



A Global Education Company



## « COMMENT LES ENTREPRISES SE PREPARENT-ELLES A LA REFORME DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE ? »



---

**SYNTHESE des premiers résultats  
de l'enquête en cours**  
**16 octobre 2014**

**Analyse quantitative – Conception/réalisation : Telelangue-Berlitz**  
**Analyse qualitative** - Sandrine Baslé, consultante, Qualiview  
**Contact** : Sylvie Pételot, Responsable communication, Telelangue  
[spetelot@telelangue.com](mailto:spetelot@telelangue.com) - Tél : 01 43 90 48 37

## 1. Contexte et objectifs de l'enquête

### Objectifs :

- Connaître le ressenti des responsables formations sur les tendances actuelles et les évolutions prévisibles suite à la réforme en cours du 5 mars 2014
- Recueillir les besoins des entreprises en matière de formation professionnelle
- Permettre aux organismes de formation d'adapter leur offre de services aux attentes des entreprises, en particulier pour les formations linguistiques et à distance
- Préciser les attentes des entreprises vis-à-vis des autres acteurs de la formation professionnelle

## 2. Repères méthodologiques

### Démarche

1. Consultation par voie d'un questionnaire en ligne sur la période du 11 septembre au 08 octobre 2014.  
295 personnes en charge de la formation au sein des entreprises ont répondu au questionnaire d'enquête.
2. Enquête qualitative : sur la base de 12 entretiens (par téléphone) avec des responsables RH ou responsables formation, réalisés entre le 2 et le 9 octobre 2014. Les éclairages de l'étude qualitative apparaissent par le symbole ☎



### 3. Descriptif du panel interrogé

295 personnes en charge de la formation au sein des entreprises ont répondu au questionnaire d'enquête en date du 30 septembre 2014.

#### Secteurs d'activités représentés

Choix de réponses	Réponses	
Aérospatiale et défense	3,39%	10
Agro-alimentaire	5,76%	17
Assurance, Banque et Finance	4,41%	13
Automobile	5,42%	16
BTP / immobilier	4,75%	14
Conseil / RH / Juridique	6,78%	20
Distribution, Biens de consommation	5,42%	16
Education	3,05%	9
Energie et environnement	2,37%	7
Informatique et SSII	9,15%	27
Luxe et Cosmétique	1,69%	5
Médias et Communication	3,39%	10
Organismes Publics	1,02%	3
Pharmacie / Santé / Chimie /	8,47%	25
Télécommunications	0,68%	2
Tourisme / Hôtellerie / Loisirs	2,37%	7
Transport et logistique	4,75%	14
Autre	13,56%	40
Autre (veuillez préciser)	13,56%	40
<b>Total</b>		<b>295</b>

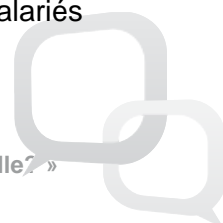
Les deux secteurs les plus représentés dans les résultats de cette enquête sont les services aux entreprises (27,12%) et l'industrie (24,4%).

Parmi les activités les plus représentées : Informatique et SSII, Pharmacie-Santé-Chimie, Conseil-RH-Juridique, Agro-alimentaire, Automobile, Distribution biens de consommation, Banques-Assurances.

#### Taille des entreprises

Choix de réponses	Réponses	
Moins de 10 salariés	15,25%	45
De 11 à 49 salariés	21,02%	62
De 50 à 300 salariés	29,83%	88
De 301 à 500 salariés	10,17%	30
Plus de 500 salariés	23,73%	70
<b>Total</b>		<b>295</b>

L'échantillon présente une répartition équilibrée entre les principaux segments : 36,27% pour les entreprises de moins de 50 salariés, 29,83% pour les entreprises entre 50 et 300 salariés et 33,9% pour les entreprises de plus de 300 salariés.



## Activité internationale

Choix de réponses	Réponses	
Oui	<b>70,88%</b>	202
Non	<b>29,12%</b>	83
<b>Total</b>		<b>285</b>

Une forte majorité des entreprises de l'échantillon exerce une activité à l'international (70,88%). Elles sont donc très majoritairement concernées par les enjeux de la formation linguistique.

## Entreprises étrangères

Choix de réponses	Réponses	
Oui	<b>34,92%</b>	103
Non	<b>65,08%</b>	192
<b>Total</b>		<b>295</b>

Plus du tiers (34,92%) des entreprises sont étrangères, ce qui renforce la caractéristique précédente.

## Effectifs formés

Choix de réponses	Réponses	
< 10%	<b>23,84%</b>	67
Entre 10 et 30%	<b>22,78%</b>	64
Entre 31 et 50%	<b>22,78%</b>	64
Supérieur à 50%	<b>30,60%</b>	86
<b>Total</b>		<b>281</b>

Les entreprises qui ont répondu sont en majorité actives ou très actives dans leurs actions de formation pour leur personnel (53,38% forment plus de 30% de leur personnel chaque année).

## La fonction des répondants

Choix de réponses	Réponses	
Directeur général / Gérant ..	<b>12,88%</b>	38
Directeur des ressources humaines	<b>6,10%</b>	18
Responsable des ressources humaines / Assistant(e) RH...	<b>17,63%</b>	52
Responsable formation / Chargé(e) de formation / Assistant(e) formation...	<b>33,22%</b>	98
Learning and development	<b>2,71%</b>	8
DAF / Comptable / Finance...	<b>2,71%</b>	8
Autre (veuillez préciser)	<b>24,75%</b>	73
<b>Total</b>		<b>295</b>

La grande majorité des répondants occupe les fonctions de responsable formation ou responsable des ressources humaines (67,66%), ou de direction (direction générale, directeur administratif et financier) pour 15,59%.



