en mobilisant les outils d'intelligence artificielle générative à chaque étape. Il analyse son environnement concurrentiel, identifie les cas d'usage pertinents et construit un plan d'intégration assorti d'indicateurs. Il rédige des prompts précis pour générer textes, visuels et vidéos adaptés à chaque support et à chaque public, y compris les personnes en situation de handicap. Il anime sa communauté, automatise ses séquences de prospection et de nurturing, puis mesure les résultats pour améliorer ses campagnes. Il garantit en permanence la confidentialité des données, la transparence envers les publics et la conformité au RGPD, à l'IA Act et à la directive ePrivacy.

Public visé

- Chargés de marketing et chargés de communication souhaitant intégrer l'IA dans leurs pratiques
- Responsables marketing et communication, consultants en marketing digital et chefs de projets digitaux
- Indépendants, dirigeants de TPE et professionnels de TPE en charge du marketing de contenus
- Commerciaux et porteurs de projets souhaitant automatiser leurs actions marketing et commerciales
- Salariés et demandeurs d'emploi du secteur tertiaire produisant des contenus rédactionnels ou visuels (assistanat, communication, ressources humaines)

Prérequis

- Maîtriser les bases de l'outil informatique et de la navigation sur Internet (logiciels de base de type traitement de texte)
- Disposer d'une première expérience professionnelle, idéalement d'au moins un an en marketing et/ou communication selon la certification visée
- Avoir une première pratique des réseaux sociaux et être en charge, ou en projet, d'une démarche de marketing de contenus
- Posséder des connaissances fondamentales de la démarche commerciale et un projet d'intégration de l'IA dans son contexte professionnel (les conditions d'admission propres à chaque certificateur sont vérifiées par l'organisme de formation)

Objectifs pédagogiques

À l'issue du parcours, l'apprenant est capable de :

- Analyser son environnement digital, concurrentiel et ses processus marketing pour identifier les cas d'usage de l'IA et les tâches automatisables
- Élaborer un plan d'intégration de l'IA générative comprenant sélection d'outils, calendrier, indicateurs de performance et politique de gestion des risques
- Rédiger et affiner des prompts optimisés pour produire des contenus rédactionnels et visuels adaptés aux objectifs (SEO, engagement, visibilité) et aux supports
- Scénariser et produire des vidéos personnalisées avec l'IA en adaptant le format à chaque réseau social, plateforme ou site
- Produire des contenus inclusifs et accessibles aux personnes en situation de handicap
- Animer une communauté et générer des prospects à l'aide de l'IA en respectant les spécificités algorithmiques des plateformes
- Structurer et qualifier une base de données prospects puis concevoir et paramétrer une séquence automatisée d'engagement
- Évaluer la performance des actions marketing et automatisées, mener une veille active et piloter l'amélioration continue
- Garantir la confidentialité des données et la conformité éthique et réglementaire des contenus et des automatisations (RGPD, IA Act, ePrivacy)

02 · FIL ROUGE PÉDAGOGIQUE

Les Jardins d'Orsenne

CD

Clara Delorme

Chargée de marketing et communication

Fabrication et vente de thés et infusions biologiques (PME de 28 salariés, vente en ligne, boutiques partenaires et clientèle professionnelle d'hôtels et restaurants)

Les Jardins d'Orsenne, PME angevine fondée il y a quinze ans, produit des thés et infusions biologiques vendus sur son site marchand, dans des épiceries fines partenaires et auprès d'hôtels et de restaurants. Face à des concurrents plus présents en ligne, la direction souhaite relancer la marque avant le lancement d'une nouvelle gamme d'infusions bien-être. Clara Delorme, seule chargée de marketing et communication, gère à la fois le site, les réseaux sociaux, la newsletter et les supports commerciaux. Elle manque de temps, ses publications sont irrégulières et le fichier clients est mal tenu. La direction lui confie une mission : intégrer l'IA générative pour produire plus et mieux, sans compromettre la confidentialité des données clients ni l'image responsable de l'entreprise, et en rendant les contenus accessibles à tous.

