

IONIS MAG

Le Magazine de **IONIS** ■ Automne 2015
EDUCATION GROUP

**LE GRAND ENTRETIEN :
ARNAUD DE PUYFONTAINE**

**30 AVENTURES
ENTREPRENEURIALES
REMARQUABLES**

L'EPITA, leader
de la cybersécurité

Paroles d'Anciens :
Anne-Sophie Pic



SOMMAIRE

- P.4** LE GRAND ENTRETIEN
Arnaud de Puyfontaine
- P.11** DOSSIER
30 aventures entrepreneuriales remarquables
- P.26** ENTRETIEN
Marc Sellam
- P.32** REMISE DES TITRES
- P.46** HACKATHON IONISx
- P.48** E-ARTSUP : LES GRANDS PROJETS
- P.52** LA CYBERSÉCURITÉ À L'EPITA
- P.55** LANCEMENT DE IONIS UP
- P.56** DÉFI H 2015
- P.58** ILS ENSEIGNENT, ILS PUBLIENT
- P.64** C'EST QUOI L'IDÉE
- P.66** PORTRAIT D'ASSOCIATION
Le Club Afriseg
- P.68** PAROLES D'ANCIENS
Anne-Sophie Pic, Cyprien Verseux
- P.71** TRIBUNE LIBRE
Cédric Prunier
- P.72** ENTREPRENEURS
- P.74** AU CŒURS DES ÉCOLES
- P.86** NOMINATIONS
- P.90** AGENDA



DIRECTEUR DE LA RÉDACTION

Marc Drillech
marc.drillech@ionis-group.com

RÉDACTION

Mathias Bocabeille
mathias.bocabeille@ionis-group.com

Antoine Laurent
antoine.laurent@ionis-group.com

Arnaud Rollet
arnaud.rollet@ionis-group.com

CONCEPTION GRAPHIQUE

Aurore de Cagny
aurore.decagny@ionis-group.com

CORRECTION

Monique Perrot-Lanaud

IONIS EDUCATION GROUP

2, rue des Quatre Fils - 75003 Paris
Tél. : 01 44 54 13 06 - Fax : 01 42 71 15 21
www.ionis-group.com - ionismag@ionis-group.com

Imprimé sur Cocoon Offset FSC 100% recyclé



É

D

#30

T

O

Il y a plus de huit ans paraissait le premier numéro du « IONIS Mag ». Vingt-neuf numéros plus tard, il a bien grandi et a pris de l'épaisseur. Cette évolution n'est pas le fruit du hasard. Elle reflète le développement du Groupe IONIS. Lui aussi, a connu d'importantes évolutions. À commencer par la création de nouvelles écoles et la constitution de nouveaux campus. Pour Marc Sellam, président-directeur général du Groupe, ces espaces au cœur de la ville constituent le « meilleur choix pour l'étudiant, celui qui offre les meilleures conditions de vie et d'études » (p. 26). Dans ces lieux se côtoient des écoles d'univers différents – mais ô combien complémentaires – et « le nombre de projets entrepreneuriaux découlant de cette transversalité sont plus nombreux chaque année ».

Car l'entrepreneuriat a toujours fait partie de nos valeurs et nous mettons tout en œuvre pour transmettre cet état d'esprit à nos étudiants, y compris dans leurs cursus. À l'occasion de ce 30^e numéro, nous avons voulu vous faire découvrir 30 aventures entrepreneuriales remarquables (p. 11). Qu'il fut compliqué de faire un choix parmi le grand nombre d'entreprises créées par nos diplômés – et tant mieux ! Cette richesse traduit le dynamisme de ceux qui font notre fierté et pour qui nous mettons tout en œuvre pour qu'ils réussissent.

La réussite ne se décrète pas, elle se gagne, quitte à devoir tout remettre en cause. C'est ce qu'explique Arnaud de Puyfontaine, président du directoire de Vivendi, qui, parlant des médias, insiste sur « la nécessité de réinventer un écosystème » qui « a complètement explosé » (p. 4). Le numérique a tout balayé. Il a également bouleversé l'enseignement et le rapport à l'apprentissage. Avec IONISx, la structure qui pilote l'enseignement numérique du Groupe, nous réfléchissons à quoi ressemblera le cours du futur (p. 46). Toute révolution doit être accompagnée et non pas subie. L'EPITA l'a bien compris, en se positionnant très tôt comme un acteur incontournable de la cybersécurité. Celle-ci est devenue un enjeu essentiel pour les entreprises qui ne peuvent plus en faire l'économie (p. 52). Enfin, autre invitée de marque de ce numéro, Anne-Sophie Pic, diplômée de l'ISG, seule femme chef triplement étoilée de France (p. 68).

Rien n'est plus triste que l'immobilisme.
En trente numéros, nous avons changé. Et vous aussi, pour le meilleur.

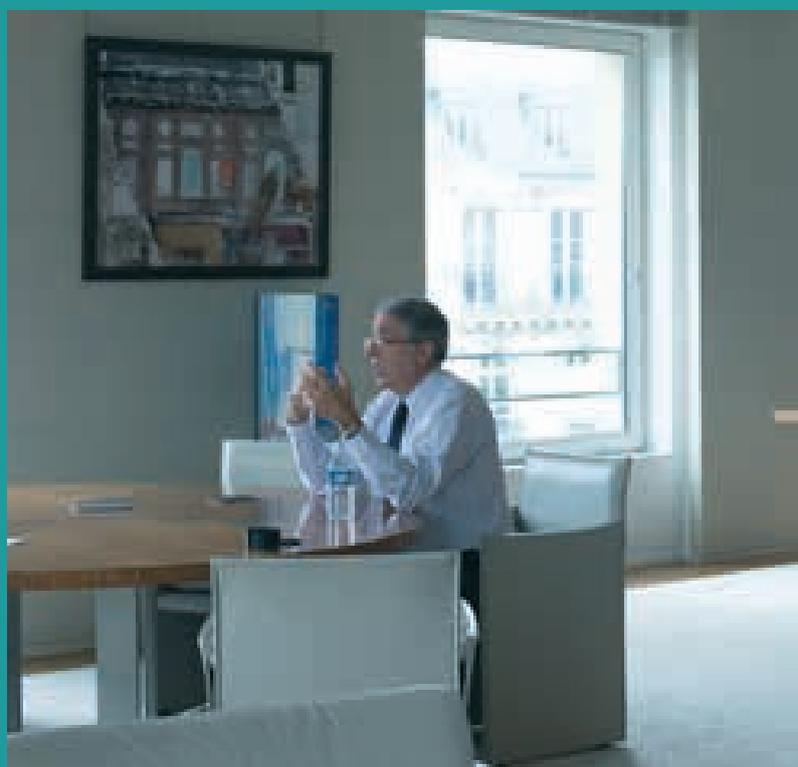
Marc Drillech, directeur général de IONIS Education Group

**« Ceux qui prônent
le statu quo seront
les fossoyeurs
de l'industrie
des médias »**



Le Grand Entretien **Arnaud de Puyfontaine**

Ne pas avoir peur du changement. À l'heure où l'ensemble du secteur des médias et de l'entertainment est bouleversé par les nouvelles manières de s'informer et de se divertir, c'est ce que préconise Arnaud de Puyfontaine, président du directoire de Vivendi. Il analyse avec réalisme cette période incertaine – mais ô combien passionnante – et plaide pour une réinvention durable du journalisme et des médias comme de leur création et de leur distribution.



Comment qualifieriez-vous, du point de vue de l'histoire des médias, la période que nous vivons ?

C'est une révolution copernicienne. Nous sommes dans une phase de réinvention totale du secteur média, pour des raisons qui sont liées principalement à l'impact de la technologie sur la manière dont les consommateurs gèrent leur relation avec les médias. Au niveau du consommateur, il y a l'abscisse et l'ordonnée, à savoir le temps et l'argent disponibles. Dans un monde idéal, la quantité d'argent disponible peut augmenter avec le temps, ce qui n'est pas le cas du temps disponible. Nous sommes de plus en plus sollicités et la façon de consommer l'information et l'entertainment a complètement explosé. Nous nous retrouvons face à la nécessité de réinventer un écosystème plus normé et d'accompagner une évolution structurelle des comportements des consommateurs. Cela ne concerne pas que la Génération Y. On le voit aussi chez les seniors, on le voit partout. Nous assistons à une totale reconfiguration de l'écosystème, à une réinvention de l'espèce « média ». Cela permet une redéfinition du marché, du modèle économique et de ce que sera l'environnement médias/entertainment de demain.

Pourquoi les médias ont-ils autant de mal à se renouveler ?

Il y a eu du grand n'importe quoi pendant un certain nombre d'années. Les Anglais ont une phrase qui parle d'elle-même : « If you pay peanuts, you get monkeys » (« Si tu payes en cacahuètes, tu attires les singes »). Est-ce que le contenu peut être gratuit ? Une certaine forme, peut-être, mais fondamentalement le contenu de qualité se paie. Il a une valeur. Le modèle publicitaire sur lequel on peut financer de la qualité – parce qu'on a une audience et que si on a une audience, on a de la pub – n'a qu'un temps. Quand vous regardez des modèles de distribution à la YouTube, les éditeurs de contenus ne gagnent pas d'argent, ce sont les distributeurs qui en gagnent. C'est l'Arche de Noé : on monte sur un bateau, il y a un orage, ça gronde de toute part, on veut atteindre un objectif qui permettra de reconstruire le monde. Par rapport aux caractéristiques de ce nouveau monde, je suis convaincu de la valeur des

marques. Ce sont des labels et c'est essentiel. C'est vrai en matière d'information comme en matière d'entertainment. N'y a-t-il rien de plus frustrant que de dédier du temps à un exercice de consommation d'entertainment, de payer parfois et d'en ressortir déçu ? C'est très, très frustrant de lire un livre, de voir un film, d'écouter un CD et d'être déçu par rapport au temps qu'on y a consacré, parce que le temps a une valeur de plus en plus grande aujourd'hui. La sollicitation étant de plus en plus importante, la gestion du temps est de plus en plus complexe. Tous ces éléments rendent encore plus nécessaire le fait de pouvoir faire confiance à des marques.

Si je veux être informé, j'apporterai par exemple, au « Figaro », au « Monde » ou à une marque d'information générale, plus de crédibilité. Je considérerai l'information comme valide, digne de confiance, même si je me sais dans un certain environnement de pensée. Si je consulte Fox ou CNN, Mediapart ou Atlantico, je connais l'environnement dans lequel je suis. Il y a une supposée crédibilité de l'information liée à cette marque. Transposons ce rapport à l'entertainment : si je vais voir un film de Disney, je sais qu'il a une crédibilité par rapport à ce qu'est la marque Disney et à ce que sont ses produits. De la même manière, lorsque je suis face à un produit Canal+, je sais que c'est un certain positionnement, une certaine valeur ajoutée. Dans la consommation et la façon dont évolue ce secteur, la valeur des marques médias – leur capacité à pourvoir apporter de la crédibilité, de la valeur ajoutée, de me guider par rapport au choix que je vais faire – sera plus décisive que jamais.

À l'heure où les chiffres d'audience sont plus scrutés que jamais et que les choix éditoriaux se font en conséquence, comment tirer son épingle du jeu ?

Dans un monde qui a été défini dans une sorte de globalité entre les contenus et la distribution, cette dernière explose. L'accès aux consommateurs est aujourd'hui complètement protéiforme. Tout cela donne à la qualité du contenu une dimension absolument essentielle. Le contenu est roi. Le monde dans lequel nous sommes et celui

« Dans la consommation et la façon dont évolue ce secteur, la valeur des marques médias sera plus décisive que jamais »

que nous sommes en train de préparer feront de cette phrase non plus un gimmick de la première vague de l'Internet mais une réalité. Pour détourner une formule célèbre de Marc Andreessen, « le contenu dévore le monde ». « Game of Thrones » d'HBO, « Le Bureau des Légendes » de Canal+ ou d'autres produits, c'est ce que vous voulez – que vous le consommiez sur votre tablette, votre écran de télévision, votre smartphone, où que ce soit, que vous passiez par un opérateur de télécommunication, par Amazon, par Dailymotion... Tous ces éléments sont des plateformes, des « go-to-market ». C'est la valeur du contenu qui est essentielle et qui sera l'élément de différenciation.

Aujourd'hui, en termes de contenu, les Américains sont extrêmement forts. On assiste à une explosion des terrains de jeu. Deux terrains de jeu sont aujourd'hui, et depuis peu, rendus possibles : l'Asie et l'Afrique. En Chine, tout le domaine des médias et du contenu était de la distribution physique et il n'y avait pas de business à cause des piratages. Il y a désormais des opérateurs qui se développent, des plateformes, comme Alibaba, qui ont besoin de contenu même s'ils viennent de l'e-commerce. Ces nouveaux terrains d'expansion – ce nouveau monde – constituent un espace qu'un opérateur qui a une vision mondiale des perspectives de développement doit intégrer. C'est nouveau et ce sera très important. D'ailleurs, l'Afrique sera la Chine du 21^e siècle. On pense de manière beaucoup plus globale.

Le big data est-il aujourd'hui, pour Vivendi notamment, une réalité ?

C'est une réalité. Le big data est l'un des quatre chantiers stratégiques qui permettent de considérer aujourd'hui, que Vivendi est une maison dont la valeur est supérieure à la somme de ses parties. Ces chantiers sont : les stratégies internatio-



Ce nouvel univers, en train de se préparer, sera fondé sur ces besoins non nécessaires que nous appelons, en marketing, des «unarticulated needs»



nales, les stratégies de distribution, les stratégies d'interaction des talents dans les milieux créatifs qui sont les nôtres et, enfin, le domaine de la data. Notre devoir est de satisfaire les envies de divertissement de nos clients. La data, de ce point de vue, est quelque chose d'éminemment essentiel dans notre stratégie. Au-delà des mots, il y a des réalités. C'est l'initiative que nous avons prise, avec Havas et Universal au Consumer Electronic Show (CES) de Las Vegas, au mois de janvier 2015, sur ce que nous avons appelé la Global Music Data Alliance : nous possédons des dizaines de millions d'informations sur nos consommateurs et Havas a de formidables équipes en matière d'algorithmes pour traiter ces informations. Nous avons un gros projet d'investissement dans des Data Management Platform (DMP) qui permettra effectivement d'agréger et d'apporter de la valeur dans toutes ces données. « Big data » n'est pas qu'un gros mot. C'est quelque chose qui va marquer l'entreprise dans les années à venir de manière tout à fait structurelle et stratégique.

La connaissance de qui vous êtes et de ce que vous aimez, dans un environnement de consommation des biens culturels et récréatifs non nécessaires, est un aspect très important. L'évolution des médias et du business de l'entertainment est liée à l'évolution de la classe moyenne. Aujourd'hui, par rapport à cette capacité de distribution très protéiforme, à cette matière censément infinie qui vous est proposée, si vous êtes dans une relation avec un opérateur qui va anticiper ce que sont vos goûts et qui va pouvoir vous démontrer que c'est cela que vous allez aimer, et qui même, en amont, va produire une forme de contenu qui répondra à vos besoins, vous êtes dans ce nouveau monde. Ce nouvel univers, en train de se préparer, sera fondé sur ces besoins non nécessaires que nous appelons, en marketing, des «unarticulated

needs» de sorte que la data et la capacité de pouvoir bien intégrer ces aspects vont être essentielles dans l'écosystème et le business model des opérateurs.

L'un des grands enjeux est donc d'allier richesse analytique et brio créatif ?

Je suis rentré dans le secteur des médias parce qu'il y avait cette équation fantastique. Ça n'a pas changé. Il y a dans ces industries créatives la capacité de gérer cette dimension humaine à la fois complexe mais phénoménalement attrayante et excitante ainsi que le business. Avec la créativité sans business, il n'y a pas de pérennité. Sinon ça s'appelle de la philanthropie. Et dans les milieux créatifs, s'il n'y a que le business, ça s'appelle du n'importe quoi. Il y a beaucoup de similitudes avec le secteur de la mode et du design. Si on prend l'exemple du Royaume-Uni, les industries créatives ont globalement un taux de croissance deux fois supérieur au taux de croissance moyen du pays et cinq fois plus de créations d'emplois. Pourquoi le Royaume-Uni peut-il afficher ces chiffres qui, malheureusement, ne sont pas de même nature en France ? Nous avons l'intention de faire de Vivendi un acteur qui va pouvoir changer cela et faire en sorte que les règles du jeu puissent être redéfinies. Allier le créatif et le business est une dimension passionnante dans ces métiers.



Il y a en France un environnement très «village gaulois» qui ne s'est pas suffisamment ouvert sur l'International



Face à toutes ces révolutions, les grandes marques sont-elles encore gérées comme des marques traditionnelles ou comme des marques média ?

Une marque comme Canal+ dépasse le cadre de la marque média. Il y a une vraie marque au sens général du terme. C'est un actif fort qui permet à Canal+ d'avoir, par exemple, 1,7 million d'abonnés payants en Afrique francophone subsaharienne.

Canal+, c'est une certaine forme de consommation. C'est une marque qu'on développe, via notamment le Studio Canal. Il y a une vraie réflexion sur cette thématique. Les médias, l'entertainment et tout ce que cela représente font tellement partie de l'écosystème, fédèrent tellement d'audience, qu'ils permettent d'aller sur des territoires bien plus vastes. C'est comme un chanteur : l'industrie de la musique s'est développée pour vendre de la musique, mais aujourd'hui le secteur a changé. Bien sûr que c'est un des éléments du business, mais ce qui est important, c'est de créer une marque à part entière. Comme Pharrell Williams ou Jay-Z l'ont démontré, comme Sam Smith est en train de le faire. On est dans cet univers où les marques média, les stars, les talents, tous ces éléments changent complètement les règles du jeu. C'est ce qu'on appelle l'hybridation.

Comment expliquer finalement qu'« Elle » n'ait pas créé Aufeminin.com, qu'Auto Plus n'ait pas créé Blablacar et que « Géo » n'ait pas créé Airbnb ? Est-ce qu'ils ne se sont pas repliés sur ce concept de marque média qui ne faisait que du média ?

C'est lié à plusieurs choses. Il y a en France un environnement très «village gaulois» qui ne s'est pas suffisamment ouvert sur l'International. On le voit dans tous les secteurs. L'hyper-régulation à laquelle sont soumis nos métiers et l'archaïsme de certaines contraintes réglementaires font en sorte qu'on est malheureusement en train de rater le coche sur un certain nombre de mutations. Mais il n'est pas trop tard pour bien faire ! C'est un des projets et des visions stratégiques du groupe Vivendi quant à la définition de son avenir. Et puis, cette sorte de nombrilisme ou de capacité à trop intégrer uniquement la problématique d'un pays a fait en sorte que par rapport aux différents secteurs, il y a eu, en France, un manque d'ambition. Quand j'ai travaillé sur les États généraux de la presse fin 2008, on se demandait comment faire pour créer un champion international des médias en France. Il y avait un candidat privilégié, mais lorsque j'ai rencontré l'interlocuteur qui m'avait confié cette mission, je lui avais dit qu'il y en avait deux autres : un

qui s'appelait Orange, l'autre qui s'appelait Vivendi. Il s'avère que les faits me donnent quelque peu raison, puisque c'est Vivendi qui est aujourd'hui un candidat crédible dans ces métiers. Le potentiel champion français à dimension mondiale s'appelle Vivendi. Maintenant, il faut beaucoup communiquer, rencontrer les interlocuteurs et expliquer que le repliement sur soi n'est pas une solution à long terme. La France a énormément d'avantages, il faut juste avoir un peu plus confiance en soi. Il ne faut pas avoir peur du changement. Il faut avoir la capacité de se mettre en position de risque et avoir une ambition qui permette de sortir des frontières de notre beau pays. De ce point de vue, il y a des aspects structurants, liés à l'évolution de la francophonie, à la richesse culturelle et historique de notre pays. Le plus beau V12 Ferrari, s'il n'a pas un bon châssis ni de bons pneus, n'atteindra pas les performances qui ont fait la réputation de cette maison. On a tout en France pour gagner le championnat du monde.

Comment va évoluer la presse écrite française ?

Je préfère ne pas imaginer que les choses restent en l'état. Si tel devait être le cas, je serais très pessimiste. Je pense que tous ceux qui prônent le statu quo seront les fossoyeurs de l'industrie. Maintenant, il est temps d'opérer un vrai « wake-up call » qui doit doter les entreprises de presse de stratégies, d'ambitions, d'actionnaires, d'équipes, dans un univers qui doit être réinventé dans sa distribution, dans sa raison d'être, dans l'évolution des métiers des journalistes. Pour ne plus être dans une logique de peau de chagrin mais dans un vrai redéploiement. Il n'y a pas de fatalité ni d'inéluçabilité.

Direct Matin, du groupe Bolloré [qui détient 14,5 % du capital de Vivendi], est-il un exemple dans ce domaine ?

C'est une marque formidable, l'une des premières marques média en France, qui touche des millions de Français tous les matins et qui symbolise ce genre de développement. Il y a aussi d'autres schémas, sur des marques plus anciennes. Quand on regarde aujourd'hui ce qui est fait dans la réinvention du « Monde » ou du « Figaro »,



Arnaud de Puyfontaine est président du Directoire de Vivendi depuis juin 2014. Il avait d'abord rejoint le groupe en tant que directeur général des activités médias et contenus. Diplômé de l'École supérieure de commerce de Paris (ESCP Europe) et de la Harvard Business School, il a baigné pendant toute sa carrière dans le monde des médias, avec des activités de direction au « Figaro », à Emap France ou encore au sein du groupe américain Hearst Corporation. Président du Conseil de surveillance de Groupe Canal+, président du Conseil de surveillance d'Universal Music France, administrateur de Schibsted Media Group, ancien président de ESCP Europe Alumni, Arnaud de Puyfontaine est chevalier de la Légion d'honneur, chevalier de l'Ordre National du Mérite et de l'Ordre des Arts et des Lettres.

il y a une vraie volonté. Ayant grandi dans l'environnement de la presse quotidienne puis de la presse magazine, quand j'ai quitté le secteur en France en 2009, je pensais vraiment que celle-ci serait en première ligne de cette mutation. Ces dernières années, c'est la presse quotidienne nationale qui a été la plus innovante dans sa manière d'intégrer la nouvelle donne

numérique. Le chemin est encore très long. Maintenant, il faut créer les conditions économiques qui permettent aux entreprises de gagner de l'argent, de pouvoir investir dans la formation et dans la qualité. Quand on regarde les investissements de nos voisins européens dans la qualité éditoriale, le modèle allemand, italien, espagnol et anglais notamment, il y a plein de succès

“
Encore une fois, l'enjeu, c'est le contenu. Contenu, marque et ensuite capacité de distribution multi-canal”

stories qui permettent de pouvoir renouer avec la croissance – avec une vraie stratégie de redéploiement de la marque, de multiplication des sources de revenus, de qualité, de ce que l'on apporte en matière d'information, de capacité d'utilisation de cette marque pour aller dans les services, de développement dans le digital. Des exemples de la vision stratégique de ces entreprises qui donnent de l'envie, de l'enthousiasme, qui permettent de sortir des plans sociaux ou des décisions malheureuses qui font que le secteur a la gueule de bois. Alors on dit : « La France, la loi Bichet, la démocratie, la spécificité française... » Foutaises ! Ces arguments sont mis en avant par les grands défenseurs du statu quo. Il faut arrêter de dire que la France est idéale de ce point de vue. La France, dans son inertie et son incapacité à se positionner par rapport aux enjeux de mutation de ce secteur, a créé la situation actuelle. C'est un carcan dû à ceux qui ont été trop

longtemps les acteurs du secteur et à ceux qui n'ont pas eu le courage de la réforme. J'ai eu la chance de pouvoir faire l'acquisition pour Hearst Corporation des activités internationales du groupe Lagardère Active, de pouvoir ainsi avoir des exemples de marché entre la Chine, la Russie, le Japon, les pays européens que je citais, ou les États-Unis. Tout cela démontre qu'un vrai projet de réinvention, bien que difficile, est possible. Presse française, lève-toi !

Et dans le secteur de la télévision ?

Nous sommes dans l'ère de la dé-linéarisation de la consommation du contenu audiovisuel. Ce qui est très important, c'est de faire en sorte que les distributeurs actuels, les télévisions, se positionnent en amont sur la chaîne de valeur en étant dans le domaine de la production. Aujourd'hui, en France, le fameux débat sur le rapport entre les producteurs et les diffuseurs est d'un archaïsme total par rapport à d'autres pays européens. Quand on regarde une entreprise comme ITV (groupe audiovisuel britannique contrôlant onze des quinze chaînes régionales) qui en 2009 était au milieu de nulle part, eh bien après sa reprise par Adam Crozier, ancien patron de la poste britannique, la valeur de son action

a été multipliée par cinq, notamment avec la création d'ITV Studio, une maison de production. Encore une fois, l'enjeu, c'est le contenu. Contenu, marque et ensuite capacité de distribution multi-canal. Qu'est-ce que cela signifie ? Qu'il y a parfois des domaines dans lesquels il y a une offre trop forte et que celle qui subsistera sera celle du meilleur contenu avec la meilleure expérience utilisateur. Et avec des enjeux qui seront de plus en plus internationaux.

“
Le journaliste doit intervenir sur les médias sociaux, avoir la capacité de présenter une émission en streaming, faire de l'audio...”

N'y a-t-il pas une contradiction, par exemple avec Canal+, entre le fait qu'elle reste une chaîne à péage bien qu'elle doive répondre à des performances ?

Tout dépend de l'évolution des modèles de chaînes payantes. Aujourd'hui, la qualité, l'exclusivité et les rendez-vous se paient. Je crois à la pérennité des chaînes payantes quant à la capacité de proposer un spectacle, comme on va au théâtre ou au cinéma. Ce qui laisse aussi un formidable potentiel à la télévision gratuite, parce que celle-ci est une autre forme de consommation qui fédère un plus grand nombre, avec un modèle publicitaire, où nous sommes présents via D8, D17 et iTELE. D'ailleurs, D8 a réalisé au cours des derniers mois la meilleure performance de ce nouveau paysage qu'est la TNT. Il y a des schémas de consolidation mondiale qui font en sorte que de nouvelles économies d'écosystème se constituent autour de paiements. Et les paiements précèdent de la capacité de financement.

Revenons-en aux fondamentaux. On est dans le spectacle. Pour créer du spectacle, il faut avoir des moyens, il faut financer. D'ailleurs, sur les chaînes thématiques, quand on analyse la puissance de la Premier League en Angleterre, c'est intéressant de voir qu'il y a au moins sept équipes qui font le



spectacle. Il y a une grande différence entre le foot anglais, où il y a du vrai spectacle, et le foot français. Les chaînes payantes profitent de cet écosystème. C'est comme la F1 : sa valorisation est de dix milliards d'euros alors que l'audience mondiale est passée de 600 millions à 450 millions de spectateurs lors de la saison 2014, à cause du modèle payant. Ce modèle profite à l'économie de la F1 – en pleine mutation –, qui a énormément de sponsors, et donne des moyens de production phénoménaux à des diffuseurs comme Canal+ ou Sky. Du coup, l'expérience utilisateur fait la différence ; les clients bénéficient d'expériences qu'ils n'ont pas ailleurs.

Comment arrive-t-on aujourd'hui à être créateur à l'International, en alliant à la fois la rationalité économique et tous les besoins de créativité ?

L'agenda de Canal+ aujourd'hui est celui d'une redéfinition de ce qui fera les succès de la marque sur le marché français dans les années à venir par rapport à des règles qui changent. Il était important, et il est important, de pouvoir se reposer les bonnes questions et de redéfinir les fondamentaux qui permettront à la chaîne de réussir. Et parallèlement, de pouvoir stimuler, dans les différents domaines qui sont les nôtres, la croissance à l'International qui concerne aujourd'hui le continent africain, le Viêt-Nam et la Pologne. Et de ce point de vue, la marque est extrêmement importante. La marque Canal est très connue, avec un très bon niveau de notoriété sur lequel nous devons plus miser.



Chacun d'entre nous est responsable de l'évolution de l'environnement dans lequel nous sommes

Le métier de journaliste est-il condamné ou est-ce qu'à l'inverse tout le monde va devenir journaliste ?

Tout le monde est capable de faire de l'information. Mais le métier de journaliste est la condition sine qua non de la redéfinition du secteur en un domaine à formidable potentiel. Un journaliste doit



intégrer sa capacité d'interaction avec son audience de manière beaucoup plus vaste et étendue qu'auparavant. Il doit intervenir sur les médias sociaux, avoir la capacité de présenter une émission en streaming, faire de l'audio... En France, on a connu l'arrivée des journalistes reporters d'images. Maintenant, les journalistes sont des acteurs de l'information qui vont devenir de plus en plus importants en termes de légitimité et en fonction de la façon dont ils ancreront cette sorte d'intuitu personæ qui définira leur expertise, leur crédibilité, leur capacité à informer et, le cas échéant, à influencer. Le journaliste de demain a davantage de possibilités pour peser que celui d'hier. Il y a une redéfinition des métiers. Il y a une rupture parce qu'effectivement, les modalités de travail sont différentes. Dans des secteurs comme la presse écrite qui ont traversé de nombreuses années de rétrécissement, de frustration, certains ont parfois une réticence par rapport à ces changements. Il faut avoir la capacité de créer des environnements qui donnent une vraie vision, une vraie volonté avec les moyens des ambitions et qui permettent de lancer un phénomène de boule de neige au sens positif du terme, plutôt que de régression. Oui à la légitimité du journaliste, mais du journaliste 3.0 !

Qu'avez-vous envie de dire aux étudiants, futurs actifs ?

Jamais de contraintes, que du plaisir ! Développez votre capacité d'adaptation. Rien n'est vraiment prévisible. Il faut avoir cette adaptabilité qui est extrêmement importante. Elle passe par des expériences, des engagements, et une volonté de ne pas faire de concession avec cette dimension de plaisir. Il y a une formidable opportunité de pouvoir aller découvrir le monde : il faut le faire, il faut en avoir envie et se nourrir de la culture des autres. Chacun d'entre nous est responsable de l'évolution de l'environnement dans lequel nous sommes. L'engagement personnel, l'engagement éthique et la capacité d'avoir son mot à dire sont complètement essentiels. Je ne crois pas à l'inéductibilité. Je crois qu'on a un formidable pays qui est juste un peu inquiet parce qu'il doit se réformer. Il faut un vrai projet, avec un vrai leadership, une vraie vision et une vraie envie. Les fondamentaux sont là, il faut juste qu'il y ait un bon patron avec des bonnes équipes et un projet qui donne envie. La France en 2025 ? Ce sont les étudiants du Groupe IONIS et les autres, tous ceux qui porteront la responsabilité d'être des acteurs de ce que sera cette France dans dix ans. C'est à nous de créer l'environnement qui facilitera l'émergence des ingrédients qui constitueront la France dans une décennie. ■



À CHACUN SA RÉUSSITE

PRIMAIRE - COLLÈGE - LYCÉE - SUPÉRIEUR

Cours particuliers **100% REMBOURSÉS***

- Toutes matières
- Des professeurs ou des enseignants rigoureusement sélectionnés

Cours en groupes **AVEC DES PROFESSEURS**

- Accompagnement Annuel Adapté (AAA)
- Cours hebdomadaires le soir après l'école, le mercredi, le samedi
- Stages intensifs pendant les vacances scolaires : révisions ou perfectionnement
- Objectif Mention Bac
- Week-ends de la réussite au Bac

Cours **EN LIGNE**

- Dans toutes les matières
- Du primaire à la Terminale
- Conformés aux programmes de l'Éducation Nationale

*50% de réduction ou de crédit d'impôt et 50% capitalisés à long terme dans le cadre du "Capital Crédit Enseignement IONIS" (CCEI) que vous avez la possibilité de récupérer si l'élève intègre après le Bac l'une des écoles du Groupe IONIS.

www.ionis-up.fr

0810 330 220 (appel non surtaxé)

PARIS - BORDEAUX - LILLE - LYON - NANTES

Simplifier et pimenter la vie des gourmands de France et d'ailleurs. Le ventre, c'est le deuxième cerveau.



Caroline Hennequin

ISEG Group - Campus de Nantes promo 2011

Ô'Poisson est une poissonnerie en ligne créée en 2014 par Caroline Hennequin avec deux de ses cousins. Issus d'une famille de poissonniers, pêcheurs et mareyeurs originaire de l'Île d'Yeu, ils ont décidé de se lancer ensemble dans l'aventure entrepreneuriale pour faire perdurer les traditions.

« Défendre la pêche durable »

« Ô'Poisson est un concept qui peut paraître surprenant mais qui répond totalement aux nouvelles habitudes de consommation des Français », explique Caroline Hennequin. Concrètement, Ô'Poisson est un site e-commerce qui propose aux particuliers des produits de la mer frais, locaux et de saison, en direct des ports français. Merlu, thon, colin, espadon ou homard vivant : en quelques clics, l'internaute compose sur mesure son panier de la mer et choisit le mode de préparation des produits sélectionnés (poisson en filet, entier, vidé...). Avant de valider sa commande, deux possibilités s'offrent à lui : venir retirer ses produits en drive (point de retrait situé à Nantes) ou se les faire expédier par voie postale dans des conditionnements adaptés garantissant leur fraîcheur (transport en moins de 24 h partout en France métropolitaine). « Valoriser les produits locaux, défendre la pêche durable et donner accès à tous les Français à des bons produits de la mer sont les principaux objectifs de ce projet. »

La poissonnerie 2.0

Caroline Hennequin et ses deux cousins envoient donc poissons et fruits de mer dans toute la France, en colis conditionné. La société expédie même des homards vivants ! Tout cela a un coût, bien sûr, mais parfois moindre par rapport au prix du poisson dans les grandes villes. Ô'Poisson est donc l'adaptation d'un savoir-faire familial à l'ère digitale, pour redynamiser la filière. « Avec l'explosion du e-commerce et notamment du drive, l'idée était toute trouvée », conclut la jeune entrepreneure.



RÉGALER



BIG FERNAND

Big Fernand, chaîne de restauration rapide de burgers haut de gamme créée début 2012 par Steve Burggraf et deux associés, ne cesse de prendre de l'ampleur. La société compte quinze points de vente en France et à l'étranger et a réalisé sept millions d'euros de chiffre d'affaires en 2014.

Le hamburger dans une assiette sur quatre

« Arrêtez de bouffer des burgers, mangez des hamburgés ! » Telle est la devise de Big Fernand. Au départ, un constat : malgré son poids important dans le secteur de la restauration rapide, le hamburger souffre d'une relative mauvaise image. Pourtant, les ventes de hamburgers ont été multipliées par 13 en..., 13 ans. En France, en 2014, 1,07 milliard de burgers ont été consommés, soit une hausse de 10 % en volume par rapport à 2013. Aujourd'hui, le burger représente près d'un repas sur quatre dans l'Hexagone. Une progression liée à l'essor d'un nouveau concept : le fast food gastronomique, cette tendance qui réconcilie les plus réticents avec le fameux sandwich.

Plus fort que Gordon Ramsay

En ouvrant le premier Big Fernand, les trois associés veulent donc casser la mauvaise réputation du burger et révolutionner la restauration rapide. Le concept : un fast food haut de gamme qui propose des burgers gourmands



INNOVORDER

Romain Melloul
ESME Sudria promo 2013

Romain Melloul est l'un des trois cofondateurs d'InnovOrder, une solution innovante de prise de commandes pour restaurant. Sa société a été récemment sélectionnée par le magazine « Challenges » dans son classement des 100 start-ups où investir en 2015.

« Un retour sur investissement positif dès les premiers mois »

« InnovOrder démocratise les outils de prise de commandes des grandes chaînes de la restauration rapide à tous, en offrant une solution multicanale pour optimiser la gestion des flux et augmenter le panier moyen », explique-t-il. La première partie de l'offre de la société créée en 2014 est une borne de commandes sur tablette qui permet au client de commander et de payer sans passer par un serveur. Résultat : une augmentation du panier moyen allant jusqu'à 20 %, une fluidification des flux mais aussi plus de commandes traitées aux heures de

pointe. L'autre produit d'InnovOrder, complémentaire du premier, est une solution de commande en ligne adaptée aux besoins spécifiques de la restauration rapide : en quelques clics, le restaurateur peut générer son module de commande et l'insérer sur son propre site Internet. Le tout sans de lourds investissements. « Nous garantissons au restaurateur un retour sur investissement positif dès les premiers mois ! », assurent les fondateurs. InnovOrder a fait partie de la 4^e saison de l'accélérateur StartUp42 by EPITA, ce qui leur a beaucoup apporté sur la partie technique, en mettant à leur disposition de nombreux experts en développement informatique et des entrepreneurs expérimentés. Aujourd'hui, la start-up est accompagnée

par l'incubateur HEC ainsi que par le Petit Poucet. Début 2015, elle a remporté le prix du Concours national de création d'entreprise Total EDHEC Entreprendre.

