

OPENCLASSROOMS

# Rapport d'Impact

2020



# Avant-propos



**Maureen Sigliano,**  
**Présidente du Comité d'Impact d'OpenClassrooms**

**Vous avez sous les yeux le tout premier rapport d'impact d'OpenClassrooms. Bienvenue !**

Alors que les grands défis mondiaux requièrent des solutions, il est d'ores et déjà admis que pouvoirs publics et citoyens ne peuvent plus agir seuls. Un consensus se manifeste autour d'un troisième acteur : les entreprises, dont la contribution est de plus en plus importante pour répondre aux enjeux sociaux et environnementaux majeurs du troisième millénaire.

Conscients de l'état de notre planète, certains dirigeants ont compris que la raison d'être de l'entreprise a évolué : il ne s'agit plus de créer uniquement de la richesse, mais aussi et surtout de placer l'impact social au cœur du modèle économique.

Ces entrepreneurs innovants agissent, en mettant leurs talents, produits et volontés au service de nouvelles problématiques sociales et environnementales ; ils savent que leur responsabilité va au-delà de la rentabilité financière, ils doivent créer de l'impact positif pour la société et l'humanité. Il faut pour cela être tourné vers l'avenir autant que dans l'action immédiate ; mais il faut aussi, et peut-être surtout, de l'engagement, de la conviction pour combiner rentabilité économique et impact social positif.

**Ce rapport d'impact est, pour OpenClassrooms, une première tentative de réponse à ce défi, dans la continuité de la mission que l'entreprise s'est donnée : rendre l'éducation accessible.**

Conçu comme un guide, ce premier rapport d'impact témoigne d'une ambition, et vise à définir un ensemble de premières intentions. Il pose les fondations concrètes qui permettront à OpenClassrooms d'accélérer, de développer puis de mesurer son impact. Ce n'est que le début : il nous reste encore beaucoup à faire pour mettre en place les objectifs, tant sur le plan de l'exécution que sur les éléments de mesure. Mais maintenant que ces premières recommandations ont été définies et partagées, nous pouvons passer à l'étape suivante : soutenir OpenClassrooms dans la réalisation de ses objectifs.

La route est longue encore pour OpenClassrooms, et il nous faudra nous adapter, faire en sorte aussi de n'oublier personne sur le chemin. Nous sommes toutefois convaincus qu'OpenClassrooms a plus que jamais un rôle prépondérant à jouer en matière d'éducation comme d'impact au sens large. Quand Pierre Dubuc, Président d'OpenClassrooms, m'a demandé de diriger le Comité d'Impact, je n'avais pas mesuré à quel point l'entreprise s'avérait être si bien positionnée pour créer pareil impact. Je ne m'étais également pas rendue compte que j'apprendrais autant, et je ne réalisais certainement pas à quel point le Comité d'Impact allait devenir une intense aventure collaborative.

Je profite de cette préface, au nom de tout le Comité d'Impact, pour remercier tous ceux qui ont contribué à ce rapport, pour leur soutien, leur engagement et leur ouverture d'esprit. Je voudrais aussi remercier l'ensemble du Comité exécutif d'OpenClassrooms qui nous a fait confiance et nous a encouragés à rester audacieux.

**Nous espérons que ce document inspirera l'équipe d'OpenClassrooms et son écosystème, ainsi que le nombre grandissant d'entrepreneurs qui cherchent à allier création de richesse et impact social. Vos retours sont les bienvenus et nous vous encourageons à vous demander comment vous pouvez contribuer à votre échelle à réaliser la mission d'OpenClassrooms : rendre l'éducation accessible.**

# À propos d'OpenClassrooms

OpenClassrooms est une école en ligne qui permet aux femmes et aux hommes à travers le monde de développer leurs compétences.

Fondée en 2013 par Mathieu Nebra et Pierre Dubuc, OpenClassrooms est une entreprise à mission : rendre l'éducation accessible, et plus particulièrement l'éducation professionnalisante, est l'ambition principale de l'entreprise. OpenClassrooms propose plus de 600 cours en ligne, tous gratuits et accessibles à qui est doté d'une connexion internet. Chaque mois, près d'1,8 millions d'utilisateurs à travers 140 pays se connectent sur la plateforme pour suivre des cours.

OpenClassrooms offre également 54 parcours diplômants, en français et en anglais, qui couvrent le code, l'informatique, la gestion de produit, la data, le marketing, la communication et les ressources humaines. Ces parcours mènent à un diplôme accrédité par l'Etat Français, et à un emploi garanti pour l'étudiant : si ce dernier ne décroche pas un emploi dans son domaine de formation dans les six mois suivant son diplôme, la totalité de la formation lui est remboursée.

OpenClassrooms a développé un modèle pédagogique unique, qui combine dans une formule hybride des cours en ligne, des projets concrets professionnalisants, des sessions de mentorat hebdomadaires personnalisées et une dimension sociale, grâce à une communauté en ligne particulièrement dynamique.

En 2018, OpenClassrooms a modifié ses statuts pour y insérer sa mission, Rendre l'éducation accessible. Mais pareille mission sans impact ou mesure d'impact ne peut être que vaine : afin de mesurer précisément son impact sur ses bénéficiaires et son environnement, OpenClassrooms a donc créé un comité d'impact, qui regroupe toutes ses parties prenantes.

*« Dès le début, notre ambition chez OpenClassrooms a été articulée autour de l'impact. L'éducation est un secteur très particulier : ce que nous faisons, les cours que nous proposons et les trajectoires professionnelles que nous accompagnons transforment en profondeur la vie de nos étudiants. Par ailleurs, l'éducation traditionnelle voit son modèle profondément bousculé par internet ; cela ne veut pas dire que tout va passer en ligne du jour en lendemain, loin de là, mais cela implique des conséquences qu'on ne peut pas ignorer.*

*En mettant en place notre Comité d'Impact comme instance indépendante, nous voulions nous assurer que tous les acteurs d'OpenClassrooms, en interne et en externe, aient accès à toutes les dimensions de notre activité. Le Comité d'impact est le garant à long terme de la bonne exécution de notre mission, le gardien du temple en somme. »*

**Pierre Dubuc, CEO et co-fondateur,  
OpenClassrooms.**

# Le Comité d'Impact

Au moment de sa dernière levée de fonds, en mai 2018, OpenClassrooms choisit d'insérer sa mission et ses objectifs dans les statuts sociaux de l'entreprise ; il s'agissait alors de traduire la véritable ambition des cofondateurs Mathieu Nebra et Pierre Dubuc : rendre l'éducation accessible. Le statut d'entreprise à mission est reconnu officiellement par la loi Pacte en mai 2019, soit un an après l'initiative d'OpenClassrooms.

OpenClassrooms a également modifié ses statuts pour inclure dans ses statuts sociaux la création d'un Comité d'Impact, avec les missions suivantes :

- 1 *Le Comité d'Impact est créé pour mesurer l'impact des activités d'OpenClassrooms sur ses bénéficiaires, sur la base d'un ensemble de critères définis par le Comité.*
- 2 *Le Comité d'Impact publie chaque année un rapport d'impact, associé au rapport annuel d'OpenClassrooms ; le rapport d'impact suit la réalisation des objectifs définis par le Comité.*
- 3 *Le Comité d'Impact est invité à partager ses avis avec les fondateurs d'openclassrooms, ainsi qu'avec les membres du conseil d'administration de la société.*
- 4 *Le Comité d'Impact peut soumettre des recommandations pour améliorer le produit et les services proposés par OpenClassrooms.*
- 5 *Le Comité d'Impact a aussi la responsabilité de veiller au respect des règles d'une gouvernance inclusive et s'assurer que tous les intérêts des parties prenantes sont correctement pris en compte.*
- 6 *Les recommandations soumises par le Comité d'Impact doivent être revues par le conseil d'administration et discutées lors des réunions d'actionnaires.*

**Le Comité d'Impact est 100% indépendant : si OpenClassrooms prend en charge les aspects logistiques liés à la mission du comité (transport et hébergement), tous les membres y compris la Présidente et le Vice-Président participent au comité à titre gracieux.**

Le Comité d'Impact d'OpenClassrooms a été créé en septembre 2019 pour un mandat de 18 mois : les membres actuels collaboreront donc jusqu'en mars 2021. Le comité a donc eu sept mois pour définir les premières recommandations et publier ce premier rapport.