Chaque cours se termine par une mise en situation dans cette entreprise : l'apprenant accompagne Clara dans des situations professionnelles réalistes, de plus en plus complexes, jusqu'à la préparation des épreuves.

La progression

1. Bloc M1 : Clara audite les pratiques marketing de l'entreprise, analyse la concurrence, cartographie les risques réglementaires et présente à la direction un plan d'intégration de l'IA avec une charte d'usage interne.
2. Bloc M2 : Clara produit les contenus de lancement de la gamme bien-être (fiches produits optimisées SEO, visuels, vidéo courte) en veillant à leur accessibilité.
3. Bloc M3 : Clara construit le calendrier éditorial, anime la communauté, nettoie le fichier prospects professionnels et déploie une séquence automatisée de prospection auprès des hôtels et restaurants.
4. Bloc M4 : Clara met en place une veille automatisée, analyse les résultats de la campagne et présente à la direction un bilan assorti d'un plan d'amélioration continue.

03 · ARCHITECTURE

Organisation du parcours

Le parcours est construit sur les compétences visées : chaque bloc regroupe les cours qui préparent à son évaluation.

N°	Bloc et cours	Durée
M1 · Stratégie d'intégration et cadre responsable de l'IA en marketing		**6 h**
1	Analyser son environnement et élaborer un plan d'intégration de l'IA	3 h
2	Confidentialité, éthique et conformité réglementaire (RGPD, IA Act, ePrivacy)	3 h
M2 · Création de contenus marketing textuels, visuels et vidéo avec l'IA générative		**6 h**
3	Prompt engineering et création de contenus rédactionnels et visuels	3 h
4	Vidéos personnalisées et contenus inclusifs avec l'IA	3 h
M3 · Animation de communauté, acquisition et automatisation marketing		**5 h 30**
5	Animer sa communauté et générer des prospects avec l'IA	2 h 30
6	Données prospects et séquences automatisées d'engagement	3 h
M4 · Veille, mesure de la performance et amélioration continue		**3 h 30**
7	Piloter et optimiser ses actions marketing avec l'IA	3 h 30
Total du parcours		**21 h**

Répartition des modalités pédagogiques

Chaque sous-chapitre s'ouvre sur une vidéo de 3 à 5 minutes. La vidéo représente 30 % du volume horaire, complétée par du cours texte enrichi, des infographies, des études de cas, des mises en situation et des QCM.



- Vidéos : 6 h 30
- Cours texte et infographies : 6 h 30
- Études de cas et mises en situation : 5 h
- QCM et évaluations : 3 h

04 · PROGRAMME DÉTAILLÉ

Contenu des cours

M1 · 6 h

Stratégie d'intégration et cadre responsable de l'IA en marketing

Cours 1 · Analyser son environnement et élaborer un plan d'intégration de l'IA

3 h

OBJECTIFS

- Analyser son environnement digital et concurrentiel ainsi que ses processus marketing à l'aide de l'IA
- Identifier les tâches marketing et commerciales automatisables et les cas d'usage à fort potentiel
- Construire un plan d'action d'intégration de l'IA avec calendrier, indicateurs et installation des outils sur le poste de travail

ÉVALUATION FORMATIVE

QCM de validation des acquis et étude de cas : production d'une matrice de priorisation des cas d'usage et d'un plan d'action commenté

CONTENUS

- Principes de fonctionnement de l'IA générative et panorama des outils cités par les référentiels (ChatGPT, Google Gemini, Adobe Firefly, Microsoft Copilot) et des outils spécialisés marketing
- Analyse de l'environnement digital et concurrentiel assistée par l'IA pour positionner son activité dans une stratégie de contenus
- Cartographie des processus marketing et communication : identification des besoins récurrents et des tâches automatisables
- Critères de sélection des cas d'usage et des outils : valeur ajoutée, coût, dimensions réglementaires, éthiques et environnementales
- Élaboration du plan d'action : priorisation, ressources, calendrier de mise en œuvre et indicateurs de performance
- Installation et configuration des outils sur le poste de travail, intégration aux outils existants
- Identification des dérives possibles et des risques à intégrer dans la politique de gestion des risques

Fil rouge · Clara analyse la présence en ligne de trois concurrents des Jardins d'Orsenne, recense ses tâches chronophages et rédige un plan d'intégration de l'IA sur six mois qu'elle doit soumettre à la direction.

