

Etude Audencia et IFOP sur les aspirations des cadres en matière de formation : 83% veulent évoluer professionnellement dans les 2 ans

Audencia et l'IFOP révèlent les résultats d'une étude inédite sur les perspectives croisées des cadres, DRH et dirigeants sur le développement des compétences. Si 83% des cadres souhaitent progresser dans les deux prochaines années, l'étude souligne un très fort attachement à leur métier et leur employeur : 68% des cadres veulent évoluer dans leur métier actuel, et 59% au sein de leur entreprise. La formation joue un rôle clé dans cette dynamique : 1 cadre sur 2 la perçoit comme un levier d'évolution, et 66% estiment que leurs précédentes formations ont eu un impact positif sur leur carrière, tandis que l'attractivité et la fidélisation des collaborateurs est l'enjeu prioritaire des dirigeants et DRH pour les 2 ans à venir. Pourtant, alors que la data et l'IA émergent comme des compétences stratégiques pour 52% des cadres, seuls 20% des dirigeants les jugent prioritaires.

La très forte ambition professionnelle des cadres et l'attachement à leur métier

L'étude montre que **83% des cadres souhaitent évoluer dans les deux prochaines années**. Une aspiration encore plus forte car elle concerne **93% des moins de 40 ans**.

Parmi ceux qui envisagent une évolution, **l'attachement à son entreprise et à son métier actuel est très majoritaire**, avec **68% qui souhaitent évoluer dans leur métier actuel**, et même **78% pour les moins de 40 ans**. 59% privilégient une progression au sein de leur entreprise. On note toutefois une **plus grande volatilité chez les 18-29 ans et les Franciliens**, qui sont respectivement **33% et 31% à souhaiter changer d'entreprise**. A l'inverse, 17% des cadres ne prétendent à aucune évolution professionnelle, une tendance plus visible chez les cadres de 50 ans et plus (31%) et chez ceux cumulant plus de 20 ans d'ancienneté dans leur entreprise (29%).

L'impact positif de la formation sur la carrière des cadres

Pour 1 cadre sur 2, la principale motivation à suivre une formation dans les deux prochaines années est de faire progresser sa carrière, suivie par le fait d'**assurer leur poste et leur employabilité (31%)**. Cette dernière préoccupation concerne davantage les **séniors en entreprise (42% des cadres de 50 ans et plus)** : confrontés à la fois à l'allongement des carrières induit par les réformes des retraites et à une fracture générationnelle dans la maîtrise de l'IA et des nouvelles technologies, cela fragilise leur attractivité sur le marché de l'emploi.

Une majorité de cadres (57%) se dit d'ailleurs satisfaite de l'offre de formation proposée par leur entreprise. Des disparités existent cependant : alors que les managers de plus de 5 personnes (72%) et les 30-39 ans (66%) sont davantage satisfaits, c'est le cas pour **seulement 45% des femmes cadres contre 62% des hommes**.

En parallèle, **les deux tiers des cadres (66%) estiment également que leurs précédentes formations ont eu un impact positif sur leur carrière**, et cela concerne les trois quarts des moins de 40 ans (75%) et des cadres ayant des fonctions d'encadrement (74%, +8 points).

La formation comme enjeu prioritaire des entreprises et levier de performance

Pour les dirigeants et les RH, **c'est l'attractivité et la fidélisation des collaborateurs qui constitue le principal enjeu prioritaire pour les deux ans à venir** (cité par 39%). La **formation est ainsi reconnue unanimement comme une solution à ces enjeux** : **98% des dirigeants et RH reconnaissent en effet que des formations bien construites et bien mises en œuvre contribuent à une meilleure performance de l'entreprise**.

Les dirigeants identifient aussi les formations comme des leviers pour la **transformation de l'entreprise (91%)** et pour la **marque employeur (88%)**. Dans ce contexte, il est dès lors indispensable pour **97% des dirigeants et RH que les formations soient délivrées par un tiers de confiance**.

