

Paris, le 04/02/2016

MOOC français : l'heure des choix

Pour France Stratégie, si l'offre française s'est beaucoup développée ces dernières années, sa diversification et son adaptation à de nouveaux usages reste un enjeu majeur dans un marché largement dominé par les États-Unis.

En une poignée d'années, les Massive Open Online Courses (MOOC, ces cours en accès libre sur internet) ont connu un développement exponentiel : ils sont plus de quatre mille aujourd'hui contre une dizaine en 2011. Ils offrent aux établissements d'enseignement supérieur de nouvelles possibilités pour promouvoir leurs formations, notamment à l'étranger, et ainsi toucher un nouveau public avec une offre d'enseignement plus souple et davantage personnalisée. Ils participent en outre à la transformation des pratiques d'enseignement et d'apprentissage et, à moyen terme, de l'expérience étudiante.

Le marché des MOOC reste largement dominé par les États-Unis

La France accuse un retard conséquent dans le domaine. Sur les 4 000 cours en ligne disponibles au niveau mondial, moins de 300 sont d'origine française. Si le pays a engagé un rattrapage, en 2013, avec la création de la plateforme France Université numérique (FUN), celle-ci ne représente aujourd'hui que 3,4 % de l'offre globale. Concernant les utilisateurs, FUN comptait, fin 2015, plus de 500 000 inscrits dont 70 % en France, très loin des 5 millions d'inscrits d'edX (Etats-Unis) ou des 2,5 millions de FutureLearn (Royaume-Unis) dont près des deux tiers sont à l'étranger.

La forte attractivité des plateformes américaines s'explique en partie par le côté prestigieux des établissements proposant leurs cours : plus de 70 % des MOOC hébergés par Coursera et 60 % de ceux disponibles sur edX sont produits par des universités qui figurent dans le Top 150 du classement de Shanghai. De plus, l'offre des plateformes européennes, en particulier FUN, reste essentiellement issue d'établissements nationaux, soulignant un fort enjeu de diversification de l'origine géographique des établissements partenaires des catalogues d'offre : 98 % de l'offre de FUN provient d'établissements français alors qu'environ 60% de l'offre de Coursera est alimentée par des établissements non américains.

Le modèle économique de la plateforme FUN reste singulier puisqu'il s'appuie sur un pilotage d'établissements membres *via* un groupement d'intérêt public (GIP) mais continue de disposer de subventions publiques. Par contraste, les plateformes étrangères sont presque toujours privées et ont privilégié un modèle de développement axé sur des levées de fonds et des modes variés de génération de revenus.

France Stratégie identifie quatre axes stratégiques de travail pour diversifier l'offre française et l'adapter aux nouveaux usages :

Axe 1 : Diversifier le modèle économique de la plateforme FUN

- **Pérenniser le soutien de l'État tout en développant les modes de monétisation des MOOC.** Plusieurs pistes peuvent être envisagées pour s'ouvrir à des usages de monétisation : faire payer les certifications ; offrir un service de recrutement aux employeurs ou aux établissements universitaires ; développer des services payants de tutorat ou d'évaluation dans le cadre des formations en ligne proposées ; vendre les droits d'utilisation de la plateforme à des entreprises pour leurs propres besoins de formation interne ; créer des abonnements payants pour l'accès aux contenus de certaines formations ; proposer aux établissements une assistance payante dans la conception des MOOC.
- **Miser sur le marché de la formation continue** en proposant une offre adaptée aux besoins des entreprises et de proposer des modèles rémunérateurs pour les établissements.

Axe 2 : Développer la certification et la personnalisation de l'offre

La diversification du modèle économique doit s'accompagner d'une diversification de l'offre elle-même afin de répondre aux besoins des différents publics.

- **Développer les modes d'enseignement** alliant cours en ligne et en présentiel pouvant aboutir à une reconnaissance de crédits.
- **Créer une offre plus flexible et personnalisée pour** remédier à la faiblesse des taux de complétion pour les cours en ligne.

Axe 3 : Miser sur l'innovation pédagogique par le numérique

- **Faire des MOOC des vecteurs d'innovations pédagogiques.**
- **Expérimenter les usages du big data à visée d'amélioration pédagogique,** sous garantie d'anonymat et de protection des données personnelles, peut ouvrir un champ d'amélioration des politiques éducatives, notamment un meilleur accompagnement des étudiants grâce aux *learning analytics*.

Axe 4 : Promouvoir l'enseignement supérieur français

- **Cibler l'espace francophone** puisqu'il existe un marché potentiel très important avec plus de 220 millions de francophones aujourd'hui à travers le monde, soit plus de 3 % de la population mondiale. La formulation d'une offre numérique ambitieuse de la France en direction de l'Afrique, dans le cadre d'une stratégie de développement de la francophonie, doit ainsi être une priorité.
- **Envisager une plateforme européenne commune.** Pour être compétitif face aux plateformes américaines, il faudra s'appuyer sur l'offre des institutions européennes les plus reconnues.

Téléchargez la note d'analyse MOOC français : l'heure des choix sur notre site internet.

CONTACTS PRESSE

Jean-Michel Roullé
 Directeur du service Édition-Communication
 +33 (1) 42 75 61 37 / +33 (6) 46 55 38 38
jean-michel.roulle@strategie.gouv.fr

Joris Aubrespin
 Chargé des relations presse
 +33 (1) 42 75 60 27 / +33 (6) 20 78 57 18
joris.aubrespin@strategie.gouv.fr

 @Strategie_Gouv

France-strategie-presse@strategie.gouv.fr



France Stratégie a pour mission d'éclairer les choix collectifs. Son action repose sur quatre métiers : évaluer les politiques publiques ; anticiper les mutations à venir dans les domaines économiques, sociétaux ou techniques ; débattre avec les experts et les acteurs français et internationaux ; proposer des recommandations aux pouvoirs publics nationaux, territoriaux et européens. Pour enrichir ses analyses et affiner ses propositions France Stratégie s'attache à dialoguer avec les partenaires sociaux et la société civile. France Stratégie mise sur la transversalité en animant un réseau de huit organismes aux compétences spécialisées.

www.strategie.gouv.fr