

UNIVERSITY FOR INDUSTRY LEARNDIRECT : un dispositif d'envergure nationale de portée locale

Après avoir esquissé les grandes lignes du programme University for Industry (UFI) dans un article intitulé « Se former tout au long de la vie au Royaume-Uni »¹, nous avons souhaité revenir sur cet élément central de la politique britannique de développement de la formation ouverte et à distance.

Pour mémoire, le programme UFI est issu du Manifeste du Parti Travailliste rédigé pour les élections générales de 1998. Il s'agissait alors de lancer une révolution des compétences en provoquant le renouveau du concept d'éducation permanente, jusqu'ici porté par l'Open University créée en 1969 et quelques initiatives postérieures². Face à la montée de l'exclusion de longue durée, dont peinent à sortir les sept millions de personnes présentant des problèmes d'alphabétisation et d'aptitude au calcul³, le gouvernement a vu en UFI l'opportunité de dynamiser la notion de formation tout au long de la vie par la création d'un réseau national de centres d'accès à la téléformation s'inscrivant dans une politique de lutte contre l'exclusion sociale et de développement de la productivité de la force de travail.



UFI est devenu pleinement opérationnel en octobre 2000, après avoir passé les deux premières années à élaborer le catalogue ainsi qu'à construire la marque Learndirect et son réseau de diffusion. Mi-2003, UFI pouvait se prévaloir de quelques 300 000 usagers ayant suivi 750 000 cours Learndirect. L'objectif fixé dans le plan stratégique 2002-2005 est d'atteindre un million d'apprenants inscrits et deux millions de cours diffusés d'ici à 2004/2005.

Alors que le précédent article rendait compte d'une visite de terrain, celui-ci a pour objectif de détailler le fonctionnement du dispositif UFI-Learndirect en s'attardant sur trois éléments susceptibles d'intéresser le lecteur français : l'organisation et l'économie, la dimension marketing, l'offre de formation.

¹ Se former tout au long de la vie au Royaume-Uni : le programme Learndirect de University for Industry (UFI).- La lettre Algora n° 611, avril 2003. A télécharger sur : <http://www.algora.org/fr/lettre/index.asp>

² Notamment Open Tech en 1981 (réseau d'entreprises et de centres locaux d'apprentissages ouverts et flexibles), Open College en 1987 (service d'enseignement ouvert post-obligatoire) et Technologies for Training en 1996 (service national d'information et de conseil pour l'intégration des technologies en formation professionnelle).

³ Soit 20% de la force de travail, selon le rapport Moser, <http://www.lifelonglearning.co.uk/mosergroup/>

1- Organisation et économie du dispositif

Original, le montage du projet repose sur une initiative gouvernementale associant secteurs public et privé, selon une organisation trois-tiers : UFI est chargé de la gestion des contenus, de l'organisation et du contrôle du dispositif ; des centres de liaison, les « hubs », gèrent les rapports avec les centres de formation sur une base géographique ou sectorielle⁴ ; les centres de formation assurent l'interface entre le public et l'offre Learndirect, (la marque).

UFI a son siège à Sheffield et possède neuf bureaux régionaux, chacun gérant entre dix et quinze « hubs », eux-mêmes gérant les centres de formation, (environ deux mille). Les « hubs » ont été créés au fur et mesure tout a long de la montée en charge du dispositif. Ce sont des consortiums qui gèrent l'argent délégué (après accréditation) par le Learning and Skill Council⁵. Ces financements excluent le public salariés. Chaque « hub » s'inscrit dans une relation contractuelle avec UFI : des objectifs sont fixés (système de *pay per use* sur chacun des contenus proposés) aux « hubs » sur une base annuelle. La structure des « hubs » a évolué avec les orientations de UFI, en partie dictées par le gouvernement (ce dernier a par exemple demandé à ce que 3 à 40 000 PME-TPE soit mobilisées). Il existe deux types de hubs aujourd'hui : l'un privilégiant une entrée individus en général et l'autre plus professionnelle orientée branches professionnelles (automobile, transport, engineering, etc.). L'entrée branche permet entre autre de réorienter aussi la politique éditoriale puisque UFI s'appuie sur les branches et les entreprises pour remonter les besoins spécifiques et (faire) développer du contenu métier.