Des attentes de formation très homogènes en matière de compétences

On retrouve l'attachement au métier dans les compétences que les cadres veulent acquérir ou perfectionner. Ainsi, **9 cadres sur 10 veulent d'abord renforcer leurs compétences techniques**, celles qui sont directement liée à leur métier, et donc essentielle à leur expertise. Une attente qui trouve un écho fort chez les **dirigeants et les RH, 92% souhaitant permettre à leurs collaborateurs de développer ces aspects**.

Les **soft skills** sont aussi largement valorisés (par 70% des cadres et 69% des dirigeants et RH) dans le cadre du renforcement des compétences, avec en premier lieu **la volonté de développer les compétences managériales** (à hauteur de 40% pour les cadres et 39% pour les dirigeants et RH). Les **compétences relatives aux transitions** (digital, RSE, business model...) et à la **transformation organisationnelle** apparaissent néanmoins plus secondaires (27% toutes deux chez les cadres et respectivement 17% et 33% chez les dirigeants et RH), et **seuls 7% des cadres souhaitent en premier lieu développer leurs compétences liées aux transitions**. A noter que **les jeunes cadres entre 18 et 29 ans** se montrent particulièrement sensibles à ces enjeux, avec **86%** exprimant le besoin de développer leur savoir-être.

Data et IA : un enjeu sous-évalué par les dirigeants

En termes de **contenu** de formation, **94% des dirigeants souhaitent** une approche très ciblée sur **les besoins spécifiques de l'entreprise**, et 69% des cadres seulement, car **près d'un tiers reste ouverts à des apports théoriques plus généraux** (31%).

48% des dirigeants et RH jugent également prioritaire l'acquisition de nouvelles compétences métiers sur des thématiques encore non maîtrisées, un enjeu qui suscite moins d'intérêt chez les cadres (26%), à l'exception de ceux envisageant une reconversion (47%).

Pour autant, alors que le développement des compétences relatives à **la data et à l'intelligence artificielle est une priorité pour 52% des cadres** – surtout ceux de 50 ans et plus (61%) et les salariés de l'industrie (56%) –, **seuls 20% des dirigeants et RH** considèrent ces compétences comme prioritaires à développer dans les deux ans.

L'importance stratégique des enjeux technologiques n'est d'ailleurs pas encore tout à fait intégrée dans la vision à court terme des organisations puisque seuls 5% des dirigeants et RH identifient la transformation par la data et l'IA comme un enjeu prioritaire pour leur entreprise.

Des formats à adapter aux profils

Si le présentiel est largement préféré, par 78% des cadres et 88% des dirigeants, **seuls 28% des cadres préfèrent une formation dans l'entreprise (VS 50% dans un lieu tiers)**, contre **65% des dirigeants**. La recherche d'ouverture vers l'extérieur se retrouve aussi dans les **préférences des cadres pour les formats individuels inter-entreprises** qui permettent des échanges avec des professionnels d'autres organisations (49%), devant les formations en intra-entreprise (28%) et les dispositifs d'auto-formation (17%).

Autre divergence : 45% des cadres **préfèrent des formats longs de plusieurs jours**, tandis que **les dirigeants/RH privilégient l'efficacité opérationnelle à travers des formats à la journée** (45%) ou de quelques heures (38%).

Également, 58% des cadres favorisent une formation certifiante contre seulement 47% des dirigeants.

On observe en revanche un **relatif consensus émerge sur la dimension collective des formations** (60% du côté des dirigeants et RH, 57% auprès des cadres), préférée à des accompagnements individuels.

Les freins à surmonter

Il n'est pas surprenant que **le manque de temps** constitue le principal obstacle au développement des compétences, cité par **37% des cadres et par 45% des dirigeants et RH**. Ces derniers citent **le coût des formations (18%)** comme le second frein principal à la formation. Pour autant, **42% des cadres souhaitent continuer à investir un niveau de temps et d'effort similaire** dans le développement de leurs compétences professionnelles.