Un an et demi d'existence, neuf salariés

« Désormais, nous sommes en fin de phase de test. Nous travaillons de manière très proche avec nos clients, en étant serveurs dans leurs établissements par exemple, de manière à faire évoluer notre solution et apporter encore plus de valeur », précise Romain Melloul. La société compte actuellement neuf personnes. Elle organise une levée de fonds pour entamer un démarchage commercial à grande échelle.



MICRONUTRIS

Cédric Auriol
ISEG Group - Campus de Toulouse promo 2007

Créée en 2013 par Cédric Auriol, Micronutris produit aujourd'hui une tonne d'insectes comestibles par mois dans des locaux de 650 mètres carrés à Saint-Orens-de-Gameville, près de Toulouse.

Vers de farine et grillons pour remplacer les lardons

« Micronutris a développé la première unité de production d'insectes destinés à l'alimentation humaine opérationnelle en Europe », déclare Cédric Auriol. Le pari était fou, mais il peut se féliciter de l'avoir tenté : il emploie aujourd'hui dix personnes. « Nous produisons des insectes comestibles français de haute qualité, le grillon domestique et le ténébrion, afin de développer et commercialiser des produits innovants à base d'insectes. » La production se fonde sur une conviction forte : celle d'intégrer santé, nutrition, plaisir et environnement au cœur de l'innovation. La jeune entreprise fait très attention à tout ce

qu'elle fait, avec un objectif zéro déchet : les déjections des insectes sont utilisées par les particuliers pour faire du compost, les épluchures des aliments sont mangées par les vers de farine et les grillons et les boîtes d'œufs qui accueillent les grillons vont elles aussi au compost.

Des insectes made in France

Autre particularité de Micronutris : utiliser des circuits courts pour produire des insectes franco-français. Les grillons et ténébrions proposés dans les diverses recettes de la société naissent et sont élevés en Haute-Garonne, plutôt qu'importés, et leur alimentation provient au maximum de producteurs de la région. Le tout naturellement bio, ajoute Cédric. « En tant qu'entrepreneur, je souhaitais me lancer dans une activité de production novatrice avec des perspectives de développement mais ayant aussi du sens au niveau social, sociétal et environnemental. »

Steve Burggraf
ISG promo 1996

à la française, élaborés avec des produits du terroir dans une ambiance conviviale. Le concept séduit partout en France mais aussi à l'étranger : en février 2015, Big Fernand ouvrait ainsi ses portes à Hong-Kong. Une première implantation hors des frontières françaises avant l'ouverture, quelques mois plus tard, d'une enseigne londonienne. La création de ce restaurant en Asie fait figure d'exploit : la rumeur dit l'entreprise française l'a emporté contre Gordon Ramsay, célèbre chef cuisinier écossais également présentateur de plusieurs émissions télévisées, qui convoitait lui aussi l'emplacement pour y servir..., des burgers. La majorité de ses restaurants sont sous franchise : pour rejoindre Big Fernand, un apport personnel de 150 000 € est nécessaire.



MELTY

Alexandre Malsch, Jérémy Nicolas, Jonathan Surpin
Epitech promo 2009

Alexandre Malsch, Jeremy Nicolas et Jonathan Surpin lancent melty en 2008, suite d'un projet de fin d'étude développé à Epitech. Aujourd'hui, ils sont à la tête d'une véritable galaxie : 14 sites en France, près de 30 dans le monde dans dix langues différentes, 26 millions de visites en moyenne chaque mois et un chiffre d'affaires annuel qui approche les sept millions d'euros.

« Aujourd'hui, les jeunes veulent à la fois du généraliste et du spécialisé, une forme

moderne avec un contenu qui les intéresse, et aussi lire d'où ils veulent et partager avec qui ils veulent », explique Alexandre Malsch. Un constat qu'il faisait déjà en 2005 et qui l'a alors poussé à développer un algorithme permettant d'analyser les usages des 18-30 ans sur le Web. Et d'en détecter des tendances. C'est cette technologie qui deviendra, trois ans plus tard, la colonne vertébrale de melty. « Les nouvelles technologies, les jeux vidéo, les mêmes et autres phénomènes Internet parlent

d'avantage aux jeunes qu'aux adultes, car ils vivent déjà dans le monde numérique de l'information et n'ont pas eu le temps de s'habituer aux mécanismes de l'innovation technologique. »

Un ado sur trois passe chaque jour chez melty

En sept ans, melty est devenu le groupe média en ligne leader chez les jeunes. Aujourd'hui, un jeune Français sur trois consulte chaque jour l'un des sites de l'em-

**Informer et divertir.
Éclairer le quotidien,
conter des histoires et préparer à
demain. Les meilleures discussions
naissent d'une curiosité stimulée.**

L'HANDISPENSABLE



Benjamin Lochner
ISEG Group - Campus
de Paris promo 2009

« L'Handispensable » est un magazine culturel trimestriel qui traite du handicap. Cofondé par Benjamin Lochner, le média se veut « normal », dans le sens non-péjoratif du terme. « Nous ne voulions absolument pas reproduire ce qui existait déjà. Nous avons donc créé un vrai magazine culturel dans lequel nous parlons de mode, de sport, de gastronomie, de littérature... Tout en abordant le sujet du handicap. » Et non l'inverse. « C'est un magazine qui se veut ouvert à tous. »

« Là pour rester »

Le premier numéro date de 2014. « On prend grand plaisir à le réaliser. Le magazine est là pour rester. » Aujourd'hui, « L'Handispensable » compte environ 3 000 abonnés et est imprimé à 8 000 exemplaires. Il est sous le parapluie de Grrr... Art Éditions, une maison indépendante qui appartient au directeur de la publication. « Je suis en train de travailler sur le site Internet. Je fais le développement commercial, je suis responsable des réseaux sociaux, j'écris des articles, je fais du développement... J'ai la main dans à peu près toutes les facettes du magazine », se réjouit Benjamin Lochner.



ECORÉSEAU

Jean-Baptiste Leprince
ISEG Group - Campus
de Paris promo 2004

La première édition du journal «EcoRéseau» est parue en janvier 2013, à l'occasion du salon des Entrepreneurs de Paris. Initialement tiré à 30 000 exemplaires et testé dans sa première année sous une périodicité bimestrielle, le journal est depuis son premier anniversaire devenu mensuel et a augmenté son tirage pour le porter à plus de 35 000 exemplaires fin 2014. Une progression à noter, à l'heure où une grande majorité de supports voient plutôt diminuer la leur.

Le print bénéficie d'une certaine aura

« Initialement, l'idée était de proposer un nouveau media print avec la volonté d'être tourné vers l'avenir et résolument optimiste, là où les autres médias donnent le sentiment de traiter en priorité des sujets négatifs », explique Jean-Baptiste Leprince, certain que le numérique, à ce jour en tout cas, ne remplace pas définitive-

ment le papier. Le journal a donc été lancé à contre-courant, dans une période morose, avec la vocation de décrypter les grands sujets d'actualité économique, numérique et sociale au service de l'entrepreneuriat, de l'innovation et de l'environnement. Le fondateur d'EcoRéseau s'appuie sur trois mots clés pour caractériser sa marque : « Comprendre, Entreprendre et Innover ». Jean-Baptiste Leprince profitera du prochain anniversaire du journal, qui fêtera ses 3 ans en janvier 2016, pour annoncer certaines évolutions. « Au vu des retours que nous avons chaque jour, le potentiel du journal semble indéniable. C'est pourquoi nous nous efforçons régulièrement d'apporter de la nouveauté. Renforcement de l'équipe éditoriale, nouvelles rubriques, évolution de notre maquette sont autant de points que nous travaillons sans cesse. Un nouveau site est en cours d'élaboration et de nouveaux services sont à l'étude ».

pire melty. Alexandre Malsch et ses deux camarades de classe emploient une grosse centaine de personnes et quasiment autant de free-lances. Moyenne d'âge : 27 ans.

L'ancien vice-président du Conseil national du numérique et membre des 100 personnalités qui font le Web en France ne s'inquiète pas pour l'avenir : « La forme melty pourrait être adaptée à une autre génération par adaptation du contenu ou évoluer avec la cible actuelle. »



REWORLD MEDIA



Pascal Chevalier
EPITA promo 1992

Pascal Chevalier, entrepreneur, est aujourd'hui à la tête de Reworld Media, un groupe de presse français qu'il a fondé en 2012. Par une politique de rachats et de fusions menée depuis quelques années, Pascal Chevalier compte aujourd'hui au sein de son groupe une quinzaine de médias jouant sur la complémentarité entre la presse en ligne et le print. L'objectif du groupe : créer un renouveau média.

Une quinzaine de titres rachetés

Reworld Media est donc un groupe média qui résulte d'un « build-up » de titres rachetés depuis 2012 : Marie France, Be, AutoMoto, Maison & Travaux, Télé Magazine, etc. À ce jour, le groupe est composé de 15 marques déclinées sur l'ensemble des leviers de diffusion, en France et à l'International. Au total, le groupe de Pascal Chevalier gère à peu près 55 millions de points de contact par mois, répartis entre les visiteurs uniques des sites, les téléchargements des applications mobiles du groupe, les lecteurs des magazines ou les personnes exposées aux produits vendus dans les caisses des supermarchés de France.

RACONTER

OBJETCONNECTE.NET/.COM



Yves-Marie Boulvert
SUP'Internet promo 2015

Yves-Marie Boulvert est co-fondateur d'Objetconnecte.net et d'Objetconnecte.com, des sites Web clairvoyants qui traitent de l'actualité de ce nouveau monde qu'est l'Internet des objets. Plusieurs dizaines de milliers de visiteurs, curieux et professionnels, s'y rendent chaque mois. C'est lors d'une semaine immersive « Objets connectés » organisée en début de 2^e année à SUP'Internet qu'il se découvre une passion pour ces innovations. Il fonde ainsi Objetconnecte.net en 2013 avec Renaud Acas, qui en est aujourd'hui le rédacteur en chef. Objetconnecte.net enregistre 100 000 visiteurs uniques par mois. Cela ne suffit pas aux deux associés qui décident de lancer Objetconnecte.com en s'appuyant sur le succès de son grand frère.

Ne pas rater la transition connectée

Pourquoi deux sites ? « Il manquait un site principalement destiné aux acteurs du secteur, un véritable carrefour d'audiences dédié aux professionnels », explique Yves-Marie Boulvert. Et là où Objetconnecte.net vise plutôt le grand public, en parlant de toutes les nouveautés et en faisant des tests de produits ou des comparatifs, Objetconnecte.com ambitionne d'aider les entreprises à ne pas rater la transition connectée, comme certaines ont pu rater la transition Internet il y a quelques années. « Il faut bien avoir en tête que le marché des objets connectés est énorme. Rien qu'en France, il représentait 150 millions de chiffre d'affaires et atteindra les 500 millions en 2016. »



HUMANESSENCE

Thierry Andrieux
ICS Bégué promo 1996

Fondé en 2006 par Thierry Andrieux, Humanessence est un cabinet d'intérim, de recrutement et de management de transition spécialisé dans les métiers de la finance-comptabilité, de la banque-finance de marché, de l'assurance, de l'immobilier, du secrétariat-assistanat et du juridique-fiscal. La société compte aujourd'hui plus de 25 collaborateurs.

« Quand j'ai créé Humanessence, j'étais tendu par le fait que je n'avais pas de ressources financières – j'avais dû démissionner de mon précédent poste pour lancer mon entreprise, explique Thierry Andrieux. Quand vous avez la peur au ventre et que vous voulez réussir, vous n'avez pas le choix : il faut réussir. Cette faim et cette envie ne m'ont jamais quitté. »

Un objectif : être visible

Il recrute très rapidement et décide de ne pas se payer, dans un premier temps. Petit à petit, la société se construit en cherchant toujours à être la plus visible, à l'inverse de ce qui se fait traditionnellement dans les cabinets de recrutement. « Il y a neuf ans, les cabinets de recrutement étaient considérés comme des établissements très confidentiels. Les choses se faisaient 'en sous-main'. J'ai appris en finance que pour être reconnu, il fallait être visible. » Il participe à la BFM Académie (concours de créateurs d'entreprise) en 2008 et se positionne sur les réseaux sociaux. Le cabinet Humanessence, présent dans sept villes de France, génère 1,7 million d'euros de chiffre d'affaires la première année, 3 millions la deuxième et 4,5 millions la troisième année. La suite est confidentielle. Pour assurer la transition digitale de son entreprise, Thierry Andrieux a également lancé en 2013 KeeWork, une plateforme de recrutement en ligne via candidatures anonymes où seules la formation et l'expérience priment, qui compte six salariés aujourd'hui.

FACILITER



BANKIN'

Robin Dauzon
EPITA promo 2009

En 2011, Robin Dauzon confonde Bankin', start-up d'aide à la gestion d'argent, avec Joan Burkovic. Aujourd'hui, plus d'un million de personnes en Europe utilisent l'application Bankin' et Bankin' PRO, sa version premium.

« Quand ai-je dépensé autant ?! »

Robin Dauzon et Joan Burkovic ont donc créé une application de gestion des finances personnelles et professionnelles. Disponible sur toutes les plateformes, Bankin' permet de « reprendre le contrôle de son argent » et de consulter tous ses comptes de toutes ses banques en un clic, en regroupant toutes les données sur une seule et même plateforme. L'application est gratuite ; le business model de l'entreprise repose sur un abonnement premium qui offre des fonctionnalités supplémentaires, tels l'export des données vers Excel, un historique illimité, le support et l'actualisation prioritaire des données...

Dix collaborateurs

Le succès de Bankin' repose aussi sur les options proposées par l'application, qui ne se contente pas de permettre la seule consultation de comptes bancaires. Bankin' aide ses utilisateurs à voir où part leur argent part en classant automatiquement les dépenses et en faisant des analyses graphiques. Synthèses quotidiennes et hebdomadaires, gestion des notes de frais, évolution de l'épargne : l'ancien de l'EPITA et son associé ont pensé à tout, d'où la réussite de Bankin' qui comprend aujourd'hui dix collaborateurs pour gérer son million d'utilisateurs.



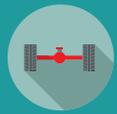
VICTOR & CHARLES

Alexandre Henneuse
Romain Nkounk
ISG promo 2014

« Victor & Charles est la première plateforme B2B qui permet aux acteurs touristiques étrangers haut de gamme de disposer d'un accès simple et rapide à des expériences uniques en France pour leurs clients étrangers aisés, en quête d'authenticité. » Cette ainsi qu'Alexandre Henneuse présente son entreprise, cofondée avec Romain Nkounkou et Stéphane Besnier (ISG promo 1991). « Pour répondre aux aspirations de cette clientèle, Victor & Charles propose des expériences 100 % personnalisables, au cœur des univers des grandes Maisons françaises en compagnie d'artisans au savoir-faire reconnu, mais aussi à la découverte des lieux français les plus emblématiques, dans des conditions privilégiées. » En octobre 2014, la société, qui s'adresse donc aux clients des conciergeries de luxe, a été sélectionnée pour intégrer l'Incubateur de start-up de Neuilly-sur-Seine. Dans la foulée, séduit par le potentiel de l'entreprise, un investisseur est entré au capital de la société.



**Aider au quotidien.
Une main tendue
pour réduire les
contraintes.**



1001PNEUS.FR

Lionel Moutouh et Maxime Sabourin
Epitech promo 2002

Lionel Moutouh et Maxime Sabourin ont fondé 1001pneus.fr, le « spécialiste de la vente de pneus online à prix discount », sept ans après s'être rencontrés sur les bancs de l'école. Depuis sa création en 2009, la société « dégomme » : avec 800 000 pneus vendus, 8 millions de visites enregistrées sur le site et une présence dans cinq pays d'Europe. Son chiffre d'affaires est aujourd'hui estimé à 42 millions d'euros.

Pourtant, l'idée n'était pas évidente au départ. Lionel Moutouh et Maxime Sabourin ne décident pas de s'associer directement à la sortie d'Epitech. Alors que le premier part dans l'Éducation nationale, le second intègre British Telecom. Finalement, Lionel Moutouh ouvre d'abord un magasin de pièces détachées avant d'inaugurer un centre de pneus, à Lyon. Il y rencontre sa femme, grossiste, et ils imaginent ensemble un site e-commerce de vente de pneus. Nous sommes alors en

2006 et dans la tête du couple, 1001pneus.fr est déjà né. Il faudra attendre l'arrivée de Maxime Sabourin dans le projet en 2009 pour que les statuts de l'entreprise soient déposés et que l'aventure débute vraiment.

Priorité à l'expérience utilisateur

La force de la petite entreprise ? Une parfaite connaissance du monde informatique qui leur permet d'être efficace sur le Web face à leurs gros concurrents. L'idée est donc de se mettre à la place du consommateur et de simplifier le processus client. Ce dernier choisit le modèle qu'il souhaite sur le site et l'état des stocks géré en direct lui permet d'être livré en 48 h, voire 24 h avec le service premium. Il choisit ensuite l'un des 6 000 centres de montage avec lesquels la société collabore et va naturellement faire poser ses nouveaux pneus. En six ans, l'entreprise a gagné 3,5 % de part de marché en France.



TEXTMASTER

Alexandre Ponsin
EPITA promo 2005

Créée par Alexandre Ponsin en 2011, TextMaster est la première plateforme de solutions professionnelles de traduction, rédaction et correction à la demande sur Internet. Aujourd'hui, la société travaille avec 60 000 traducteurs et correcteurs, dans dix langues différentes, et accompagne plus de 5 000 clients dans leur croissance sur Internet et à l'International.

« TextMaster est une place de marché mettant en relation des clients ayant des besoins liés au texte (rédaction, traduction ou correction) et des auteurs potentiels capables d'y répondre », relate Alexandre Ponsin. Il est parti de l'équation basique

entre l'offre et la demande : « L'idée de la plateforme est née à la fin de 2010. Quelques mois plus tard, nous lançons un premier site de recrutement afin de constituer un premier micro-système d'auteurs dans les huit langues sur lesquelles nous travaillons. En novembre 2011, nous ouvrons le service aux clients. »

Après Paris et New York, direction Hong-Kong

Après une première levée de fonds en 2012, la start-up a décroché un nouvel apport d'un million d'euros en 2014. Une levée de fonds « assez simple » car effectuée avec les investisseurs historiques de TextMaster. Leurs objectifs ? Continuer à s'exporter à

l'International : « Aujourd'hui, TextMaster possède un bureau principal à Paris et un autre à New York. Dans ce souci d'expansion, nous avons envie d'ouvrir un bureau en Asie, probablement à Hong-Kong, et ces apports nous permettront de le faire et d'embaucher sur place ». Hong-Kong, c'est une porte vers l'Asie. Et vers la Chine, surtout, ce « marché gigantesque à conquérir » pour le métier de traducteur. « Pour tout ce qui est matériel électrique ou électronique, les usines ont souvent la charge de fournir également les manuels d'utilisation. Ces manuels, on a tendance à s'en moquer ici car ils sont en général mal traduits. C'est donc une énorme opportunité pour s'implanter au sein des usines ».



ADAPTER

Faciliter la transition vers une société connectée. Les nouvelles technologies sont déjà là, pourquoi ne pas les intégrer dès maintenant ?



DIGISCHOOL

Thierry Debarnot

ISEG Group - Campus de Lyon promo 2007

L'aventure digiSchool est née de la rencontre entre Thierry Debarnot et Anthony Kuntz et du regroupement, fin 2011, des sociétés Kreactive et Media Etudiant. L'objectif pour Thierry Debarnot était de permettre à Media Etudiant, plateforme d'information communautaire à destination des étudiants, de s'exporter sur mobile et tablette. Ces deux férus de nouvelles technologies font preuve de clairvoyance. Ils sont conscients que l'arrivée des smartphones et des tablettes va révo-

lutionner la manière d'apprendre pour les générations futures.

Trois millions d'euros levés en 2013

Deux ans après, ils lèvent trois millions d'euros. Aujourd'hui, digiSchool, devenu leader de l'éducation numérique en France, accompagne les 15-25 ans tout au long de leur scolarité sur leurs préoccupations majeures : réussite scolaire, recherche de formations, entrée dans la vie active, vie au quotidien, mais aussi fiches de révisions,

BISTRI

Arnaud Budkiewicz, parrain de Sudri'Cub, l'incubateur de start-ups de l'ESME Sudria, est co-fondateur de la start-up Bistri spécialisée depuis 2010 dans la communication en temps réel sur internet via la technologie WebRTC.

Tout est parti d'un pari un peu fou : l'intuition qu'une nouvelle technologie prometteuse allait complètement révolutionner la manière dont nous échangeons sur Internet. « Le WebRTC m'a poussé à créer Bistri il y a cinq ans, relate Arnaud. C'est la toute première fois qu'on standardise les principes du peer-to-peer, de surcroît au sein même du navigateur, sans que l'utilisateur n'ait besoin du moindre plugin. » Que propose donc Bistri ? L'opportunité pour un utilisateur, via cette technologie, de communiquer en temps réel (texte, audio, chat vidéo, partage d'écran ou web-conférence, etc.) sans avoir besoin de créer un compte ni d'installer une nouvelle application. Arnaud Budkiewicz avait vu juste : aujourd'hui, cette technologie est notamment adoptée par Facebook via Messenger. Depuis sa création, Bistri a



VISIMMO 3D

Laurent Soubrevilla

EPITA promo 2000 + Executive MBA Epitech 2014

En 2006, Laurent Soubrevilla cofonde Visimmo3D, une entreprise devenue en 2011 le premier opérateur d'événements virtuels 3D interactifs en France. Tout commence en 2004, lors de l'achat d'un appartement. Laurent Soubrevilla se fait alors vendre son futur logement via un plan papier « pas très sexy », dans lequel il n'arrive pas à se projeter. Du coup, il transforme le plan et l'aménagement pour en faire un objet 3D dans lequel on peut virtuellement se balader. C'est à ce moment-là que naît l'idée de Visimmo 3D : permettre aux promoteurs immobiliers de faire visiter leurs biens aux internautes.

Organiser des événements 3D en ligne

Laurent Soubrevilla s'associe avec Marc Poisson et Yoann Fabre et lance, début 2006, la SAS Visimmo 3D. Aujourd'hui, la jeune société compte une vingtaine de salariés et propose des prestations sur mesure dans le domaine de l'immobilier et de la 3D. Leader du marché, Visimmo 3D se place en précurseur de la transformation digitale et propose même, grâce à sa plateforme V3D Events,

d'organiser des salons virtuels interactifs. De véritables événements en ligne qui n'ont pas vocation à remplacer les salons traditionnels mais qui permettent de coupler une rencontre physique et une rencontre virtuelle. « On a réussi à avoir une activité qui repose en partie sur du service et en partie sur la vente d'une licence logiciel », explique Laurent Soubrevilla.

Coup de chapeau de Fleur Pellerin

Pour passer un cap et permettre le développement de leurs concepts, les trois associés organisent et réussissent une levée de fonds auprès de fonds d'investissement et grâce au crowdfunding. « Nous avons essayé de trouver une source innovante de financement. Et des gens ont eu un coup de cœur pour notre projet, ils ont vu qu'il y avait un marché, ils ont compris. » Au milieu de l'année 2013, la société a même reçu la visite surprise Fleur Pellerin, alors ministre déléguée aux PME, à l'Innovation et à l'Économie numérique, venue les féliciter en tant que PME innovante ayant fait appel au crowdfunding, son cheval de bataille d'alors.

Arnaud Budkiewicz

ESME Sudria promo 1998

levé trois millions d'euros et servi plus de deux millions d'utilisateurs - ce qui représente plus de trois millions de minutes de communications par mois.

Reconnaissance internationale

La start-up a été couronnée « Cool Vendor » par Gartner, entreprise américaine de conseil et de recherche dans le domaine des techniques avancées. Un « Cool Vendor » est une entreprise offrant des technologies ou des solutions innovantes permettant aux utilisateurs de réaliser ce qu'ils ne pouvaient pas faire auparavant, et/ou qui ont ou auront un impact sur les entreprises.

En 2013, Arnaud Budkiewicz décide de pivoter d'un produit grand public gratuit - un simple lien bistri.me/votre-nom permet d'être joignable en un seul clic - vers une rentabilité liée à l'ouverture de la plateforme aux développeurs, afin qu'ils puissent utiliser et intégrer facilement dans leur application mobile ou site Internet les fonctionnalités de communication en temps réel.



MOTIONLEAD

Louis Bur, Alexei Chemenda et Arthur Querou

EPITA promo 2015

Louis Bur, Alexei Chemenda et Arthur Querou sont à l'origine d'une solution d'affichage publicitaire dynamique et interactive au sein d'applications mobiles. Son nom ? MotionLead. Lancée en 2013 et incubée dans la première saison de StartUp42, l'accélérateur de start-ups by EPITA, elle intègre l'année suivante l'un des plus prestigieux incubateurs américains, Y Combinator, qui a accueilli à leur début les géants Dropbox, Reddit ou encore Airbnb. Elle devient au passage la première start-up française à intégrer la célèbre couveuse de la Silicon Valley fondée en 2005 par Paul Graham. MotionLead

repense l'expérience publicitaire mobile en fournissant aux agences et aux annonceurs une technologie interactive adaptée aux nouveaux usages.

Des pubs pensées pour l'usage mobile

L'objectif est de permettre aux supports média d'optimiser leur monétisation grâce à des formats publicitaires pensés pour le second écran. Fini les apparitions surprises d'indigestes pages de publicité en plein milieu de la navigation. « Le mobile ne se résume pas au gaming. Les marques et e-commerçants ont aussi leurs opportunités sur ces supports mais ils ont besoin

des bons outils technologiques », précise Arthur Querou. La technologie de « brand display mobile » de MotionLead adaptée aux marques permet de proposer aux annonceurs une offre innovante, premium et impactante, au lieu de supports tels que des bannières clignotantes ou des interstitiels pénibles. Les publicités s'affichent habilement sur l'écran sans bloquer l'utilisation de l'application, ce qui entraînerait un taux de clics 50 fois supérieur sur lesdites publicités. La jeune société vient d'annoncer sa fusion avec Adikteev, une start-up spécialisée dans le ciblage publicitaire. Pour encore grandir.



CELESCREEN

Camille Hetez
Sup'Biotech promo 2014

Camille Hetez a cofondé CeleScreen, start-up qui développe une méthode alternative de tests de screening toxicologique. Celle-ci est incubée au sein d'Agoranov et lauréate du Concours i-LAB récompensant les entreprises de technologies innovantes. En avril, CeleScreen a aussi remporté le Prix BNP Paribas (Entreprises en cours de création) du 21^e Concours national de création d'entreprise par Total EDHEC Entreprendre.

Des tests sur des petits vers

S'appuyant sur la réglementation européenne REACH, qui interdit les tests sur les animaux dans l'industrie cosmétique, la méthode proposée et brevetée par CeleScreen consiste à faire intégrer des substances, molécules ou principes actifs, à un petit ver d'un millimètre environ, le *Caenorhabditis elegans*. L'objectif est de voir si le ver survit ou non, ce qui

donne des indications sur la toxicité du produit administré. Ce ver, un invertébré et donc non soumis à la réglementation, est utilisé parce qu'il partage près de 60% d'homologie génétique avec l'être humain.

Un gain de temps et d'argent

La société propose ainsi ses services aux entreprises de l'industrie cosmétique pour évaluer la toxicité des molécules, de manière fiable et représentative, ce qui n'est plus le cas en Europe depuis 2013. D'autre part, CeleScreen permet de réduire les coûts et le temps nécessaire à la recherche de nouveaux médicaments, en diminuant le nombre de molécules dès les premières étapes du développement. Cela permettra alors au client de poursuivre avec des tests plus élaborés en utilisant seulement les molécules jugées « non toxiques » car n'ayant pas entraîné la mort du ver.



OSMOBLUE

Élodie Dahan
ESME Sudria promo 2003

Élodie Dahan, ingénieure-entrepreneure, est à l'origine de la start-up OsmoBlue, lancée en 2011 et spécialisée dans le recyclage énergétique.

« Créer de l'énergie verte à partir de déchets industriels »

Intriguée par l'énergie, un domaine qu'elle ne connaît pas mais qui l'intéresse, Élodie Dahan trouve l'idée à l'origine de cette start-up en 2010 en se renseignant sur le domaine de l'hydraulique. « J'ai découvert sur Internet le phénomène de l'osmose qui peut être utilisé pour récupérer de l'énergie. C'est un phénomène naturel qu'on observe quand on a de l'eau salée et de l'eau pure : un flux naturel se crée entre ces deux réservoirs d'eau. On utilise alors l'énergie mécanique de ce flux pour faire tourner une turbine et générer l'électricité », explique-t-elle. De ce phénomène, Élodie Dahan et ses associés (dont Nicolas Abeles, un autre

Ancien de la promo 2003 de l'ESME Sudria, par ailleurs cofondateur de Lemoptix) vont alors décider de développer une nouvelle technologie permettant « de récupérer des chaleurs industrielles basse température et de les convertir en électricité », autrement dit de « créer de l'énergie verte à partir de déchets thermiques industriels ».

L'une des « 50 start-ups suisses dans lesquelles investir »

OsmoBlue vise ainsi des usines de ciment, de papier ou encore de pétrochimie, soit des usines qui relâchent beaucoup d'énergie thermique à basse température qu'elles ne sont pas capables de valoriser aujourd'hui, mais aussi les entreprises d'ingénierie qui construisent ces usines. Installée à Lausanne (Suisse), OsmoBlue faisait partie du classement 2014 des « 50 start-ups suisses dans lesquelles investir » du magazine économique « Bilan ».



OSER

Ne se donner aucune limite. Imaginer le futur et dessiner l'avenir en bousculant, repensant et révolutionnant les codes.



DOCKER

Solomon Hykes
Epitech promo 2006

À sa sortie de l'école et en parallèle de son activité professionnelle, Solomon Hykes réfléchit à la création d'un service d'hébergement simple et efficace pour développeurs, facilement échelonnable en fonction des besoins : l'idée de dotCloud (futur Docker) est née. En 2008, il franchit le pas et crée sa société avec Sébastien Pahl (Epitech promo 2009). Les débuts sont difficiles, notamment pour la recherche d'investisseurs, compliquée à cause du faible nombre de business angels spécialisés dans les nouvelles technologies en France.

Une révolution pour les développeurs

En 2010, la roue tourne : dotCloud intègre l'incubateur américain Y Combinator qui offre 20 000 \$ à l'équipe contre un faible pourcentage du capital de l'entreprise. Solomon Hykes a trois mois pour développer son produit et le présenter à une conférence organisée avec des investisseurs : dotCloud fait mouche et lève 800 000 \$. La communauté open-source prend connaissance du projet et s'enthousiasme : dotCloud permet aux

développeurs de s'affranchir des contraintes de déploiement des applications. En 2011, le service lève 10 millions de dollars provenant d'investisseurs de grandes sociétés comme Yahoo!, Apple, Benmarck et Trinity. Une réussite consacrée par le magazine américain Forbes qui a désigné Solomon Hykes comme l'un des « 30 under 30 », dans la catégorie « Technology ».

Docker valorisée à 1 milliard de dollars

En mars 2013, dotCloud change de nom pour devenir Docker, soit le nom de la technologie utilisée par le service d'hébergement de Solomon Hykes. Début 2014, l'entreprise lève 15 millions de dollars avant d'en lever 40 au mois de septembre et 95 autres en avril 2015. Ce nouvel apport valorise désormais la société – dont le logiciel a été téléchargé plus de 400 000 fois et a déjà été adoptée par de grands noms du cloud tels que RackSpace, Yandex, Open Stck, Baidu, eBay ou encore Spotify – à (au moins) un milliard de dollars.



VAYLON

Jérémy Foiche
IPSA promo 2010

Co-fondée par Jérémy Foiche en 2010, Vaylon est une entreprise de construction automobile et aéronautique dont le projet de voiture volante, Pégase, suscite énormément d'attention. Il est soutenu par les Forces spéciales françaises.

Pas la voiture de James Bond...

En 4^e année à l'IPSA, lors de la présentation des Projets d'innovation et de recherche (PIR), Jérémy Foiche rencontre le porteur du projet Pégase, Jérôme Dauffy. Ce dernier lui explique qu'il ne souhaite pas construire la voiture de James Bond mais bien un moyen de transport innovant répondant à des besoins opérationnels spécifiques. « Mon PIR a été consacré au développement de cette idée, explique Jérémy Foiche, et j'ai poursuivi ce travail

lors de mon projet de fin d'études, en 5^e année. Une fois mon diplôme en poche, Jérôme Dauffy m'a proposé de créer une entreprise avec lui, pour développer cette voiture : Vaylon est née en janvier 2010 ». L'idée derrière Vaylon : concevoir, développer et commercialiser un véhicule tout terrain ultraléger, convertible en aéronef. « C'est un buggy disposant d'une hélice et d'une voile souple, de type parapente, permettant de faire décoller la voiture à tout moment ».

... mais un aéronef capable de décoller en 50 mètres

L'engin devrait pouvoir décoller en moins de 100 mètres, voire moins de 50 mètres lorsque les conditions sont propices et, surtout, depuis n'importe quel terrain,

pas seulement d'un aéroport. Fin 2013, l'entreprise a procédé au premier démarrage moteur. Un succès. En 2014, les deux associés ont débuté les essais dynamiques au sol (roulage...). « Nous externalisons beaucoup notre développement, du fait de la taille réduite de notre structure (deux salariés) mais également pour travailler avec des professionnels réputés pour leurs compétences dans ce domaine », précisent-ils.

Jérémy Foiche espère pouvoir commercialiser rapidement le premier prototype de Pégase. Présente au Salon du Bourget en juillet 2015, la PME française Vaylon y a présenté son buggy volant à plusieurs clients et investisseurs potentiels, dont plusieurs délégations étrangères.



ALGOLIA

Julien Lemoine
EPITA promo 2004

Julien Lemoine lance Algolia en 2012 avec son associé, Nicolas Dessaigne. Algolia permet à n'importe quel site Web ou application d'avoir une fonctionnalité de recherche et de navigation du niveau de Google.

Simplifier des technologies

La recherche devient intuitive et rapide pour les utilisateurs, qui sont donc plus satisfaits et plus engagés. « Nous travaillons tous les deux depuis presque dix ans dans le

domaine de la linguistique et des moteurs de recherche. Nous avons constaté que ces technologies restaient trop complexes pour être maîtrisées par les développeurs, explique Julien Lemoine. Seule une poignée d'experts est capable d'avoir une expérience de recherche du niveau de Google. Nous avons commencé par développer un moteur de recherche tournant sur téléphone mobile et accessible à tous les développeurs. Ce premier produit a été un grand challenge

technologique mais le marché n'était pas vraiment au rendez-vous. Les retours étaient excellents sur l'expérience utilisateur, mais nos prospects souhaitaient pouvoir accéder au moteur en ligne, d'où l'orientation vers notre produit actuel. »

Des possibilités de croissance infinies

Aujourd'hui, Algolia a réussi à lever près de 20 millions d'euros, au total. Sur l'ensemble de l'année 2014, l'entreprise a eu, en moyenne,

**Accompagner et encourager l'envie de grandir.
Favoriser la croissance des entrepreneurs,
des créateurs et des courageux.**



PRESTASHOP

Bruno Lévêque
Epitech promo 2007

Prestashop est une solution e-commerce de création de boutique en ligne cofondée par Bruno Lévêque en 2005. Aujourd'hui incontournable dans le domaine au niveau mondial, PrestaShop est accompagnée par des investisseurs de renom et a levé plus de 15 millions de dollars pour accompagner son développement. Mais avant de devenir l'un des acteurs majeurs de l'e-commerce, PrestaShop fut d'abord un Epitech Innovative Project, un projet de fin d'études, sous le nom de « phpOpenStore ».

