

PÉDAGOGIE & ANDRAGOGIE

UGC apprenant (contenu généré par les apprenants)

Aussi écrit : *ugc apprenant* - *ugc* - *user generated content* - *contenu généré par les apprenants* - *témoignage apprenant* - *avis vidéo formation*

DÉFINITION

L'**UGC apprenant** (User Generated Content) désigne les contenus produits spontanément par les apprenants eux-mêmes : témoignages vidéo, avis, récits avant/après reconversion, retours d'expérience publiés sur les réseaux. Pour un organisme de formation, c'est une preuve sociale puissante et crédible, car elle émane de pairs et non du vendeur. Bien encadré (consentement écrit, respect du RGPD, pas de promesse trompeuse), l'UGC rassure les futurs apprenants sur la réalité d'un parcours. Mal encadré, il devient un témoignage orienté qui frôle la publicité déguisée - à proscrire.

Un futur apprenant qui hésite ne se laisse pas convaincre par une plaquette institutionnelle. Il cherche le récit de quelqu'un qui est passé par là avant lui : un témoignage vidéo, un avis, un retour d'expérience avant/après reconversion, publié par l'apprenant lui-même et non par l'organisme qui l'a formé. C'est l'UGC apprenant, contenu généré par les apprenants. Une preuve sociale réelle, à condition de la tenir dans deux limites précises : le consentement et l'honnêteté.

Bien encadré ou mal encadré : ce qui fait basculer un témoignage

Consentement de l'apprenant

- UGC bien encadré : Écrit, recueilli dans le respect du RGPD
- UGC mal encadré : Absent, implicite, ou obtenu sans expliquer l'usage qui en sera fait

Promesse de résultat

- UGC bien encadré : Aucune garantie affichée
- UGC mal encadré : Résultat présenté comme acquis pour tous

Ce que perçoit le lecteur

- UGC bien encadré : Une preuve par les pairs, crédible
- UGC mal encadré : Un argumentaire déguisé en témoignage

Statut de la pratique

- UGC bien encadré : Légitime, à encourager
- UGC mal encadré : À proscrire

Pourquoi la parole d'un pair pèse plus qu'un argumentaire

La brochure d'un organisme de formation dit toujours à peu près la même chose : un parcours clair, un accompagnement sérieux, une réussite annoncée. Un futur apprenant le sait, et s'en méfie un peu, parce que c'est le discours attendu du vendeur. Le témoignage d'un pair n'a pas ce défaut. Il vient de quelqu'un qui n'a rien à vendre et qui raconte ses doutes autant que son parcours. Témoignage vidéo, avis écrit, récit avant/après une reconversion, retour d'expérience publié sur les réseaux : la forme compte moins que l'origine. Ce qui fait la preuve, c'est que le contenu vienne de l'apprenant lui-même, pas de l'organisme qui l'a formé.

Les deux garde-fous non négociables

Deux conditions ne se négocient pas. La première : le consentement écrit de l'apprenant, dans le respect du

RGPD. On ne diffuse jamais un visage, une voix ou une histoire personnelle sans un accord clair sur l'usage qui en sera fait. La CNIL encadre précisément l'usage de l'image et des témoignages des personnes ; ce n'est pas une formalité qu'on peut sauter. La seconde : l'honnêteté du contenu. Un témoignage ne doit jamais laisser entendre qu'un résultat est garanti, parce que personne ne peut le garantir. Sans ces deux limites, ce n'est plus une preuve sociale, c'est une opération de communication qui s'ignore. Centre Inffo rappelle que la communication d'un organisme de formation reste soumise à des règles précises, y compris quand elle passe par la voix d'un tiers.

Deux situations concrètes

Un homme de 44 ans, en reconversion, accepte de témoigner

Il a suivi une formation après une rupture professionnelle, et l'organisme lui propose d'enregistrer un témoignage vidéo pour de futurs apprenants. Avant tout tournage, on lui présente par écrit ce qui sera diffusé, où, et pour combien de temps. Il signe son accord en connaissance de cause. Dans le témoignage, il raconte ses doutes du début autant que son parcours, sans qu'aucune formule du type « vous retrouverez forcément un emploi » ne soit ajoutée après coup. C'est ce respect du texte original et du consentement qui distingue une preuve sociale d'un argument publicitaire.

Une femme de 39 ans, sollicitée pour un avis flatteur

Un organisme lui demande un témoignage écrit après sa formation et lui suggère une phrase toute faite, affirmant qu'elle a retrouvé un emploi grâce à cette formation, alors que ce n'est pas encore le cas au moment où on le lui demande. Elle accepte par gentillesse, sans qu'on lui précise où le texte sera publié ni qu'elle pourra revenir dessus plus tard. Ce témoignage-là ne prouve rien : il n'est ni spontané, ni honnête sur le résultat, ni couvert par un consentement réellement informé. Publié tel quel, il expose l'organisme plus qu'il ne le sert.

Les erreurs fréquentes

- Diffuser un témoignage sans consentement écrit clair sur l'usage exact qui en sera fait, ce qui n'est pas un détail administratif mais un manquement au regard du RGPD.
- Laisser une formule du type « vous retrouverez un emploi » se glisser dans le texte final : la preuve sociale devient alors une publicité déguisée.
- Retoucher ou faire relire un témoignage jusqu'à lui faire perdre sa spontanéité, au point qu'il ressemble à de la communication institutionnelle plutôt qu'à l'avis d'un pair.
- Ne prévoir aucun point de contact pour l'apprenant qui changerait d'avis plus tard et souhaiterait revenir sur son témoignage.
- Publier un contenu sans visage ni parcours identifiable : sans réalité concrète derrière, il ne prouve plus rien à personne.

Pour votre reconversion

- Ressources pour préparer votre reconversion
- À propos de Benjamin Duplaa
- SEO social
- Dark social
- Devenir formateur professionnel d'adultes

À RETENIR

- L'UGC apprenant désigne les témoignages, avis et récits avant/après produits spontanément par les apprenants, pas par l'organisme de formation.
- Sa force tient à sa source : une preuve par les pairs pèse plus qu'un argumentaire commercial.
- Le consentement écrit et le respect du RGPD sont une condition préalable, pas une option, avant toute

diffusion.

- Un témoignage qui laisse entendre un résultat garanti bascule en publicité déguisée.
- Un témoignage flou, sans visage ni parcours identifiable, ne prouve plus rien à personne.

SOURCES

OFFICIELLES & RÉGLEMENTAIRES

- CNIL - Témoignages, image des personnes et RGPD <https://www.cnil.fr/> (consulté 2026-05-29)
- Centre Inffo - Communication des organismes de formation <https://www.centre-inffo.fr/> (consulté 2026-05-29)

Fiche extraite du Glossaire de la formation professionnelle.

Auteur : Benjamin Duplaa - directeur IFPA Poitiers, 15 ans d'accompagnement reconversion à Poitiers
Bordeaux, France.

Version à jour (les règles évoluent) : benjaminduplaa.com/lexique/ugc-apprenant
Diffusion libre - citation appréciée.



Scanner pour ouvrir le PDF