



Le discount débarque dans la formation

LA CRISE SUSCITE DES OFFRES À PRIX RÉDUITS

■ **UNE MINI-RÉVOLUTION** secoue le monde feutré de la formation continue avec l'arrivée de stages à prix « cassés ». Jusqu'à présent, le secteur qui pèse pourtant plusieurs milliards d'euros de chiffre d'affaires – échappait à la vague du discount, mais la crise économique a changé la donne. Depuis quelques mois, certains organismes de formation n'hésitent pas à afficher des réductions sous la forme d'offres ou de packages anti-crise et, depuis début 2009, un site internet propose des formations « soldées » à la dernière minute, sur le principe de ce qui se pratique déjà chez les voyagistes. Pour les PME qui, contrairement aux grands groupes, peuvent rarement négocier les tarifs, c'est une possibilité d'optimiser un budget formation souvent limité.

SUR DISCOUNT-FORMATION.COM nous proposons des formations avec des réductions de 10 à 50 % pour les inscriptions de dernière minute. L'ambition du site, lancé fin 2008, c'est de devenir le Lastminute.com de la formation », lance Stephen Marie, directeur associé du site internet. Le concept détonne quelque peu dans le petit monde de la formation continue et bouscule les habitudes. Surfant sur la vague discount, l'idée du « déstockage » de stages de formation est partie d'un constat évident : alors que les sessions sont conçues pour accueillir huit ou dix stagiaires, il est fréquent que deux ou trois places restent vacantes dans les groupes... et le prestataire a pourtant quasiment amorti le coût de la formation.

« Nous jouons le rôle d'intermédiaire vis-à-vis des organismes qui peuvent proposer sur Discount Formation leurs dernières disponibilités à prix cassés. Les entreprises y trouvent leur compte et les organismes également, puisqu'ils rentabilisent leurs stages et améliorent leur marge grâce à ces inscriptions de dernière minute. Quant au site internet, il se rémunère en prélevant une commission sur les stages vendus », détaille Stephen Marie.

Innovant dans le secteur de la formation, le principe est habituel dans les

transports ou les voyages : dans un TGV, certains clients ont payé 20 euros et d'autres 50 euros pour un trajet identique... Alors, pourquoi ne pas le dupliquer pour un stage. En cette période de crise économique, le nouveau concept semble intéresser les organismes de formation : ouvert depuis quelques mois, le site propose déjà plus de 3 200 sessions de formation à prix cassés et Stephen Marie ne compte pas s'arrêter là. « 35 prestataires nous ont rejoints et

Les lignes bougent dans un secteur jusqu'alors peu enclin à la guerre des prix

23 autres vont signer dans les prochaines semaines, dont un poids lourd des langues, Berlitz ! Nous tablons sur 8 000 sessions d'ici à la fin de l'année. » Côté fiabilité des prestataires, un point crucial en matière de formation, le créateur assure qu'il sélectionne avec

soin ses partenaires. « Nous avons déjà éliminé une bonne cinquantaine d'organismes ne présentant pas de garanties suffisantes (certifications, références, taille...) pour éviter les mauvaises surprises quant à la qualité de la prestation. De plus, nous adressons, 48 heures après chaque formation, un questionnaire qualité à chaque client. Si nous avions trop de retours négatifs, nous n'hésiterions pas à déréférencer le prestataire. »

Cette tentative d'intermédiation est à suivre de près car elle risque de faire bouger les lignes dans un secteur



Lucien Boghen, président
de LBP Communication,
à Paris.

MANAGEMENT

gramme établi à l'avance. Un constat logique auquel Stephen Marie apporte également une réponse : « En plus de nos offres last minute, nous développons de plus en plus des offres first minute pour des formations réservées de quatre à six mois à l'avance avec des réductions allant de 10 à 35 % ».

Des prix sur des formations amorties

Tout le monde ne peut pas innover en lançant un nouveau concept de low-cost dans la formation, mais la période de crise incite quelques prestataires à faire des efforts sur les prix. Dans ce secteur peu familiarisé avec la notion de discount et de prix cassés, certains organismes font preuve d'originalité en proposant des offres à bas prix. Une initiative qui reste encore isolée parmi la bonne dizaine de milliers d'organismes de formation opérant sur le territoire. Parmi les pionniers, Philippe Masséna, directeur de l'organisme de formation Pluriconseils, a mis sur pied un catalogue baptisé Eco-formation.

