

Les organismes de formation privés

Stratégies et mutations à l'horizon 2015

Une étude de la collection PRECEPTA Consult

Une étude stratégique exceptionnelle de la collection « PRECEPTA CONSULT », en 2 parties :

- NOUVEAU : les « **Management Highlights** » : toutes les idées clés en plus de 50 slides pour stimuler la réflexion des équipes de direction,
- INDISPENSABLE : le rapport « **Stratégie et Concurrence** », résultat de plusieurs mois d'informations, d'analyse et d'entretiens avec des décideurs et experts du secteur.

La dégradation de l'environnement économique va accélérer les évolutions de la profession. Après avoir connu une période faste entre 2005 et 2008, les organismes de formation professionnelle sont aujourd'hui rattrapés par la crise économique. Ils doivent non seulement affronter l'impact des difficultés de plusieurs secteurs clients, mais aussi s'adapter aux mutations qui guettent leur métier et leur environnement concurrentiel. Une phase de transition et de changements, synonyme de menaces mais aussi d'opportunités, s'annonce ainsi à l'horizon 2015.

Les experts de Precepta ont retenu 3 facteurs majeurs de changement qui joueront un rôle particulièrement structurant dans les années à venir :

- le développement de l'e-learning et des solutions de blended learning (mix présentiel / distanciel) vont continuer de modifier la chaîne de valeur des organismes de formation et rendre l'activité plus capitalistique. Alors que la menace de substitution pèsera lourdement sur la frange des formations les plus théoriques et procédurales, l'e-learning se présentera également comme une opportunité unique, pour les principaux organismes de formation, d'élever des barrières à l'entrée sur leur marché, et d'exclure des concurrents faiblement capitalisés ;
- l'externalisation croissante de la gestion administrative de la formation professionnelle, ainsi que la reprise en main des processus d'achat de formations en interne (réduction du nombre d'organismes référencés), contribueront à accentuer les pressions sur les prix, sur la qualité et sur le « rendement » des formations. La formation professionnelle ne peut en effet échapper éternellement aux tendances lourdes qui sévissent sur l'ensemble des autres postes de dépenses des entreprises : professionnalisation des achats, pressions sur le rapport qualité/prix, exigence d'efficacité et de retour sur investissement... ;
- la responsabilisation croissante des individus sur le choix des formations a, de son côté, d'importantes répercussions sur la façon dont les organismes de formation doivent marketer leur offre. En outre, cette évolution rend nécessaire la mise en place de nouveaux dispositifs de jugement (labels, marques, certifications, guides, classements) pour dissiper l'incertitude sur la qualité et faciliter le choix face à une offre abondante et marquée par l'opacité.

Face à des clients en quête de repères, la marque deviendra par ailleurs un enjeu stratégique clé. Les organismes de formation devront se doter d'une stratégie identitaire forte et clarifier leur positionnement autour d'une proposition de valeur lisible et crédible. A cet enjeu central, s'ajoutent des opportunités et des défis stratégiques spécifiques aux différents segments de la concurrence. Les experts de PRECEPTA ont identifié cinq grands groupes stratégiques (dans la formation des cadres) :

