

edflex

Baromètre de la formation 2023

L'ÉVOLUTION DES BESOINS DES APPRENANTS



INTRODUCTION

En 2021, nous lançons la première édition de notre baromètre sur les nouveaux usages des apprenants.

Nous souhaitons questionner les principaux concernés sur la formation de leur entreprise pour **en analyser les grands enjeux** : motivation, engagement, connaissances, attentes... dans un monde où la formation a plus que jamais son importance **face à l'évolution rapide des contextes structurels**.

Ici, nous analysons les grandes tendances qui se dégagent et l'évolution des pratiques des salariés des grandes entreprises depuis l'édition précédente.

On le dit et on ne le répètera jamais assez : écouter les apprenants pour adapter l'expérience d'apprentissage est la meilleure manière de faciliter l'engagement et de créer une offre qui a du sens !

Notre vision de la formation a toujours été tournée **au service de l'apprenant et des équipes formation** : à travers notre produit, nous rendons la formation intuitive pour les collaborateurs. Nous pensons que ce baromètre permettra à de nombreuses entreprises de **challenger leur offre**, au vu des résultats assez alarmants auquel nous faisons face.

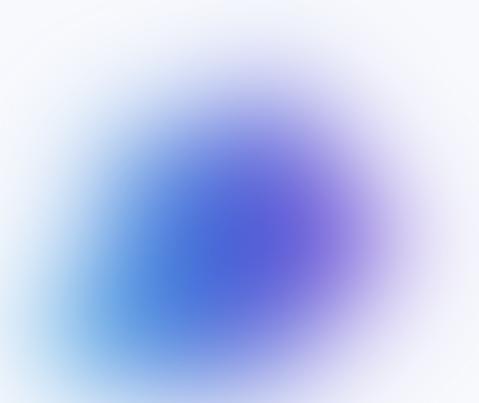
Sans plus tarder, et parce que vous êtes là pour ça, découvrons ensemble les chiffres clés de l'année 2023 !

Bonne lecture,

Clément Meslin
Co-founder & CEO



SOMMAIRE

- 03** Contexte et méthodologie de l'étude
 - 04** 1. Les habitudes de formation des salariés
 - 09** 2. Pourquoi les salariés ne sont pas satisfaits ?
 - 14** 3. Des attentes fortes sur les formats proposés
 - 23** À retenir
 - 24** La vision de Madeinvote
 - 25** Edflex, notre vision de la formation
- 

CONTEXTE

Les usages de formation des salariés sont-ils vraiment pris en compte par les stratégies de formation des entreprises ?

Entre réglementaire, présentiel, e-learning, évolution des besoins et nouveaux formats : la formation est un sujet de plus en plus complexe en 2023. Les besoins des salariés évoluent rapidement et les moyens mis à leur disposition doivent suivre.

LES OBJECTIFS DE CE BAROMÈTRE

- **Anticiper les besoins des salariés** en termes de formation au sein de leur entreprise.
- **Augmenter l'engagement** envers cette offre de formation, en mettant en exergue ses forces et faiblesses.
- **Comprendre les dernières tendances** de formation, notamment vis-à-vis des nouvelles pratiques d'apprentissage.

1 000 salariés
ont été interrogés durant cette étude.



Madeinvote

LA MÉTHODOLOGIE

L'institut Madeinvote a mis en place cette enquête auprès de 1000 salariés d'entreprise de +500 collaborateurs, représentatifs de la population active française en termes de sexe | âge | région.

Doté d'une interface ergonomique, le questionnaire a été conçu pour être utilisé sur tous les supports digitaux (ordinateurs, tablettes et smartphones).

Plusieurs campagnes ont été ainsi lancées pour recueillir ces avis, du 14 février au 04 mars 2023.

01. Les habitudes de formation des salariés

L'entreprise du salarié met à disposition des formations :

22% **Non**
(28% en 2021)

78% **Oui**
(72% en 2021)

Comparé à l'année précédente, les salariés estiment que **leur entreprise propose davantage de formations**. Pourtant, ils ne semblent pas plus nombreux à être au courant de cette offre puisqu'ils sont **seulement 60% à déclarer en avoir connaissance**, VS 58% l'année dernière.



