

Bref

CENTRE D'ETUDES ET DE RECHERCHES SUR LES QUALIFICATIONS

L'OFFRE DE FORMATION CONTINUE

Regard des prestataires sur leur activité

Depuis trente ans maintenant, l'offre de formation continue n'a cessé de se transformer et de s'accroître. Si ces évolutions sont maintenant connues, rares restent les travaux rendant compte des stratégies de positionnement des prestataires sur ce marché. L'analyse de la façon dont les organismes de formation décrivent leurs pôles de compétences et leur activité permet d'apporter un éclairage nouveau sur ces stratégies, et ce faisant, fait apparaître trois logiques de positionnement ayant chacune des modes de régulation spécifiques. Ainsi, le gros du chiffre d'affaires de la formation continue provient de prestataires se centrant sur des contenus de formation, alors que d'autres organismes forment préférentiellement des publics spécifiques, comme par exemple les demandeurs d'emploi, ou préparent plutôt les stagiaires à des certifications.

En érigeant une obligation collective de financement, la loi de juillet 1971 a favorisé le développement de la formation continue en France. Après une importante expansion, le marché de la formation continue a certes évolué moins fortement au cours des dernières décennies, mais il n'en a pas moins continué à s'accroître et à se transformer. Ainsi, on comptait près de 42 000 organismes de formation en 2000, alors qu'ils n'étaient que 25 000 dix ans plus tôt. Leur chiffre d'affaires est passé de 3,8 à 6,4 milliards d'euros durant cette période, ce qui représente une augmentation de l'ordre de 40 % en euros constant. Il est à noter qu'aujourd'hui, 85 % du produit de la formation est généré par les quelque 17 % d'organismes qui réalisent plus de 150 000 euros de chiffre d'affaires annuel. Parallèlement, le nombre de stagiaires a pratiquement doublé en dix ans pour franchir la barre des 12 millions en 2000, alors que la durée des formations a elle diminué.

Ces évolutions quantitatives se sont aussi accompagnées d'évolutions qualitatives. Ainsi, la proportion de formations consacrées au tertiaire administratif a augmenté au détriment de celles relevant de spécialités industrielles. Ces évolutions sont d'autant plus marquantes qu'elles interviennent dans un contexte où la proportion des organismes à but lucratif a eu tendance à croître.

Au-delà de ces quelques constats, non exhaustifs, l'analyse de la façon dont les différentes catégories de prestataires de formation décrivent leur activité et leurs pôles de compétences (cf. encadré page 4) permet de mieux comprendre la

structuration de l'offre et fait apparaître différentes stratégies de positionnement sur le marché de la formation continue. Ainsi, globalement, plus de 90 % du produit total de la formation continue s'organise aujourd'hui autour de trois grandes logiques :

- La première cible des catégories de publics et s'articule à des financements spécifiques.
- La deuxième met l'accent sur la certification.
- La troisième s'inscrit quant à elle dans une démarche de vente de contenus de formations.

UNE OFFRE DE FORMATIONS CENTRÉE SUR UNE LOGIQUE DE PUBLICS

Un cinquième de l'offre de formation continue est positionné sur des catégories particulières de stagiaires : la plus grande partie vise les demandeurs d'emploi et ce faisant est assujettie à des financements publics ; le reste est centré sur la formation des salariés, financée par les entreprises. Ces deux types d'offres n'en renvoient pas moins à deux univers distincts, tant par les principes auxquels ils sont censés répondre que par les acteurs qui en contrôlent les modalités d'application.

- Les formations centrées sur les demandeurs d'emploi répondent à des exigences de qualification ou de requalification des stagiaires, dans une perspective d'accès à l'emploi. L'organisme qui souhaite vendre ce type de formation doit fournir des prestations dont les contours sont arrêtés. Il ne peut en formuler le contenu comme il l'entend,

pas plus qu'il ne peut en fixer les prix. La rencontre entre la demande de formation émanant des pouvoirs publics et l'offre du prestataire se réalise en effet sur un espace de prix administrés. Les pouvoirs publics sont au cœur de la régulation de ce segment de marché de la formation. On peut même avancer qu'ils y jouent un rôle tutélaire, ne laissant que peu de marge de décision aux prestataires dans la configuration de leur offre.

Les formations à destination des demandeurs d'emploi génèrent 14 % du produit global de la formation continue et elles sont pour l'essentiel réalisées par des organismes publics ou du secteur associatif (cf. graphique page ci-contre). La formation des demandeurs d'emploi dispensée par les organismes du secteur associatif s'inscrit généralement dans une démarche de « traitement social » des publics les plus en difficultés, auxquels il est davantage question de transmettre des savoirs de base que des savoirs professionnels. Le secteur public, majoritairement représenté par l'AFPA, intervient lui essentiellement sur des formations qualifiantes de niveau V (niveau CAP-BEP), auprès de chômeurs pour lesquels le retour vers l'emploi apparaît moins problématique.