#### 4. Précautions méthodologiques sur l'interprétation des résultats de l'enquête pour :

- **l'échantillon des répondants**

- Q5 Forte proportion d'entreprises à l'activité internationale (70,88%)  
=> représentativité relative de l'échantillon par rapport à l'ensemble du tissu économique français
- Q7 Entreprises déjà très impliquées dans la formation (53,38% des entreprises forment plus de 30% de leur personnel chaque année)  
=> sur-représentation des entreprises les plus actives sur le sujet
- Q6 Le tiers de l'échantillon est constitué d'entreprises étrangères (34,92%)  
=> entreprises interrogées plus sensibilisées aux problématiques de la formation linguistique

- **le contexte de réalisation de l'enquête**

- en septembre-octobre 2014, les répondants ne disposent pas encore de tous les éléments juridiques (décrets en attente de parution, négociations paritaires en cours...)
- les répondants ne sont pas encore tous bien informés des caractéristiques techniques des dispositifs (CPF, nouvelles règles de financement...), et peuvent donc parfois ne pas percevoir toutes les implications de certaines de leurs réponses.



# SOMMAIRE

## Partie 1 - Quels impacts la réforme aura-t-elle sur la stratégie de financement des formations dans les entreprises?

- ⇒ **Tendance 1 : une continuité des efforts des entreprises en matière de financement des formations malgré un impact de la réforme. Cependant, de fortes attentes d'informations sur les nouvelles règles de financement pourraient modifier en profondeur leur stratégie**

Une continuité des efforts des entreprises en matière de financement des formations

- La disparition de l'obligation fiscale n'aura pas d'impact sur le budget de formation

Un impact de la réforme fort à modéré selon l'attitude à venir des répondants encore indécis

- Le budget global de formation restera constant mais néanmoins une tendance de baisse générale en 2015 du pourcentage de la masse salariale est octroyé à la formation
- Le budget pour les formations linguistiques suit la tendance du budget global
- Un financement à part égale entre les OPCA et les entreprises

Un manque de visibilité sur le CPF et une communication interne en attente

## Partie 2 - Sur quels critères choisir les organismes partenaires et quelles seront les priorités d'achat des entreprises ?

- ⇒ **Tendance 2 : une attente forte de conseil et d'accompagnement sur des offres de formation plus adaptées (sur-mesure, flexibilité) et plus ciblées (compétences métiers)**

- Les formations linguistiques et métiers, deux axes stratégiques pour 2015
- Des pratiques d'achat identiques : les entreprises décident de rester fidèles à leurs prestataires actuels
- Les coûts horaires et l'engagement des résultats, des critères majeurs pour le choix des partenaires en langues
- Des services attendus : des offres de formations plus adaptées et une facilité de mise en place...
- ....mais aussi un conseil/accompagnement à toutes les étapes d'un projet
- Une nette évolution vers des formations mixtes au dépend des formations 100% présentiels



- Peu d'évolution sur le choix de formations pendant ou hors temps de travail
- ➔ **Tendance 3 : des dispositifs en attente de décision face à l'incertitude de la réforme**

- Le plan de formation et le CPF à priori envisagés pour les formations linguistiques en 2015
- Une durée des formations encore non définie avant la parution des décrets
- Une timide demande de certifications pour les formations linguistiques

### **Partie 3 - Vers une plus grande professionnalisation des acteurs de la formation professionnelle ?**

- ➔ **Tendance 4 : un nouveau rôle à inventer pour tous les acteurs de la formation professionnelle**

- Un rôle multiple pour les entreprises : orienter, négocier, créer et piloter
- L'OPCA, un intermédiaire de plus en plus incontournable pour informer, simplifier, financer et accompagner les entreprises
- Professionnalisation renforcée pour les organismes de formation, et créativité recherchée en particulier pour les formations linguistiques



## Partie 1 : Quels impacts la réforme aura-t-elle sur la stratégie de financement des formations dans les entreprises?

➡ **Tendance 1 : Un statut quo en trompe l'œil : les entreprises continueront leurs efforts en matière de financement des formations. Cependant, de fortes attentes d'informations sur les nouvelles règles de financement pourraient modifier en profondeur leur stratégie**

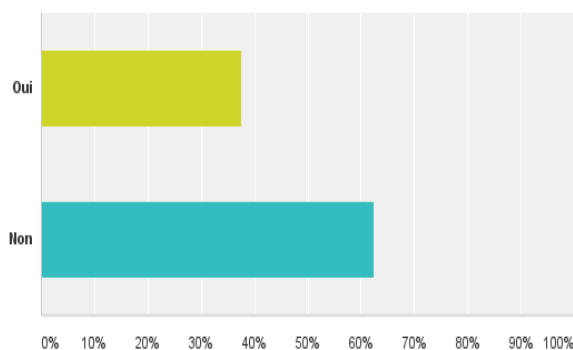
### CONTINUITÉ DES EFFORTS DES ENTREPRISES EN MATIÈRE DE FINANCEMENT DES FORMATIONS POUR 2015

**% de la masse salariale investie par les entreprises dans la formation professionnelle en 2014**

Choix de réponses	Réponses	
Inférieur à 1,6%	<b>28,57%</b>	70
> ou = 1,6% mais < 3%	<b>32,65%</b>	80
> ou = 3%	<b>38,78%</b>	95

Les entreprises ont continué d'investir massivement en 2014 dans les actions de formation et prévoient toujours de le faire en 2015, y compris pour la formation linguistique, et cela malgré la disparition de l'obligation fiscale.