60%

des collaborateurs seulement ont **connaissance de l'offre de formation proposée par leur entreprise**.

Chez les -35 ans et sur les formations présentielle, **ce chiffre tombe à 47%** (VS 57%). Un tel écart révèle un vrai **manque de communication et d'accessibilité** autour de l'offre de formation proposée par l'entreprise. Et c'est un gros problème !

Comment **valoriser le ROI des formations proposées** si les apprenants n'ont même pas conscience qu'elles existent ?

Il est **urgent de revoir la façon de partager en interne l'intégralité de l'offre de formation** disponible en songeant à de nouvelles manières d'engager les collaborateurs, par exemple en impliquant davantage les managers.

Parmi les 78% qui bénéficient de formations :

70%

ont à la fois des formations présentielle et en ligne à leur disposition (71% en 2021).

→ 17% ont seulement des **formations présentielle** à leur disposition (18% en 2021)

→ 13% ont seulement des **formations en ligne** à leur disposition (10% en 2021)

Des chiffres qui restent stable depuis notre première étude en 2021. Mais encore **30% des entreprises** ne semblent pas prendre conscience des besoins apprenants dans **l'équilibre entre présentielle et distanciel**.



LES SALARIÉS SONT

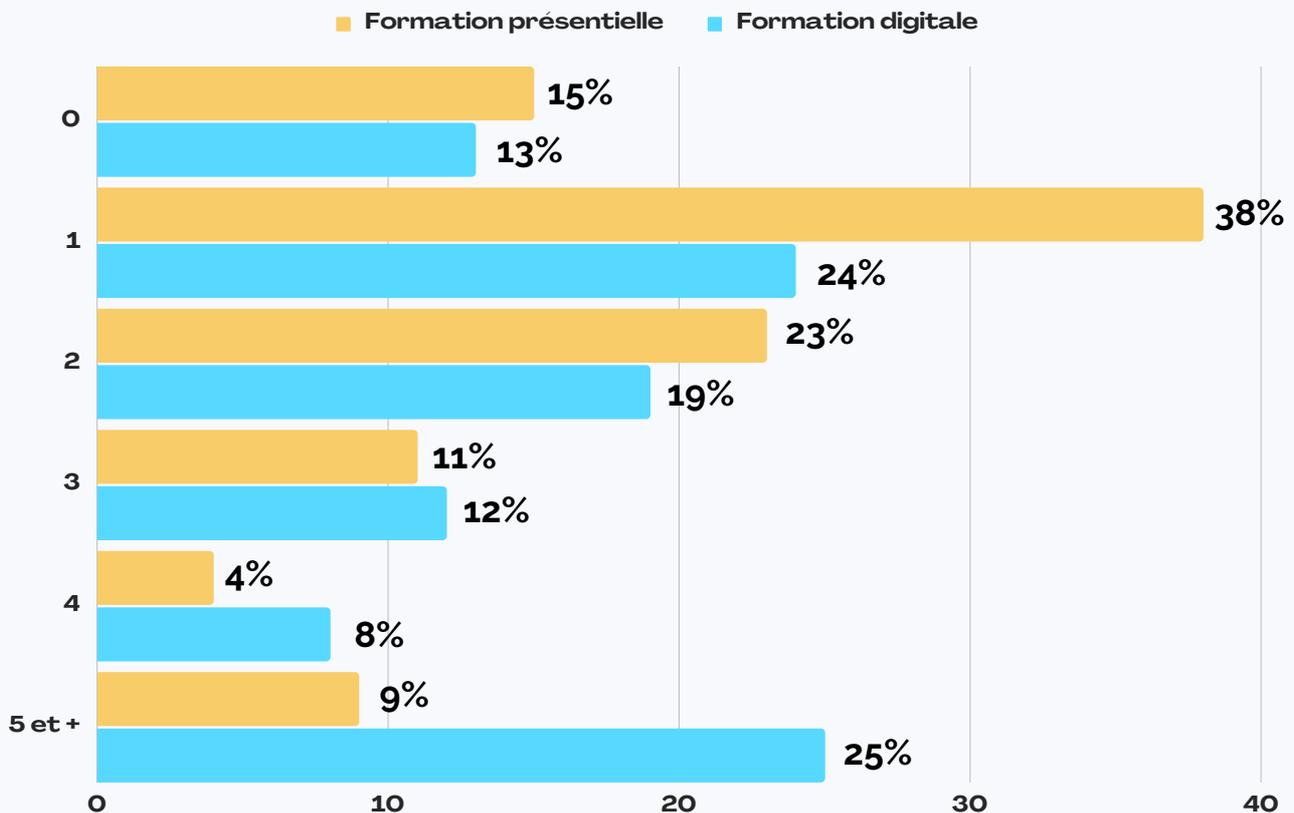
40%

à ne pas connaître l'offre
de formation proposée
par leur entreprise.

Comme l'année passée, le nombre de formations suivies **dépend de sa modalité.**

En présentiel, ce nombre baisse sensiblement et s'explique notamment par **la complexité de l'organisation** autour d'une formation présentielle. Le coût d'une formation présentielle étant également plus élevé, il n'est pas étonnant de constater que **38% des collaborateurs n'en suivent qu'une seule par an.**

Au contraire, en distanciel, **l'accessibilité aux différents modules et formats digitaux** permet aux salariés de suivre plus régulièrement des formations. Les apprenants sont **plus de 25% à en suivre 5 ou plus** dans l'année.



2,9 (3,1 en 2021)

Nombre moyen de **formations présentielles** suivies par an par collaborateurs