Une solution simple, gratuite et performante pour le e-commerce

C'est donc en 2005 que Bruno Lévêque et quatre autres élèves décident d'apporter avec leur projet une véritable révolution dans le monde de l'e-commerce : proposer une solution open source, simple d'accès, gratuite et performante à destination des e-commerçants. À l'issue

de son cursus, Bruno Lévêque cofonde alors sur cette lancée la société open-source PrestaShop. Cette dernière connaît une croissance record : en cinq ans, elle compte 120 collaborateurs, 5 millions de téléchargements et 7 bureaux dans le monde.

850 000 membres, 250 000 boutiques dans le monde

Traduite dans plus de 65 langues, propulsée au niveau d'une communauté mondiale de 850 000 membres et accompagnant plus de 250 000 boutiques en ligne, la solution PrestaShop a toujours de l'ambition. Bruno Lévêque, aujourd'hui président du conseil d'administration de la société, souhaite encore s'exporter et continuer à proposer la solution e-commerce la plus simple et complète pour des marchands « qui n'ont pas le temps de perdre de l'argent ».

NEOCANAL



Hugo Bernard
ISG promo 2013

Dès sa sortie de l'ISG, Hugo Bernard cofonde Neocanal, agence de prospection digitale pour les PME et ETI (entreprises de taille intermédiaire) françaises.

Accompagner le client pendant un an

Alors à Shanghai, il fait un stage dans la communication digitale où il conçoit des sites Internet pour les TPE. Il sait qu'il veut continuer dans ce secteur et y créer sa société, Neocanal. « Nous utilisons des leviers digitaux pour attirer de nouveaux clients sur le Web, explique Hugo Bernard. On aide les dirigeants de PME et ETI à développer leur chiffre d'affaires en utilisant Internet. » La société crée toutes les communications nécessaires pour attirer des prospects (vidéos, témoignages clients, études de cas, conférences en ligne, ebook...) et met ensuite en place l'infrastructure digitale nécessaire pour motiver ces prospects. « On accompagne l'entreprise une année entière avec une équipe qui va piloter toutes ses campagnes en ligne et les optimiser ». Neocanal est sur la fin de sa levée de fonds. L'entreprise vise la somme de 300 000 euros pour consolider son projet.

une croissance du chiffre d'affaires de 30 % d'un mois sur l'autre. « Les possibilités de croissance pour nous sont infinies : nos clients sont à l'International et nous sommes déjà utilisés par de nombreux sites et applications, même par des applications internes comme de la recherche dans des factures clients, ajoute Julien Lemoine. Nous avons aujourd'hui plus de 800 clients dans plus de 100 pays et notre infrastructure est déployée dans 25 data centers dans le monde. »



ASIE ENERGIE



Thomas Xu
IPSA promo 2009

Thomas Xu a créé Asie Energie en 2011 pour mettre en relation les PME françaises exportatrices d'équipement et de savoir-faire dans le domaine de l'énergie nucléaire avec des professionnels chinois.

Aider les PME françaises à exporter tout en respectant la volonté chinoise d'indépendance énergétique, tel est l'objectif de Thomas Xu et de sa société : « Nous fournissons des services, de la prospection et négoce à la vente en passant par les études de marché. Nous sommes implantés à Pékin et à Hong-Kong. Nos équipes de chargés d'affaires, tous diplômés de grandes institutions chinoises, assurent le lien et la synergie des compétences françaises et du commerce chinois ».

Nucléaire et aéronautique

Asie Energie Ltd s'organise aujourd'hui en deux pôles : l'un spécialisé dans l'énergie nucléaire et l'autre consacré à l'aéronautique, autre fleuron industriel français dont une partie de l'avenir s'inscrit en Chine. Thomas Xu a été honoré par le Prix de l'entrepreneuriat Club France 2014 en Chine, pour son produit de décontamination nucléaire.

DÉVELOPPER



SYNETIS

Eric Derouet
ISEG Group - Campus de Paris promo 2004

Synetis est un cabinet de conseil en management et système d'information spécialisé dans la transformation et la sécurisation des systèmes d'information. Implantée à Paris, Rennes et Genève, Synetis a été créée en 2010 par deux associés, dont Eric Derouet.

Eric Derouet débute sa carrière au sein de la sphère IT par une année passée en Chine dans le développement commercial international. Il rejoint ensuite, en tant que directeur commercial puis associé, une société spécialisée dans les infrastructures sécurisées, pendant cinq ans. Finalement, en 2010, celui qui estime « avoir toujours été entrepreneur » décide

de se lancer avec Synetis. « Je n'ai qu'une envie en tête : créer. »

Une croissance de plus de 200 %

Aujourd'hui, des sociétés comme GDF Suez, le Conseil supérieur du notariat, Natixis, Rolex ou encore Canal+ s'appuient sur les compétences et l'accompagnement des experts de Synetis pour réussir la sécurisation progressive de leur système d'information, sans pour autant renier les aspects « traditionnels » de leur activité qui ont fait leur succès. Synetis a généré près de trois millions d'euros de chiffre d'affaires en 2014 et compte aujourd'hui 30 collaborateurs, trois agences. Sa croissance a été de plus de 200 % en trois ans.

RAPPROCHER



**Réduire les distances
entre les mondes,
entre deux étrangers,
entre les entrepreneurs
ou entre les marques
et leur public.
Arranger et adoucir
les différentes
rencontres de la vie.**



TOUT LE MONDE

Charles Rambeau

ISEG Group – Campus de Paris promo 2011

Charles Rambeau a créé en 2012 Tout le monde aime les pingouins, agence spécialisée dans la conception, la réalisation et la production de vidéos et de photos institutionnelles, promotionnelles et événementielles. Quand il sort de l'ISEG Group en 2011, les différentes plateformes Web se mettent à développer l'intégration des vidéos. « La demande était assez nouvelle. Nous sommes arrivés au bon moment avec le bon produit. Je suis allé chercher les personnes avec qui je voulais travailler, il a fallu les convaincre que l'aventure méritait d'être tentée et les choses se sont lancées », explique-t-il.

« Mais pourquoi un pingouin ? »

Ils doivent alors trouver un nom. « Les deux animaux ayant le capital sympathie le plus fort auprès des gens sont le pingouin et le panda. Le panda a ce côté "flemmard" que nous n'aimions pas trop. Mais un pingouin ce n'était pas suffisant, il fallait un nom avec



BLACKMEAL

Matthieu Colombel
e-artsup promo 2006

Blackmeal est un studio de création fondé par Matthieu Colombel. Pourquoi Blackmeal ? « C'est le fond de casserole, le brûlé, lorsque l'on fait cuire des pommes de terre avec du beurre, par exemple. C'est étrange, ça fait un peu peur, mais dès qu'on y goûte, on ne peut plus s'arrêter. C'est exactement la même chose pour le motion design. »

**« Faire bouger des choses
qui ne sont pas censées bouger »**

Le dada du studio, c'est donc le motion design. « Je suis fils de psychomotriciens et passionné par le film d'animation depuis que je sais marcher, explique Matthieu Colombel. J'ai toujours eu une conception particulière du mouvement. Le mouvement, c'est un geste, une action mais, dans mon métier, c'est avant tout quelque chose qui se pense. Le motion designer se doit de trouver des solutions par le mouvement. J'ai toujours

trouvé cela passionnant : faire bouger des choses qui ne sont pas censées bouger. »

En Europe et aux États-Unis

Le studio, lancé en 2011 avec Vincent Ben Abdallah, Thomas Lecomte et Donald Simonet, est rejoint par un autre ancien d'e-artsup, Maël François (promo 2005), qui était jusqu'alors chez Pixar. La mayonnaise prend : chaque année le studio grossit, se déploie et enchaîne les gros clients, comme BNP Paribas ou Publicis. En décembre 2014, Blackmeal crée une succursale à Nantes. Aujourd'hui, il est également présent de l'autre côté de la Manche, à Londres. « Nous travaillons avec plusieurs pays, en Europe et en Amérique. Nous nous réinventons avec chaque client. Chaque projet est différent et nous changeons régulièrement de technique (2D, 3D, live, etc.) ». Le futur de la jeune société ? S'implanter durablement aux États-Unis.



UNFRAMED

Larry Tchiou
EPITA promo 2007

Larry Tchiou a eu l'idée d'un incubateur « pour start-ups tech à impact social » il y a plusieurs années. « Nous nous focalisons sur une cause ou communauté spécifique à la fois. Nous sélectionnons des entrepreneurs prometteurs et surtout engagés à construire une entreprise commerciale, afin de maximiser leur impact social sur le long terme », explique-t-il.

Un accompagnement holistique

Baptisé UNFRAMED, l'incubateur est aujourd'hui installé à Singapour, pour des raisons personnelles et pour profiter des avantages fiscaux, administratifs et géographiques de la ville, véritable hub en

Asie. « Notre programme principal est un "accélérateur" de cinq mois avec un accompagnement holistique incluant un fonds d'amorçage (10 000 dollars de Singapour par start-up), éducation avec workshops, coaching, mentoring par des entrepreneurs et professionnels expérimentés, mise en relation avec un écosystème exhaustif de partenaires... » Le but ? « Aider ces start-ups, en un minimum de temps, à démontrer leur impact social et leur business model afin qu'elles puissent accéder aux ressources nécessaires pour mettre leur produits et services sur le marché. » UNFRAMED ambitionne de devenir leader régional en matière d'innovation sociale et start-ups technologiques.



HAPPN

Antony Cohen
EPITA promo 2012

Antony Cohen et son frère Fabien ont voulu créer une application qui donne un super pouvoir au quotidien : celui de retrouver une personne croisée par hasard, dans la rue ou dans un lieu public, et d'entrer en contact avec elle. C'est ainsi qu'Happn voit le jour en janvier 2014, à Paris, et séduit aujourd'hui plus de six millions d'utilisateurs dans le monde. Tout commence vraiment par une rencontre. Les deux frères Cohen, via des aventures entrepreneuriales passées, avaient une certaine expérience dans le domaine des applications mobiles géolocalisées, le cœur du concept d'Happn.

Ouverte ou fermée, l'application enregistre les données

À la recherche de financement pour développer leur idée, ils rencontrent Didier Rappaport, cofondateur de Dailymotion, en mai 2013. Ils lui présentent l'ancêtre de l'application qui est aujourd'hui présente dans une quinzaine de pays. Le courant passe et les trois hommes

Cette sélection n'est qu'un échantillon de la richesse des projets portés par les diplômés des écoles du Groupe IONIS. Nous aurions pu aussi parler de :

Aenydris (Sup'Biotech), Aerys (EPITA), Aquila Paris (ISEG Group), Anova-Plus (Sup'Biotech), AT&B (ISEG Group), AVDB Moto (ISEG Group), BeBoDrinks (ISEG Group), Buzzly.fr (SUP'Internet), Castr (e-artsup), Comment ça vole ? (IPSA), Digitage (Epitech), EVERYDAYPLAY (EPITA), Gris Perle Création (ISEFAC), Infiniit (EPITA), Ma commode dorée (ISEG Group), Medicapp Connect (ISEG Group), Places Pour Tous (ISG), Pain Pon' (ISG), Press'Innov (EPITA), Prium Partners (EPITA), Realtytics (EPITA), Startsquare (Sup'Internet), Swopr (e-artsup), Thank You Motion (Epitech), Us (e-artsup), Wehome (ISG), Value Feet (ISEG Group), While42 (Epitech), Ysance (EPITA) et bien d'autres encore.

décident de s'associer. Ensemble, ils reposent tout à plat, font le constat que « chacun a déjà eu envie de retrouver quelqu'un qu'il avait croisé » et lancent véritablement Happn en février 2014. Et aujourd'hui, ça marche : l'application fait notamment fureur en France, au Brésil et au Royaume-Uni. Elle se place en concurrence du leader mondial, Tinder, mais propose un concept différent : que l'application Happn soit ouverte ou fermée, elle continue d'enregistrer les personnes que l'utilisateur croise, en temps réel, lui permettant ainsi de retrouver les hommes et femmes qu'il ou elle n'arrive pas à se sortir de la tête. Basée sur un modèle freemium, à savoir que l'application est gratuite mais que l'une de ses fonctionnalités, non obligatoire à son fonctionnement, est payante, la société emploie aujourd'hui entre 45 et 50 collaborateurs. Un an et demi après sa création.

AIME LES PINGOUINS

une résonance encore plus forte. Un jour, l'un d'entre nous a remis en cause le choix du pingouin et a demandé "mais pourquoi un pingouin ?" et un autre a répondu "mais parce que tout le monde aime les pingouins !". Le nom était là ». Tout de suite, leur premier client (RedBull) leur donne une forte légitimité. Très vite les demandes affluent : « Il a fallu structurer notre offre et notre organisation pour répondre efficacement aux premiers clients. Ensuite c'est un cercle vertueux, plus on a de demandes, plus on produit, plus on a de choses à montrer, plus on attire l'attention, plus on est sollicité. » Ils développent ensuite leur offre sur la photo et la vidéo et ajoutent des étapes de conseil et d'accompagnement « pour ne pas être uniquement des producteurs d'images », ce que leurs clients leur demandent. Aujourd'hui, la société travaille pour des noms comme Danone, Cartier, Publicis, Evian, Le Raffut, Guerlain, Smartbox, Lagardère Active, Fouquet's Barrière ou encore Zenith Optimedia.



Diplômé de l'ESME Sudria en 1974, Marc Sellam commence sa carrière dans l'industrie des télécommunications. De 1976 à 1980, il est inspecteur principal à la Direction de l'enseignement supérieur des télécommunications. En 1980, il crée l'Institut supérieur européen de gestion (ISEG Paris), première école de ce qui deviendra IONIS Education Group.

« Le Groupe IONIS aura son rôle à jouer dans la révolution de l'enseignement »

Entretien avec Marc Sellam,
président-directeur général
de IONIS Education Group

Vous êtes en pleine rentrée et même si l'heure n'est plus aux bilans, est-ce que l'année 2014-2015 a été un « bon cru » pour le Groupe IONIS ?

Avec le recul que nous avons sur l'année qui s'achève, concernant nos étudiants et nos diplômés, que nous suivons attentivement, ces derniers continuent à très bien se placer en entreprise, malgré un contexte difficile. C'est encore plus vrai pour les diplômés des écoles technologiques du Groupe, qui enregistrent une nette hausse de leurs rémunérations. Quant aux passages dans les années supérieures, ils se déroulent très bien : les étudiants continuent dans nos écoles. Cette fidélisation est un élément important qui montre la confiance qu'ils nous portent. L'année écoulée a été marquée par plusieurs opé-

rations de restructuration et d'agrandissement de nos écoles. Les ouvertures et les nouveaux aménagements de campus, à Lille, Lyon, Montpellier, Toulouse et le campus numérique & créatif de Paris, ont été un succès. Jamais l'étudiant n'a été autant au cœur de nos préoccupations, en anticipant demain, avec des lieux au cœur de la vie, en synergie avec les autres écoles, avec des moyens technologiques importants et une logique de formation différente. En un an, nous avons ainsi ouvert plus de 30 000 nouveaux mètres carrés – c'est énorme. L'autre grand volet de notre expansion concerne le numérique, auquel nous consacrons des moyens importants. C'est notre avenir qui se joue dans ce virage fondamental. Le mode de fonctionnement d'une école, comme l'apprentissage, a été bouleversé par la révolution numérique. C'est pourquoi nous avons alloué des moyens conséquents à IONISx, la structure qui pilote l'enseignement numérique du Groupe. Cette dynamique concerne à la fois l'interne, avec nos écoles, et l'externe, car nous ne pouvons pas prendre de retard sur ce qui se fait ailleurs. Notre capacité à former ne se limite pas à la formation initiale.

Vous misez largement sur le développement des écoles du Groupe en région. Comment expliquez-vous la réussite de ces implantations ?

Cette dynamique de développement régional fait partie de l'ADN du Groupe, depuis sa création. Nous avons concentré nos efforts pour offrir des écoles à taille humaine, réparties sur le territoire, plutôt qu'un nombre réduit d'établissements qui rassembleraient trop d'élèves. Et nous l'avons fait en mettant en place une dynamique de campus urbains, un élément très important de notre croissance. C'est avant tout une logique de formation, aujourd'hui imitée. Nous n'avons pas choisi la solution de facilité, car ces implantations représentent de lourds investissements. Mais nous sommes convaincus qu'il s'agit du meilleur choix pour l'étudiant, celui qui offre les meilleures conditions de vie et d'études. Tous ceux qui ont fait le choix de campus sanctuarisés, à la périphérie des agglomérations, le regrettent aujourd'hui. Le temps nous a donné raison et nous continuerons

LE PROGRAMME BUSINESS & MANAGEMENT 3+2 DE L'ISG S'ÉTEND DANS 7 VILLES DE FRANCE

En 2013, l'ISG a lancé avec succès son programme Business & Management 3+2. Fondé sur une pédagogie novatrice et sur un large choix laissé aux étudiants afin de personnaliser leur cursus (multiples options en année 1 et 2, choix de 3 parcours en année 3, choix de 5 parcours et d'une vingtaine de spécialisations en année 4 et 5). Dans le sillage des premières réussites, l'ISG Programme Business & Management 3+2 sera ouvert à la rentrée 2016 dans 7 villes en France. En plus de Paris, ce programme sera installé sur les campus urbains IONIS de Bordeaux, Lille, Lyon, Montpellier, Nantes, Strasbourg et Toulouse.



demain. Nous n'avons pas choisi ces villes par hasard : ce sont toutes de grandes agglomérations régionales, dynamiques. Par ailleurs, nous souhaitons permettre aux étudiants de poursuivre des études supérieures sans être obligés de passer par Paris, où le coût de la vie est très élevé. Au regard de la dynamique existante, c'était aussi un choix judicieux pour le développement du Groupe IONIS.

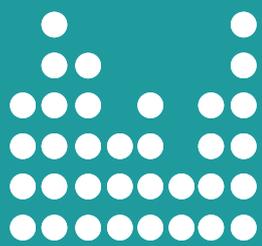
En quoi ces campus urbains expriment-ils votre vision de l'enseignement supérieur ?

En raison de la transversalité qu'ils incarnent. D'abord d'un point de vue géographique : une fois inscrit dans l'une de nos écoles, l'étudiant a la possibilité de poursuivre ses études dans la ville de son choix – nous avons développé une cohérence dans les formations et les programmes en ce sens. Ensuite, cette transversalité dans les campus se traduit par les synergies qui existent entre les écoles. Lorsque cohabitent, en un même lieu, des écoles technologiques et de business – pour ne citer que ces deux domaines –, cela crée une dynamique de formation formi-

dable pour l'étudiant. C'est une vraie valeur ajoutée. On ne peut pas passer à côté de ses années d'études, car c'est un moment où l'on tisse des relations et un réseau qui nous accompagneront tout au long de la vie. Nous multiplions les projets pédagogiques et associatifs qui permettent aux étudiants d'univers différents de travailler ensemble. Les projets entrepreneuriaux nés de cette transversalité sont chaque année plus nombreux, ce qui nous renforce dans cette conviction. Pour cela, nous implantons progressivement, dans chaque campus, des espaces dédiés à la création d'entreprises et au travail collaboratif, des lieux équipés avec des moyens humains, pour accueillir des étudiants ou Anciens porteurs de projets.

Vous venez d'annoncer le lancement du programme Business & Management de l'ISG dans sept villes de France. Qu'est-ce qui a motivé cette décision ?

Le programme Business & Management de l'ISG a été créé il y a trois ans. Ce programme en cinq années, particulièrement attractif, rencontre un succès grandissant.



etna online

LES PREMIERS DIPLÔMES RNCP NIVEAU I TOTALEMENT EN LIGNE

Pour la première fois en France, un titre RNCP niveau I est accessible à 100 % en ligne. Le Groupe IONIS, via sa plateforme numérique IONISx, propose d'accéder aux deux titres professionnels en informatique de l'ETNA : « Architecte système réseaux et sécurité » et « Architecte logiciel développeur d'applications. Ces formations reposent sur la progressivité dans l'acquisition des compétences par étape, un rythme entièrement adaptable et un coaching personnalisé à distance.

Celles-ci s'adaptent au rythme et aux objectifs des apprenants : il est possible de viser le diplôme (c'est-à-dire l'ensemble de la formation) ou un (ou plus) des 19 badges professionnels qui le composent. Un dispositif de VAE (validation des acquis et de l'expérience) permet, par ailleurs, aux professionnels de valider les parties du parcours qu'ils maîtrisent déjà. Les formations répondent aux besoins des personnes en poste qui souhaitent se remettre à niveau, progresser ou changer de poste; aux chômeurs ou à ceux qui ont arrêté leurs carrières et qui désirent la reprendre; aux étudiants mal orientés, déçus ou ayant besoin de travailler pour financer leurs études. ETNA Online s'appuie sur le savoir-faire de l'ETNA qui a fêté son onzième anniversaire : fruit d'une réflexion réunissant les entrepreneurs, les enseignants de l'école et les ingénieurs pédagogiques de IONISx, la formation en ligne permettra de suivre le même cursus, les mêmes cours, les mêmes projets qu'en présentiel.

🌐 <https://online.etna.io/>

À la rentrée 2016, il sera ouvert dans sept villes de France. Il accompagnera le développement de l'ISG, qui possède une image très forte et connaît de belles opportunités de croissance, passant, à terme, de 1 500 à plus de 3 000 étudiants.

Il intégrera progressivement le programme de l'ISEG Business & Finance School. Pourquoi ?

Au sein de l'ISEG Group, l'ISEG Marketing & Communication School s'impose comme un leader de son secteur, avec des étudiants plus nombreux chaque année, une intégration professionnelle remarquable et des possibilités de développement en région. Quant au programme et à la pédagogie de l'ISEG Business & Finance School, ils se rapprochent très fortement du pro-

gramme Business & Management de l'ISG. Dans ce contexte, nous pensons qu'il vaut mieux regrouper que démultiplier. C'est pourquoi le programme de l'ISEG Business & Finance School sera ainsi progressivement intégré à celui du programme Business & Management de l'ISG. Cela se fera naturellement dans l'intérêt de nos étudiants, notre préoccupation première.

Vous avez opéré en cette rentrée une fusion entre IONIS Tutoring et Math Secours avec le lancement de IONIS UP (voir p. 55).

Est-ce la même démarche ?

Nous avons créé IONIS Tutoring pour offrir une nouvelle approche du soutien scolaire, en partant du constat qu'il était généralement assuré par des élèves bac +3 ou

bac +4 et que nous étions les mieux placés pour identifier ceux-ci. Transmettre son savoir à de futurs étudiants, qui rencontrent des difficultés qu'on a déjà vécues, permet de développer des compétences professionnelles tout en étant rémunéré. IONIS Tutoring est donc un service à la fois pour les élèves qui veulent se perfectionner et leurs parents et pour nos étudiants, qui apprennent beaucoup en donnant des cours. Ensuite, nous avons repris Math Secours, une institution réputée qui avait plus de trente ans. Pendant plusieurs années, les deux structures ont cohabité avec réussite. Face aux évolutions du marché et aux nouvelles attentes, nous avons un problème de visibilité et de communication. Nous avons donc regroupé l'intégralité des formations et des différentes offres au sein de IONIS UP. Il est prévu d'ouvrir de nouvelles antennes à Lille, Lyon et Nantes.



Nous comptons accentuer notre présence dans le domaine des datas, dans lequel certaines de nos écoles sont déjà en pointe. »

Votre Groupe est très implanté dans les domaines technologiques du futur. Comment comptez-vous poursuivre vos développements dans ces univers prometteurs ?

Avec l'EPITA, l'ESME Sudria, l'IPSA, Epitech, Sup'Biotech, SUP'Internet et l'ETNA – pour ne citer qu'elles, on peut constater que nous sommes plus que bien implantés dans ces univers. C'est une chance énorme pour un groupe d'être présent dans des secteurs innovants, à la fois dans l'ingénierie, les biotechnologies, l'informatique, l'aéronautique... Nous comptons accentuer notre présence dans le domaine des datas, dans lequel certaines de nos écoles sont déjà en pointe. Le phénomène des big data n'est pas qu'un effet de mode ; c'est une réalité qui bouleverse la société et les entreprises. C'est un enjeu transversal, créateur d'emplois, qui dépasse le simple cadre technologique.

Nous devons faire plus sur le sujet. On remarque que les spécialistes des données, dont certains ingénieurs, accèdent de plus en plus à des postes stratégiques et décisionnaires en entreprise. Le monde professionnel est demandeur d'individus formés à ces nouveaux enjeux, car l'économie de demain passera nécessairement par les données. En parallèle, la montée en puissance des données rend la cybersécurité encore plus importante qu'avant. L'EPITA s'est emparée de la question depuis longtemps et elle est l'un des leaders en la matière. L'avenir, c'est l'ouverture à d'autres domaines. L'ESME Sudria – une école qui a plus de cent ans et qui fut l'une des premières écoles privées à délivrer le titre d'ingénieur – a été pendant très longtemps spécialisée dans l'électronique. Elle était en avance à l'époque. Mais le domaine a changé et nous l'avons repositionnée sur les secteurs d'avenir que sont les objets connectés, la robotique et la domotique. En même temps, nous y avons créé un parcours d'ingénieur et manager avec l'ISG, car nous estimons que ces deux univers ne sont pas incompatibles, bien au contraire. D'ailleurs, les passerelles entre écoles sont amenées à être plus nombreuses.

En créant IONISx et en lançant ETNA Online, vous signifiez vouloir être un acteur qui compte dans l'enseignement numérique. Croyez-vous en l'avenir de ces modes d'enseignement ?

Depuis trois ans, IONISx est un « laboratoire » de recherche dans un univers qui nous obsède et un formidable moteur d'innovation pour nos écoles. Nous ne voulons ni être des suiveurs, ni être absorbés par cette dynamique qui est en train de révolutionner la vie de nos étudiants. L'enseignement ne sera plus jamais le



Installé dans le quartier Parmentier (Paris 11^e), à proximité de République et du Marais, le campus numérique & créatif offre un espace de 6 500 m² avec un incubateur dédié aux start-ups portées par les étudiants



CODING ACADEMY

BY EPITECH

Pour les jeunes diplômés ou actifs souhaitant parfaire leurs compétences, la Coding Academy propose des formations au code courtes et intensives qui les rendent immédiatement opérationnels, en s'appuyant sur l'expertise d'Epitech.

La Coding Academy propose des formations courtes (vingt semaines), étayées et pédagogiquement solides pour établir une base professionnelle, immédiatement utilisable en entreprise. À l'issue de ces quatre mois et demi de formation, si les participants intègrent directement le monde professionnel, les autres ont la possibilité de poursuivre des études plus approfondies dans le domaine du Web ou du développement informatique. La Coding Academy s'adresse à une large diversité de profils âgés de 20 à 35 ans.

Le premier module proposé s'appelle Code & Go. Il permet d'appréhender en profondeur les fondements et la logique du code pour faciliter l'assimilation de technologies innovantes. D'autres modules seront créés en fonction des besoins et des souhaits de spécialisation des étudiants.

© www.coding-academy.fr

même. L'étudiant sera pris en main avec une logique totalement nouvelle, aussi bien au niveau du suivi que dans sa formation, en passant par sa manière de travailler, qui sera beaucoup plus collaborative. Nous ne voulons surtout pas loupé ce virage et nous essayons de l'anticiper, même si d'un point de vue économique cela est très pesant. Personne n'a par exemple encore trouvé de modèle économique viable pour les MOOC. Ce mouvement est irréversible et l'étudiant sera de plus en plus autonome, bien que l'autonomie ne soit pas forcément le point fort des futurs bacheliers actuels. Je suis intimement convaincu que le Groupe IONIS aura son rôle à jouer dans cette révolution. C'est un challenge passionnant, car il nous

oblige à être meilleurs. Jusqu'à présent, l'enseignement formait des têtes remplies. Désormais, il faut former des têtes bien faites, capables d'apprendre, de comprendre et réfléchir. ETNA Online procède ainsi d'une démarche nouvelle : celle de se former autrement, en ligne, pour un public qui ne dispose pas forcément des moyens ni du temps d'être dans une logique d'étudiant. Pour nous, il s'agit de toucher un public plus large et de mettre progressivement à disposition nos compétences au service de la formation tout au long de la vie. Le numérique est un formidable outil pour le faire. Nous avons une belle carte à jouer dans l'enseignement continu, notamment vis-à-vis des entreprises qui souhaitent faire progresser leurs salariés.



À la prochaine rentrée, nous ouvrirons probablement plusieurs formations professionnelles à l'étranger, à travers la Coding Academy

Moda Domani Institute, votre business school spécialisée dans la mode et le Luxe, entame sa deuxième rentrée. Estimez-vous, à l'issue de la première année, que la mission a été remplie ?

Moda Domani Institute est une belle aventure, à commencer par son projet pédagogique. Nous avons complètement « déstructuré » le mode d'enseignement, aussi bien dans le temps que dans l'espace, avec par exemple l'enseignement de compétences professionnelles dès le début du cursus et une grande place faite à l'enseignement par des professionnels. Au regard des recrutements effectués pour sa deuxième année, c'est un pari parfaitement réussi. Cette réussite, nous la devons aussi à son équipe qui effectue un formidable travail.

L'International semble être une obligation pour tous les groupes d'écoles et pourtant, les initiatives sont peu nombreuses. Comment expliquez-vous cette situation ?

Toutes les écoles du Groupe IONIS sont désormais présentes sur la thématique internationale à travers des accords d'échanges académiques. Aujourd'hui, nos écoles en ont signé plus de 250 et continuent chaque année à en développer de nouveaux. C'est la base, mais cela ne suffit pas. Les groupes d'enseignement supérieurs français avec une présence physique à l'International sont très peu nombreux. Nous avons cette ambition. Pour cela, nous avons déjà fait plusieurs tentatives, parfois malheureuses et très onéreuses. Les plus récentes ont été faites avec rigueur, sans nous laisser emporter. Maintenant, plusieurs schémas se dessinent pour l'avenir. À la prochaine rentrée, nous ouvrirons probablement plusieurs formations professionnelles à l'étranger,

à travers La Coding Academy développée par Epitech. Nous allons étoffer le modèle de cette formation courte de quatre mois, avec plusieurs approches, dans un premier temps en Europe, puis en Asie. À partir de là, nous étudierons plusieurs possibilités de reprises de partenaires crédibles sur place.

Cette année, Epitech va dépasser les 5 000 étudiants, devenant la première école du Groupe IONIS. Comment expliquer ce succès et comment s'écrit l'avenir pour cette école ?

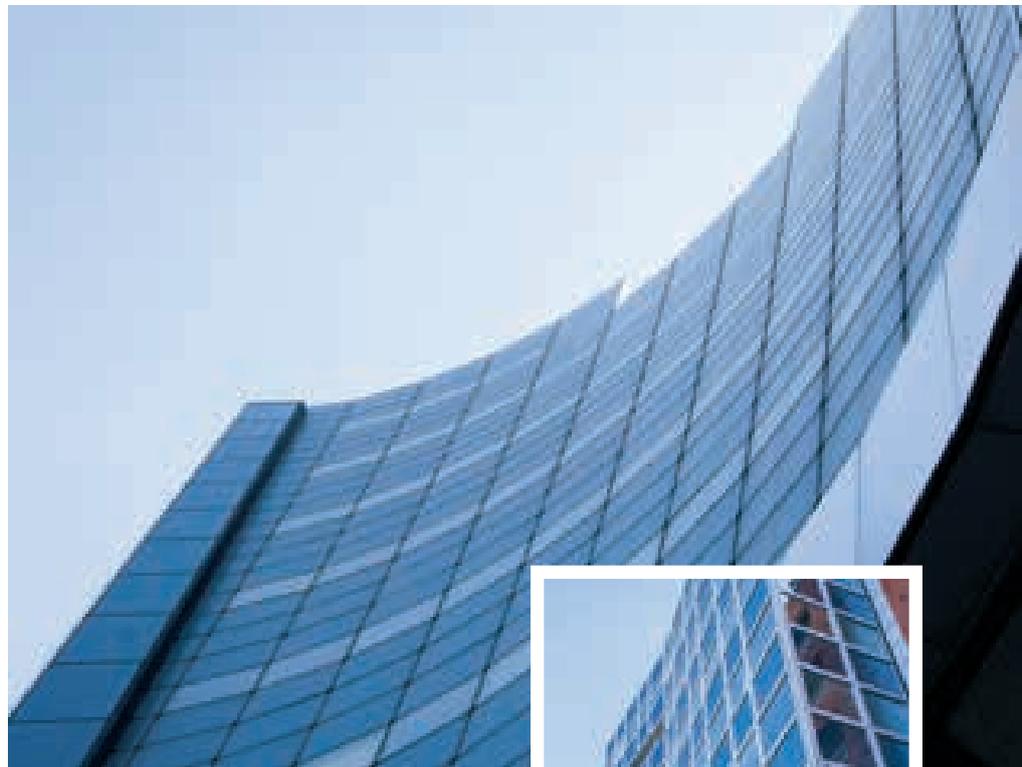
Le modèle Epitech est une création originale du Groupe. Depuis plus de quinze ans, il repose sur un enseignement dématérialisé qui plonge l'étudiant, dès le départ, dans les projets, en commençant par la fameuse « Piscine », qui est un temps d'immersion. L'étudiant travaille en continu sur des projets avec une notation et un suivi qui ne ressemblent en rien à ce qui faisait jusqu'alors dans l'enseignement supérieur. Cette marque de fabrique – la culture projets, initiée par l'EPITA avant que celle-ci ne devienne une école d'ingénieurs à part entière – a été très critiquée au départ et est maintenant largement copiée. Cela est flatteur et nous conforte dans nos idées. Mais ce modèle a ses contraintes, à commencer par celle de ne pas laisser un étudiant se décourager, livré à lui-même. À travers, par exemple, la 4^e année obligatoire à l'étranger ou la dimension managériale de la dernière année, nous ne souhaitons pas former des besogneux au service d'industriels en manque main-d'œuvre. Loin de là. Notre ambition est de former des managers et des entrepreneurs avec le sens de l'innovation, avec une véritable expertise technique, capables d'évoluer dans le temps. Je pense notamment à tous ces informaticiens formés à des technologies tombées en désuétude qui ont eu beaucoup de mal à retrouver du travail. Il est important de pouvoir anticiper l'avenir dans un univers qui change constamment. Nous ne formons pas pour des besoins à

court terme, dans une seule direction, ni à une seule technologie. Nous souhaitons que, demain, l'étudiant n'ait pas à subir les contraintes de l'entreprise et puisse être pleinement acteur de son avenir.

En cette rentrée 2015, le Groupe compte plus de 23 000 étudiants et vous dépasserez sans doute le cap des 25 000 d'ici un an. Existe-t-il une « méthode IONIS », une approche particulière qui vous distingue de vos concurrents directs ?

Notre réussite ne réside pas dans le quantitatif. Nous ne courons pas derrière les chiffres. Notre priorité est de proposer les

meilleures formations possibles. Grâce à cette diversité, à la pluralité d'écoles et d'univers d'enseignement, notre développement se marie avec l'innovation et explique ces chiffres. Demain, en nous rapprochant des entreprises pour offrir des formations aux salariés, ce nombre sera sans doute encore plus grand, en nous appuyant sur les savoir-faire de nos écoles. Existe-t-il un modèle IONIS ? Ce que je sais, c'est que nous n'avons pas la culture absolue du résultat économique. Notre priorité est et restera toujours l'étudiant. Nous n'avons pas peur de nous remettre en cause. Je suis pessimiste dans la réflexion mais optimiste dans l'action. ■



Le nouveau campus de Toulouse. 9 000 m² situés en centre-ville, à deux pas du square Compans.



LES PROMOTIONS 2014 À L'HONNEUR

Remise des diplômes de l'ISEG Group,
Epitech, Sup'biotech, Ionis-STM,
e-artsup, SUP'Internet et l'ETNA





Pour les promos 2014, une page se tourne.