- 6 % du produit de la formation continue provient de prestations répondant à la demande spécifique des entreprises, et non des pouvoirs publics ou des individus. Dans ce cas, les prestataires combinent les activités de conseil et de formation : ils vendent des formations « sur mesure », dont les modalités et les contenus sont à géométrie variable. Ce qui explique qu'ils définissent leur position sur le marché de la formation continue à partir de la clientèle entreprise et du public salarié, et non à partir d'une spécialité de formation. Sur ce segment du marché, les organismes ayant comme principale activité le conseil pour les affaires et la gestion sont nettement plus nombreux que ceux dont la formation constitue l'activité principale. Leurs compétences en matière de conseil jouent fortement sur la nature de leurs prestations. Elles concernent généralement le management, les méthodes et techniques de vente, la paie et la gestion des ressources humaines, la qualité, la sécurité ou encore l'informatique. Sur ce segment de marché, les comportements et les stratégies économiques des prestataires sont régis par la concurrence, sans que l'État ne cherche à y imposer des règles. Les formations sont financées exclusivement par les entreprises. Ce type de produit apparaît comme l'un des fers de lance des organismes du secteur privé lucratif. Ils ont en effet pris le dessus sur ce segment du marché de la formation continue et leur offre tend à se polariser autour des salariés de l'encadrement.

UNE OFFRE FONDÉE SUR UNE LOGIQUE DE CERTIFICATION

À côté d'une offre centrée sur des publics, 15 % du marché de la formation continue s'inscrit dans une perspective de certification : elle permet au stagiaire de préparer un diplôme, un titre, un certificat de qualification professionnelle (CQP), voire une habilitation ou une certification spécifique à certaines professions réglementées. La certification évalue et authentifie des compétences et savoir-faire d'un

individu par rapport à une norme officielle. Pour ce type de formations, l'autonomie des prestataires est limitée par toute une série de règles, relatives aux référents de certifications et aux modalités d'évaluation des savoirs acquis, qui sont en général définies à l'extérieur de l'organisme. Ce dernier n'est donc pas en mesure de peser pleinement sur son offre de formation, même si celle-ci vise différents types de clients : salariés, demandeurs d'emploi, individus. Les modes de régulation de ce segment du marché de la formation continue laissent peu de marges de manœuvre aux prestataires.

L'implication des organismes de formation dans une logique de certification varie selon leur origine institutionnelle, selon les liens qu'ils entretiennent avec les acteurs impliqués dans la construction et la délivrance des certifications, mais aussi selon le type de certification délivré.

- L'État joue un rôle directeur majeur s'agissant des diplômes et titres homologués, que ce soit de l'Éducation nationale ou d'autres ministères. Les formations continues conduisant à ce type de certification sont d'ailleurs pour la plupart proposées par des organismes du secteur public. Ainsi, l'AFPA était très présente en 1999 sur les titres homologués du ministère du Travail, alors que les Greta et le CNAM étaient plus orientés sur les diplômes d'État. Ces organismes accueillent un public composite qui va des demandeurs d'emploi visant une réinsertion sur le marché du travail aux salariés ayant pour objectif une promotion sociale. Les associations, dans la tradition de l'éducation populaire ou de l'action sociale, sont également présentes sur la préparation des diplômes, en particulier les diplômes d'État du ministère de la Jeunesse et des Sports ou du ministère de la Santé. Les prestataires du secteur privé lucratif préparent eux aussi à des titres homologués par l'État, mais il s'agit principalement de diplômes de niveau bac+3 minimum, dans les domaines du management, du marketing, de la gestion ou de la finance, destinés aux cadres des entreprises.

- Les CQP sont des titres créés et délivrés par les branches. Ils constituent une validation paritaire visant à préparer au plus près à une qualification spécifique, directement opérationnelle en entreprise. Ils constituent une réponse souple à l'évolution des besoins des professions en matière de compétences. La quasi totalité des CQP se prépare dans des organismes de formation du « secteur entreprise » : ces prestataires ont été créés à l'initiative de branches professionnelles ou d'entreprises, et ils entretiennent avec ces dernières des relations spécifiques en tant que sous-traitant ou qu'opérateur privilégié. Il n'est donc pas étonnant de constater que ces prestataires apparaissent en situation de quasi-monopole sur les formations orientées vers les CQP pour un public de salariés, et que leur offre soit fortement orientée par les besoins des entreprises et des branches auxquelles ils sont rattachés.