4,2 (4,4 en 2021)

Nombre moyen de **formations en ligne** suivies par an par collaborateurs

O1. Les habitudes de formation des salariés

Maintenant, observons comment la posture et le discours de l'entreprise impactent le nombre de formations réalisées :



Nombre de formations suivies par année en fonction du biais de communication ressenti :



Sans surprise, les entreprises qui encouragent ou obligent leurs salariés à suivre des formations observent une **nette différence dans le nombre de formations suivies**, que ce soit en ligne ou en présentiel, avec près de 1,5 à 2 formations de plus.

De plus, les salariés semblent suivre moins de formations qu'il y a un an. Toutefois, la vraie surprise observée par rapport à l'année dernière réside dans **l'écart entre l'incitation et l'obligation**.

Il semblerait que les collaborateurs qui sont contraints à se former le fassent davantage !

Cela ne signifie pas qu'il faille organiser plus de modules obligatoires (c'est d'ailleurs ce que nous prouve la page suivante). Il s'agit plutôt de **sensibiliser les équipes à l'importance de se former**, pour leur développement professionnel et personnel, mais aussi de **mettre à leur disposition les moyens nécessaires** : outils, temps alloué, financements...



C'est la **note moyenne sur 10** donnée à l'offre de formation proposée par l'entreprise du salarié.

6,6/10

Note des salariés informés sur les formations disponibles

7,8/10

Note des salariés encouragés à suivre une formation

5,9/10

Note des salariés obligés à suivre une formation

02. Pourquoi les salariés ne sont pas satisfaits ?

Comme évoqué sur la page précédente, même si les salariés contraints de suivre des formations en font plus, ils ne sont **pas pour autant plus satisfaits** de celles-ci. Cette note attribuée a d'ailleurs baissé par rapport à l'année dernière (6,5/10).

Il est donc évident que l'autonomie dans le choix de la formation a une influence majeure sur la satisfaction de l'apprenant.

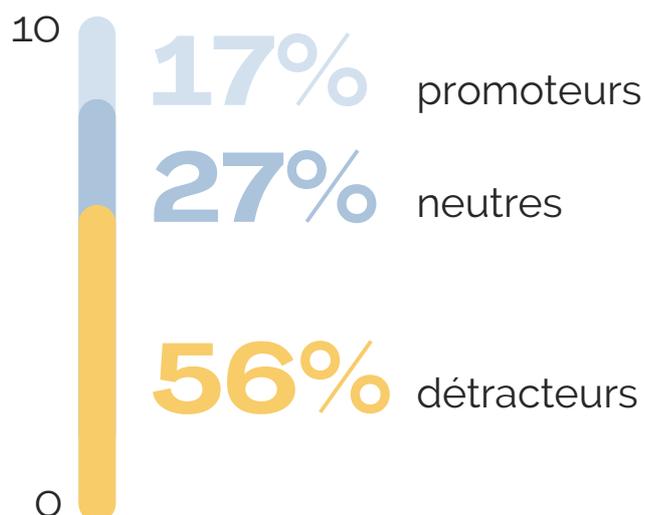
Il a à cœur de **se sentir acteur de sa propre montée en compétences**.