Le 5 juin dernier, les étudiants de la promotion 2014 de l'ISEG Group avaient rendez-vous pour leur remise des titres. Dans le cadre du Théâtre du Châtelet, ils étaient près de 800 diplômés - et lauréats du challenge OPEN ISEG VI - accompagnés de leurs parents et des équipes pédagogiques pour célébrer leur entrée dans la vie active.

Le 13 juin, la belle Maison de la Mutualité accueillait à son tour les promotions 2014 d'Epitech, de l'Executive MBA Epitech et de Web@cademie. Au total, près de 1600 personnes étaient réunies.

Enfin, c'est dans l'enceinte de la prestigieuse Maison de l'Unesco que les promotions 2014 de Sup'Biotech, Ionis-STM, e-artsup, SUP'Internet (première promo) et l'ETNA ont tour à tour reçu leur mérité titre le samedi 20 juin. Un au-revoir collectif au monde étudiant en présence de la direction du Groupe IONIS, des différents parrains de promos et de certains Anciens, dont ils intègrent le réseau fort de 65 000 membres.





L'ISEG GROUP



Marc Sellam

président-directeur général
de IONIS Education Group

« Nous vivons une époque formidable. Tout bouge tellement vite : les outils de notre quotidien avec le numérique, l'espace professionnel avec la mondialisation, les plans de carrière avec la capacité nouvelle de se former en tout temps et en tout lieu. Cette évolution est d'autant plus nécessaire que les mutations entre générations sont de plus en plus rapides. Notre identité, c'est le souci constant de vous préparer au monde réel, celui des entreprises en France et dans le monde. Le changement ne nous fait pas peur, il est notre force. Notre force, c'est vous, hier étudiants, aujourd'hui diplômés. »

En écharpes, les trois majors, Gauthier Vandermeeren, Charlotte Castaing et Nosika Aurat





Adrienne Jablanczy

directeur de l'ISEG Group

« Que de chemin parcouru et vous avez bien changé ! Vous avez su relever des défis, pédagogiques, entrepreneuriaux et personnels. Autant d'expériences qui ont favorisé un apprentissage partagé de réussites mais aussi d'erreurs, elles-mêmes formatrices. Des expériences où l'engagement et la passion ont toujours été au rendez-vous. Ce sont ces formes d'intelligence des situations, de mobilisation intellectuelle et d'adaptation qui caractérisent le business model de votre formation. Soyez acteurs de ce monde nouveau. »



Thierry Sebagh,
directeur
national de
l'ISEG Business
& Finance
School



Gérard Rameix

parrain de la promotion
et président de l'Autorité
des marchés financiers (AMF)

« Je vous conseille de faire des vrais choix. Vous avez des tas de possibilités, vous devez choisir un métier qui vous plaît, dans lequel vous aurez plaisir à travailler et dans lequel vous pourrez vous améliorer. C'est comme ça que vous réussirez à la fois votre vie et votre carrière. Vous entrez dans un monde, c'est évident, qui change. Il n'a jamais changé aussi vite. Ce que vous avez appris, c'est certes très important, mais ça doit surtout vous aider à apprendre de votre environnement, des gens que vous allez rencontrer : il y a toujours quelque chose à apprendre. »



Valérie Dmitrovic,
directrice nationale
de l'ISEG
Marketing &
Communication
School



Léo Péna



Arthur Rosset, Gauthier Sol et Sylvain Gengo



OPEN ISEG VI



Vivien Bossut et Alexis Chetreff



Lucille Denis et Vincent Gourdon



Léa Bergès, Sarah Gauffriau, Laura Barribaud et Perrine Duprat



Maxence Del Vecchio



Axelle Polge et Benoît Havel



Bérengère Bergeot, Carine Jézo-Brémond et Kévin Djédjé



Tanguy Haugomard, Dylan Coudeville, Charles Patfoort et Pierre Droniou



Karim Cherifi

OPEN ISEG est l'opportunité pour chacun de concourir en présentant, seul ou en groupe, un projet dans les domaines artistique ou économique, humanitaire ou associatif, culturel ou social, international ou sportif, événementiel ou entrepreneurial. L'objectif ? Permettre à ceux qui ont des idées originales de se lancer, de se distinguer ou encore d'accroître leurs aptitudes au travail en équipe.

C'est l'occasion pour les étudiants et les Anciens de mettre à profit leur expérience développée tout au long de leur cursus. 192 équipes ont participé à cette 6^e édition. Depuis son lancement, OPEN ISEG a distribué plus de 200 000 euros de prix.

LE PRÉ-JURY

- **Adrienne Jablanczy**, directeur de l'ISEG Group
- **Marc Drillech**, directeur général de IONIS Education Group
- **Béatrice Vendeaud**, directrice des partenariats entreprises et du réseau des Anciens de l'ISEG Group

LE GRAND JURY

- **Sandrine Aubert**, directrice de la publicité chez Skyboard
- **Xavier Charpentier**, directeur général associé de Freethinking
- **François Chevallier**, responsable département Marché des Particuliers et du Patrimonial de La Banque Populaire Rives de Paris
- **Arnaud Collin du Bocage**, senior banker chez BNP Paribas
- **Sylvain Denizot**, partner at FINOMEN
- **Marc Drillech**, directeur général de IONIS Education Group
- **Rémy Peugniez**, directeur de Hartmann France
- **Charles Rambeau**, directeur associé de Tout Le Monde Aime Les Pingouins
- **Béatrice Vendeaud**, directrice des partenariats entreprises et du réseau des Anciens de l'ISEG Group



De gauche à droite, Vincent Gourdon, Lucille Denis, Maxence Del Vecchio, Léa Bergès, Sarah Gauffriau, Laura Barribaud, Perrine Duprat, Karim Cherifi, Charles Rambeau et Sandrine Aubert



Karim Cherifi, Sandrine Aubert (jury), Gérard Rameix (parrain), Marc Sellam, Benoît Havel, Axelle Polge, Bérengère Bergeot, Kévin Djédjé et Carine Jézo-Brémond



Léo Péna, Alexis Chetreff, Vivien Bossut, Adrienne Jablanczy, Arthur Rosset, Gauthier Sol et Sylvain Gengo, François Chevallier, Béatrice Vendeaud, Gérard Rameix, Raphaëlle Demeyer, Thierry Sebagh

LES RÉCOMPENSES

1^{er} prix : 10 000€ ► CUSTOM MY ART

Léo Péna ISEG Marketing & Communication School Paris

2^e prix : 7 000€ ► LA SALOPETTE

Arthur Rosset, Gauthier Sol et Sylvain Gengo
ISEG Marketing & Communication School Lyon

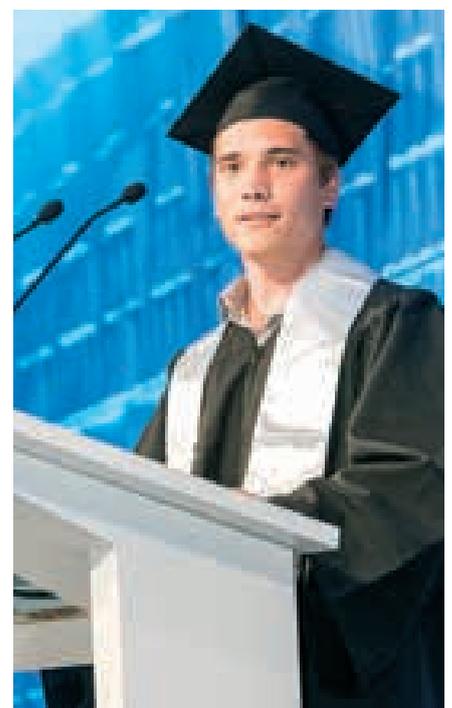
3^e prix : 5 000€ ► BRIGIT

Vivien Bossut et Alexis Chetreff
ISEG Business & Finance School Paris

Du 4^e au 10^e prix : 2 000€

- **BIG DEAL : Maxence Del Vecchio**
ISEG Marketing & Communication School Lille
- **FAMILY 2.0 : Lucille Denis et Vincent Gourdon**
ISEG Marketing & Communication School Nantes
- **HEAT ME UP : Léa Bergès, Sarah Gauffriau, Laura Barribaud et Perrine Duprat**
ISEG Marketing & Communication School Bordeaux
- **ISING : Karim Cherifi**
ISEG Business & Finance School Toulouse
- **MIAM MIAM BOX : Axelle Polge et Benoît Havel**
ISEG Marketing & Communication School Strasbourg
- **LES CENOEXPLORATEURS : Bérengère Bergeot, Carine Jézo-Brémond, Kévin Djédjé et Malcom Methogo**
ISEG Marketing & Communication School Bordeaux, Epitech Bordeaux, e-artsup Bordeaux
- **SKILLS SHARING : Tanguy Haugomard, Dylan Coudeville, Charles Patfoort et Pierre Droniou**
ISEG Marketing & Communication School Lille
- **DÉTOUR : Corentin Schepens, Ydriss Mercier et Charles Picot**
ISEG Marketing & Communication School Lille
- **LABROBOTECH : Edouard Janody, Pierre-Jules Barre, Adrien Copros et Quentin Chopine**
ISEG Marketing & Communication School Lyon, ESME Sudria Lyon

EPITECH



Kevin Costa, major



Marc Sellam

président-directeur général
de IONIS Education Group

« Dans le monde où tout va très vite, vous devez tenir solidement la barre pour rester là où vous êtes : à la pointe. Nous avons tout donné pour cela, maintenant c'est à vous de tenir le cap, de conduire le changement des sociétés, d'assurer l'innovation dans l'entreprise qui est peut-être la vôtre, de préparer pour demain une société plus juste, plus équilibrée, plus solidaire, plus partageuse. »



Fabrice Bardèche

vice-président exécutif
de IONIS Education Group

« Dans l'ADN d'Epitech, il y a la transmission. Beaucoup d'entre vous avez participé à transmettre à vos camarades. Et vous allez continuer à le faire dans votre entreprise parce que ça fait partie du code, de l'ADN. C'est ce que vous avez en vous. Et cette proximité, ce partage du savoir, de l'expérience, est aussi importante que ce que vous apprenez sur le plan technologique, parce que c'est une dimension humaine. »



Emmanuel Carli

directeur général d'Epitech

« Une nouvelle révolution nous fait face : la révolution digitale dont vous êtes le principal moteur. Et le futur, aussi, au travers de cette célébration qui symbolise le moment où vous allez toujours plus transformer, redessiner le monde qui nous entoure. Il y a déjà et il y aura encore parmi vous de grands acteurs de cette révolution digitale. Et nous serons là pour en accompagner les nouveaux. »



Alexandre Malsch

(Epitech promo 2009)
directeur général de meltygroup
et parrain de la promo

« À Epitech, on nous a appris à apprendre. Je pense que c'est le mot-clé : apprendre à apprendre. Nous vivons aujourd'hui dans un monde digital où tout va à une vitesse de dingue. Tout est en évolution permanente, tout est en mutation. Nous sommes dans un siècle de transition. La bonne nouvelle, c'est que vous êtes des experts et des maîtres du numérique. Et aujourd'hui, le numérique est absolument partout : en tant que diplômés d'Epitech, vous pouvez travailler où vous le voudrez, dans n'importe quel pays que vous vous voudrez. »





SUP'BIOTECH



Vanessa Proux

directrice
générale de Sup'Biotech

« Cette cérémonie illustre l'aboutissement d'un programme d'enseignement que nous avons voulu dynamique, interactif, innovant et surtout en adéquation avec les attentes en terme de compétences des professionnels des biotechnologies. Les biotechnologies représentent un univers prometteur, en plein développement, grâce aux progrès et à une connaissance de plus en plus précise du monde vivant, même si nous sommes loin d'en avoir fait le tour. »



Arnaud Gobet

président des laboratoires
Innothera et
parrain de la promo 2014

« Au cours de ces cinq années, vous avez certainement découvert, appris et expérimenté bien des choses que peut-être vous ne soupçonniez même pas. Un enseignement où le concret et le théorique, l'expérimental et le conceptuel, s'équilibrent harmonieusement. C'est un équilibre essentiel dans la vie de l'entreprise où l'un domine le court terme et l'autre le long terme. Vous avez aussi découvert le bonheur et l'efficacité du travail en équipe, qui est aujourd'hui vital. »



Les trois majors (de gauche à droite) :
Lauranne Pujol, Rodrigo Lopez
et Céline Bruge



Thierry Picaud, directeur des études
du cycle Expertise



Valérie Pham-Trong

directrice de Ionis-STM

« Il faut de l'imagination pour conjuguer son parcours avec une nouvelle dimension. Il faut une soif d'apprendre. Il faut avoir envie de relever de nouveaux défis. Demain est à construire et nous réserve de grandes surprises. Restez curieux, ouverts, continuez à apprendre. Soyez à l'écoute pour être force de proposition. Apportez vos idées, démarquez-vous, assumez votre identité, anticipez et innovez. »



Gilles Babinet

Digital Champion auprès
de la Commission
européenne et
parrain de la promo

« J'aimerais vous inviter à avoir une sorte d'impertinence intellectuelle permanente. Je pense que la peur est le pire ennemi de l'humanité, et si on veut avoir une capacité à avoir une pensée libre, autonome, il faut faire en sorte de ne pas avoir peur. Si vous voulez être vous-même, avoir des vraies valeurs auxquelles vous croyez, une éthique personnelle, c'est important de ne pas avoir peur. Parce que vous pouvez affirmer vos convictions. »



En écharpes, les majors de gauche à droite :
Vincent Monetti, Mathieu Laffite, Seif El Din Salem

E-ARTSUP



Valérie Li, major Design Interactif



Nicolas Becqueret

directeur d'e-artsup

« Aujourd'hui le graphisme, l'animation et les interactions digitales sont partout. C'est un immense terrain de jeu et, pour vous, un beau terrain d'expression. La création est désormais numérique. Il a fallu réinventer, réapprendre : on aime les métiers dans lesquels vous avez plongés si on aime se remettre en question, observer, tester, vérifier, créer et... recommencer encore et encore ! »





Isabelle Clary

directrice de SUP'Internet

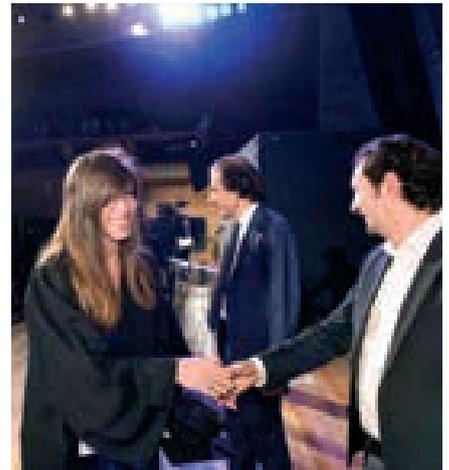
« L'innovation est un mot très à la mode. Mais comme le vieux Prospero dans "La Tempête" de Shakespeare, cet émerveillement devant ce nouveau monde me fait sourire car, comme Prospero, je pense que ce monde est nouveau pour ceux qui le voient pour la première fois. C'est cette innovation qui est le moteur de IONIS Education Group. L'innovation nourrit l'innovation. »



Denis Fayolle

Web Entrepreneur
et parrain de la promo 2014

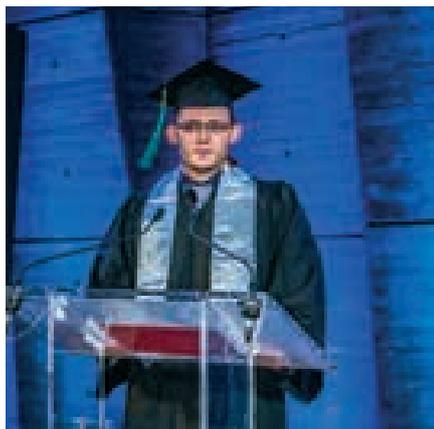
« Internet est un secteur qui bouge beaucoup, que ce soit en marketing, en design ou en technique. Un secteur absolument passionnant mais évidemment en constant changement. Ça sera l'un de vos défis. Vous devrez vous adapter en permanence. Restez curieux, adaptez-vous et continuez d'apprendre. En un mot : restez jeune. »



Ophélie Brice, major
de la première promo de SUP'Internet



ETNA



Cyril Thirion, major architecte logiciel, développeur d'application



Rudy Delamézière, major architecte système réseau et sécurité



Samir Rinaz

directeur de l'ETNA

« Par l'alternance, l'ETNA positionne ses élèves encore plus tôt auprès des entreprises du secteur. Ces entreprises qui ont participé à la formation de nos élèves, qui leur ont fait confiance et les ont accueillis comme collaborateurs à part entière, aspirants ingénieurs au début de leur cursus, aujourd'hui professionnels diplômés. 2015, c'est aussi une année importante : elle verra l'arrivée des premiers élèves de Prép'ETNA dans le cursus alternance à la rentrée. »



DÉSORMAIS AVEC **ETNA ONLINE** VOUS POUVEZ APPRENDRE EN LIGNE LES MÉTIERS DE L'INFORMATIQUE

100% ONLINE

Profitez de la souplesse d'une formation entièrement en ligne : quand vous voulez (accès 24h sur 24, 7 jours sur 7, 365 jours par an), où vous voulez, sur n'importe quel support (ordinateur, tablette ou téléphone mobile). Une formation à votre rythme qui vous permet de concilier emploi du temps personnel et professionnel avec votre cursus.

100% FIABLE

L'ETNA, l'Ecole des Technologies Numériques Avancées, est une école du groupe IONIS, le premier groupe d'enseignement supérieur privé français, qui forme avec succès aux métiers de l'informatique depuis plus de 10 ans. Une école reconnue par le marché et par l'Etat (100% d'insertion professionnelle avant la sortie de l'Ecole, moyenne des salaires de 38 000 euros bruts).

100% HUMAIN

La formation s'appuie sur les enseignements délivrés par l'Ecole, sur ses événements et sur son équipe pédagogique : il ne s'agit pas d'un cursus e-learning classique, mais d'une autre manière de suivre les programmes. Le cursus reprend la même pédagogie : projets réalisés en groupe, référents pédagogiques pour le suivi quotidien, forum de discussion pour privilégier l'interaction.

100% CERTIFIÉ

Vous avez le choix entre deux diplômes reconnus par l'Etat (RNCP niveau 1, niveau bac +5) : Architecte logiciel, développeur d'application ou Architecte système réseau et sécurité. Vous pouvez également choisir entre 19 certificats spécifiques. A chaque fois, la certification est intégrable en un click à votre réseau social, non falsifiable et traçable (numérotée et authentifiée).

Rendez-vous sur <https://online.etna.io>



IONISx : UN HACKATHON POUR INVENTER LE FUTUR DE L'ENSEIGNEMENT NUMÉRIQUE

IONISx, structure de l'enseignement numérique du Groupe IONIS et France université numérique (FUN), une initiative du ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, ont organisé le premier hackathon dédié aux MOOC sur Open edX. Ouvert à tous, il s'est déroulé dans huit villes en France, les 29 et 30 mai. Retour sur l'évènement avec Philippe Chiu, directeur de IONISx.

Pourquoi IONISx a tenu à co-organiser ce hackathon ?

Nous voulions organiser un hackathon massif, ouvert à tous, étudiants comme non-étudiants, pour que tout le monde puisse venir « hacker » Open edX et y apporter de nouvelles fonctionnalités. Surtout, en faisant de ce hackathon quelque chose de mémorable, nous voulions montrer que les acteurs francophones ont une place à jouer. Nous avons pour objectif de faire de cet événement quelque chose qui marque l'histoire.

Et comment « marque-t-on l'histoire » ?

Le Groupe IONIS possédant de très grosses écoles informatiques dont l'EPITA, Epitech et l'ETNA, nous avons, au total, le plus d'étudiants en informatique capables de

développer. En ouvrant cette technologie-là lors d'un hackathon, avec nos ressources, nous savions que nous aurions un maximum de participants. Mission accomplie : 180 « hackers » ont participé à l'évènement, ce qui en a fait le plus grand hackathon de l'histoire d'Open edX. Il existe un autre très gros acteur français, France université numérique (FUN), une initiative du ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, qui utilise aussi Open edX. Parce que nous ne voulions pas faire un hackathon dans notre coin, nous leur avons proposé de l'organiser ensemble. Cela a donné une portée vraiment française à l'évènement ainsi qu'une association public/privé, là où il y a souvent des clivages historiques. Nous nous sommes mis ensemble sur une même page pour améliorer l'enseignement.

Les MOOC sont-ils toujours au cœur du futur de l'éducation ?

Le MOOC est un format dont on se détourne ; je préfère parler de cours numériques. Même la notion de « cours en ligne » n'est en soi pas bonne. Dans nos écoles, nous allons faire des classes inversées. C'est-à-dire qu'il y a des choses à faire en ligne et des choses à faire sur les campus – la pratique, en somme. De cette manière, les enseignants ont la possibilité d'avoir davantage de temps spécialisé pour étudier chaque difficulté en classe. Il y a la théorie, la pratique et l'accompagnement. Dans la classe traditionnelle, la théorie se fait sur place, les exercices chez soi et l'on doit retourner à l'école pour la correction. Là, on inverse tout ça : la théorie, on ne la trouve pas sur place mais via les supports numériques, très adaptés à cela, et on revient à



LES PROJETS LAURÉATS

Le premier hackathon sur les MOOC organisé en France a opposé en équipes 180 participants. Pas moins de 21 projets, dont 13 fonctionnels, ont été présentés. Au terme d'une compétition passionnée, le jury a distingué sept projets.

Le grand gagnant atteste de la portée internationale de l'événement puisqu'il s'agit d'une équipe issue de Gutenberg Technology et de l'Université Libre de Bruxelles, baptisée **Gutenberg et Bruxelles**. L'équipe a réussi à créer une fonctionnalité permettant d'intégrer directement des quiz aux vidéos, « une fonction tant attendue par les apprenants Open edX » et les ingénieurs pédagogiques, précise Philippe Chiu.

Les six autres projets sont autant de nouvelles fonctionnalités innovantes pour la plateforme open source Open edX.

- **Edverywhere** : application mobile responsive qui permet de switcher entre contenus vidéo, audio et de texte, notamment pour les consulter hors-ligne
- **2CommonLanguage** : système de traduction automatique des posts sur les forums
- **KNOTES** : principe d'annotation des vidéos
- **Open Domoscio** : système de notification automatique destiné à rappeler aux apprenants quand il faut réviser, pour augmenter l'engagement et améliorer le taux de rappel
- **Sylvaticus Bzh** : dispositif destiné à retravailler le tableau de bord pour afficher la chronologie et les progrès
- **Mooker** : application mobile et recommandations selon l'utilisateur

Le jury était composé de 18 experts issus de IONISx, FUN, edX, Inria, e-art-sup, OpenCraft, The MOOC Agency, Expertime et Thank You Motion, ainsi que de six membres de l'équipe edX (dont Beth Porter, VP Product d'edX), spécialement venus de Boston à Paris pour l'événement.

edX, c'est quoi ?

« edX, c'est une « joint venture », une co-entreprise entre le Massachusetts Institute of Technology (MIT) et Harvard. Chacune des deux universités a mis 30 millions de dollars pour construire la meilleure plateforme d'enseignement en ligne, ouverte à tous : le site edX.org. Ce site est devenu la deuxième plateforme de MOOC mondiale en termes de nombre d'utilisateurs. La technologie d'edX est très jeune. En 2013, elle a été rendue « open source » – c'est-à-dire que le code peut être ouvert et que virtuellement n'importe qui peut venir le prendre, l'utiliser et apporter des modifications. Le but est d'aller plus loin dans la collaboration et de créer la meilleure plateforme possible ». Philippe Chiu

Quel est l'apport de ce hackaton ?

Les gagnants du hackathon Open edX ont apporté la possibilité de faire des quiz dans les vidéos. Quand je suis sur YouTube, je suis passif, or pas mal de travaux montrent que si on rend la vidéo active, en proposant des choix, le temps d'intérêt d'une personne pour la vidéo passe de quelques minutes, cinq-six environ, à 22. Et à la fin de celle-ci, en fonction des données récupérées, on a une note, une évaluation, un retour. Ils ont retravaillé un format en l'adaptant aux nouvelles pratiques. C'est la même chose pour nous : le but est d'améliorer la plateforme pour qu'elle corresponde de mieux en mieux à des cas d'usage concrets de IONISx. Tout va vers la mobilité, l'interopérabilité, la collaboration. Souvent, quand on parle de cours en ligne, on parle de vidéo. La vidéo est un format ultra passif. Le futur, c'est l'interactivité. ■

Qu'est-ce qu'un hackathon ?

Un hackathon est un événement lors duquel des développeurs se réunissent pour faire de la programmation informatique collaborative, pendant plusieurs jours. Contrairement au marathon d'où il tient son nom, c'est une épreuve d'équipe dans laquelle les développeurs suent jusqu'à la ligne d'arrivée, après des heures d'effort en continu. Le but ? Produire un prototype d'application dans un temps limité. En l'occurrence, dans le cadre du hackathon Open edX, l'objectif était de proposer de nouvelles fonctionnalités pour la deuxième plateforme de MOOC mondiale, edX.



l'école pour le dialogue entre les étudiants et les enseignants sur ce qui a été compris, ce qui ne l'a pas été, et pour aller plus loin en mettant en place des projets. Cette démarche de classe inversée est beaucoup plus développée outre-Atlantique, dans des pays plus jeunes que la France, et on sait que ça marche très bien. C'est pour cela qu'à mon sens, les MOOC ont lancé un mouvement pour tout. Ils ont permis de faire bouger les positions, et aujourd'hui on s'appuie sur des variantes de ce format-là. Nous souhaitons retravailler ce format, garder ce qu'il y a à garder et l'améliorer.

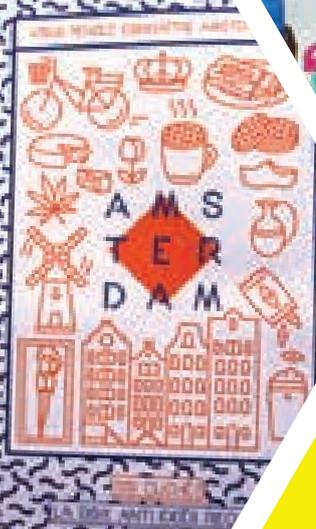
Le temps de la passivité devant les cours en ligne est-il révolu ?

La fin de la passivité, c'est la leçon que nous avons apprise. C'est le fruit de nos expérimentations passées. On ne va pas reprendre le format MOOC pour l'imposer comme ça. Mettre un carré dans un rond, ça ne marche pas. Nous avons donc réadapté le MOOC pour faire des classes inversées avec nos écoles et que ça profite à nos étudiants.

1. Maryse Petit, *Les box anti idées reçues*
2. Aryas Abdollahi, *Iaccroche*
3. Alice Legros, *Bobidibou*

e-artsup : les Grands Projets de la promotion 2015

1



2



3



Fin juin, les étudiants de 5^e année d'e-artsup présentaient leurs Grands Projets au public et aux professionnels. Audacieuse, créative, esthétique et innovante, la soixantaine de projets de fin d'études mettaient à l'honneur les quatre filières de l'école : Design et Communication Graphique, Design Interactif, Game Design et Motion Design.

De nombreux visiteurs étaient présents sur le campus technologique IONIS Education Group Kremlin-Bicêtre pour découvrir le fruit du travail des étudiants de 5^e année d'e-artsup. Pour Nicolas Becqueret, directeur de l'école, le cru 2015 des Grands Projets était particulièrement prometteur : « Cette promotion 2015 a su penser l'innovation. Leurs projets sont bien plus que des projets de graphistes ou de directeurs artistiques : ils répondent pour la plupart à des problèmes de société portés par la création. On y trouve bien sûr du graphisme et du design mais surtout beaucoup d'idées centrées sur l'expérience utilisateur. Les étudiants de la promo 2015 démontrent ainsi leurs qualités de Creative Technologists et prouvent que les nouvelles générations d'étudiants d'e-artsup ne cherchent plus simplement à montrer ce qu'ils sont capables de faire mais qu'ils essaient surtout d'influencer la marche du monde avec des solutions concrètes, pratiques et utilisables immédiatement. »

Du made in France à l'accompagnement des malvoyants

Parmi ceux qui veulent changer le monde se trouve Pauline Vanel et son projet Cocorico !, pensé autour du made in France : « Le label Cocorico ! donne de la visibilité aux entreprises françaises, explique-t-elle. Il favorise la transparence sur les lieux de fabrication des produits tout en permettant aux consommateurs de géolocaliser à l'aide d'une application ceux qui peuvent mériter l'appellation «made in France». Pour l'instant, le projet est plutôt axé sur le marché du textile mais on peut ensuite envisager l'extension du label à d'autres secteurs. J'ai d'ailleurs bon espoir de continuer ce projet ! »

Dans un autre registre, Gilles Peltier proposait FoVa, un projet open source de radar haptique destiné à aider les personnes malvoyantes : « Grâce à un capteur infrarouge placé au niveau de la tête, l'espace devant l'utilisateur lui est retransmis via deux vibreurs, un à gauche, l'autre à droite. Le vibreur se met en marche dès qu'un obstacle se présente de son côté. Pour continuer à développer mon projet et affiner davantage l'information transmise, il me faudra rajouter plus de vibreurs mais aussi penser à une version sans fil et miniaturisée. Mon prototype actuel fonctionne et des membres d'associations de personnes malvoyantes sont déjà enthousiastes. »

Réinventer la recherche et la ville

Baptiste Guiget a quant à lui imaginé « la première communauté citoyenne et scientifique rattachée à une plateforme de financement participatif ». Bescientist permet aux chercheurs de financer leur projet de recherche, tout en faisant participer le citoyen aux travaux à travers des rencontres et des échanges. La plateforme devrait être opérationnelle en 2016. Pour Philippe Manivet, co-directeur de la bio-banque de l'hôpital AP-HP Lariboisière et associé au projet, il s'agit de « faire avancer la science qui n'évolue pas assez et pâtit de financements publics s'amenuisant. Nous souhaitons rapprocher tout le monde, car il y a plus d'idées dans plusieurs têtes qu'une seule. Les possibilités de développement sont infinies. »



Gilles Peltier, *FoVa*

Le projet POP de Stéphanie Alcindor consiste en « un langage graphique imaginé avec les habitants de Saint-Denis (93). Je leur ai demandé à chacun un mot qualifiant la ville. J'ai ensuite illustré ces mots et mis au point une application qui permet de les enrichir. Le but est d'impliquer davantage les habitants dans leur ville, qui ont très bien accueilli ce projet. »

Adèle Péchon, pour sa part, a opté pour « un projet "réel" pour Moissons Nouvelles qui aide les personnes en difficulté d'insertion sociale, scolaire et professionnelle. Cette association possède 25 établissements en France mais n'a pas réalisé de campagne de communication, ce dont je me suis chargée : logo, charte graphique, affiches, site Web, brochures, vidéos... Contrairement à tant de campagnes qui se fondent sur l'apitoiement, j'ai voulu être positive et montrer ce que fait Moissons Nouvelles. » ■



Pauline Vanel, *Cocorico!*



Baptiste Guiget, *Bescientist*



Stéphanie Alcindor, *POP*



1



2



3



4

14



5



6



7



8

- 1. Manon Guénard, *Papier fait de la résistance*
- 2. Marine Adenis, *La nuit je vis*
- 3. Marie Bourgois, *Bouquet garni*
- 4. Marc Brouillon, *Le voyage d'Arthur*
- 5. Adèle Péchon, *Moissons Nouvelles*
- 6. Leslie Guidez, *Lambda bar*
- 7. Max Vermesch, *Odysean*
- 8. Christelle Munza, *Maille musique*
- 9. Sinda Tajouri, *Jewel*
- 10. Cédric Meunier, *Bisafe*
- 11. Pauline Assemat, *Joanamalric*



10



9



11



12



15



13



16



17



18

12. Nicolas Pagan, *Fruidel*

13. Alice Labat, *Sneakher*

14. Fanny Habigand, *Courchevel*

15. Romain Gendron, *The other side*

16. Thibault Yffard, *Sora Soca*

17. Lauréline Ly, *Creative Patisserie*

18. Charles Bail, *BE.10*

19. Yoann Le Scoul, *Full Black Project*

20. Usman Siddiq, *laure Derrey*

21. Camille Brelet, *Artisane*



19



20



21

Retrouvez la totalité des Grands Projets
de la promotion 2015 en vidéo :
<https://goo.gl/yJJxpm>

L'EPITA

LEADER DANS LA LUTTE CONTRE LA CYBERCRIMINALITÉ

Les chiffres parlent d'eux-mêmes : en 2014, le nombre de cyberattaques recensées dans le monde, 42,8 millions, était en hausse de 48 % par rapport à 2013. Et, selon une publication du CNRS, plus d'un milliard vingt-trois millions de données ont été volées. Alors que les entreprises commencent à saisir l'ampleur de la menace, les ingénieurs en informatique capables de lutter contre la criminalité informatique sont rares. Qu'ils soient confirmés ou jeunes diplômés, les sociétés se les arrachent : en 2015, on estime que la demande est près de dix fois supérieure à l'offre disponible sur le marché français.

La cybersécurité est donc devenue une priorité nationale. Pionnière de l'enseignement en sécurité informatique, l'EPITA étoffe son panel d'offres en formation initiale, continue et à l'International. Sans compter les colloques, conférences, partenariats et actions associatives qu'elle organise et accueille, qui visent également à remédier au manque criant d'experts en cybersécurité.

{ Colloques et conférences }

Parmi les conférences et colloques organisés par l'EPITA, l'édition 2015 de la conférence **TIC & géopolitique** portait sur « La cybersécurité : un business comme les autres ? », et a traité l'avenir de l'industrie française de la cybersécurité et la relation entre objets connectés et menace numérique.

{ Formation initiale }

La thématique de la cybersécurité est abordée tout au long de la formation à l'EPITA. Au sein du tronc commun et aussi dans la **majeure Systèmes, Réseaux et Sécurité (SRS)** qui forme des ingénieurs responsables de la sécurité des systèmes d'information (RSSI). Mais comment peut-on sécuriser un système informatique sans approche stratégique ? **La mineure Intelligence Économique (EPIE)** apporte des éléments de réponse à cette question.

{ Formation continue }

Le centre de formation continue en cybersécurité **SecureSphere** est destiné aux directeurs généraux, cadres dirigeants, experts métiers et au personnel des entreprises. Il traite les questions de sécurité informatique inhérentes au développement du numérique et de ses usages et de technologies telles le cloud ou le big data. Ses formations sont certifiées par **l'Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information (ANSSI)**, avec laquelle l'EPITA collabore régulièrement.



{ Laboratoire de recherche }

Créé en 1999, le **Laboratoire Sécurité et Système (LSE)** de l'EPITA est destiné aux étudiants désireux de se spécialiser dans la culture « hacker » et, par extension, dans la lutte contre la cybercriminalité. Ses étudiants se distinguent lors des concours : en 2012, 3^e place à La Nuit du hack ; en 2013, 1^{re} place au Steria Hacking Challenge ainsi qu'au « GreHack » de l'Ensimag Grenoble... Dans le cadre du partenariat entre l'EPITA et l'OCLCTIC, le LSE développe, en collaboration avec les équipes de police, des outils de recherche de preuves numériques.

{ Actions associatives }

Organisé à Lille depuis 2007 par la Gendarmerie nationale, le Forum International de la Cybersécurité (FIC) est un événement majeur pour tous les acteurs du domaine. Depuis 2013, l'EPITA y organise le **Challenge forensic** en partenariat avec l'Association de conseil et de sensibilisation à la sécurité informatique (ACISSI), et le **Centre expert de lutte contre la cybercriminalité français (CECyF)**. Elle y a remporté le Prix du Livre Cyber pour « Big, fast et open data. Décrire, décrypter et prédire le monde : l'avènement des données », co-publié avec FYP Éditions (2014). L'école est aussi membre de **Signal Spam**, une association issue d'un partenariat public/privé qui œuvre pour la sécurité des réseaux et la restauration de la confiance envers les communications électroniques. Enfin, elle participe à l'élaboration de **DEFNET**, une initiative qui ambitionne d'aguerrir l'armée française face aux cyberattaques. En mars 2015, les étudiants de la Majeure SRS ont participé à cet exercice visant à tester les capacités de défense en cas d'actions de piratage à grande échelle.

