

## Edtech : les nouvelles technologies au service de l'éducation

Besoin fondamental au même titre que l'alimentation et le logement, l'éducation contribue à la stabilité sociale, encourage la croissance économique à long terme et aide tout un chacun à améliorer ses conditions de vie. Encore imperméable aux nouvelles technologies au tout début des années 2010, l'éducation est désormais sous les feux de la rampe *high-tech* et les fournisseurs s'affolent devant les possibilités quasi illimitées qui s'offrent à eux. Mieux apprendre est peut-être moins traumatisante qu'il n'y paraît... Start-ups et grands groupes entrent en lice pour le démontrer.

Texte : Rémy Genet

### ÉTAT DES LIEUX ET PROJECTION (2022-2025)

Les gouvernements du monde entier, les employeurs et apprenants auront investi près de 7 000 milliards de dollars par an dans l'éducation et la formation entre 2022 et 2025. La part des Edtech sera d'environ 300 milliards de dollars en 2022 et de plus de 400 milliards en 2025 (« Global Education Outlook 2022 », *Holon IQ*). Une proportion *a priori* résiduelle qui témoigne néanmoins, à cette échelle, d'une véritable révolution du secteur éducatif, d'autant plus si l'on considère que les technologies en question sont tout public depuis peu voire toujours en phase de développement.

La crise sanitaire a fortement accéléré la pénétration des nouvelles technologies dans la sphère éducative, les fonds à risque (européens et américains principalement) ayant triplé leurs investissements entre 2020 et 2022 tandis que se sont multipliées



les fusions-acquisitions, redessinant le paysage entrepreneurial au profit d'entités capables de répondre à la demande plus efficacement. Si la constitution de géants tels que le Chinois Yuanfudao, l'Indien Byju's ou encore l'Autrichien GoStudent est bien entamée, il y a fort à penser que le marché restera cependant compétitif pendant plusieurs décennies. Les évolutions technologiques rapides, la diversité et la croissance de la demande permettent d'abonder en ce sens.

La pandémie de covid a provoqué la chute des inscriptions d'enfant en bas âge dans les écoles



toutes spécialités confondues. Ce que l'on nommait encore *e-learning* au tout début des années 2000, lorsqu'il ne s'agissait que de la numérisation de cours en PDF devenus consultables et téléchargeables depuis un ordinateur, a évolué vers le « *digital learning* » (*digital* pour numérique), qui couvre toutes les « nouvelles » solutions de partage des connaissances, supportées par des technologies plus ou moins matures allant du simple visionnage de contenus « *asynchrones* » (qui sont enregistrés) sur un écran aux interactions en direct, virtuelles et augmentées sur le métavers.

Les Edtech résolvent certains problèmes que l'éducation et la formation traditionnelles ne parvenaient pas jusque-là à maîtriser. Elles permettent tout d'abord de donner au plus grand nombre la possibilité d'apprendre (moyennant une connexion à internet). L'accumulation, l'analyse et l'interprétation des données des cours en ligne, au travers de l'intelligence artificielle notamment, permet une plus grande personnalisation des contenus et matières enseignées. Les outils de la réalité virtuelle et augmentée, la robotique ou encore l'impression 3D sont autant de moyens de stimuler les apprenants dans un monde saturé par le divertissement. Le jeu augmente leur interaction avec le contenu enseigné et améliore leur capacité à retenir l'information. On parle désormais de « *gamification* » (ou ludification) bien que le jeu, lui, ait toujours été la façon la plus efficace et naturelle d'apprendre. Les Edtech sont le support le plus intuitif, enfin, d'un apprentissage tout au long de la vie et les solutions pour les professionnels souhaitant acquérir de nouvelles compétences n'ont jamais été aussi accessibles, tant du point de vue économique que pratique. ▶



© Robert Day

## DES CONCEPTS ALTERNATIFS RENDUS POSSIBLES SANS BOULEVERSEMENT

Au XVII<sup>e</sup> et XVIII<sup>e</sup> siècle respectivement, John Locke et Jean-Jacques Rousseau se questionnaient déjà sur l'utilité des savoirs et la meilleure façon de les acquérir. En 1907, Maria Montessori invente à Rome une méthode d'apprentissage portant son nom, qui replace l'intuition des enfants au centre de leur éducation, laquelle devient alors « sensorielle et kinesthésique ». En 1921, Alexander