En moyenne, le **nombre d'avis positifs a chuté de 5 points** et celui d'avis neutres a augmenté de 6 points. Cela **démontre une satisfaction qui baisse** malgré une note sur 10 équivalente.

NOTE SUR 10

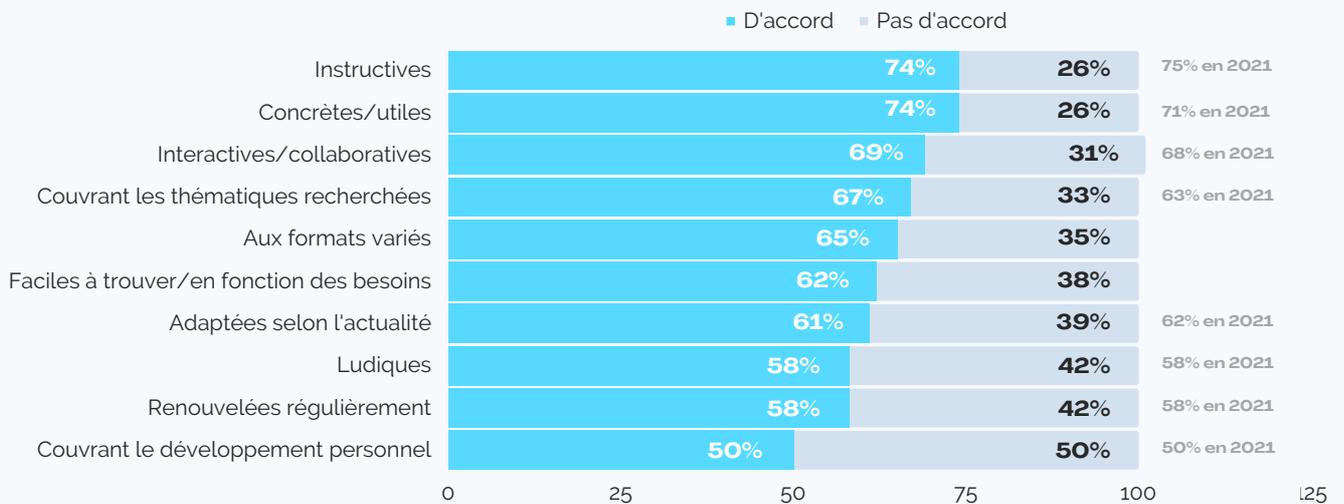
Si on transposait ces taux de satisfaction sur une échelle NPS évaluant la recommandation de -100 à +100, le **score NPS serait de -39**, soit un score encore plus alarmant que l'année passée (-33).


6,5/10 en 2021



Le **NPS ou Net Promoter Score** est un indicateur qui permet le plus souvent de **mesurer la satisfaction et la fidélité** d'un consommateur envers une marque grâce à une **note allant de -100 à +100**.

En 2022, les formations sont perçues par les salariés comme...



Si on se concentre davantage sur quelques réponses de nos sondés, les formations sont souvent perçues comme étant **peu collaboratives**, trop **descendantes** et **décorélées** des véritables problématiques des apprenants.

Exemples de verbatims récoltés

"Elles sont **imposées** et **pas à l'écoute** des problématiques que l'on trouve sur terrain."



"Il **manque une adaptation du contenu** à mes réactions et mon niveau. La prise en compte des retours sur ma perception de la formation"

"**Plus d'interaction** avec les intervenants est nécessaire en présentiel"



50

%



La moitié des collaborateurs jugent que les formations proposées par l'entreprise **ne couvrent pas les thématiques de développement personnel** qu'ils recherchent.

Les soft skills font partie intégrantes des compétences à développer dans l'entreprise : elles font partie du futur de la formation. Le développement personnel contribue également au **bien-être des salariés** et accroît leur productivité.