{ Relations institutionnelles et partenariats }

En 2011, l'EPITA signait une convention de partenariat avec l'Office central de lutte contre la criminalité liée aux technologies de l'information et de la communication (**OCLCTIC**) de la Direction centrale de la police judiciaire (**DCPJ**). Puis, en 2015, un partenariat avec l'Office central pour la répression de la grande délinquance financière (**OCRGDF**), qui lutte contre l'escroquerie aux faux virements. Par ailleurs, le ministère de la Défense a organisé les éditions 2013 et 2014 de sa **Journée de la cybersécurité** dans les locaux de l'école.

{ Formation internationale }

Depuis deux ans, l'école délivre un **Diplôme national de master (DNM)** en sciences et technologie, mention informatique, dont l'une des spécialités est la **Sécurité informatique**. Il est préparé dans le cadre d'une formation prioritairement destinée à des étudiants étrangers ou à des Français souhaitant s'expatrier. L'EPITA organise également la **Summer School Security**, un programme de trois semaines en information et cybersécurité.

UN IBM AWARD POUR L'EPITA

En juillet 2015, Robert Erra, responsable du Laboratoire Sécurité et Système de l'EPITA (LSE), a reçu au nom de l'école un IBM Faculty Award lors du Summer Camp d'IBM France. Ce prix récompense et soutient des projets d'universités et d'écoles d'ingénieurs ou de commerce dans le monde entier. Il a distingué le projet d'une nouvelle formation de l'EPITA entièrement dédiée à la cybersécurité.

« Dans le dossier de candidature d'IBM, deux des questions étaient : « Quel est l'intérêt d'IBM à aider le projet ? » et « Qu'est-ce qu'IBM perd à ne pas vous aider ? ». Dans les deux cas, j'ai à peu près répondu la même chose : il faut former des étudiants à la cybersécurité vu le manque cruel d'experts sur le marché français et international. La majorité des autres lauréats français n'ont proposé qu'une création de cours et non pas une formation complète.

Grâce à cet IBM Faculty Award, l'EPITA a reçu une aide de 10 000 dollars ainsi que l'assurance de pouvoir compter sur le soutien concret d'IBM une fois le projet lancé. Dans un premier temps, la mise en œuvre du projet prend la forme de l'ajout d'un cours à la spécialisation sécurité de notre International Master. C'est un cours de PE test, c'est-à-dire une mise en situation très proche de la réalité où les étudiants doivent trouver les failles d'un système et y remédier. La nouvelle formation proprement dite sera lancée en 2016, sous le nom de « Information & System Security for Cyberdefense ».

Robert Erra
Responsable du LSE

“ C'est suicidaire aujourd'hui de faire l'économie de la cybersécurité ”

Aujourd'hui, la cybersécurité est plus essentielle que jamais, dans le public comme le privé. L'EPITA a une longueur d'avance pour la formation d'experts en matière de cybersécurité. Son directeur général, Joël Courtois, explique que les entreprises, pourtant conscientes du problème, sont loin de prendre les mesures qui s'imposent.



Joël Courtois

directeur général de l'EPITA

La cybersécurité est un secteur qui recrute énormément aujourd'hui...

Oui ! En moyenne, l'Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information (ANSSI) affiche une centaine d'offres en permanence sur son site Internet, qu'elle ne parvient pas à combler. Il y a deux ans, une de nos études révélait que des milliers d'offres restent non pourvues dans le domaine de la cybersécurité. Il y a donc une vraie problématique de formation. C'est ce qui nous a conduits à créer SecureSphere, un centre de formation continue en cybersécurité, qui donne une compétence supplémentaire à des personnes déjà en entreprise.

Quels profils sont recherchés ?

Des profils juridiques comme des profils techniques. Mais en général, la composante technique est très forte et c'est ce qui fait que le profil EPITA est particulièrement intéressant.

Aujourd'hui, on ne peut plus faire l'économie de la cybersécurité ?

Non. C'est suicidaire de faire cette économie. À tous niveaux, dans le public comme le privé, on ne peut plus construire un système d'information sans prendre en compte

les paramètres cyber. La difficulté étant qu'il s'agit simplement, dans certains cas, de faire un bon usage des outils existants alors que dans d'autres, ce sont les outils eux-mêmes qui ne sont pas sécurisés. On trouve dans le commerce quantité d'outils dont les paramètres de sécurité ne sont pas satisfaisants. On vous met un login qui évite que votre voisin rentre sur votre compte et l'on vous donne l'impression d'être sécurisé. Mais il y a des tas de failles de sécurité, soit dans les outils employés pour développer le produit, soit dans son mode de conception, qui font qu'un individu d'un certain niveau technique arrivera à le pénétrer.

La France accuse-t-elle un retard dans ce secteur ?

Le retard est assez général. Certes, les opérations de sensibilisation que nous faisons sont de plus en plus écoutées, comme celles de l'ANSSI, du Cigref, du Syntec... Tout le monde fait de la sensibilisation et la connaissance du problème est en bonne voie. Mais aujourd'hui, quand vous demandez à un chef d'entreprise si la cybercriminalité est une problématique sérieuse, il va répondre : « Oui, oui, c'est une problématique sérieuse ». Et puis rien. Les mesures correctives et les mesures d'analyse ne vont pas forcément suivre. Les responsables d'entreprises ont la connaissance du problème mais ne se sentent pas directement concernés. Aujourd'hui, les grands groupes industriels sont parfaitement conscients des risques qu'ils encourent et des attaques dont ils sont victimes en permanence. Dans certains grands groupes, les attaques, ce n'est pas une fois de temps de temps, mais des dizaines de fois par jour. Ceux-là ont des structures de protection. Il subsiste malgré tout des failles et les plus grands peuvent encore se faire piéger de temps en temps. Et bien sûr, le problème concerne aussi les TPE et les PME.

LANCEMENT DE IONIS UP

« DÉCELER LES QUALITÉS DE CHAQUE ÉLÈVE ET L'AIDER À ATTEINDRE SES OBJECTIFS »

IONIS Tutoring et Maths Secours se regroupent pour donner naissance à IONIS UP. L'objectif de cette nouvelle structure : créer des solutions d'accompagnement adaptées aux besoins et aux attentes des élèves du primaire au supérieur. L'implantation de cette nouvelle entité dans cinq villes de France (Paris, Bordeaux, Lille, Lyon et Nantes) symbolise les ambitions fortes du Groupe IONIS dans le domaine de l'accompagnement scolaire à domicile, en petits groupes et online.

Quelle est l'ambition derrière ce rapprochement ?

En créant IONIS UP, IONIS Education Group a souhaité renforcer son positionnement dans le secondaire en enrichissant son offre pour proposer une solution innovante de cours en ligne accessible à tous les élèves du primaire, du collège et du lycée. Nous avons de ce fait réorganisé notre activité autour de trois axes : cours particuliers à domicile, cours en petits groupes dans les campus du Groupe IONIS et cours en ligne. L'accent sera mis sur les cours en petits groupes – avec notamment l'Accompagnement Annuel Adapté (AAA) – et sur les cours en ligne avec une volonté d'expansion au niveau national : après Paris et Bordeaux, IONIS UP va proposer des offres à Lille, Lyon et Nantes, en s'installant dans les campus urbains du Groupe IONIS.

L'offre sera-t-elle la même dans toutes les villes ?

À Paris et Bordeaux, l'offre de cours particuliers à domicile et de cours en petits groupes sera complétée par l'offre de cours en ligne. Dans les autres villes, Lille, Lyon et Nantes, nous allons développer les cours en petits groupes et les cours en ligne : ce sont les élèves qui viendront à IONIS UP, soit pendant les vacances scolaires pour faire des stages de révisions, soit pendant l'année pour des cours hebdomadaires ou des préparations au Bac. Bien entendu l'offre de cours en



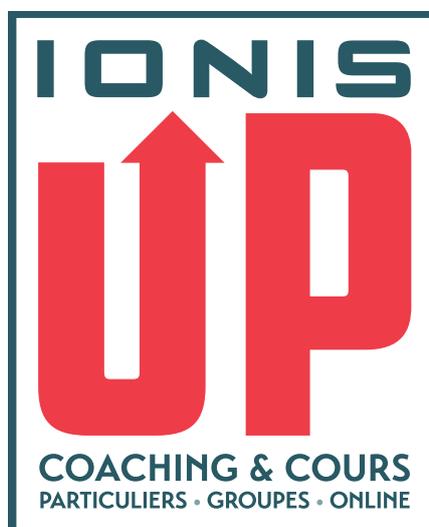
Esther-Laure Sellam

directrice de IONIS UP

ligne sera accessible depuis n'importe quel ordinateur, les élèves n'auront donc pas besoin de se déplacer. Cela permet également de proposer cette offre dans toutes les villes de France !

En quoi consiste l'Accompagnement annuel adapté (AAA) ?

L'AAA est un programme complet de cours en petits groupes et de cours en ligne destiné à accompagner l'élève tout au long de l'année selon ses besoins. C'est véritablement un encadrement sur mesure qui est mis en place puisque l'élève choisit les moments où il souhaite être suivi : chez lui avec les cours en ligne, tout au long de l'année avec les cours hebdomadaires, pendant les vacances scolaires avec des stages de révision ou de perfectionnement et même à l'approche des examens pour les élèves de Terminale et de 3^e. En dehors des cours en ligne, tous les cours se déroulent en petits groupes avec un professeur et permettent de créer une dynamique de travail positive. L'objectif est de comprendre et assimiler au fur et à mesure les notions vues en classe et d'apprendre à être autonome en découvrant des méthodes de travail efficaces. Préalablement, nous proposons d'ailleurs un bilan initial qui permet de travailler sur la confiance en soi, la motivation et l'autonomie, trois facteurs de réussite clés pour l'élève. Ce bilan permet de déceler les qualités de chaque élève et de l'aider à atteindre les objectifs qu'il s'est fixé. ■



L'ESME SUDRIA ET L'ETNA RÉCOMPENSÉES LORS DU DÉFI H 2015

Organisé depuis 2012 par Le Monde Informatique et Sogeti, le Défi H propose aux étudiants de concevoir et réaliser un projet contribuant à l'insertion professionnelle des handicapés.

Les écoles du Groupe IONIS ont séduit le jury lors de l'édition 2015 en gagnant trois des quatre prix décernés. Déjà vainqueur du Prix de l'innovation en 2014, l'ESME Sudria a de nouveau été distinguée par ce prix lors de la finale 2015 en mai. Les étudiants de l'ETNA ont également brillé en remportant deux prix cette année.

HANDI'BLIND

Prix de l'Innovation technologique pour l'équipe de l'ESME Sudria

Ce projet est porté par Benjamin Combe, Charles Herbelin et Clément Rondeau (ESME Sudria promo 2015), avec le soutien de l'Association Valentin Haüy et du laboratoire Systèmes Embarqués & Électronique de l'école. Il recourt à la stéréovision pour permettre aux personnes malvoyantes ou non-voyantes de mieux analyser les obstacles environnants. Clément Rondeau revient sur cette distinction qui vient récompenser plusieurs mois de travail et de recherche.

Qu'est-ce que représente ce Prix Innovation technologique pour vous ?

Il récompense notre implication : nous sommes partis d'une idée sans savoir si elle allait pouvoir être concrétisée. Au final, nous avons validé un concept totalement innovant que ce prix vient confirmer.

Quelle est la suite pour Handi'Blind ?

Nous avons pratiquement fini notre cursus à l'ESME Sudria et sommes actuellement en stage de fin d'études. Du coup, sauf si une opportunité avec une entreprise se présente, nous allons donner la priorité à nos carrières qui débutent. Mais Handi'Blind ne sera pas mis au placard pour autant !

L'année prochaine, un autre groupe d'étudiants de 5^e année prendra le relais. Je pense qu'ils auront alors pour objectif de développer des features et d'améliorer l'algorithme pour le rendre encore plus rapide. Le but étant de pouvoir le commercialiser d'ici un à deux ans.

Que vous a apporté ce Défi H ?

Nous avons appris à travailler dans le cadre d'un concours, avec plus de pression. Nous savons désormais mieux gérer les tensions, entre coéquipiers notamment ! Charles a acquis de nouvelles compétences en matière de processeurs et de traitement vidéo - son stage se fait dans ce domaine et ce n'est pas un hasard. Benjamin, se chargeant de la communication, a pu découvrir comment faire connaître un projet, réaliser des vidéos de présentation, utiliser les réseaux sociaux dans ce cadre-là... Pour ma part, même si j'ai donné un coup de main sur la communication, j'ai apprécié mon rôle de chef de projet : gérer une équipe était nouveau pour moi vu qu'on prenait les décisions en groupe les années précédentes. Je pense que je vais d'abord commencer par occuper un poste technique avant de devenir chef de projet par la suite. C'est quelque chose qui me passionne. ■



L'équipe de Handi'Blind : Benjamin Combe, Charles Herbelin et Clément Rondeau

ORTHOFUNNY ET HIPS

Prix Défi et Prix Jeune Pousse pour deux équipes de l'ETNA

OrthoFunny, l'innovation à destination des orthophonistes

OrthoFunny, vainqueur du Prix Défi H 2015, est porté par Florent Chamault, Mathieu Chamois, Pierre Dorisca, Sami Lahrech et Vijai Subramaniam (ETNA promo 2015). Les étudiants ont créé une solution Web et mobile pour les orthophonistes qui permet de suivre de manière plus qualitative leurs patients entre chaque consultation. Le projet a déjà été distingué par le Prix Branding Design et le Prix de l'Entrepreneuriat lors de l'Innov'Camp organisé à l'ETNA en janvier 2015.

« Nous sommes extrêmement contents d'avoir gagné, assure Pierre Dorisca, chef de projet. Cette année, il y avait vraiment des concurrents sérieux, avec des projets très concrets, comme les projets fonctionnels Handi'Blind et AccessiPlus ou encore le robot Cherry qui a finalement remporté le Prix du public. Rien n'était joué mais OrthoFunny a su faire la différence, peut-être grâce à notre présence sur les réseaux sociaux et à sa diffusion ! » Alors que l'équipe a lancé il y a peu une version beta disponible pour le grand public, elle souhaite désormais continuer sa progression et se servir de cette nouvelle victoire comme d'un tremplin.

« Ce prix s'accompagne d'autres avantages, précise Pierre. Talentéo, partenaire du Défi H, nous offre six mois de visibilité sur les réseaux sociaux comme Facebook, Twitter et LinkedIn, ce qui sera un bon moyen d'améliorer encore la promotion d'OrthoFunny pour toucher le plus de gens possible ! De plus, grâce à notre performance, l'associa-

tion avec qui nous sommes en partenariat, la Maison du Langage, remporte 400 euros. Cette victoire conforte notre envie de concrétiser notre projet voire de le commercialiser. OrthoFunny va continuer avec notre partenaire orthophoniste, qui souhaite poursuivre l'aventure y compris une fois que nous aurons terminé nos études à l'ETNA. D'ailleurs, nous serons à nouveau présents au Défi H l'année prochaine pour, cette fois, présenter l'avancée du projet. D'ici là, nous allons créer de plus en plus de contenu pour l'application et la diffuser encore plus largement sur Internet pour augmenter notre panel d'utilisateurs. »

HIPS aide au repérage des places pour les personnes handicapées

Le projet HIPS (Handicap Intelligent Park System) consiste à faciliter l'accès à n'importe quelle place réservée aux personnes handicapées dans une ville, via un système de détection de stationnement connecté à une application. Porté par Sofiane Abdelfettah, Adrien Alexandre, Erwan

Boehm, Steven Boehm, Gracia Charles et Bastien Chevallier (ETNA promo 2019), en 1^{re} année de Prep'ETNA, le projet a été distingué par le Prix Jeune Pousse du Défi H, qui récompense les équipes constituées d'étudiants de 1^{re}, 2^e et 3^e années.

« Ce prix va nous apporter une plus grande visibilité, ne serait-ce que par les probables interviews que nous ferons pour Sogeti et Le Monde Informatique, explique Adrien Alexandre, responsable de la communication du projet. Sogeti a en plus réalisé une lettre de recommandation personnelle pour chacun des participants du Défi H, ce qui pourrait nous ouvrir des portes par la suite. » Outre la visibilité, cette récompense a surtout apporté du baume au cœur à toute l'équipe HIPS. « On ne s'y attendait vraiment pas et quand on a entendu notre nom, on était sous le choc et ne savait pas quoi dire, c'est vraiment une joie immense », poursuit Adrien.

L'aventure HIPS va se poursuivre. « Comme notre projet est concret et fonctionne, nous envisageons depuis un moment de le faire passer à une autre dimension. Avec l'obtention du prix, c'est devenu une certitude. nous allons donc monter prochainement une start-up tous ensemble. HIPS peut intéresser les institutions publiques mais, à l'avenir, il pourra éventuellement attirer des entreprises privées, comme des parkings. Pour le moment, nous avons déjà entamé des collaborations avec deux mairies : nous avons deux places tests réservées à Ivry-sur-Seine et Issy-les-Moulineaux. »



L'équipe d'OrthoFunny : Pierre Dorisca, Florent Chamault, Mathieu Chamois, Sami Lahrech et Vijai Subramaniam



ILS ENSEIGNENT, ILS PUBLIENT



Débattre, argumenter, convaincre

Conseiller en communication et spécialiste du storytelling, Franck Plasse est enseignant à l'ISEG Group – Campus de Paris. Il publie avec Pascale Elet un ouvrage conçu en 40 fiches pour faciliter l'assimilation des contenus et leur utilisation modulaire.

« **Débattre, argumenter, convaincre** » : ces trois fonctions fondent l'efficacité personnelle ?

Elles sont fondamentales car elles correspondent à trois axes relationnels stratégiques. Être à l'aise dans le débat permet de d'aborder de manière sereine et maîtrisée toutes les situations de communication interpersonnelle (négociation, management, confrontation, formation, etc.). Argumenter efficacement assure que vos messages font mouche. Quant à la force de conviction, c'est bien évidemment une clé de l'influence.

L'éloquence est un talent encore plus essentiel aujourd'hui ?

Oui. Cela est renforcé par le web 2.0. L'évolution des relations professionnelles se fait de plus en plus vers un mode conversationnel, intrinsèque aux réseaux et médias sociaux. Or cela n'occulte pas les rencontres physiques qui prennent une importance considérable : en effet, vous devez alors faire vivre IRL [In Real Life] la dynamique IVL [In Virtual Life] que vous avez instaurée. Votre éloquence permet de ne pas décevoir et d'enrichir l'impression que vous avez iforgée.

Peut-on vraiment apprendre à convaincre ?

Oui. En croisant plusieurs disciplines comme la psychologie sociale, le marketing, la dialectique, le storytelling, etc., j'ai

en quelque sorte une boîte à outils, que j'utilise dans mon travail quotidien. C'est ce que je transmets aux étudiants de 5^e année de l'ISEG Group lors du séminaire Convaincre à l'oral ou comment vendre ses idées et ses projets. Et c'est ce que j'ai synthétisé dans cet ouvrage.

► *Débattre, argumenter, convaincre*, de Franck Plasse et Pascale Elet, Territorial Éditions



À RETENIR

- **Débattre, argumenter et convaincre avec efficacité** nécessite de se préparer. C'est-à-dire de bien définir son message et identifier ses interlocuteurs.
- **L'influence** nécessite une approche tactique de la relation. Il existe de puissants leviers de persuasion et outils de transaction, gages de réussite.
- **Dans le feu de l'action**, l'habileté relationnelle dépend de la capacité à structurer son propos – avec des plans – et à animer sa parole – avec des effets de style.



Management et financement de l'innovation

Bernard Attali, associé dans un cabinet de conseil international, WillBe Group, intervient à l'ISG dans le Master of Sciences Audit et Contrôle de Gestion. Il a publié, avec l'économiste Bernard Yon, un ouvrage sur les méthodes de financement de l'innovation.



À RETENIR

- Avant de se lancer, toujours faire une approche stratégique et une analyse comparative du service ou de l'offre proposé.
- Bâtir un modèle économique robuste en se fondant sur cette analyse du marché.
- Ensuite, et seulement ensuite, se tourner vers l'aspect financier.

Le fait que l'on entre dans une « compétition planétaire » de l'innovation est-il une bonne chose ?

C'est une bonne chose au niveau macroéconomique puisque l'innovation est une composante du progrès technique. Mais cela peut avoir des effets négatifs pour ceux qui restent à l'écart de l'innovation. Comme disait Schumpeter, on va parler de « destruction créatrice ». L'innovation est donc globalement une très bonne chose mais elle entraîne la disparition de certaines filières : je pense par exemple qu'avec Uber, qui propose un service nettement supérieur à celui de ses concurrents, les taxis auront disparu dans dix ans. Donc oui, c'est une bonne chose globalement au niveau macroéconomique mais ça peut entraîner, au niveau microéconomique, des disparitions d'entreprises. Nous pouvons également prendre Kodak comme exemple : cette société qui faisait des films n'existe plus aujourd'hui à cause du numérique.

Est-ce toujours difficile en France de financer son projet ?

Est-ce plus facile ailleurs ?

C'est compliqué en France. C'est compliqué quand une société sort de la « love money », c'est-à-dire du cercle des amis, pour intégrer une sorte de zone grise où elle cherche entre 300 000 et 3 millions d'euros. C'est ce qu'on appelle la phase de capital développement. La « love money », jusqu'à 200 000 ou 300 000 euros, c'est relativement facile parce qu'on a des amis, des anciens camarades d'école. C'est compliqué – et long – si vous cherchez un million d'euros, par exemple : c'est beaucoup pour la taille de l'entreprise mais ça n'intéresse pas forcément les fonds. C'est pour cela que beaucoup vont sur le marché américain. Ce qui peut débloquer la situation, c'est le crowdfunding qu'on voit arriver depuis un an ou deux. Il tend à devenir la « phase de test ». Si une société arrive à lever 300 000 euros en crowdfunding, pour les fonds c'est un gage de fiabilité qui les encourage à investir eux aussi. Sinon, c'est sûr qu'à New York c'est plus facile. Ce n'est pas impossible en France, mais c'est encore compliqué.

Justement, les mécanismes de financement de l'innovation ont-ils été révolutionnés en dix ans ?

Je ne dirais pas qu'ils ont été révolutionnés. Le crowdfunding est une méthode intéressante, mais pour l'instant elle ne fait office que de banc d'essai. Certains peuvent avoir des avis divergents – mais je ne parlerais pas de révolution.

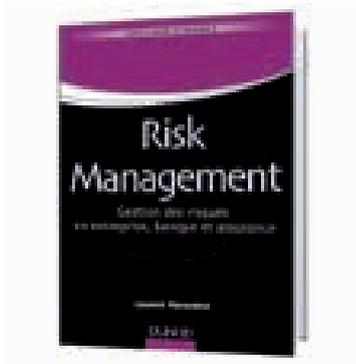
Est-ce que le numérique a changé les choses ?

La transformation digitale a changé les choses. Il y a beaucoup de créations aujourd'hui qui ne sont plus seulement des sociétés de biotechnologies, de services informatiques, d'Internet. Il y a maintenant des créations autour de sites collaboratifs, ce que l'on ne voyait pas il y a quelques années. Ce qui est nouveau, c'est le modèle de l'économie numérique : il y a des prospects qui viennent me voir et qui me demandent comment lever des fonds pour lancer un site, une plateforme. Le site Web est plus qu'un outil de communication, il peut être un outil d'échange, de flux de transactions.

Que conseillez-vous aux jeunes entrepreneurs aux idées innovantes ?

La première chose à faire avant d'aller voir des fonds, ce que je conseille aux jeunes et aux moins jeunes, c'est de bien travailler leur business plan. Et quand je dis travailler le business plan, ce n'est pas tellement l'aspect financier. C'est le marché et la ligne du chiffre d'affaires : en quoi mon produit est-il vraiment innovant ? Il faut faire une analyse stratégique du marché, avant même le financier et le juridique. Et c'est là-dessus que ça pêche, le plus souvent. Les gens viennent nous voir avec une idée sans avoir vraiment analysé leur marché. Il n'y a rien de compliqué, il ne s'agit pas de faire de la finance. Quel est le marché ? Qui va acheter mon service ? Comment je vais financer mon activité ? Il faut que les gens aient la démarche de prendre une feuille de papier, de se poser et de répondre à ces questions. On n'est pas encore dans l'ingénierie financière, c'est du concret.

► *Management et financement de l'innovation, de Bernard Attali et Bernard Yon, éditions Eyrolles*



Risk Management

Laurent Pierandrei est professeur de comptabilité et de finance à l'ISEG Group – Campus de Paris depuis 2003. Cet ouvrage, son troisième, propose un cours de référence sur management des risques dans une perspective globale et transdisciplinaire.



À RETENIR

- Le besoin de sécurité et de protection est en expansion dans le monde entier.
- Plus le risque s'explique, plus son apparition nous semble évitable et sa mauvaise gestion inexcusable.
- Une jeune entreprise est plus fragile et vulnérable qu'une entreprise mature.

Qu'est-ce que le risk management ?

Le management des risques est la discipline qui s'attache à identifier et à traiter avec méthode les risques auxquels s'expose l'entreprise, quelles que soient la nature ou l'origine de ces risques. Cette gestion s'opère de manière transversale dans l'organisation, en intégrant à la stratégie de l'entreprise les facteurs de risque susceptibles d'affecter les décisions, en évaluant et en couvrant ces risques dans le cadre d'une gestion financière rigoureuse, et en déployant, par la prévention, une veille active ciblant chaque type de risques (politique, juridique, commercial, industriel, social, environnemental, etc).

Pourquoi le risk management est-il essentiel en période de crise ?

Il est d'abord une réponse institutionnelle aux risques que révèle la crise. Ces dernières années, ils ont évolué de diverses manières en gravité ou en fréquence. Soit par des manifestations cataclysmiques, comme la crise bancaire des subprimes, l'accident nucléaire de Fukushima ou la contagion des conflits régionaux armés. Soit par des apparitions répétées, à intensité variable, ne semblant avoir aucune solution, comme les attentats terroristes, les violences dues aux concentrations urbaines et au chômage de masse, la crise de l'euro réactivée à chaque échéance budgétaire des pays faibles de la zone, les pandémies, les pollutions ou catastrophes naturelles imputables au réchauffement climatique. Avec la publication de cadres de référence, la production de normes et le renforcement des contrôles, les régulateurs, normalisateurs et autorités de tutelle affichent la ferme volonté de donner un cadre cohérent et harmonisé à la gestion des risques. La gestion des risques se structure alors dans les organisations en fonction propre, avec ses comités de surveillance et de pilotage, ses responsables directs et ses procédures et contrôles internes. L'efficacité de toutes ces mesures reste un vaste sujet.

Crises, scandales, accidents et stress sont de moins en moins tolérés...

La montée de tous ces risques a rendu bien naïves des utopies comme le risque zéro ou l'alignement de la distribution

d'événements indésirables sur des lois statistiques connues. Elle force également l'offre d'assurance – souvent restée très inférieure à la demande – à se transformer. Mais le besoin de sécurité et de protection est paradoxalement en expansion dans le monde entier. Portée par une foi indéfectible dans le progrès scientifique et technologique, soutenue par des avancées ininterrompues dans tous les champs de la connaissance, l'aspiration à des procédés mieux contrôlés, des mécanismes mieux compris et maîtrisés et des phénomènes mieux expliqués et appréhendables est devenue une réalité. De nombreuses disciplines ont beaucoup contribué à notre compréhension du risque et permis de redéfinir les limites propres de chaque paradigme et d'apercevoir les nouvelles frontières de connaissances à explorer. Certaines sont anciennes comme les mathématiques, l'économie et la finance, la psychologie du risque ou la sécurité en ingénierie technique. D'autres sont plus récentes comme les neurosciences, l'éconophysique, la cindynique et, plus récemment, les technologies numériques (qui détectent les signes annonciateurs des risques, déclenchent des alertes et lancent des processus régulateurs pour en atténuer les effets). Ainsi, plus le risque s'explique, plus son apparition nous semble évitable et sa mauvaise gestion inexcusable.

Quels seraient vos conseils en termes de gestion de risque pour les jeunes entreprises ?

Une jeune entreprise est plus fragile et vulnérable qu'une entreprise mature. Mon conseil est donc d'inviter le jeune entrepreneur à réfléchir à une cartographie des risques dès la conception du business model et du business plan et à être prêt à déployer des actions de prévention et d'auto-assurance lorsqu'il pense entrer dans des zones à risques.

► *Risk Management*, de Laurent Pierandrei, éditions Dunod



L'industrie du lobbying. Les stratégies d'influence des groupements de consommateurs en Europe, à l'heure d'Internet

Sonia Lorenzani intervient régulièrement dans le cadre des formations d'ISEFAC Nice et a créé plusieurs cours traitant de communication interne d'entreprise, de construction budgétaire et de gestion de la parole.



À RETENIR

- Il y a deux types de lobbying : direct et indirect. Dans le deuxième cas, les lobbyistes passent par les consommateurs pour délivrer un message.
- Si Internet a aidé les associations de consommateurs, le flux d'information gratuit a fait baisser le nombre de leurs adhérents.
- Le Bureau européen des unions de consommateurs (BEUC) se bat pour défendre les droits de l'ensemble des consommateurs.

L'explosion d'Internet a-t-elle changé la donne pour l'industrie du lobbying ?

Oui, pas simplement en matière de lobbying mais plus spécialement par rapport à la manière dont les associations de consommateurs en Europe peuvent faire valoir les droits des consommateurs. C'est évident il y a un avant et un après Internet, comme dans à peu près tous les métiers. Mon travail a été de chercher à comprendre comment les groupements de consommateurs essaient de gagner en pouvoir, notamment en développant des stratégies d'influence et en essayant d'évaluer l'incidence d'Internet sur leur degré de compétitivité et sur leur capacité d'influence vis-à-vis des entreprises ou des décideurs politiques. Oui, il y a une vraie incidence d'Internet sur leur capacité de lobbying indirect. Il y a deux types de lobbying : le lobbying direct, que n'importe quel lobbyiste va développer de façon directe vis-à-vis d'un décideur politique, une entité légale ou un pouvoir public, et le lobbying indirect. Dans ce cas-là, le lobbyiste va passer par des audiences qui peuvent être les consommateurs, en l'occurrence, pour qu'eux-mêmes, par ricochet, fassent poids sur les décideurs. C'est dans le cadre de ce lobbying indirect que l'Internet a le plus d'impact, parce que le lobbyiste, à travers les médias et réseaux sociaux, les blogs et les sites Web, va demander aux consommateurs d'insister, de lancer des pétitions électroniques et de faire savoir qu'ils ne sont pas d'accord. Cela va avoir un impact sur la manière dont l'entreprise ou le décideur ciblé va voir les choses, en prenant en compte les demandes des lobbyistes en question.

Au final, le Web a-t-il rendu plus difficile ou plus facile la vie des associations de consommateurs ?

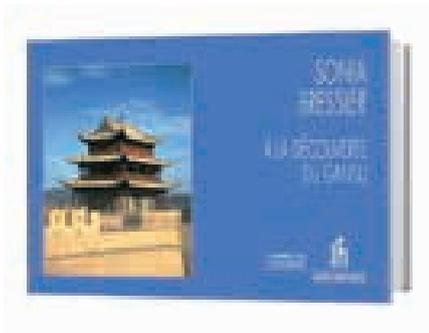
La vie des associations de consommateurs est de moins en moins facile. Mon étude porte sur les associations de consommateurs les plus importantes, reconnues dans les 28 États membres de l'Union européenne. J'ai interviewé, dans chaque pays, les meilleures associations, celles reconnues au niveau national et au niveau de la Commission européenne comme étant les plus professionnelles. Elles ont toutes d'énormes soucis de survie, parce qu'elles ont de moins en moins de ressources finan-

cières et humaines. Ce n'est pas tant leurs compétences professionnelles qui sont en cause, mais le fait qu'elles aient de moins en moins d'adhérents. Le Web, d'une certaine manière, permet aux associations de subsister à moindre frais puisqu'elles ont la capacité de démultiplier leur message à moindre coût. Avant, tout passait par des communiqués de presse, le contact avec les journalistes, des campagnes télévisées... Maintenant elles passent par leur site Web. Mais il y a en revanche un danger : comme les consommateurs ont le sentiment d'accéder à toutes les informations gratuitement grâce au Web, la plupart se demandent quel est l'intérêt de l'information d'une association de consommateurs. Pourquoi devrais-je payer un abonnement, ne serait-ce que de quelques euros dans certains pays ? Quelle est la valeur ajoutée ? Même si les associations peuvent démultiplier plus facilement l'information à travers Internet, à faible coût, leur crédibilité et le gain de vitalité ne sont pas plus importants.

Les méthodes de lutte sont-elles différentes selon les pays ou bien Internet a-t-il tout globalisé ?

La plupart des associations de consommateurs que j'ai interviewées, dans des pays de l'Union européenne, ont une similarité : elles font toutes partie d'une structure qui s'appelle le Bureau européen des unions de consommateurs (BEUC). Cette structure se bat au niveau de la Commission européenne pour défendre les droits de l'ensemble des consommateurs. À travers cette entité, les associations récupèrent des informations sur les nouvelles lois européennes en préparation, et c'est ensuite à elles de se battre pour faire valoir leurs droits au niveau national. Et tout ça passe par Internet.

► *L'industrie du lobbying. Les stratégies d'influence des groupements de consommateurs en Europe, à l'heure d'Internet, thèse de Sonia Lorenzani*



À la découverte du Gānsù

Sonia Bressler est intervenante à l'ISEG Group – Campus de Paris. Docteur en philosophie et épistémologie et consultante en communication & stratégie, elle a relevé le défi de résumer son voyage dans la région du Gānsù, en Chine, en 50 clichés.



À RETENIR

- Il s'agit d'une découverte au fil de cette région méconnue de Chine. Étroite, un peu plus petite que la France, elle est coincée entre la Mongolie au nord et le plateau tibétain au sud.
- Cette région est pleine d'histoires ; le vent balaye le sable et des siècles d'échanges entre les cultures. Par ce corridor transitaient tous ceux qui empruntaient la Route de la Soie.
- Ce livre est une introduction à un voyage : celui de la Route de la Soie tant ancienne que contemporaine. Elle est à nouveau un axe politique et économique majeur de la Chine.

Pourquoi le Gānsù est-il spécial selon vous ?

Après l'obtention de ma thèse en 2005, j'ai pris un train direction la Chine. Un long périple qui m'a permis de déconstruire petit à petit nos idées reçues sur ce vaste pays dont nous ignorons l'histoire. Le Gānsù fait partie de ces régions délaissées, voire même ignorées des Occidentaux. Pourtant, elle est essentielle à la compréhension de la civilisation chinoise, comme des innovations de la Chine d'hier et de demain. Ici déjà dans le passé passait la Route de la Soie. Ce long corridor a toujours été le lieu des échanges entre les cultures, les savoirs, les commerçants. Pour faire avancer mes recherches sur le langage, notamment sur l'apparition et la disparition des langues, il était essentiel de m'y rendre. Comprendre la dynamique de cette région, c'est s'aventurer un peu plus vers ce cœur qui façonnera la Chine de demain. Ici on travaille à faire revivre le passé, tout en travaillant sur des nouvelles techniques écologiques. Par exemple, la route qui traverse ce long corridor est éclairée par des énergies renouvelables, les avancées des dunes sont stoppées par des plantations qui tiennent grâce au recyclage de l'eau, etc. Comme dans le passé, nombreuses sont les ethnies qui peuplent cette région.

Comment résumer un voyage en 50 photos ?

Il est sans doute impossible de résumer un voyage en cinquante clichés. Mais c'est le défi de cette collection lancée par Jacques Flament et que je dirige depuis peu. C'est un excellent exercice qui m'a demandé de me concentrer sur l'essentiel de ce que je voulais montrer et dire. Un lien entre passé et présent dans la fixité du regard, dans les formes architecturales ou picturales. Les paysages sont comme des transitions intemporelles.

Que vous apporte ce genre de périple humainement ?

Toutes les formes de voyages sont essentielles à l'expérience humaine, à l'altérité dont nous manquons cruellement dans nos sociétés ultra-connectées. Or c'est cette altérité qui nous fait grandir, pro-

gresser, améliorer nos connaissances. Depuis plusieurs années, ma spécialité consiste à aller à la rencontre des populations éloignées, quasiment en voie de disparition, en Asie principalement (de la Chine à Java en passant par l'Himalaya, l'Inde, le Népal, etc.). En rencontrant ces familles je découvre des légendes, j'écoute les histoires, je partage des coutumes, des habitudes. Au cœur de chaque pratique, un langage et une transition vers le futur, vers une nouvelle contemporanéité... Il en ressort des échanges forts et passionnants.

