

LE BUSINESS DU SOU

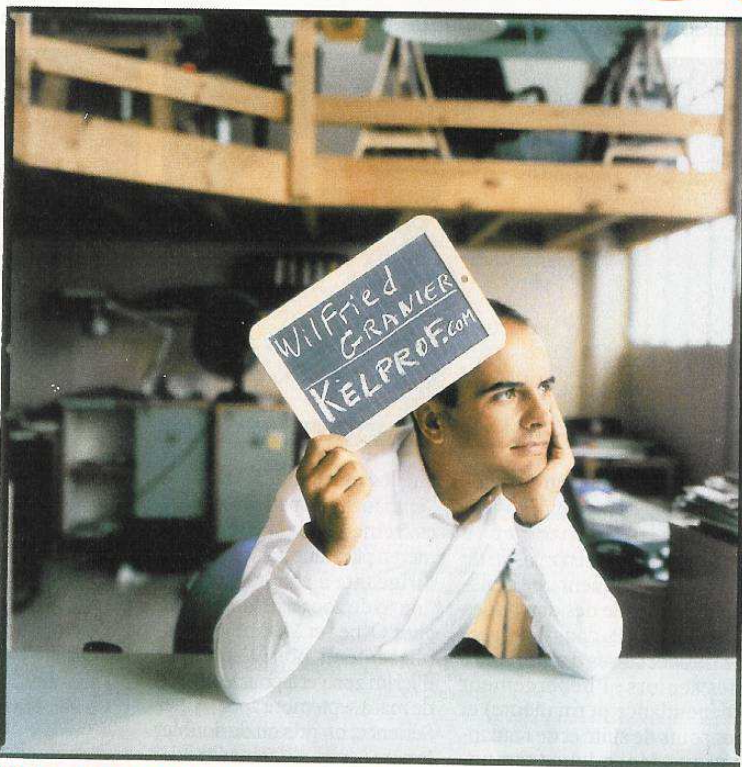
Au cours des dix dernières années, le secteur a connu un boum sans précédent. Le marché est énorme. Mais un concurrent impalpable résiste : le marché noir.

En faisant donner des cours particuliers à mon fils, ce n'est pas à lui que je fais un cadeau, mais à sa mère !" Hervé Lecat, le fondateur de Complétude, l'un des gros acteurs du soutien scolaire, aime citer cette boutade, entendue dans la bouche d'un de ses amis, père de famille. Selon lui, elle résume bien l'une des causes du succès de son secteur d'activité : "Aujourd'hui, les parents ont de moins en moins de temps. Ils préfèrent sous-traiter les aspects les plus conflictuels de l'éducation, et ne garder avec leurs enfants que les bons moments."

Autre tendance lourde, internationale celle-là : la peur du chômage. Dans tous les pays développés, le meilleur moyen de s'insérer dans la société reste encore de réussir ses études. Mention spéciale pour la Corée du Sud où, d'après l'Unesco, depuis presque dix ans les parents dépensent pour l'éducation de leur progéniture une fois et demie le budget national de l'Éducation. En France, les arguments sociologiques suffisent-ils pour autant à expliquer la croissance insolente d'un secteur encore inexistant il y a quinze ans ? Non, répond Hervé Lecat : "À mon avis, ces explications ne nous garantissent que 5 % de croissance annuelle."

Déduction fiscale. "Que 5 % ? Il faut s'y faire : dans une conjoncture atone, les taux de croissance annuelle affichés par les entreprises du secteur dépassent souvent les 30 %. Aujourd'hui, il existe une myriade de sociétés, menées par un leader, Acadomia, introduit en Bourse en 2000. Les modèles économiques sont variables (lire les quatre portraits), mais toutes proposent une gamme de plus en plus large de prestations, allant du stage intensif de prérentrée aux cours par correspondance, l'activité phare restant le cours particulier à domicile.

La vraie raison de ce boum, c'est la taille du vivier. D'après le ministère de l'Éducation nationale, il y a 12 millions d'élèves scolarisés en France, du primaire au lycée. On estime à un sur cinq la proportion de collégiens qui prennent ou ont pris des cours particuliers. Ce chiffre serait même de un sur trois pour les lycéens. Acadomia,



PHOTOS: BERNARD GOUDARD

WILFRIED GRANIER, KELPROF.COM

Fin le Post-it chez le boulanger

Lorsqu'il suivait sa formation d'ingénieur à l'université de technologie de Compiègne, Wilfried Granier cherchait à arrondir ses fins de mois en donnant des cours particuliers. Constatant que, à l'heure du Web, les étudiants continuent à déposer des annonces dans les boulangeries de quartier, il décide de monter bénévolement un site Internet, Kelprof, pour faciliter la rencontre entre l'offre et la demande de cours particuliers. C'est seulement deux ans plus tard qu'un entrepreneur du Web lui proposera de s'associer avec lui pour faire de son site une SARL. Et aujourd'hui, voilà qu'il mène une double vie : consultant le jour et créateur d'entreprise le soir.

Le principe de Kelprof.com est fort simple : les profs déposent une annonce sur le site, et si un élève en repère une ou quelques-unes correspondant à

sa recherche (photo, localisation, compétences, tarifs, etc.), il doit, pour entrer en contact avec les auteurs, appeler deux fois un numéro de téléphone surtaxé (coût total pour l'élève : 3,36 euros). Kelprof, par ce moyen, a gagné deux euros. Quant aux enseignants, s'ils appellent de leur côté un numéro surtaxé, leur annonce se trouvera mise en avant sur le site, ce qui est censé mieux attirer le chaland.

Certes, aucun des 15 000 enseignants référencés sur Kelprof.com n'a passé d'entretien : mais l'absence d'assurance de qualité est compensée par un prix raisonnable. D'après Wilfried Granier, 1 % des visiteurs font le choix d'appeler le numéro surtaxé... Ainsi donc il ne manque plus qu'à augmenter le nombre de visiteurs pour faire de Kelprof une "cash machine"...