Cours 2 · Confidentialité, éthique et conformité réglementaire (RGPD, IA Act, ePrivacy)

3 h

OBJECTIFS

- Garantir la confidentialité des données professionnelles et personnelles lors de l'usage des outils d'IA générative
- Appliquer les directives du RGPD, de l'IA Act et de la réglementation ePrivacy aux contenus et aux actions marketing
- Mettre en place une veille réglementaire et des mesures préventives et correctives ciblées

ÉVALUATION FORMATIVE

Quiz réglementaire et étude de cas : analyse de situations à risque et rédaction d'une charte d'usage avec mesures préventives et correctives

CONTENUS

- Données sensibles et données personnelles : identifier ce qui ne doit jamais être saisi dans un outil d'IA générative
- Bonnes pratiques de sécurité : paramètres de confidentialité, comptes professionnels, anonymisation et pseudonymisation des requêtes
- Le RGPD appliqué au marketing : bases légales, consentement, droits des personnes, minimisation des données
- L'IA Act : approche par les risques, obligations de transparence et calendrier d'application
- Cadre national, européen et international : ePrivacy, propriété intellectuelle et droit à l'image des contenus générés
- Risques éthiques des contenus générés : biais, stéréotypes, désinformation, hypertrucages, impact environnemental
- Organiser sa veille réglementaire et rédiger une charte interne d'usage responsable de l'IA

Fil rouge · Clara découvre qu'un collègue a copié le fichier clients dans un outil d'IA grand public : elle évalue le risque, propose les mesures correctives et rédige la charte d'usage de l'IA des Jardins d'Orsenne.

M2 · 6 h

Création de contenus marketing textuels, visuels et vidéo avec l'IA générative

Cours 3 · Prompt engineering et création de contenus rédactionnels et visuels

3 h

OBJECTIFS

- Rédiger des prompts optimaux à l'aide des techniques de prompt engineering
- Créer des contenus textuels et visuels adaptés aux objectifs (SEO, engagement, attractivité, visibilité) et aux supports
- Optimiser les contenus générés par itérations successives selon des critères définis

ÉVALUATION FORMATIVE

Exercice pratique noté par grille de critères : rédaction et amélioration itérative de prompts, comparaison avant/après, QCM de fin de cours

CONTENUS

- Anatomie d'un prompt efficace : rôle, contexte, objectif, contraintes, style, format
- Techniques avancées : exemples guidés, décomposition en étapes, gabarits de prompts réutilisables
- Optimisation conversationnelle : enrichir le contexte, affiner le prompt initial, évaluer et corriger les résultats
- Rédaction marketing assistée : fiches produits, articles de blog optimisés SEO, newsletters, publications sociales
- Génération et retouche d'images : prompts visuels, cohérence avec la charte graphique, déclinaisons
- Adapter les contenus aux supports et publics : formats, tailles, résolutions, tonalité du message
- Vérification humaine : exactitude, cohérence de marque, originalité et respect des droits

Fil rouge · Clara crée une bibliothèque de prompts pour rédiger les fiches produits optimisées SEO de la gamme bien-être et générer les visuels de lancement déclinés pour le site, la newsletter et les réseaux sociaux.

Cours 4 · Vidéos personnalisées et contenus inclusifs avec l'IA

3 h

OBJECTIFS

- Scénariser et produire des vidéos personnalisées avec les outils d'IA de génération et de montage vidéo et son
- Adapter les formats vidéo aux supports cibles (réseau social, plateforme, site)
- Produire des contenus inclusifs et accessibles aux personnes en situation de handicap

ÉVALUATION FORMATIVE

Mise en situation pratique : production d'un script et d'une vidéo courte, audit d'accessibilité d'un contenu à l'aide d'une liste de contrôle