Ça vous aide professionnellement ?

La meilleure qualification de mon métier, c'est à un étudiant en fin de cycle à l'ISEG Marketing & Communication School, que je la dois : « aventurière de la pensée ». C'est plus fort et poétique que « consultante en communication et en stratégie ». Petit à petit, au fil des kilomètres, des distances, des hautes altitudes et des rencontres, mon métier s'est enrichi de ces rencontres. Que ce soit sous les périphériques de Jakarta, dans les rues en Inde, dans le désert en Chine ou sur les pentes de l'Himalaya, toutes les rencontres nourrissent mes recherches. J'apporte à mes clients et à mes étudiants cette connaissance du terrain, la compréhension des populations (des flux, des échanges, des disparitions). Une partie de l'année, j'observe les métamorphoses de l'humanité, l'autre partie je me consacre à la transmission de ces observations et explique la nécessité de s'attarder sur les éléments de langage. Ce sont eux la clef des futurs potentiels, de la société dans laquelle on souhaite vivre.

► À la découverte du Gānsù, de Sonia Bressler, Jacques Flament Éditions



Jiayuguan Pass (Gānsù)

© Sonia Bressler



Plus de 150 000 visiteurs depuis sa création, plus de 200 000 cas étudiés, une durée moyenne de visite dépassant les dix minutes... En moins de deux ans, IONISBRANDCULTURE est devenu l'un des sites francophones de référence dans l'étude du marketing et de la communication. Depuis le début de l'année le site est passé de 50 à 75 cas et l'objectif des 100 n'est pas loin... Alors bonne visite !

www.ionisbrandculture.com

Le site pédagogique de la brand culture



C'EST QUOI L'IDÉE ?



Comprendre la programmation

Epitech

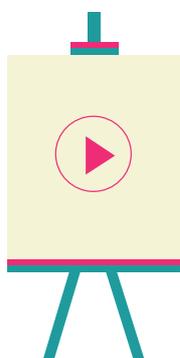
Une équipe composée de dix étudiants d'Epitech Nantes a remporté le Prix du public du challenge Talents du numérique. Ce groupe de Nantais de la promo 2017 travaille à construire Codowl, une plateforme interactive permettant l'apprentissage de la programmation avec une approche projets : « On a fait la première ligne de code il y a deux mois, aujourd'hui on a déjà une version démo, entièrement fonctionnelle. Comme on est dix, le projet avance à une vitesse assez folle. Ce qu'on cherche avec Codowl, c'est de faire apprendre une logique de programmation parce que les gens ne veulent pas devenir développeurs, pour la majorité, ils veulent juste comprendre comment ça marche. Et ces logiques, tu ne les acquiers pas en faisant du HTML... », explique Adrien Domoison, l'un des acteurs du projet.



S'immerger dans le hip-hop par le Web

e-artsup

Les étudiants d'e-artsup ont répondu à l'appel de l'Institut du monde arabe, à l'occasion de l'exposition « Hip-hop, du Bronx aux rues arabes », pour concevoir un site immersif et interactif. L'idée : prolonger la visite de l'expo sur le Web. Encadrés par Nicolas Cerisola, enseignant en création publicitaire, et en collaboration avec l'agence publicitaire The ADmen, l'organisme de formation ADPrentis, le photographe Nicolas Auproux et trois danseurs, 35 étudiants de 4^e année ont ainsi créé le contenu d'Inhop.fr. Répartis en équipes, les étudiants d'e-artsup ont apporté leur savoir-faire à cinq sous-projets, dont la partie ID-HOP qui permet à l'internaute de s'identifier à une personnalité du hip-hop après avoir répondu à un questionnaire, le Défi d'Akhénaton où ce même internaute doit retrouver l'artiste original d'une chanson « orientalisée », et une vidéo making-of du projet.



Faire vivre des peintures classiques

e-artsup

Le rappeur français Youssoupha a confié la réalisation de son nouveau clip à de jeunes talents issus de l'École de la Cité du cinéma et de la filière motion design d'e-artsup Paris. Marine Adenis, Lena Babadjian, Marie-Elodie Chausse, Joffrey Escudier, Yann Favre et Matthieu Forgas (e-artsup promo 2015) ont ainsi accompagné ce projet original dans lequel sont animés des toiles de maîtres. Le plus grand défi ? « Avoir une animation crédible, donner l'impression que les tableaux parlent vraiment et pas seulement de voir des lèvres bouger. Nous voulions rendre réalistes et crédibles les personnages des tableaux pour surprendre les gens. », explique Marine Adenis. Et c'est réussi : en deux jours, la vidéo, tournée au sanatorium d'Aincourt (95), a été vue près de 200 000 fois.



Débattre autour de sujets scientifiques

Sup'Biotech

Actuellement en 4^e année à Sup'Biotech, Alexandre Stern (promo 2016) a lancé l'association Biotech Talk avec quatre autres étudiants de l'école. Le but de cette nouvelle association ? Créer des débats entre étudiants et experts autour de sujets scientifiques. « Pour nous, l'important c'est la confrontation des idées et, à travers elle, l'enrichissement mutuel, explique l'étudiant. En effet, si on veut se faire une bonne idée d'un sujet en particulier, il faut pour cela réunir tous les avis le concernant. » Pour autant, pas question de simplement discuter pour le plaisir de la palabre : Biotech Talk fait les choses sérieusement. « Si on a déjà organisé des débats entre étudiants qui se sont bien déroulés, on a vite voulu faire appel à des professionnels pour aller plus loin, poursuit l'étudiant. Désormais, notre formule de débats consiste en une première partie avec des experts externes à l'école puis une seconde où ces invités peuvent échanger avec les étudiants présents. »



Faire progresser l'accessibilité numérique

Epitech
et
SUP'Internet

À l'occasion du 9^e Forum européen de l'accessibilité numérique, qui s'est tenu à Paris en juin 2015, Epitech et SUP'Internet ont signé une charte « pour une meilleure prise en compte de l'accessibilité dans les formations numériques » en présence d'Axelle Lemaire, secrétaire d'État chargée du Numérique. Ce texte, qui est porté par l'association BrailleNet, permettra la mise en œuvre de plusieurs initiatives. Parmi celles-ci, un tour de France de l'accessibilité numérique, à la rencontre d'entreprises et d'autres établissements d'enseignement.



Allumer une lampe par la pensée

ESME Sudria

Présente lors du Symposium R&D 2015 de l'ESME Sudria, l'équipe de Maxime Gréard, Valentin Mathieu et Claire Matrone (ESME Sudria promo 2015) avait séduit les visiteurs avec Smart n Plug, un projet de prise électrique contrôlée par la pensée à l'aide d'un casque à commande par ondes cérébrales. Actuellement au stade de prototype, le projet fait rêver : un système intégré capable de mettre en marche n'importe quel appareil électrique, lampe ou radiateur, voire de régler un variateur de lumière ou un thermostat. L'idée n'est pas si folle : le prototype réalisé par les trois étudiants est fonctionnel.



Créer un internet neutre et associatif

ETNA

Créée par deux étudiants de l'ETNA (promo 2016), l'association Conetic a pour but de promouvoir les logiciels libres et la neutralité du Net. Un vaste programme qui passe par le développement des réseaux Internet dans le respect de l'éthique, en favorisant les utilisations à des fins de recherche ou d'éducation, sans volonté commerciale. Pour cela, elle propose ses services en tant que fournisseur d'accès Internet associatif à ses adhérents. « J'ai eu une période où je recherchais un poste d'assistant en laboratoire. En attendant de trouver, j'étais assistant d'éducation dans un lycée. Là-bas, j'en ai profité pour monter un projet d'informatique avec un ami, Jérémy Chapdelaine, pour les élèves, explique Sébastien Le Querec. Nous nous sommes tous les deux lancés et nous avons aimé ça, moi le biologiste de formation et lui qui venait du droit. À la suite de ça, nous avons monté ensemble Conetic et avons pris conscience que nous voulions nous reconvertir dans l'informatique... à l'ETNA ! »

LE CLUB AFRISEG : APPRENDRE LES AFRIQUES AUTREMENT

Le Club Afriseg a vu le jour en octobre 2013 sur le Campus de Bordeaux. La volonté de départ de ses fondateurs ? Répondre aux questions de leurs camarades sur le continent africain. Mais le club, constitué de plus d'une trentaine de membres, a rapidement dépassé sa fonction première en devenant un lieu d'échange et de partage autour de l'entrepreneuriat, de l'économie et de la culture africaine. Retour sur le parcours réussi d'une association dynamique, dont l'avenir est rempli de projets.

« Nous avons souhaité être rapidement dans l'action, explique Willy Mboukem (ISEG Business & Finance School promo 2015), président du Club Afriseg. L'objectif était d'organiser un premier événement dès décembre 2013. Pour le financer, nous avons organisé un after-work pour lequel nous avons cuisiné différents mets africains. Quelques jours après, nous avons proposé un déjeuner aux étudiants bordelais afin de leur faire découvrir d'autres spécialités culinaires. »

Des débuts plus qu'encourageants

La première table ronde du Club Afriseg s'est tenue en décembre sur l'Afrique et les moyens de financer l'entrepreneuriat, en présence, entre autres, de Romuald Daubercies (ISEG Group promo 2011), gestionnaire d'enquêtes tourisme et nouvelles entreprises de l'INSEE, qui a proposé un retour d'expérience sur son volontariat international en entreprise (VIE) au Congo. « Étant dans une école de finance et de commerce, j'ai souhaité rester cohérent avec mon cursus pour me démarquer d'autres associations plus culturelles » précise Willy. L'équipe Afriseg a organisé de nombreuses conférences et expositions. « La force de notre campus c'est de réunir Epitech et e-artsup en plus de l'ISEG Group. Nous avons fait appel aux membres d'Afriseg issus d'e-artsup pour réaliser des travaux exposés dans l'école. Nous avons organisé onze événements en 2014 et nous en sommes à sept en 2015. » Le

Club a également trouvé un écho au sein de la ville de Bordeaux. Il était notamment représenté lors de la Journée nationale des diasporas africaines. Celle-ci était organisée par le Club Bordeaux Cameroun France, présidé par M. Njikam, adjoint au maire de Bordeaux en charge des relations avec l'Afrique. Présent également aux Journées économiques et consulaires africaines, mises en place par l'Institut Mandela, où étaient invités plus d'une quarantaine d'ambassadeurs, de consuls et de ministres africains. « Nous avons en charge l'organisation : des membres d'Afriseg tenaient l'accueil, d'autres se sont occupés de la reprographie et des réseaux sociaux... Nous proposons également nos services de traduction, Instagram, live tweet et compte rendus écrits, photos, vidéos... »

Favoriser les échanges économiques et culturels entre les continents

En septembre 2014, le Club Afriseg devient une association sous le régime de la loi 1901, afin de pouvoir réaliser des prestations de services. L'objectif de ces prochains mois est de créer un espace de réflexion sur le continent africain au sein de l'école, du campus et de la ville de Bordeaux. Quatre phases sont prévues. Premièrement, le projet Master Class : « Grâce à notre réseau, nous souhaitons inviter des professionnels à intervenir sur le campus, détaille Willy. Nous voulons proposer cet événement tous les mois, en

deux parties d'une durée de quatre heures chacune. Deuxièmement, le Club souhaite développer un pôle stage : « Nous voulons mettre en place une banque de CV à Bordeaux et construire, grâce à nos relais sur place, une liste des différentes offres disponibles en Afrique. Nous ne nous contenterons pas d'envoyer des étudiants en stage : nous voulons les suivre et les accueillir sur place, dans les pays où nous sommes impliqués (Côte d'Ivoire, Gabon, Mali, Cameroun...). » L'association continue également à s'investir pour la manifestation Bordeaux By Art, un tremplin musical et artistique mis en place en partenariat avec la DJ Art School : « Nous démarrons l'organisation de la troisième édition en espérant que cette initiative devienne un véritable point de ralliement à Bordeaux autour de la dimension culturelle et artistique de l'Afrique. » Les conférences, tables rondes et prestations externes continueront en 2015 et le Club Afriseg espère pouvoir organiser d'ici un an un voyage sur le continent africain.

« Nous avons été incubés au sein du campus, nous portons le nom de notre école dans celui de l'association, que nous ne changerons jamais, conclut Willy Mboukem. IONIS Education Group est le premier groupe d'enseignement en France et nous souhaitons continuer à nous développer avec lui. »

 www.facebook.com/afriseg



De droite à gauche : Bithia Masamba (ISEG Business & Finance School promo 2018), Willy Mboukem (ISEG Business & Finance School promo 2015), Sylvie Cazes (présidente de la Cité des Civilisations et du Vin), Marie Bluhm (ISEG Business & Finance School promo 2018), Rodnel Leka (ISEG Business & Finance School promo 2015), Nicolas Laurent (Epitech promo 2019)



Pierre de Gaëtan Njikam lors de la Journée nationale des diasporas africaines

“ Nous sommes africains et nous aimons nous voir comme des ambassadeurs légitimes de ce continent. Nous apportons ainsi notre vision et nos expériences à Bordeaux et ailleurs en France. ”



Alain Juppé, maire de Bordeaux, invité de la Journée nationale des diasporas africaines

Demain c'est nous

L'initiative « Demain c'est nous » est née en mars 2015 pour répondre aux nombreuses demandes d'étudiants non-bor-delais de prendre part aux activités du Club Afriseg. Plutôt que de recréer l'association à Paris, le Club Afriseg a préféré s'installer en joint-venture avec la jeune agence GNA communication, afin de fonder un réseau rassemblant les différents clubs et associations existants. « Nous avons souhaité fédérer les autres plutôt que d'ajouter notre nom à une liste, précise Willy Mboukem. Demain c'est nous a été choisi pour appuyer notre ambition de parler à la jeunesse et de croire en son dynamisme :

les jeunes entre 18 et 35 ans sont l'avenir du continent africain. » L'association est structurée en trois pôles : un pôle web tv, avec une émission mensuelle qui donne la parole à des entrepreneurs et acteurs du dynamisme du continent ; un pôle networking pour organiser des événements dont le premier s'est tenu les 24 et 25 mai 2015 ; un pôle consulting, qui propose les services de l'association à différentes organisations. Les membres ont participé à la Global Conférence les 6, 7 et 8 juillet au Château de Chantilly. Plus de 1 000 invités étaient présents lors de cet événement placé sous le haut patronage du Président de la

République. « Demain c'est nous » était en charge du live-tweet et de la réalisation du livret. Une belle marque de confiance pour cette jeune initiative !

📍 www.demaincestnous.net





ANNE-SOPHIE PIC

ISG promo 1992

« Je crois beaucoup à l'intelligence collective »



© Stéphanie de Bourgies

Que reprenez-vous de vos années à l'ISG ?

Plein de choses très positives, tant sur le plan de l'apprentissage qu'humain. Tout d'abord la qualité et la diversité de l'enseignement : de nombreuses matières, une approche à la fois théorique et opérationnelle. Ensuite, la qualité des relations tissées entre le corps professoral et les étudiants et bien sûr entre les étudiants. Il y a des vraies valeurs d'échange et d'entraide dans l'école. Enfin, l'opportunité d'un cursus à l'étranger qui reste une expérience inoubliable pour ce qui me concerne et surtout très formatrice. À titre personnel, ces années à l'ISG ont également été marquées par la rencontre de mon mari, David Sinapien.

Vous avez eu la chance d'étudier au Japon. Avec le recul, cela a-t-il été une opportunité déterminante dans votre carrière ?

Je crois que cette expérience au Japon a contribué à révéler ma vocation de cuisinière. J'ai découvert une gastronomie d'un

Valence, Paris, Lausanne, New York. Il est bien loin le temps où Anne-Sophie Pic reprenait le restaurant familial drômois, en 1997, en se jurant de lui redonner ses lettres de noblesse. Depuis l'acquisition, en 2007, d'une troisième étoile au Guide Michelin, celle qui devient alors la première chef de sa génération à obtenir trois macarons ne s'arrête plus : aujourd'hui, Anne-Sophie Pic, 46 ans, est à la tête de neuf établissements, dont trois hors de France. En 2011, elle reçoit le titre de « meilleure femme chef du monde ». Pourtant, elle ne se destinait pas à une carrière dans la cuisine mais aspirait à devenir... commerciale. Elle choisit d'intégrer le cycle international de l'ISG, s'ouvre à d'autres horizons et voyage dans le monde entier. En 1992, avec son diplôme en poche et alors qu'elle n'a que 23 ans, elle décide d'intégrer l'entreprise familiale. Son père accepte de lui apprendre le métier, la met en cuisine, mais décède peu après. La jeune femme apprendra donc la cuisine sur le tas et s'imposera, à force de talent et de persévérance, dans l'élite de la gastronomie. Entretien.

grand raffinement, des produits extraordinaires et bien évidemment un pays fascinant sur le plan culturel. Ce séjour au Japon m'a certainement transformée. Et on en trouve aujourd'hui des traces dans ma création culinaire. J'utilise quelques bases de la cuisine japonaise - comme les bouillons dashis - que je réinterprète avec les codes de la cuisine française. Sans parler des produits comme les thés verts, le saké ou encore l'immense variété de fruits et légumes.



Être femme et autodidacte dans un milieu très masculin n'a pas toujours été facile »

Au-delà d'être un chef, vous êtes un entrepreneur. D'où vous vient cette fibre entrepreneuriale ?

Suite au décès de mon père, je me suis retrouvée très jeune à la tête de l'entreprise familiale. Heureusement, je n'étais pas toute seule puisque David a depuis le début été à mes côtés. D'ailleurs, pour être totalement honnête, la fibre entrepreneuriale c'est lui qui l'a ! Ce qui me permet de me consacrer pleinement à ma création culinaire. L'histoire de notre entreprise est aussi celle du couple que nous formons, nous sommes très complémentaires.

Vous avez vécu comme une libération l'acquisition d'une troisième étoile au Guide Michelin en 2007.

Vous dites que cela vous a permis de ne plus vous voir comme « une femme autodidacte ». Pourquoi ?

J'ai vécu l'obtention de la troisième étoile comme un commencement et non comme un aboutissement. Je devais à mon père de reconquérir cette étoile. Une fois ce devoir de mémoire accompli, j'ai pu me libérer et laisser ma créativité pleinement s'exprimer. En outre, je ne vous cache pas qu'être femme et autodidacte dans un milieu très masculin n'a pas toujours été facile. Je ne me sentais pas légitime, je n'avais pas fait d'école de cuisine ni d'apprentissage dans de grandes maisons. J'avais pour moi mon intuition, ma capacité de travail et mon envie. J'ai énormément travaillé pour



La nouvelle cuisine de la Maison Pic à Valence

© Serge Chapuis

acquérir la technique sans laquelle je ne pouvais donner libre cours à ma créativité. Cette troisième étoile a été une reconnaissance par mes pairs.

Vous avez le sentiment d'avoir dû jouer des coudes pour vous imposer dans un monde d'hommes ?

J'ai vécu ce que vivent toutes les femmes qui doivent gérer une carrière professionnelle : du scepticisme parfois mêlé de condescendance de la part de collègues masculins. Au-delà de cela, je crois que les femmes ont une sensibilité différente des hommes, elles doutent généralement plus, sont plus sujettes à la culpabilité peut-être... Mais j'ai également rencontré des confrères fantastiques avec lesquels j'ai eu des échanges passionnants. Je crois beaucoup en la valeur du temps et de l'expérience.

C'est pour ça que vous cherchez à respecter autant que possible la parité au sein de vos équipes ?

Je cherche surtout à être juste et à insuffler de l'enthousiasme dans mes équipes. Je crois beaucoup à l'intelligence collective et à l'esprit d'initiative. J'essaie de faire grandir mes collaborateurs, qu'ils soient hommes ou femmes !

Pourquoi est-il essentiel de se fixer des objectifs ?

Pour quelqu'un de créatif, se fixer des objectifs permet de se concentrer sur l'essentiel. Quand on est très curieux, le risque est de s'éparpiller et de se perdre.

Transformer votre nom en véritable marque en était un ?

Disons plutôt que c'est une conséquence du succès et un préalable au développement. Mais je ne me suis pas fixé cet objectif de manière aussi claire. Quand, avec David, nous avons repris l'affaire familiale, notre premier objectif était de la faire vivre, nous avions la responsabilité de ce que mon père avait construit. La réflexion autour de la marque est somme toute assez récente, elle vient avec la volonté de se développer.



Se fixer des objectifs permet de se concentrer sur l'essentiel »

Votre école de cuisine, Scook, à Valence, c'est une manière de redonner aux autres ce qu'a pu vous donner votre père lors de cet été de 1992 ?

Peut-être. J'ai créé cette école de cuisine parce que le partage est au cœur de mon métier. Quand on cuisine, on donne une part de soi à l'autre. L'éducation au goût est au cœur de mes préoccupations. J'ai eu la chance de naître dans une famille où manger était associé au plaisir, de goûter plein de saveurs différentes quand j'étais enfant. Je veux donner un peu de cela au plus grand nombre.

Quels conseils donneriez-vous aujourd'hui aux étudiants ?

De croire en leurs rêves !



CYPRIEN VERSEUX

Sup'Biotech promotion 2013

Un Ancien en route vers les étoiles

Le monde de la biologie peut vous emmener n'importe où. Y compris sur Mars. C'est en tout cas ce à quoi Cyprien Verseux (Sup'Biotech promotion 2013) travaille. Depuis le 28 août, il s'est isolé pendant un an avec cinq autres scientifiques dans un dôme, sur un volcan à Hawaï. Sa mission ? Étudier le comportement des scientifiques en conditions extrêmes et collecter des données pour le projet de la NASA d'une future mission habitée sur la planète rouge. Cet Ancien revient sur son parcours de biologiste attiré par les étoiles.

Comment t'es-tu retrouvé à participer à cette mission avec la NASA ?

Tout est parti de mon stage de fin d'études à Sup'Biotech que j'ai justement fait à la NASA, en Californie, où j'ai travaillé sur un projet de biologie synthétique appliquée à l'exploration spatiale. Pour trouver ce stage, j'ai d'abord mis au point ce projet que j'ai proposé à un chef de branche à la NASA dont j'avais trouvé le contact sur Internet. Le projet a été accepté. Je suis alors parti là-bas pour le développer. Depuis, j'ai continué à travailler avec la NASA et me suis porté volontaire pour cette mission financée par l'institution.

Quel est ce fameux projet ?

L'idée générale tourne autour du développement de systèmes de support de vie sur Mars. Ces systèmes permettent aux astronautes de produire toutes les ressources

dont ils ont besoin pour survivre. Le projet de système sur lequel je travaille permettrait de produire ces ressources à partir des matières premières qu'on peut trouver sur Mars, de façon à ne pas avoir à envoyer toutes les ressources depuis la Terre mais seulement quelques organismes vivants afin de les multiplier sur place.

Qu'espères-tu de la mission Hawaii Space Exploration Analog and Simulation (HI-SEAS), où tu seras isolé pendant un an ?

Cela fait longtemps que je souhaite participer à une mission similaire. En mars 2014, j'ai déjà candidaté pour la Mission Mars Arctic 365 qui consiste à passer un an dans l'Arctique dans un cylindre de 8 m de diamètre au sein d'une équipe de six personnes afin de tester la psychologie et le matériel d'une mission sur Mars. L'idée, c'est de vivre

complètement isolé du monde en sachant qu'en cas de problème, les secours peuvent mettre trois semaines à arriver, qu'on ne voit que ses cinq autres coéquipiers pendant un an, qu'il faut porter une combinaison spatiale dès qu'on sort du cylindre, etc. C'est équivalent à vivre avec toutes les contraintes d'une mission sur Mars. Pour moi, ce genre de mission me permettrait de tester sur le terrain le projet que je développe car il y a une grande différence entre développer un projet théorique et le faire fonctionner sur le terrain : il y a beaucoup de contraintes qu'on ne peut pas imaginer quand on est assis confortablement dans son fauteuil ! La mission Mars Arctic 365 ayant été repoussée à 2017, j'ai saisi l'occasion de participer entre-temps à celle proposée par la NASA. ■

Quand la presse nationale s'intéresse à Cyprien

Paris Match, BFMTV, Franceinfo, TF1, L'Express, Le Figaro... Le challenge que s'est imposé Cyprien Verseux a grandement intéressé les médias nationaux qui ont parlé de l'info, l'un après l'autre, à la toute fin du mois d'août. Au total, près de 150 articles ont été publiés sur l'histoire de cet Ancien de Sup'Biotech en l'espace de... 72 heures. Même le célèbre site parodique Le Gorafi, média de « toute l'information selon des sources contradictoires », a publié un article en lien avec cette actualité, intitulé : « Un Français va tenter de vivre pendant un an sans se plaindre. »



VISER LA LUNE... OU MARS

Connaissez-vous Cyprien Verseux ? Peut-être pas, même s'il a été très médiatisé cet été. Si vous ne le connaissez pas, c'est dommage parce que c'est une très belle histoire d'étudiant, la réussite d'un projet de vie et de recherche.

Cédric Prunier

secrétaire général du Groupe IONIS

Diplômé d'une des écoles du Groupe IONIS, Sup'Biotech, Cyprien Verseux a été sélectionné par la NASA pour une étude destinée à préparer une mission d'exploration sur Mars (voir ci-contre). L'équipe vivra un an dans un espace réduit (un dôme de 11 m de diamètre) au centre d'un ancien volcan, pour reproduire ce que seraient les conditions de vie sur la Planète rouge : sortie avec scaphandre, nourriture déshydratée sous vide et plein d'autres modalités toutes plus contraignantes et sympathiques les unes que les autres.

Au-delà de son intérêt en soi, cette histoire montre que, pour un(e) étudiant(e) du groupe IONIS, tout est possible (ou presque) à condition de réunir quelques éléments. Tout d'abord, bien sûr, il faut une solide formation de base, avec une équipe qui vous suit, vous aide à progresser et à travailler sur des projets qui vous intéressent. La maîtrise des fondamentaux doit s'accompagner d'une compétence professionnelle, d'une spécialisation. C'est le cas de la formation à Sup'Biotech et c'est l'ADN du Groupe d'une façon générale : les équipes enseignantes et administratives s'emploient à transmettre des connaissances, créer des opportunités avec les entreprises, favoriser des rencontres, mettre en valeur les qualités, permettre de travailler sur les points faibles, développer des compétences, notamment collaboratives, renforcer les acquis et façonner des méthodes. Pour synthétiser, elles donnent les moyens d'exprimer un potentiel. C'est énorme, c'est nécessaire mais pas toujours suffisant : quel que soit le dévouement de l'encadrement, il ne peut pas se substituer aux étudiants.

Le deuxième élément est la force de travail et la persévérance. Le talent ne suffit pas : il n'est pas possible de réussir ses études sur le long terme sans s'investir à fond, chercher à repousser ses limites pour donner le meilleur de soi. Transmettre le goût de l'effort et l'envie d'aller plus loin fait aussi partie des valeurs des écoles du Groupe

IONIS. Les méthodes pédagogiques (multiples) mises en œuvre y concourent, comme les exigences professionnelles. Le meilleur vecteur est la passion, l'un des moteurs les plus puissants pour travailler beaucoup.

Il faut, enfin, exploiter les ressources mises à sa disposition et oser : pour Cyprien Verseux, le point de départ de son aventure professionnelle est une adresse e-mail, celle qui lui a permis d'entrer en contact avec la NASA pour obtenir un stage. Comment l'a-t-il obtenue ? En cherchant sur Internet, tout simplement... Encore fallait-il la trouver, avoir le courage de proposer son projet, prendre le risque d'essayer un refus, être suffisamment ambitieux pour viser le meilleur dans son domaine et travailler pour élaborer une proposition digne d'intérêt.

Il faut beaucoup tenter et parfois échouer : les plus grands entrepreneurs ne connaissent pas tous le succès lors de leurs premières tentatives. Dans le cas qui nous occupe, Cyprien Verseux s'était longtemps préparé pour une autre mission avant de présenter sa candidature à la NASA et d'être retenu : rien ne se perd jamais.

Quand j'ai lu cette histoire dans la presse, j'ai repensé à tous les étudiants que j'ai accompagnés. À de rares exceptions près, ceux qui ont le mieux réussi ne sont pas ceux qui avaient le meilleur dossier scolaire. Je pourrais citer bien des exemples de transformations radicales en cours d'études. Plus que jamais, dans notre monde ouvert et connecté, la force des réseaux sociaux et de l'information virale ouvrira les portes pour les passionnés, les audacieux, les persévérants, ceux qui ont des rêves et se donnent les moyens de les réaliser. Si le diplôme est un sésame puissant, ce qui fera la différence, c'est la capacité de se démarquer, de se singulariser.

Il faut prendre des risques. Il faut vouloir changer le monde. Cyprien Verseux l'a fait, nous souhaitons à tous nos étudiants de pouvoir le faire demain. ■



ENTREPRENEURS



Franck de Védrines EPITA promo 2012

Il a créé Monsieur TSHIRT avec cinq fondateurs, emploie quinze personnes et vise un chiffre d'affaires de plus d'un million d'euros en 2015.

Quel est le principe de Monsieur TSHIRT ?

Monsieurshirt.com est un site de e-commerce qui propose une sélection de 2 000 t-shirts de marques émergentes, d'artistes indépendants et collections exclusives. Notre objectif est simple : proposer des t-shirts « cool » que vous ne trouverez quasiment nulle part ailleurs, ni sur le Web, ni dans les boutiques physiques.

majorité de nos clients sont fidèles au site et diffusent un excellent bouche-à-oreille. Pour exécuter notre stratégie, nous avons également une belle équipe qui fait vivre et évoluer notre concept au quotidien.

Comment expliquer un tel succès ?

Depuis notre lancement en mai 2013, nous avons toujours considéré le client comme notre priorité n°1. Livrer le bon produit, au bon prix et dans le délai le plus court est notre crédo. De la sorte, une immense



www.monsieurshirt.com



Walid Nouh Executive MBA Epitech promo 2016

Il est l'un des fondateurs du produit On Wheelz, une interface installée dans la chaussure permettant de fixer à sa semelle un châssis de roller quad.

patineurs des années 1980 et 1990. J'y ai rencontré parmi les meilleurs patineurs français de l'époque. De là j'ai commencé les compétitions, voyagé, et par la suite créé des sites Internet de promotion de nos disciplines.

tème mécanique qui nous permet d'utiliser nos baskets pour marcher et en même temps pour se déplacer en roller. Florian m'a contacté en raison de ma position dans le roller.

Comment est née l'idée des On Wheelz ?

Il est aujourd'hui presque impossible de rentrer dans les magasins, aller au cinéma ou dans le métro avec ses patins. Il y a deux ans, l'idée vient à Florian Gravier, cofondateur de Flaneurz, marque à l'origine du concept On Wheelz, de concevoir un sys-

94 000 euros levés en crowdfunding : vous vous y attendiez ?

Les études de marché et les différents pitches que nous avons pu faire avaient montré un intérêt certain des gens pour le concept. Pourtant nous avons été agréablement surpris par le buzz et l'intérêt suscité par notre produit, en particulier chez les non patineurs.

D'où vient votre intérêt pour le rollerskate ?

J'ai commencé à pratiquer le roller quad (aussi appelé rollerskate ou patin à roulettes) il y a trente ans, étant enfant. Au tout début je roulais avec mes amis en banlieue parisienne, et j'ai rejoint par la suite le Trocadéro, point de ralliement des



www.flaneurz.com



Sébastien Burel
EPITA promo 1993

Il lance en 2015 son application Frigo Magic qui propose des recettes quotidiennes selon les produits déjà présents dans votre cuisine.

Quel est le concept de Frigo Magic ?

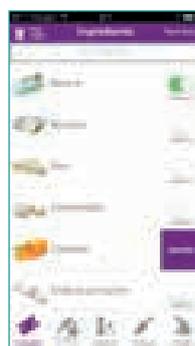
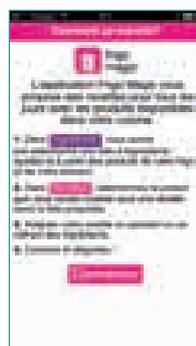
Grâce à Frigo Magic, les utilisateurs se voient proposer des recettes possibles selon les ingrédients qu'ils possèdent déjà chez eux dans leur frigo ou leur placard. C'est une solution idéale pour cuisiner sans avoir besoin de sortir de chez soi. La première version est sortie début mai. Nous avons ensuite eu la chance d'être invité au TEDx de Rennes pour en discuter. Les médias nourrissant les médias, nous avons ensuite fait un peu le tour de radios et de télé locales. Cela nous permet d'avoir aujourd'hui près de 15 000 uti-

lisateurs avec près de 1 500 nouveaux par semaine, pour une base de données évolutive de plusieurs milliers de recettes possibles grâce à la prise en compte de près de 300 ingrédients. Nous avons pour objectif d'atteindre près de 80 000 utilisateurs d'ici à la fin de l'année.

Pourquoi vous lancer dans cette aventure ?

J'avais besoin d'un nouveau défi. Je suis alors entré en contact avec deux anciens copains qui, pour le coup, ne viennent pas du Web, Christophe Boisselier étant cuisinier et Olivier Clanchin évoluant dans l'agroalimentaire – il est le dirigeant du groupe Triballat. Ensemble, nous avons

décidé de créer en 2015 la société Frigo Magic pour développer et commercialiser l'application iOS et Android du même nom. C'est pour ainsi dire ma première expérience concernant une application ouvertement grand public et gratuite.



www.frigomagic.com



Cyrille Macé
e-artsup promo 2009

Il est le CEO de Yodog, agence de motion design qui a réalisé, en cinq ans d'existence, plus de 210 projets avec des marques de renom.

Quand avez-vous décidé de lancer votre agence de motion design ?

Nous avons lancé Yodog à l'été 2011. Rapidement, l'entreprise a évolué d'un simple collectif de motion design vers une agence de production digitale & audio-

visuelle. Aujourd'hui, notre activité se développe sur du film institutionnel ou promotionnel, du film d'animation ou du clip mais également dans l'événementiel via des installations interactives. Récemment, nous avons aussi eu la chance de pouvoir travailler sur de l'application mobile (Castr) et du jeu vidéo (The Journey Of Me).



Quelles sont les qualités nécessaires pour être un bon « motion designer » ?

Le motion design regroupe toutes les composantes du design graphique et de la production de film. Au quotidien, il faut avoir un sens aigu du rythme, de la narration, de la composition et, pour finir, être endurant et aimer le café ! Mais quoi qu'il arrive, c'est la réflexion créative et le design qui doivent rester absolument au cœur du processus.

L'intérêt des marques pour le motion design est-il toujours croissant ?

Le « produit » motion design est sur un marché qui commence à être saturé. Aujourd'hui, un autre marché se développe, avec des projets dont le motion design n'est qu'une constituante, mais qui ont leur prolongement sur le web, en applicatif ou en événementiel.

www.yodog.fr

Au cœur des écoles du Groupe IONIS

- ▶ www.isg.fr
- ▶ www.modadomani.fr
- ▶ www.iseg.fr
- ▶ www.isth.fr
- ▶ www.ics-begue.com
- ▶ www.isefac.org
- ▶ www.epita.fr
- ▶ www.esme.fr
- ▶ www.ipsa.fr
- ▶ www.epitech.eu
- ▶ www.supbiotech.fr
- ▶ www.e-artsup.net
- ▶ www.ionis-stm.com
- ▶ www.supinternet.fr
- ▶ www.etna-alternance.net
- ▶ www.ionis-up.fr
- ▶ www.ionisx.com

ISG

Le programme Grande École en alternance

Depuis la rentrée, l'ISG offre la possibilité aux étudiants d'effectuer la 2^e et la 3^e année du Master Grande École en alternance. Ce programme débouche sur un diplôme bac +5. Il offre aux étudiants la possibilité d'acquérir rapidement une première expérience professionnelle en donnant accès à des missions à fortes responsabilités avec un rythme d'une semaine à l'école pour trois semaines en entreprise.

