

B A R O M È T R E

Baromètre 2020 de la formation linguistique : les enjeux majeurs des services formation



7speaking.com
Innovative language learning

TABLE DES MATIÈRES

Caractéristiques des répondants

p3

Attentes des entreprises au cours de la mise en place de la réforme

p4

Critères pour sélectionner, attribuer et mesurer les formations linguistiques

p4

Moyens et outils dont les entreprises disposent pour former

p7

Enjeux 2019 et attentes des entreprises en 2020

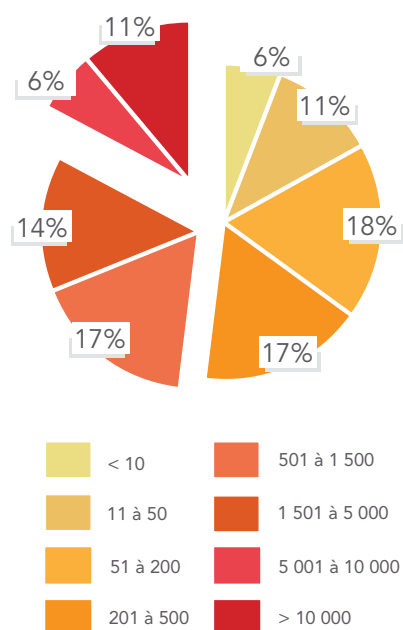
p11

Conclusion

p15

Caractéristiques des répondants

Taille des répondants par effectif des entreprises sondées



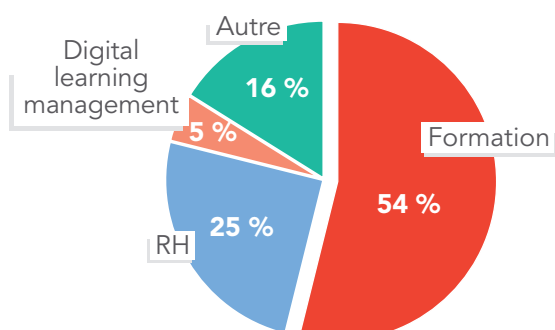
17 % des répondants représentent des **grandes entreprises** ou GE (> 5 000 salariés), **45 %** des **entreprises intermédiaires** ou ETI (250 à 5 000), **31 %** des **PME** (11 à 250) et **6 %** des **microentreprises** (< 10 salariés).

L'échantillon est donc représentatif, car la formation linguistique est surtout dispensée dans les entreprises moyennes et grandes ayant un service de formation*.

NOTA : dans les statistiques de l'INSEE, sur 3.8 M d'entreprises, 287 sont de grandes entreprises, qui emploient 3.9 M de salariés EQTP (29 % des salariés), 5 800 sont des entreprises de taille intermédiaire ou ETI et emploient 26 % des salariés, 140 000 sont des PME et emploient 28 % des salariés.

*Nombre d'heures de formation par salarié en moyenne : PME (28 % des salariés) : 7 h, ETI + GE : (55 % des salariés) : 15 h.
Cereq, Le financement de la formation par les entreprises 24-83.

Fonctions des répondants



Tous les répondants gèrent ou conçoivent des formations en langues dans leur organisation.

79 % sont rattachés aux services des Ressources Humaines, dont plus des deux tiers (68 %) exercent un métier dans la formation.

5 % sont des Digital Learning Managers. Ce métier étant récent, nous avons délibérément fait le choix de ne pas l'associer ni aux fonctions RH, ni aux fonctions formation, pour en illustrer la proportion croissante.

16 % exercent d'autres fonctions (dirigeant d'entreprise, assistant, chef de projet, etc.) en plus de la formation.

Les attentes des entreprises au cours de la mise en place de la réforme

Quels critères les gestionnaires de formation des entreprises utilisent-ils pour attribuer, sélectionner et mesurer les formations linguistiques en 2019 ? De quels moyens et outils disposent-ils pour accomplir cette tâche ? À quels enjeux sont-ils confrontés et quelles sont leurs principales attentes, alors que la réforme de la formation professionnelle

entre pleinement en application ?

Nous avons voulu sonder l'état d'esprit, les souhaits et les pratiques actuelles des responsables de formation en ce début d'année décisif pour la formation linguistique.

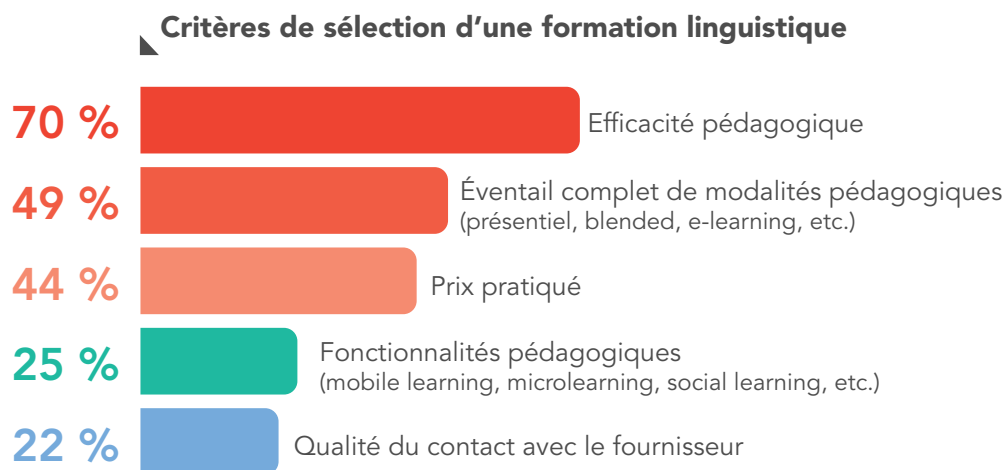
Enquête de 7Speaking parmi 173 entreprises en France, interprétée par Andrew Wickham.

