



E-LEARNING SATISFAIRE DES ENJEUX SENSIBLES

Alors que le marché français de l'e-learning se développe toujours, et parfois sur des sujets très sensibles, on assiste à un paradoxe : le goût des entreprises pour cet outil pédagogique reste moins marqué en France que chez nombre de nos voisins européens.

L'ESSENTIEL

1 L'usage de la **formation ouverte et à distance** se développe, y compris sur des thématiques très sensibles, comme l'intelligence économique.

2 L'e-learning reste **toutefois encore mineur** dans les budgets formation des entreprises.

3 Les responsables formation français gagneraient peut-être à s'inspirer **des pratiques qualitatives britanniques**.

E-learning, blended learning, serious games... quelles que soient ses variantes, où en est l'usage du numérique et de la formation ouverte et à distance (FOAD) dans les pratiques de formation des entreprises françaises ? La question se pose, alors que se déroulera du 13 au 15 mars prochain le salon Elearning Expo, et que les prestataires de ces modalités pédagogiques affichaient des mines plutôt positives, « malgré la crise » lors du iLearning Forum, qui s'est tenu les 31 janvier et 1^{er} février derniers. Nombre d'entre eux affirmaient avoir terminé 2011 avec une croissance de +15 %.

Pourtant, les réserves habituelles se sont davantage exprimées cette année. Premièrement, il a été plus difficile d'obtenir des détails sur la croissance du marché annoncée, notamment de la part de prestataires multimodaux (FOAD et présentiel) qui n'ont pas toujours voulu préciser la part des choses. Deuxièmement, plusieurs entreprises n'ont pas souhaité répondre à nos demandes de précisions sur leur usage de l'e-learning, alors même que certaines en ont fait une présentation publique (mais rapide) au salon iLearning Forum. Ces attitudes témoignent de tensions sur le marché plus importantes qu'il n'y paraît, et de la crainte de certaines entreprises de trahir des secrets stratégiques si elles en disaient davantage sur les rouages de leurs e-learning. Ce qui prouve, dans un sens, que l'e-learning et la FOAD peuvent porter sur des matières très sensibles.

Les 5 réalisations présentées dans ce dossier montrent d'ailleurs qu'elles visent à satisfaire des enjeux importants : lutter contre la fuite des secrets de fabrication, contre la fuite des clients, intégrer plus vite les nouvelles recrues... toujours en formant massivement.

5 % des budgets formation

Reste que ces innovations technologiques et pédagogiques ne sont pas au cœur des pratiques formatives des entreprises françaises. Selon une étude menée par Feedback & Co de janvier à avril 2011 auprès de 192 responsables formation adhérents du Garf (lire *Entreprise & Carrières* n° 1063 du 20 septembre 2011), l'e-learning n'était cité que par 59 répondants sur 192. « Globalement, l'e-learning, c'est 5 % du budget, confirmait Dominique Camusso, secrétaire général du Garf. C'est très marginal, même si le débat est très présent. Pourtant, dans certai-

nes entreprises de haute technologie, où l'obsolescence des compétences est rapide, le recours à l'e-learning est massif pour toucher des populations réparties dans le monde entier. »

« L'e-learning ne sera jamais prépondérant, mais il pourrait se développer s'il simplifiait vraiment les choses, estimait de son côté Véronique Radiguet, membre du bureau du Garf. Le manque de compétences informatiques des responsables formation est un frein majeur à son développement, en plus du fait qu'il nécessite des investissements lourds, ainsi qu'une gestion et un suivi complexes sur le long terme. »

AU SOMMAIRE

P.22 ALINÉA
Objectif : 100 % des vendeurs formés

P.23 BOUYGUES IMMOBILIER
Les nouveaux embauchés jouent aux promoteurs

P.24 RENAULT TRUCKS
Le constructeur veut éviter le coût de la panne

P.25 DR PIERRE RICAUD
Le choix de l'autoproduction

P.26 MOV'EO-QUERTECH
Intelligence économique et confidentialité

P.27 ENTRETIEN AVEC JACQUES BAHRY
« La formation ouverte et à distance connaît une montée en puissance incontournable »

Plus qualitatif avec le temps

Cette étude du Garf a été confirmée en décembre dernier par celle de CrossKnowledge-Ipsos Loyalty (lire *Entreprise & Carrières* n° 1074 du 6 décembre 2011) : 51 % des entreprises britanniques utilisatrices d'e-learning en 2011 pensaient qu'elles formeront plus de la moitié de leurs salariés en 2012 via cette modalité pédagogique. C'est plus du double de ce que prévoient leurs homologues français ! Les prévisions sont également plus fortes en Espagne, aux Pays-Bas et en Belgique. Comment expliquer cette frilosité hexagonale ? Première raison : les responsables formation britanniques insistent sur « la qualité pédagogique », « l'adéquation des contenus » et « les problèmes informatiques », alors que les Français pointent « le suivi des apprenants », « l'implication du management de proximité » et « la résistance culturelle » comme facteurs de réussite ou d'échec.

Deuxième raison : les responsables de formation français disent suivre « le nombre d'heures de formation en e-learning » (69 %) et « le taux de connexion » (60 %), alors que leurs homologues britanniques, précurseurs dans l'usage, insistent sur « les enquêtes de satisfaction » (63 % contre 56 % pour les Français), « le taux de complétion », c'est-à-dire de parcours finis (63 % contre 56 %) et surtout « le gain de compétences mesuré via des questionnaires d'autodiagnostic » (36 % contre 23 %). L'e-learning tend donc à se développer chez ceux qui l'utilisent déjà, et leurs modalités de suivi deviennent de plus en plus qualitatives avec le temps. Un encouragement pour les entreprises françaises qui voudraient s'y mettre. ■

LAURENT GÉRARD