Bien que largement implanté sur l'ensemble du territoire, aucun centre de formation n'appartient en propre à Learndirect. Il s'agit en fait d'une logique de franchise qui permet aux centres de formation d'accéder au catalogue, de recevoir l'appui logistique et de bénéficier des montages financiers propres au programme UFI.

Etabli en SARL sous le nom de UFI Limited pour faciliter ses activités commerciales et assumer son but lucratif, UFI n'en bénéficie pas moins d'un soutien massif de l'Etat, tant sur le plan politique -UFI est directement issu de la volonté du parti travailliste- que sur le plan économique, avec environ 320 millions d'euros de subventions globales pour l'année 2003.

Certes, le dispositif est appelé à gagner en autonomie financière mais, issu de fonds publics, il en est encore très largement tributaire et le restera probablement, au moins de manière indirecte en ce qui concerne le paiement final de la prestation de formation. En effet, avec un catalogue centré sur les savoirs de base bureautique et Internet, le réseau Learndirect attire une population de débutants, gros consommateurs de savoirs de base qui bénéficient le plus souvent de financements étatiques, notamment via le LSC (Learning and Skills Council).

Les usagers payants sont donc majoritairement ceux provenant des entreprises, un potentiel de financement vers lequel les responsables de UFI se tournent de plus en plus. Il en résulte une politique spécifique à l'intention des PME qui passe par un marketing ciblé et par des services personnalisés tel que celui accordé à l'entreprise Barclays. Dans ce cas précis, il s'agit de faciliter l'accès au dispositif de formation de la société Barclays (appelé BU – Barclays University) en attribuant des postes spécifiques (les BU Hubs⁶) aux

⁴ Les « hubs » ont à la fois pour mission de gérer l'offre Learndirect (activation des cours, fixation des prix) et de jouer le rôle d'intermédiaire entre les fournisseurs des centres de formation, les antennes régionales de UFI et les Learning and Skills Council locaux.

⁵ Learning and Skills Council, <http://www.lsc.gov.uk/> : le LSC est l'organisme responsable de la planification et du financement de l'éducation et de la formation des 16 ans et plus en Angleterre.

⁶ Voir à ce sujet le site Barclays University, <http://www.barclays-university.co.uk/BUinfo/elearningintro.htm>

salariés de la société dans les centres Learndirect. Ce sont environ 150 points d'accès dédiés BU qui ont été ouverts.



Assez complexe, le financement public de Learndirect diffère quelque peu selon les régions. Pour l'Angleterre, le flux est double : une partie provient du Learning and Skills Council, en paiement des produits Learndirect via les hubs et centres de formation ; l'autre du Department for Education and Skills -DfES⁷, sous forme d'une subvention directe servant essentiellement, d'une part aux coûts de développement, d'infrastructure et de marketing de Learndirect, d'autre part aux frais généraux de UFI. La subvention du DfES finance la différence entre les revenus annuels de UFI et ses dépenses à hauteur d'un plafond contractualisé (64,87 millions de livres en 2003, soit environ 92 millions d'euros), ceci pour la zone géographique couvrant l'Angleterre, le Pays de Galles et l'Irlande du Nord. L'apport LSC représente lui quelque 159 millions de livres pour l'année financière 2003-2004, soit près de 228 millions d'euros⁸.

A noter que cette double comptabilité a récemment été remise en cause par un rapport publié en avril 2003⁹, qui recommande une modification des processus de financements pour plus de transparence, et surtout, pour davantage d'efficacité du dispositif. Selon ce rapport, UFI est soumis à trop de contraintes paradoxales, qui font par exemple voisiner objectifs de rentabilité et mode de financement proche de « l'assurance déficit ». Le développement d'UFI serait d'autre part freiné par l'impossibilité d'entreprendre en dehors des termes de l'accord, ou de constituer des réserves financières, (tout surplus devant être retourné à l'Etat).