Sutherland Neil fonde la Summerhill School en Angleterre où liberté et égalité des voix (des enseignants et des élèves) sont les principes clefs de fonctionnement. En 1968, Daniel A. Greenberg cofonde la Sudbury Valley School dans le Massachusetts, une école où « liberté éducative, gouvernance démocratique et responsabilité personnelle » sont prônées comme valeurs maîtresses, en rupture totale

avec le système traditionnel d'éducation d'élèves âgés de 4 à 17 ans (aux États-Unis). Ce type de méthode a fait ses preuves et a été repris dans différents pays dont la France – où Ramin Fahrangi a cofondé une école « dynamique » en 2015 – et Israël, où les établissements estampillés « open education » sont publics depuis la fin des années 80.

## PERSONNALISATION ET DIVERTISSEMENT, LES PILIERS DE L'EDTECH

Sans apprenants attentifs, l'enseignement est impossible. L'écoute et l'observation permettent la concentration, clef de voûte de l'apprentissage. Les Edtech se proposent d'amener chaque fois plus d'apprenants vers cet état d'esprit et recourent à deux stratégies principales : le jeu (et l'immersion) et la personnalisation.

Jean Piaget, psychologue suisse, avait démontré au milieu du XX<sup>e</sup> siècle qu'en jouant, des enfants de 4 ans pouvaient résoudre des syllogismes qu'ils n'étaient pas censés résoudre avant 10 ou 11 ans. Le jeu permet de renforcer deux formes d'intelligence d'ores et déjà sollicitées (logico-mathématique et verbo-linguistique) dans l'enseignement traditionnel tandis qu'il en développe d'autres, tout aussi essentielles à la vie en société. Les jeux vidéo – on exclut ici les exemples violents ou d'arcade au profit de ceux de rôle par exemple – sont de puissants vecteurs d'apprentissage. Ils développent l'intelligence visuelle-spatiale (capacité à s'orienter, entre autres), l'intelligence interpersonnelle, qui passe par l'interaction avec autrui, la coopération ou encore celle, intrapersonnelle, qui s'exprime par la connaissance de soi, de ses forces et faiblesses, que l'on prend donc ensuite plus facilement en considération lorsqu'on entreprend d'évoluer ou de progresser, au jeu comme dans la vie. Et le tronc commun dans tout ça ? Le développement de connaissances en dur (mathématiques, physique, grammaire, etc.) et les fondements ►



© Nilimage



© Elen Li

d'un esprit critique et structuré ?! Certes, on voit mal commun passer ses journées devant *Dungeons & Dragons* aidera qui que ce soit à les acquérir... et les entreprises Edtech l'ont compris. Des compagnies comme Byju's proposent des jeux éducatifs aux élèves âgés de 3 à 8 ans, d'autres comme Kahoot se concentrent sur l'enseignement secondaire et toutes permettent aux élèves d'apprendre en s'amusant.

Au bout du spectre actuel du jeu se trouve l'immersion. L'environnement dans lequel on apprend, entièrement virtuel et relayé par des lunettes adaptées. La réalité virtuelle (VR) et la réalité augmentée (AR) sont les deux principales technologies permettant à tout étudiant ou professionnel de s'immerger dans un univers d'apprentissage. Certaines études commencent ponctuellement à démontrer que l'immersion stimule et renforce l'attention, facilite les associations linguistiques, améliore

la compréhension des structures spatiales et la mémoire. Certains accumulateurs de statistiques comme statista.com permettent en outre de confirmer que la tendance consiste bien à passer plus de temps devant les jeux vidéo, quel que soit le pays ou la tranche d'âge – les 15-24 ans étant les plus concernés. Les effets néfastes des écrans sur la santé ne pouvant plus être ignorés, il convient donc d'aborder l'enseignement numérique avec mesure. À ce titre, en 2021, le gouvernement chinois a forcé certains fournisseurs d'apprentissage en ligne (dont beaucoup ont recours à la ludification) à devenir des associations (pour l'intérêt public donc) et de grands groupes comme Tencent (détenant à 40% d'Epic Games, créateur du « jeu de rôle en ligne massivement multijoueur » Fortnite) à réduire l'addiction des jeunes aux jeux vidéo. En chemin vers la connexion des compétences au monde numérique... chacun sa méthode.

