

Avril 2025

POLICY BRIEF N°25.01

Barrières à l'entrée en formations des chercheurs d'emploi : Le rôle des croyances

Policy Brief réalisé à partir du séminaire de Anett John (University of Birmingham) organisé par le Dulbea et le Forem sur le papier « Behavioural Barriers to Human Capital Investment – Evidence from French Jobseekers » (Crépon et al., 2025). *Policy Brief* préparé par Benjamine De Jardin

APERÇU

Dans un séminaire organisé par le Dulbea et le service Veille, analyse et prospective du Forem dans le cadre d'une série de séminaires sur les politiques d'emploi, Anett John (Université de Birmingham) a présenté le papier de Cahuc et al. (2025), dont elle est co-auteurice, portant sur l'impact d'une intervention d'un mois visant à modifier les croyances externes (liées aux coûts des formations) et internes (liées à l'auto-efficacité) des chercheurs d'emploi à propos de la formation professionnelle. Ce *policy brief* est une synthèse de ce séminaire.

Malgré des investissements publics importants dans la formation professionnelle des chercheurs d'emploi en France, les taux de participation restent faibles et stables depuis plus d'une décennie. Après avoir mené une enquête auprès de plus de 20 000 chercheurs d'emploi, qui explore le rôle des croyances externes (par exemple, perception erronée du coût de la formation) et internes (par exemple, faible auto-efficacité) dans l'accès à la formation, une expérimentation contrôlée randomisée est conduite en 2023-2024. Celle-ci s'appuie sur des interventions en ligne gamifiées, conçues pour corriger ces croyances. Si ces traitements permettent une amélioration partielle des croyances ciblées, ils n'ont aucun effet significatif sur les inscriptions en formation ou les résultats en matière d'emploi.

ÉLÉMENTS-CLÉS

- ▶ De nombreux **chercheurs d'emploi surestiment les barrières à l'entrée en formation**, notamment en matière de coût de la formation. Par ailleurs, des croyances internes comme le manque d'auto-efficacité limitent aussi les démarches.
- ▶ Partant de ce constat, l'étude met en place une expérimentation aléatoire pour tester si des interventions délivrées via une plateforme gamifiée peuvent modifier ces croyances et, à terme, influencer les comportements de formation et d'emploi.
- ▶ Des interventions en ligne ciblant ces croyances ont eu des **effets nuls sur les inscriptions en formation ou la recherche d'emploi**, voire **négatifs sur la probabilité perçue de commencer une formation**.
- ▶ L'expérience révèle aussi les défis majeurs concernant les interactions en ligne avec les chercheurs d'emploi. Malgré une intervention engageante, via une plateforme gamifiée, **l'engagement initial est extrêmement limité** : seuls 2 % des personnes invitées s'inscrivent, et la moitié abandonne immédiatement. Le biais de sélection présent dans cette étude **limite la généralisation des résultats**, puisque l'échantillon final n'est pas représentatif de l'ensemble des chercheurs d'emploi.

INTRODUCTION

Malgré des investissements publics massifs dans la formation des chercheurs d'emploi en France depuis plus d'une décennie, le taux d'entrée en formation reste étonnamment stable : autour de 10 % depuis 2010. Des plans ambitieux, comme le "Plan 500 000" ou le Plan d'Investissement dans les Compétences (PIC), ont pourtant été mis en place pour favoriser l'entrée en formation.

Crépon et al. ont réalisé une enquête auprès de plus de 20 000 chercheurs d'emploi qui révèle que 42 % identifient au moins une barrière externe (coûts réels ou perçus, manque d'information, manque d'intérêt ou inadéquation de l'offre) à l'entrée en formation, et 34 % au moins une barrière interne (manque d'auto-efficacité, faible estime de soi, organisation difficile, procrastination). Parmi les freins externes, le coût perçu des formations est au premier plan : bien que toutes les formations du catalogue Pôle emploi (maintenant France Travail) soient en réalité financées, plus de la moitié des répondants croient que moins de la moitié d'entre elles le sont.