1. Les critères pour sélectionner, attribuer et mesurer les formations en langues

○ Des formations plus diversifiées et plus efficaces ? Oui, mais à moindre coût...

Les résultats ci-dessous sont en conformité avec la plupart des enquêtes récentes sur les priorités actuelles des responsables de formation*, qui sont :

1. prix et budgets ;
2. ROI (Return On Investment) / efficacité ;
3. enrichissement des solutions, en particulier digitales.



* Linguid 2015, Demos 2015, Baromètre GARF 2016

Ils correspondent à un contexte de baisse importante des moyens de financement de la formation des PME, notamment des fonds paritaires.

Les entreprises sont par conséquent plus regardantes et demandent davantage de preuves de la valeur et de la rentabilité des fonds propres dépensés.

Par ailleurs, la transformation digitale en cours pousse les entreprises à automatiser davantage

leurs processus de formation et à offrir des parcours digitalisés à leurs collaborateurs.

À noter : la focalisation sur le tarif horaire est un leurre qui témoigne d'une méconnaissance du marché. Il est en effet plus rentable de porter l'effort sur le budget global et sur l'efficacité de son utilisation que sur un tarif horaire dont la réduction impacte directement la qualité de la prestation en comprimant la rémunération du formateur.

○ Pour 40 % des entreprises, la formation linguistique est à l'initiative du salarié. Dans 30 % des cas, c'est l'entreprise qui décide.

Pour le 40 % des entreprises qui attribuent ces formations seulement aux collaborateurs qui les demandent, le passage vers le CPF 2019/2020 est culturellement relativement simple, car le salarié est déjà en partie décisionnaire.

Pour celles, en revanche, dont la formation était déterminée par la hiérarchie ou gérée principalement par l'entreprise, le challenge sera plus important, car le service de formation

n'est plus en position de décisionnaire et le salarié va devoir faire preuve d'initiative.

”

Selon le baromètre 2019 de la CEGOS, seuls **34 %** des salariés se sentent "armés" pour choisir seuls leur formation.



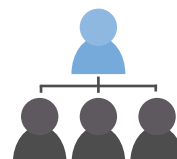
43 % des entreprises interrogées l'attribuent aux salariés qui expriment le besoin



35 % aux salariés dont le niveau est jugé insuffisant par la direction, le service RH ou les managers



18 % à tous les salariés via le LMS



4 % en fonction du niveau hiérarchique du salarié

Critères d'attribution d'une formation linguistique

Point rassurant : les 3/4 des DRH-RRH déclarent que leur entreprise pourrait bien négocier un accord d'abondement du CPF. La plupart, cependant, attendront la mise en place du système d'abondement de la Caisse

des Dépôts, prévue au Printemps/Eté 2020.

Entre-temps, certaines entreprises trouveront sans doute des solutions inédites pour co-financer les parcours de leurs salariés.

Mais il ne faut pas s'attendre à des miracles, car seules 30 % des entreprises sont prêtes à

compenser les pertes de refinancement par plus d'engagement sur fonds propres.

○ Il faut 30 à 50 heures de formation linguistique pour constater un impact significatif sur le métier, dicit les responsables de formation.

Pour la majorité des répondants (65 %), le nombre minimum d'heures pour constater des progrès significatifs dans l'exercice de son métier est 30.

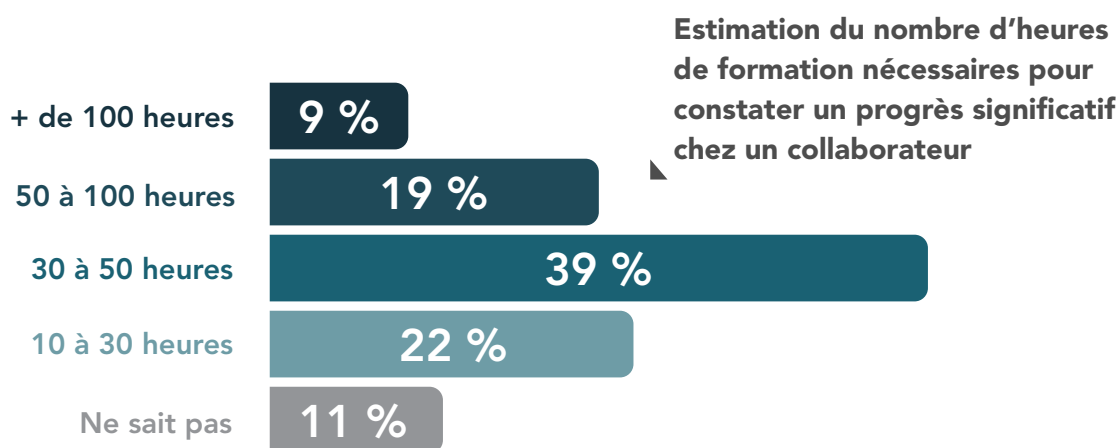
Selon les estimations des spécialistes de l'apprentissage (Cambridge University ou ACTFL), il faut pourtant entre 150 et 300 heures d'apprentissage guidé pour progresser d'un seul niveau sur l'échelle du CECRL.