Ce rapport d'impact et les recommandations qui s'en suivent se concentrent sur la France, là où les activités actuelles d'OpenClassrooms demeurent les plus importantes ; il a toutefois vocation à être étendu à l'international. Il s'agit d'une feuille de route sur l'impact social, qui comprend des objectifs et un plan d'action précis à moyen terme.

# Les lignes directrices

Le Comité d'Impact a rapidement défini trois lignes directrices comme base de travail :

1

La mission d'OpenClassrooms doit être la base de toute la réflexion sur l'impact social de l'entreprise. Le Comité d'Impact a travaillé de manière approfondie sur la formulation de cette mission, et a décidé de compléter cette mission en insistant sur son caractère universel. La mission se lit donc comme suit :

**« Rendre l'éducation accessible à tous, partout ».**

2

Il a été convenu que le terme « Éducation » devait être redéfini comme moteur de progrès professionnel, qui permet d'améliorer la vie de ses bénéficiaires par les biais suivants :

- **l'accès aux compétences nécessaires pour aborder le futur avec confiance, y compris par la capacité à apprendre avec les outils du numérique dans un monde qui évolue en permanence** (objectivement mesurable)
- **l'accès à un emploi, ou un meilleur salaire** (objectivement mesurable)
- **le renforcement de la confiance en soi** (subjectif)

3

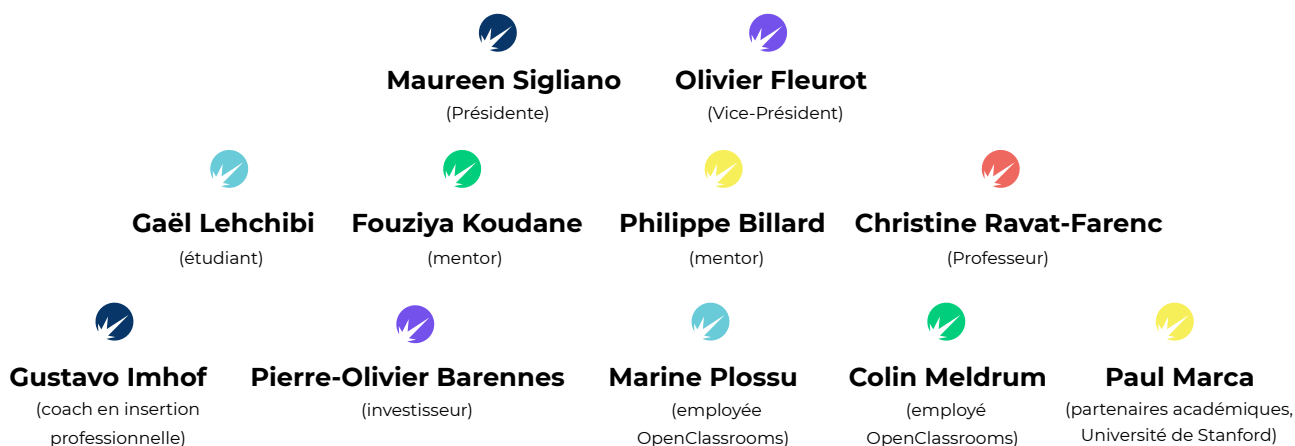
Le Comité d'Impact a estimé que les résultats de ses travaux devaient être ancrés dans une **« valeur partagée »** afin d'être viables et durables dans le temps. Il a été convenu que leurs recommandations devaient avoir un impact social concret en exploitant les principaux atouts d'OpenClassrooms, mais qu'elles devaient également apporter de la valeur aux actionnaires : accroître les revenus, la rentabilité et la réputation de la marque.

# Membres

Le choix des membres de ce premier Comité d'Impact a été fait de façon délibérée afin d'associer toutes les parties prenantes de l'entreprise.

Maureen Sigliano a été nommée Présidente du premier Comité d'Impact d'OpenClassrooms, avec Olivier Fleurot comme Vice-Président.

## L'équipe principale :



## Comité consultatif :





*« L'accès à l'éducation et aux compétences du numérique qui dessinent le monde de demain crée des défis considérables pour quiconque veut créer un monde plus inclusif et durable. Qu'il s'agisse des produits, de l'équipe dirigeante ou de la portée globale d'OpenClassrooms, tout participe à ce que l'impact social de l'entreprise augmente de manière exponentielle, de même que son succès commercial. Je suis ravie et honorée de faire partie de cette aventure. »*

**Maureen Sigliano,  
Présidente du Comité d'Impact d'OpenClassrooms.**

Maureen est la Fondatrice et Chief Igniter de Cascine PAL, une société de conseil dédiée aux entreprises et ONG qui souhaitent renforcer leur stratégie d'impact social, en se focalisant sur l'innovation, l'inclusion et l'accès à l'éducation et aux services financiers.

Précédemment, Maureen a occupé différentes positions de direction notamment au sein de Western Union, où elle dirigeait les équipes Produit et Expérience client.

Maureen est une vraie citoyenne du monde. Elle a vécu, travaillé et voyagé à travers tous les continents et parle 5 langues. Elle a la ferme conviction que des nouveaux modèles émergent avec des partenariats hybrides et qu'un changement de paradigme est nécessaire pour répondre aux enjeux auxquels le monde fait face. Son expérience exhaustive à la fois dans le secteur privé et public et son réseau international, combinés à son énergie, lui donnent une perspective unique. Par ailleurs, Maureen est une maman accomplie de quatre adolescents multi-culturels, et une poète en devenir.



*« J'ai d'abord rencontré Pierre Dubuc pendant l'été 2017 et j'ai tout de suite été séduit par la mission et les valeurs qui inspiraient l'équipe d'OpenClassrooms. Quand Pierre m'a demandé deux ans plus tard si je voulais rejoindre le Comité d'Impact, j'ai rapidement accepté : l'éducation des jeunes a toujours été un facteur de motivation pour moi ».*

**Olivier Fleurot,  
Vice-Président du Comité d'Impact d'OpenClassrooms.**

Olivier Fleurot est un consultant en communication institutionnelle et transformation digitale. Il mentore également des startups dans différents secteurs. Olivier est depuis dix ans un membre actif de la International Youth Foundation et professeur associé à Sciences Po dans le master exécutif « Management des Media ». Il a travaillé pour Publicis entre 2006 et 2017 comme dirigeant d'un réseau international d'agences de publicité et de communication. De 2002 à 2006, Olivier Fleurot a été le Président du groupe Financial Times ; avant de rejoindre le Financial Times en 1999 en tant que Directeur Général, Olivier était Président du groupe Les Echos. Il a été journaliste entre 1978 et 1985, spécialiste de l'industrie high tech.

