

APPRENDRE EN S'AMUSANT

grâce aux nouvelles technologies

Face aux nouveaux usages du numérique, le groupe Unique Heritage Media continue à explorer les nouveaux horizons du marché des médias jeunesse en proposant une large gamme de produits numériques et papiers adaptés aux enfants de 2 à 15 ans. ***Le point avec Emmanuel Mounier (94), Président & fondateur d'Unique Heritage Media***



Emmanuel Mounier (94)

Quelques mots pour nous présenter Unique Heritage Media.

Le groupe Unique Heritage Media est devenu en 4 ans un des acteurs majeurs des médias à destination du segment Famille et Jeunesse. Il est principalement concepteur, éditeur et producteur de contenus aussi bien sous forme de livres, de magazines ou d'applications numériques. Nous prévoyons en 2019 de développer une de nos marques fortes en dessins animés.

Parmi nos principales filiales, nous pouvons citer « Fleurus Presse », acteur majeur de la presse éducative depuis près de 90 ans, mais aussi la maison d'édition Jeunesse « Quelle Histoire », qui édite des livres permettant aux enfants de

6 à 10 ans de découvrir l'Histoire en s'amusant, et qui connaît un succès qui ne se dément pas, depuis son acquisition en 2014. Cette start-up a connu un énorme succès depuis son acquisition en 2014. En quelques années, cette entité a vu son chiffre d'affaires bondir de quelques milliers d'euros à près de 3 millions d'euros fin 2019.

60 % de nos revenus proviennent de formules d'abonnements magazines, mais également Livres et applications numériques. Les supports numériques en particulier sont dédiés à l'apprentissage des langues, ils ont été développés en collaboration avec la start-up Pili Pop Labs, que nous avons rachetée en 2016. Nous comptons environ 70 collaborateurs qui sont engagés dans la création de contenus, la gestion du marketing et l'administration du groupe.

En tant que Président Fondateur d'Unique Heritage Media, dans quelle mesure votre formation à l'École polytechnique a-t-elle permis de vous inculquer un esprit entrepreneurial ?

Ma formation à l'École polytechnique m'a permis d'améliorer mes connaissances et de me doter de compétences nécessaires en termes de communication et de leadership.

Au-delà d'une formation académique de haut niveau dans les domaines des sciences et technologies, l'École polytechnique permet de développer une rigueur et une réelle capacité à réfléchir, à résoudre des problèmes complexes auxquels nous sommes confrontés.

Après une expérience de 7 ans dans l'industrie aéronautique durant laquelle j'ai occupé le poste

de Directeur de la stratégie du groupe puis la présidence de filiales opérationnelles du groupe Safran, les opportunités et mon goût de l'entrepreneuriat m'ont rapidement guidé vers le monde des médias Jeunesse.

L'esprit entrepreneurial peut être décrit par un ensemble de caractéristiques traduisant plutôt un tempérament comme la prise de risque et l'appréciation des résultats.

À l'heure des tablettes et du smartphone, quels sont les effets des usages numériques sur l'apprentissage ?

Grâce à leur interactivité, les tablettes et les smartphones représentent de magnifiques outils d'apprentissage et de révision. Aujourd'hui, les enfants, comme les parents peuvent y consacrer beaucoup de temps. Nous parlons de plus en plus du temps d'écran.

Au sein du groupe Unique Heritage Media, nous avons développé en partenariat avec Pili Pop Labs, des applications permettant d'apprendre des langues comme l'anglais, le français ou l'espagnol en s'amusant. À travers une série de jeux, nous proposons une méthode innovante d'apprentissage reposant sur l'écoute et la pratique orale des langues étrangères.

Ces applications interactives, accessibles via smartphones et tablettes permettent à l'enfant de vivre une expérience augmentée de l'apprentissage, basé sur une intelligence artificielle de reconnaissance vocale inédite adaptée aux enfants.

Nous contribuons également au développement de la motricité fine des enfants, à travers les jeux que nous proposons, une belle garantie d'un développement harmonieux de

“Nous prévoyons en 2019 de développer une de nos marques fortes en dessins animés.”

l'apprentissage de l'écriture.