Les responsables de formation croiraient-ils donc aux miracles ?

En fait, lorsque l'objectif n'est pas exprimé en termes de niveau, mais en compétences

spécifiques (ex : être capable de mener un échange technique par téléphone en anglais, faire une présentation simple d'un produit en espagnol, être capable de comprendre des directions en mandarin), 30 heures sont largement suffisantes pour constater la progression effective en compétences.

Une autre question se pose : les entreprises qui finançaient la formation linguistique avec leur OPCA en utilisant les comptes CPF des salariés n'ont désormais plus accès aux statistiques de progression. Se désintéresseront-elles de ces formations ?



7 **À noter :** Afin de déterminer la durée d'apprentissage permettant de passer d'un niveau à un autre, certaines institutions se fondent sur le nombre d'heures d'apprentissage généralement constatées. Or, les approches pédagogiques n'ayant quasiment pas évolué depuis 40 ans, ces chiffres sont susceptibles de travestir la vérité en négligeant tous les bénéfices introduits par le digital learning.

Certaines innovations issues des recherches en sciences cognitives (modèle 70-20-10, ancrage mémoriel, gamification, etc.) permettent ainsi de réduire drastiquement le nombre d'heures de formation. Pour en savoir plus, notre article : [Combien d'heures de formation pour un niveau opérationnel en anglais ? Pour quel budget ?](#)

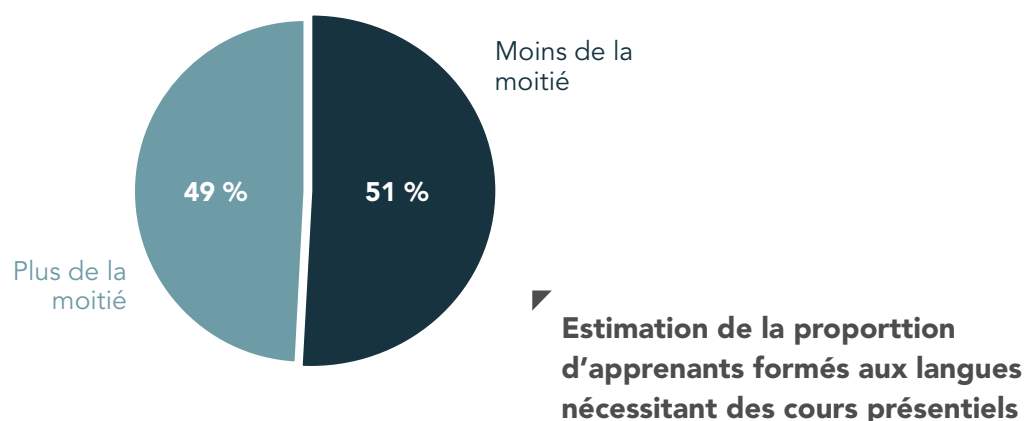
2. Les moyens et outils dont les entreprises disposent pour former

- Seules 50 % des entreprises considèrent que la majorité de leurs apprenants ont encore besoin de cours présentiels.

La moitié des répondants considère que plus de 50 % de leurs stagiaires ont encore besoin de modalités présentielles. En revanche l'autre moitié des répondants considère que moins de 50 % de leurs stagiaires ont besoin de formation présentielle.

Même si le présentiel résiste, la formation à distance est donc entrée peu à peu dans les mœurs, au point où certaines entreprises n'envisagent de proposer du présentiel que de manière exceptionnelle.

Il n'y a pas de différences notables entre PME et grandes entreprises à ce niveau.



- Malgré la résistance d'un dernier groupe d'irréductibles, le e-learning continue à progresser.

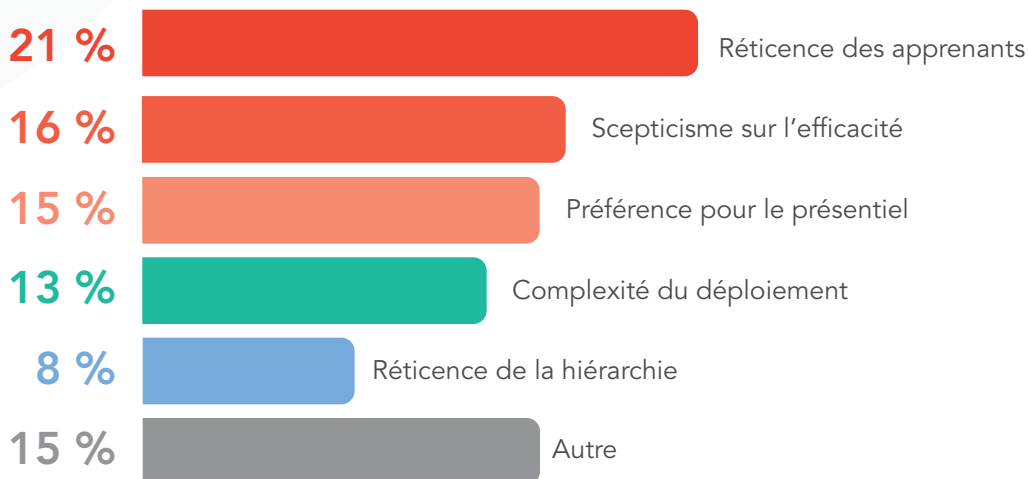
Sans surprise, **75 % des répondants proposent du e-learning** dans leurs formations linguistiques, tandis que seuls 25 % ne le proposent pas.

