

aventure : après avoir testé le métier de libraire en ligne, il veut tenter de développer sur internet son autre activité de prédilection, l'édition scolaire. L'idée : proposer une aide ponctuelle ou régulière, pour bâcher ses tables de multiplication, préparer un contrôle ou une dissertation. Révisions ? Devoirs ? "Ces mats sont trop rébarbatifs !" Soutien ? "Non, car cela sous-entendrait que nous ne nous adressons qu'aux élèves en difficulté. On a mis du temps à trouver le terme juste. C'est celui d'accompagnement scolaire".

LES DÉBUTS DU PAYANT

Cette subtilité réglée, resta à construire l'outil pédagogique en question. "J'ai démarré avec un projet sur dix ans mais, d'emblée, j'ai voulu couvrir toutes les classes d'âge, toutes les matières".

L'entrepreneur commence par contacter des enseignants par petites annonces. Une année est nécessaire à l'élaboration des premiers exercices et à la construction du site, lequel voit le jour début 2001. "Le service était peu courant. Il a fallu convaincre les gens. Mais dès le mois de juin, Maxicours a enregistré un pic de 400 000 visites !". La gratuité est encore de mise.

Les débuts de l'abonnement payant, en 2002, sont plus difficiles : "C'était très risqué à l'époque. Internet était encore largement en libre accès. Entre l'ajustement des prix et l'amélioration du système de commande, on défrichait un secteur presque vierge". Mais Maxicours passe le cap, ne cessant d'écoffer ses services : d'abord avec des fiches de

cours, puis, l'année suivante, avec un dictionnaire encyclopédique, ces tableaux de bord d'évaluation, des animations flash pour expliquer certaines notions... Une panoplie complétée, à la rentrée, par des glossaires scientifiques, un dictionnaire vocal en allemand (l'anglais suivra), ces pastilles vidéo (expliquant le fonctionnement d'une centrale électrique) ou encore un atelier d'écriture.

Sur le fond, Patrice Magnard mise également sur la diversification de son offre. Cet été, il s'est même offert un petit retour aux sources, en proposant, pour les vacances, une version interactive des Cahiers de Vacances de son père. A plus long terme, c'est tout le marché de l'e-learning, autrement dit l'apprentissage

tout au long de la vie, qu'il voudrait dominer : "On veut fabriquer le blue-jeans de la formation, un domaine où les coûts de production ont l'avantage d'être faibles". Partenariats avec des entreprises, vaste campagne de communication : le PrG ne compte rien laisser au hasard. Il sait que c'est à ce prix qu'il maintiendra sa longueur d'avance.

"Nous avons investi 2,5 millions d'€ au total. Aujourd'hui, un concurrent souhaitant investir ce créneau devrait allonger le double pour arriver là où j'en suis". Avis aux futurs concurrents.

Anne BERTHOD



www.maxicours.com



www.magnard.fr