Si l'on apprend plus facilement en jouant, encore faut-il aimer le jeu auquel on joue ! La quantité de données que peuvent recueillir les plateformes et applications d'apprentissage en ligne est virtuellement illimitée. Les erreurs commises à un quiz, le temps de résolution d'un problème, l'enchaînement des étapes de réflexion, la rapidité de progression, les préférences de matières... aussi impressionnant (parfois effrayant) que cela puisse paraître, le traitement de ces données par des algorithmes de plus en plus performants est aujourd'hui la manière la plus efficace de personnaliser l'enseignement. Plus on apprend en ligne, plus on progresse rapidement et plus on reconnaît les sujets qui nous attirent plus que d'autres, mieux on s'oriente. C'est en tout cas le type d'expérience d'utilisateur que l'on est en droit d'espérer si le support technologique utilisé est fonctionnel. À ce titre, les entreprises Edtech ne permettant pas

cette progression ne font pas long feu. Sur le marché de l'éducation, le client final (l'élève) ou l'intermédiaire (parents, entreprises, écoles...etc.) a désormais l'embarras du choix tandis que l'efficacité d'une solution peut aussi se mesurer du côté de l'enseignant. Le groupe de conseil McKinsey estime que les solutions d'IA existantes peuvent faire gagner jusqu'à 13 heures par semaine aux enseignants depuis la maternelle jusqu'au secondaire (*How Artificial Intelligence Will Impact K-12 Teachers, 2020*).

Personnaliser l'enseignement permet enfin de le rendre plus inclusif. Un enseignement « adaptatif » permet de proposer des vitesses et des styles de présentation des informations différents selon le profil des apprenants, leur permettant de se concentrer davantage sur les matières dans lesquelles ils sont en difficulté. La robotique a notamment fait ses preuves auprès d'enfants autistes. Des robots humanoïdes comme

NAO de l'entreprise Softbank sont sur le marché depuis plus de dix ans. Couplés à des applications didactiques, ils aident les enfants autistes à développer leur intelligence émotionnelle, à s'exprimer voire même à développer des compétences académiques, renforçant pas la même occasion leur confiance en soi.

Une expérience menée en 2015 dans les locaux de Stéréolux, une structure culturelle installée à Nantes, a offert la possibilité de manipuler et de programmer des robots NAO à des adolescents souffrant de troubles du spectre autistique. Pédopsychiatres, chercheurs en robotique et parents témoignaient à l'occasion des apports d'une telle expérience dans la vie de leurs enfants : l'appropriation de l'outil était très forte, les adolescents prêtant leur voix aux robots, se pressant d'entrer dans l'espace éducatif au début de chaque séance afin de s'assurer d'être les premiers à pouvoir commander

aux robots de dire une blague à leur place ; certains parents soulignaient même qu'ils étaient convaincus que l'intégration de leur enfant au collège s'en était vue facilitée.

On peut légitimement voir dans le coût d'une formation, d'un diplôme ou d'une inscription un frein majeur à l'enseignement pour tous. Les Edtech permettent à terme de réduire ces disparités. Des cursus en ligne sont aujourd'hui disponibles pour une infime portion du prix de programmes équivalents et présentiels tandis que des États comme l'Inde s'assurent déjà de ce que la possession ou l'accès à l'équipement technologique (le *hardware*) ne soit plus un frein à l'éducation.

**Complément d'enquête**  
Entretiens et anecdotes  
d'entrepreneurs

## Entretien

**Sam Caucci**  
**Fondateur et CEO de iHuddle**

*iHuddle est un système de gestion d'apprentissage (LMS) à destination des professionnels, leader sur le marché américain.*

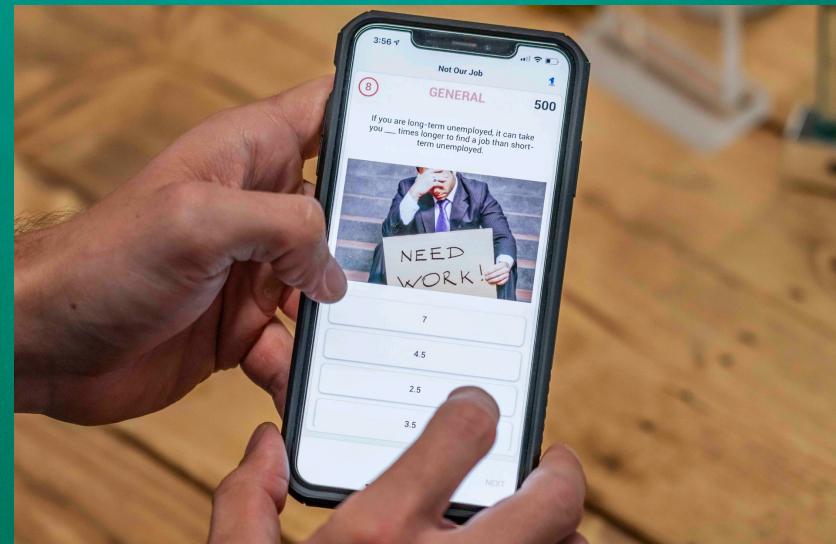
**Du QCM en ligne à la certification de compétences sur la blockchain**
**À quel besoin répond iHuddle ?**