Parmi les obstacles internes, le manque d'auto-efficacité est le plus fréquemment mentionné : il s'agit du sentiment que les efforts personnels sont inutiles, car les résultats dépendent de facteurs perçus comme étant hors de son contrôle. Ces croyances, qu'elles concernent le système ou soi-même, semblent jouer un rôle décisif dans la non-participation à la formation. Bonne nouvelle cependant : la littérature récente montre que les croyances sont malléables, même via des interventions simples, peu coûteuses et à grande échelle.

Les auteurs s'intéressent aux freins à l'entrée en formation, qu'ils soient externes ou internes, de nature comportementale ou psychologique, et comment corriger ces croyances en fournissant entre autres de l'information sur les formations dans une plateforme gamifiée. Plusieurs études s'intéressent à l'impact de l'information sur l'entrée en formation, notamment, une récente étude expérimentale de Leduc et Tojerow (2025) montre que de simples interventions d'information, à faible coût, peuvent augmenter l'intention des chercheurs d'emploi à s'inscrire en formation, en particulier dans les métiers en pénurie.

L'objectif de cette étude de Crépon et al. est donc de concevoir et d'évaluer des interventions expérimentales ciblant précisément ces croyances externes (sur le coût) et internes (sur l'auto-efficacité) afin de lever les freins à l'entrée en formation.

MÉTHODOLOGIE EMPIRIQUE

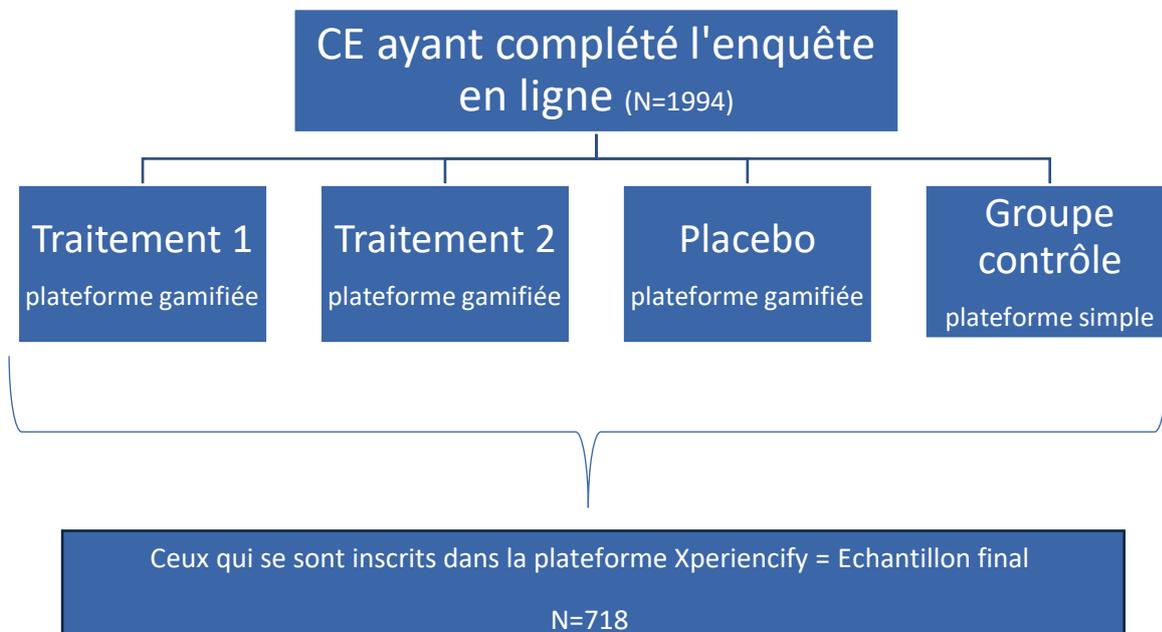
Une expérimentation contrôlée randomisée (RCT) a été conduite en 2023-2024 afin d'évaluer l'impact d'interventions ciblant les croyances externes et internes des chercheurs d'emploi. Le public ciblé est composé de personnes inscrites à Pôle emploi, âgées de moins de 45 ans, titulaires au maximum d'un diplôme équivalent à Bac+2 (soit la deuxième année de bachelier), manifestant un intérêt pour la formation sans s'y être inscrites au cours des 12 derniers mois. Sur les 300 000 CE proche de la formation et qui respectent les critères d'éligibilité, un sous-ensemble de 35 000 CE a été sélectionnée aléatoirement, et à qui il a été envoyé un lien par mail pour répondre à une enquête sur les croyances externes et internes. Environ 4 000 DE ont cliqué sur l'enquête, et environ la moitié a complété l'enquête.