Dans l'étude « Le Marché de la formation langues à l'heure de la Mondialisation » de 2015, sur un échantillon similaire, 37 % des entreprises interrogées ne proposaient pas d'e-learning en langues. En cinq ans, la pénétration du e-learning, en termes de

nombre d'entreprises qui l'adoptent, a ainsi bien évolué. C'est la conséquence à la fois de la transformation digitale en cours dans les entreprises et des réformes successives, qui ont boosté les formations digitales.

Cette tendance va sans doute s'accroître davantage suite à la dernière réforme, qui a encore réduit les moyens dont disposent les entreprises pour former.

Raisons principales à l'absence d'e-learning dans la formation linguistique



Pourquoi une telle résistance au e-learning ?

Selon le baromètre AFINEF*, les freins principaux à l'adoption du digital sont :

- **culturels** : notamment la difficulté pour les apprenants à s'impliquer davantage dans leur apprentissage
- **techniques** : infrastructure des entreprises incompatible avec les nouveaux outils digitaux
- **financiers** : l'e-learning étant souvent adopté pour réduire les coûts, sans tenir compte des investissements requis
- **mauvaises expériences antérieures** : des salariés qui ont « subi » des formations massives, parfois pauvres en pédagogie et en interactivité

Les entreprises de taille intermédiaire sont celles qui consomment le plus d'e-learning.

Le e-learning est plus souvent proposé dans les entreprises moyennes et grandes que dans les PME, mais on constate que ce sont **les entreprises moyennes, entre 1 500 et 5 000 salariés, qui ont le plus recours au e-learning.**

La raison se trouverait-elle dans le recours majoritaire de ces entreprises-là aux financements par le CPF, dont le modèle exige des formations

en blended learning ou e-learning ?

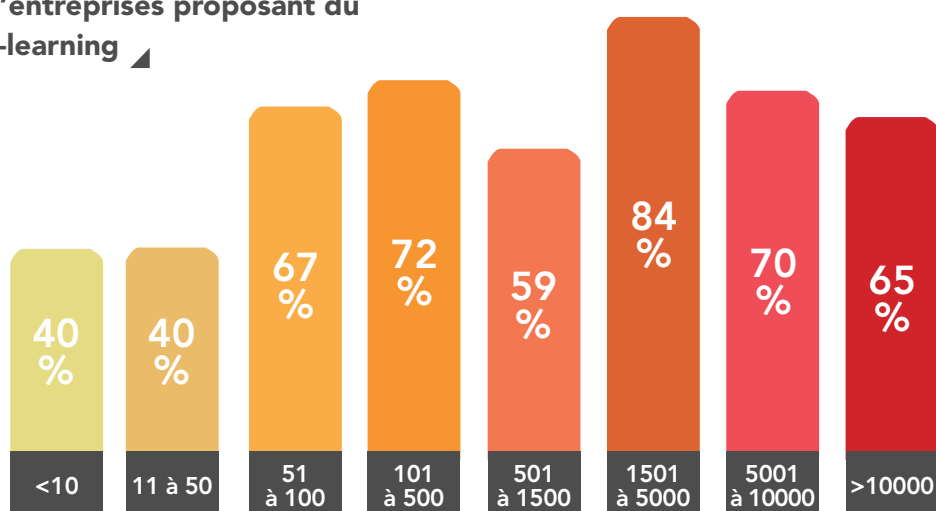
En effet, ce sont principalement les entreprises de taille intermédiaire qui « optimisaient » leurs budgets de formation en utilisant les financements paritaires (CPF, Professionnalisation, etc.), les grandes ayant plus souvent recours aux fonds propres.

*Baromètres AFINEF – E-Learning en France – Edition 2015

Avec la fin de la gestion directe par l'entreprise des comptes CPF et en attendant le dispositif d'abondement prévu au printemps, ces

entreprises risquent de mettre les formations linguistiques en attente.

Pourcentages par effectif d'entreprises proposant du e-learning ▲



○ La formation linguistique est surtout financée par les fonds paritaires (CPF et Plan).

Les deux principales sources de financement de la formation linguistique en 2019 étaient le CPF, majoritairement celui géré par les entreprises, et les OPCO, à travers le plan de développement de compétences.