Encore 38% des salariés estiment que les formations proposées dans l'entreprise ne sont **pas toujours faciles à trouver**. Or, comme nous l'avons vu précédemment, l'autonomie de l'apprenant est l'une des plus grandes sources de motivation pour suivre une formation. Il est donc important de structurer son offre en **centralisant toutes les solutions disponibles grâce à un point d'entrée unique**, et en triant les formations par types de contenu, thématique, durée etc.

Exemples de verbatims récoltés



"**Le parcours du combattant** pour accéder au support"

"Les formations ne sont **pas rangées par thématique**"



"Les formations sont réparties sur **4 plateformes différentes qui ne fonctionnent pas pareil**, et avec des codes différents, ce n'est pas pratique"

La durée des formations

UN CHIFFRE EN HAUSSE

17%

Les salariés sont aujourd'hui 17% à citer la durée des formations comme **une source de motivation**. (12% en 2021)

Les formations sont considérées comme **trop longues**, difficile donc de les placer dans un emploi du temps chargé, surtout si elles ont **peu de valeur ajoutée** aux yeux des collaborateurs... L'accessibilité de la formation est le seul critère qui évolue à la hausse.

03. Des attentes fortes sur les formats proposés

Dans le **top 3 des raisons qui pousseraient les apprenants à participer davantage aux formations** proposées par leur entreprise, on observe :



Au pied de ce podium on retrouve les **formats plus ludiques, attractifs et actuels** qui passent de 20% l'année dernière à 25% cette année ! Cette nette progression marque un vrai besoin des salariés de **prendre plaisir à se former et à consommer des formats utiles et mis à jour.**

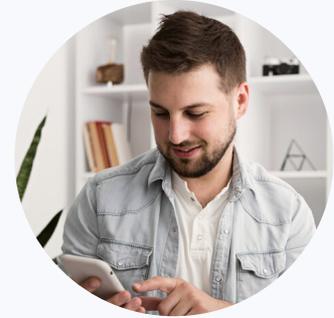
"Elles ont été **organisées il y a longtemps** et ne sont quasiment **pas mises à jour.**"



Il est aussi intéressant de **comparer les raisons** qui motivent les différentes population de l'entreprise, notamment sur les tranches d'âge.

- 35 ans

Chez les -35 ans, le **temps alloué à la formation monte à 46%**. Cette population est aussi plus sensible que les autres à **la communication faite par l'entreprise et par les managers**. Les jeunes semblent donc avoir besoin de plus d'accompagnement.



35-49 ans

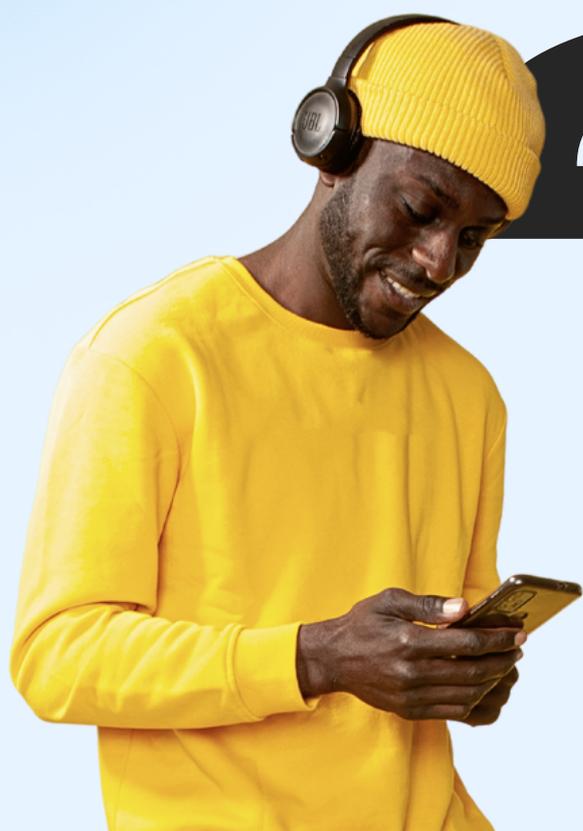
Pour les 35-49 ans, le classement **reste sensiblement le même** que celui de la tendance générale.