# Remarque préliminaire : données accessibles

Le Comité d'Impact a rapidement été informé du fait qu'une grande partie des données nécessaires pour mesurer les progrès réalisés en matière d'impact ne seraient pas immédiatement disponibles. Les raisons lui ont été clairement exposées :

- OpenClassrooms est une entreprise relativement jeune, avec un historique limité : cela signifie que pour un certain nombre d'indicateurs, il n'existe tout simplement pas encore de données historiques significatives.
- La vitesse à laquelle OpenClassrooms s'est développée jusqu'à présent, dans un marché très difficile et très réglementé, a fait que le développement de l'infrastructure sous-jacente nécessaire pour récolter et exploiter les données a parfois été négligé.
- Les domaines d'intervention recommandés par le Comité d'Impact ne correspondent pas de manière immédiate à la manière dont OpenClassrooms organisait la collecte de données jusqu'alors : les données n'ont donc tout simplement pas été collectées.

Le Comité d'Impact a décidé d'adopter une approche pragmatique et donc de se concentrer sur ce qui est disponible, en utilisant un mélange de données qualitatives, quantitatives et empiriques pour son premier rapport. En parallèle, il travaille étroitement avec OpenClassrooms pour s'assurer que les données nécessaires à l'établissement des prochains rapports est collectée de manière satisfaisante.

Les recommandations du Comité d'Impact ont été articulées autour d'un objectif « ultime » d'impact social et quatre leviers d'impact ; ci-dessous le statut des données pour chaque recommandation du Comité et l'objectif pour 2021.

	Actuellement	Année 1
<b>Impact social ultime</b>	Données partielles disponibles	Ensemble de données cohérent
<b>Levier d'impact social 1</b> Sensibilisation	Données indisponibles	Données disponibles
<b>Levier d'impact social 2</b> Financement	Données partielles disponibles	Ensemble de données cohérent
<b>Levier d'impact social 3</b> Partenariats entreprises	Données partielles disponibles	Ensemble de données cohérent
<b>Levier d'impact social 4</b> Empreinte géographique	Données partielles disponibles	Ensemble de données cohérent

Le Comité d'Impact travaillera aux côtés d'OpenClassrooms pour définir les données exactes nécessaires pour suivre et mesurer comment l'entreprise réalise sa mission.



# Définitions

OpenClassrooms est une école en ligne qui propose deux produits différents :

1

Plus de 600 cours gratuits sur une variété de sujets ; ces cours sont composés de vidéos, textes et quiz et sont 100% gratuits et accessibles à tous ceux équipés d'une connexion internet.

2

Une gamme de programmes pédagogiques premium accessible aux étudiants et employeurs ; « Spark » est notamment une license donnant accès à des outils de contrôle qui permettent un suivi précis et continu de l'acquisition des compétences.

3

OpenClassrooms propose 54 formations longues appelées parcours diplômants, menant à un métier en tension (informatique, code, développement web, data, etc). Les étudiants inscrits sur un parcours diplômant suivent une formation sur plusieurs mois composée de projets professionnalisants à réaliser, et aboutissent à un diplôme reconnu par l'état, couplé à une garantie d'emploi : si l'étudiant ne trouve pas un emploi dans les six mois après l'obtention de son diplôme, tous les frais de sa formation lui sont remboursés.



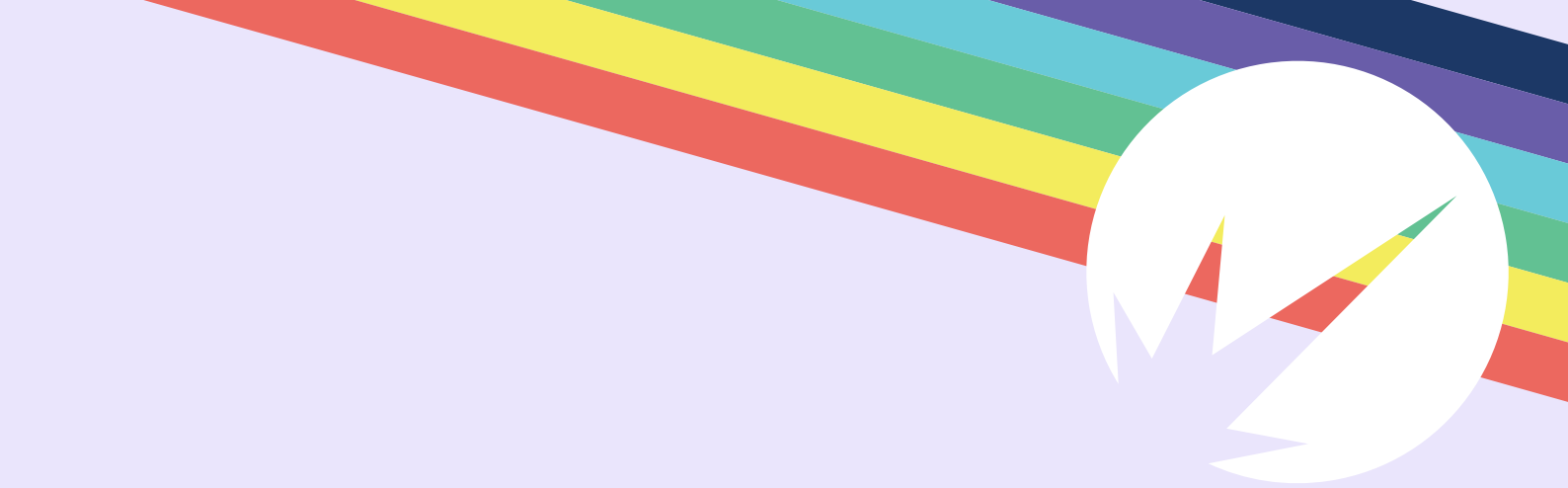
« **Utilisateurs de la plateforme** » : tous les étudiants qui utilisent les cours gratuits et accessibles sur OpenClassrooms.com : plus de 1,7 millions de personnes à travers 140 pays se connectent tous les mois pour suivre les cours d'OpenClassrooms.



« **Étudiant sur un parcours diplômant** » : tous les étudiants qui s'inscrivent à un programme pédagogique ou parcours payant, comme défini plus haut.



« **Étudiants payants** » : les étudiants inscrits à un parcours défini plus haut et les bénéficiaires de la licence « Spark » également définie plus haut.



# Impact social : notre objectif ultime

Le Comité d'Impact est convaincu que la meilleure façon pour OpenClassrooms de remplir pleinement sa mission est de se concentrer en priorité sur les populations défavorisées. Ceci signifie qu'OpenClassrooms devra s'assurer que l'ensemble de ses produits pédagogiques est accessible en priorité à ces populations défavorisées, en tant que leviers d'émancipation.

En conséquence, OpenClassrooms devra dégager des ressources, créer puis déployer une stratégie intentionnelle en accord avec cet objectif. Renforcer

l'impact positif sur les populations défavorisées ne doit pas être conçu par défaut, mais en amont. Les initiatives d'impact social ne doivent pas être considérées comme des projets philanthropiques annexes, isolées du cœur de l'activité ; au contraire, le travail au bénéfice des communautés défavorisées doit être placé au cœur du modèle économique de l'entreprise.

# L'entreprise devra se concentrer en priorité et de manière intentionnelle sur les communautés défavorisées.

## Une démarche basée sur le partage de valeurs

Le Comité d'Impact a la ferme conviction que l'attention portée aux communautés défavorisées est non seulement juste d'un point de vue impact, mais également un facteur de développement, en ouvrant à l'entreprise de nouveaux gisements de croissance.