1. les « **multi – multi** » (Cegos, Demos, EFE...) pour multispécialistes multimodaux, se définissent par des offres de formations multithématiques et par la pluralité des modes d'intervention (intra, inter, e-learning/ à distance). Au sein de ce groupe, l'enjeu stratégique dominant est d'atteindre une taille critique nationale voire internationale pour capter la clientèle des grands comptes. Ces acteurs travaillent à resserrer leur maillage du territoire, à élargir leur offre – ce qui passe par de la croissance externe – et à investir dans l'e-learning. Une stratégie qui réclame d'importants moyens financiers ;
2. les « **yield formateurs** » (Orsys, Global Knowledge, Comundi...) réalisent plus de 75% de leur activité dans les formations inter-entreprises. L'efficacité du marketing éditorial et opérationnel, les ressources en termes de bases de données clients et de knowledge management, conditionnent totalement le niveau du chiffre d'affaires et des marges. Les « yield formateurs » sont les plus exposés aux conséquences de la crise économique. L'enjeu stratégique majeur pour eux est de bâtir une offre riche et pertinente, autour d'une marque forte ;
3. les « **certIFICATEURS** » (Cesi, IFG CNOF, CFPJ, HEC, Essec, EAP, Sciences Po...) se singularisent par un positionnement axé sur les formations longues certifiantes ou diplômantes, ce qui n'exclut pas l'existence d'une offre riche en formations courtes intra ou inter-entreprises. Moins exposés aux effets conjoncturels que les autres catégories d'acteurs, les « certificateurs » doivent soutenir une politique intensive de marque (souvent sous-tendue par une logique d'excellence), pour crédibiliser leur offre ;
4. les « **formateurs-conseils** » (Krauthammer, Mercuri, IFG Langues, StratX...) se caractérisent par la prédominance des missions intra-entreprises dans leur activité, par un fort degré d'intégration de la production (formateurs salariés) et un niveau élevé d'expertise dans leur domaine de spécialité. Pour ces acteurs, dont le modèle est proche de celui du conseil en entreprise, l'enjeu clé est de devenir les partenaires formateurs experts incontournables des entreprises. Leur politique de différenciation par le haut exige d'employer des formateurs de haut niveau et de maintenir un écart qualitatif important par rapport à l'offre de référence ;
5. les « **e-formateurs** » (Crossknowledge, Auralog, Télélangue, iProgress, Smart Canal, Hyper Office...) sont des sociétés d'e-learning : leur modèle d'affaires est radicalement différent de celui des organismes de formation traditionnels, notamment par l'importance des investissements initiaux et par la logique des économies d'échelle qui y président. L'enjeu pour chacun de ces acteurs est d'évangéliser le marché et de prendre le leadership sur leur segment particulier, afin de mettre en place une stratégie de domination par les coûts.

Grâce à cette analyse très complète et opérationnelle, PRECEPTA met à la disposition des dirigeants du secteur un véritable outil pour organiser et hiérarchiser l'information, stimuler la réflexion et préparer les décisions. Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'information concernant cette étude de référence dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette après l'avoir complété.

David Targy
Directeur d'études PRECEPTA

Toute l'expertise des consultants sectoriels de PRECEPTA pour stimuler la réflexion et préparer les décisions du top management. Les études PRECEPTACONSULT sont le fruit de plus de 20 ans d'expérience pour décrypter et analyser les secteurs avec des méthodologies rigoureuses, formuler des conclusions opérationnelles et les transmettre avec des présentations professionnelles.

PRECEPTAconsult

Les études indispensables pour maîtriser vos enjeux stratégiques, en 2 parties :

1. Les « MANAGEMENTS HIGHLIGHTS »

- des conclusions opérationnelles sous la forme de slides professionnelles, pour vous imprégner des messages essentiels, et partager la réflexion en équipe (version papier ou fichier pdf)

2. L'étude « STRATEGIES & CONCURRENCE »

- l'analyse d'un consultant expert du secteur, avec les meilleures bases d'informations et des interviews en face à face.

PRECEPTAconsult

Les slides des MANAGEMENTS HIGHLIGHTS



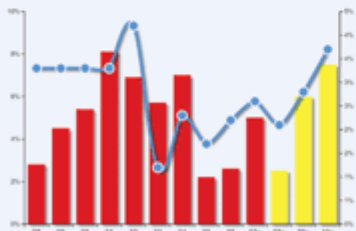
une présentation visuelle efficace pour communiquer et partager les messages-clés

source : Precepta

PRECEPTAconsult

L'étude STRATEGIES & CONCURRENCE

- un traitement rigoureux de l'information,
- des prévisions exclusives,
- des analyses stratégiques pertinentes



Les organismes de formation privés

Stratégies et mutations à l'horizon 2015



- Une prospective du secteur à l'horizon 2015
- Les facteurs de changement et la dynamique concurrentielle
- L'analyse financière : les marges et les résultats de la profession
- Les groupes stratégiques de la formation des cadres
- Les monographies des principaux acteurs du marché

Une étude indispensable pour stimuler la réflexion et préparer les décisions ; des entretiens en face à face et plus de 300 pages d'analyse et de données pour étayer les conclusions.



Les organismes de formation privés : stratégies et mutations à l'horizon 2015

Slides : MANAGEMENT HIGHLIGHTS

Exclusif : les principales conclusions opérationnelles de l'étude en plus de 50 SLIDES « décisives et incisives » :

- Une présentation visuelle efficace pour vous imprégner plus facilement des informations et idées-clés de l'étude.
- Des messages forts et des présentations professionnelles pour mieux stimuler votre réflexion et appuyer vos décisions.
- Un outil essentiel pour partager plus efficacement la réflexion en équipe de direction ou avec vos collaborateurs.
- Présentées en format paysage, ces SLIDES sont disponibles en format papier ou électronique.