Pour Vincent Monfort, Directeur Offre et Solutions Entreprises d'Audencia : **« Cette étude apporte un éclairage précieux pour nous, acteurs de la formation pour les étudiants et les professionnels. En soulignant l'extrême motivation des cadres à évoluer rapidement, et majoritairement dans leur métier et leur entreprise, mais aussi le lien entre formation et performance de l'entreprise, elle confirme tout l'intérêt qu'ont les entreprises à capitaliser sur la formation de leurs cadres, avec des attentes très marquées en termes de durée, de format, et de contenus. L'étude confirme aussi la nécessité d'accompagner les dirigeants dans la compréhension et les enjeux de certaines attentes à l'image de ce que l'on propose autour de l'IA et de la formation de leurs collaborateurs. »**

Contactez-nous pour accéder à l'étude complète et découvrir l'ensemble des résultats : contact-execed@audencia.com

Méthodologie de l'étude

Cible « cadres » : l'enquête a été menée auprès d'un échantillon de **502 personnes**, représentatif de la population cadre du secteur privé. La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas sur les critères de sexe, d'âge, de nature de l'employeur, de secteur d'activité et de région d'implantation. Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne du 12 février au 19 février 2025.

Cible « dirigeants d'entreprises ou DRH-RRH » : l'enquête a été menée auprès d'un échantillon de 400 personnes, dont 216 dirigeants, gérant ou PDG d'entreprise, et 184 répondants DRH ou RRH. La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas raisonnés, puis redressés sur les critères de taille d'entreprise, de secteur d'activité et de région d'implantation de l'entreprise. Les interviews ont eu lieu par téléphone du 11 février au 4 mars 2025.



À propos d'Audencia

Fondée en 1900, Audencia se positionne parmi les meilleures Ecoles de Management européennes. Elle est accréditée EQUIS, AACSB et AMBA. Première Ecole de Management en France à adhérer à l'initiative Global Compact des Nations Unies, également signataire de leurs Principles of Responsible Management Education, Audencia s'est très tôt engagée à former et accompagner des managers innovants et responsables, dotés de compétences hybrides, qui contribuent positivement aux grands enjeux auxquels nos organisations, nos sociétés et notre planète, sont confrontées. Audencia a également créé Gaïa, la toute première école adossée à une business school dédiée à la transition écologique et sociale. En co-création avec ses parties prenantes, Audencia produit et diffuse des connaissances qui ont un impact sur la littérature scientifique, le contenu de ses formations, les pratiques des entreprises et la société dans son ensemble. Elle contribue ainsi aux trois défis majeurs suivants : la création et l'utilisation de technologies et d'information responsables, la définition et l'adoption d'approches managériales favorisant des organisations et des sociétés inclusives et la conception et la mise en œuvre de modèles d'affaires et de développements soutenable. Audencia propose des programmes en management et en communication allant du bachelor au doctorat. Elle a signé des accords avec plus de 220 institutions académiques à l'étranger, et plus de 900 entreprises nationales et internationales. Elle accueille plus de 7 800 étudiants, dispose d'un corps professoral de 172 enseignants-chercheurs et d'un réseau de plus de 37 000 diplômés. Pour en savoir plus, consultez le site Internet : www.audencia.com.

À propos de l'Ifop

Fondé en 1938 par le sociologue Jean Stoetzel, l'Ifop est le pionnier de la méthode des sondages et le premier à déployer en France des enquêtes d'opinion publique. Au fil des ans l'Ifop s'est développé à la fois en Europe, aux Etats-Unis et en Chine, comme spécialiste de la connaissance des consommateurs et des citoyens, pour devenir un groupe multi-expertises intégrant Sociovision, Occurrence, Deep Opinion et Brain Value. Mû par la conviction que ce sont les gens qui font bouger le monde, et animé par la passion de l'humain, la culture de l'expertise, l'exigence d'objectivité et le sens de l'investigation, le groupe Ifop se donne la mission de se connecter aux gens et, en décryptant leurs attentes, attitudes et comportements, accompagne ses clients de façon globale pour trouver les ressorts leur permettant de créer de la valeur et tracer le chemin d'un futur positif.

Contacts presse :

Axelle Chevy – achevy@audencia.com – 06 47 72 45 53

Marina Normand – mnormand@audencia.com – 06 31 90 70 88