La disparition de l'obligation fiscale n'aura pas d'impact sur le budget formation pour 62.45% des répondants.



📞 **Pour les entreprises ayant un budget important, les formations en langue « seront basculées du DIF au plan de formation » en attendant d'être fixées sur le CPF : « parce qu'on est prudents ».**

Ceci ne veut pas dire que le budget va automatiquement augmenter mais plutôt que l'entreprise s'adapte en attendant d'être fixée. En effet, même pour ces plus « riches », les managers qui vont récupérer les formations en langue dans le plan, « vont d'abord prévoir les formations obligatoires et, s'il reste du budget, programmer des formations en langue ».



## Partie 1 : Quels impacts la réforme aura-t-elle sur la stratégie de financement des formations dans les entreprises?

### UN IMPACT DE LA REFORME FORT A MODERE SELON L'ATTITUDE A VENIR DES REpondANTS ENCORE INDECIS

Le budget global de formation restera constant en 2015 malgré une tendance de baisse générale du pourcentage de la masse salariale octroyé à la formation.

Choix de réponses	Réponses					
Augmenter de plus de 20% ?	8					3,27%
Augmenter de 11% à 20% ?	7					2,86%
Augmenter de 3% à 10% ?	18					7,35%
Rester constant ?	113					46,12%
Diminuer de 3% à 10% ?	22					8,98%
Diminuer de 11% à 20% ?	8					3,27%
Diminuer de plus de 20% ?	12					4,90%
Ne sait pas	57					23,27%
<b>Total</b>	<b>245</b>					

Le budget global restera constant pour 46.12% des interrogés, mais 23.27% ne savent pas encore et 17.15% prévoient déjà une baisse.

(Même tendance quelle que soit la taille de l'entreprise).

🗨️ Ils ne se prononcent pas sur une baisse de budget mais certains considèrent que cela risque de **changer la répartition des budgets** formations entre CPF et plan de formation.

Choix de réponses	Réponses	
Inférieur à 1,6%	<b>32,24%</b>	79
> ou = 1,6% mais < 3%	<b>31,43%</b>	77
> ou = 3%	<b>36,33%</b>	89
<b>Total</b>		<b>245</b>

Une tendance de baisse générale en 2015 du pourcentage de la masse salariale octroyé à la formation (-2 points pour les investissements jusque là supérieurs ou égaux à 1.6%) par rapport à 2014.

## Partie 1 : Quels impacts la réforme aura-t-elle sur la stratégie de financement des formations dans les entreprises?

### LE BUDGET POUR LES FORMATIONS LINGUISTIQUES SUIT LA TENDANCE DU BUDGET GLOBAL

Le budget global de formation pour les actions de formation linguistique pour 2015 par rapport à 2014 va :

Choix de réponses	Réponses				
Augmenter de plus de 20% ?	7				2,86%
Augmenter de 11% à 20% ?	8				3,27%
Augmenter de 3% à 10% ?	16				6,53%
Rester constant ?	113				46,12%
Diminuer de 3% à 10% ?	11				4,49%
Diminuer de 11% à 20% ?	4				1,63%
Diminuer de plus de 20% ?	11				4,49%
Ne sait pas	75				30,61%
<b>Total</b>	<b>245</b>				

Un manque de visibilité encore plus fort pour les formations linguistiques (30.61% d'indécis).

(Même tendance générale quelle que soit la taille de l'entreprise, avec une prévision de hausse déclarée pour les petites structures).

**📞 La réforme ne va pas changer le poids des langues par rapport à son poids avant la réforme** : elles resteront stratégiques si c'était le cas avant la réforme et, dans ce cas, plutôt dans le plan de formation.

En revanche, si l'apprentissage des langues n'était pas considéré comme stratégique avant la réforme, il y a plus de chance qu'elles aient été intégrées au DIF. Dans ce cas, les salariés pourront bénéficier de formations en langues si celles-ci figurent sur la liste des formations CPF.

### UN FINANCEMENT A PART EGALE ENTRE LES OPCA ET LES ENTREPRISES

Choix de réponses	Réponses				
OPCA	48				21,52%
Entreprise	48				21,52%
OPCA + entreprise	97				43,50%
Il n'y en aura pas dans le cadre du plan	24				10,76%
Autre (veuillez préciser)	6				2,69%
<b>Total</b>	<b>223</b>				

Le financement du plan de formation pour les formations linguistiques se fera principalement à égalité par les OPCA et par les entreprises (65% en cumulé).

Analyse par segment : plus la taille d'une entreprise diminue, plus la part du financement par un OPCA est grande.

## Partie 1 : Quels impacts la réforme aura-t-elle sur la stratégie de financement des formations dans les entreprises?

### UN MANQUE DE VISIBILITE SUR LE CPF ET UNE COMMUNICATION INTERNE EN ATTENTE

% des entreprises ayant prévu de négocier un accord d'entreprise sur le CPF

Choix de réponses	Réponses	
Oui	6,11%	14
Non	44,10%	101
Ne sait pas	49,78%	114
Total		229

63% des entreprises interrogées s'estiment insuffisamment informées sur la réforme.

De plus, seulement 6.11% prévoient un éventuel accord d'entreprise sur le CPF (49.78% d'indécis et 44.10% n'en prévoient pas).

Concernant la communication interne des entreprises, une écrasante majorité (84.75%) ne l'a pas encore faite. Pour 45% des répondants, l'information n'est pas prévue avant 2015.