L'étude a été coordonnée par David Targy, directeur du pôle Média et services de Precepta.

PRECEPTA, STIMULATEUR DE STRATEGIES

Les études de PRECEPTA sont publiées à sa seule initiative. Elles ont pour but d'offrir une représentation vivante des évolutions décisives d'un marché et de la concurrence sectorielle. Elles mettent à disposition des décideurs une analyse pertinente des stratégies des entreprises et de leur performance.

Les études s'inscrivent dans une méthodologie rigoureuse et éprouvée. Les centaines d'entretiens en face à face effectués chaque année par les directeurs d'études de PRECEPTA avec des dirigeants et acteurs des marchés analysés permettent de décrypter les évolutions déterminantes des marchés et de la concurrence, avec un souci permanent d'objectivité et de créativité dans la réflexion.

Chaque étude PRECEPTA est ainsi l'outil de référence indispensable pour stimuler la réflexion et préparer les décisions.

Analyse et research : STRATEGIES & CONCURRENCE

1. SYNTHÈSE EXECUTIVE

2. LES FONDAMENTAUX DU BUSINESS :

Comprendre le fonctionnement et les modèles d'affaires de la formation

2.1. Le cadre réglementaire

Les obligations des organismes dispensateurs de formation
La convention collective des organismes de formation
Le droit de la formation professionnelle continue
Les grands axes de la nouvelle réforme de la formation professionnelle
Les dispositifs de formation
Le taux de participation des entreprises au financement de la formation

2.2. Le fonctionnement du marché

La filière de la formation professionnelle : le rôle clé des OPCA
La formation professionnelle : un marché de singularités
L'insuffisance des dispositifs de jugement

2.3. Le modèle économique des organismes de formation

La chaîne de valeur et les sources d'avantage concurrentiel dans l'inter-entreprise
La chaîne de valeur et les sources d'avantage concurrentiel dans l'intra-entreprise
La chaîne de valeur de l'e-learning
La structure de revenus et de coûts d'un organisme de formation : analyse des leviers de l'efficacité opérationnelle

3. LE MARCHÉ ET SON ENVIRONNEMENT :

Décrypter les grandes tendances d'évolution du marché à l'horizon 2015

3.1. Le contexte concurrentiel en 2008

L'analyse des rapports de forces concurrentiels et des barrières à l'entrée

3.2. La demande

Synthèse : les caractéristiques essentielles de la demande
Les dépenses nationales de formation, les financeurs et les bénéficiaires
La dynamique rétrospective des dépenses nationales de formation
Les comparaisons européennes
La contribution des entreprises à la formation professionnelle selon leur taille
La demande en fonction des secteurs d'activité

3.3. L'offre

Synthèse : les caractéristiques essentielles de l'offre
Vue d'ensemble : de la dépense nationale en formation professionnelle au chiffre d'affaires des organismes de formation privés à but lucratif
La localisation géographique de l'activité
La dynamique de création d'emplois salariés et d'établissements de formation
Le chiffre d'affaires des organismes de formation

3.4. Prospective 2015

Les facteurs de changements macro-environnementaux : croissance économique, vieillissement et réduction de la population active, mutation des besoins de compétence...
Les facteurs de changements concurrentiels : impacts de la nouvelle réglementation, accroissement des exigences des clients, développement de nouveaux dispositifs de jugement...

Le chiffre d'affaires des organismes privés à but lucratif à l'horizon 2015

4. LES MARGES & RÉSULTATS (2003-2008)

Analyser les comptes-types des organismes de formation privés à but lucratif

4.1. Synthèse

4.2. L'analyse de la structure des coûts

La ventilation des charges par poste

4.3. L'analyse des marges et résultats

Le taux de valeur ajoutée
Le taux de résultat opérationnel
Le taux de résultat net
Les comparaisons avec d'autres secteurs à haute valeur ajoutée intellectuelle

4.4. L'analyse de la rentabilité

La rentabilité sur les capitaux employés

4.5. La santé financière

Le poids de la dette financière
La trésorerie
L'indicateur sectoriel Coface
L'indicateur Conan & Holder

4.6. Les indicateurs économiques & financiers

Le compte de résultat-type en % du chiffre d'affaires
Le bilan-type
Les ratios

5. LES ACTEURS ET LA SEGMENTATION STRATÉGIQUE

Dresser un panorama des forces en présence et identifier les groupes stratégiques

