



## La EDTECH qui innove pour développer le goût de l'apprentissage !

Dossier : Vie des entreprises

Magazine N°791 Janvier 2024



Par Emmanuel MOUNIER (X94)

**Au cours des dernières années, Unique Heritage Media s'est imposé comme un acteur incontournable du secteur de la EdTech avec un positionnement qui privilégie l'innovation et une approche multiformat fortement appréciée par les enfants et les adultes. Emmanuel Mounier (X94), Président du groupe Unique Heritage Media, nous en dit plus.**

### **Vous avez créé Unique Heritage Media, une EdTech, il y a huit ans. Pouvez-vous nous expliquer votre positionnement ?**

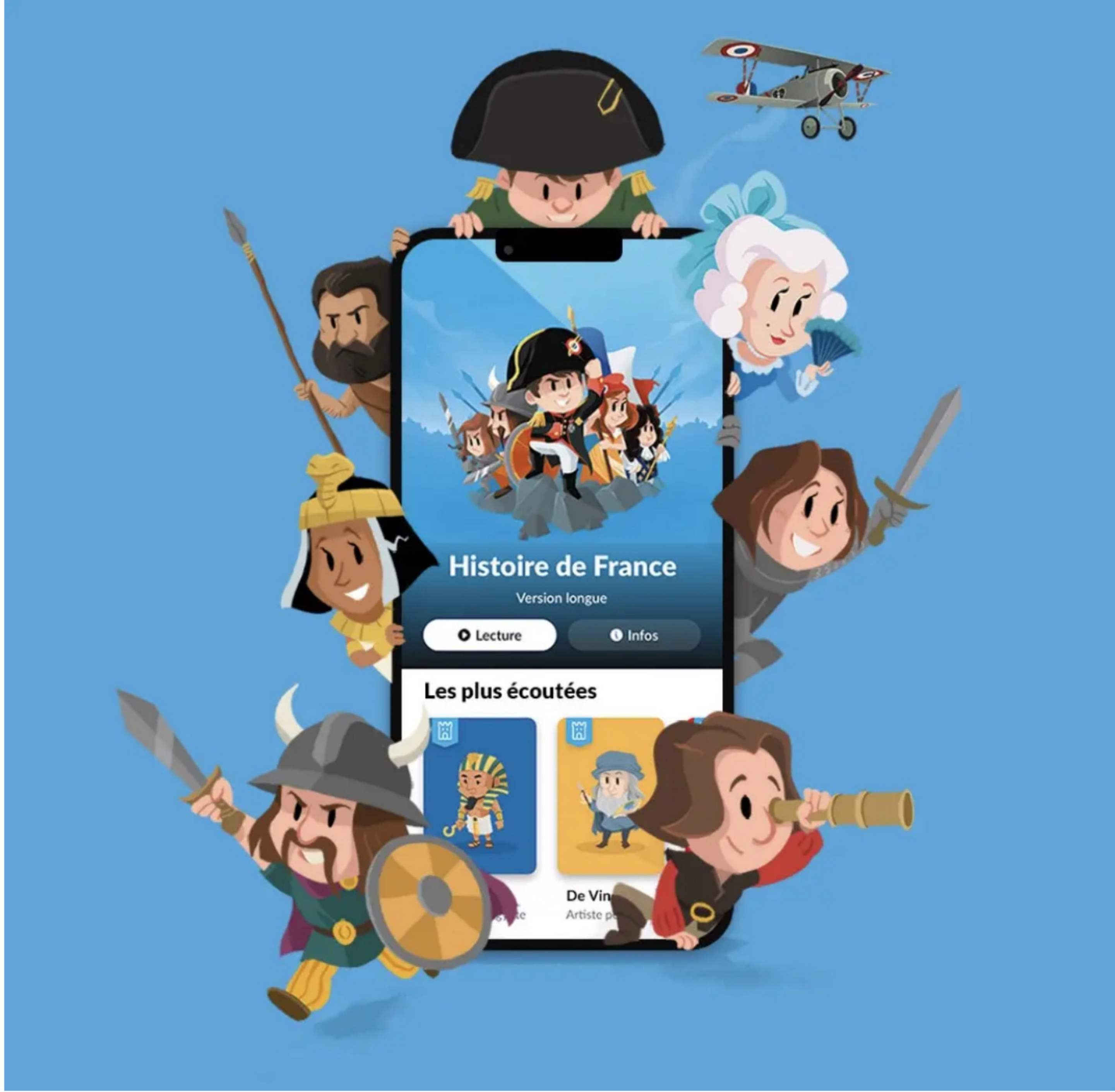
Le groupe Unique Heritage Media est positionné sur le secteur des médias de la connaissance et de l'édition jeunesse. Au coeur de notre positionnement d'EdTech, on retrouve une forte dimension d'innovation afin de mettre à disposition de nos différents publics cibles de la connaissance sur une thématique ou un sujet qui va les intéresser plus particulièrement. Dans cette continuité, nous nous positionnons ainsi avant tout comme des créateurs de contenus que nous diffusons via différents canaux : magazine, newsletters, réseaux sociaux, applications numériques, audio, podcast... Dans cette logique, nous avons, notamment, conçu et lancé de nombreux supports.