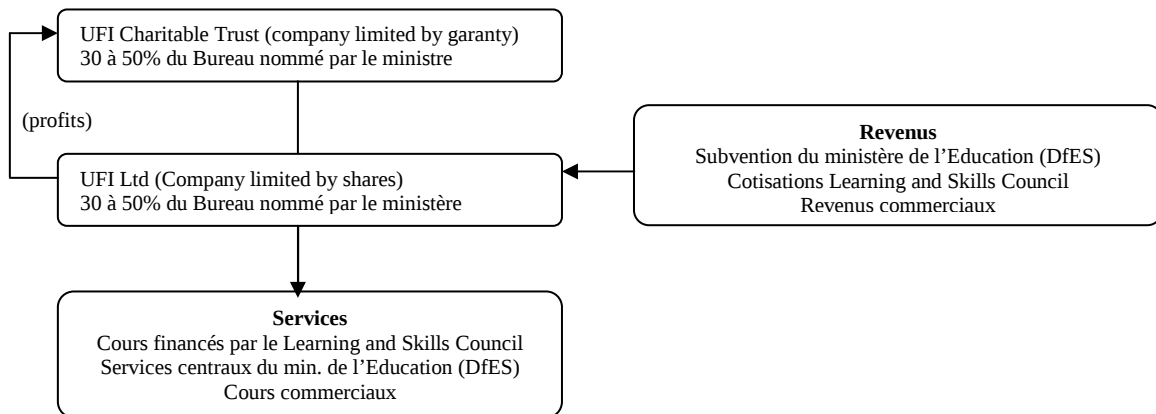
A l'heure actuelle, la structure actuelle repose sur deux sociétés. La première est une société limitée par garantie enregistrée sous forme de Charity, UFI Charitable Trust, la deuxième est une filiale privée, UFI Learning Services Ltd, limitée par actions (limited by shares) entièrement détenues par la maison mère et dont la mission est de remplir les objectifs de la Charity en poursuivant des activités commerciales à but lucratif.

⁷ DfES – Department for Education and Skills, <http://www.dfes.net/>

⁸ Review of the relationship between DfES and UFI.- PwC and Quentin Thompson, final report, avril 2003. <http://www.dfes.gov.uk/ufi/docs/dfes-ufirelationship.pdf>

⁹ Id.

Schéma de la structure UFI



(Source : Review of DfES-UFI Relationship)

2- Une stratégie marketing sans équivalent en France

Comme le remarquait David Boyer dans un article publié avant le lancement opérationnel du dispositif, « UFI est, en essence, un exercice marketing. Son ethos est d'introduire et de « vendre » la notion d'apprentissage aux adultes. »¹⁰ Il s'agit donc de faire accepter l'idée que la formation peut aussi être un bien de consommation courante.

De fait, la dimension marketing attachée à ce dispositif de FOAD n'est pas la moindre des surprises pour l'observateur français. Nous avons à l'heure actuelle en effet beaucoup de mal à imaginer une stratégie de communication d'aussi grande ampleur venir porter un dispositif de formation, quel qu'il soit. Il faut sans doute y voir une différence de culture, qui freine chez nous fortement toute initiative visant à commercialiser et donc banaliser l'acte de formation, un peu comme si le modèle français n'envisageait pas que la notion de formation tout au long de la vie puisse reposer sur un modèle post-initial s'appuyant sur d'autres fondations que celle de l'éducation obligatoire et gratuite. Ajoutons qu'au-delà de l'argument culturel, se trouve aussi certainement une question de priorité politique, qui transparaît certes dans les discours, mais aussi et surtout dans les lignes budgétaires allouées à UFI. Là encore, on pourrait discuter le pourquoi de cette différence. Si des organismes comme le CNED¹¹ et l'AFPA¹² sont là pour témoigner de l'engagement national en faveur de la formation, force est de constater que les « années e-learning » ont plus fait parler d'elles en terme d'Eldorado à conquérir qu'en termes de programmes gouvernementaux de développement de dispositifs de proximité. Nous ne pouvons pas non plus dire que rien n'a été fait puisque des EPN¹³ aux PAT¹⁴ en passant par les cybercentres, les initiatives n'ont pas manqué. Mais qui, parmi le grand public, connaît aujourd'hui ces différents labels ? Est-on même bien sûr que les prescripteurs connaissent l'existence et le rôle exact des PAT ? S'il est difficile de répondre car aucune

¹⁰ A licence to skill.- David Boyer in Working Brief 106, juillet 1999.

<http://www.cesi.org.uk/newsite2002/publications/wb/w106/ufi.htm>

¹¹ Environ 100 millions d'euros de budget annuel en 2001.

¹² Environ 958 millions d'euros de budget annuel en 2002.