5.1. Les compétiteurs

Le panorama des forces en présence
Le top 100 des organismes de formation privés à but lucratif
Les ratios économiques et financiers du top 100
Les groupes privés de formation professionnelle

5.2. Le système concurrentiel

Un marché fragmenté, bientôt un marché de spécialisation

5.3. La segmentation de la concurrence

La segmentation selon :
- Le public cible : demandeurs d'emploi, salariés non cadres, cadres
- Les modalités de formation : intra, inter, à distance
- Le degré d'intégration de la production
- Le positionnement de l'offre
- Le type actionnarial

5.4. Les groupes stratégiques de la formation des cadres

Les « multi-multi » : Demos, Cegos, EFE...
Les « yield formateurs » : Orsys, Global Knowledge, Comundi...
Les « formateurs-conseils » : Mercuri Intl, Krauthammer...
Les « certificateurs » : Cesi, IFG Cnof, HEC, Essec...
Les « e-formateurs » : Crossknowledge, iProgress, Smart Canal...

6. LES MONOGRAPHIES

Présenter les principaux acteurs du marché, analyser leur positionnement, leur offre et leur logique de développement

6.1. Cegos

6.2. Demos Group

6.3. Groupe Cesi

- 6.4. Grande Armée Investissement / EFE
- 6.5. Groupe Lefebvre Sarrut
- 6.6. IFP Training
- 6.7. Orsys
- 6.8. Global Knowledge Network France (GKNF)
- 6.9. Crossknowledge
- 6.10. IFG CNOF
- 6.11. Learning Tree International
- 6.12. Krauthammer International
- 6.13. Mercuri International
- 6.14. First Finance
- 6.15. Ponts Formation Edition
- 6.16. Reed Business Information / Comundi
- 6.17. Essec Executive Education
- 6.18. HEC Executive Education
- 6.19. Sciences-Po Formation Continue

Tableaux et matrices : la source d'information la plus complète sur la formation professionnelle

1. Les fondamentaux du business

- T1 Le droit de la formation professionnelle continue : une chronologie depuis 1946
- T2 Les différents dispositifs de la formation professionnelle, leur poids en termes de stagiaires et de coûts de prise en charge, et la durée moyenne des actions de formation
- T3 Le taux de participation au financement de la formation selon la taille des entreprises
- T4 Le relèvement du taux de contribution obligatoire (Loi Fillon de 2004, applicable au 1er janvier 2005)
- T5 Le taux de participation financière obligatoire des entreprises avant et après la loi Fillon
- T6 Les acteurs de la filière de la formation professionnelle
- T7 Les principaux OPCA en termes de montants collectés
- T8 Les montants collectés par les OPCA et la part dans le total des dépenses déductibles des entreprises (1995-2007)
- T9 Les cinq types de dispositifs de jugement
- T10 Les cinq principaux dispositifs de jugement dans la formation professionnelle et leur fonction
- T11 Le business system de la formation inter-entreprise et les sources d'avantage concurrentiel
- T12 La répartition de coûts et de la valeur perçue par le client dans la chaîne de valeur de l'inter-entreprise
- T13 Le business system de la formation intra-entreprise
- T14 La répartition de coûts et de la valeur perçue par le client dans la chaîne de valeur de la formation intra-entreprise
- T15 La chaîne de valeur de l'e-learning
- T16 La répartition des coûts d'un organisme de formation
- T17 La répartition des coûts selon leur nature, fixe, semi-fixe ou variable
- T18 L'évolution du taux de résultat opérationnel (marge hors impôts, taxes et amortissements) selon le taux de remplissage
- T19 Les quatre facteurs d'optimisation du taux de remplissage
- T20 L'élasticité de la rentabilité au prix

2. Le marché

- T21 Le contexte concurrentiel des organismes de formation
- T22 Le pouvoir des fournisseurs
- T23 Le pouvoir des clients
- T24 La concurrence intra-sectorielle
- T25 La menace de nouveaux entrants
- T26 La menace des substituts
- T27 Evaluation de la menace de substitution de l'e-learning selon la nature des formations et le profil des populations formées