CONTENUS

- Scénariser avec l'IA générative : accroche, script, storyboard et appel à l'action
- Outils de génération et de montage vidéo, de voix de synthèse et de musique : usages et limites
- Adapter les formats aux supports : vertical, carré, horizontal, durée, sous-titrage selon la plateforme
- Personnalisation des vidéos selon les segments de public
- Principes d'accessibilité numérique : handicaps visuels, auditifs, cognitifs et moteurs
- Produire des contenus accessibles avec l'IA : textes alternatifs, sous-titres, transcriptions, langage clair, contrastes
- Respect des règles éthiques et des algorithmes des plateformes sociales, mention des contenus générés

Fil rouge · Clara scénarise et produit une vidéo courte de présentation de l'infusion phare de la gamme, déclinée en trois formats, puis la rend accessible avec sous-titres, transcription et textes alternatifs pour l'ensemble des visuels associés.

M3 · 5 h 30

Animation de communauté, acquisition et automatisation marketing

Cours 5 · Animer sa communauté et générer des prospects avec l'IA

2 h 30

OBJECTIFS

- Créer un calendrier de publication et animer sa communauté avec l'IA
- Cibler ses audiences et créer des personae pour personnaliser ses contenus à grande échelle
- Mettre en place une stratégie d'acquisition de prospects via sa communauté en ligne

ÉVALUATION FORMATIVE

Étude de cas : réalisation de personae et d'un calendrier éditorial commenté, QCM sur les algorithmes et l'acquisition

CONTENUS

- Construire des personae à partir de données démographiques et comportementales avec l'IA
- Élaborer un calendrier éditorial multicanal assisté par l'IA
- Recycler et décliner les contenus existants pour gagner en régularité
- Stimuler l'interaction : réponses aux commentaires, sondages, contenus participatifs
- Comprendre les spécificités algorithmiques des réseaux sociaux
- Stratégie d'acquisition : aimants à prospects, appels à l'action, tunnel de conversion depuis la communauté

Fil rouge · Clara définit trois personae (particulier sensible au bien-être, gérant d'épicerie fine, responsable d'hôtel), construit le calendrier éditorial du trimestre et conçoit un guide téléchargeable pour capter des prospects professionnels.

Cours 6 · Données prospects et séquences automatisées d'engagement

3 h

OBJECTIFS

- Structurer, enrichir et qualifier une base de données clients et prospects avec l'IA
- Concevoir un scénario d'automatisation et réaliser une séquence automatisée d'engagement
- Garantir la conformité et la transparence des actions automatisées

ÉVALUATION FORMATIVE

Exercice pratique : schéma de scénario d'automatisation, paramétrage commenté d'une séquence et liste de contrôle de conformité

CONTENUS

- Qualité des données : acquisition, normalisation, complétion, dédoublonnage et rationalisation avec l'IA
- Qualifier et segmenter les cibles selon des critères pertinents (scoring)
- Concevoir un scénario d'automatisation : déclencheurs, canaux, contenus générés, conditions de personnalisation
- Connecter les outils et paramétrer les actions automatisées : envois, relances, nurturing
- Personnaliser les messages à grande échelle sans perdre la qualité relationnelle
- Hygiène des données, consentement, désinscription et transparence : RGPD, IA Act, ePrivacy appliqués à l'automatisation
- Tester et valider une séquence avant son déploiement

Fil rouge · Clara nettoie et qualifie le fichier de 600 contacts professionnels des Jardins d'Orsenne, puis conçoit et paramètre une séquence automatisée de prospection et de relance auprès des hôtels et restaurants, conforme au RGPD.

M4 · 3 h 30

Veille, mesure de la performance et amélioration continue

Cours 7 · Piloter et optimiser ses actions marketing avec l'IA

3 h 30

OBJECTIFS

- Paramétrer une veille automatisée sur le marché, les clients et les signaux d'affaires
- Évaluer les performances des campagnes et des actions automatisées à l'aide des indicateurs et des outils d'IA
- Piloter l'amélioration continue de sa stratégie de contenus et de ses campagnes

ÉVALUATION FORMATIVE

Étude de cas de synthèse : analyse d'un tableau de bord de performance, recommandations argumentées et QCM final transversal