Le Comité d'Impact a défini les populations défavorisées comme les segments de population dont les besoins en matière d'éducation sont les plus importants, alors même que l'accès à ces services et produits est le plus complexe pour ces mêmes segments. Il s'agit de communautés dont la vie peut changer fondamentalement grâce à l'éducation de manière générale, et à OpenClassrooms en particulier, soit :

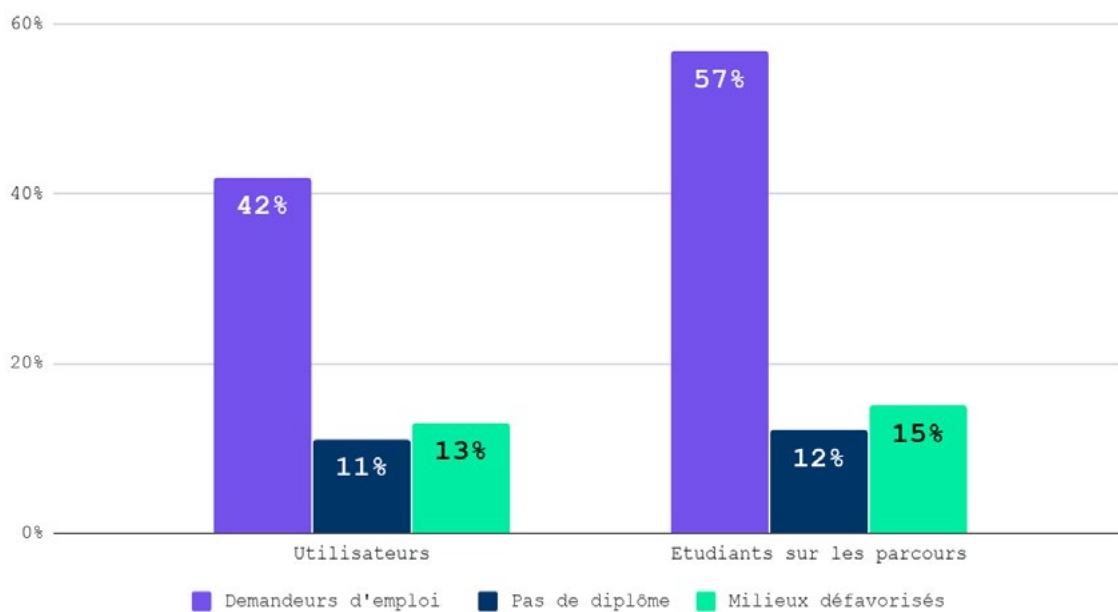
- **Personnes éloignées de l'emploi ou sous-employées demandeurs d'emploi**
- **Personnes peu qualifiées**
- **Personnes vivant dans des quartiers défavorisés (QPV en France)**
- **Réfugiés**

## ● **Personnes en situation de handicap**

Au sein de toutes ces catégories, OpenClassrooms s'engage aussi à promouvoir l'égalité entre les hommes et les femmes.

Puisque cette approche réfléchie est nouvelle pour OpenClassrooms, la donnée disponible n'est pas parfaitement à jour. En outre, le Comité d'impact comprend que pour l'instant les données relatives aux deux dernières catégories n'existent pas puisque les réfugiés et les personnes handicapées ne sont pas enregistrés comme tels dans la base de données d'OpenClassrooms.

2019



Utilisateurs de la plateforme	Étudiants sur les parcours
Demandeurs d'emploi - 617,707	Demandeurs d'emploi - 4,469
Sans diplôme - 161,781	Sans diplôme - 941
Milieus défavorisés - 191,195	Quartiers défavorisés - 1,176

OpenClassrooms consacre d'ores et déjà des moyens considérables en faveur des personnes éloignées de l'emploi ou des demandeurs d'emploi. L'entreprise a noué des partenariats structurants avec les agences pour l'emploi en France et d'autres pays, notamment en Afrique francophone. OpenClassrooms collabore également avec des entreprises privées pour financer des programmes dédiés aux demandeurs d'emploi, et ainsi les aider à mieux se préparer au monde de demain.

En 2019, près de **42 % des utilisateurs de la plateforme OpenClassrooms se sont déclarés au chômage** ; la proportion de demandeurs d'emploi a augmenté jusqu'à atteindre près de 57% des étudiants inscrits sur les parcours, soit les étudiants premium, ayant suivi un programme complet de formation, qui mène à un diplôme reconnu par l'État, avec le soutien d'un mentor.

	2018	2019
<b>Femmes parmi TOUS les étudiants</b>	21%	18%
Parmi les demandeurs d'emplois Tous les étudiants	24%	25%
Parmi les étudiants sans diplôme Tous les étudiants	15%	15%
Parmi les étudiants issus de milieux défavorisés, tous les étudiants	11%	10%

	2018	2019
<b>Femmes parmi les parcours diplômants</b>	24%	21%
Parmi les demandeurs d'emploi Tous les étudiants	24%	25%
Parmi les étudiants sans diplôme Tous les étudiants	16%	12%
Parmi les étudiants issus de milieux défavorisés, tous les étudiants	6%	12%

Ces chiffres sont basés sur des sondages envoyés régulièrement à la base étudiante d'OpenClassrooms et sont probablement surestimés.

En 2019, 12 % des étudiants OpenClassrooms n'avaient pas de diplômes, alors que 13 % se trouvaient dans des zones géographiques défavorisées. Les chiffres pour l'année précédente, 2018, sont comparables à ceux de 2019.

**Les femmes représentent 20% de tous les étudiants OpenClassrooms,** utilisateurs ou premium. Même si le

nombre d'étudiantes augmente, la proportion des femmes décroît : en conséquence, OpenClassrooms prend l'engagement d'encourager une meilleure représentation des femmes parmi ses étudiants, en particulier dans les communautés défavorisées définies comme prioritaires.

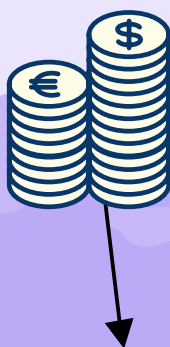
# 4

## leviers pour mieux toucher les populations défavorisées - et mesurer l'impact

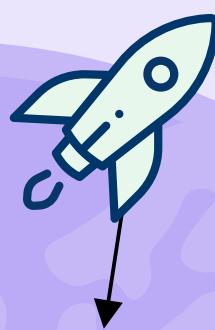
Renforcer la **notoriété** d'OpenClassrooms au sein des populations défavorisées.



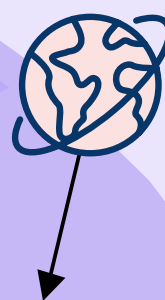
Augmenter les **possibilités de financement** pour les étudiants sur OpenClassrooms, notamment pour les populations défavorisées.



Augmenter le nombre de **partenariats avec les entreprises** pour offrir plus d'opportunités d'emploi aux populations défavorisées.



Étendre l'**empreinte géographique** d'OpenClassrooms au-delà de la France, pour un impact plus large.



## Être au service en priorité des communautés défavorisées

# 5 populations cibles en difficulté

(pas exclusivement)



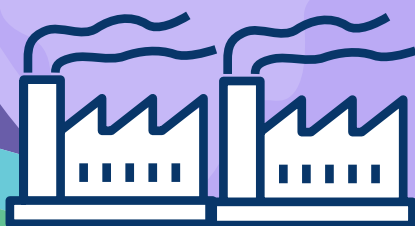
Personnes éloignées de l'emploi ou **demandeurs d'emplois**



Personnes peu ou **pas qualifiées**



Personnes en situation de **handicap**



Personnes issues de quartiers **défavorisés** (QPVs en France)








**Réfugiés**

# Quatre leviers d'impact

Le Comité d'Impact a identifié 4 leviers principaux pour contribuer à l'accomplissement de l'objectif ultime d'impact social ; ces quatre leviers doivent fonctionner ensemble pour plus d'efficacité.

Des objectifs spécifiques seront attribués par le Comité d'Impact à chacun de ces quatre leviers, ainsi qu'une mesure de contrôle pour s'assurer que l'impact est évalué et mesuré de manière approfondie.