**📞 Ils s'interrogent encore sur de nombreux aspects de la réforme.** Celle-ci est une source d'incertitude et d'interrogations par rapport :

- à la liste des formations éligibles
- au moment de la formation (dans le temps de travail ou hors temps de travail)
- à la durée des formations
- aux certifications
- au financement
- au déroulé administratif : « j'espère que ce sera plus facile de déclencher une formation »

*Question : « qu'est ce que la réforme va changer pour vous ? » Réponse : « J'aimerais bien le savoir. » ou « Je ne sais pas, on va re-mouliner la réforme une fois qu'elle sera passée afin qu'elle soit applicable à notre entreprise ».*

**Cette attente n'est pas satisfaisante pour eux, ils la subissent.**

**Ils envisagent de communiquer en interne sur la réforme et ses conséquences, en fin d'année, uniquement quant ils seront fixés, en particulier sur :**

- la liste des formations éligibles
- le fonctionnement et le financement : « *Déjà il faudra que je communique sur le process ; aujourd'hui ils demandent un DIF, c'est clair car j'ai mis des formulaires en place, ça n'existait pas quand je suis arrivée ; et j'ai sélectionné des organismes spécifiques pour le DIF, dans 3 mois, on verra...* ».

Et, s'il leur arrive de répondre aux questions sur la réforme, ils précisent que : « *Rien n'est fixé* », « *Nous ne connaissons pas le périmètre* », la seule chose qui est certaine est que « *le DIF va disparaître et les dernières demandes seront enregistrées fin novembre* ».



## Partie 1 : Quels impacts la réforme aura-t-elle sur la stratégie de financement des formations dans les entreprises?

Encore très peu de lisibilité sur la façon d'intégrer le CPF (62.45%).

Choix de réponses	Réponses	Proportion
Externaliser à 100% la gestion et financement du CPF	37	16,16%
Internaliser la gestion et financement du CPF	22	9,61%
Si internalisation : Formations effectuées librement par les salariés	17	7,42%
Si internalisation : Formations selon les priorités définies par l'OPCA	17	7,42%
Mise en place d'un catalogue de formations CPF préconisé par votre entreprise	36	15,72%
Ne sait pas	143	62,45%
Autre (veuillez préciser)	9	3,93%
Nombre total de personnes interrogées : 229		

📞 Ils sont en attente de savoir comment le CPF va s'appliquer dans les détails et **concrètement** (administrativement par exemple).

Tant qu'ils n'ont pas les réponses à ces questions, c'est-à-dire tant que la situation n'est pas claire quant aux changements et aux difficultés que la réforme va engendrer, **ils ne sont pas capables de dire ce qui va changer concrètement pour eux**. On peut dire que ce n'est pas le sujet pour l'instant. Ils sont en situation d'attente.



## Partie 2 : Sur quels critères choisir les organismes partenaires et quels seront les priorités d'achat des entreprises?

- ➔ **Tendance 2 : Une attente forte de conseil et d'accompagnement sur des offres de formation plus adaptées (sur-mesure, flexibilité) et plus ciblées (compétences métiers)**

### LES FORMATIONS LINGUISTIQUES ET METIERS, DEUX AXES STRATEGIQUES POUR LES ENTREPRISES

Choix de réponses	Réponses		
Langues	176		60,07%
Bureautique	72		24,57%
Management	140		47,78%
Commercial/marketing	55		18,77%
Métier	176		60,07%
Sécurité	89		30,38%
RSE	10		3,41%
Autre (veuillez préciser)	37		12,63%
<b>Nombre total de personnes interrogées : 293</b>			

Les formations en langues restent un axe de formation majeur pour 60% des entreprises interrogées et feront partie des formations stratégiques pour près de 70%. D'une manière générale, cette tendance déjà connue n'est pas surprenante dans un contexte d'internationalisation des marchés et est donc indépendante de la réforme. Cela est à mettre en perspective avec le budget alloué aux formations en langues qui va augmenter ou rester constant pour près de 60% des répondants.

Les formations métiers sont également la priorité d'achat pour 60% des responsables de formation. Cela confirmerait la volonté des entreprises de se concentrer sur le développement des compétences en lien avec le poste de travail, et réussir, lors de la mise en place de la réforme, à orienter les salariés vers des formations en adéquation avec les besoins de l'entreprise.



## Partie 2 : Sur quels critères choisir les organismes partenaires et quels seront les priorités d'achat des entreprises?

### EN 2015, DES PRATIQUES D'ACHAT IDENTIQUES

Choix de réponses	Réponses	
La mise en concurrence via des appels d'offres	65	32,34%
Des achats privilégiés auprès des organismes référencés par les OPCA	59	29,35%
Le choix des fournisseurs pour le plan différents de ceux pour le CPF	14	6,97%
La continuité avec mes prestataires actuels	134	66,67%
Autre (veuillez préciser)	5	2,49%
<b>Nombre total de personnes interrogées : 201</b>		

Deux tiers des répondants procéderont à leurs achats avec leurs prestataires actuels, indépendamment des critères de certification et de qualité. Un tiers effectueront une mise en concurrence par des appels d'offres et un tiers vont privilégier la médiation des OPCA.

#### La réforme ne va pas changer leurs pratiques d'achat :

Certains mentionnent le rôle grandissant des achats : pour « *mettre en concurrence et obtenir le meilleur prix.* », ce qui les oblige à mettre en place de plus en plus souvent des procédures d'Appel d'Offres.

Lorsqu'ils effectuent un appel d'offres, la plupart appellent les organismes de formation qu'ils connaissent déjà et ils ne veulent pas multiplier le nombre de prestataires.