En parallèle, les nouvelles technologies permettent d'aller encore plus loin : certains acteurs du monde numérique proposent des applications permettant de numériser les cours, les exercices et même les devoirs pour répondre aux questions, faire les exercices et envoyer les réponses aux professeurs. Google et Apple tentent à ce titre de grandes initiatives dans certains établissements scolaires.

Je fais partie de ceux qui pensent qu'il faut néanmoins trouver un juste équilibre entre les nouveaux modes d'apprentissage basé sur le numérique et les média plus traditionnels (livres, magazines). À chaque média, sa méthode d'apprentissage. Chaque support permet aux enfants de développer différentes interactions, autant de formes de compétences qui leur seront utiles dans le futur.

Chez Unique Heritage Media, nous tenons ainsi à développer des activités intelligentes tout en gardant une importante place au papier.

Quels sont les enjeux de l'usage du numérique dans la pédagogie éducative des enfants ? Comment pouvons-nous transformer l'usage du numérique en un vecteur de développement ?

Aujourd'hui, l'usage du numérique par les enfants passe par 2 étapes majeures, à savoir :

- Apprendre à se servir du numérique de manière adéquate à travers une éducation numérique. Cela passe par une bonne gestion du temps passé devant l'écran et en développant d'autres compétences et différentes formes d'apprentissage, notamment en renforçant leur niveau de sociabilité (en jouant au football par exemple).
- Appréhender les nouvelles formes d'apprentissage, tout en s'appuyant sur les outils plus anciens. En effet, les outils numériques offrent une grande interactivité tout en valorisant les expériences sensorielles, ils permettent de faciliter l'apprentissage et

la mémorisation des informations. Il en va de même d'un jeu de labyrinthe, d'un coloriage ou d'articles de magazines, écrits et structurés par une équipe éditoriale dont le seul objectif est de faire une synthèse qui attire et attise l'esprit de l'enfant ou de l'adolescent.

Unique Heritage Media vient de lever 5 millions d'euros pour financer son développement. Quelles sont vos principales perspectives ?

Nous tenons à développer les formules de nos abonnements sur différents types de produits. En particulier, nous continuons à développer les abonnements sous forme de magazines, couplés à une offre numérique enrichie.

En particulier, sur un marché qui connaît une forte concurrence, nous comptons continuer à développer notre filiale Fleurus Presse rachetée en 2015, et à travers elle plusieurs marques importantes très connues des enfants et des adolescents : Abricot, Pirouette, Le Monde des Ados et la nouvelle gamme « Tout Comprendre ». Sous le sceau de la marque National Geographic, nous venons de lancer en 2017 un nouveau magazine : « National Geographic Kids », il permet aux enfants de découvrir l'Histoire, la nature et les grands explorateurs. Ce magazine contribuera à renforcer la prise de conscience des jeunes quant aux enjeux environnementaux. Au niveau de l'édition des livres, cette levée de fonds nous permet de pérenniser le développement de la marque « Quelle Histoire » à travers l'optimisation de notre besoin en fonds de roulement. ×

Bio express

Ancien élève du Prytanée national militaire (La Flèche), Emmanuel Mounier (94) a débuté sa carrière dans le domaine des fusions acquisitions au sein de BNP Paribas, puis du cabinet d'André Lévy-Lang et chez Pechiney (devenu Alcan).

En 2006, il rejoint Dassault Systèmes comme directeur des relations investisseurs et des fusions & acquisitions, puis Safran comme Directeur de la Stratégie en 2007. En 2011, il devient PDG de Morpho Détection International. En 2014, il fonde la société Unique Héritage Media. En 2016, il reprend les activités d'apprentissage des langues à destination des 6-10 ans développée par Pili Pop Labs et lance Unique Heritage Editions. En 2017, il a repris le site destiné aux « digital mums » Wondercity.

EN BREF

- *Création en 2014*
- *72 collaborateurs dont 78% de femmes*
- *Un Chiffre d'affaires de 30 millions d'euros*
- *Les marques Unique Heritage Media : Fleurus Press (plus de 10 millions de magazines vendus chaque année) ; Quelle Histoire Editions (800 000 livres vendus, 1 200 000 téléchargements) ; Pili Pop Labs (800 000 téléchargements) ; Wondercity (une communauté de 410 000 « digital mums » qualifiées)*