Ouverture du statut étudiant-entrepreneur

Dans le cadre de son partenariat avec le Pôle étudiant pour l'innovation, le transfert et l'entrepreneuriat Paris Ouest Nord (PEPITE PON), l'ISG permet désormais à ses étudiants de bénéficier du statut d'étudiant entrepreneur. La structure regroupe neuf établissements d'enseignement supérieur parisiens, 70 000 étudiants et des entreprises partenaires. Le dispositif PEPITE PON a pour objectif de sensibiliser les étudiants à l'esprit entrepreneurial en proposant événements et rencontres avec des chefs d'entreprise et d'autres étudiants entrepreneurs.

Olga Lelebina, prix de la thèse FNEGE 2015

Olga Lelebina, docteur en sciences de gestion et professeur de management des ressources humaines à l'ISG, vient d'être récompensée par la Fondation nationale pour l'enseignement de la gestion des entreprises (FNEGE)



Olga Lelebina, professeur de management des ressources humaines à l'ISG

pour sa thèse « La gestion des experts en entreprise : dynamique des collectifs de professionnels et offre de parcours ». Chaque année, la FNEGE, sur recommandation de l'Association francophone de gestion des ressources humaines (AGRH), décerne un prix de thèse au jeune chercheur ayant soutenu, au cours de l'année précédente, la meilleure thèse de doctorat en la matière. Ce prix vise à récompenser l'originalité et la qualité d'un travail doctoral ainsi que son apport pour les pratiques managériales.

Anne-Marie Rouane devient trésorière de l'UGEI

Le conseil d'administration de l'Union des Grandes Écoles indépendantes (UGEI) a renouvelé son bureau le 13 mai. Anne-Marie Rouane, directeur général de l'ISG, en a



été nommée trésorière. L'ISG est membre de l'UGEI depuis 2012.



Anne-Marie Rouane, directeur général de l'ISG

Une publication dans « Recherche et Applications en Marketing »

Marie-Laure Mourre, enseignante-chercheuse à l'ISG, est co-auteur de l'article « Proposition d'un modèle intégrateur de la résistance aux messages anti-tabac », publié dans la revue « Recherche et Applications en Marketing » de mai, dans un numéro spécial consacré au marketing social. Dans cet article, l'enseignante propose de modéliser la résistance aux messages de prévention dans le cadre de la lutte contre le tabac.



Marie-Laure Mourre, enseignante-chercheuse à l'ISG

Conférence : « Faut-il avoir peur du Big Data ? »

Les étudiants du programme Business & Management 3+2 de l'ISG ont assisté, le 14 avril sur le campus ISG Paris II, à une conférence sur le Big Data, co-organisée avec Ionis-STM, dans le cadre des Rendez-vous de la double compétence. Elle était animée par Fernando Iafate, responsable du département Business Intelligence de Disneyland Paris. « Le Big Data devient une réalité qui est en train de nous submerger, nous dépasser,



Fernando Iafate, responsable du département Business Intelligence de Disneyland Paris

a-t-il expliqué. Il faut avoir conscience que des gens ont intérêt à exploiter ces données, que ce soit des acteurs institutionnels, comme les États, ou commerciaux, comme les quatre géants du GAFA : Google, Apple, Facebook et Amazon ». Selon lui, le principal problème est que les utilisateurs lambda sont encore peu informés, voire inconscients, de ce que peut signifier cette explosion de la donnée.

Moda Domani transforme l'ISG en podium

Moda Domani, l'association mode de l'ISG, a organisé, le 28 mai, un défilé de mode pour promouvoir des marques et de jeunes stylistes. Après le défilé, un cocktail était organisé par l'association Cook'ISG. Les marques présentes pour le



L'ISG a accueilli un défilé et un pop-up store

défilé étaient Iris Cantabri, Gang de Grands-Mères, Megumi Nakanishi, Pauline Pin et Raphaella Jewels. Le lendemain, certaines d'entre elles et d'autres – 18, au total – étaient présentes au pop-up store pour proposer à la vente leurs créations.

Un nouvel accord avec la Business School de Berlin

L'ISG a signé un nouvel accord international qui offre à ses étudiants une destination supplémentaire accessible en échange académique. La Business School Berlin Potsdam est une école de gestion fondée en 2009 qui a déjà formé plus de 700 étudiants. Ce nouveau partenariat renforce la présence de l'ISG à l'International, avec désormais 117 universités partenaires dans 45 pays.

MODA DOMANI

Une première année réussie

Moda Domani Institute a clôturé, en juin, la première année universitaire de sa jeune histoire. Une première année, en chiffres : 30 rencontres professionnelles, 7 workshops, 10 modules de compétences et d'ouverture, ainsi que 17 matières fondamentales dispensées à 70 % par des professionnels - une spécificité qui fait l'identité de l'école. Ce sont aussi 10 sorties musées et visites culturelles, 4 conférences ImagYnarium, 14 partiels, près de 50 contrôles continus, quelques nuits blanches et, pour terminer, un grand oral de fin d'année. Les 40 étudiants de la première promotion ont également passé une Summer Session de dix jours à Londres, où ils ont visité les hauts lieux du luxe et de la mode, assisté à des conférences et découvert les coulisses de grandes entreprises.



La voix du Sida sur les réseaux sociaux

« Moi, le Sida » est une campagne virale de l'association Aides à laquelle ont activement participé 50 étudiants de l'ISEG Marketing & Communication School. Une opération audacieuse où la parole était donnée au virus lui-même... pour le faire taire. Mettre en avant le côté viral du Sida, une façon efficace de rappeler que le virus est toujours là, partout, tout le temps. L'idée créative : puisqu'on parle moins de lui, le sida va s'en charger lui-même. Et qu'aurait à raconter un fléau mondial de 32 ans qui totalise 35 millions de victimes ? Depuis le 1^{er} mai et jusqu'à la fin de l'été, des profils « le Sida » ont été créés sur les différents réseaux sociaux (dont Facebook, Twitter et LinkedIn) afin que les utilisateurs puissent « tomber sur lui par hasard, comme dans la vraie vie ». La cinquantaine d'étudiants de l'ISEG Marketing & Communication

School, de ses sept campus, ont alimenté ces différents comptes dont certains, sur les applications Tinder et Grindr, étaient géo-localisés. L'association a révélé quelques semaines plus tard être derrière cette campagne.

Mêlée Numérique à Toulouse

La Mêlée Numérique, Salon des technologies de l'information et de la communication (TIC), s'est tenue à Toulouse du 24 au 26 juin. Cette édition



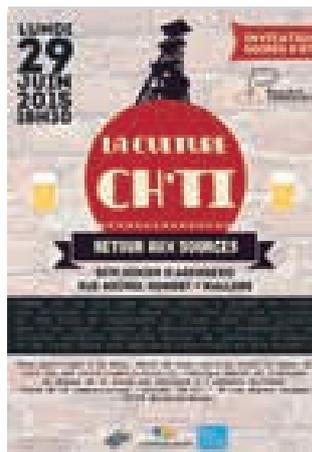
Une partie de l'équipe des étudiants organisatrice de ce salon qui a réuni 4 000 visiteurs

2015 était parrainée par Axelle Lemaire, secrétaire d'État chargée du Numérique. 4 000 visiteurs, 400 conférenciers, 3 000 photos prises, 3 595 posts

#meleenum, 1 000 croissants mangés et... 20 étudiants bénévoles. Pour la deuxième année consécutive, l'ISEG Marketing & Communication School de Toulouse a apporté son concours à la réussite de cet événement incontournable : accueil des participants, soutien logistique, live-tweet des conférences... L'occasion pour les étudiants de découvrir les coulisses d'un salon professionnel et d'en comprendre les rouages.

Lille : soirée d'été « Place de la communication »

Le 29 juin s'est déroulée la soirée d'été de l'association Place de la communication dont l'ISEG Group – Campus de Lille est membre. Elle a été organisée par six étudiantes de 4^e année à l'ISEG Marketing & Communication School Lille : Andréa Bachelet, Constance Duponchelle, Julie Guillerm,



Sophie Maillard, Lonnie Mbangi et Marine Spelbroit. Sur le thème « Retour aux sources : la culture ch'ti », la soirée a eu lieu sur le site minier d'Arenberg (59). Les étudiantes ont travaillé plusieurs semaines pour préparer cet événement en s'organisant comme une agence de com'.



Une soirée sur le thème de la culture ch'ti

Code pour tous

L'ISEG Summer Code Camp, une initiative du Groupe IONIS, permet aux étudiants de 1^{re} année de l'ISEG Group



Les 1^{res} années de l'ISEG Group se familiarisent avec le code et la programmation



de découvrir les mondes du code et de la programmation. Organisée par Epitech, l'édition 2015 s'est déroulée du 29 juin au 30 juillet sur les sept campus IONIS Education Group. L'objectif est de familiariser les étudiants avec des univers qu'ils croiseront en permanence dans leurs activités personnelles et professionnelles. Au programme : initiation et approfondissement des langages HTML et CSS, projets, conférences...

Cinq diplômés chez Page Personnel

En 2014, l'ISEG Group et Page Personnel, leader de l'intérim et du recrutement spécialisés, signaient un partenariat. Un an plus tard, ce dernier a déjà porté ses fruits : au début de l'année, cinq diplômés de la promotion 2014 ont intégré Page Personnel en tant que consultants en recrutement.

www.pagepersonnel.fr



Strasbourg : le co-développement personnel avec l'Adetem

Le 15 juillet, dans le cadre du partenariat de l'ISEG Business & Finance School Strasbourg avec l'Association nationale des professionnels du marketing (Adetem), Marion Lagarde, responsable des relations entreprises du campus de l'ISEG Group, a animé une première séance de co-développement professionnel. Originaire du Canada, le co-développement professionnel est une méthode d'entraide particulièrement adaptée aux problématiques

managériales. Des ateliers de co-développement seront mis en place dès la rentrée prochaine pour les étudiants de 5^e année de l'ISEG Group afin de les aider dans la construction de leur projet professionnel, les problématiques individuelles liées aux stages et leurs futures recherches d'emploi.

www.adetem.org



« Bonheur et performance » à Bordeaux avec le CECA

L'ISEG Business & Finance School Bordeaux était une nouvelle fois partenaire de l'Université Hommes - Entreprises, organisée par le Centre entreprise et communication avancée (CECA). Elle s'est déroulée au Château Smith Haut Lafitte (33) les 27 et 28 août. Ce rendez-vous rassemble chaque année près de 500 décideurs qui s'y



Les étudiants du campus nantais travaillent sur la prochaine campagne de la sécurité routière

retrouvent pour réfléchir sur des thèmes sociaux. Après avoir abordé les années précédentes des thématiques comme la responsabilité, la confiance ou la coopération, les débats et les échanges ont porté sur le bonheur et la performance en entreprise. Parmi les intervenants, la journaliste Ingrid Betancourt, le philosophe Vincent Cespèdes et l'aventurier Nicolas Vanier.

www.universitehomme-entreprises.com

Nantes : les étudiants concentrés sur la sécurité routière

À la rentrée, le directeur de cabinet du préfet de Loire-Atlantique, Laurent Buchaillat, est venu rencontrer les étudiants de 2^e année de l'ISEG Marketing & Communication School Nantes. Il leur a proposé de travailler sur la prochaine campagne d'affichage de la

sécurité routière, qui portera sur l'utilisation du téléphone au volant. Les étudiants collaborent actuellement avec ceux d'e-artsup Nantes afin de créer le visuel de cette campagne, qui sera diffusée sur les bus de la ville de Nantes en fin d'année.

Une rentrée de prestige à Lyon

Afin de démarrer l'année en douceur, l'ISEG Group - Campus de Lyon a réuni parents, entreprises, partenaires et diplômés pour une soirée le 10 septembre. L'événement s'est déroulé à la Chapelle de la Trinité, un site historique de la ville considéré comme la « perle baroque » de l'architecture lyonnaise. L'occasion pour les invités d'échanger avec toute l'équipe administrative ainsi que les intervenants autour d'un cocktail dînatoire, en la présence du groupe Cockt'L Jazz.



Un étudiant pris comme exemple par Sciences Po

Les résultats d'admission 2015 sont une fois de plus excellents pour les étudiants ayant suivi les cycles continus ou les cycles de stages à l'ISTH. Le taux de réussite se maintient à 37,6 % d'admis depuis 2014. Cette année, Sciences Po Paris a demandé à l'un des admis issu de la prépa, Antoine Guénéau, la permission d'utiliser sa copie à titre d'exemple. Un parcours qui témoigne d'une implication sans faille dans la préparation du concours.



Des résultats excellents pour le concours d'entrée à Sciences Po

ICS Bégulé

3^e Forum entreprises

L'ICS Bégulé a lancé, en juin, son 3^e Forum entreprises destiné aux étudiants en recherche de stage, d'emploi ou d'un contrat en alternance. Environ 150 étudiants de la 2^e à la 5^e année étaient présents. Stéphane Cohen, président de l'Ordre des experts-comptables de Paris Île-de-France, était invité au lancement de cet événement annuel qui a regroupé une vingtaine de sociétés. Il a insisté sur les opportunités liées aux



Marie-Ange Maysounave, directrice pédagogique avec Stéphane Cohen



métiers de l'audit, de la gestion et de l'expertise comptable. Les débouchés à l'issue de ces formations sont aujourd'hui très nombreux et les sollicitations des recruteurs ne manquent pas.

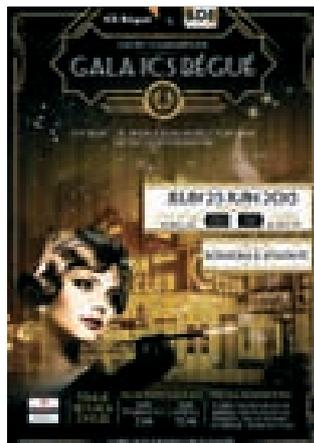
Les années 1920 pour le gala de fin d'année

Avec le film « Gatsby le Magnifique » comme thème, le BDE et la direction de l'école ont organisé, le 25 juin, le gala de fin d'année, au parc de la Villette au sein du restaurant « My Boat ». La soirée, dans un environnement décoré dans le style des années 1920, a réuni plus de 250 personnes dont



Un gala inspiré par « Gatsby le Magnifique »

une majorité d'étudiants de l'école ainsi que des Anciens, des professionnels, des jeunes diplômés, des enseignants et le corps administratif. Une remise de prix a récompensé les plus assidus en cours, les plus fêtards ou encore les plus dévoués à la vie de l'école.



Affiche Gala ICS Bégulé 2015

ISEFAC

Concours de selfies à Lyon

Pour la deuxième année, ISEFAC Bachelor Lyon lance l'opération « ISELFIE - Les



Un selfie réalisé à l'entrée du Palais des Festivals de Cannes

backstage de ton stage ». Le but ? Que les étudiants prennent une photo d'eux-mêmes, illustrant un projet sur lequel ils sont en train de travailler dans le cadre de leur stage.

Nouveauté pour cette deuxième édition, trois catégories gagnantes : le selfie le plus corporate, le plus tropical et le plus improbable. Les étudiants avaient jusqu'au 30 septembre pour envoyer leur photo accompagnée d'une description du stage effectué.

Paris : des nouveautés pour la rentrée

ISEFAC Bachelor développe sa filière marketing/management en proposant, pour cette nouvelle année, un nouveau bachelor en marketing digital et réseaux sociaux. ISEFAC Alternance Paris lance également deux nouveaux titres bac +3 : l'un en ressources humaines avec un titre de chargé de gestion ressources humaines avec deux spécialisations possibles – chargé de recrutement ou administration du personnel et paye – et l'autre en communication avec un titre de chargé de projet communication 360° avec deux spécialisations possibles – communication événementielle ou web communication.

Bordeaux : la mode sur tous les plans

Dans le cadre de leur module Mode et luxe, les étudiants du Bachelor luxe, mode, design en 2^e année d'ISEFAC Bordeaux se sont mobilisés pour élaborer leur propre magazine de mode. Ils ont ensuite soutenu en groupe leur projet créatif face à un jury spécialisé, qui les a évalués du point de vue de la stratégie marketing. Les étudiants de 3^e année se sont quant à eux plongés dans l'organisation de défilés de mode. Ils ont mis en œuvre toutes leurs connaissances et compétences en mode et haute couture, scénographie événementielle et



Le défilé organisé par les étudiants de 3^e année du Bachelor Luxe

stratégie marketing, afin de convaincre les jurys par le lancement de leur marque potentielle.

Organisation d'une comédie musicale à Nantes

Les étudiants en 1^{re} année du Bachelor chef de projet événementiel du campus de Nantes ont eu une semaine pour organiser une comédie musicale, à l'occasion de la Team Agency. De la recherche de la salle en passant par les partenariats, l'organisation de la billetterie et la communication, ils ont organisé l'événement de A à Z. Dès la rentrée, tous continueront à travailler à l'organisation du spectacle qui se déroulera en janvier 2016.



Les étudiants de première année du Bachelor chef de projet événementiel

Les films lillois

Dans le cadre de leur module de communication corporate et d'un concours inter-école entre les six ISEFAC de France, les étudiants du Bachelor chef

de projet événementiel de 1^{re} année de Lille ont eu pour mission de réaliser un film corporate sur leur établissement. Sur un format dynamique et attractif, s'inspirant du « Petit Journal » de Canal Plus, chaque équipe devait faire preuve d'originalité et d'inventivité pour présenter ISEFAC et ses formations tout en mettant en avant les valeurs et les atouts de sa propre école.



Camille Delfanne (ISEFAC Lille 2017) se transforme en présentatrice

EPITA

4 000 visiteurs à la convention Epitanime

Après une année de transition en 2014, la célèbre convention Epitanime est revenue du 29 au 31 mai sur le Campus technologique IONIS Education Group - Kremlin-Bicêtre, pour deux journées et deux nocturnes. Elle a réuni plus de 4 000 visi-



Un rendez-vous incontournable pour les fans de la janimation

teurs autour de l'animation et de la culture japonaises. Au final : 42 h d'activités, plus de 200 personnes impliquées dans le staff, plus de 100 membres d'associations partenaires, 3 concours de cosplay et une quinzaine de tournois et défis autour des jeux vidéo.



Une nouvelle saison pour StartUp42

Chaque année, StartUp42, l'accélérateur de start-ups by EPITA, organise gratuitement deux saisons d'accélération



Joël Courtois, directeur général de l'EPITA et Daniel Jarjoura, co-fondateur de StartUp42

de quatre mois pour aider de jeunes projets numériques innovants à prendre de l'ampleur. Sur les 36 projets accélérés depuis la création de StartUp42 by EPITA en 2013, 31 sont toujours actifs et beaucoup connaissent une progression constante avec de belles success stories à raconter. La 6^e saison de l'accélérateur de start-ups numériques débute en octobre avec sept nouveaux projets sélectionnés.

© <http://startup42.org/>

L'EPITA, lauréate du concours IBM Faculty Award 2015

Robert Erra, responsable du Laboratoire Sécurité et Système de l'EPITA (LSE), était présent au Summer Camp organisé par IBM France les 7, 8 et 9 juillet 2015 pour recevoir un IBM Faculty Award au nom de l'école. Il souhaite créer une nouvelle formation complète en cybersécurité. L'obtention de ce prix a pour but de récompenser et soutenir des projets portés par des universités et des écoles d'ingénieurs ou de commerce dans le monde entier. Grâce cet IBM Faculty Award, l'EPITA a reçu une aide

de 10 000 dollars ainsi que l'assurance de pouvoir compter sur le soutien concret d'IBM une fois que le projet vainqueur sera définitivement lancé (voir p. 54).

L'édition 2015 de la LSE Summer Week

La Summer Week 2015 du Laboratoire Sécurité et Système était organisée du 15 au 18 juillet sur le campus de l'école. Pour ceux qui n'ont pas pu s'y rendre, l'association étudiante GConfs propose sur sa chaîne YouTube les captations vidéo de la majorité des nombreuses conférences données lors de l'événement. Différents sujets ont été abordés lors de ces rendez-vous techniques comme, par exemple, la triche dans un jeu vidéo online ou les permissions sous Android.

📄 <https://www.youtube.com/user/GConfs>

Le label qualité FLE pour l'école

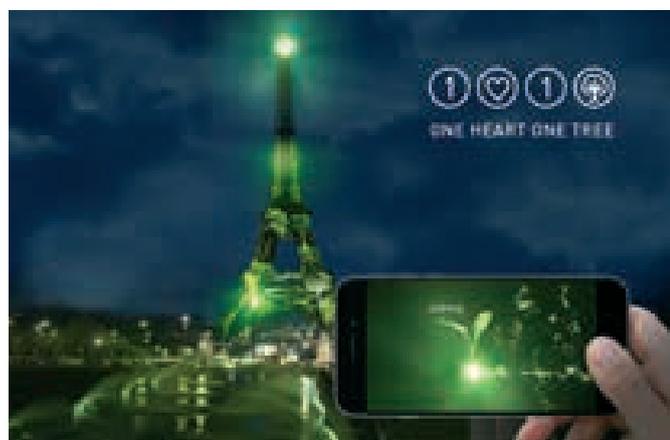
Créé en 2007 par l'État afin d'identifier, de reconnaître et de promouvoir les centres de français langue étrangère (FLE), le label qualité FLE a été décerné au centre FLE de l'EPITA en juillet 2015. Celui-ci est destiné aux étudiants étran-



gers du Master International et du Bachelor International, ainsi qu'à ceux venus dans le cadre d'un programme d'échange. L'EPITA s'est vu attribuer ce label en obtenant une note maximale pour chacun des cinq critères d'évaluation : la formation FLE offerte, la démarche qualité de l'équipe pédagogique, l'accueil des étudiants internationaux ainsi que les locaux et la gestion de l'école.

COP21 : transformer la Tour Eiffel en forêt virtuelle

Une équipe d'étudiants de la promotion 2016 de la Majeure Multimédia et Technologies de l'Information (MTI) travaille actuellement sur One Heart One Tree. Pensé et porté par l'artiste Naziha Mestaoui, ce projet transformera la Tour Eiffel en forêt virtuelle lors de la COP 21, la Conférence des Nations unies sur les change-



Une œuvre éphémère projetée pendant la COP 21 sur le climat

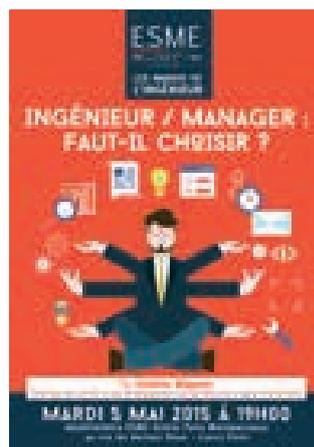
ments climatiques que Paris accueillera du 30 novembre au 11 décembre. Cette œuvre associe technologies et environnement : chaque participant, via une application, pourra donner naissance à une graine qui donnera un arbre virtuel projeté sur la Tour grâce à 30 vidéoprojecteurs.

📄 www.cop21.gouv.fr

ESME Sudria

Les Mardis de l'ingénieur

Pour son dernier rendez-vous des Mardis de l'ingénieur de l'année 2014-2015, l'ESME Sudria invitait le 5 mai Frédéric Magnen (ESME Sudria promo 1990), directeur des ventes et



du développement Europe-Asie d'Essilor Instruments. Au cours d'une conférence axée sur la thématique « Ingénieur / Manager : faut-il choisir ? », cet Ancien a expliqué que ces deux aspects étaient loin d'être antinomiques. Il a commencé sa carrière chez Matra Communication, puis a rejoint Dassault Automatismes et

Télécom-munications, avant d'intégrer le cabinet KPMG - CSC Peat Marwick.

Coupe de France de Robotique 2015

Sudriabotik peut rouler des mécaniques. L'association étudiante présidée par Quentin Mercier (ESME Sudria promo 2016) vient de réaliser la meilleure performance de son histoire lors de la 22^e édition de la Coupe de France de Robotique, en mai : 5^e sur 162. Une édition qui demandait aux robots de s'affronter dans des épreuves sur le thème du cinéma.

📄 <http://sudriabotik.free.fr/>



Les quarts de finale avec Sudriabotik (extrait de la vidéo réalisée par Krabi Robotique)

Les découvertes du 18^e Symposium

À l'occasion du 18^e Symposium de l'école, organisé le 21 mai, les meilleurs projets innovants des étudiants de 5^e année menés avec les laboratoires de l'école étaient présentés. Parmi ceux-ci : Smart n Plug,



L'équipe du projet HandiPerf, au service de l'handisport

une prise électrique commandée par la pensée ; HandiPerf, un système d'acquisition de données sur des fauteuils manuels handisport développé avec la Fédération Française Handisport et la Fondation Garches ; ou encore Dash, un service de streaming vidéo à débit adaptatif en collaboration avec Airbus Defence and Space.

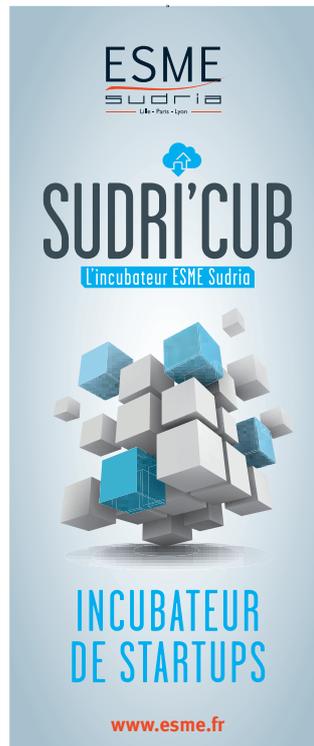
Quand un ingénieur fait son cinéma

Sélectionné au Short Film Corner lors du Festival de Cannes 2015, « Projet Eve » est un court métrage d'anticipation où l'on fait la connaissance d'Eve, un robot à l'apparence humaine doté d'une intelligence artificielle sans précédent. Il a été réalisé par Eric Truong (ESME Sudria promo 2006), également scénariste et producteur du film.



« Projet Eve », un court métrage d'anticipation

Le 12 juin, les étudiants de l'ESME Sudria ont eu droit à une projection exclusive du film dans les locaux du campus Paris Montparnasse. Le court métrage a été sélectionné par le Napa Valley Film Festival, qui se déroule au Nord de la Californie, du 11 au 15 novembre prochains.



Inauguration de l'incubateur Sudri'Cub

Le 17 juin, l'ESME Sudria inaugurerait son incubateur sur son campus d'Ivry-sur-Seine. Sudri'Cub est dédié à l'accompagnement de start-ups et au développement de la culture entrepreneuriale. En lien avec le réseau des ingénieurs de l'ESME Sudria et HP, il œuvre à la promotion de projets créatifs et innovants, orientés vers le Big Data (objets connectés, data mining, business analytics et optimization).



IPSA

« Elles bougent » au Bourget

Le 18 juin, l'IPSA était partenaire de l'opération de l'association « Elles bougent » lors du 51e Salon international de l'aéronautique et de l'espace de Paris-Le Bourget. À cette occasion, neuf étudiantes accompagnées de professionnelles de l'aéronautique ont guidé 150 collégiennes et lycéennes venues de différentes régions de France afin de découvrir le secteur.



150 collégiennes et lycéennes accueillies lors du 51^e Salon du Bourget

C'Space 2015 : huit fusées lancées par Aéro IPSA

Comme tous les ans, les étudiants de l'association Aéro IPSA se sont donnés rendez-vous au concours national



Les étudiants d'Aéro IPSA travaillent sur leurs fusées

étudiant C'Space, organisé par le Centre national d'études spatiales, pour y lancer les fusées que l'ensemble des membres ont construites durant l'année. Sur les dix projets réalisés par les 24 membres présents, huit ont été lancés lors de cette édition 2015 qui s'est déroulée du 18 au 25 juillet au camp militaire de Ger (64).

Trois étudiants à l'International Air Cadet Exchange

Chaque année, près de 560 jeunes à travers le monde participent à l'International Air Cadet Exchange (IACE), un programme exclusif qui leur permet de devenir, le temps de deux semaines en été, les ambassadeurs aéronautiques de leur pays. Venant de différentes fédérations liées au vol (avions, planeurs, modélisme, parachutisme, etc.) et sélectionnés pour leur motivation, ces jeunes sont invités, par groupes de deux, dans un pays étranger pour y découvrir une autre facette de leur passion. Pour l'édition 201, qui a eu lieu



Les jeunes pilotes de l'IACE, dont Maxime Cadé, Paul Montero et Jérémy Faccin

du 19 juillet au 5 août, trois IPSAliens ont été retenus : Maxime Cadé, Paul Montero (IPSA promo 2017) et Jérémy Faccin (promo 2018). (Voir page 64)

Naissance d'IPSA Jet

C'est à la suite d'une rencontre sur le salon ULM de Blois avec le revendeur français du SubSonex, le seul microjet actuellement sur le marché, que Loïck Laroche-Joubert, étudiant en 2^e année à l'IPSA Toulouse, a eu l'idée de construire son propre petit avion. Avec d'autres passionnés de sa promo, ils ont fondé l'association IPSA Jet au cours de l'année. Après une étude de marché, les étudiants comptent mener une étude de faisabilité puis débiter la construction de leur microjet.



Une partie de l'équipe d'IPSA Jet qui travaille à la construction d'un microjet

Epitech

L'équipe Codowl primée

Codowl, une équipe composée de dix étudiants d'Epitech Nantes, a remporté le Prix du public aux Talents du Numérique 2015, manifestation organisée par le Syntec Numérique, en mai. Ce groupe de Nantais de la promo 2017 cherche avec Codowl à transmettre une logique de programmation à ceux qui ne veulent pas devenir développeurs mais juste comprendre comment ça marche.



L'équipe Codowl décroche le Prix du public (extrait d'un reportage de BFM Business)

Signature de la Charte d'accessibilité au numérique

À l'occasion du 9^e Forum européen de l'accessibilité numérique, qui s'est tenu à Paris en juin, Epitech, ainsi que SUP'Internet, a signé une charte « pour une meilleure prise en compte de l'acces-



Signature de la Charte avec la secrétaire d'État chargée du Numérique

sibilité dans les formations numériques », en présence d'Axelle Lemaire, secrétaire d'État chargée du Numérique. Ce texte, porté par l'association BrailleNet, permettra la mise en œuvre de plusieurs initiatives opérationnelles dont un tour de France de l'accessibilité numérique auprès d'entreprises et d'autres établissements d'enseignement.

Un étudiant lauréat du concours Talents Numériques

Kevin Lehongre (Epitech promo 2017) fait partie des 15 lauréats de la cinquième édition du concours Talents Numériques, organisé par Huawei, le 9 juin. Il a présenté une vision prospective du Cloud computing/big data, l'un des quatre thèmes proposés. Les trois autres étaient : Objets connectés, Usage de la



Des expériences immersives d'achat à distance sur le stand d'Epitech

5G, Smart Cities/ville durable. Kevin s'est envolé pour un voyage de découverte en Chine au sein de la Beijing Language and Culture University (BLCU) à Pékin et du siège social de Huawei, à Shenzhen, entre le 2 et le 15 août.

Shake the Future à Marseille

Les 29 et 30 juin dans l'extension moderne du Palais du Pharo, à Marseille s'est tenue la deuxième édition de Shake (your e-commerce), le



L'équipe Unicorns of Dev a remporté le prix ERDF

plus grand rassemblement méditerranéen des acteurs du e-commerce. Plus de 1 000 participants ont pu choisir entre 17 conférences plénières ou keynotes et 50 ateliers animés par d'éminents membres de l'écosystème e-commerce. L'école était présente dans la partie « Shake the Future », espace consacré à l'anticipation et à l'avenir des nouvelles formes d'e-commerce.

Hack4Europe

La finale de Hack4Europe, premier hackathon européen en ligne, dont Epitech était partenaire, s'est déroulée le 2 juillet au ministère de l'Économie et des Finances. Plus de 600 personnes étaient réunies. Parmi les 130 équipes inscrites à cette opération dédiée à l'innovation digitale, deux équipes de l'école ont été distinguées : l'équipe weBall (social app pour aider les sportifs à se rassembler) a remporté le prix Paypal et l'équipe Unicorns of Dev (système de connexion des objets connectés), le prix ERDF.

Deux étudiants à l'European Innovation Academy

Billy Bichon (promo 2017) et Alexis Miele (promo 2019) ont été primés au hackathon niçois de Vinci Concessions. Grâce à ce Prix coup de cœur décerné par la Métropole Nice Côte d'Azur, ils ont pu participer à l'European Innovation Academy (EIA), qui s'est achevée ce 24 juillet. L'EIA est l'un



Billy Bichon
(Epitech promo 2017)
primé au hackathon niçois
de Vinci Concessions

des plus grands concours internationaux dans le domaine de l'innovation numérique qui récompense les projets de start-ups viables. Plus de 500 étudiants y étaient regroupés cette année, de 65 pays différents, venus des universités et écoles parmi les plus prestigieuses du monde. L'EIA est comme un « super accélérateur » en trois semaines seulement, avec des mentors, speakers et Business Angels éminents.

Sup' Biotech

Une équipe IONIS Education Group à l'iGEM

Si, les années précédentes, certains étudiants de Sup'Biotech participaient à l'International Genetically Engineered Machine competition (iGEM) avec l'équipe Evry-iGEM, l'édition 2015 les



L'équipe est emmenée
par Matthieu Da Costa
(Sup'Biotech promo 2016),
au centre, avec le t-shirt noir

voit cette année concourir sous une autre bannière. Pour la première fois dans l'histoire de cette compétition – le plus important concours de biologie synthétique mondial étudiant –, qui a lieu en septembre, une équipe 100 % IONIS Education Group y participe. IONIS iGEM est composée de huit étudiants de Sup'Biotech, deux de l'EPITA et un d'e-artsup. Après une campagne réussie de crowdfunding, ils présentent un jeu vidéo qui consiste à contrôler une bactérie via une bio-console.

Oxfam Trailwalker : ils l'ont fait !

Quatre membres de l'école – Jennifer Battu, assistante pédagogique, Baptiste Favard, technicien de laboratoire, Thierry Picaud, directeur des études du cycle Expertise, et Sophie Picavet, directrice des relations internationales – qui formaient l'équipe La Biotech Team ont réussi à parcourir



Thierry Picaud,
Sophie Picavet, Baptiste Favard et Jennifer Battu
(de gauche à droite)

les 100 kilomètres de l'Oxfam Trailwalker en moins de 30 heures, les 6 et 7 juin. L'Oxfam Trailwalker est le plus grand défi sportif et solidaire par équipes au monde : la course, faite de dénivelés, de rivières et de champs, a eu lieu dans le Parc naturel régional du Morvan. Pour pouvoir prendre

le départ, l'équipe a dû récolter 1 500 euros. L'objectif de la course est de récolter des fonds au profit de l'ONG Oxfam France.

L'Innovation Challenge Day

Le 9 juillet, l'école organisait la première édition de l'Innovation Challenge Day. Durant cette journée originale, les étudiants de 3^e et 4^e années devaient présenter en quelques minutes le contenu de leur Sup'Biotech Innovation Projects (SBIP) développé en équipe, puis se juger eux-mêmes. Le principe de l'Innovation Challenge Day est simple : une minute de pitch et 10 minutes de présentation, pas une de plus. En tout, ce ne sont pas moins de 210 étudiants qui, répartis en équipes de cinq à six membres, se sont relayés pour présenter une cinquantaine de SBIP et juger le meilleur d'entre eux.



210 étudiants réunis
pour la première édition

Première Summer School

Le service des relations internationales de Sup'Biotech organisait la première édition de sa Summer School, du 28 juin au 18 juillet. Destiné aux étudiants étrangers d'établissements partenaires souhaitant parfaire leurs connaissances au sein de l'école en plus de découvrir la vie parisienne, ce programme leur a permis de travailler ensemble autour d'un projet agroalimentaire innovant. Durant l'intégralité de cette



Une quinzaine d'étudiants étrangers a participé à la première Summer School

Summer School, chaque équipe composée de trois à quatre étudiants travaillait sur le même type de produit et avec des ingrédients similaires. Leur but ? Présenter un projet de bonbon viable et, si possible, innovant.

e-artsup

Publicis Consultants, nouveau partenaire de l'école

Au mois de mai, Publicis Consultants et e-artsup ont débuté un partenariat pédagogique et professionnel. C'est la première fois qu'une



Un workshop a réuni professionnels de la création et étudiants



grande agence de communication et une grande école de création se réunissent pour penser ensemble une formation commune. Une nouvelle manière de former les étudiants, de les aider à construire leur réseau et d'apporter une dynamique créative chez eux tout autant que chez les professionnels aguerris. Une quinzaine de directeurs de création et de directeurs artistiques confirmés de l'agence ont passé six jours à l'école avec les professeurs et les étudiants pour mettre en œuvre une stratégie digitale de marque efficace. Cette collaboration s'est conclue par un workshop en commun avec les professionnels de la création et les étudiants de 5^e année.