Quand on a lancé iHuddle, l'immense majorité des entreprises avec qui nous sommes en contact

aujourd'hui formaient leurs employés de la même façon : elles leur livraient un manuel plus lourd qu'eux à lire et leur donnaient des exercices à faire pour valider leurs connaissances. Le modèle traditionnel que tout le monde connaît et qui, s'il était efficace resterait ennuyeux mais n'en demeurerait pas moins respectable puisque les collaborateurs s'y soumettent acquerraient de nouvelles compétences. Or, ça ne marche pas ! C'est prouvé, dans ces conditions, plus de 50% de ce qu'on apprend est oublié dans l'heure, 75% dans les six jours qui suivent. D'autre part, échouer à un test frustrerait le candidat alors que perdre à un jeu lui donne envie de revanche, de jouer plus et mieux, de refaire une partie. iHuddle rend la formation en entreprise plus rapide, plus efficace et divertissante à travers le jeu.

**Qui sont les clients de iHuddle et comment fonctionne votre plateforme ?**

Nous travaillons pour l'heure presque exclusivement en B2B, dans 14 pays, en 11 langues. Nos clients viennent de tous les corps de métiers, de la restauration avec Loews Hotels au sport avec l'UEFA, en passant par les transports avec l'aéroport international de Denver ou encore les médias avec ESPN. Un manager au sein de son organisation se voit créer un compte sur iHuddle et des modules lui sont présentés, lui permettant de construire des quizz, de jouer individuellement ou par équipe, durant une période et selon un temps donné. Ces quizz peuvent avoir trait aux valeurs de l'entreprise, à des compétences spécifiques, techniques notamment, voire même culturelles. Chaque nouveau test créé par un client alimente



Sam Caucci

notre propre base de données de sorte que tout nouveau client nécessite chaque fois moins d'aide de nos développeurs pour personnaliser ses tests, les professionnels de son secteur étant déjà passés par notre plateforme ayant contribué à affiner les questions portant sur une activité donnée. Désormais nous avons même des jeux sur étagère, comme celui concernant la connaissance de la ville de Paris à destination des restaurateurs étrangers qui souhaiteraient s'y implanter.

**Quels quizz fonctionnent le mieux sur iHuddle ?**

Par ordre décroissant : les jeux culturels, d'intégration, de compétences et en queue de peloton ceux qui concernent les valeurs et la mission d'une entreprise. De manière générale, les jeux trouvant écho dans l'activité quotidienne des employés sont les plus pratiqués. Nous avons mené l'enquête en interne, certains employés retiennent dans le meilleur des cas jusqu'à 90% de leurs connaissances, 90 jours après avoir passé leur quizz. Et je ne suis pas peu fier de dire que l'Université de Caroline du Sud nous a comparés l'année dernière à LinkedIn Video, module d'apprentissage de la marque basé sur des cours filmés, et a conclu sur un échantillon

en formation est aujourd'hui réservée aux salariés les mieux rémunérés.