CONTENUS

- Paramétrer un outil de veille par IA : collecte, analyse et restitution automatique des informations pertinentes
- Veille concurrentielle, tendances et signaux d'affaires pour anticiper les opportunités
- Indicateurs clés : taux d'ouverture, clics, engagement, conversion, coût d'acquisition
- Visualiser et interpréter les données de performance avec l'IA
- Tests comparatifs et optimisation des contenus, ciblages et séquences
- Bilan de campagne et plan d'amélioration continue intégrant la veille réglementaire
- Préparation aux épreuves de certification : synthèse des compétences et méthodologie

Fil rouge · Trois mois après le lancement, Clara analyse les résultats de la campagne bien-être et de la séquence de prospection, identifie les leviers d'amélioration et présente à la direction un bilan et une feuille de route actualisée.

05 · CONFORMITÉ AU RÉFÉRENTIEL

Couverture des compétences

Correspondance entre les compétences visées et les cours du parcours.

Compétence	Bloc	Cours
RS6776 C1 : Définir la stratégie d'implémentation de l'IA générative sur le poste de travail	M1	1
RS6776 C2 : Rédiger un prompt optimal par les techniques de prompt engineering	M2	3
RS6776 C3 : Garantir la confidentialité des données professionnelles	M1	2
RS6776 C4 : Produire des contenus inclusifs et accessibles aux personnes en situation de handicap	M2	4
RS6776 C5 : Optimiser les contenus générés en enrichissant le contexte et en affinant le prompt	M2	3, 4
RS6776 C6 : Appliquer les directives de l'IA Act et du RGPD par la veille et des mesures préventives et correctives	M1	2, 7
RS7288 C1 : Analyser les applications potentielles de l'IA sur ses processus marketing et communication	M1	1, 2
RS7288 C2 : Élaborer un plan d'action d'intégration de l'IA (solutions, calendrier, indicateurs, risques, accessibilité)	M1	1, 2, 4
RS7288 C3 : Créer des contenus marketing textuels et image avec l'IA générative	M2	3
RS7288 C4 : Produire des vidéos personnalisées avec l'IA	M2	4
RS7288 C5 : Optimiser ses campagnes avec l'IA (ciblage, personae, personnalisation, génération de leads)	M3	5, 6
RS7439 C1 : Analyser son environnement digital et concurrentiel à l'aide de l'IA	M1	1
RS7439 C2 : Produire des contenus digitaux engageants et inclusifs (texte, visuel, vidéo)	M2	3, 4
RS7439 C3 : Garantir le respect des normes de protection des données et d'éthique	M1	2
RS7439 C4 : Animer sa communauté à l'aide de l'IA (calendrier, recyclage, interaction)	M3	5
RS7439 C5 : Mettre en place une stratégie d'acquisition de prospects via sa communauté	M3	5
RS7439 C6 : Piloter l'amélioration continue de sa stratégie de contenus (indicateurs, veille)	M4	7
RS7523 C1 : Identifier les tâches marketing ou commerciales automatisables et les outils adaptés	M1	1, 6
RS7523 C2 : Réaliser une veille automatisée sur le marché, les clients ou les signaux d'affaires	M4	7
RS7523 C3 : Structurer, enrichir et qualifier une base de données clients ou prospects	M3	6
RS7523 C4 : Concevoir un scénario d'automatisation d'une action commerciale ou marketing	M3	6
RS7523 C5 : Réaliser une séquence automatisée d'engagement client ou prospect	M3	6
RS7523 C6 : Évaluer les performances des actions automatisées	M4	7
RS7523 C7 : Garantir la conformité des actions automatisées (RGPD, IA Act, ePrivacy)	M3	2, 6

Évaluations formatives

Chaque cours comporte des évaluations formatives intégrées : QCM de validation à la fin de chaque sous-chapitre et de chaque cours, études de cas et mises en situation professionnelles ancrées dans le fil rouge des Jardins d'Orsenne, exercices pratiques de rédaction et d'amélioration de prompts, de production de contenus et de paramétrage de scénarios. Les productions sont évaluées à l'aide de grilles de critères explicites (pertinence, qualité, accessibilité, conformité) qui permettent à l'apprenant de s'autoévaluer et au formateur de l'organisme de formation d'assurer un suivi individualisé. Un QCM final transversal clôt le parcours et permet de mesurer l'atteinte des objectifs pédagogiques.