+ 50 ans

Chez les +50 ans, on ressent un vrai **manque d'entrain pour la formation**. Leur expérience est-elle une source de connaissances suffisante ou sont-ils découragés face à leur fin de carrière ? Les formations proposées ne sont-elles pas au niveau ?

En tout cas, pour ceux qui trouvent le temps de se former, le **manque de ressources adaptées à leurs besoins** est une vraie problématique.





26%

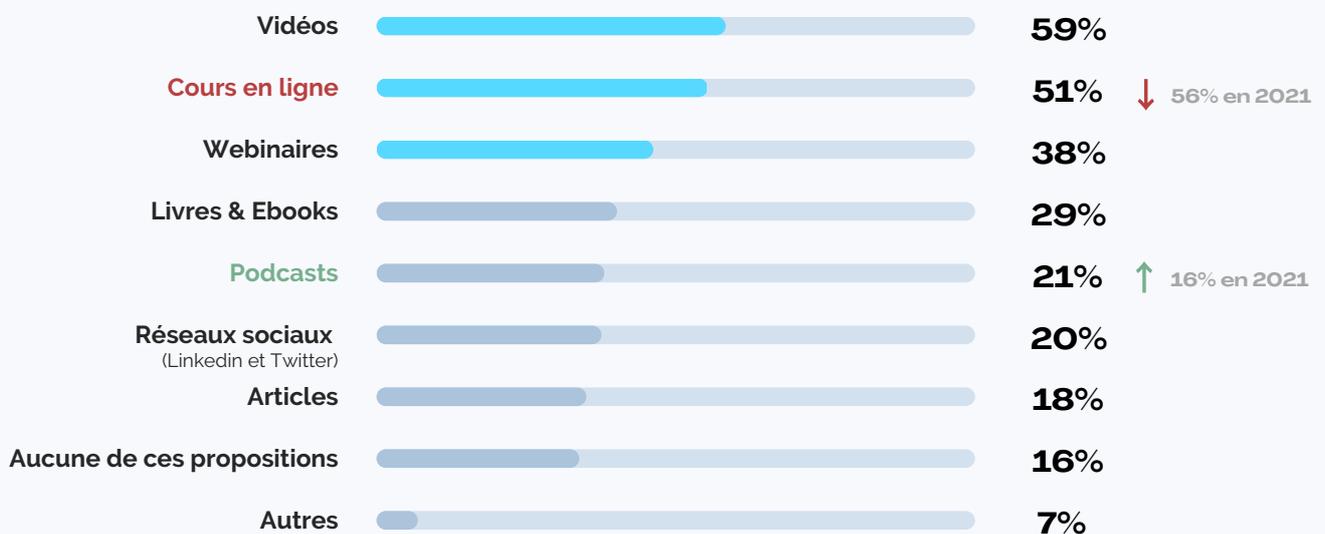
des salariés **pensent devoir se former uniquement par eux-mêmes** pour avoir accès aux meilleures formations.

03. Des attentes fortes sur les formats proposés

Les salariés sont seulement 36% à penser que **les formations proposées par leur entreprise suffisent** pour monter en compétences uniquement par ce biais.

Les apprenants n'ont qu'une confiance limitée dans l'offre de formation proposée dans leur entreprise. Il est plus qu'inquiétant de savoir qu'**un quart d'entre eux ne croit pas à l'efficacité** de ces modules !

Il y a urgence à remettre en question la façon de concevoir la formation au cœur des organisation et à écouter davantage les retours des apprenants.



Du côté des formats plébiscités, le classement reste le même malgré une **légère baisse** au niveau des cours en ligne. **Le podcast, lui, connaît une hausse importante.**

Ces deux phénomènes font écho à la **recherche de formations plus courtes** et plus accessibles. La vidéo en ligne est aussi citée comme la **ressource préférée pour 36% des apprenants**, suivie par le cours en ligne pour 31% et les webinaires pour 12%.



71%

des salariés de grandes entreprises ont **déjà utilisé des contenus libres** (vidéo, podcast, articles...) pour **se former en toute autonomie**.

48% le font dans une démarche de développement des compétences à court terme, par rapport au quotidien de leur métier.

83%
+ 5% par rapport
à 2021



Parmi les 71% qui se forment avec des contenus digitaux libres, 83% le font dans une **démarche personnelle**. Un chiffre en hausse puisque l'année dernière il était estimé à 78%.