### LES COÛTS HORAIRES ET L'ENGAGEMENT SUR LES RESULTATS, DEUX CRITERES MAJEURS POUR LE CHOIX DE PARTENAIRES EN LANGUES

Choix de réponses	Réponses	
Mise en place d'indicateurs de performance	57	27,67%
Coûts horaires	154	74,76%
Label qualité	72	34,95%
Engagement sur les résultats	130	63,11%
Autre (veuillez préciser)	8	3,88%
<b>Nombre total de personnes interrogées : 206</b>		



## Partie 2 : Sur quels critères choisir les organismes partenaires et quels seront les priorités d'achat des entreprises?

Pour 74.76%, le coût continue d'être une des préoccupations majeures des responsables formation. Cette logique de coût est à mettre en perspective avec un souhait d'engagement sur des résultats pour 63.11% des répondants.

Mais qu'attendent les répondants en termes d'engagement des résultats ? Un travail en amont sur le ROE (Return on Expectation) ? En aval, mesurer le ROI, c'est-à-dire l'efficacité de la formation ? Cela est confirmé par 27.67% des répondants qui disent vouloir mettre en place des indicateurs de performance.

📞 Ils ont tous de fortes attentes en terme d'évaluation de l'efficacité des formations : « *Nous avons des attentes fortes par rapport à l'efficacité des formations* », « *ce qui m'intéresse c'est le résultat* ».

**En ce qui concerne le choix d'un prestataire en langue, la différence se fait sur le sérieux de la mise en place, la capacité d'adaptation et la pédagogie :**

1. L'écoute et le « **sérieux de la mise en place** », « *faire passer un test très long, quelque chose de très sérieux pour vraiment fixer le niveau et les objectifs afin de bien définir la formation, le format et le formateur* » « *On est à la limite de l'organisation et du management* », « *On reçoit des besoins et on cible des nécessités pour **développer des compétences*** ».
2. **La réactivité et la proximité** dans la réalisation : par exemple, ne pas avoir à demander si un salarié n'assiste pas aux formations : « *A la fin de la formation, c'est trop tard* ».
3. Le **prix** : « *Je ne vais pas au-delà de 65 euros de l'heure* », « *L'idéal serait que l'organisme nous donne directement le bon prix sans qu'on ait à quémander* ».

### DES SERVICES ATTENDUS : DES OFFRES DE FORMATION SUR MESURE ET UNE FACILITE DE MISE EN PLACE...

Les principaux services attendus par les répondants sont des programmes sur mesure (56%), une facilité de mise en place et de suivi formations (51%). A noter également un accompagnement dans le montage des dossiers (35%).

Choix de réponses	Réponses	
Aide dans le montage des dossiers	69	35,20%
Apport de solutions et de formations sur mesure	111	56,63%
Construction d'un catalogue dédié	26	13,27%
Développement d'outils de positionnement/d'orientation	38	19,39%
Faciliter la gestion et le suivi des formations	100	51,02%
Organiser des kick off, webinars au sein de mon entreprise	12	6,12%
Autre (veuillez préciser)	7	3,57%
<b>Nombre total de personnes interrogées : 196</b>		

📞 Ils accordent tous une grande importance à la capacité d'adaptation de l'organisme de formation, notamment un examen du profil des **accompagnants ou formateurs** et de l'adéquation aux besoins : « *des enseignants natifs et pédagogues* ». Ils veulent du sur-mesure.

Un autre point essentiel est de décharger l'entreprise de la **partie administrative et mise en œuvre** : « *Que je n'aie pas à m'en occuper jusqu'à la réception de la feuille de présence* ».

## Partie 2 : Sur quels critères choisir les organismes partenaires et quels seront les priorités d'achat des entreprises?

### ...MAIS AUSSI UN CONSEIL/ACCOMPAGNEMENT A TOUTES LES ETAPES D'UN PROJET

Choix de réponses	Réponses			
Conseil / accompagnement	90			43,69%
Capacité de proposer une certification	59			28,64%
Facilité de mise en place	87			42,23%
Flexibilité des formations	128			62,14%
Adaptation des formations au poste de travail	101			49,03%
Suivi/reporting	72			34,95%
Autre (veuillez préciser)	3			1,46%
<b>Nombre total de personnes interrogées : 206</b>				

Des formations flexibles (62,14%), en lien avec les besoins réels (49,03%), un conseil / accompagnement adapté au contexte (43,69%), un suivi réactif...

Les exigences des entreprises couvrent toutes les étapes du projet de formation.

☎ Les entreprises semblent vouloir **déléguer** de plus en plus la prestation aux organismes de formation:

- D'abord parce que c'est leur métier et qu'ils sauront mieux définir les besoins du salarié
- Ensuite, parce que cela représente un gain de temps : « *J'aimerais idéalement n'avoir qu'un seul interlocuteur pour tout le territoire.* »

Ils prévoient des **formules en fonction des besoins pré-définis** selon les différents types de salariés : « *90% des salariés choisissent une formule que nous avons pré-établie* ».

### UNE NETTE EVOLUTION VERS DES FORMATIONS MIXTES AU DEPEND DES FORMATIONS 100% PRESENTIELLES

#### NEANMOINS LA MOITIE DES ENTREPRISES NE SE PRONONCE PAS ENCORE

51% des répondants ne savent pas encore s'ils évolueront vers des choix différents de modalités de formation après la réforme. Cependant, 46% d'entre eux se tournent vers des formations mixtes incluant du distantiel. Nous notons une baisse importante du choix des formations 100% présentielle qui ne remportent plus que 8% des suffrages.