« Certains de mes clients me faisaient remarquer que, lorsqu'un stage existait depuis plusieurs années, son coût de conception devait être amorti et ils pensaient qu'il fallait faire un effort sur le prix facial. Trouvant cette réflexion plutôt logique, j'ai décidé de faire un tarif spécifique pour des formations au contenu éprouvé sans pour autant rogner sur la qualité. Ce n'est pas à proprement dire du low-cost, mais le juste prix ! », précise le dirigeant. Le fonctionnement d'Eco-formation est simple : Pluriconseils propose un catalogue riche de 70 modules dans des domaines variés (management, action commerciale...). Ces formations doivent se dérouler dans les locaux de l'entreprise, et le stage – qui peut être suivi par dix salariés – est facturé 10 euros par jour. « Avec cette offre, le prix de la journée est ramené à 80 euros par personne – s'il y a dix stagiaires – alors qu'il faut compter habituellement 300 ou 400 euros par personne pour une journée. » De plus, ►►

▲ IL A PU FORMER PLUS DE SALARIÉS SANS AUGMENTER SON BUDGET FORMATION

d'activité peu enclin à la guerre des prix, même si, pour l'instant, les poids lourds du secteur, comme la Cegos ou Demos, préfèrent rester à l'écart, privilégiant la négociation de gré à gré avec leurs gros clients. Vu du côté des entreprises, le système est simple et permet de gérer au plus juste les budgets de formation. L'offre peut donc se révéler bien adaptée aux petites entreprises car, si leur taille ne leur permet pas de négocier des ristournes, leurs circuits de décision courts les autorisent à profiter d'offres de formation de dernière minute.

Du last minute au first minute

Cette opportunité, Sébastien Bertaux, directeur du marketing d'AE&T, PME de Jurançon (64) spécialisée dans les

alarmes sonores et lumineuses, la signalisation et les plans d'évacuation, a pu l'expérimenter : « Dans le cadre d'une mobilité interne, une nouvelle assistante est arrivée dans mon service. Elle devait suivre très vite une formation en marketing opérationnel non prévue au budget. En consultant le site de Discount Formation, j'ai trouvé une session au tarif de 600 euros au lieu de 1 290 euros, soit 53 % de réduction ! Le contenu collait à notre besoin et le stage avait lieu trois semaines plus tard... je n'ai pas hésité une seconde. »

Toutefois, Sébastien Bertaux souligne aussi que, si ce système « last minute » permet de répondre à un besoin de court terme, il ne permet pas de réserver des formations dans le cadre d'un pro-



ÇA BOUGE

MANAGEMENT



Luc Tari, responsable de l'agence sud d'Ilex, à Aubagne (13).

▲ IL A BÉNÉFICIÉ D'UN PRIX DISCOUNT POUR UNE FORMATION DE QUALITÉ

► en organisant le stage dans ses locaux, l'entreprise économise sur les frais de voyage, de repas, voire d'hébergement : il est plus facile et plus économique de faire déplacer une personne (le formateur) que sept ou huit salariés... Lucien Boghen, président de LBP Communication, société de relations publiques dans le domaine du tourisme, a optimisé son budget formation en utilisant Eco-formation : « Avec huit salariés, notre enveloppe ne s'élève qu'à 3 200 euros. Avec l'offre d'Eco-formation, j'ai pu proposer une formation de quatre jours sur la performance commerciale à l'ensemble de mes salariés. Avec une formation classique, j'aurais sans doute dû me contenter de former deux personnes », se félicite le dirigeant. Les offres « spécial crise » ne se limitent pas aux formations standards et peuvent

concerner des domaines aussi pointus que l'informatique. Damien Particelli, directeur général d'Ogmyos à Aubagne (13), détaille sa stratégie : « A côté de

Les offres à prix réduits concernent aussi la formation high-tech

notre activité principale d'éditeur de logiciels, nous sommes un organisme de formation axé sur les technologies internet. Dans un contexte économique difficile, j'ai lancé une offre anti-crise

en proposant des tarifs dégressifs à nos entreprises en fonction du nombre de personnes inscrites à un même type de stage : 20 % de réduction dès le deuxième stagiaire, 30 % dès le troisième et jusqu'à 40 %. » Un déclic pour Luc Tari, responsable de l'agence sud d'Ilex, société éditrice de logiciels dans le domaine de la sécurité et de la gestion des identités : « En choisissant l'offre d'Ogmyos, nous avons pu profiter à plein du système de dégressivité sur une formation Java. Alors que nous ne devons former que trois salariés sur Aubagne, nous avons décidé de former cinq salariés de plus sur Paris. Si le discount est réel sur le prix, la qualité et le contenu sont identiques à une formation payée au prix fort, alors autant en profiter ! »

Des réductions ciblées

Damien Particelli a également mis en place une offre last minute à la sauce Ogmyos : « C'est du *yield management* très ciblé en direction de nos prospects. Quand une date de stage approche, nous faisons un mailing en proposant une réduction de 30 % pour les dernières places disponibles. Attention, l'offre de réduction n'apparaît pas sur notre site, l'idée est d'utiliser au mieux notre base de clients et prospects. Dans un contexte économique délicat, nous leur donnons la possibilité de tirer parti des périodes "intercontrat" de leurs salariés en les formant au meilleur tarif. » Poussé par la situation économique, le vent de low-cost qui souffle sur la formation ne balayera sans doute pas les habitudes d'un marché jusqu'à présent peu sensible à la notion de prix. Reste qu'aujourd'hui, quel que soit le secteur, chacun cherche à bénéficier de réductions ou de prix cassés. Devant ces nouvelles habitudes d'achat, le secteur de la formation devra sans doute adapter ses offres, car, du côté des entreprises, la priorité du moment, c'est de faire plus (de formation) avec moins de budget...

■ DANIEL ROVIRA
drovira@lentreprise.com