Les entreprises n'ont **pas forcément conscience de l'importance de ces contenus libres** pour suivre et pousser la formation professionnelle.

Proposer ce type de contenu ne peut plus être une option : **c'est une nécessité**.

Près de 80% des salariés se forment en toute autonomie pour répondre à leurs enjeux quotidiens et évoluer dans leur métier :

48%

à court terme,
par rapport au
quotidien du métier

32%

à long terme, pour
pouvoir évoluer dans
son métier

21%

à long terme, pour
**découvrir une
nouvelle activité**

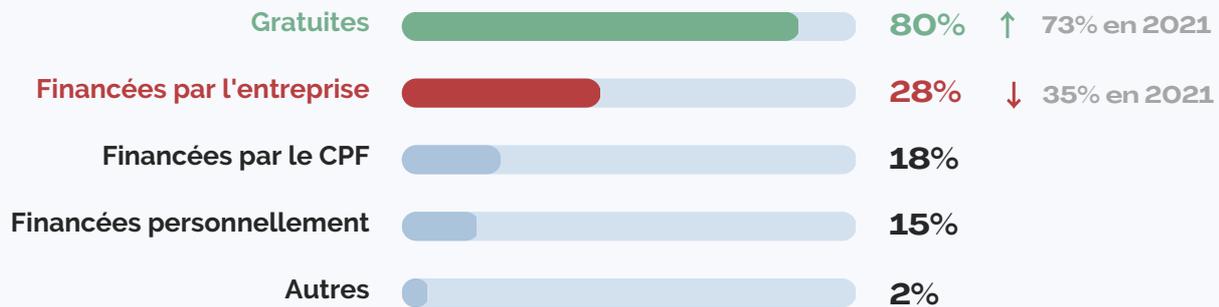
Ce qu'on observe ici est plutôt déroutant... On pourrait penser que ces besoins diffèrent à cause d'une **appétence particulière envers le développement personnel** ou d'idées de reconversion, de changements de carrières, mais non.

Cela veut dire que les entreprises ne répondent aujourd'hui pas assez à ce **besoin de montée en compétences quotidienne**...

Laisser aux salariés la responsabilité de se former pour être performants n'est plus envisageable.

Malgré un contexte peu enclin au changement, les équipes formation doivent réfléchir à **inclure des formats plus courts** dans leur offre tels que **des podcasts ou des vidéos** pour répondre à cet usage courant chez les apprenants et s'assurer de la qualité des formations suivies par ces derniers.

Les formations en libre accès permettant de se former par soi-même sont :



Les +50 ans bénéficient plus facilement d'un **financement par l'entreprise (37%)** alors que les -35 ans financent davantage leurs propres formations (23%).

Toutefois, la **baisse globale du financement par l'entreprise** s'explique aussi sans doute par les enjeux budgétaires rencontrés par les équipes formation depuis plusieurs mois.

Seulement 23% des apprenants estiment qu'il est facile de trouver du contenu de qualité.



26%

des sondés passent **2 à 3h par semaine** pour trouver du contenu de qualité



13%

des sondés passent **2 à 3h par jour** pour trouver du contenu de qualité

Une **vraie perte de temps** que l'entreprise pourrait rentabiliser en **mettant à disposition des contenus déjà qualifiés** et accessibles facilement.

81%



des collaborateurs estiment que leur entreprise devrait proposer ce type de contenus digitaux pour **permettre à tous les salariés de se former en toute autonomie.**

84%

des collaborateurs assurent **qu'ils se formeraient plus souvent** si c'était le cas (dont 39% beaucoup plus souvent).

Ces chiffres témoignent d'une vraie demande de la part des apprenants de **pouvoir accéder à des ressources fiables, de qualité, facilement, et en toute autonomie**. Si les entreprises le proposaient, les collaborateurs seraient donc plus nombreux à se former et ils y consacraient plus de temps.

C'est une bonne piste à explorer pour **développer leur engagement et augmenter leur satisfaction**. Avec Edflex par exemple ? 😊

Zoom sur l'impact et le rôle social de la formation

79%



Pour 79% des salariés, les formations proposées par l'entreprise doivent **sensibiliser les collaborateurs aux sujets sociétaux** tels que l'éco-responsabilité, l'équité femmes-hommes...

