

**ENSEIGNEMENT LINGUISTIQUE**

# Les cours de langues tournent au sur mesure

**Les formations sur ordinateur et Internet sont moins onéreuses que les formules classiques et s'adaptent aux besoins du salarié.**

Le niveau en anglais des salariés français étant ce qu'il est (lire encadré), la formation aux langues est devenue un véritable enjeu pour les DRH des entreprises hexagonales, désormais toutes ouvertes peu ou prou sur le vaste monde. Elles doivent s'atteler à un véritable casse-tête : fournir un enseignement efficace aux salariés avec un budget formation de plus en plus serré. Un enjeu au cœur du salon Expolangues, dont la 28<sup>e</sup> édition se déroulera du 3 au 6 février 2010 au Parc des expositions, porte de Versailles, à Paris. Ces dernières années, la pression financière a conduit au boom des innovations techniques et pédagogiques.

C'est le cas de l'e-learning. Cette technique de formation à distance via les TIC coûterait environ cinq fois moins cher qu'une formation classique. Du fait de l'absence de déplacements, mais surtout parce que l'ordinateur remplace en grande partie le formateur. Les frais peuvent néanmoins s'avérer très variables en fonction du matériel requis et du niveau de personnalisation du contenu. Autre atout de l'e-learning, sa souplesse d'utilisation : au salarié de faire son planning. Il peut ainsi utiliser ses temps morts pour se former.

« Certaines plates-formes en ligne proposent un compte rendu du nombre d'heures effectuées par le salarié, ce qui simplifie son suivi administratif », souligne James Kigin, consultant en e-learning. Mais salariés et entreprises pointent du

doigt le manque d'interactivité de ce type d'apprentissage. Par conséquent, les écoles se tournent vers le Web 2.0 et mettent en place forums et chats en ligne : certaines sont même présentes sur le réseau virtuel Second Life ! La question de l'efficacité de l'e-learning est en débat. D'autres techniques naissent. Les organismes misent ainsi sur des systèmes de visioconférences permettant de recréer de véritables classes virtuelles — une formule qui reste relativement coûteuse. A noter également le succès grandissant du « blended-learning », formule mixte couplant didacticiels et échanges en direct avec un formateur.

**« APPRENTISSAGE CULTUREL »**

Les entreprises demandent également des adaptations pédagogiques, notamment que les formations « collent » aux besoins spécifiques du salarié. « Il s'agit de prendre en compte le poste de la personne et le secteur dans lequel elle évolue. Nos clients nous demandent de plus en plus des outils sur mesure intégrant leur propre vocabulaire », indique Alan Nobili, directeur de Digital Publishing France. « De plus en plus de formations à destination des expatriés se doublent également d'un apprentissage culturel », souligne Alain Daumas, directeur d'ETS Global. L'offre de formation s'adapte, essayant d'allier souplesse, interactivité et coût réduit. Prochaines étapes : le développement du « mobile learning » — la formation sur téléphone portable — et l'apparition des « serious games » dans le domaine des langues. Un joujou qui se paie entre 50.000 et 120.000 euros pour une application sur-mesure...

CATHERINE QUIGNON

*Un stand de e-learning conçu par le groupe de formation, conseil et recrutement Cegos*



**NIVEAU MOYEN EN ANGLAIS**

Moins d'un salarié sur deux dispose d'un niveau d'anglais professionnel acceptable selon une étude éditée par ETS Global, créateur du test Toeic. Portant sur plus de 25.000 tests effectués, l'enquête révèle que seuls 3 salariés sur 4 de niveau licence et 4 salariés sur 10 avec un master en poche disposent d'un niveau d'anglais suffisant (750 à 785 points). Quant au niveau moyen des salariés français testés, il se situe entre 600 et 700 points : un score à peine supérieur à la moyenne (500 points). Les nouvelles générations maîtrisent heureusement mieux l'anglais que leurs aînés : les meilleurs résultats proviennent de candidats ayant entre 23 et 35 ans. Il reste encore des progrès à faire... C. Q.

## ***L'e-learning est-il réellement efficace ?***

LES FORMATIONS LINGUISTIQUES en e-learning connaissent depuis quelques années un fort engouement auprès des entreprises. Néanmoins, ces dernières s'interrogent de plus en plus sur l'efficacité réelle de ces formules, souvent limitées à de simples logiciels d'autoformation. « Les entreprises se sont rendu compte des limites de l'e-learning, qui pose le problème de la motivation du salarié », souligne une responsable formation de chez Michelin. De son avis, « un véritable échange avec un formateur et un accompagnement du salarié restent nécessaires, même si la présence physique n'est pas forcément indispensable ». Cette responsable a donc choisi de s'orienter vers le « blended learning », une alternative de plus en plus appréciée par les entreprises. « Cette formule mixte reste une combinaison économique du point de vue temps et argent », souligne le consultant James Kigin.