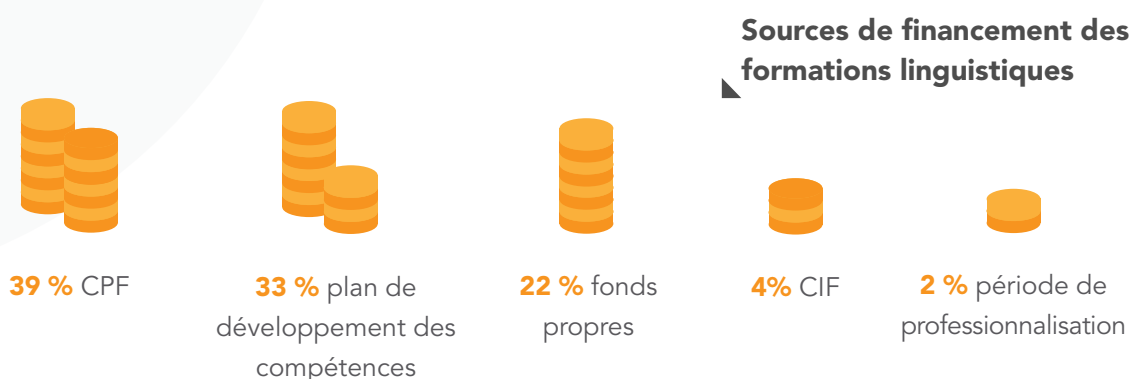
”

21 % des répondants (surtout des grandes entreprises) financent leurs formations langues principalement sur fonds propres.

Ce sont donc les entreprises moyennes et les PME qui ont le plus recours aux fonds paritaires - CPF et PLAN (entre 60 et 90 % du financement).

La transition au seul CPF autonome (15 à 20 % des parcours CPF) en décembre 2019, va sans doute, dans un premier temps, fortement réduire le volume des demandes, même si un effet d'entraînement dû aux campagnes de publicité gouvernementales et à la simplification des démarches pourrait progressivement booster celui-ci.

La mise en place des accords de branche et d'entreprise et la mise en œuvre des dispositifs d'abondement, vers le milieu de l'année, va donner une nouvelle impulsion au marché, mais il est probable que le dispositif ne tournera à plein régime qu'à partir de 2021.



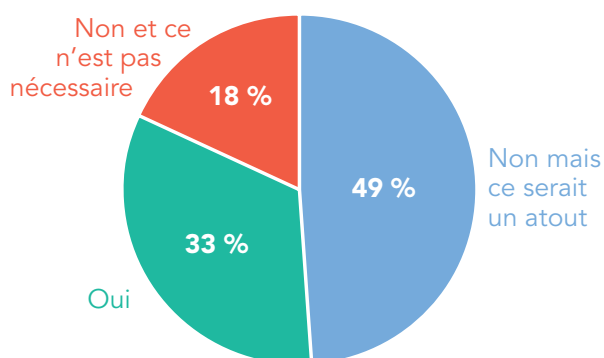
○ Deux tiers des entreprises ne disposent pas d'une cartographie de leurs compétences linguistiques.

Un tiers donc des répondants possède une cartographie linguistique des collaborateurs.

”

Parmi les 2/3 des répondants qui ne possèdent pas de cartographie linguistique, les **2/3** considèrent qu'un tel outil serait un atout pour leurs projets de formation.

Les entreprises interrogées disposent-elles d'une cartographie linguistique ?



En effet, comment déterminer les besoins sans cet outil ?

Une cartographie linguistique de l'ensemble des salariés est un outil puissant pour l'entreprise.

Elle permet notamment :

- ▶ de disposer d'un tableau de bord qui comprend des indicateurs de performance spécifiques aux fonctions et aux métiers de l'entreprise permettant de mesurer la performance globale en langues et la progression d'année en année de chaque collaborateur ;
- ▶ d'identifier les talents linguistiques « cachés » qui pourraient être utiles à l'entreprise, en fonction des projets ;
- ▶ d'identifier les faiblesses des salariés clés afin d'améliorer la performance de l'entreprise et de mieux anticiper les besoins futurs.

3. Les enjeux 2019 et les attentes des entreprises en 2020

- **La gestion administrative et financière des formations par les OPCA/O a été la problématique la plus difficile à gérer en 2019. La nouvelle appli CPF apporte-t-elle la solution ?**

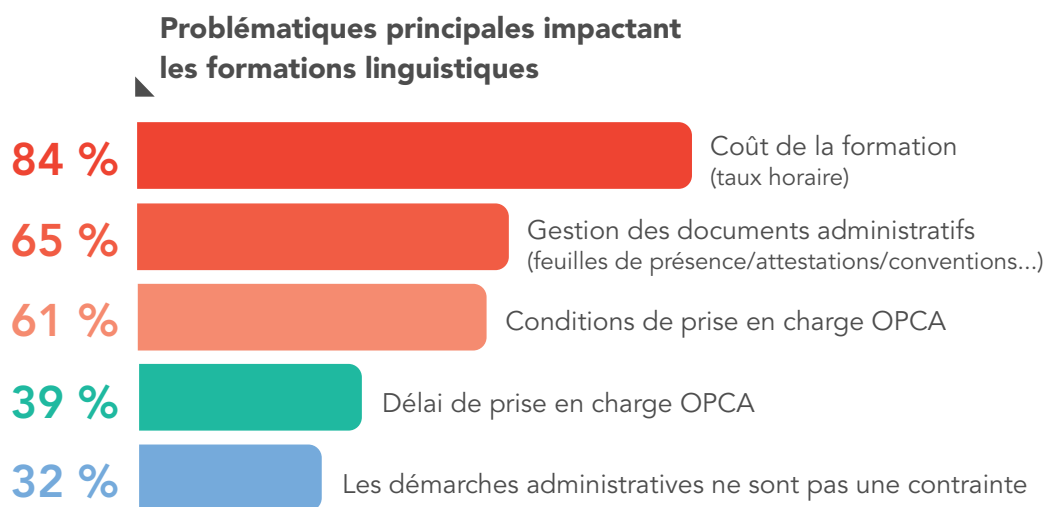
Le taux horaire de la formation a impacté les formations linguistiques principalement en raison des taux très variables et insuffisants de prise en charge des OPCA/O, auxquels les entreprises devaient se conformer pour bénéficier d'une prise en charge optimale.