Choix de réponses	Réponses			
100% à distance	12			5,38%
100% en présentiel	20			8,97%
100% e-learning	19			8,52%
En formation mixte (blended learning) avec du présentiel	64			28,70%
En formation mixte (blended learning) avec du distantiel	38			17,04%
Ne sait pas	113			50,67%
Autre (veuillez préciser)	7			3,14%
<b>Nombre total de personnes interrogées : 223</b>				

Il est à noter que cette tendance va dans le sens du constat de l'ANI qui privilégie le développement des compétences, et propose un élargissement de la définition même de la formation : *En fonction des besoins de la personne ou des contraintes de l'entreprise, la formation peut être continue et séquentielle, présentielle ou à distance, de durée variable et encadrée ou non par un formateur...*



## Partie 2 : Sur quels critères choisir les organismes partenaires et quels seront les priorités d'achat des entreprises?

---

☎ **Leur choix des méthodes d'apprentissage (blended, e-learning, présentiel...) est indépendant de la réforme.**

Tout dépend du **contexte de l'entreprise** par rapport à l'apprentissage des langues :

- Par exemple, une entreprise qui considère que les salariés sont déjà « saturés d'e-learning » indique ne pas prévoir d'e-learning pour les langues
- De même, la formation peut être programmée « à l'extérieur » pour que les « salariés ne soient pas happés par leur quotidien »
- « Cela dépend de la localisation du site »

Ensuite, tout dépend du **profil de l'apprenant** : « c'est un accompagnement différent pour chaque personne », « nous avons créé une typologie de profils pour pouvoir mieux répondre aux besoins », qui est caractérisé par :

- son niveau
- ses fonctions (notamment, sédentaires ou itinérantes)
- ses objectifs
- le niveau d'urgence

Ainsi, y a-t-il **presqu'autant de situations qu'il y a d'entreprises.**

A cela s'ajoutent des **parti-pris variés** :

- pour certains tout est obligatoirement blended, car il n'est plus pensable de n'être que présentiel ou que e-learning (« les nouvelles méthodes sont toutes des dispositifs blended ») et pour d'autres « beaucoup d'acteurs s'agitent pour pousser les méthodes d'e-learning mais je ne suis pas persuadée par l'efficacité de ces méthodes ».
- ou encore « Faire du présentiel avec un débutant c'est comme donner une rolls à quelqu'un qui n'a pas le permis » ou au contraire « pour un débutant c'est essentiel de commencer en face à face car c'est compliqué de commencer une langue en e-learning » ou encore « le face à face c'est pour les gens qui doivent tenir des réunions »
- « Il paraît qu'on retient plus en e-learning car on est plus concentré ».
- « Le téléphone c'est pour le top-management »

Ceux qui semblent plus **spécialistes** de l'apprentissage des langues mentionnent que les formations se font maintenant en associant le présentiel (pris au sens large c'est-à-dire par téléphone ou en face à face) et le connecté, le tout pouvant être combiné : être au téléphone et faire des exercices en ligne, « la meilleure formule ? Je n'en sais rien mais le mélange des 3 est pas mal ».



## Partie 2 : Sur quels critères choisir les organismes partenaires et quels seront les priorités d'achat des entreprises?

### PEU DE CHANGEMENT SUR LE CHOIX DE FORMATIONS PENDANT OU HORS TEMPS DE TRAVAIL

69,23% des répondants n'envisagent pas d'évolution. Cependant, 21,63% vont choisir les formations hors temps de travail. Cette volonté est plus affirmée dans les toutes petites entreprises (<10 salariés).

Choix de réponses	Réponses							
Hors temps de travail ?	45							21,63%
Pendant le temps de travail ?	19							9,13%
Pas d'évolution prévue	144							69,23%
<b>Total</b>	<b>208</b>							

Cette tendance peut s'expliquer par le fait que les salariés sont de moins en moins disponibles pour se former. De plus, la réforme supprime l'obligation d'allocation de formation supplémentaire de 50% du salaire net de référence. Mais cette tendance reflète-t-elle aussi un attentisme par rapport à l'incertitude de la réforme ?

➔ **Tendance 3 : Des dispositifs en attente de décision face à l'incertitude de la réforme**

### LE PLAN DE FORMATION ET LE CPF A PRIORI ENVISAGES POUR LES FORMATIONS LINGUISTIQUES EN 2015

Choix de réponses	Réponses							
CPF	109							48,88%
Plan de formation	139							62,33%
Périodes de professionnalisation	31							13,90%
Contrats de professionnalisation	2							0,90%
CIF	14							6,28%
Actions collectives proposées par votre OPCA	52							23,32%
Autre (veuillez préciser)	22							9,87%
<b>Nombre total de personnes interrogées : 223</b>								

Le plan de formation est envisagé pour 62.33% des répondants pour l'achat des formations en langues et le CPF pour 48.88%, soit déjà près de la moitié des répondants.

Ce dernier souhait est à considérer mais, néanmoins, il faut attendre l'inventaire sachant que nous savons déjà que les langues ne figurent pas dans le socle de connaissances et de compétences, d'où l'incertitude précédemment citée sur la manière d'intégrer le CPF.

## Partie 2 : Sur quels critères choisir les organismes partenaires et quels seront les priorités d'achat des entreprises?

### UNE DUREE DES FORMATIONS ENCORE NON DEFINIE AVANT LA PARUTION DES DECRETS

54% des entreprises interrogées ne savent pas encore s'ils vont modifier la durée des formations. 35% décident de conserver une durée identique. Parmi ces 35%, une plus forte volonté des grandes entreprises de poursuivre cette durée versus les petites entreprises majoritairement plus indécises.