Objectif ultime d'impact social	Objectifs d'ici 2021
 <p><b>Être au service des communautés défavorisées</b></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Augmenter continuellement les actions envers les populations internationales mal desservies.</li><li>● Mieux comprendre les populations mal desservies, avec un focus spécifique sur l'impact et les résultats de l'éducation.</li><li>● Atteindre +20% en nombre de nouveaux formés au sein de ces communautés mal desservies.</li><li>● Sensibiliser, augmenter les financements, renforcer la collaboration avec les entreprises et s'étendre à l'international.</li></ul>
Levier d'impact	
 <p><b>Renforcer la notoriété d'OpenClassrooms au sein des communautés défavorisées</b></p>	<b>+20%</b> de sensibilisation au sein des populations défavorisées.
 <p><b>Augmenter les possibilités de financement</b></p>	<b>60%</b> d'étudiants premium bénéficiant d'un financement par un tiers.
 <p><b>Augmenter les entreprises partenaires</b></p>	<b>+25%</b> d'étudiants formés dans un programme entreprise sur tous les produits OpenClassrooms.
 <p><b>Augmenter l'empreinte géographique</b></p>	<b>+20%</b> d'étudiants issus de milieux défavorisés formés en dehors de la France.

# Levier d'impact social 1 : Notoriété et engagement

## Contexte

OpenClassrooms est une entreprise à mission qui s'efforce de rendre ses produits et services accessibles à « toutes et tous, partout ». L'entreprise a noué des partenariats stratégiques avec des organisations publiques et privées au service des populations défavorisées (principalement en France et au Royaume Uni). OpenClassrooms a mené quelques campagnes de sensibilisation sur les médias sociaux pour se faire connaître au sein des communautés défavorisées (en France). Néanmoins, jusqu'à récemment, le marketing n'était pas une priorité pour OpenClassrooms, surtout vis-à-vis des populations défavorisées. OpenClassrooms a aujourd'hui la possibilité de renforcer sa notoriété auprès des communautés défavorisées, de manière à accroître leur engagement et, à terme promouvoir l'éducation comme moyen d'émancipation et de progrès.

C'est pourquoi le Comité d'Impact recommande à OpenClassrooms d'investir massivement pour mieux comprendre les besoins de ces populations, ainsi que leurs perceptions en la matière. Cette démarche doit mener à l'élaboration d'une proposition de valeur claire et différenciante en direction de ces communautés.

OpenClassrooms doit également travailler sur le discours autour de la formation en ligne et de l'alternance, en France et à l'étranger, pour en démontrer la valeur intrinsèque et comment ces deux modes d'éducation mènent à l'emploi. Enfin, le Comité d'Impact recommande à OpenClassrooms d'irriguer son discours marketing de témoignages concrets qui démontrent la valeur de la formation et de l'alternance en ligne.



# Données à l'appui

## **Créer des opportunités pour ceux qui en ont le plus besoin :**

En 2019, OpenClassrooms a lancé LevelUp, la 1re école en ligne dédiée aux travailleurs indépendants, avec le soutien actif de Google.org.

À travers une campagne de communication dédiée en partenariat avec les plateformes du numérique (Deliveroo, Uber, Malt) OpenClassrooms a touché un grand nombre de travailleurs indépendants, notamment de nombreux demandeurs d'emploi, comme Fayçal.



Fayçal a 28 ans et a grandi dans la banlieue parisienne. Après quelques années d'études en mathématiques, il quitte l'université et commence à travailler en tant que livreur pour UberEats et Deliveroo.

Pendant son activité d'indépendant chez Uber, Fayçal entend parler de Level Up, le programme de formation pour les travailleurs indépendants créé par OpenClassrooms avec le soutien de Google.org ; Fayçal obtient l'une des 100 bourses disponibles du programme et se forme au développement web, il est maintenant développeur en CDI.

# Prochaines étapes

## Valeur partagée

**Plus il y aura de personnes qui connaissent les produits et services d'OpenClassrooms ainsi que ce que l'entreprise peut leur apporter, plus il y aura de personnes qui pourront accéder à ces services pour améliorer leur niveau de vie, plus OpenClassrooms pourra combiner rentabilité économique et impact social.**

## Objectif

Accroître de 20% la notoriété et l'engagement dans les communautés défavorisées d'ici 2021 (en France et au moins un autre pays).

Sensibilisation et engagement au sein des populations défavorisées 2020-2021

**+20%**

## Recommandations et engagements 2020

### Étape 1

Mesurer la notoriété d'OpenClassrooms et le niveau d'engagement dans les communautés défavorisées, comprendre les besoins de cette population en France et au moins dans un autre pays.

### Étape 2

Élaborer une proposition de valeur claire et définir une stratégie marketing complète pour toucher, engager et offrir des solutions adaptées aux populations défavorisées cibles (B2B et B2C).

### Étape 3

Élaborer les éléments-clefs de la stratégie marketing, basés sur la méthode « test and learn » pour renforcer la notoriété et l'engagement dans les groupes cibles en France et dans un pays supplémentaire (B2B et B2C).

### Étape 4

Mesurer la notoriété de la marque et l'engagement qu'elle suscite en la comparant à l'état initial. Mener des études quantitatives et qualitatives sur les résultats : quels sont les effets de l'éducation sur les communautés mal desservies ?

Responsable : David Henry, Chief Marketing Officer.

# Levier d'impact social 2 : Possibilités de financement et transparence

## Contexte

OpenClassrooms a choisi de rendre ses cours accessibles, pour permettre à chacun d'accéder à une éducation en ligne de qualité ; l'ensemble du catalogue de cours de l'entreprise est disponible à toutes et tous gratuitement. De plus, tous les cours sont enregistrés sous licence Creative Commons BY-SA, qui permet à quiconque le souhaite de les utiliser, y compris à des fins commerciales.

En revanche, les diplômes d'OpenClassrooms et ses programmes d'alternance et d'insertion professionnelle sont payants. Mais depuis sa création et le lancement de ces parcours diplômants, l'entreprise a noué des partenariats privés et publics pour alléger de manière significative la charge financière laissée aux étudiants.

En France, de nombreuses solutions de financement existent déjà pour soutenir l'alternance, la montée en compétence ou la reconversion professionnelle. OpenClassrooms a d'ores et déjà créé une équipe entière en charge de l'aide et du conseil aux étudiants en matière de financement ; mais l'entreprise peut sans doute en faire plus.