Avec d'anciens journalistes de Science & Vie, nous avons créé EPSILOON, un média qui a connu un important succès dès son lancement. Nous avons développé l'application QUELLE HISTOIRE afin de présenter l'histoire aux enfants d'une manière totalement nouvelle et différenciante. Pour ce faire, nous avons eu recours à un traitement graphique inspiré des cartoons pour leur faire découvrir les grands personnages de l'histoire. Nous avons décliné ce média en livres, un support plus traditionnel, mais aussi en format audio.

**Lire aussi : Emmanuel Mounier (94) : Epsilon, ou donner l'envie de découvrir**

Notre principale caractéristique est d'aborder cet univers de l'édition et de la connaissance dédié aux enfants via un angle tech et multimédia sans pour autant négliger les supports traditionnels. Dans notre secteur, on a généralement tendance à opposer les médias traditionnels et la technologie. Chez Unique Heritage Media, nous avons fait le choix de les combiner pour proposer une offre éducative plus large qui permet d'offrir aux enfants une diversité d'approche et de compréhension en fonction de leurs préférences. Ce positionnement fait d'Unique Heritage Media un éditeur de presse et de média inclusif et innovant qui explore différentes pistes. Parmi celles-ci, on retrouve notamment le média audio ou podcast qui sont autant utilisés par les enfants que les adultes. Disponible gratuitement, le podcast efface les distinctions et les différences socio-professionnelles. Il est, par ailleurs, de plus en plus utilisé par les enseignants et les professeurs dans les salles de classe.

Le podcast permet aussi de gommer les considérations relatives au genre qui veulent que les garçons vont préférer les mangas et les filles les livres, car les supports audios sont consommés par ces deux groupes. Aujourd'hui, le groupe Unique Heritage Media édite et publie une trentaine de magazines jeunesse et connaissance, dont les plus connus sont ABRICOT, LE MONDE ADOS, LE JOURNAL DE MICKEY, PICSOU MAGAZINE... C'est aussi plus de 350 références de livres et de podcasts ainsi que près de 30 millions d'écoutes cumulées en quatre ans, notamment pour nos principaux podcasts que sont MYTHES & LÉGENDES, QUELLE HISTOIRE, ou encore LA BANDE À BLOU qui s'adresse aux plus petits... Nous avons aussi enregistré plus de 2 millions de téléchargements de nos applications et plus de 400 000 abonnés à nos supports.



