

Google et Facebook investissent dans la formation.

Les deux géants du web veulent proposer à 165 000 personnes d'acquérir les compétences digitales pour retrouver un emploi ou créer leur entreprise. Cette offensive de poids interroge les professionnels du secteur.

Facebook et Google ont multiplié les annonces, le 22 janvier, à Paris, à l'occasion du sommet sur l'attractivité de la France. Tablant sur leur force de frappe marketing et leur communication, les deux géants du web affirment vouloir enseigner les compétences digitales à quelque 165 000 Français. Facebook a déclaré vouloir former, avant la fin de 2019, plus de 50 000 chômeurs sur les compétences digitales. « *Nous voulons trouver les entrepreneurs de demain et les aider à avoir les compétences dont ils ont besoin dans notre monde digital* », a expliqué Sheryl Sandberg, directrice des opérations du réseau social.

Démarche collaborative plus large

Pour lancer cette offensive, Facebook s'est allié à Pôle emploi, chargé d'orienter les demandeurs d'emploi vers l'une des sessions de formation proposées par la firme de Mark Zuckerberg. « *Le travail ambitieux mené avec Facebook s'inscrit dans une démarche collaborative plus large que Pôle emploi lance avec d'autres entreprises également soucieuses d'œuvrer au développement de compétences nécessaires à un retour à l'emploi rapide* », précise Jean Bassères, directeur général de l'établissement public. Le contenu des formations « *sera révélé dans les semaines à venir* », indique Pôle emploi, qui reste vague sur les modalités d'inscription. Seule certitude : Facebook n'aura pas accès aux fichiers de l'opérateur. Ce seront les conseillers qui proposeront ces sessions aux demandeurs d'emploi. Quel investissement cela représente-t-il pour Facebook ? On l'ignore. Facebook n'a pas souhaité répondre aux questions.

Pour Olivier Ertzscheid, chercheur en sciences de l'information à l'université de Nantes, et auteur de *L'appétit des géants* (C&F éditions), derrière ce partenariat se cache « *l'ambition de Facebook de s'installer sur le marché de l'emploi, de diffuser des offres d'emploi et donc de se substituer à des missions du service public. Une fois que le loup est entré dans la bergerie, c'est difficile de l'en faire sortir* ». Erwan Poiraud, directeur de l'école de commerce Pôle Paris Alternance, se dit plus optimiste : « *Les apprenants de ces formations auront peut-être l'envie d'aller plus loin et chercheront une formation plus adaptée à leur profil, financée par Pôle emploi. C'est dans l'intérêt de Pôle emploi, qui veut moderniser son image, et évidemment baisser les chiffres du chômage.* »

Formation au numérique et entrepreneuriat

Facebook dit aussi vouloir accompagner 15 000 femmes vers l'entrepreneuriat. Baptisée #SheMeansBusiness, cette initiative est co-développée avec la start-up Social Builder. Des formations intensives gratuites, « *dispensées par des experts, qui alterneront des masterclass et des ateliers de mise en pratique de compétences digitales* ». À l'issue de la formation, les participantes recevront une certification co-développée par Facebook et Social Builder.

« *Il est en effet de bon ton d'associer la formation au numérique à l'entrepreneuriat, surtout à destination de personnes peu représentées dans le secteur, comme peuvent l'être les femmes*, réagit Michaël Vicente, maître de conférences en sociologie à l'université de technologie de Compiègne. *D'après les observations que j'ai pu réaliser sur une formation similaire, cela suscite énormément d'espairs chez les apprenants, mais la mise en œuvre reste très difficile et les résultats en terme de création d'entreprises sont très décevants.* »

S'affranchir d'outils de la marque

De son côté, Google veut former 100 000 personnes par an aux compétences numériques. Le géant californien ambitionne d'ouvrir des espaces physiques dans quatre régions françaises, où l'on pourra se former gratuitement à la recherche d'emploi en ligne ou aux techniques de marketing digital. Le premier « Atelier numérique Google »

devrait ouvrir ses portes à Rennes avant l'été. Que représente cet investissement ? Là encore, la firme californienne n'a pas souhaité nous répondre.

Les formations proposées couvriront de nombreux domaines, de la recherche d'emploi en ligne à la protection des données, et pourront durer d'une à trente heures. « *Comme ces formations s'adressent à des gens éloignés du numérique, ces derniers découvriront cet univers avec des outils développés par Google, dont ils auront du mal à s'affranchir ensuite pour aller vers d'autres outils comme les logiciels libres. Et l'on voit mal les Gafa [3] apporter la distance critique nécessaire à l'utilisation de leurs outils* », observe Olivier Ertzscheid.

Si la gratuité de ces formations ne pourra peut-être pas perdurer très longtemps, d'autres nouveaux organismes de formation pourraient surgir dans la foulée de ces mastodontes, comme Social Builder. Pour ces start-up de la filière EdTech [4], le numérique représente un marche-pied vers ce secteur économique jusqu'ici très protégé. « *Ces structures, créées le plus souvent par des personnes extérieures au monde de la formation, attendent les arbitrages liés à la nouvelle loi sur la formation professionnelle* », commente Michaël Vicente. Un test d'envergure pour le référencement par la base de données Datadock : seules les formations qui satisfont aux six critères de qualité du décret du 30 juin 2015 pourront prétendre au financement des Opca.

Notes

[1] Gafa, acronyme de Google, Apple, Facebook, Amazon, autrement dit : géants du Web

[2] Contraction des mots éducation et technologie, ou comment rendre la technologie utile à l'éducation et la formation.

[3] Gafa, acronyme de Google, Apple, Facebook, Amazon, autrement dit : géants du Web

[4] Contraction des mots éducation et technologie, ou comment rendre la technologie utile à l'éducation et la formation.

Google investit aussi l'université

Google entre à la fac. Du 20 au 23 février 2018, le géant du web a investi l'université de La Rochelle pour proposer une formation gratuite et certifiante de marketing numérique, sur la création et l'administration d'une page web, le référencement en ligne, les médias sociaux, ou encore l'analyse d'audience. Ce programme de la plateforme Digital Active de Google vise les étudiants mais aussi le public extérieur, comme les demandeurs d'emploi. Quant aux « coach » (sic), ce sont eux aussi des étudiants, recrutés par Google en CDD. La multinationale vient ainsi concurrencer la mission de service public de l'université sur la formation continue... avec son assentiment.