- Au-delà des diplômes, des titres ou des CQP, il est parfois exigé un certificat de compétences ou une habilitation spécifique pour l'exercice de certaines activités. Tel est le cas, par exemple, pour la conduite d'engins de travail mobiles. Des certificats sont également délivrés pour at-

tester de la maîtrise de l'anglais en situation professionnelle, de la compétence dans l'utilisation de certains logiciels informatiques, pour l'aptitude aux premiers secours... Ces certifications demeurent relativement distantes de l'État, ce qui explique que les organismes du secteur public soient absents dans ce registre d'offre. Les prestataires qui participent le plus fortement à ce type de formations sont des organismes du secteur privé lucratif ou du secteur associatif. Les premiers accueillent principalement des salariés, alors que les seconds ont un public plus composite, même s'ils proposent des formations destinées spécifiquement aux demandeurs d'emploi.

UNE OFFRE DE FORMATION QUI S'INSCRIT DANS UNE LOGIQUE DE CONTENU

Parallèlement aux prestations centrées sur des publics spécifiques ou ayant pour objectif une certification, le gros de l'offre de formation (56 %) s'inscrit dans une logique de contenu : elle vise l'adaptation des travailleurs aux changements techniques, aux évolutions technologiques et des organisations du travail. Ce segment de l'offre de formation continue se distingue, par biens des aspects, des deux précédents.

Le pouvoir des organismes de formation y est tout d'abord plus important. Il repose sur leur capacité, d'une part, à faire valoir une expertise sur un domaine et, d'autre part, à mobiliser divers types de publics (entreprises, pouvoirs publics et individus). Les prestataires ont une plus grande autonomie dans la production de leur offre, même si la concurrence joue sur les prix et la qualité du produit. Prime donc une régulation concurrentielle qui aiguise la compétition entre prestataires. Les exigences du marché imposent ainsi le déploiement de services qui peuvent prendre place en amont de la formation (analyse des besoins, conseil, ingénierie de formation) aussi bien qu'en aval (évaluation des acquis de la formation en situation professionnelle, suivi des stagiaires après la formation).

Par ailleurs, ce segment de l'offre de formation continue est principalement couvert par des organismes pour lesquels la formation n'est qu'une activité annexe, qui vient s'appuyer sur un cœur de métier qui est autre.

- Ainsi, la moitié du chiffre d'affaires dégagé sur les formations au tertiaire administratif provient d'organismes dont l'activité principale est l'informatique ou la grande distribution – les premiers dispensant des formations à l'apprentissage de logiciels, les seconds formant aux techniques de vente. Ces principaux offreurs relèvent pour la plupart du « secteur entreprise » ou du secteur privé lucratif.
- De même, exception faite de l'AFPA, les prestataires qui proposent des formations industrielles ont le plus souvent comme activité principale le commerce de gros de matériel industriel, de machines outils, l'ingénierie d'études techniques ou encore les inspections techniques. Il s'agit là encore de structures relevant aussi bien du secteur privé lucratif que du « secteur entreprise ».
- L'ancrage sur un domaine de compétence spécifique est

LES LOGIQUES DE POSITIONNEMENT DES PRESTATAIRES DE FORMATION CONTINUE

Pôles de compétences des prestataires

(part du chiffre d'affaires global de la formation continue)

Secteurs des principales catégories de prestataires intervenant sur les pôles

Logique de public

Formations pour les demandeurs d'emploi sur financements publics

Associatif (9 %)

Public (5 %)

Privé lucratif (5 %)

Autre (1 %)

14 %

Formations financées par les entreprises pour les salariés

6 %

20 %

Logique de certification

Préparation aux diplômes d'État et aux titres homologués

Public (3,5 %)

Associatif (2,5 %)

Privé lucratif (2,5 %)

Autre (0,5 %)

9 %

Préparation de CQP

3 %

Entreprise (3 %)

Préparation d'habilitations

3 %

Associatif (2 %)

Privé lucratif (1 %)

15 %

Logique de contenu

Formations tertiaires administratives

Privé lucratif (14 %)

Entreprise (10 %)

Associatif (8 %)

Autre (3 %)

35 %

Formations techniques industrielles

Entreprise (3 %)

Privé lucratif (3 %)

Public (3 %)

Autre (1 %)

10 %

Formations disciplinaires générales

6 %

Privé lucratif (3 %)

Associatif (1,5 %)

Entreprise (1 %)

Autre (0,5 %)

Formations aux services aux personnes et à la collectivité

5 %

Associatif (2 %)

Privé lucratif (2 %)

Public (1 %)

56 %

Autres logiques

9 %

Le secteur public regroupe des services d'éducation permanente des universités et les organismes de formation continue sous tutelle publique telle l'AFPA.