¹³ EPN : Espace Public Numérique – Ouvert au grand public, l'EPN « a pour objectif de faciliter l'accès aux technologies de l'information et aux différents usages qui leurs sont associés ». Il « délivre le Passeport pour Internet et le multimédia ». En savoir plus : <http://accespublic.internet.gouv.fr/EPN.htm>

¹⁴ PAT : Point d'Accès à la Téléformation – Issus du programme FORE II, les PAT sont des lieux équipés pour permettre à un usager de réaliser un parcours de formation, en lien avec un formateur distant. En savoir plus : <http://www.espace-pat.org/>

étude n'existe à notre connaissance sur le sujet, il ne nous paraît pas inutile de revenir sur l'exemple britannique.

Les porteurs du programme UFI en définissent très bien le montage à l'aide de cette phrase qui résonne comme un slogan : « *University For Industry is the concept, UFI Ltd is the company, Learndirect is the brand.* »¹⁵ Autrement dit, à UFI la gestion institutionnelle du projet, à UFI Ltd la responsabilité commerciale de l'affaire, et à Learndirect la visibilité grand public. C'est donc bien évidemment sur Learndirect que se portent les efforts de communication. De fait, la stratégie marketing vise à faire (re)connaître la marque Learndirect comme LA solution de formation à distance pour les britanniques.

Ceci passe en premier par des opérations de grande envergure visant à toucher massivement le grand public. C'est notamment le cas via le sponsoring d'émissions télévisées populaires, telles que *Who Wants to Be A Millionaire ?*, à hauteur de 1.000.000 de livres (environ 1.400 000 euros), ce qui n'a d'ailleurs pas été sans susciter une polémique¹⁶. On retrouve dans ce choix une illustration du leitmotiv revendiqué, « Think national, Act Local », où l'on voit que ce souci de proximité, aussi coûteux soit-il, s'explique par la volonté forte d'implanter Learndirect au plus près des citoyens britanniques, tant géographiquement que culturellement. Si la démarche peut surprendre au vu de la nature publique des fonds engagés, elle correspond toutefois à la constitution de Learndirect en SARL, qui avait bien pour objectif d'autoriser une approche résolument commerciale. L'accusation de concurrence déloyale semble évitée du fait de l'importance des partenariats public-privé dans le dispositif UFI. Les éditeurs privés accèdent à un marché de masse en échange d'une collaboration avec Learndirect sur certains de leurs contenus, les centres de formation bénéficient du savoir-faire, de la notoriété et du catalogue Learndirect en échange de leur participation au dispositif. A noter que ces centres sont implantés de manière tout à fait pragmatique : bien sûr en zone rurale pour rompre les situations d'éloignement, mais aussi dans les centre-villes, dans les quartiers populaires et dans les lieux de fréquentation quotidiens des habitants, au cœur d'un centre commercial par exemple.¹⁷



¹⁵ Soit, « *UFI est le concept, UFI Ltd est l'entreprise, Learndirect est la marque* »

¹⁶ Professeurs et conservateurs se sont en effet retrouvés pour dénoncer une dépense jugée outrancière. En savoir plus : http://news.bbc.co.uk/1/hi/uk_politics/1932886.stm

¹⁷ On citera en exemple les Sheffield College Square Mile Training, implantés au sein de différents centres commerciaux de la ville (Morrisons In / Arundel Gate).

Cela passe ensuite par la production massive de matériaux de communication dédiés, d'une part, à faciliter l'identification de Learndirect via la mise à disposition de kits marketing que les centres de formation, bien qu'indépendants, utilisent largement (du tapis de souris aux pancartes en passant par les fonds d'écran). Ceci permet de démultiplier les efforts marketing en s'appuyant sur l'ensemble des acteurs du dispositif. A ce propos il est intéressant de noter que des relais marchands déjà constitués sont aussi sollicités (exemple d'une société de vente de PC qui peut diffuser les plaquettes Learndirect en même temps que ses propres produits) ; d'autre part, à informer le public via des numéros verts et de nombreuses plaquettes thématiques sur l'orientation, l'offre et les services, assortis de coupons pré-affranchis de demande d'informations supplémentaires.



On pourrait rajouter à ces deux piliers de la communication Learndirect la diffusion de plaquettes spécialisées¹⁸ tendant à faire valoir la nécessité du dispositif pour les entreprises. Une étude rapide des différents supports d'intervention du staff UFI auxquels nous avons eu accès, montre également que ceux-ci n'hésitent jamais à attirer l'attention de leurs interlocuteurs vers des données générales vantant l'irréversible avancée des TIC et leurs conséquences pour l'industrie¹⁹.

