

Puteaux, le mercredi 28 mai 2003



## Communiqué de presse

Mots clés RH / E-LEARNING / ETUDE

### Le e-learning progresse vraiment dans les entreprises et les administrations

- **Le e-learning poursuit son chemin. Les outils ont atteint une réelle maturité et les bénéfices à long terme sont évidents. Un travail de fond s'opère un peu partout dans les entreprises privées comme dans le secteur public.**
- **L'éditeur iProgress livre quelques éléments chiffrés et fait le point sur la progression du e-learning dans les entreprises en France.**

Certains organismes et éditeurs qui s'étaient lancés, aux plus beaux jours de la nouvelle économie, sur le marché prometteur du e-learning ont restructuré leurs activités après le développement décevant de ce marché. Faut-il en déduire que les nouvelles technologies de formation n'ont pas d'avenir ? **iProgress, éditeur français fort de 300 clients et de 3 millions de licences utilisateurs vendues**, constate au contraire de réels progrès, même si les pratiques évoluent moins vite que la technologie.

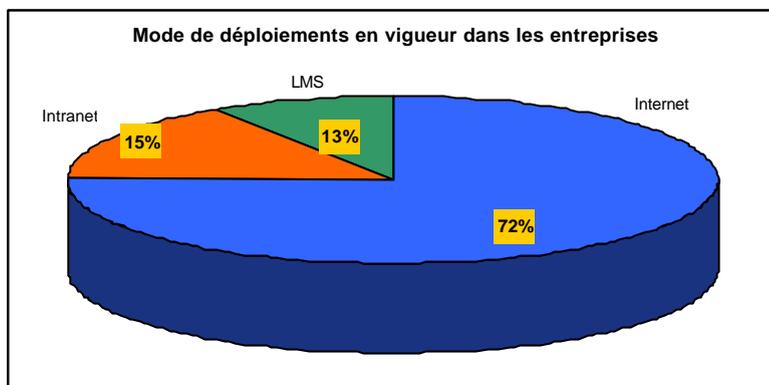
*« Les entreprises semblent convaincues de l'efficacité du e-learning, mais procèdent par étapes, en commençant par des projets pilotes et des prototypes. Leurs cycles de décision restent longs puisque, par exemple, le volet formation des utilisateurs d'un gros projet de refonte de système de gestion se prévoit souvent deux ans à l'avance »,* commente François Bayard, PDG et fondateur d'iProgress.

**Les chiffres d'iProgress, issus de 60 entreprises de plus de 500 salariés du secteur privé et public** ayant mis en place des dispositifs e-learning avec la solution PROGRESSION Web d'iProgress, apportent un éclairage sur la maturité des organisations face au e-learning et les solutions techniques effectivement mises en place.

## Maturité des solutions techniques.

Grand gagnant des déploiements techniques choisis par les entreprises, l'hébergement d'une plate-forme sur **internet**, adopté à 72 %, loin devant l'installation en intranet (15 %) et l'intégration des contenus PROGRESSION sur une plate-forme tierce de gestion de la formation (LMS) (13 %).

L'adoption massive de l'internet comme canal de diffusion de la formation en ligne permet aux entreprises de se décharger de l'installation et de la maintenance de la solution e-learning, s'affranchissant ainsi de tout souci d'infrastructure technique.



## Maturité des dispositifs pédagogiques.

La simplification croissante des solutions techniques permet aux entreprises de concentrer leurs efforts sur les vrais enjeux, liés à l'adoption par les utilisateurs des nouveaux modes de formation. « *C'est à l'épreuve du terrain que les vraies questions, organisationnelles et pédagogiques inhérentes au e-learning, se résolvent.* », explique François Bayard.

À la fin des années 90, notamment aux États-Unis, on opposait de façon binaire le e-learning à la formation traditionnelle en classe. La tendance est ensuite passée au « *blended learning* » (formation mixte) qui consiste à alterner les 2 modalités : « *Je commence ma formation en groupe, je termine seul sur internet ou avec un CD-Rom.* » Au-delà de ces schémas, les entreprises clientes d'iProgress mettent en oeuvre en France des formes évoluées de formation mixte. « *Aujourd'hui, les entreprises mettent au point des dispositifs e-learning et des pratiques adaptés à leur culture interne, à leurs objectifs et à leurs contraintes* », poursuit François Bayard.

**Les organisations trouvent peu à peu le bon dosage entre apprentissage autonome et encadré : 96 % d'entre elles ont intégré le tutorat à leur dispositif dont 12 % d'entre elles avec une formule de tutorat à distance.** Le degré d'accompagnement par le tuteur varie, en fonction de multiples facteurs tels que la culture d'entreprise ou le profil des personnes à former.

