

Pourquoi le CPF peine-t-il à s'imposer dans les entreprises ?

Le compte personnel de formation co-construit reste aujourd'hui une pratique marginale dans les politiques de gestion des ressources humaines. Seules 2,3 % des entreprises de plus de 10 salariés y ont recours. Une récente étude du Céreq analyse les blocages et proposent des pistes d'action.

L'acte 2 du CPF se fait attendre. Les entreprises n'exploitent toujours pas la possibilité de cofinancer le CPF de leurs salariés. Pourtant, ce dispositif peut répondre aux enjeux du développement des compétences dans un contexte budgétaire tendu. Une [étude du Céreq](#), publiée début septembre, fait le point sur les pratiques et identifie les obstacles à son déploiement. Les évolutions récentes du cadre réglementaire et les nouvelles fonctionnalités développées par la CDC devraient créer une dynamique favorable. Mais l'étude souligne un besoin d'information et d'accompagnement, en particulier auprès des plus petites entreprises.

Des entreprises dotatrices déjà très engagées dans la formation

Les entreprises qui cofinancent aujourd'hui le CPF de leurs salariés ont un profil bien précis. Selon le Céreq, il s'agit majoritairement de grandes structures issues de secteurs où la formation continue est ancrée dans les pratiques : énergie, finance, assurance ou encore industrie manufacturière. Les chiffres le confirment : 7 % des entreprises dotatrices affichent un taux d'accès à la formation de leurs salariés supérieur à 63 %. Ce pourcentage grimpe même à 15 % lorsque leur politique de formation est structurée et diversifiée. Autre caractéristique commune, l'implication des représentants du personnel joue un rôle déterminant. Un dialogue social solide favorise la co-construction du CPF et s'en trouve encore renforcé.

D'un usage pragmatique à un levier stratégique

Quand elles se saisissent du CPF co-construit, les entreprises adoptent des approches disparates. Le Céreq identifie plusieurs types d'usages. Un premier groupe, majoritairement composé de PME des secteurs médico-social et éducatif, le propose à ses salariés pour combler un plan de développement des compétences aux moyens limités. Un deuxième groupe d'entreprises répond, au cas par cas, à des demandes individuelles pour développer des compétences utiles à l'entreprise ou fidéliser des

profils qualifiés. Les deux autres groupes, constitués de plus grandes entreprises, ont mis en place des politiques plus structurées. Les plus avancées en font un levier stratégique de la gestion de leurs ressources humaines. Elles inscrivent alors le CPF co-construit dans l'agenda de leur dialogue social et l'intègre dans l'élaboration de leur plan de formation.

Un déficit d'information

Le principal frein à l'appropriation par l'employeur de cet outil à la main du salarié reste l'information. 71% des entreprises non-donatrices déclarent ne pas connaître le CPF co-construit ou pas suffisamment pour le déployer. C'est particulièrement vrai pour les plus petites structures. Le Céreq préconise donc de renforcer les actions de sensibilisation et de communication. En première ligne, les opérateurs de compétences ont un rôle important à jouer. Dans la majorité des cas (64%), l'information sur les dotations volontaires provient en effet de l'Opcos. Beaucoup de PME apprennent l'existence de ce dispositif par un organisme de formation ou leur expert-comptable. Mais les réseaux d'entreprises pourraient également faciliter la diffusion de bonnes pratiques et communiquer sur le cadre réglementaire et opérationnel. [Le Medef](#) vient, par exemple, de publier un guide pratique. Le Céreq dresse une liste des actions concrètes à mener pour ancrer le CPF dans les stratégies des entreprises.