De plus, la réduction globale des financements paritaires consécutive à la réforme de 2014 a obligé les entreprises à optimiser au maximum leurs financements afin de répondre

à la demande des salariés et donc à jouer la concurrence des prix.

Mais cette course au taux horaire le plus bas, qui a favorisé les formules en ligne, moins chères, a eu également comme conséquence une pression accrue sur la rémunération des formateurs présentiels et distanciels.

Le résultat est souvent la perte des formateurs les plus qualifiés ou talentueux, ce qui a un impact significatif sur la qualité.



La gestion administrative des formations (documents, contrats, prises en charge, attestations de présence et feuilles d'émargement) est vue comme une contrainte par deux tiers des répondants, l'autre tiers considérant que ces démarches « ne sont pas une limite ».

Toutefois, sauf pour les entreprises de moins de 50 salariés, les conditions et délais de prise en charge des OPCA qui ont pesé lourdement sur

les services de formation en 2019 disparaissent en 2020, suite au lancement de l'application CPF le 21 novembre 2019 et la reprise en main par la Sécurité Sociale et la Caisse des Dépôts des circuits financiers.

Ils seront remplacés par les démarches requises pour gérer les abondements avec la Caisse des Dépôts, et pour négocier les accords d'entreprise et de branche (dispositif prévu au printemps 2019).

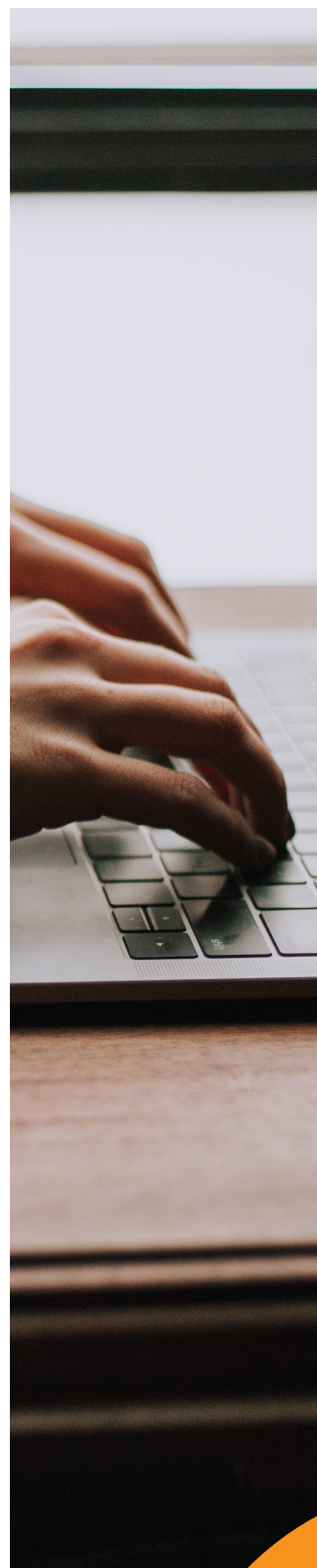
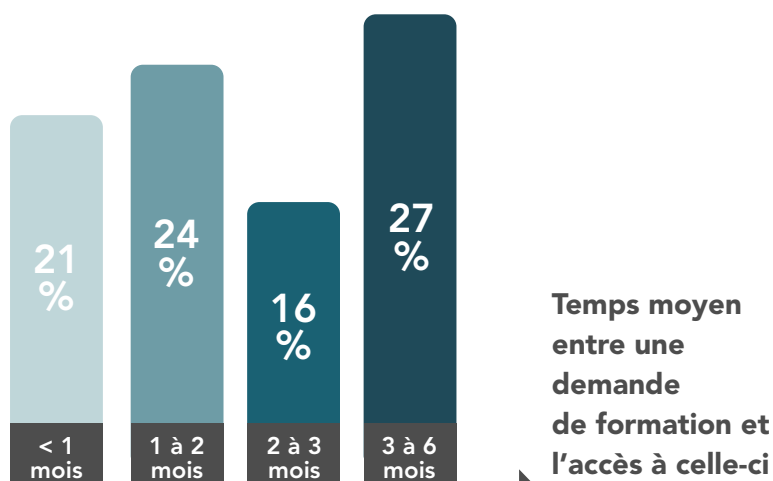
En principe, la gestion individuelle des dossiers sera largement allégée pour l'entreprise (plus besoin d'accord OPCA, plus de conditions particulières de prise en charge, plus de dossiers à transmettre, plus d'intermédiation de l'entreprise, traitement collectif des abondements), mais la négociation et la gestion globale (accords d'entreprise et de branche) demandera davantage de temps.