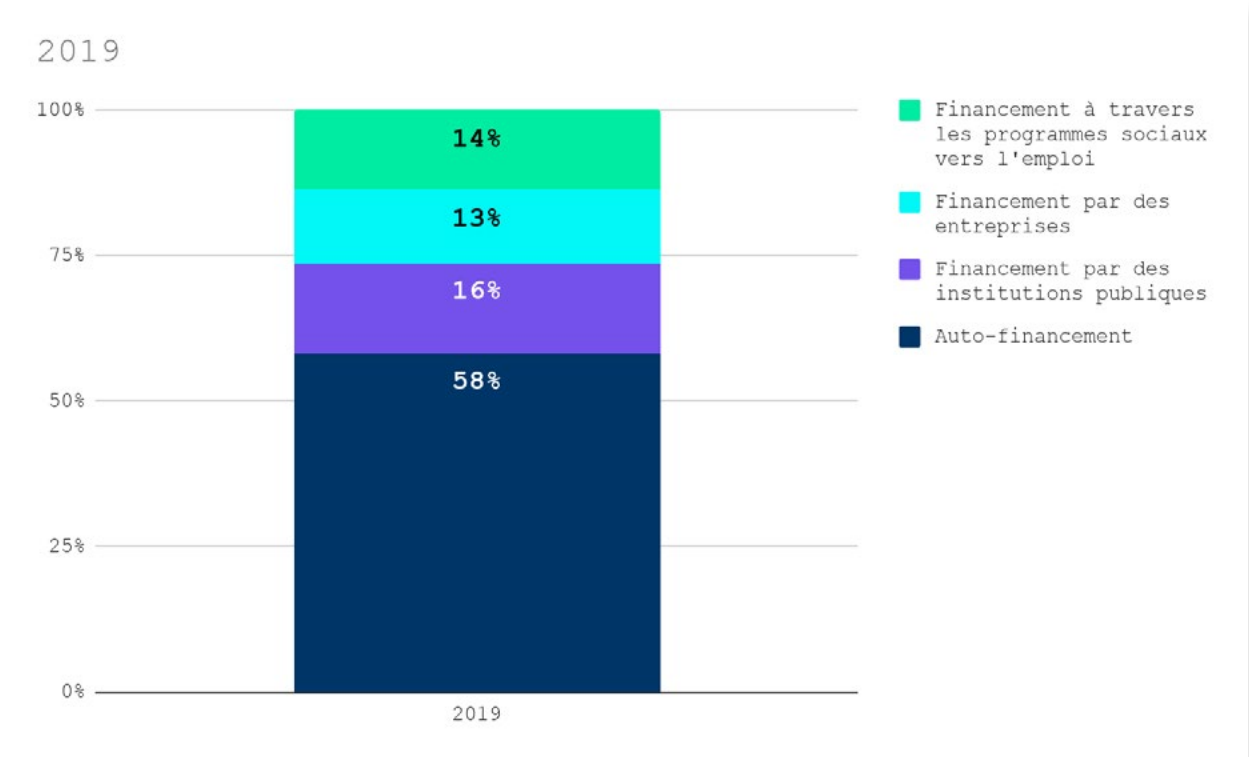
Les données suivantes ont été mises à disposition du Comité d'Impact : elles portent sur les étudiants en parcours diplômants, à savoir les étudiants inscrits sur des programmes de formation :

- **Une majorité d'étudiants sur les parcours payants financent eux-mêmes leur formation.**
- **En outre, trois autres sources de financement sont également représentées chez OpenClassrooms : certaines entreprises financent des parcours au bénéfice d'étudiants, les pouvoirs publics financent certains parcours par le biais d'une aide sollicitée et obtenue par l'étudiant lui-même (Pôle emploi, régions, etc.), et enfin les pouvoirs publics financent des parcours via des programmes massifs de formation vers l'emploi.**

# Données à l'appui

Proportion globale des étudiants sur les parcours diplômants financés par un tiers 2019

**+42%**

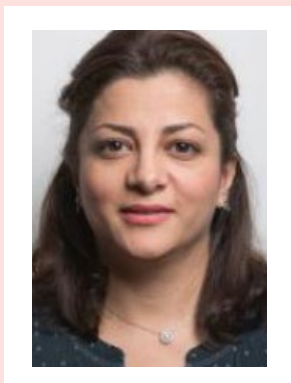


Le Comité d'Impact recommande à OpenClassrooms d'augmenter le nombre d'options de financement disponibles pour les étudiants, afin d'accroître le nombre d'étudiants issus de communautés défavorisées. Ceci implique de multiplier les partenariats de financement avec des banques, entreprises, fondations ou agences publiques pour offrir des options adaptées à un nombre de plus en plus important d'étudiants.

Le Comité d'Impact recommande également d'expliquer les mécanismes financiers de façon transparente et claire sur le site web d'OpenClassrooms et à travers ses autres canaux de communication, pour s'assurer que tous les étudiants présents et à venir disposent d'un panorama complet des possibilités à leur disposition.

### **Créer des opportunités pour ceux qui en ont le plus besoin :**

Depuis 2019, OpenClassrooms travaille avec plusieurs associations pour soutenir les réfugiés dans leur insertion professionnelle en leur permettant de se former à plein temps, ou à travers un programme d'alternance.



Voici le voyage singulier de Mojan : de chimiste en Iran à Product manager en France, Mojan a passé toute sa vie en Iran, jusqu'à ce qu'elle doive quitter son pays natal avec son mari journaliste opposé au régime.

Elle est arrivée en France il y a huit ans et a demandé l'asile politique. Après une licence en chimie en Iran, Mojan tente de décrocher un emploi en France, mais trouve seulement des stages. Avec une petite fille de deux ans, elle doit agir vite ; elle entend parler d'OpenClassrooms en suivant un programme dédié aux femmes réfugiées nommé TechFugees. En parallèle, elle entre en contact avec RTE, une entreprise spécialisée dans l'énergie ; RTE lui offre rapidement l'opportunité de suivre le parcours "product manager" en ligne avec OpenClassrooms, puis l'embauche comme alternante.

# Prochaines étapes

## Valeur partagée

**Plus il y a d'étudiants issus de communautés défavorisées qui bénéficient d'un financement, plus il y a de personnes qui peuvent accéder à l'éducation et ainsi améliorer leur niveau de vie, et plus OpenClassrooms peut combiner rentabilité économique et impact social.**

## Objectif

S'assurer que l'information sur les choix de financement est clairement mise en avant à travers la plateforme et les canaux d'OpenClassrooms.

Proportion d'étudiants financés parmi les étudiants premium d'ici le deuxième trimestre 2021

**60%\***

\* Cet objectif est basé sur une estimation "business as usual". Le Comité d'Impact acceptera également une croissance en nombre absolu.

## Recommandations et engagements 2020

### Étape 1

Créer une vue d'ensemble complète des possibilités de financement existantes, disponibles sur OpenClassrooms.com, pour la France comme à l'étranger.

### Étape 2

Définir un plan pour augmenter le nombre de possibilités de financement, y compris la possibilité de développer des partenariats du type fondations, organisations d'aide financière et de développement spécialisées dans l'éducation, la lutte contre la pauvreté, l'égalité, etc., en France et au-delà. Atteindre une proportion d'étudiants financés à hauteur de 60% de tous les étudiants, avec une attention particulière portée aux communautés défavorisées.

### Étape 3

Rassembler les données nécessaires pour analyser de manière précise l'impact de l'éducation sur les communautés défavorisées. L'objectif est d'atteindre 100% d'insertion professionnelle pour les étudiants membres des communautés défavorisées financées dans ce cadre.

Responsable : Esther MacNamara, VP en charge des programmes sociaux vers l'emploi.

# Levier d'impact social 3 : Partenariats stratégiques avec l'entreprise

## Contexte

L'indicateur de performance phare d'OpenClassrooms, c'est l'insertion professionnelle : le critère appliqué par l'entreprise pour évaluer sa performance n'est pas le nombre d'étudiants diplômés ou de certificats obtenus, mais le nombre de femmes et d'hommes dont la situation professionnelle a changé après avoir étudié sur OpenClassrooms. Les employeurs jouent donc un rôle crucial dans la proposition de valeur d'OpenClassrooms.

OpenClassrooms compte près de 500 entreprises et institutions partenaires. Alors que l'entreprise a été créée en 2013, c'est déjà une performance considérable ; en revanche, ce n'est pas assez pour augmenter de façon significative le nombre d'étudiants placés dans l'emploi et augmenter encore l'impact de l'entreprise.