- T28 Les dépenses nationales de formation, les financeurs décisionnaires et les bénéficiaires
- T29 Les dépenses nationales de formation professionnelle continue et leur poids dans le PIB (1999-2006)
- T30 Le taux de croissance annuel moyen par catégorie de financeurs (1999-2006)
- T31 Le degré d'engagement dans la formation professionnelle continue : comparaison France / UE 27
- T32 Le taux de participation des entreprises à la formation professionnelle (1972-2006)
- T33 La part de la masse salariale consacrée par les entreprises à la formation professionnelle selon leur taille
- T34 La demande de formation selon les secteurs d'activité
- T35 Les trente principaux secteurs économiques, demandeurs de formation professionnelle
- T36 Les dix principaux secteurs économiques en termes de croissance du nombre de stagiaires
- T37 Les dix principaux secteurs économiques en termes de taux de participation financière à la formation
- T38 Les trente principaux secteurs économiques en termes de taux de participation financière à la formation
- T39 La répartition géographique de l'activité de la formation professionnelle en France
- T40 Les principaux départements français selon le nombre d'établissements et de salariés du secteur de la formation professionnelle continue
- T41 L'évolution du nombre d'établissements et de la population salariée du secteur « formation des adultes et formation continue » (1977 – 2007)
- T42 Les données Dares : le chiffre d'affaires des organismes dispensateurs de formation à titre principal et à titre secondaire (1995-2006)
- T43 Le chiffre d'affaires des organismes dispensateurs de formation (1993-2006)
- T44 La ventilation du chiffre d'affaires selon le statut des organismes de formation
- T45 Le chiffre d'affaires des organismes privés de formation professionnelle (1996-2008)
- T46 La répartition de l'activité selon les domaines de spécialité
- T47 Le panel Precepta : le chiffre d'affaires des organismes de formation professionnelle à but lucratif (2000-2008)
- T48 Le panel Precepta : la dynamique d'activité selon la taille
- T49 La répartition de la population d'entreprise selon le rythme de croissance
- T50 Les facteurs d'évolution macro-environnementaux et du contexte concurrentiel
- T51 Le contexte économique à l'horizon 2015 : après la crise, une croissance molle, en attendant la bulle « verte »
- T52 La croissance du PIB et du chiffre d'affaires des organismes de formation privés : les courbes sont désynchronisées
- T53 Les 10 familles professionnelles qui créeront le plus d'emplois entre 2005 et 2015
- T54 Les postes à pourvoir entre 2005 et 2015
- T55 Le contexte démographique et le marché du travail à l'horizon 2015
- T56 La population active par tranches d'âge : focus sur les jeunes et les seniors (1970-2050)
- T57 Les départs à la retraite en France : 2005-2015
- T58 L'importance des départs à la retraite selon les secteurs d'activité
- T59 La réponse à la question : « quels sont, selon vous, les principaux enjeux du choc démographique pour les entreprises ? »
- T60 Les grandes caractéristiques de la génération Y
- T61 Les changements macro-environnementaux et leurs implications sur le secteur de la formation professionnelle
- T62 Le fonctionnement du portage salarial
- T63 Le scoring de la pression concurrentielle dans la formation professionnelle : comparatif 2008 et 2015
- T64 L'analyse des facteurs de croissance de l'activité à l'horizon 2015
- T65 Le chiffre d'affaires des organismes de formation professionnelle à but lucratif (panel Precepta) (2000-2015)

3. Les marges & résultats (2003-2008)

- T66 La structure des charges (« ensemble »)
- T67 La structure des charges (« noyau dur »)
- T68 Le taux de valeur ajoutée (2003-2008)
- T69 Le taux de valeur ajoutée : comparaisons intersectorielles
- T70 Le taux de résultat opérationnel (2003-2008)
- T71 Le taux de résultat opérationnel par taille d'entreprise en 2007
- T72 La ventilation des entreprises de formation selon le taux de résultat opérationnel en 2007
- T73 Le taux de résultat opérationnel : comparaisons intersectorielles
- T74 Le taux de croissance annuel moyen de l'excédent brut d'exploitation selon les secteurs des services à forte valeur ajoutée intellectuelle
- T75 Le taux de résultat net (2003-2008)
- T76 Le taux de résultat net par taille d'entreprise en 2007
- T77 La ventilation des entreprises de formation selon le taux de résultat net
- T78 Le taux de résultat net : comparaisons intersectorielles
- T79 La rentabilité sur les capitaux employés ou ROCE
- T80 Le taux de rentabilité sur les capitaux employés : comparaisons intersectorielles
- T81 Le taux d'endettement (2003-2008)
- T82 Le résultat financier (2003-2008)
- T83 Le besoin en fonds de roulement
- T84 La ventilation des entreprises du secteur selon leur notation sur l'échelle Conan & Holder
- T85 La structure du compte de résultat
- T86 La structure du bilan
- T87 Les ratios et indicateurs
- T88 Les définitions des ratios et les indicateurs sur le secteur