Choix de réponses	Réponses				
D'une durée plus courte ?	18				8,07%
D'une durée plus longue ?	6				2,69%
De même durée qu'avant la réforme ?	79				35,43%
Ne sait pas	120				53,81%
<b>Total</b>	<b>223</b>				

📞 Les responsables formations spécialisés en matière linguistique considèrent que les méthodes les plus efficaces en langue sont « *les formations avec un certain nombre d'heure (pour être efficace il faut que ça macère dans le temps)* », « *tout en ne s'étalant pas dans le temps juste pour remplir le vide* ».

### UNE TIMIDE DEMANDE DE CERTIFICATIONS POUR LES FORMATIONS LINGUISTIQUES

Choix de réponses	Réponses				
Oui pour certifier l'atteinte d'un niveau	51				22,87%
Oui pour certifier l'acquisition des compétences	47				21,08%
Oui pour d'autres qualifications / certifications	12				5,38%
Non	59				26,46%
Ne sait pas	84				37,67%
<b>Nombre total de personnes interrogées : 223</b>					

Beaucoup d'entreprises restent indécises sur la demande de certifications (37.67%) mais cependant 22.87% manifestent leur intérêt pour une évaluation sur l'atteinte de niveau et/ou 21.08% sur l'acquisition de compétences.

Cette tendance mitigée est d'ailleurs confirmée par le fait que la capacité à proposer une certification n'intervient qu'en dernier choix dans les critères de sélection d'un partenaire de formation (seulement 28.64% des réponses).

Quant au label qualité, il est demandé par 34.95% des répondants dans la question portant sur le choix des critères les plus importants pour les achats de formation, mais très loin derrière les autres tendances.

## Partie 2 : Sur quels critères choisir les organismes partenaires et quels seront les priorités d'achat des entreprises?

---

☎ La définition d'une formation certifiante n'est **pas claire dans leur esprit** : par exemple, certaines entreprises donnent une certification (non officielle) au salarié après chaque formation, et donc considèrent que toutes les formations sont certifiantes.

Dans tous les cas, « *c'est aux décrets de définir ce qu'on entend par certifiante ou qualifiante* ». Ils ne savent pas se prononcer.

Le rôle des organismes de formation sera le « *même que dans le cas du DIF : il leur faut avoir **des offres « CPF »** c'est-à-dire une formule qui se terminerait par un test reconnu* ».



## Partie 3 : Vers une plus grande professionnalisation des acteurs de la formation professionnelle ?

### ➔ **Tendance 4 : un nouveau rôle à inventer pour tous les acteurs de la formation professionnelle**

#### UN RÔLE MULTIPLE POUR LES RESPONSABLES FORMATION ET RRH EN ENTREPRISES : ORIENTER, NEGOCIER, CREER ET PILOTER

Choix de réponses	Réponses							
Faire accepter votre stratégie de formation à votre direction générale	89							35,46%
Orienter vos salariés vers des formations en adéquation avec les besoins de votre entreprise	173							68,92%
Confier à un OPCA la gestion du CPF et/ou de votre plan de formation,	56							22,31%
Confier à un cabinet d'outsourcing la gestion du CPF et/ou de votre plan de formation	6							2,39%
Sélectionner de nouveaux organismes de formation	32							12,75%
Vous impliquer directement dans l'ingénierie de formation	77							30,68%
Mettre en place de nouveaux indicateurs de performance	81							32,27%
<b>Nombre total de personnes interrogées : 251</b>								

Les responsables de formation et RRH vont jouer en interne un rôle :

- d'orientateur pour leur salariés et cela pour 68.92% des interrogés
- stratégique dans la négociation du budget et du choix des formations à 35.46%
- gestionnaire du ROI des formations, avec de nouveaux indicateurs de performance pour 32.27%
- technique, tourné vers l'ingénierie de formation, 30.68%

En particulier, pour leur mission de conseil et d'orientation, les responsables RH prévoient d'utiliser tous les types de communication sur le CPF.

#### L'OPCA, UN INTERMEDIAIRE DE PLUS EN PLUS INCONTOURNABLE POUR INFORMER, SIMPLIFIER, FINANCER ET ACCOMPAGNER LES ENTREPRISES

##### ➔ Informer/conseiller

Choix de réponses	Réponses							
Presse générale et spécialisée	140							51,66%
Sites Internet généralistes et spécialisés	131							48,34%
Séminaires / formations d'experts	69							25,46%
OPCA	169							62,36%
Organismes de formation	58							21,40%
Autre (veuillez préciser)	20							7,38%
<b>Nombre total de personnes interrogées : 271</b>								

Les répondants attendent que leur OPCA joue un rôle essentiel d'information et de conseil auprès des entreprises, considérés comme première source d'informations sur la réforme. A ce titre, la moitié des entreprises a déjà contacté un OPCA et une grande majorité privilégie son OPCA de branche (88.39%). Plus une entreprise est de taille importante, plus cette tendance se confirme.

## Partie 3 : Vers une plus grande professionnalisation des acteurs de la formation professionnelle ?

📞 Ils se renseignent sur la réforme surtout auprès des OPCA et des représentants des branches professionnelles.

**L'OPCA a une place stratégique : certains en attendent beaucoup :** « Sur la réforme, je vais écouter d'abord l'OPCA de branche bien sûr », « D'ailleurs, in fine, quand la réforme sera en place, je pense que la plupart vont laisser l'OPCA gérer le CPF, même si elles ont la possibilité de le gérer elle-même. ».

### ⇒ Optimiser les financements

Choix de réponses	Réponses		
Information/communication	144		69,90%
Conseil et aide au montage du plan de formation, à la gestion du CPF	130		63,11%
Optimisation du financement	142		68,93%
Qualité de la formation	69		33,50%
Autre (veuillez préciser)	4		1,94%
<b>Nombre total de personnes interrogées : 206</b>			

Le deuxième grand rôle des OPCA concerne l'ingénierie financière avec l'optimisation du financement pour 68.93% des répondants.