○ Le temps de mise en route d'une formation : facteur clé de motivation pour l'apprenant.

Le délai moyen entre la demande de formation et son accès par l'apprenant est de **plus de 2 mois pour 53 %** des répondants et moins de 2 mois pour 47 %.

Ces délais relativement longs, dus en partie aux procédures de prise en charge des OPCA/O, créent un vrai décalage entre le besoin et sa réponse, **car la réponse arrive souvent trop tard** et la motivation du stagiaire en pâtit. Ils disparaissent en 2020 avec la fin de la gestion par les OPCA des plans de formation des entreprises de plus de 50 salariés.

Toutefois, le problème impacte également les formations financées sur fonds propres. Comme le montre l'étude réalisée par John Bersin (analysée dans le livre blanc 7Speaking « [Les 7 clés de succès pour former efficacement l'apprenant moderne en 2020](#) »), les apprenants modernes attendent de la formation qu'elle réponde immédiatement à leurs besoins, peu importe le support : ordinateur ou smartphone. Une attente trop longue peut rapidement démotiver ces apprenants.



- Seules 30 % des entreprises ont les outils pour mesurer le ROI d'une formation linguistique.

”

68 % des répondants considèrent qu'ils n'ont pas les outils requis pour mesurer avec précision le ROI des formations.

Il n'y a aucune variation en fonction de la taille de l'entreprise.

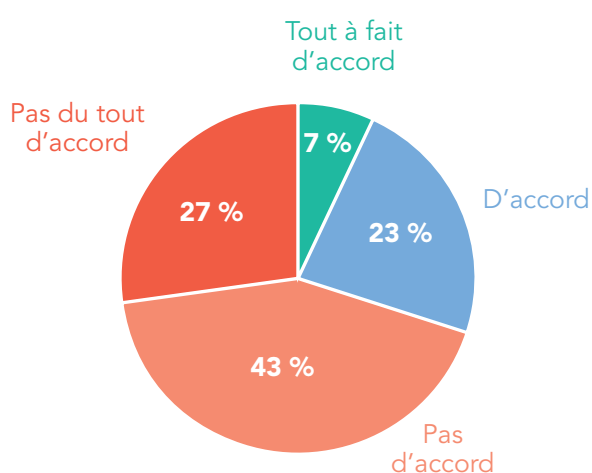
Sans pouvoir mesurer le ROI (ou ROE : Return On Equity) de ces formations, comment justifier la dépense ?

Cette réponse implique-t-elle que les RF sont frustrés de ne pas pouvoir mesurer le ROI ?

Sont-ils en attente d'une solution ?

Si on tient compte de leurs soucis d'amélioration, 24 % des répondants souhaitent « visualiser en continu les indicateurs-clés et le ROI des formations ».

On peut conclure que ce n'est malheureusement



Usage d'outils précis pour évaluer le ROI des formations



pas, pour la majorité des services de formation, le principal enjeu aujourd'hui, même s'il est important.

À notre avis, mesurer le ROI (retour sur investissement, en termes monétaires) d'une formation linguistique est un exercice complexe compte tenu de l'enjeu, car la formation linguistique n'est prioritaire que pour 30 % des services de formation.

En revanche la mise en place d'un faisceau d'indicateurs de progression et d'outils d'évaluation centrés sur l'objectif opérationnel de la formation, exprimé en termes de compétences et de performance, est un objectif réalisable pour les entreprises qui travaillent en étroite collaboration avec un partenaire de confiance.

Mais cela implique un partenariat gagnant-gagnant où les deux partenaires seraient focalisés sur un objectif commun et travaillent de concert pour l'atteindre.