Les participants ont été aléatoirement répartis en quatre groupes (voir **Figure 1**) :

1. **Traitement 1 - Croyances sur la formation** : intervention axée sur la présentation des possibilités de financement, de rémunération et des conditions d'éligibilité aux formations.
2. **Traitement 2 - Croyances sur soi** : intervention visant à renforcer l'auto-efficacité à travers des contenus sur la neuroplasticité, l'identification des forces personnelles et la définition d'objectifs SMART (une méthode pour décrire ses objectifs et atteindre des résultats réalisables).
3. **Groupe de contrôle actif ("placebo")** : exposition à des contenus informatifs sur différents métiers et secteurs professionnels.
4. **Groupe de contrôle pur** : accès à des informations de base sur les démarches de formation (ex. : comment choisir une formation ou contacter son conseiller Pôle emploi).

Les traitements ont été délivrés via la plateforme gamifiée Xperienify, sur une période de 30 jours. Chaque séance, d'environ cinq minutes, était débloquée uniquement après la complétion de la précédente. Le parcours comprenait des quiz, des exercices interactifs et un système de points d'expérience et de badges. À l'exception du groupe de contrôle pur, les participants pouvaient également interagir entre eux, favorisant ainsi l'engagement via une dimension sociale. A la fin de l'enquête, il est possible de s'inscrire à cette plateforme : 718 CE au total se sont inscrits dans la plateforme gamifiée Xperienify, ce qui constitue l'échantillon finale.

Figure 1: Schéma d'assignation aléatoire des traitements auprès des chercheurs d'emploi, ainsi que processus de sélection aboutissant à la constitution de l'échantillon final utilisé dans l'analyse.



Les données ont été recueillies à deux niveaux : par enquêtes (avant et après l'intervention, à 4-5 mois d'intervalle) pour les données sur les croyances et via données administratives (observées 9-11 mois après), notamment sur les inscriptions en formation et la situation professionnelle. L'évaluation repose

sur deux types d'estimations : les effets en intention de traiter (ITT), comprenant tous ceux qui se sont inscrits dans la plateforme Xperiency, et les effets locaux moyens du traitement (LATE), centrés sur les individus qui ont effectivement participé dans la plateforme.

Les quatre groupes expérimentaux présentent des caractéristiques sociodémographiques comparables. En revanche, les individus qui se sont effectivement inscrits sur la plateforme Xperiency (constituant l'échantillon final) diffèrent légèrement de l'échantillon initial de 35 000 chercheurs d'emploi : ils sont en moyenne plus souvent des femmes, légèrement plus âgés, mieux diplômés et plus fréquemment en situation de chômage de longue durée.

RÉSULTATS

Le traitement a permis d'améliorer légèrement la compréhension perçue de la procédure de candidature pour l'ensemble des participants. Par ailleurs, pour le groupe placebo, l'intervention a entraîné une hausse du rendement perçu de la formation, suggérant que l'exposition à des informations générales sur les métiers peut renforcer la valorisation perçue de la formation professionnelle.

Sinon, les résultats de l'expérimentation montrent des effets globalement limités, voire nuls, des interventions sur les comportements des chercheurs d'emploi, malgré quelques ajustements sur les croyances elles-mêmes. Tout d'abord, en termes d'effets en intention de traiter (ITT), aucun des traitements (qu'il cible les croyances externes, internes, ou soit de type placebo) n'a conduit à une augmentation significative des inscriptions en formation, des démarches d'inscription ou des demandes de financement. De même, aucun effet n'est détecté sur les variables liées à l'emploi (accès à un emploi, nombre d'épisodes d'emploi ou le revenu) ou à la recherche d'emploi (nombre de candidatures ou interactions avec France Travail).