« The Journey Of Me »

« The Journey Of Me » est un jeu vidéo développé par le studio français Yodog et créé par cinq étudiants de 4^e année à e-artsup : Adrien Bernard, Alice Carel, Cécile Cazeau, Florian Coppier et Sylvain Murat (promo 2016). Au départ, cela ne devait être qu'un projet étudiant mené par une équipe de la filière Game Design d'e-artsup. « Leur jeu était encore très brut, mais parfaitement jouable du début à la fin et, il faut le dire, assez prenant : j'ai été particulièrement impressionné », explique Barth Picq, cofondateur de Yodog et ancien de l'école (promo



Un jeu vidéo inclassable disponible en ligne



2009). Il a fait venir l'équipe dans les locaux de sa société pour perfectionner le jeu, le produire et l'éditer, permettant au projet de prendre une tout autre envergure.

📍 <http://thejourneyofme.yodog.fr/>

La véritable histoire du Petit Chaperon Rouge

Vous pensiez connaître sur le bout des doigts le récit du Chaperon Rouge ?



Un conte revisité par Diane Letourneur et Paul Balmes



C'était compter sans Diane Letourneur et Paul Balmes (e-artsup promotion 2017) : ces deux étudiants de 3^e année ont décidé de narrer la véritable histoire de ce conte, retranscrit d'une tradition orale par les moralistes Charles Perrault en France et les frères Grimm en Allemagne, avec une bande dessinée interactive du plus bel effet.

📍 <http://bit.ly/1KDD561>

Ionis-STM

2^e journée de la Conduite du changement

Ionis-STM, en partenariat avec Altera Evolution, a organisé la 2^e édition de la journée de la Conduite du changement le 23 juin, dans les locaux de l'ESME Sudria de Paris Montparnasse. Plus de 50 professionnels issus de différents secteurs d'activité étaient réunis autour de la thématique « Le Changement, c'est tout le temps ! » Trois ateliers étaient organisés : « Les réseaux apprenants de la SNCF », « Agilité et conduite du changement » et « Quelles stratégies d'adaptation face au mouvement permanent ? »



Plus de 50 professionnels ont participé à cette nouvelle édition

Ionis-STM à fond la forme

Le Challenge du monde des grandes écoles et des universités est un événement qui rassemble chaque année plusieurs milliers d'étudiants, de jeunes diplômés et d'entreprises autour d'épreuves sportives et d'un forum pour



L'école s'est illustrée au Challenge du monde des grandes écoles et des universités





l'emploi. L'édition 2015, la septième, s'est tenue au stade Charléty (Paris 13^e), le 6 juin. L'occasion pour les étudiants de Ionis-STM – ainsi que de l'EPITA, de l'ESME Sudria et de Sup'Biotech – de montrer toute l'étendue de leurs talents. L'école a notamment décroché une médaille de bronze sur le 100 m féminin et une médaille d'argent pour la mascotte.

SUP' Internet

L'école reçoit des étudiants d'HEC

En juin, SUP'Internet a organisé, durant deux semaines, un Web coding camp pour les étudiants d'HEC qui souhaitent découvrir les bases de la programmation Web. « Tous les ans, HEC accueille nos étudiants durant trois semaines pour participer aux académies de cette prestigieuse école de commerce, explique Isabelle Clary, directrice de SUP'Internet. Nous étions donc heureux de pouvoir proposer aux étudiants d'HEC une introduction à un domaine différent du leur ». Un hackathon a conclu le camp avec le défi de réaliser en 36 heures un site fonctionnel de présentation et

de vente d'objets connectés en utilisant les bases de HTML5, CSS 3 et JavaScript acquises durant ce programme. Trois étudiants d'HEC de l'équipe « Connect Women » ont remporté l'épreuve - Léa Derrien, Sonia Grouchko et Aurélien Buchet – et ont reçu trois bracelets connectés pour récompenser leurs efforts.



Un Web coding camp pour découvrir les bases de la programmation Web

Partenariat avec le NYIBF

SUP'Internet et The New York Institute for Business and Finance (NYIBF) ont signé un accord, en août, pour lancer un programme commun, Digital Business USA. Ce dernier, optionnel, de cinq semaines à New York, permettra aux étudiants de SUP'Internet et à ses diplômés d'étudier les pratiques de business dans le cadre de l'économie numérique aux États-Unis. Une autre partie des cours sera consacrée aux problématiques spéci-



Digital Business USA, un programme de cinq semaines pour se familiariser avec l'économie américaine



Shop Master est un service de caisse enregistreuse professionnelle développé par Igor Magès (promo 2019)

ifiques des entreprises américaines du Web, de la start-up aux grandes sociétés.

🌐 <http://newyork-ibf.com/>

ETNA

La première promo Prep'ETNA rejoint l'alternance

En 2013, l'ETNA lançait Prep'ETNA, un cycle de deux ans, préparatoire à ETNA alternance qui permet à des bacheliers d'intégrer l'établissement. La première promotion Prep'ETNA a rejoint le cycle d'alternance de l'ETNA le

21 septembre. Pour terminer en beauté ces deux années, les étudiants ont présenté leur projet innovant de fin d'études devant un jury ainsi que devant la future promo de Prep'ETNA et leurs familles.

Shop Master, 2^e de Hack4Europe

Développée par Cod'it, la société d'Igor Magès (ETNA promo 2019), et déjà récompensée lors du Code Camp Microsoft, l'application Shop Master a atteint la 2^e marche du podium de Hack4Europe, le premier hackathon européen en ligne organisé du 16 mars au 2 juillet 2015 avec le soutien de plusieurs grandes entreprises et start-ups. Shop Master propose un service de caisse enregistreuse professionnelle à moindres frais, déjà commercialisé dans plusieurs restaurants. « Plus que les prix, ce genre de concours est vraiment important pour le coup de pub associé, explique Igor Magès. Grâce à notre performance, encore plus de personnes travaillant dans le domaine de la restauration se sont montrées intéressées par la prochaine version de Shop Master qui arrivera très bientôt ! »

🌐 <http://codit.io/>

DERNIÈRES NOMINATIONS

en partenariat avec



FATIHA AMARA

► Ionis-STM promo 2014

Analyste d'affaires en gestion d'actifs et passifs chez BNP Paribas

Ayant eu une riche carrière comme consultante de la recette applicative, assistante à la maîtrise d'ouvrage et responsable de qualité des projets dans des entreprises telles que Eurosport, ENGIE, Air France, Bouygues Telecom ou encore FranceAgriMer, elle commence sa formation chez Ionis-STM en 2013 et est diplômée en 2014. En juin de cette même année, elle intègre HSBC comme assistante de la gestion informatique au service SSI.

JEAN-HUBERT BANNWARTH

► ISEG Group promo 1997

Directeur commercial chez April Santé Prévoyance

Il a débuté sa carrière chez Xerox en tant que gestionnaire des comptes en 1998. Un an plus tard, il rejoint Dun & Bradstreet (qui est aujourd'hui devenu Altares) où il va monter les échelons durant quinze ans : il commence au poste de regional strategic account manager, puis devient key account manager, business development manager, sales manager, mid market & third parties director et, enfin, directeur national des ventes.

EDOUARD BARBAS

► ISG promo 2004

Directeur du département bureaux Île-de-France Ouest de CBRE

À sa sortie d'école en 2004, il commence sa carrière dans l'audiovisuel. Il rejoint CBRE en 2006 en tant que consultant immobilier en petites et moyennes surfaces sur le secteur bureaux Île-de-France Ouest. En 2011, il est nommé directeur adjoint du département des surfaces inférieures à 1 500m² puis devient consultant pour les surfaces comprises entre 1 000 et 5 000 m² pour le marché Île-de-France Ouest. Edouard Barbas est également membre du RICS (Royal Institution of Chartered Surveyors).

JESSICA BAROUK

► IPSA promo 2014

Responsable assurance qualité des fournisseurs chez Dassault Falcon Service

Après un stage de fin d'études au sein d'EMBRAER Aviation International, elle obtient un premier emploi en décembre 2014 chez Dassault Falcon Service, en tant que responsable assurance qualité fournisseur.

CHRISTOPHE DE BEAUMONT

► ISG promo 1996

Directeur des ventes de Nissan West Europe

Il débute sa carrière au département des ventes de Peugeot France puis rejoint Arval-BNP Paribas. Il occupe ensuite les postes de key account manager et responsable des ventes région chez Nissan. En 2007, il prend la responsabilité de la gamme Crossover et gère le lancement du Qashqai. Il rejoint ensuite Nissan Europe, tout d'abord en tant que manager performance des RBU (Regional Business Unit) puis manager du développement des ventes au sein du département opérations des ventes. En 2013, il est nommé directeur des ventes de Nissan Central and Eastern Europe (Pologne, République tchèque, Hongrie et Slovaquie).

AURÉLIE BESANÇON

► ISEG Group promo 2008

Directrice Générale de Joule France

Après l'obtention de son diplôme, elle obtient un poste chez Mindshare (WPP) en tant que gestionnaire des comptes. Puis elle devient responsable clientèle on-line chez Isobar (Dentsu Aegis Network). En 2011, elle intègre Joule France, filiale de WPP spécialisée en marketing mobile, au poste de directrice média.

RÉMI BOUCHER

► IPSA promo 2013

Project manager officer assistant chez Airbus Helicopters

Après un stage de fin d'études réalisé chez Eurocopter UK, il obtient un emploi chez Airbus Helicopters à Oxford au poste de project manager officer assistant.

AGATHE BRENA

► ISEG Group promo 2009

Responsable des ressources humaines chez Chivas Brothers

Elle débute sa carrière en tant que chargée des ressources humaines business partner au sein de Kellogg's France. En 2014, elle obtient un poste de RH marketing, commercial et international chez Pernod avant de rejoindre Londres pour devenir RH manager chez Chivas Brothers.

SHERLEY BROTHIER

► EPITA promo 1994

Directeur technique et technologique de Softway Medical

Il commence sa carrière en 1994 en tant que directeur du département system management chez EADS. Il devient, en 2005, chef de la technologie chez OPENTRUST. En 2013, il occupe le poste de VP R&D.

NEILA CHEBBI► **Ionis-STM promo 2012****Ingénieure et coordinatrice chez Saipem France**

Après avoir intégré l'équipe du projet CLOV de Total Angola en 2012 en tant que stagiaire, elle rejoint Technip en tant qu'ingénieur projet sur la mission Martin Linge pour Total Norge en 2013. Elle devient ensuite ingénieure interface chez Saipem France pour le projet ENI Congo. En octobre 2014, elle rejoint le projet Kaombo auprès de Saipem France en tant que coordinatrice de l'ingénierie et des commandes critiques d'équipements.

OLIVIER COMTE► **ISG promo 1995****Directeur général de la filiale française de Koch Media**

Il a d'abord débuté sa carrière en tant que chef de produits puis coordinateur international chez Eckes Granini. En 1998, il rejoint L'Oréal en tant que chef du groupe Elsève. Il intègre, en 2000, Oreka en tant que directeur marketing annonceur, puis est nommé directeur marketing d'Infogrames en 2004. En 2009, il rejoint Bandai Namco Games Europe et y occupe plusieurs postes, notamment celui de vice-président senior. Il était directeur général du groupe Ankama depuis 2013.

JULIEN COUSSOT► **ISEG Group promo 2013****Directeur administratif et financier d'InterPresse**

Il a récemment rejoint les équipes de la société Géosat, dont les bureaux sont basés à Bordeaux. Il y occupe le poste de directeur administratif et financier. Précédemment, Julien Coussot a occupé les postes de conseiller clientèle professionnels chez Banque Courtois en janvier 2015 et d'administrateur chez InterPresse en 2013.

SÉBASTIEN DANET► **ISG promo 1988****Directeur des opérations de Blue 449**

Il débute sa carrière comme chargé d'étude chez HDM avant de rejoindre en 1990 le département conseil média en tant que chef média en charge des budgets internationaux. Il est ensuite directeur média international chez Euro RSCG Etudes & Média de 1992 à 1995, puis directeur des clients internationaux pour Carat International. Il a été PDG de Zenith Media de 1997 à 2002. De 2002 à 2007, il occupe le poste de vice-président du groupe ZenithOptimedia France et devient global managing partner du réseau ZenithOptimedia Worldwide en 2013.

VAÏTÉ DELION► **IPSA promo 2014****Responsable des procédés spéciaux chez Messier Bugatti Dowty**

Elle réalise son stage de fin d'études chez Messier Bugatti Dowty. Ce stage de fin d'études débouche sur une offre d'emploi. En octobre 2014, Vaïté Delion est nommée responsable des procédés spéciaux, manageant une équipe de 26 personnes.

FLORIAN DOLBEAU► **ISEG Group promo 2003****Consultant Senior chez Cushman & Wakefield**

Il débute sa carrière en tant que responsable de secteur chez Deveurop. En 2006, il rejoint EXA Conseil Immobilier au poste de consultant senior. En 2009, il intègre Colliers UFG pm au même poste. Un an plus tard, il est promu directeur adjoint PMS Paris.

MATHIAS DOSNE► **ISG promo 1996****Directeur général commercial du groupe Mondeléz**

Il débute sa carrière en tant que directeur de région en 1996 chez Auchan. De 1996 à 1998 il travaille pour le Groupe Pomona en tant qu'acheteur/vendeur. Il entre ensuite chez Coca-Cola entreprise en 1998 et y occupera les postes de responsable grands comptes, group account manager et directeur des ventes jusqu'en 2012.

HUBERT DE L'ESTOILE► **EPITA promo 1994****Délégué général de l'Institut Français des Administrations**

Il est, tout d'abord, nommé chef de l'information chez IFOP. Il est par la suite, en 2007, nommé au même poste au MEDEF. Il devient alors en 2010, toujours au MEDEF, directeur des ressources humaines, pour ensuite être nommé secrétaire général.

BENJAMIN GILLOT► **ISEG Group promo 2013****Chargé de communication en collaboration avec la Jeune Chambre Économique**

En parallèle de ses études, il lance en 2012 son entreprise, Potager City, un site qui permet la distribution de paniers de fruits et de légumes extra-frais en collaboration avec les petits producteurs.

LIONEL HITIER► **EPITA promo 1992****Directeur des offres et partenariats de Proservia**

Il devient, tout d'abord, manager de projet chez Alcatel Indetel au Mexique. De retour en France en 1994, il est nommé au poste de président directeur général et chef de la technologie de Point Bleu Informatique. En 1998, il occupe le poste de business development mana-

ger puis directeur agence intégration d'outils chez Osiatis. En 2009, il devient country manager chez Present.

BECHIR HMEIDA► **IPSA promo 2014****Responsable de l'amélioration des affaires d'Airbus Group**

Après un stage de fin d'études au sein d'Airbus Group qui débouche sur une première embauche en août 2014, il est nommé au poste de responsable de l'amélioration des affaires, toujours au sein du même groupe.

ELVIRE HUISSE► **ISG promo 1996****Directrice Administrative et Financière du groupe Safe Orthopaedics**

Diplômée de l'ISG en 1996, elle rejoint le groupe Deloitte à sa sortie de l'école. Elle gère pendant seize ans des portefeuilles de sociétés cotées en tant que senior manager.

PHILIPPE INGOUF► **ISEG Group promo 1997****Directeur de la gestion et du patrimoine de Vivarte**

Il débute sa carrière comme assistant des ressources humaines chez Media System puis il devient ingénieur commercial grands comptes au sein de Serlog Industrie. En 2004, il est nommé au poste de directeur de centre commercial pour la Société des Centres commerciaux de Paris et est promu directeur d'actif en 2007.

PAULINE LABET► **ISEG Group promo 2007****Talent Acquisition Manager chez SEGULA Technologies**

Après l'obtention de son diplôme en 2007, elle obtient un poste chez Human Capital Investment Conseils en tant que consul-

tante en recrutement. Puis elle devient manager des ressources humaines et recrutement chez SGS - leader mondial de l'inspection, du contrôle, de l'analyse et de la certification - en 2010.

GUY LACROIX

► **ESME Sudria promo 1976**
Directeur du Syndicat des Entreprises de génie électrique et climatique

Diplômé de l'ESME Sudria ainsi que de l'INSEAD, il est aujourd'hui, en plus de son poste de directeur du SERCE, président directeur général de Cofely Ineo depuis 2002. Il est aussi directeur général délégué de la branche GDF Suez Energie Services. Il démarre sa carrière en 1977 en tant qu'ingénieur d'affaires au sein du groupe SEEE (Société d'Études et d'Entreprises électriques). Il exerce par la suite les fonctions de chef de service, directeur adjoint et directeur. En 1996, il devient administrateur-directeur général. C'est au cours de l'année 2001 qu'il crée l'entreprise Ineo. Commencant d'abord en tant que directeur général, il en prendra la tête en 2002.

JEAN-MICHEL LAGARDE

► **ISG promo 1994**
Directeur général de Meljac

Jean-Michel Lagarde a débuté sa carrière chez Nina Ricci, en tant que responsable audit filiales et consolidation. En 1999, il devient responsable contrôle de gestion de Paco Rabanne. Il rejoint ensuite l'entreprise Barbara Bui, où il reste 13 ans, d'abord en tant que directeur administratif et financier puis en tant que directeur général adjoint. Il est maintenant Directeur Général de Meljac, entreprise française spécialisée dans la conception d'appareillages électriques haut de gamme.

FRÉDÉRIC LAPEYRE

► **EPITA promo 1994**

Chief operating officer chez Dentsu Aegis Network France

De 1996 à 2005, il occupe les postes d'ingénieur des ventes et chef de projet chez i2m Ingénierie et France Télévision Publicité. En 2001, il intègre le groupe Omnicom. De 2005 à 2014, il occupe les postes de group CIO, directeur général numérique et directeur des opérations chez Mondadori France.

ÉRIC LARCHER

► **ESME Sudria promo 1997**

Directeur des services administrés d'OpenTrust

Diplômé de l'ESME Sudria et titulaire d'un master spécialisé en Sécurité des Systèmes d'Information et Réseaux de Télécom ParisTech, il occupe la fonction de responsable de la sécurité des systèmes d'information chez Edenred (anciennement Accor Services). Il rejoint en 2005 le secteur bancaire au poste de responsable de la sécurité des systèmes d'information de Groupe Banque Populaire puis directeur production et infrastructure du Groupe BPCE.

EMMANUEL DE LAUZON

► **ESME Sudria promo 1979**

Directeur opérationnel du site du Cetim

Il débute sa carrière chez Cegelec en 1980 en tant qu'ingénieur d'affaires. Il rejoint ensuite au cours de l'année 1988, PSA Peugeot Citroën où il occupera les postes de responsable méthode outillage, chef de lancement industriel puis de responsable de production ainsi qu'animateur des échanges d'expérience jusqu'en 1998. Enfin, de 1998 à 2008, il intègre la Société des Polymères Barre Thomas où il sera responsable d'une des trois unités de production avant de devenir directeur industriel.

ROMAIN LE PEN

► **Sup'Biotech promo 2013**

Business intelligence analyst chez IMS Health

Diplômé de Sup'Biotech en 2013, il a effectué son début de carrière chez Cegedim, qui aujourd'hui a cédé son activité à IMS Health. Il a occupé le poste de chargé de support commercial en juin 2014 et de business intelligence analyst de juin 2014 à avril 2015 chez Cegedim.

FRÉDÉRIC LÉVY

► **ISG promo 1996**

Président directeur général de Coravin

Diplômé de l'ISG en 1996, il va principalement réaliser sa carrière chez Nestlé Nespresso (de 1996 à janvier 2015). Il occupe alors les postes de sales promoter, international club coordinator et international e-business director. En 2006 il est promu président de Nestlé Nespresso North America.

CYRIL LUNEAU

► **ISG promo 1992**

Directeur des relations avec les collectivités locales d'Orange

Diplômé de l'ISG en 1992, il commence sa carrière chez SISIE SA, une société de conseil, au poste de chargé de mission. En 1998, il devient directeur des marchés publics chez Kapetech SA (du groupe LD COM). Il est ensuite nommé directeur business unit des marchés publics de l'entreprise Neuf Cegetel de 2001 à 2004. En 2004, Cyril Luneau est affecté au poste de directeur des collectivités et président directeur général de SFR Collectivités.

BLAISE MANDIANGU

► **Ionis-STM promo 2014**

Consultant en qualification logicielle chez Viademis

Tout d'abord assistant MOA en

test et validation chez SNCF Consulting, il devient, après l'obtention de son diplôme, consultant en qualification logiciel chez Malakoff Mederic.

SYLVAIN MASSET

► **Ionis-STM promo 2011**

Coordinateur opérationnel SAP chez GDF Suez IT

Après l'obtention de son diplôme en 2011, il devient consultant SAP chez ALTI durant deux ans. En 2013, il intègre GDF Suez IT en tant qu'analyste fonctionnel SAP.

GRÉGORY MOREAU

► **ISEG Group promo 2009**

Responsable des activités programmatiques d'Omnicom Media Group

Il débute sa carrière en tant que gestionnaire des comptes chez Performics. En 2012, il accepte le poste de directeur du trading media chez Tradelab.

BASTIEN NAU

► **ISEG Group promo 2010**

Inside Sales Specialist chez FARO Europe GmbH & Co. KG

Il débute sa carrière en tant que manager chez SFR. En 2012, il devient directeur technique chez JL-International.

AUDREY NGUYEN

► **ISEG Group promo 2009**

International media manager chez Lactalis

Elle a débuté sa carrière chez Carat au poste de TV buyer, puis de consultant média avant d'intégrer Starcom MediaVest Group au poste directeur des comptes.

MARIE PAGLIARIN

► **ISEG Group promo 2015**

Chef de secteur en région chez Unilever

Suite à son stage de fin d'études, elle intègre Unilever en tant que chef de secteur pour la région d'Annecy.

CAROLE POILLERAT► **ISG promo 1994****International business development director d'HRS**

Elle a débuté sa carrière en 1995, en tant que conférence manager à l'Euroforum. Elle devient ensuite directrice de Marcom & Events de 1998 à 2004. En 2005, elle rejoint Griffe Design au poste de directrice des ventes jusqu'en 2007. Elle devient ensuite global account director chez Carlson Wagonlit Travel. En 2009, elle est nommée global category leader d'AstraZeneca puis strategic sourcing service meeting & events à la Société Générale. Elle devient Président France de GBTA Europe en 2012.

JULIEN RIEGIEL► **IPSA promo 2012****Instructeur de vol indépendant**

Après la réalisation de son stage de fin d'études chez Air France, il reprend des études de pilote de ligne d'avion FCL - CPL IRMEP en Angleterre jusqu'en avril 2013. Il débute alors sa carrière en novembre 2013 comme coordinateur de projets chez Atexis (en détachement à la SNECMA). En mai dernier il lance sa propre activité d'auto-entrepreneur à Dallas.

THIBAUT SERAIN► **Sup'Biotech promo 2009****Process specialist USP chez Novartis**

Après son diplôme, il occupe le poste de gestionnaire de compte Bioprocess de septembre 2011 à janvier 2015 chez Sartorius Stedim Biotech.

JEAN-FRÉDÉRIC SOMMIER► **IPSA promo 2013****Ingénieur installations de charges utiles au CNES**

Après l'obtention de son diplôme de l'IPSA en 2013 et de son stage de fin d'études au CNES, il obtient le poste d'ingénieur ins-

tallations de charges utiles au CNES sur la base de lancement à Kourou en Guyane.

MICHAEL TARTAR► **EPITA promo 1994****Vice-président de Rok Solution**

Il est, à la sortie de l'école, responsable d'une équipe de développement dans l'Armée française. Il devient alors, de 1995 à 1998, ingénieur de développement pour la Bibliothèque nationale de France. Par la suite, il occupe le poste de chef de projet nouvelles technologies chez Euriware de 1998 à 2001. Ensuite, il entre chez Bearing Point en tant que manager senior.

FABRICE TEVOEDJRE► **ISEG Group promo 1996****Directeur ingénierie e-coaching chez Sodie**

Il débute sa carrière en 2004 chez Novitec comme consultant ressources humaines, formateur puis directeur pédagogique. En 2008, il devient directeur de formation continue à Centrale Lyon avant de devenir, en 2010, directeur de gestion de carrière chez Sodie. Il est nommé en janvier 2015 directeur ingénierie e-coaching chez Sodie. Il est à présent en charge de la Direction des activités et de la gestion de carrières (outplacement individuel, bilans de carrières et de compétences, formation, VAE, coaching), du développement et de la mise en œuvre de Sodie Coaching.

HERVÉ THIESER► **ISEG Group promo 1989****Directeur des ventes France de Rothenberger Industrie**

Il a débuté sa carrière en tant que chef de secteur chez Gardena France. En 1998, il est nommé responsable export chez Exelgsa. En 2001, il obtient le poste de directeur des ventes dans l'entreprise Allpac France avant de

rejoindre en 2006 Saint-Gobain Abrasif en tant que directeur des ventes France.

BAOTU NGOC► **Epitech promo 2006****Head of digital and integrated production chez BETC**

Il débute sa carrière en tant que gestionnaire de systèmes et réseau au sein du groupe Vivendi. Il devient ensuite co-fondateur de Plaza42, toujours au sein du groupe Vivendi. En 2012, il est nommé manager de l'équipe production digitale chez Fred & Farid. Il est ensuite promu directeur technique au sein de la même entreprise.

HUGUES DEVALLAVIEILLE► **ISG promo 1988****Chief Innovation Officer Head of Press de Cushman & Wakefield**

Il a débuté sa carrière chez Jones Lang Lasalle, en tant que consultant, puis intègre August et Debouzy en tant qu'office manager pendant deux ans. En 1996, il rejoint Gemini Consulting and Others et y occupe un poste de consultant en stratégie pendant neuf ans. En 2005, il crée Geodio, société de solutions digitales pour entreprises qu'il dirige jusqu'en 2013. Il est ensuite directeur du développement BtoB digital de Pôle Image.

VINCENT VIGOUROUX► **ISEG Group promo 2006****Responsable promotion recrutement international du groupe ESC Troyes**

Il débute une carrière de conseiller en patrimoine financier au sein de BNP Paribas. En 2009, il devient business development assistant chez Cable Beach Resorts en Australie. Puis il occupe le poste d'event manager pour Direct 2 Consumer Australie. De retour en France en 2011, il devient chargé de développement et de promotion

de l'ISEG Business School puis Responsable des Admissions de l'ISEG Business & Finance School à Bordeaux.

ADÈLE WISS► **ISG promo 2004****Responsable newbiz et communication de Denis&Co**

Elle a débuté sa carrière en tant que chef de projets chez Euro RSCG - Havas. Elle a ensuite été responsable des partenariats pour ADR Prod avant de lancer sa propre agence, L.A. Communication qu'elle dirigeait depuis 2011.

ALEXANDRE D'YVOIRE BOUVIER► **IPSA promo 2014****Ingénieur approvisionnement et auditeur supply chain chez Dassault Falcon Jet**

Après un stage de fin d'études chez Dassault Falcon Jet aux États-Unis, il obtient un premier emploi en mars 2015, au sein de la même entreprise, au poste d'ingénieur approvisionnement et auditeur supply chain.

ANTHONY ZAMECZKOWSKI► **ISG promo 1999****Directeur général International de Victorious**

Il débute chez Europe Images International (Lagardère Active) comme responsable des ventes internationales et rejoint en 2000 Warner Bros International au poste de responsable des ventes sur les territoires francophones. En 2006, il rejoint Google comme responsable des partenariats stratégiques de Google Video EMEA puis en tant que directeur des partenariats stratégiques de Youtube pour la France. En 2011, il part pour l'Asie et prend la responsabilité du département musique pour la zone Asie-Pacifique puis est nommé responsable partenariats pour la Chine.

AGENDA

OCTOBRE

ESME Sudria Paris 6 OCTOBRE

- ▶ Les Mardis de l'ingénieur

Epitech Paris 7 OCTOBRE

- ▶ Do The Right Team
- Epitech Innovation Hub - Le Kremlin-Bicêtre

EPITA, ESME Sudria, IPSA et Sup'Biotech 7 ET 8 OCTOBRE

- ▶ Fête de la Science
- Musée des Arts et Métiers (CNAM) - Paris 3^e

EPITA 14 OCTOBRE

- ▶ Forum Entreprises des Métiers de l'Ingénierie et de l'Informatique (FEMII)
- Campus technologique - Le Kremlin-Bicêtre

Epitech Marseille 15 OCTOBRE

- ▶ Startup Weekend
- Epitech - Marseille 2^e

e-artsup Nantes 16 OCTOBRE

- ▶ Utopiales Game Jam
- Campus IONIS Education Group - Nantes

NOVEMBRE

ISG 2 NOVEMBRE

- ▶ International Week
- ISG - Paris 16^e

Sup'Biotech 5 NOVEMBRE

- ▶ SB Career Fair - Forum Stages-Emplois
- Campus technologique - Villejuif

Epitech 6 NOVEMBRE

- ▶ Museomix
- Lille - Manufacture à Roubaix
Paris - Musée Cité des sciences

ISEG Business and Finance School Paris 6 NOVEMBRE

- ▶ Forum Entreprises stages longue durée
- ISEG Business and Finance School - Paris 3^e

ESME Sudria Paris 17 NOVEMBRE

- ▶ Les Mardis de l'ingénieur

Epitech 18 NOVEMBRE

- ▶ Do The Right Team
- Epitech Innovation Hub - Le Kremlin-Bicêtre

Epitech Strasbourg 20 NOVEMBRE

- ▶ Startup Weekend
- Campus IONIS Education Group - Strasbourg

ISEG Business and Finance School Paris 23 NOVEMBRE

- ▶ Semaine de l'entrepreneuriat
- ISEG Business and Finance School - Paris 3^e

ISG du 23 au 27 NOVEMBRE

- ▶ Défilé Moda Domani
- ISG - Paris 16^e

Epitech Paris 27 NOVEMBRE

- ▶ Forum EIP
- Campus technologique - Le Kremlin-Bicêtre

Epitech Toulouse 29 NOVEMBRE

- ▶ Toulouse Game Show
- Parc des expositions - Toulouse

IONIS EDUCATION GROUP 30 NOVEMBRE

- ▶ IONIS Education Group en veille contre le sida
- Toutes les écoles du Groupe IONIS

ISEG Marketing & Communication School Paris 30 NOVEMBRE - 4 DÉCEMBRE

- ▶ Semaine des nouveaux métiers
- Sur les sept campus

DÉCEMBRE

EPITA 3 DECEMBRE

- ▶ La Nuit de l'info
- Campus technologique - Le Kremlin-Bicêtre

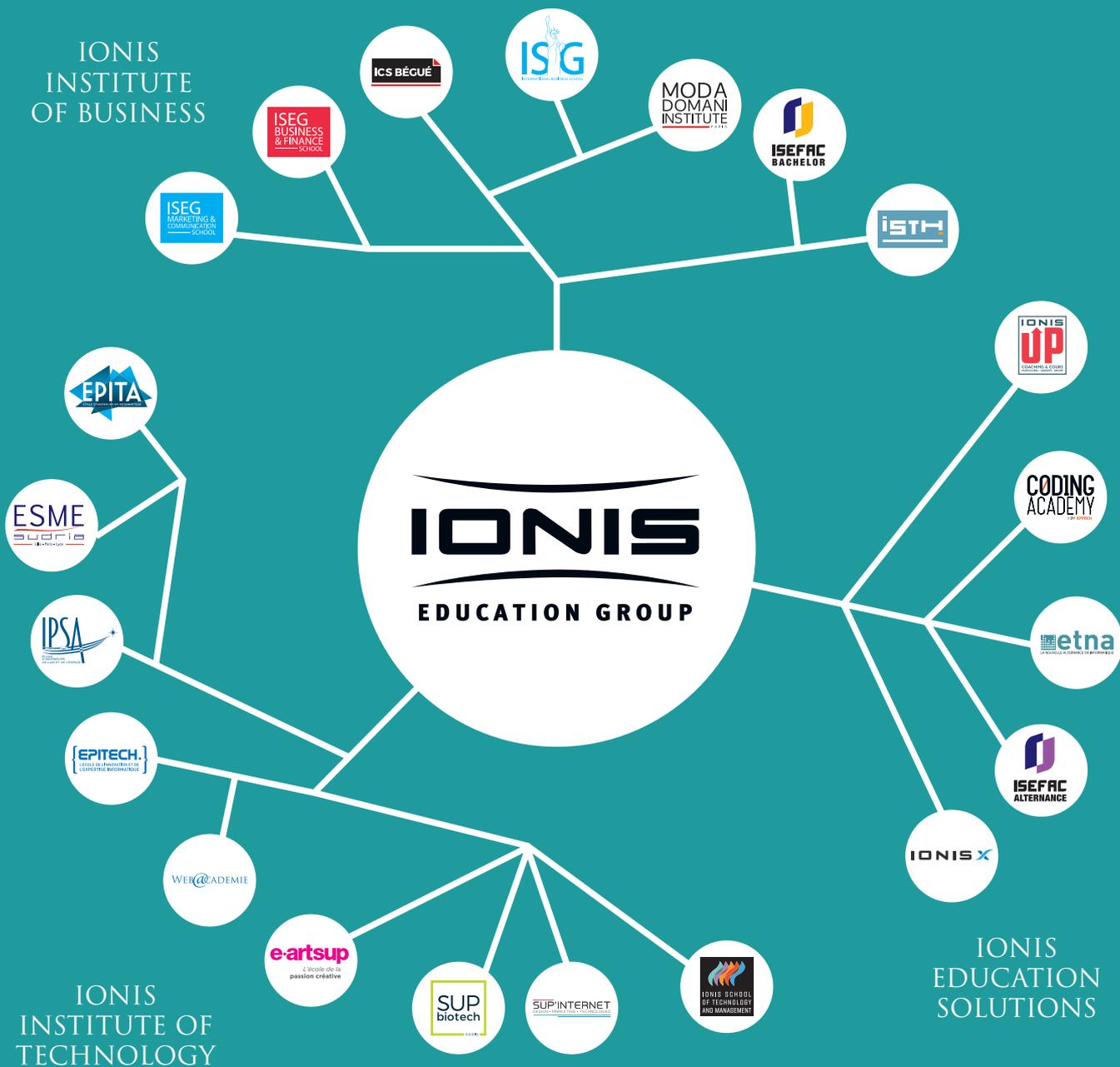
IONIS Education Group 4 DECEMBRE

- ▶ Université de la Terre
- Unesco - Paris 7^e

ESME Sudria Paris 8 DECEMBRE

- ▶ Les Mardis de l'ingénieur

Plus d'infos sur les événements des écoles :
www.ionis-group.com



Créé il y a 35 ans par Marc Sellam, IONIS Education Group est aujourd'hui le premier groupe de l'enseignement supérieur privé en France. Une vingtaine d'écoles et d'entités rassemblent dans 12 villes de France plus de 23 500 étudiants en commerce, marketing et communication, gestion, informatique, aéronautique, énergie, transport, biologie, création et numérique...

Le Groupe IONIS s'est donné pour vocation de former la nouvelle intelligence des entreprises. Une forte ouverture à l'International, une grande sensibilité à l'innovation et à l'esprit d'entreprendre, une véritable « culture de l'adaptabilité et du changement », telles sont les principales valeurs enseignées aux futurs diplômés des écoles du Groupe. Ils deviendront ainsi des acteurs-clés de l'économie de demain, rejoignant les réseaux d'Anciens de nos institutions qui, ensemble, dépassent les 65 000 membres.

www.ionis-group.com

IONIS Education Group, la nouvelle intelligence des entreprises.



IONIS Education Group

2, rue des Quatre Fils - 75003 Paris

Tél. : 01 44 54 13 06

www.ionis-group.com