Au-delà de ces kits professionnels ou grand public, Learndirect fournit également une véritable assistance, disponible sur support papier ou Intranet²⁰, aux responsables des centres de formation afin qu'ils puissent mener des « campagnes marketing efficaces ». On trouve par exemple en annexe 2 du Plan Stratégique 2002-2005 un tableau indiquant les manières d'aborder les individuels, en les répartissant sur une échelle de motivation vis-à-vis de l'apprentissage.

L'efficacité de cette stratégie est régulièrement mesurée par des enquêtes de différent type. A titre d'exemple, une enquête de notoriété réalisée en 2002 a permis de mesurer la popularité exemplaire de la marque Learndirect après seulement quatre années d'existence : 12% en notoriété spontanée et 70% en notoriété assistée. De même, une étude s'interrogeant sur les raisons qui amènent les personnes à franchir les portes d'un centre Learndirect a permis d'évaluer l'importance du bouche-à-oreilles à 25%.

Signalons enfin que UFI utilise également un logiciel de reporting analytique²¹ afin de mieux cerner son marché, l'objectif étant de mieux comprendre les besoins des

¹⁸ A titre d'exemple, « Learndirect business – Profit from e-learning : now you can find time to learn and still run your business », UFI Ltd, novembre 2001.

¹⁹ Parmi les nombreux exemples disponibles, on se contentera de citer un Powerpoint présenté en 2003 qui ne se prive pas de rappeler, entre autres chiffres, que « 28% des organisations pensent que leurs employés ne possèdent pas les compétences TIC de base nécessaires à leurs objectifs », (The Lifelong Experience – Recent developments in UFI's Learndirect e-learning network in the UK.- Angelina Richards, UFI Learndirect).

²⁰ Voir le site <http://www.learndirect-business.co.uk/marketing>

²¹ Le projet s'appuie sur le logiciel Executive Viewer et un système de gestion de base de données de la société Temtec, avec qui UFI a signé en septembre 2002 un contrat de 150 000 livres, (environ 212 700 euros). Nous ne connaissons pas les résultats de l'utilisation de cet outil.

<http://www.temtec.com/>

apprenants, et à terme, d'utiliser une base de données permettant de cibler les prospects avec des offres les plus adaptées possibles. Nous sommes là dans une entrée davantage axée autour de la demande que de l'offre.

3- L'offre Learndirect face aux usagers

Développée à l'externe, l'offre Learndirect répond en partie à la « commande » du gouvernement²² (tant sur le nombre de cours que sur leur durée). Cette offre est cependant loin d'être achetée clés en main. Le catalogue est au contraire contrôlé par une équipe d'ingénierie pédagogique d'une centaine de salariés chargés d'établir les spécifications technico-pédagogiques des ressources et de veiller à leur respect. Ainsi, si le catalogue est essentiellement constitué de ressources existantes sur le marché, elles sont si besoin mises en conformité au cahier des charges Learndirect. A signaler que si rien n'existe sur le marché, un comité de développement de produits rédige un cahier des charges précis (guide-line) à destination des éditeurs.

L'essentiel des ressources provient d'acteurs majeurs du secteur (notamment NETg), avec qui UFI contractualise. Le marché est ouvert et de nouveaux partenaires sont constamment recherchés. A titre d'exemple, UFI a passé en mars 2003 un accord avec The Training Foundation²³ pour l'utilisation de son outil de développement de cours en ligne Lobster Online²⁴.

L'ensemble de l'offre Learndirect est ensuite hébergée sur les serveurs UFI, avec une cohérence d'ensemble forte, tous les cours étant présentés aux couleurs Learndirect avec une interface commune, (deux-tiers de l'écran sont consacrés au contenu de la formation, un tiers à l'affichage permanent de l'environnement d'apprentissage). A noter que la plate-forme reçoit 30 à 32 000 sessions d'apprenants par jour.



Le retrait d'un produit inscrit au catalogue se fait essentiellement sur une base commerciale : un produit non vendu ne restera pas au catalogue. Les impératifs commerciaux ne sont donc pas négligés au motif de l'origine publique des fonds engagés. Un produit utile mais voué à l'échec commercial ne sera pas retenu. Il ne s'agit donc pas d'une mission de service public au sens français du terme. A titre d'exemple de best-seller, un produit d'initiation au PC s'est vendu à 200 000 exemplaires sur 18 mois. Parallèlement à cela, le gouvernement a récemment imposé une réduction du nombre de cours proposés sur certains domaines afin d'éviter la redondance des offres sur un même domaine.