### ⇒ Gérer le plan et/ou le CPF

Choix de réponses	Réponses		
Faire accepter votre stratégie de formation à votre direction générale	89		35,46%
Orienter vos salariés vers des formations en adéquation avec les besoins de votre entreprise	173		68,92%
Confier à un OPCA la gestion du CPF et/ou de votre plan de formation,	56		22,31%
Confier à un cabinet d'outsourcing la gestion du CPF et/ou de votre plan de formation	6		2,39%
Sélectionner de nouveaux organismes de formation	32		12,75%
Vous impliquer directement dans l'ingénierie de formation	77		30,68%
Mettre en place de nouveaux indicateurs de performance	81		32,27%
<b>Nombre total de personnes interrogées : 251</b>			

22.31% des répondants envisagent de confier la gestion du CPF et/ou de leur plan de formation à un OPCA. Plus la taille de l'entreprise est grande, plus l'enjeu est important.

Les répondants (29.35%) privilégieront des achats de formation auprès des organismes référencés par les OPCA.

## Partie 3 : Vers une plus grande professionnalisation des acteurs de la formation professionnelle ?

---

**📞 Focus sur les petites structures (jusqu'à 300 salariés) par rapport aux structures plus importantes (plus de 300)**

**Les grandes structures ont plus de souplesses, plus de budget :**

- « *En attendant, on va dire de **passer les budgets DIF sur le plan** »*
- « *Nous faisons appel à des **consultants** »*
- « *De toute façon le DIF ne représentait que 15% des formations totales, c'est marginal »*
- « *Nous avons **des postes spécifiques en auto-formation** pour que les salariés puissent s'isoler de leur poste de travail »*
- « *Nous allons devoir proposer des **compensations aux IRP** »*
- « *On va **négoier avec l'OPCA car nous sommes les plus gros contributeurs de la région ; nous avons calculé que nous n'en avons pas pour notre argent** »*

**Les petites structures ont moins de ressources :**

- « *Le CFP c'est le compteur de ...**je ne me souviens plus du nom** exactement »*
- « *Toutes nos formations passent pas l'OPCA, nous sommes **très dépendant de l'OPCA** ; si elle nous refuse une formation ou si on a du mal à nous faire rembourser, c'est compliqué pour nous », « Avant j'avais **la soupape du DIF** », « Notre OPCA ne nous rembourse pas tout parfois, on doit se battre ; ils nous disent que nous devons contribuer plus si nous voulons plus »*
- « *Je suis toute **seule** et je dois tout gérer », « On a la tête sous l'eau, on prend les choses comme elles viennent »*
- « *Ce que je ressens c'est que ce sera **aux salariés de faire la démarche** », « Pour nos salariés, la formation c'est une **récompense** »*
- A cela s'ajoute qu'ils subissent parfois les lourdeurs liées à leur appartenance à un groupe : « *Nous faisons partie d'un grand groupe et nous devons rendre des comptes »*

### PROFESSIONNALISATION RENFORCEE DES ORGANISMES DE FORMATION, ET CREATIVITE RECHERCHEE, EN PARTICULIER POUR LES FORMATIONS LINGUISTIQUES

⇒ **Créer de nouvelles offres**

- 46% des entreprises souhaitent acheter des formations mixtes avec du présentiel ou du distanciel. Le 100% présentiel ne remporte plus que 8% des suffrages.
- La durée des formations pourraient se modifier.



## Partie 3 : Vers une plus grande professionnalisation des acteurs de la formation professionnelle ?

---

### ⇒ S'engager sur des résultats, certifier les formations

Les entreprises (et donc aussi les OPCA) seront plus attentives encore à l'efficacité des formations (63.11% des répondants attendent un engagement sur les résultats) et à la qualité des formations (34.95%).

Les prestataires de formation devront proposer des certifications toujours plus adaptées aux besoins opérationnels et spécialisés des entreprises, mais aussi pour proposer une évaluation du niveau linguistique (22.87%) et/ou de l'acquisition de compétences (21.08%) à chaud et à froid en faveur d'un label qualité).

### 📞 Il est conseillé aux organismes de formation d'être en contact direct avec l'OPCA :

- « Il faudrait qu'ils se renseignent sur les priorités de la branche ; est-ce que cela peut être payé par les OPCA et au besoin qu'ils reformulent leur offre ».
- En amont, il est important de se faire connaître auprès des OPCA, avec un vrai travail de lobbying : « L'organisme de formation fera ses propositions à l'OPCA plutôt qu'à l'entreprise »

En effet, ils ne savent pas si les OPCA pourront choisir tel organisme plutôt que tel autre. Dans tous les cas, les organismes de formation doivent se rapprocher des OPCA s'ils veulent adresser le marché du CPF.

### Les évaluations, c'est un sujet important mais LA solution n'est pas encore trouvée car « c'est compliqué ».

Ils ont unanimement mis en place :

- une évaluation à froid
- une évaluation à chaud
- un relevé de la feuille de présence « qui peut être un signal d'alerte (en amont) et un indicateur (en aval) »

Mais, en pratique, aucun n'a de solution vraiment satisfaisante sur « l'impact sur la performance de la tenue du poste » car « c'est pas carré parce que c'est compliqué ».

### ⇒ Conseiller et accompagner les entreprises

Une autre mission prioritaire porte sur le conseil et l'accompagnement des entreprises (43.69% des répondants), grâce à leur expertise pédagogique. Le suivi et le reporting demeurent essentiels pour 34.95% des répondants.