4. Les forces en présence et la segmentation stratégique

- T89 Le panorama des forces en présence
- T90 Les systèmes concurrentiels (matrice BCG)
- T91 Le tableau des 100 principaux organismes de formation privés à but lucratif
- T92 Le positionnement des organismes privés à but lucratif selon le public ciblé (demandeurs d'emploi, salariés non cadres, cadres)
- T93 Le positionnement des organismes privés à but lucratif selon la modalité de formation (inter, intra, à distance)
- T94 Le positionnement des organismes privés à but lucratif selon le positionnement de l'offre (multi-thématique, focalisation thématique, focalisation sectorielle, focalisation sur les formations longues, diplômantes et certifiantes)
- T95 Le positionnement des organismes privés à but lucratif selon le type d'actionnariat
- T96 La matrice de contrôle financier : les organismes « pure players »
- T97 La matrice de contrôle financier : les organismes appartenant à des groupes extérieurs à la formation professionnelle
- T98 Les cinq groupes stratégiques de la formation des cadres

Date de publication : Juin 2009

Informations complémentaires
Contact : Frank Benedic e-mail : fbenedic@xerfi.fr

Principaux organismes cités dans l'étude (*)

ACCOR SERVICES FORMATION
ADREP
AEROFORM
AFEC
AFNOR COMPETENCES
AFTEC
AMPLITUDE
ANAFI PLUS
APAVE GROUP
ARPEGE
ATFOR
ATOS ORIGIN FORMATION
AVENIR CONSEIL FORMATION
AVENIR FORMATION
BERLITZ FRANCE
CAA CONSEIL & FORMATION
CARRIERES ET FORMATION
CEGOS
CENEGO
CENTRE DE FORMATION TRANSPORT
CERF
CFPJ
CIE DE FORMATION PIGIER
CLAF
CNPP ENTREPRISE
COFISEC
COMUNDI
CRC – HEC EXECUTIVE EDUCATION
CROSSKNOWLEDGE
CSP
DEMOS
ECAD CONSULTANTS / IESA
ECOFAC
ECOLE CHEZ SOI
EDUGROUPE
EFE CURSUS
EFE FORMATION

EFP-FORMALANGUES
EIPM SERVICES
ELEGIA
EM LYON (formation continue)
ENI SERVICE
ESCP EAP (formation continue)
ESSEC EXECUTIVE EDUCATION
FAUVEL FORMATION
FIRST FINANCE
FITEC
FORGET FORMATION
FORGET FORMATION BRETAGNE
FORMACYB
FORMAVENIR PERFORMANCES
FORPRODIS – ECOLE FRANCAISE DE
COMPTABILITE
FORPROF
FRANCIS LEFEBVRE FORMATION
FYM CONSEIL
GERESO
GLOBAL KNOWLEDGE NETWORK FRANCE
GRANDE ARMEE INVESTISSEMENT (G.A.I.)
GRIEPS
GROUPE ADHARA
GROUPE AGINIUS
GROUPE CESI
GROUPE O2i
GT FORMATION ET RESSOURCES HUMAINES
IB
ID FORMATION
IFG CNOF
IFG LANGUES
IFI PEINTURE
IFOPSE
IFP TRAINING
INFIPP
INFREP

INSTITUT FRANCAIS D'ACTION SUR LE STRESS
INSTITUT FRANCOIS BOCQUET
ITG FORMATION
KARIS FORMATION
KRAUTHAMMER INTERNATIONAL
LANGUES ET ENTREPRISES
LEARNING TREE INTERNATIONAL
LES ECHOS FORMATION
LOGICA TRAINING FRANCE
MERCURI INTERNATIONAL
MICROPOLE UNIVERS INSTITUT
MOORTGAT
NOVITEC
OBEA FORMATION
ORSYS
PBC
PEDAGOGIE DU MANAGEMENT ISM
PONTS FORMATION EDITION
PYRAMYD NTCV
RESSOURCES HUMAINES FORMATION
SCIENCES PO FORMATION CONTINUE
SCIENCES U FORMATION
SCOP INSTEP
STRATX
TELELANGUE
TENDANCES ET FORMATIONS
TRANSFER
TRIHOM
VALTECH TRAINING
VIA FORMATION
WALL STREET INSTITUTE
WESTMILL INTERNATIONAL
X ROM

(*) Liste non exhaustive