### **Pouvez-vous nous en dire plus sur les contenus et les supports que vous proposez ? En quoi sont-ils différenciants et quelle est leur proposition de valeur ?**

Pour les enfants âgés de 5 à 10 ans, nous proposons l'application PILI POP ENGLISH pour les aider à découvrir et à prendre plaisir à apprendre la langue anglaise grâce à une quarantaine de jeux et un corpus de près de 2 500 mots. L'application intègre aussi un moteur d'intelligence artificielle et de reconnaissance de la langue. L'application peut être achetée individuellement sur l'ensemble des stores de téléchargement des applications ou accessible gratuitement à toutes les personnes qui ont souscrit à un abonnement à FLEURUS PRESSE. Nous pouvons aussi revenir sur notre application QUELLE HISTOIRE qui est couplée à des livres très colorés. Cette collection, qui allie donc le digital et l'édition, propose plus de 300 contenus qui retracent la vie de grands personnages historiques, présentent des monuments emblématiques... Avec cette collection, nous avons conquis un public familial, adultes et enfants. Et comme pour PILI POP ENGLISH, l'application peut être téléchargée seule ou faire partie de l'abonnement.

À cela s'ajoute un catalogue de plus d'une trentaine de magazines qui s'adressent un public d'enfants âgé de 3 à 14 ans. Au-delà, en 2017, nous avons développé un partenariat avec Lunii afin de développer une nouvelle conteuse qui s'adresse spécifiquement aux enfants âgés de 7 à 11 ans. Avec un design proche d'une Game Boy, cette conteuse est très interactive et permet aux enfants de facilement naviguer d'une histoire à une autre, de télécharger des contenus qu'ils pourront écouter plus tard... C'est un moyen de mettre les nouvelles technologies au service des familles et des enfants pour développer leur imagination et leur connaissance de manière ludique. Notre force et notre proposition de valeur en tant qu'EdTech est d'apporter cette diversité de contenus multiformats afin de proposer une expérience d'apprentissage et de découverte différente et innovante aux enfants, mais aussi à leur entourage.

### **Revenons plus particulièrement sur votre approche innovante. Quelles pistes explorez-vous dans ce cadre ?**

Comme expliqué, nous avons la particularité de mixer les nouvelles technologies et les supports traditionnels afin de proposer à notre public un large choix de contenus à très forte valeur ajoutée. En capitalisant sur le succès rencontré en France, nous avons lancé notre développement en Italie. Cela va nous permettre de développer et de décliner des produits (applications, podcasts...) en langue italienne. Avec Unique Heritage Media, mon ambition a toujours été de créer un univers à la croisée du divertissement et de l'apprentissage. Il est reconnu que divertir pour apprendre est un puissant moyen pour développer l'intérêt des jeunes enfants. Avec notre positionnement multisupport et multiformat nous contribuons véritablement à développer cette caractéristique chez les enfants de tout âge.

Pour le lancement de la marque EPSILOON, que j'ai précédemment mentionnée, nous avons réalisé une opération de financement participatif qui nous a permis de récolter plus d'un million d'euros. Dans notre secteur, c'est une stratégie de financement inédite pour lancer un nouveau média ! À tous les niveaux du groupe, nous utilisons l'intelligence financière pour optimiser nos processus et améliorer nos performances et nos résultats. Nous utilisons, par exemple, l'intelligence artificielle pour optimiser la prise de décision et mieux gérer le volume de magazines que nous vendons en kiosque ou dans les librairies. Cette démarche lancée il y a déjà 3 ans nous a permis de réduire de près de 25 % notre empreinte carbone et de réduire également de 25 % nos volumes d'achats de papier et le transport associé.



### **Et aujourd'hui, comment vous projetez-vous ? Quelles sont vos perspectives de développement sur ce secteur ?**

Sur les trois prochaines années, nous allons concentrer nos efforts sur le développement de notre activité audio avec le lancement de nouveaux médias multiformats. Nous poursuivons également notre développement en Italie et allons également nous positionner en Allemagne. Sur le long terme, notre ambition est de nous développer en dehors des frontières nationales en adaptant nos contenus aux différents marchés et en développant de nouveaux concepts.