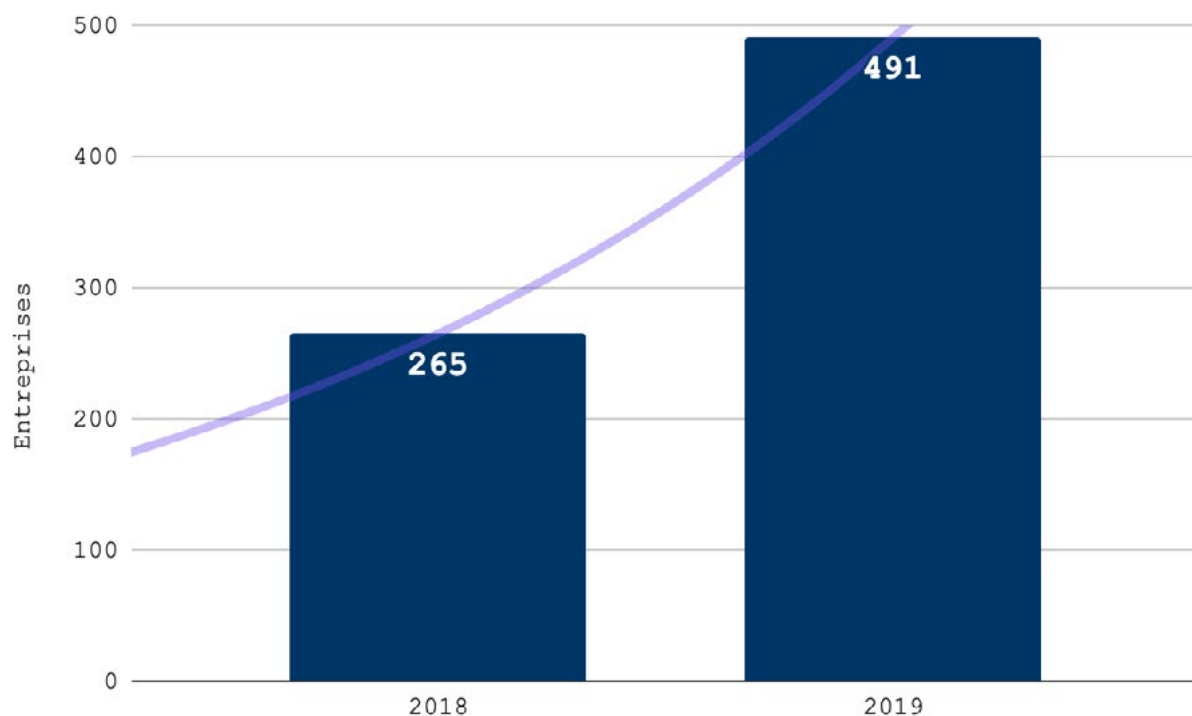
Le Comité d'Impact a la conviction que le développement des partenariats avec les entreprises est crucial pour augmenter significativement l'impact d'OpenClassrooms. Il s'agit d'un élément-clé pour permettre d'améliorer la vie de nombreux étudiants. Le Comité d'Impact estime également que OpenClassrooms doit jouer un rôle pionnier dans la définition d'un nouveau mode d'éducation et de formation, articulé de manière précise et directe avec les besoins de main d'oeuvre des entreprises. Les partenariats avec ces dernières, pour co-crée des contenus pédagogiques et des programmes de formation conçus à partir de leurs besoins sont primordiaux dans cette perspective.

OpenClassrooms compte actuellement de nombreux partenariats, construits sur des offres adaptées à chaque client :

- Les clients « **Spark** » ont accès à l'ensemble du catalogue des cours OpenClassrooms, avec un tableau de suivi qui permet aux responsables RH de suivre les progrès des équipes.
- Les clients « **Boost** » acquièrent un ou plusieurs blocs de compétences, qui correspondent à un savoir-faire spécifique ; les employés des équipes cibles peuvent soit développer leurs compétences actuelles, soit entamer une reconversion.
- Les clients « **Pivot** » achètent un parcours diplômant OpenClassrooms complet pour leurs employés, afin de leur permettre d'acquérir un tout nouvel ensemble de compétences en se formant à un nouveau métier, ou développer de nouvelles compétences spécifiques au sein de leur domaine d'expertise.
- Les clients « **Uplift** » ont accès à des cohortes d'alternants, avec le soutien total d'OpenClassrooms à chaque étape du programme.

En 2018, OpenClassrooms comptait 256 clients ; un an plus tard, 491 entreprises clients ont été enregistrées sur l'ensemble des produits cités plus haut. Les organismes de financement et les administrations publiques sont exclues de ce décompte.

# Données à l'appui



## **Créer un pool de talents : l'exemple Capgemini.**

Capgemini est un leader mondial des technologies de l'information, basé à Paris, en France. Comme beaucoup d'autres entreprises dans ce domaine, Capgemini a été confrontée à une pénurie de talents sur des postes essentiels au développement de son activité (code et développement, traitement des données). Plutôt que de travailler d'arrache-pied à attirer des talents non-existants, Capgemini s'est associé à OpenClassrooms pour former ses propres talents : OpenClassrooms source un certain nombre de candidats potentiels pour Capgemini ; une fois sélectionnés, ces candidats intègrent un programme d'alternance où ils suivent une formation en ligne diplômante OpenClassrooms tout en travaillant comme alternants chez Capgemini.

Une situation gagnant-gagnant unique :

- Les étudiants décrochent un emploi avant même de commencer leur programme de formation
- Les employeurs ont accès à des talents adaptés, sur des métiers en tension et forment eux-mêmes leurs propres experts

Des centaines d'étudiants ont déjà bénéficié de ce dispositif créé par OpenClassrooms.



# Prochaines étapes

## Valeur partagée

**Plus il existera de partenariats entre OpenClassrooms et des entreprises et organisations internationales reconnues, plus il y aura d'emplois et d'opportunités garantis pour les étudiants et les employés des entreprises partenaires, meilleure sera la réputation d'OpenClassrooms, et plus l'entreprise pourra combiner rentabilité économique et impact social.**

## Objectif

Accroître de 25% le nombre d'étudiants formés sur les programmes noués avec des entreprises partenaires (alternance, montée en compétence, reconversion professionnelle, etc.), en développant les partenariats existants ou à travers de nouveaux partenariats.

Nombre d'étudiants formés sur les dispositifs  
d'entreprise 2020-2021

**+25%**

## Recommandations et engagements 2020

### Étape 1

Élaborer la proposition de valeur OpenClassrooms (y compris ses objectifs et résultats d'impact social) pour nouer des partenariats efficaces avec des entreprises potentielles, y compris les données d'impact, études de cas et témoignages.

### Étape 2

Explorer des méthodes flexibles pour co-crée des contenus pédagogiques et des parcours basés sur les besoins des employeurs.

### Étape 3

Collaborer étroitement avec des entreprises partenaires et autres acteurs externes pour mesurer la valeur du modèle pédagogique OpenClassrooms dans le monde du travail et sa capacité à transformer des vies. Identifier, prioriser et se connecter à des entreprises ou institutions internationales partenaires qui présentent le même genre d'objectifs d'impact social ou clientèle cible.

### Étape 4

Rassembler les données nécessaires pour analyser de manière précise l'impact de l'éducation sur les communautés défavorisées. L'objectif est d'atteindre 100% d'insertion professionnelle pour les étudiants membres des communautés défavorisées formés dans ce cadre.

# Levier d'impact social 4 : Étendre l'empreinte géographique

## Contexte

On sait d'ores et déjà que l'accès à l'éducation sera crucial pour atteindre les objectifs de développement durable définis par l'ONU. Comme il est plus facile de passer à l'échelle en ligne qu'en présentiel, l'éducation en ligne offre une solution crédible aux défis majeurs auxquels le monde fait face, surtout si l'accès à l'éducation est combiné à l'accès à l'emploi.

Aujourd'hui, les cours d'OpenClassrooms sont accessibles gratuitement à tous ceux qui ont accès à un téléphone intelligent ou une connexion internet. OpenClassrooms dispose donc déjà d'une empreinte géographique conséquente, avec des étudiants au sein de petites ou grandes communautés, à travers 140 pays, sur les 5 continents. Les pays francophones sont bien représentés, en écho aux racines françaises de l'entreprise. Par exemple, dans l'Afrique francophone, 120 000 étudiants sont connectés sur la plateforme d'OpenClassrooms tous les mois, avec le Maroc comme fer de lance, suivi par les pays de l'Afrique sub-saharienne comme le Sénégal, le Cameroun ou la République Démocratique du Congo.