²² Le gouvernement y voyait là une manière de stimuler, mobiliser le marché de l'édition.

²³ The Training Foundation est un prestataire privé de e-formation, <http://www.trainingfoundation.com/>

²⁴ Lobster Online, <http://www.lobster-online.co.uk/>

Le catalogue qui comportait environ 800 produits début 2003 devrait être ramené à environ 250 au dernier trimestre 2003. Cette importante diminution -problématique pour UFI- est principalement due aux facteurs suivants :

1. suppression des titres anciens (par exemple, de ceux sous Windows 95)
2. suppression des doublons
3. retrait du catalogue produits xBec suite à la cessation d'activités de Mc Graw Hill

En 2002, le catalogue était réparti en quatre catégories :

1. **Business et management**
management / gestion / ressources humaines / communication / coaching / législation / relation clients / développement personnel / travail en équipe / téléphone / management de projet / communication écrite / conduite de réunion / amélioration de la productivité / stratégie / savoir-faire métiers (automobile).
2. **Skills for Life**
remise à niveau en anglais/mathématiques et savoirs de base
3. **Using IT**
introduction aux TIC / bureautique
4. **IT – Professional**
e-business / travail en réseau et technologies Internet / maintenance PC et réseaux / programmation et développement d'applications / Web design et administration de sites / apprentissage et tutorat en ligne

Pour se retrouver parmi cette offre, l'apprenant peut bien sûr se rendre dans un centre Learndirect mais peut aussi et surtout bénéficier d'un double service d'orientation téléphonique. Le premier²⁵, gratuit et ouvert tous les jours de 7h à 23h, permet de se renseigner sur l'offre Learndirect et sur l'adresse des centres de formation. Le second²⁶, également gratuit et ouvert tous les jours de 8h à 22h, permet lui d'accéder à des conseils plus généraux sur l'évolution de carrière et à une base de données indépendante référençant plus de 500 000 cours issus de différents prestataires, (y compris hors réseau Learndirect). En plus de ces deux services principaux, il existe un troisième service d'information destiné aux entreprises appelé Learndirect business, disponible par téléphone sous forme d'un numéro vert²⁷ ou par Internet via un site dédié (<http://www.learndirect-business.co.uk/>).

Une fois le cours choisi, il ne reste plus qu'à se faire enregistrer dans un centre Learndirect, qui assigne un tuteur si le cours le nécessite. Concernant le tuteur, il faut préciser que s'il n'est pas formateur, il bénéficie toutefois de matériaux pédagogiques pour l'assister dans sa tâche d'accompagnement des apprenants. Nous avons ainsi pu parcourir un guide de 138 pages destiné à présenter la manière d'aborder des stagiaires inscrits pour développer leur aptitude au calcul ou pour progresser en alphabétisation²⁸. La constitution d'une base de données tuteurs est en cours de réalisation ; elle comprend à ce jour environ 100 tuteurs. Ces derniers sont sélectionnés par les hubs qui dispose dans chaque région d'un « recruteur ». L'ingénierie financière qui est structurée selon une logique régionale, interdit l'accompagnement d'apprenants se trouvant en dehors de la région concernée. La formation de ces tuteurs ne relèvent pas de la compétence de UFI qui néanmoins a formalisé un référentiel fixant n certain nombre de normes.

²⁵ Disponible depuis le Royaume-Uni au 0800 101 901, également sur <http://www.learndirect.co.uk/>

²⁶ Disponible depuis le Royaume-Uni au 0800 100 900, également sur <http://www.learndirect-advice.co.uk/>

²⁷ Disponible depuis le Royaume-Uni au 08000 150 750

²⁸ Using ICT to develop literacy and numeracy : a guide for learning centres working with adults learners.- Learndirect, 138 p.

Si l'offre Learndirect est essentiellement constituée de cours en autoformation, celle-ci peut toutefois être assistée, en recourant aux tuteurs du centre si la formation se déroule sur place, ou en appelant une hotline de l'apprenant disponible 24h/24 si la formation est suivie à domicile ou en entreprise. A noter que 80% des matériaux utilisés par les apprenants sont délivrés par Internet, sur les points d'accès à la formation après rencontre avec les tuteurs, toujours présents *in situ*.