**Comment comptez-vous renverser la tendance ?**

Certains de nos clients ont suivi notre suggestion d'étendre leur portefeuille de quizz à tous les employés de leur organisation, qu'ils soient ou non directement concernés. De belles choses commencent à se produire. Mon exemple préféré jusqu'alors est celui d'une femme de ménage d'une grande chaîne hôtelière qui battait les barèmes de l'entreprise aux jeux qui leur étaient *a priori* dédiés. Elle a été promue en interne et a fait connaître ses talents par le biais de nos quizz. Très grande fierté ! Assoir notre reconnaissance de marque nous permet également de gagner en crédibilité auprès des employeurs. Cette même barmaid peut désormais écrire sur son CV qu'elle a joué 1500 heures sur iHuddle, obtenu 30 trophées répartis sur 50 jeux complétés. Lorsque les employeurs de tout le pays commenceront à reconnaître la valeur de ces compétences comme on reconnaît celle d'un diplôme ou d'une certification traditionnelle, nous serons entrés dans une toute nouvelle phase de notre évolution ! Nous sommes d'ailleurs en contact avec différents spécialistes de la *blockchain* pour définir quelle serait la meilleure façon d'encapsuler ce genre d'information et d'en garantir l'exhaustivité auprès de n'importe quel employeur.



Entretien

**Pierre Charvet**  
Cofondateur et CEO de  
Studi

*Numéro un français de la formation en ligne.*

**Le relai numérique des formations certifiantes**

**Qui fait appel aux formations de Studi et pourquoi ?**

Nos élèves sont principalement des actifs, de 32 ans d'âge moyen, en recherche de compétences et du diplôme associé facilitant leur évolution sur le marché du travail. Ils sont attirés par la souplesse que leur prodiguent nos formations et leur prix, égal au tiers de la valeur d'une formation équivalente, traditionnelle et présente. Ils peuvent démarrer leur apprentissage à n'importe quel moment, ralentir, accélérer et être accompagnés par l'un ou plusieurs des 1200 formateurs et coachs pédagogiques qui collaborent

avec Studi sept jours sur sept. Il existe aujourd'hui plus de 3000 séances de cours en direct sur la plateforme, de niveau CAP à Bac+5 en passant par les MBA, sans compter les contenus asynchrones, consultables à tout moment en ligne. Nous travaillons en partenariat avec l'école qui va diplômer nos apprenants et respectons les syllabus de l'Etat, notre rôle restant celui du « *proctoring* » (facilitateur et surveillant), ce qui rassure également les élèves quant à la validité et la reconnaissance de leur diplôme sur le marché de l'emploi.



Pierre Charvet

**Quels sont vos différenciateurs au vu de l'évolution rapide des offres concurrentes ces dernières années ?**

Depuis 2018, nous mettons l'accent sur les classes virtuelles en direct, la proximité entre élèves et leur accompagnement par notre équipe dédiée. Nous analysons automatiquement les données disponibles sur la plateforme (participation, résultats, intérêts, communication) de sorte que les coachs pédagogiques de Studi puissent adapter leur stratégie de suivi aux besoins de chaque élève. Nous sommes entrés dans le groupe Galileo la même année, ce qui nous a en outre permis de bénéficier d'une offre encore élargie de formations et de titres reconnus comme ceux du groupe ESG (écoles de management), du Cours Florent ou encore de l'Institut Supérieur des Arts Appliqués.

**Quel a été l'impact de la crise sanitaire sur l'activité de Studi et quelles sont les prochaines étapes de sa croissance ?**

On a gagné cinq ans de maturité de marché. Du jour au lendemain, tout le monde a bien été obligé de se mettre au *digital learning* mais surtout, je crois sincèrement que la crise a renforcé chez beaucoup de gens leur volonté de changer de métier voire de vie. Quoi de plus simple et économique alors que de trouver leur formation pivot sur Studi ? Outre la pandémie de covid, en ce qui concerne

la France, la réforme du Compte personnel de formation (CPF) de 2019 nous a également beaucoup aidés. Il permettait déjà aux salariés de se former tout au long de leur carrière mais désormais, ils contrôlent la façon dont ils souhaitent consommer leurs crédits, exprimés non plus en heures mais en euros. Quant à notre croissance, 2022 est une année charnière puisque nous nous lançons à l'international avec des contenus en anglais et souhaitons expérimenter de nouveaux outils en ligne permettant aux élèves de créer des groupes de travail selon leurs affinités, leur rythme ou encore leur proximité géographique. Nous venons en outre de lancer Academee en partenariat avec M6, une nouvelle école 100% en ligne, diplômante, qui répond au besoin de certaines filières en tension comme la cuisine et la pâtisserie de recruter des candidats au profil technique, ayant bénéficié de l'expérience de professionnels reconnus et aguerris.