Le secteur entreprise se compose des organismes créés à l'initiative de branches professionnelles ou d'entreprises.

Source : Céreq, 2003.

également très net pour les formations aux services aux personnes et à la collectivité. Elles sont le plus souvent proposées par des organismes du secteur associatif dont l'activité principale relève de l'animation socioculturelle, ou par des prestataires du secteur privé lucratif dont l'activité majeure concerne, par exemple, le commerce de gros de produits pharmaceutiques.

- S'agissant des formations générales, qui sont essentiellement tournées vers l'apprentissage des langues étrangères, la prégnance d'un cœur de métier autre que la formation est moins nette. Elles sont le plus souvent dispensées par des organismes du secteur privé lucratif, associatif ou entreprise, dont l'activité principale est fréquemment la formation continue.

Cette logique de positionnement sur des contenus, tout comme les logiques centrées sur des publics ou sur la certification, tend à montrer que les stratégies de positionnement des prestataires sur le marché de la formation sont pour une grande part liées aux caractéristiques des différents acteurs impliqués en amont et en aval de la formation. Ce constat n'est pas contradictoire avec le fait que les logiques de certification, de publics et de contenu ne sont en fait que trois points de vue différents d'une même réalité : le clivage des formations en fonction des catégories de

stagiaires. L'offre de formation continue reflète ainsi en partie le constat dressé par Paul Santelmann, selon lequel « un salarié en stage a peu de chances de croiser un chômeur de longue durée ou un jeune en grande difficulté, un cadre ne croisera que ses homologues, un ouvrier également ».

Josiane Vero et
Patrick Rousset (Céreq).

À LIRE ÉGALEMENT

- *La formation professionnelle, nouveau droit de l'homme ?*, P. Santelmann, Gallimard, 2001.
- « L'offre de formation : reprise de l'activité en 2000 », V. Flachaire, *Premières Synthèses*, n° 18.1, DARES, mai 2003.
- « L'offre de formation : une moindre hausse de l'activité en 1999 », I. Baudequin, *Premières Synthèses*, n° 03.1, DARES, janvier 2002.
- *Étude de la démographie des organismes de formation continue*, I. Baudequin, A. Chanut et A. Meliva, Document d'études, n° 45, DARES, juin 2001.
- « La création des organismes de formation ou la difficile adaptation à un marché étroit », A. Meliva, *Bref*, Céreq, n° 169, novembre 2000.

UNE AUTRE APPROCHE DU MARCHÉ DE LA FORMATION CONTINUE

En 2000, le Céreq a réalisé une enquête sur l'offre de formation continue, auprès de 430 prestataires réalisant un chiffre d'affaires annuel d'au moins 150 000 euros. Cette enquête porte sur leur activité de formation en 1999.

À partir d'entretiens réalisés auprès des dirigeants des organismes, elle permet notamment d'identifier les pôles de compétence des offreurs de formation, tels qu'ils les énoncent. En laissant aux prestataires une large maîtrise dans la caractérisation de leurs compétences, cette étude s'inscrit dans une démarche visant à mieux comprendre la façon dont l'offre de formation est décrite, avant de quantifier les parts de marché des différentes catégories de prestataires sur chacun des pôles recensés. Une telle démarche offre l'avantage de réintroduire plus explicitement dans l'analyse du marché de la formation continue la stratégie de positionnement des prestataires.

Ainsi chaque organisme enquêté a pu décrire jusqu'à cinq de ses pôles de compétences, l'ensemble devant représen-

ter au moins 80 % des produits réalisés. Il a positionné chaque pôle à partir de huit dimensions au maximum : la spécialité de formation, le public visé, le niveau des formations dispensées, l'origine des financements, l'offre de service proposée en amont ou en aval de la formation, la modalité de réalisation des formations, le diplôme ou le titre préparé, le territoire ciblé. Chaque organisme décidant du nombre, du type et de la hiérarchisation des dimensions caractéristiques de ses pôles de compétences.

L'analyse du positionnement des offreurs sur le marché de la formation continue repose sur une méthode de classification fondée sur l'algorithme de Kohonen. Cette méthode permet de réaliser une typologie de pôles de compétences des prestataires et de visualiser les proximités entre les différents types de pôles.

Les principaux résultats de cette étude seront prochainement publiés par le Céreq, dans une nouvelle collection intitulée « Notes Emploi Formation ».