Le rôle de ces tuteurs s'apparente en partie à celui des accompagnateurs-relais que l'on peut trouver dans les Points d'Accès à la Téléformation (PAT) français. Ils ont donc une mission d'accueil et d'aide au démarrage et sont en permanence à disposition des apprenants en cas de besoin. A leur grand regret semble-t-il, une part importante de leur temps est également consacrée à des tâches administratives, au premier rang desquelles celle d'assister les nouveaux arrivants dans le montage de leur dossier de financement. A la différence des PAT français, le dispositif Learndirect ne repose donc pas sur l'existence d'un formateur chargé d'assurer à distance le tutorat. De fait, le catalogue actuel –largement centré sur les savoirs de base- n'implique pas fortement, surtout dans une culture qui accorde une large place à l'autonomie, la nécessité d'un tutorat à distance. L'accompagnateur est donc certes présent sur place pour débloquer l'apprenant en cas de problème mais l'essentiel de l'activité d'apprentissage est bien réalisée en autoformation. Il ne s'agit pas d'un dispositif d'aide aux personnes en difficulté pour des raisons cognitives (course tutor), mais d'un dispositif d'aide aux personnes ayant des difficultés d'accès à la formation, que ce soit pour des raisons familiales, géographiques ou de temps. Enfin, il semblerait que l'on privilégie et favorise quand c'est possible l'accompagnement par les pairs ; ce qui permet entre autre de générer des économies sur le poste tuteurs. A ce titre, le recours aux chat rooms est souvent à l'initiative des apprenants eux-mêmes.

Comme nous l'avons écrit en première partie, beaucoup de cours sont subventionnés et il n'est pas rare que le particulier n'ait rien à déboursier. Les cours inscrits au catalogue Skills for Life sont par exemple totalement gratuits. Lorsqu'un paiement est demandé, les centres Learndirect peuvent directement informer, via les tuteurs, les particuliers de l'existence (ou non) d'aides financières.

En ce qui concerne l'origine du public, 60% des apprenants Learndirect sont des nouveaux apprenants, c'est-à-dire des personnes n'ayant pas été impliquées dans des formations au cours des trois années précédentes. 42% des apprenants Learndirect sont sans qualifications préalables. Lors d'une étude réalisée entre décembre 2001 et janvier

2002, 33% des répondants ont indiqué qu'ils n'auraient pas suivi de formation si Learndirect n'avait pas existé. En conclusion, le pragmatisme de la démarche UFI Learndirect est certain au regard de la tradition française. Certaines particularités peindraient sans doute à franchir la Manche : peu ou pas de validation en termes académiques, marchandisation sans complexe de l'éducation, investissements publics conséquents, etc. ; d'autres pourraient plus facilement nous séduire : mise en place rapide d'un dispositif opérationnel à grande échelle, développement d'un service d'information national sur les formations, présence de crèches dans certains centres, etc.).

Au regard de ce que nous avons compris du programme University for Industry et notamment de l'offre de contenus disponibles, il ne s'agit pas encore à proprement parler d'une véritable « université pour l'industrie », mais d'un dispositif ouvert à double vitesse : beaucoup moins qu'une université permanente, ce serait plutôt, en ce qui concerne les particuliers, un levier d'acculturation technologique et, s'agissant des entreprises, l'occasion pour celles-ci d'accéder à des infrastructures adéquates, à charge pour elles de participer à l'élaboration des contenus.

Si l'implantation de UFI Learndirect semble être un succès en tant que solution de proximité, l'ampleur des investissements engagés justifierait une montée en puissance rapide des contenus dans les deux à trois prochaines années afin que ce programme satisfasse pleinement son ambition déclarée : incarner le dispositif de formation ouverte et à distance à même de répondre aux besoins de la politique de lutte contre l'exclusion sociale et de développement de la productivité de la force de travail.

Il est intéressant de noter pour la pérennité du dispositif que UFI continue de développer des objectifs à hauteur de ses engagements initiaux. Parmi les grandes orientations indiquées par le gouvernement pour la poursuite du programme, nous en citerons deux, la première concernant les PME, la seconde le développement international.