Neeti Sharma

Entretien

**Neeti Sharma**  
Co-fondatrice et présidente de  
TeamLease Edtech  
&  
**Shantanu Rooj**  
Co-fondateur et CEO  
de TeamLease Edtech

*"Make India employable"*

TeamLease Edtech est née de l'acquisition en 2017 de Schoolguru.com, plateforme de formation en ligne par TeamLease, leader du conseil en ressources humaines et de l'apprentissage en entreprise en Inde. Pourquoi ce rapprochement ?

Schoolguru s'est positionné en 2012 comme le support permettant de numériser le contenu des cours des universités indiennes pour les rendre accessibles au plus grand

nombre, résolvant ainsi le problème majeur de la distance entre le lieu de résidence des étudiants et leur campus. Au fur et à mesure de nos contributions auprès des universités indiennes, nous nous sommes rendu compte que la grande majorité des étudiants terminaient leurs études diplôme en poche mais sans opportunité d'emploi. Le constat de TeamLease par ailleurs, qui contribua à l'embauche d'une personne toutes les cinq minutes dans le pays, est que les opportunités d'emploi ne manquent pas. Notre vrai défi était donc de faire le pont entre l'offre et la demande en rendant les apprenants employables.

Qui peut aujourd'hui emprunter ce pont et comment le construisez-vous ?

Environ 250 000 étudiants repartis dans une cinquantaine d'universités font pour le moment partie du programme de partenariats entre employeurs et universités. Nous souhaitons bien entendu que la majorité de nos étudiants en bénéficient à terme – c'est-à-dire près de 500 000

selon notre dernier recensement. Le principe est simple : il s'agit d'offrir aux étudiants des formations diplômantes et de travailler en alternance chez un employeur pendant leurs études, leur permettant ainsi bien souvent de les financer, d'acquérir des compétences que leur seul apprentissage universitaire ne leur fournirait pas et d'augmenter leurs chances de trouver un (autre) emploi lorsqu'ils sont diplômés, lequel sera alors mieux rémunéré que s'ils n'avaient pas suivi ce cursus. L'alternance n'est pas un concept novateur et l'Allemagne en est l'exemple le plus efficace au monde mais ici, en Inde, son apparition est récente et nous sommes les pionniers de sa mise en application.

Les fondations de ce pont sont ensuite technologiques. Nous avons conçu un système de gestion d'apprentissage (LMS) propre, développé une *Remote proctor online assessment platform* pour l'évaluation et la validation des connaissances – alimentée par de l'intelligence artificielle –, un portail d'agrégateurs de formation pour les enseignants et une plateforme virtuelle d'échange



Shantanu Rooj

d'emplois sur laquelle tous nos étudiants et partenaires peuvent entrer en contact.

**Quels sont vos différenciateurs au vu de l'évolution rapide des offres concurrentes ces dernières années ?**

Nous sommes un fournisseur de solution pour « l'employabilité ». Ce n'est pas une chaîne de valeur facile à reproduire. Nous sommes leaders sur le marché national. Des géants de l'Edtech sont bien entendu installés en Inde mais ils résolvent d'autres problèmes. Byju's se concentre par exemple sur le tutorat éducatif. Nous suivons ensuite un modèle de développement en B2B et non pas en B2C comme la majorité des entreprises du secteur. Nos clients finaux sont des entreprises et des universités indiennes, leurs collaborateurs et étudiants sont nos utilisateurs.

Quant à notre segment particulier, je pense que nous avons quelques avantages pérennes. Tout d'abord, notre compréhension fine des compétences que l'industrie

cherche, de l'écart existant entre ces dernières et celles des étudiants, ainsi que de leur besoin en formation continue. La valeur ajoutée de notre LMS, des données associées à l'apprentissage des étudiants et celle de notre programme d'alternance est telle que nous sommes désormais en mesure de contribuer à l'ajustement des syllabus et des fiches de postes d'une année sur l'autre.

Enfin, en Inde, on ne peut pas prétendre enseigner si l'on se limite à l'anglais. TeamLease Edtech propose à ce titre des supports de formation dans 19 langues parlées sur le territoire national.

**Quels sont les prochaines étapes de votre développement ?**

De la même façon que nous sommes désormais capables de suggérer la mise à jour de cahier des charges de nos clients, nous serons bientôt en mesure de suggérer la suite de son apprentissage à un apprenant, quel cours suivre, selon quel mode (conversationnel, asynchrone, direct, etc.) selon ce que nous aurons appris de lui durant ses

trois à quatre années de présence sur nos plateformes. Nous avons toutes les données nécessaires à la compréhension de sa « psyché d'étudiant », lesquelles nous aident à lui fournir une solution chaque fois plus pertinente. Plus ponctuellement aussi, nous travaillons au développement d'une solution holographique nous permettant de redorer l'image de l'enseignement à distance, qui n'est pas encore aussi bien perçue en Inde que ce que nous souhaiterions.