**Elles ont appris à choisir des lieux de formation adaptés.** Ainsi, AIR FRANCE a mis en place pour l'ensemble de ses collaborateurs, y compris le personnel navigant, un dispositif e-learning combinant trois salles dédiées à la formation baptisées "Cyber-Espaces" et la possibilité d'accéder à des modules de formation depuis son poste de travail, via l'intranet, en bénéficiant d'un service interne de tutorat à distance.

Enfin, les entreprises ancrent le e-learning dans leurs procédures RH et mettent au point leurs stratégies en matière de contenus de formation : **achetés sur étagère, sous-traités ou réalisés en interne.** « *Dans un contexte économique fortement concurrentiel et pour répondre à une problématique de 77 000 collaborateurs géographiquement disséminés sur tout le territoire mais aussi dans des filiales à l'étranger, il nous a semblé*

RETROUVEZ LE DOSSIER DE PRESSE ET LES COMMUNIQUÉS SUR [WWW.AGENCE-C3M.COM](http://WWW.AGENCE-C3M.COM)



particulièrement pertinent d'utiliser des outils e-learning de qualité achetés sur étagère pour la partie bureautique, les langues et le management et du sur mesure pour d'autres domaines d'applications pour gagner en temps et en efficacité », explique ainsi OLIVIER THOMASSIN, directeur de la formation Corporate du groupe VALEO.

Le groupe PSA PEUGEOT CITROËN a entrepris une démarche similaire. « Le choix des contenus est essentiel car c'est ce que voit le stagiaire. C'est pourquoi pour la bureautique et les langues nous avons acheté des contenus standard que nous avons au préalable testés, tandis que pour des contenus "métiers" nous faisons réaliser des contenus spécifiques. Notre objectif à terme est de pouvoir réaliser certains contenus en interne », indique Laurence DELORD, chef de projet e-learning du groupe PSA PEUGEOT CITROËN.

## Efficacité des outils.

Des statistiques issues de la plate-forme d'administration hébergée chez iProgress donnent des indications quant à l'utilisation et l'efficacité de modules e-learning proposés aux utilisateurs finaux.

|  |               |
|--|---------------|
| Durée de la formation                    | 21 989 heures |
| Durée moyenne de formation sur un module | 1 h 20 min    |
| % de modules maîtrisés                   | 78 %          |
| % de modules en cours                    | 11 %          |
| % de modules non maîtrisés               | 11 %          |
| Progression moyenne des compétences      | 70 %          |

La progression des compétences, mesurée avant et après la formation grâce à des outils d'évaluation interactifs en simulation, est le résultat d'une pédagogie adaptée et motivante. Elle conduit un nombre croissant d'entreprises à envisager d'étendre leur expérience de la méthode PROGRESSION à de nouveaux domaines de formation, notamment sur leurs applications informatiques d'entreprise (SAP, Oracle...) ou sur leurs métiers propres.

**À propos d'iProgress** : iProgress, depuis onze ans, conçoit, développe et met en place des solutions d'accompagnement du changement s'appuyant sur les nouvelles technologies de formation et de communication. iProgress propose de nouvelles façons de sensibiliser et former les utilisateurs aux pratiques liées à la généralisation d'internet et de l'informatique. 3 millions de licences de son progiciel PROGRESSION® ont été vendues à plus de 300 grandes entreprises et administrations (Air France, Axa, L'Oréal, la Poste, Usinor...), qui ont ainsi pérennisé leurs investissements dans de nouvelles applications informatiques et bureautiques. La méthode PROGRESSION® est orientée vers l'appropriation de nouvelles méthodes de travail et la réalisation d'objectifs opérationnels. Elle permet de définir & diffuser des cursus adaptés aux différents rôles ou métiers en combinant entre eux différents modules de communication, apprentissage interactif et autoévaluation. Elle s'accompagne d'une méthodologie de mise en œuvre qui implique les équipes projet, les cellules de soutien et les différents niveaux hiérarchiques, tout en responsabilisant et motivant les utilisateurs eux-mêmes.

Pour en savoir plus : [www.iprogress.com](http://www.iprogress.com)

## Contacts

Relations presse ■ Agence C3M ■ Tél. : 01 47 34 01 15

Michelle Amiard, michelle.amiard@agence-C3M.com

iProgress ■ Marion Blanc, VP Marketing ■ Tél. : 01 41 18 83 83

RETROUVEZ LE DOSSIER DE PRESSE ET LES COMMUNIQUÉS SUR [WWW.AGENCE-C3M.COM](http://WWW.AGENCE-C3M.COM)