Pour les PME, il s'agit de développer un réseau de centres spécialisés appelé (PBC - Primer Business Services), non ouverts aux particuliers, qui offriront des services spécifiques aux entreprises. Il s'agit d'aider les PME à développer leur activité en renforçant leur capacité de formation. Ces PBC sont accrédités par le SFEDI (Small Firms Enterprise Development Initiative). 75 PBC Learndirect sont déjà opérationnels en septembre 2003. Cette initiative fait partie d'un plan d'ensemble présenté par le ministre des Finances au budget 2003 incluant des services de conseil et de formation aux PME.

Le souhait de développement international est lui la confirmation de la dimension politique du programme. Il est clair que le gouvernement britannique pense tenir là un modèle pour la formation permanente, en phase avec des besoins de plus en plus fractionnés et l'évolution constante des savoirs. UFI est donc dès aujourd'hui tournée vers l'exportation de son modèle, aussi bien vers les pays du Commonwealth (notamment l'Inde) que vers l'Europe, y compris celle du Sud.

A bon entendeur...

Nicolas Deguerry, nicolas.deguerry@algora.org

Remerciements à l'équipe de UFI Sheffield pour leur accueil lors du voyage d'étude d'Algora effectué en mars 2003.

Sources

en anglais

University for Industry – UFI

<http://www.ufiltld.co.uk/>

Learndirect

<http://www.learndirect.co.uk/>

et aussi...

A licence to skill.- David Boyer *in* Working Brief 106, juillet 1999

<http://www.cesi.org.uk/newsite2002/publications/wb/w106/ufi.htm>

DfES – Department for Education and Skills

<http://www.dfes.net>

Site du ministère de l'Éducation et des Compétences.

Labour Manifesto 1997

<http://www.labour-party.org.uk/manifestos/1997/1997-labour-manifesto.shtml>

Lifelong learning

<http://www.lifelonglearning.co.uk/>

Rattaché au DfES, Lifelong Learning vise à encourager, promouvoir et développer la formation tout au long de la vie.

LSC - Learning and Skills Council

<http://www.lsc.gov.uk/>

Le LSC est l'organisme responsable de la planification et du financement de l'éducation et de la formation des 16 ans et plus en Angleterre.

National Grid For Learning

<http://www.ngfl.gov.uk/>

Site portail financé par le DfES visant à répertorier les sites de qualité intéressant les apprenants, formateurs, responsables de formation et prescripteurs.

Performance Analysis for UFI.- Tagus Case studies, Tagus International Ltd

<http://www.tagus.co.uk/CaseStudies-Ufi.htm>

Reaching out to small businesses – A marketing kit for Learndirect partners.- Learndirect business, 2002

Review of the relationship between DfES and UFI.- PwC and Quentin Thompson Final Report, avril 2003

<http://www.dfes.gov.uk/ufi/docs/dfes-ufirelationship.pdf>

Strategic Plan 2002-2005 - Transforming learning : Changing Lives / Working through Learndirect to expand the learning market.- UFI Ltd, 70 p., 2002

The Contribution of Higher Education to the University for Industry.- H.E.E.

<http://www.dfes.gov.uk/dfee/heqe/cheufi.pdf>

The Learning Age – A Renaissance for a new Britain.- D.F.E.E., 1998.

<http://www.lifelonglearning.co.uk/greenpaper/>

The Training Foundation to work with UFI to promote best practice in e-Learning content development.- The Training Foundation, 5 mars 2003

<http://www.trainingfoundation.com/press/default.asp?PageID=1067>

UFI/Learndirect welcomes new support package for SMEs.- Institute of IT Training, 9 avril 2003

<http://www.iitt.org.uk/public/news/default.asp?PageID=1147>

UFI learns about its learners.- ComputerWeekly.com, 3 octobre 2002

<http://www.cw360.com/Article116242.htm>

UK Online Centres

<http://www.dfes.gov.uk/ukonlinecentres/>

Rattachés au DfES, l'objectif principal des UK Online Centres est la création de points de proximité d'accès à Internet et à l'e-mail.

Using ICT to develop literacy and numeracy : a guide for learning centres working with adult learners.- UFI Ltd, 138 p., 2001

Way to Learn

<http://www.waytolearn.co.uk/>

Site portail d'information sur la formation des adultes.

en français

Réglementation : la formation ouverte et à distance au Royaume-Uni

<http://ressources.algora.org/reperes/reglementation/europe/angleterre.asp>

Se former tout au long de la vie au Royaume-Uni : le programme Learndirect de University for Industry (UFI).- La lettre Algora n° 611, avril 2003

<http://www.algora.org/fr/lettre/index.asp>