Entretien

**Rafael Gozalo**  
Cofondateur et CEO de  
The Power MBA (TPMBA)

The Power MBA (TPMBA), renommé The Power Business School en 2022, est une école de commerce virtuelle proposant des cours de 15 min par jour enseignés par des entrepreneurs et des experts de renommée mondiale.

Non accrédités et fiers de ne pas l'être !

**Vous êtes détenteur d'un MBA traditionnel. Pourquoi avoir créé le TPMBA ?**

J'ai réalisé que cette formation traditionnelle était coûteuse et que le résumé des cours fourni en fin de



Rafael Gozalo

programme suffisait bien souvent à m'apporter plus de 50% des savoirs que j'étais venu acquérir. Certaines heures pouvaient en définitive être évitées. Selon ensuite que l'on fréquente une école de commerce ou une autre, on n'apprend pas forcément « des meilleurs » puisque l'établissement est logiquement soumis à des critères de proximité géographique des enseignants, à leur satisfaction salariale ou encore à leur degré d'implication dans leur travail. Enfin, la méthode d'évaluation est majoritairement basée sur la participation des élèves, ce qui me parut rapidement opportuniste et sans grande valeur ajoutée. Je pense enfin qu'en contrepartie des frais de scolarité déboursés, une école de business devrait garantir à ses élèves une certaine reconnaissance de marque et l'accès à un réseau professionnel de qualité. Ce n'est pas toujours le cas. Ces observations sont à l'origine de la création du TPMBA.

**Qui sont les clients de The Power Business School aujourd'hui et quel est son mode de fonctionnement ?**

En 2022, nous attirons principalement des « cols blancs ». La reconnaissance d'un diplôme n'est pas à l'origine ce qui les attire mais par la force des choses, notre modèle est de plus en plus reconnu sur le marché du travail. Le programme type du TPMBA, ce sont environ 250 sessions vidéo de 15 min chacune dans lesquelles les fondateurs et dirigeants d'entreprises mondialement

reconnues comme Netflix, Tesla, YouTube ou encore Shazam partagent leurs connaissances pratiques et les clefs de leur succès et stratégie. L'inscription coûte un peu moins de 900 euros. Ensuite nous prenons soin de notre communauté, nous organisons des événements virtuels et présentiels qui permettent de renforcer les liens entre étudiants de sorte qu'un véritable réseau The Power Business School se crée. Aujourd'hui plus de 70 000 personnes se forment chez nous et le bouche à oreille est fondamental à ce stade de notre croissance.

**Quels sont les prochaines étapes de votre développement ?**

Nous testons différents canaux de diffusion de nos contenus. En 2021, nous avons signé un partenariat avec Iberia afin que nos vidéos puissent être visualisées sur certains vols intercontinentaux. Nous avons récemment signé un accord avec Harvard Business Publishing Education pour que certains de leurs contenus soient disponibles dans nos programmes. Il ne s'agit pas de chercher une quelconque accréditation mais plutôt d'associer une image de marque supplémentaire aux contenus proposés. Cette élasticité de la marque est nécessaire pour notre progression sur le marché. Nous menons d'autres prospections, notamment avec Amazon Prime. Notre but est vraiment que nos élèves apprennent toujours des meilleurs, à moindre coût, à n'importe quel moment de leur carrière.

#### Histoire de start-up

## ATORIKA NE VEUT PAS « DONNER DE L'ÉCRAN POUR DONNER DE L'ÉCRAN »

Cofondée en 2021 par Isabelle Van Everbroeck, cette start-up française entend redorer le blason des travaux pratiques (sciences et art) auprès d'élèves



du primaire et du secondaire et de leurs parents. À partir du mois de mai, les premières box didactiques de la marque seront en vente sur le marché français. Isabelle Van Everbroeck et son mari ont été confrontés aux affres de l'enseignement à domicile durant la crise sanitaire, l'occasion pour eux de découvrir à quel point