Modalités de certification

Bloc	Modalité d'évaluation
RS6776	Modalités d'évaluation définies par le certificateur INKREA FORMATIONS et publiées sur la fiche RS6776 de France Compétences, non détaillées dans les données de référence : l'organisme de formation doit les consulter et les appliquer auprès du certificateur.
RS7288	Modalités d'évaluation définies par le certificateur CLASSE DIGITALE et publiées sur la fiche RS7288 de France Compétences, non détaillées dans les données de référence : l'organisme de formation doit les consulter et les appliquer auprès du certificateur.
RS7439	Modalités d'évaluation définies par le certificateur ONLINE SALES SUCCESS et publiées sur la fiche RS7439 de France Compétences, non détaillées dans les données de référence. Le référentiel précise une admission conditionnée à un test de positionnement (10/20 minimum) et à la vérification de l'expérience des réseaux sociaux.
RS7523	Modalités d'évaluation définies par les certificateurs ADE HOLDING et VISIPLUS et publiées sur la fiche RS7523 de France Compétences, non détaillées dans les données de référence. Le référentiel précise que la candidature doit être validée au terme de la procédure d'admission définie par le certificateur.

Le parcours couvre l'intégralité des capacités attestées des quatre certifications, comme le démontre la matrice de couverture. Les mises en situation du fil rouge reproduisent les situations professionnelles visées par les référentiels : plan d'intégration, production de contenus, séquences automatisées, bilan de performance. Les livrables produits au fil des cours (plan d'action, charte d'usage, bibliothèque de prompts, personae, scénario

d'automatisation, tableau de bord) constituent une base que l'apprenant peut transposer à son propre contexte professionnel pour préparer les épreuves. Le dernier cours propose une synthèse méthodologique. School For Mate fournit le contenu pédagogique ; l'organisme de formation reste responsable de l'inscription, de la présentation des candidats et de l'organisation de la certification auprès du certificateur concerné.

06 · MOYENS ET PERSPECTIVES

Moyens pédagogiques et débouchés

Moyens pédagogiques et techniques

- Plateforme e-learning en marque blanche accessible 24 h/24, compatible ordinateur, tablette et mobile
- Une vidéo de 3 à 5 minutes par sous-chapitre, représentant 30 % du volume horaire du parcours
- Cours texte enrichis, infographies et fiches synthèses téléchargeables
- Études de cas et mises en situation professionnelles construites autour du fil rouge des Jardins d'Orsenne
- Modèles opérationnels réutilisables : gabarits de prompts, trame de plan d'intégration, charte d'usage, liste de contrôle d'accessibilité, grille de conformité RGPD
- QCM de validation des acquis et grilles d'évaluation des productions
- Suivi de progression et traçabilité des activités de l'apprenant pour le pilotage de l'organisme de formation

Débouchés et évolutions

- Chargé de marketing ou chargé de communication
- Responsable marketing et communication
- Consultant en marketing digital
- Chef de projet digital
- Indépendant ou dirigeant de TPE pilotant son marketing de contenus
- Professionnel du marketing digital ou commercial en charge de l'automatisation des actions marketing et commerciales

Accessibilité

Contenus sous-titrés en français, contrastes conformes WCAG AA, navigation au clavier sur les écrans interactifs. L'organisme de formation qui diffuse le parcours adapte les modalités d'accompagnement aux personnes en situation de handicap avec son référent handicap.

Livrables fournis à l'organisme de formation

- Package SCORM 1.2 / 2004 et xAPI, compatible avec les principaux LMS
- Sources éditables des cours, scripts vidéo et banques de QCM
- Livret apprenant et grilles d'évaluation
- Licence marque blanche à vie, stagiaires illimités, maintenance 24 mois

School For Mate
On crée vos formations, vous n'avez plus qu'à les diffuser.
contact@schoolformate.com · catalogue-2026-sfm.netlify.app

La délivrance de la certification relève exclusivement du certificateur et de l'organisme de formation habilité. Document non contractuel, susceptible d'évoluer avec le référentiel.