### **« MALAISE À L'ORAL »**

Mais pour Alain Daumas, directeur d'ETS Global, il ne sert à rien d'opposer les différents types de formation. « C'est un faux débat. Souvent, le problème vient d'abord du manque de confiance du salarié dans ses capacités linguistiques. Une formation permet de lui redonner confiance. » Néanmoins, faire d'abord son choix en fonction des besoins de l'apprenant, sans exclure aucune option, paraît indispensable. « Il faut réaliser du cas par cas. S'il s'agit pour un salarié de combattre un malaise à l'oral ou d'être capable de réaliser un dossier technique, il est évident qu'un didacticiel ne suffit pas. Par ailleurs, les modules d'autoformation exigent que le salarié ait une bonne capacité à s'organiser seul et une forte motivation. Mais les formations en groupe ne sont pas forcément l'idéal. Des études ont montré qu'un élève apprend mieux avec un didacticiel qu'en groupe », souligne Fabien Fenouillet, chercheur en sciences de l'éducation, spécialisé dans la formation en entreprise. À chaque formule ses avantages... et ses inconvénients.

**C. Q.**

## INTERVIEW

Sylvie  
Canevet-  
Abderrahim,  
directrice  
du cabinet  
Kangourou  
Conseils.



# « Évaluer les résultats de la formation »

**L**es entreprises prennent-elles conscience de l'enjeu de la formation linguistique ? De plus en plus. Avant, les formations étaient accordées au coup par coup, sans plan de formation vraiment réfléchi. Les entreprises travaillaient avec telle ou telle école par habitude, sans vraiment se soucier des résultats. C'est en train de changer. Du fait de l'internationalisation croissante des entreprises, les besoins sont plus impor-

tants. En même temps, les entreprises subissent une pression sur les coûts, ce qui les conduit à s'interroger sur la qualité des formations délivrées par leurs prestataires. Elles cherchent de plus en plus à évaluer leurs résultats.

### Quelles sont les langues les plus demandées ?

L'anglais reste en tête et représente 80 % des formations financées par les entreprises. On voit également monter depuis dix ans l'enseignement du français pour les collaborateurs étrangers. La demande en langues rares (allemand, russe, chinois...) a également tendance à croître.

### Est-il possible d'allier qualité de la formation linguistique et coût réduit ?

Je le pense. En 2009, nous avons travaillé pour une grande société du secteur bancaire. Elle n'avait aucune visibilité sur les 3.000 personnes formées chaque année. Nous avons mis en place un plan de formation vraiment adapté en effectuant une évaluation externe du niveau des salariés, ce qui nous a permis de cerner les besoins exacts. Nous avons ainsi pu réaliser 23 % d'économies.

PROPOS RECUEILLIS PAR C. Q

## Bien choisir son organisme

LES ORGANISMES de formations aux langues sont très nombreux et de qualité tout à fait variable. Six critères pour choisir le plus adapté aux besoins de l'entreprise :

**1 La labellisation** : il existe des labels type OPQF (Office professionnel de qualification des organismes de formation) et FFP (Syndicat professionnel des organismes privés de formation) ou des certifications ISO ou Afnor. Ils certifient que l'organisme dispose d'un certain niveau de matériel, des formateurs qualifiés ou des procédures adaptées à la formation. Néanmoins, selon Sylvie Canevet-Abderrahim, directrice du cabinet Kangourou Conseils, « seuls les gros organismes ont les moyens de se faire labelliser. Or des petites structures peuvent offrir des formations de qualité ».

**2 Les formateurs** : ce n'est pas un organisme qui va former les salariés, mais un formateur. Il convient de se renseigner sur son expérience et ses qualifications.

**3 Les méthodes employées** : quels supports pédagogiques

sont utilisés ? Quelle est la disponibilité des tuteurs ? Comment s'organise le suivi des progrès du salarié ? Quelle est l'assistance technique apportée ? Etc.

**4 La souplesse** : il faut vérifier si l'organisme est capable de proposer des formations adaptées aux besoins spécifiques de chaque salarié (présentations orales, dossiers techniques...). Outre un test de niveau, une définition claire des objectifs doit être effectuée.

**5 Les références clients** : elles sont certes nécessaires car elles attestent de son expérience. Mais elles ne sont pas suffisantes. Il ne faut pas se contenter de simples listes. Il faut également demander depuis combien de temps date la collaboration et combien de salariés ont été formés dans chaque entreprise cliente.

**6 Le bouche-à-oreille** : simple et efficace. Les retours d'expériences sur tel ou tel organisme peuvent être recueillis auprès de la communauté des DRH.

c. a.