leurs enfants peinaient à ingurgiter des cours en PDF expliquant le cycle de l'eau ou le déplacement des électrons dans un circuit électrique. « Ils n'étaient pas en détresse scolaire [...] les psychologues les avaient même diagnostiqués comme haut potentiel », relate cette entrepreneure qui, non contente d'avoir trouvé une solution pour aider ses enfants,



saisit aujourd'hui l'opportunité d'en aider bien d'autres. « Il y a tellement de manières de rendre ces enseignements pratiques ! On ne veut pas donner de l'écran pour donner de l'écran mais en effet, nous pourrons prochainement proposer des programmes en réalité virtuelle permettant aux enfants de manipuler des molécules et autres éléments et concepts physiques et chimiques que la théorie seule ne leur permet pas d'appréhender pleinement ». Les box d'Atorika sont conçues par des professionnels en accord avec les syllabus scolaires nationaux.



Histoire de start-up

## MADWORLD, PREMIER ESPACE DE COWORKING SUR LE MÉTAVERS

En février 2022, la Madrid Content School inaugurait un espace virtuel de *coworking* en partenariat avec La Agencia Encubierta dans lequel les avatars des étudiants de l'école et ceux des collaborateurs et clients de l'agence pourront interagir. Certains cours magistraux des Master en contenu de marques et créativité, qui étaient depuis 2020 presqu'exclusivement dispensés en ligne, le seront désormais dans l'amphithéâtre virtuel de *Madworld*. Son directeur académique et enseignant José Olivares Santamarina y voit « le futur de l'enseignement et du travail collaboratif dans une économie de l'attention ». *Madworld* est hébergé sur AltspaceVR (Microsoft), plateforme de réalité virtuelle sociale.



Histoire de start-up

## LE MENTORAT AU CŒUR DE L'ORIENTATION

Les prémixes de My Job Glasses sont encore consultables sur un simple fichier Excel datant de 2015. Frédéric Voyer, alors actuaire dans une entreprise d'assurance, y liste les coordonnées d'une quarantaine de personnes actives et leurs métiers ainsi que celles d'une poignée d'étudiants, potentiellement intéressés à s'entretenir avec ces professionnels tandis qu'ils se questionnent sur leur vocation et leur orientation. « L'idée est simple comme bonjour mais les pros et les étudiants sont revenus vers moi enchantés ! Cette heure d'entretien autour d'un café ou par téléphone fut riche d'enseignements pour tous, bien plus que la lecture d'une fiche d'orientation ou que 10 minutes d'échange lors d'un forum étudiant ». En 2022, plus de 52000 professionnels sont enregistrés sur la plateforme en

ligne de My Job Glasses et plus de 150000 étudiants y ont été accompagnés en 2021. Des binômes s'y forment tous les jours, dont l'entreprise facilite la correspondance, se positionnant désormais comme une « académie de l'orientation certifiante ». « Une sorte de TOEIC de l'orientation », assène l'entrepreneur, qui explique « que ces entretiens avec les mentors sont proposés aux jeunes, qui ne passent pas à l'étape suivante de leur accompagnement et de l'analyse de leur besoin d'orientation s'ils ne se prêtent pas au jeu ».

Par extension, le principe de la recherche de vocation et l'identification de compétences intéressantes également des institutions et entreprises telles que la Marine nationale, Saint Gobain ou la Société Générale, à qui My Job Glasses propose aujourd'hui de déployer des « programmes ambassadeurs » sur sa plateforme et qui, demain, bénéficieront de leur propre module SaaS interne dénommé Experience, qui leur permettra de mieux valoriser les compétences existantes de leur personnel, faciliter l'intégration de leurs nouveaux employés et détecter les « profils à haut potentiel ». « Même les régions nous contactent désormais car elles aussi ont besoin de coupler

l'offre d'emploi à la demande, les compétences locales aux besoins de leurs entreprises pour éviter la fuite de leurs talents ». Le fonctionnement de la plateforme est ensuite question de développements bien pensés, permettant tantôt de renforcer la participation des étudiants et des mentors (outils de conversation, de référencement, de recherche, gamification des interactions), tantôt d'évaluer le poids des différentes contributions, à grand renfort de scores, commentaires et autres éléments constitutifs d'une réputation professionnelle valide et consultable. L'équipe de My Job Glasses travaille à ce titre au développement de podcasts et autres contenus asynchrones permettant d'accélérer la formation de binômes compatibles et l'orientation de chacun. ■