En 2019, on comptait 68 pays à travers le monde avec plus de 100 étudiants OpenClassrooms actifs tous les mois, soit une augmentation de 6% comparé à l'année précédente. Dans la majorité des cas, ces étudiants sont des utilisateurs de la plateforme qui se connectent pour suivre les cours en ligne gratuits. S'agissant des étudiants payants, ils s'inscrivent soit aux produits pédagogiques (« Spark ») ou s'engagent dans un parcours diplômant complet de reconversion professionnelle. Le nombre de pays avec plus de 100 étudiants payants actifs a chuté : 13 en 2018, 10 en 2019.

# Données à l'appui

Nombre de pays avec plus de 100 étudiants gratuits mensuels actifs 2019

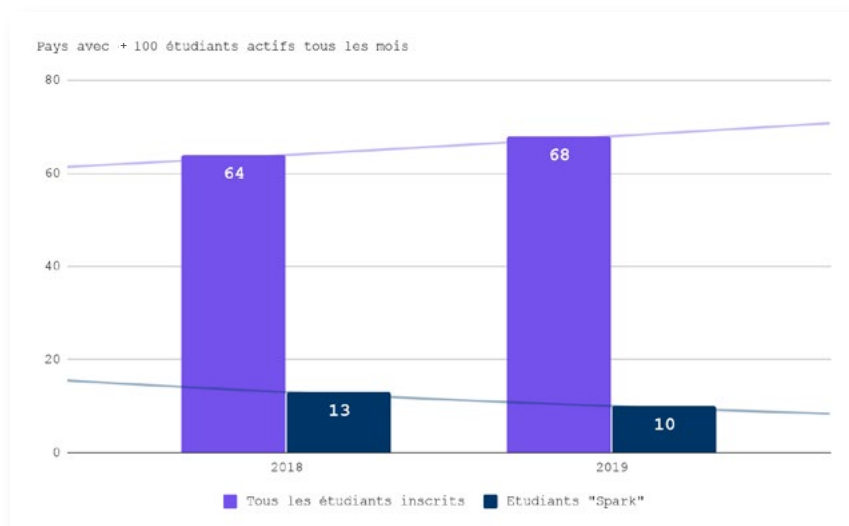
**68**

Nombre de pays avec plus de 100 étudiants payants actifs 2019

**10**

Nombre de pays avec au moins un étudiant inscrit sur un parcours pédagogique 2019

**75**



Augmenter considérablement cette empreinte pour aller au-delà de la zone d'influence existante d'OpenClassrooms avec des produits premium et des partenariats B2B doit donc rester une priorité. Ceci doit entraîner des investissements dédiés importants notamment en temps alloué, marketing, ventes et développement du produit.

OpenClassrooms offre des diplômes accrédités par l'Etat en France, ce qui laisse supposer que sa proposition de valeur paraît plus faible dans d'autres pays ; une prochaine étape intéressante pour augmenter l'impact d'OpenClassrooms réside sans doute dans l'accréditation et la reconnaissance de ses diplômes à l'étranger. Non seulement cette mesure renforcerait l'impact de l'entreprise dans de nouvelles zones géographiques, mais elle créerait également de nouvelles opportunités économiques. Dans ce contexte, l'Afrique, et notamment l'Afrique francophone, constitue une cible appropriée, en passant par exemple par les référentiel Cames.

# Prochaines étapes

Valeur partagée :

**Plus l’empreinte géographique d’OpenClassrooms est large, plus l’impact social devient global et meilleure sera la réputation d’OpenClassrooms. Cela est particulièrement vrai pour les pays en voie de développement où l’accès à l’éducation et l’emploi restent particulièrement prioritaires.**

## Objectif

Étendre l’empreinte géographique d’OpenClassrooms en définissant une stratégie d’expansion axée sur l’impact et en tirant parti des réactions des étudiants internationaux existants et d’un réseau mondial de partenaires commerciaux et institutionnels partageant les mêmes idées.

Nombre d’étudiants issus de milieux défavorisés en dehors de la France

**+20%**

## Recommandations et engagements 2020

### Étape 1

Définir la stratégie appropriée, qui comprend les modifications et évolutions du produit requises pour se mettre au service d’étudiants issus de milieux défavorisés en dehors de la France.

### Étape 2

Construire un réseau mondial de partenaires commerciaux et institutionnels ayant un intérêt commun pour l’éducation et la création d’emplois, tester des solutions hybrides et innovantes pour avoir un impact efficace dans d’autres pays.

### Étape 3

Accroître le nombre d’étudiants issus de communautés défavorisées en dehors de la France, en exploitant le réseau mentionné plus haut.

### Étape 4

Rassembler les données nécessaires pour analyser de manière précise l’impact de l’éducation sur les communautés défavorisées. L’objectif est d’atteindre 100% d’insertion professionnelle pour les étudiants membres des communautés défavorisées formés dans ce cadre.

Responsable : Suzana Delanghe, Chief Product Officer.

# Conclusion et prochaines étapes

Le Comité d'Impact conçoit ce premier rapport comme le début d'une aventure passionnante. Voici les quelques leçons prioritaires que nous avons tirées pour l'avenir :



Le Comité d'Impact était initialement composé de 20 membres, chacun à des niveaux d'engagement différents, en fonction des agendas et priorités, ce qui a posé un certain nombre de problèmes organisationnels et logistiques. Il a été rapidement établi que le comité initial serait divisé en deux : une équipe principale activement engagée dans toutes les initiatives et responsabilités du comité, et une deuxième équipe consultative concentrée sur des sujets spécifiques au fur et à mesure de leur apparition. Cette décision a permis au Comité d'Impact d'être plus agile et efficace.



Le besoin de données a été critique pour comprendre OpenClassrooms, définir les recommandations du Comité et établir un plan d'action. Ce rapport est basé sur les données qualitatives et quantitatives existantes, les discussions avec de nombreux acteurs et sur l'analyse de l'écosystème plus large d'OpenClassrooms. Les recommandations qui en résultent sont ancrées dans des intentions d'impact social et dans un constat partagé de priorités. Le Comité d'Impact va maintenant s'associer à OpenClassrooms dans la réalisation de ses recommandations mais aussi dans la collecte des données requises pour mesurer et suivre ses évolutions.



Tout le processus qui a permis de donner vie à la mission du Comité d'Impact et de comprendre les opportunités et défis d'OpenClassrooms s'est avéré très intéressant et enrichissant. Toutefois ce processus a également été très intense, et a exigé beaucoup de temps et d'engagement à certains membres. Rejoindre ce type de comité n'est pas une responsabilité à prendre à la légère et les futurs membres devront en tenir compte.



Ce rapport représente l'étoile polaire d'OpenClassrooms et a l'ambition de renforcer l'engagement des employés ainsi que la culture d'entreprise. Son contenu, notamment l'objectif d'impact social ultime et les quatre leviers, doit donc être longuement expliqué à tous les employés d'OpenClassrooms dans un moment d'échange et de discussion.



Il est essentiel de mettre en place des interactions plus régulières et systématiques entre l'équipe exécutive d'OpenClassrooms, le Conseil d'Administration et le Comité d'Impact, et ce idéalement dès début juin 2020. Cela assurera un alignement total tant sur le plan stratégique qu'opérationnel chez toutes les parties prenantes. OpenClassrooms doit jouer un rôle pionnier en matière d'impact social, en s'imposant comme référence et en créant un modèle de gouvernance uni, pour inspirer d'autres comités d'impact d'entreprises susceptibles d'émerger en France et au-delà.

**Nunc progredimur.**