La formation fait partie intégrante des démarches RSE que doit porter une entreprise. Les salariés estiment que c'est le rôle de l'entreprise en tant qu'acteur sociétal de les sensibiliser à ces sujets par la formation.

À RETENIR

Les évolutions flagrantes se font rares dans ce deuxième rapport des usages des apprenants, nous pensons justement que c'est un vrai **signal alarmant face à des besoins réels** toujours plus présents.

Cette **non-évolution** témoigne surtout du fait que les entreprises n'ont pas toutes pris conscience de **l'urgence à transformer leur offre** pour s'adapter à ces pratiques ! Le retard pris sur l'évolution de l'offre de formation crée un **déséquilibre dans l'accès aux formations**, leur **suivi**, et **impacte** directement les **performances de l'entreprise**.

Aucune raison ne peut justifier d'**entretenir des routines de formation** qui, nous l'avons bien vu, ne correspondent plus du tout aux attentes des collaborateurs.

Il est donc temps d'**agir rapidement et concrètement** pour faire rayonner la formation au sein de l'entreprise avec de nouvelles pratiques répondant aux besoins évoqués.

Mais si vous avez lu ce guide, vous êtes sûrement prêts à l'entendre et à faire bouger les choses ? Car c'est ensemble que nous pourrons le faire, **pour une formation vraiment impactante**.

Quelques chiffres clés à retenir

6,4 /10

Note **moyenne sur 10 donnée à l'offre de formation** proposée par l'entreprise du salarié.

35%

des salariés estiment qu'il est **pénible de trouver du contenu de qualité**.

71%

des salariés de grandes entreprises **ont déjà utilisé des contenus libres** (vidéo, podcast, articles...) pour se former en toute autonomie.



La vision de Madeinvote

Ils ont des choses importantes à vous dire... Écoutez-les et prenez les bonnes décisions !

Avec sa solution d'études marketing et d'opinion, **Madeinvote permet d'obtenir des insights clés via internet et les réseaux sociaux**, sans utiliser de panel.

Ils exploitent la puissance d'internet et des réseaux sociaux pour **capter une cible directement là où elle se trouve** pour trouver les réponses aux questions que vous vous posez.

Grâce au large éventail de méthodes de ciblage, ils ont la possibilité de **toucher uniquement l'audience qui vous intéresse** et ainsi de créer votre échantillon sur-mesure selon des critères géographiques et marketing ultra précis.

Leur expertise repose sur leur **capacité à concevoir des questionnaires sur-mesure**, à cibler finement une audience, à collecter et **analyser les données** via leur plateforme et à vous fournir des insights clairs, pertinents qui vous aideront dans vos prises de décisions.

Madeinvote allie technologie, data science, statistiques, et marketing digital au service des marques et de leur business.

Pour plus d'informations :

bonjour@madeinvote.com
ou **www.madeinvote.com**

Made!nvote

Edflex, notre vision de la formation

Connecter les organisations et leurs salariés au meilleur de la formation



Vos salariés se forment autrement...

Nous nous formons d'ailleurs tous différemment : formats, durées, thématiques, langues, niveaux, accès...

Chaque apprenant a des besoins différents, et **Google est devenu notre premier réflexe** pour y répondre rapidement.

L'accès aux contenus de formation en entreprise vit une révolution. Il est temps d'adopter une solution concrète pour aider les équipes formation et les collaborateurs.

71%

des salariés déclarent **se former par eux-mêmes** grâce à des contenus digitaux en libres accès.*

*Sondage Edflex 2023 - L'évolution des besoins des apprenants

...apportez-leur une réponse adaptée !

Véritable extension de votre équipe formation, notre solution vous aide à **offrir la meilleure expérience** de formation à vos collaborateurs. Bénéficiez d'un catalogue avec :

+230
compétences

+50 000
contenus de formation

+10 000
éditeurs

Intégrations dans tous vos outils



Edflex en chiffres

+200
clients nous font déjà confiance



3
trophées remportés en 2022



BAROMÈTRE EDFLEX 2023

L'évolution des besoins des apprenants



edflex.com



edflex
keep learning, keep growing