Pour le groupe de traitement 1, ciblant les croyances relatives à la formation, on observe une légère diminution de la probabilité perçue d'entrer en formation, ce qui pourrait traduire un effet de "désenchantement" consécutif à la correction de croyances initialement trop optimistes. De plus, une baisse de la probabilité de participation à d'autres ateliers est également constatée. Les auteurs interprètent ce phénomène à travers le prisme de la licence morale : le fait d'avoir accompli une action perçue comme positive ou vertueuse (en l'occurrence, la participation aux modules de la plateforme Xperiency) peut amener certains individus à se sentir justifiés de relâcher leurs efforts dans d'autres domaines, comme l'inscription à des formations.

Les analyses en Local Average Treatment Effect (LATE) (qui se concentrent sur les individus ayant effectivement participé aux modules) confirment ces tendances. Même parmi les "participants engagés" (ayant accumulé au moins 10 points d'expérience sur la plateforme), aucun effet substantiel n'est observé sur l'entrée en formation ou les résultats en emploi. Les interventions semblent donc souffrir d'un problème d'engagement initial : seuls 2 % des personnes invitées s'inscrivent à la plateforme, et parmi elles, la moitié ne se reconnecte jamais après la première visite.

Enfin, les auteurs notent un biais de sélection positive : les personnes qui s'inscrivent à la plateforme, y compris dans le groupe de contrôle pur, ont de meilleures trajectoires en matière d'emploi et de formation par rapport à l'échantillon aléatoire de 35 000 CE. Cela suggère que l'accompagnement attire principalement des individus déjà autonomes ou motivés, et non ceux qui auraient le plus besoin

de soutien. Ce biais de sélection souligne la difficulté à mobiliser les publics les plus éloignés de la formation, même via des outils innovants et engageants comme une plateforme gamifiée et limite la généralisation des résultats.

IMPLICATIONS EN MATIÈRE DE POLITIQUE PUBLIQUE

Les résultats de cette étude soulignent un défi majeur pour les politiques publiques de formation : l'engagement des publics cibles. Même avec une plateforme gamifiée, accessible et conçue pour corriger des croyances précises, le taux d'inscription reste extrêmement faible (2 %), et la majorité des inscrits ne poursuivent pas l'expérience.

Les interventions testées ici, bien que fondées sur des approches efficaces dans d'autres contextes (notamment dans des pays à faibles revenus), s'avèrent difficilement transposables dans un pays comme la France, où le seuil d'engagement initial semble être l'obstacle principal. Par ailleurs, la sélection positive observée (où seuls les profils déjà relativement autonomes répondent à l'appel) d'une part invite à repenser le ciblage des dispositifs pour atteindre ceux qui, bien que plus éloignés de l'emploi, auraient le plus à gagner d'une formation qualifiante. D'autre part, elle souligne que la généralisation des résultats de l'étude est limitée, puisque ceux-ci portent uniquement sur cet échantillon final qui n'est pas représentatif de l'ensemble des chercheurs d'emploi. De plus, il serait intéressant d'étudier si le choix d'une plateforme gamifiée (à travers son langage, son code couleur, ses modalités d'interaction etc...) a une influence sur le taux de participation, et plus généralement d'étudier l'influence du design des outils numériques sur l'inclusion et l'engagement des public ciblés.

RÉFÉRENCES PRINCIPALES

- ▶ Crépon, B., John, A., Mbih, E., & Uhlendorff, A. (2025). Behavioural Barriers to Human Capital Investment – Evidence from French Jobseekers
- ▶ Leduc, E., & Tojerow, I. (2025). Training Jobseekers to Address Labour Shortages: An Experimental Study on Information Barriers. IZA DP 17731.



Département d'économie
appliquée de l'ULB

dulbea.ulb.be

+32 (2) 650 41 11 • dulbea@ulb.be
Avenue Franklin D. Roosevelt 50, CP140
B-1050 Brussels

 [@dulbea_ulb](https://twitter.com/dulbea_ulb)

 [Dulbea ULB](#)

 [Dulbea ULB](#)