

# LE MARCHÉ DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE LINGUISTIQUE EN FRANCE

## OBJECTIFS DE L'ETUDE

*Face à la mondialisation de l'activité économique et aux évolutions technologiques très rapides qui à la fois l'accompagnent et l'accélèrent, le monde change et les entreprises et leurs salariés, qui constituent la clientèle principale des organismes de formation linguistique, s'adaptent et évoluent à leur tour, parfois de manière très rapide.*

*Les pouvoirs publics et les partenaires sociaux, qui gèrent et financent le système de la formation professionnelle, la considèrent d'une part comme l'outil par excellence pour faciliter la transition de l'économie et de la société vers « l'économie du savoir » (knowledge-based society) du futur, et d'autre part comme l'instrument privilégié pour accompagner les populations en difficulté par temps d'orage. Dans le contexte de crise actuel, ils s'impliquent donc de manière croissante dans le système, avec la forte volonté de transformer en profondeur le paysage et de l'adapter aux défis nouveaux.*

*Les différents acteurs du marché de la formation professionnelle langues sont ainsi confrontés aujourd'hui à une mutation profonde du métier qu'ils exercent et à des défis majeurs.*

*Une des tendances clés des années récentes, déjà perceptible dans les années 80 et 90 avec le développement des centres de ressources, a été la collaboration de plus en plus étroite entre les différents acteurs du marché autour de dispositifs « blended learning » industrialisés à l'échelle inter-régionale ou nationale.*

*Or, dans un marché constitué en grande partie de PME « familiales », qui reste relativement atomisé et opaque, avec une offre pléthorique et très diversifiée et des organismes publics et privés parfois peu communicants ou en conflit, cette collaboration n'a pas toujours été facile. Le manque de visibilité et les méfiances réciproques ne facilitent ni la coopération saine et transparente dont le succès de tels dispositifs dépend, ni la lisibilité des enjeux importants qui se profilent à l'horizon et qui les concernent tous.*

*L'objectif premier de cette enquête est donc de mettre à la disposition des différents acteurs du marché (organismes publics, parapublics et privés de formation, autorités tutélaires, organismes collecteurs, acheteurs et responsables de formation), une analyse fiable de l'évolution récente, de la structure actuelle et des perspectives de leur marché. Elle vise à améliorer la transparence, à faciliter un dialogue clair entre les acteurs et à encourager la collaboration indispensable à un fonctionnement mutuellement profitable, afin de les aider à mieux adapter leurs stratégies et leurs pratiques aux défis futurs qui les attendent.*

**Les thèmes principaux que nous avons eu à l'esprit en réalisant cette enquête sont :**

**1) CARACTERISTIQUES DU MARCHÉ ET ÉVOLUTION RÉCENTE**

- Quelles sont les principales caractéristiques du marché de la formation professionnelle langues aujourd'hui ? La concentration est-elle en marche ? Quelle est la situation économique des organismes de formation ? Y a-t-il une taille critique ? Est-ce vrai que les prix ont baissé ?

**2) LA CONCURRENCE ET LA MONDIALISATION**

Assiste-t-on aujourd'hui à l'émergence d'un marché mondial de la formation langues ? Les nouveaux concurrents menacent-ils les organismes traditionnels ? La formation « offshore » à distance gagne-t-elle des parts de marché ? Va-t-elle remplacer en grande partie la formation en face-à-face dans les années qui viennent ?

**3) E-LEARNING ET BLENDED LEARNING**

Comment évolue le e-learning – est-il en recul ou en progression ? Comment marche le blended learning ? La 2<sup>ème</sup> génération de l'e-learning est-elle en train d'arriver ?

**4) LES PRODUITS ET LES RESSOURCES PÉDAGOGIQUES**

Quels sont les produits qui ont le vent en poupe ? Ou sont passés les éditeurs traditionnels – ont-ils des solutions nouvelles à proposer ?

**5) LA DEMANDE**

Quel est l'état d'esprit des acheteurs et des responsables de formation aujourd'hui ? Quels sont les critères qu'ils privilégient pour choisir leurs fournisseurs ?

**4) LA SITUATION DES FORMATEURS**

Quel est la situation des formateurs linguistiques aujourd'hui ? Leurs salaires ont-ils baissé ? Leurs conditions de travail se dégradent-elles ? En trouvera-t-on demain ?

**5) LA QUALITÉ**

Assiste-t-on à une professionnalisation du marché ou à une bureaucratisation ? La labellisation qualité des organismes va-t-elle devenir obligatoire ? L'individualisation tant vantée est-elle en train d'être vidée de son sens par l'industrialisation des dispositifs ?

**6) L'EUROPE**

La France fait-elle cavalier seul en Europe ? Voit-on les mêmes tendances chez nos partenaires ?

**7) LA RÉFORME**

Quel va être l'impact de la réforme en cours sur le marché des langues ? Les organismes de formation publics et parapublics vont-ils concurrencer de plus en plus les organismes privés ?

**8) LES PERSPECTIVES À COURT TERME ET À MOYEN TERME**

Combien d'organismes de FPL resteront en course demain ? Quelles sont les stratégies gagnantes, les stratégies perdantes ? Quels produits domineront le marché ? 2008-2009 : années noires pour le marché de la formation langue ?