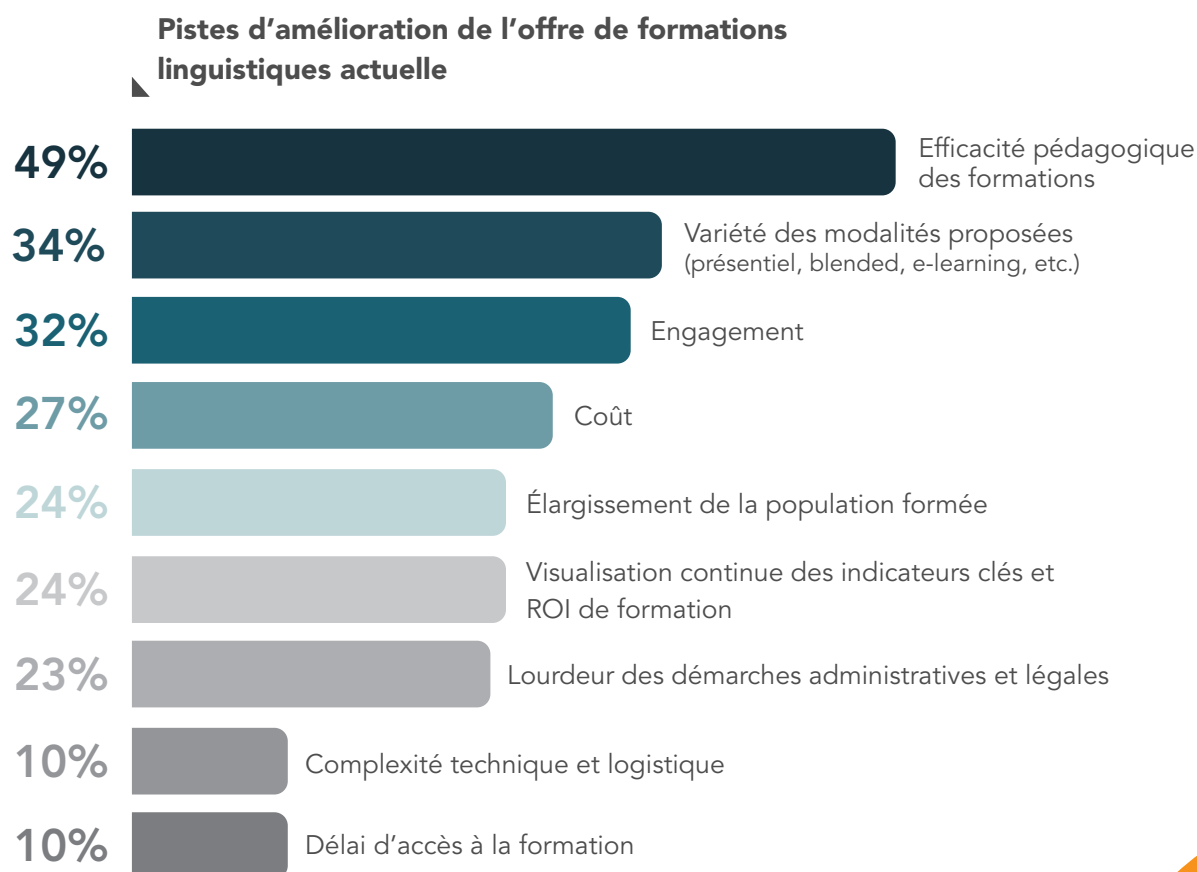
○ La préoccupation n°1 des entreprises : améliorer l'engagement des apprenants et l'efficacité pédagogique des formations, tout en maîtrisant les coûts.

Le défi numéro un pour les services de formation aujourd'hui est la digitalisation. Comment, en effet, introduire davantage d'e-learning dans les dispositifs de formation, afin d'accompagner la transition digitale, simplifier la logistique et maîtriser les coûts, tout en apportant la preuve de l'efficacité pédagogique et de l'engagement des apprenants ?

Certains apprenants sont encore très attachés aux formations en présentiel et ont beaucoup de mal à s'engager sur le moyen terme avec des outils digitaux en autonomie, malgré les avancées non négligeables des approches adaptatives, de l'introduction de techniques venant des neurosciences et de la gamification des contenus.

Toutefois, les générations plus jeunes, les « digital natives » ont une attitude beaucoup plus favorable face à ces nouvelles approches de l'apprentissage et ont même tendance à les réclamer, selon plusieurs études récentes.

On peut donc conclure qu'à moyen terme, ces problématiques seront beaucoup moins centrales dans le développement des compétences linguistiques des salariés, à condition que les entreprises fournissent des outils et un accompagnement humain (formateurs, tuteurs) de qualité.



Conclusion

L'enquête de 7Speaking révèle que les entreprises recherchent avant tout, dans un contexte de réduction des financements, des formations linguistiques efficaces et peu coûteuses, une plus grande diversité de modalités et de formules et une amélioration de l'engagement des apprenants.

Constat intéressant : elles forment principalement les collaborateurs qui en expriment le besoin, ce qui pourrait faciliter le changement de paradigme entraîné par la nouvelle autonomie des apprenants, grâce à l'appli CPF.

En revanche, les fonds utilisés pour financer la formation linguistique en 2019 provenaient principalement des fonds paritaires – seuls 21% des entreprises la financent sur fonds propres. Avec l'arrêt des fonds paritaires en 2020 pour les entreprises de plus de 50 salariés, les entreprises vont-elles réduire leur effort de formation ?

”

« Présentérix » résiste encore
contre « Digitalus »

Autre enseignement de cette enquête : le présentiel n'est plus considéré comme la modalité de formation privilégiée : pour 50 % des entreprises interrogées, moins de la moitié de leurs stagiaires en langues ont encore besoin du présentiel. Le e-learning en revanche continue de progresser, en particulier dans les entreprises moyennes, même si un quart du village Gaulois continue à opposer une farouche résistance à l'envahisseur digital...

Les casse-têtes principaux des responsables de formation en 2019 : le taux horaire de la formation, la gestion des documents administratifs et les conditions de prise en charge des OPCA.

Les responsables de formation poussent un ouf de soulagement en ce début janvier : gestion administrative des financements CPF réduite au minimum, taux et conditions de prise en charge uniques, prix transparents. Seul bémol – et il est de taille : ils n'ont plus la main sur le choix des formations, ni sur le suivi des parcours de leurs salariés. Dans ce contexte, certains sont tentés de laisser les salariés se débrouiller seuls avec leur formation linguistique.



ANDREW WICKHAM

Expert du marché de la formation linguistique, Andrew a animé des dizaines de débats et de présentations sur le marché des langues depuis 10 ans.

Contact

7SPEAKING SAS

16-18 rue Guillaume Tell

75017 Paris

Tél : +33 1 44 75 09 77

contact@7speaking.com

www.7speaking.com

CONTACTEZ-NOUS