

Hupso Academy lève 7 millions d'euros pour répondre aux métiers en tension

Startup de la Edtech mettant l'accent sur la formation professionnelle à distance autour des métiers rencontrant des difficultés de recrutement, PrepAcademy lève 7 millions d'euros pour intensifier son action. Elle en profite pour changer de nom et devenir Hupso Academy.

Temps de lecture : minute

25 avril 2023

Bénévole pour donner des cours aux publics en difficulté notamment, Arnaud Gracieux a transformé sa passion pour l'éducation en entreprise. En 2016, il crée PrepAcademy avec l'idée de combler la distorsion entre la formation et les entreprises en mettant l'accent sur l'emploi et l'employabilité : " *Nous concevons des formations avec l'objectif de guider les personnes sur le marché du travail. Nous suivons le taux d'employabilité à trois mois après la formation. Il atteint quasiment 85 % sur un peu plus de 5.000 personnes accompagnées* ", explique Arnaud Gracieux, fondateur de PrepAcademy. La startup a ainsi mis en place 32 formations destinées à répondre aux problèmes de recrutement des secteurs les plus en tension. Le BTP, le soin, la fonction publique et les enseignants en particulier, mais aussi la vente ou encore la sécurité et la comptabilité disposent de formations propres.

S'entourer des bons partenaires

Rentable depuis ses débuts, la jeune pousse annonce sa première levée de fonds, un tour de table de 7 millions d'euros réalisés auprès du VC

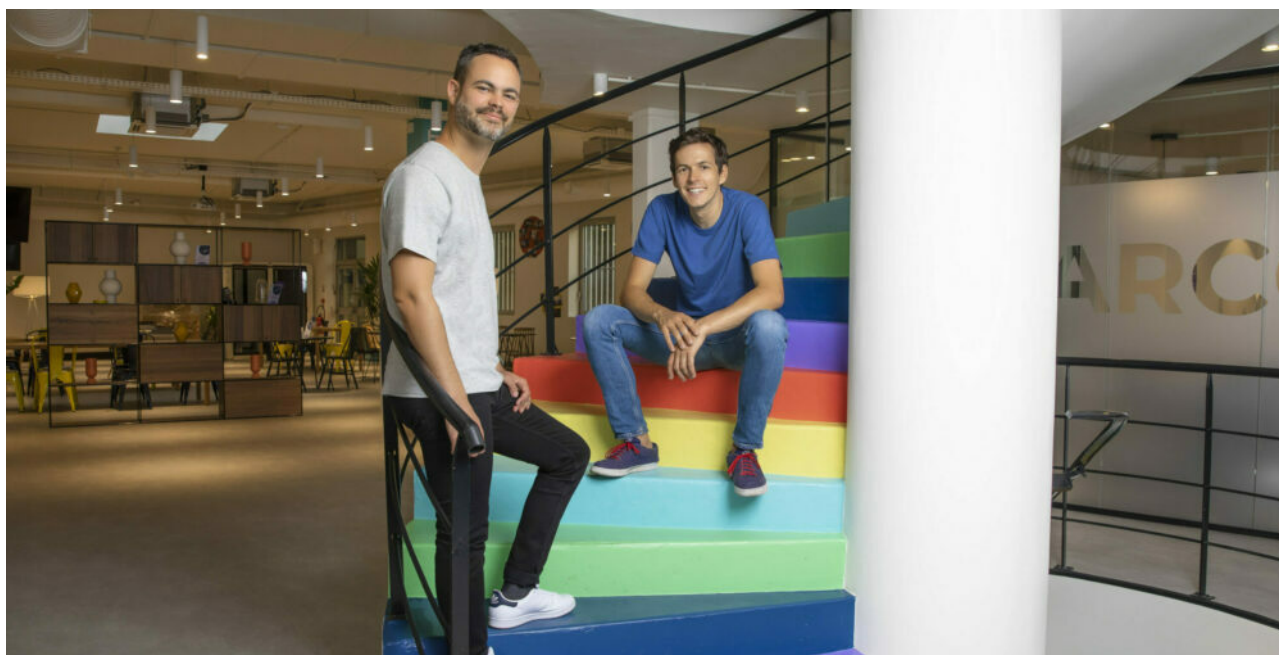
Educapital et du Family Office Evolem. " *Le premier, fonds spécifique leader dans la Edtech, nous a compris et peut nous aider à s'imposer. Nous tenions aussi à voir un family office lyonnais car nous y sommes implantés.* ". La startup a également choisi de s'entourer de business angels comme Patrick Asdaghi, CEO de Foodchérie, Romain Libeau, CPO de Swile, Romain Raffard, CEO de Bergamotte, Axel et Hugo Manoukian de MoovOne et Dimitri Farber de Tiller Systems. " *Nous voulions de la smart money et ils pourront nous apporter leur conseils, accompagnement et nous aiguillerons de leur expertise.* ". Cette levée de fonds se traduit par une nouvelle identité pour la startup qui devient Hupso Academy.

Lever au bon moment

Les fonds obtenus visent à accélérer le développement de l'activité. " *Nous avons un modèle rentable donc on peut passer à l'échelle. Il y a des places à prendre sur le marché de la formation distancielle qui se structure et nous devons nous inscrire dedans.* " Alors que le CEO évalue à un million le nombre d'emplois pénuriques par an dans les secteurs couverts par ses formations, il prévoit d'en lancer 40 nouvelles dans les trois prochaines années dont 11 à court terme. " *Nous avons l'objectif de doubler le nombre d'apprenants pour atteindre 3.000 en 2023. Nous voulons nous positionner et valoriser les métiers oubliés et indispensables avec du contenu, des interviews, montrer leur bon côté.* "

Les fonds permettront également d'améliorer la plateforme d'apprentissage, d'accélérer le marketing et d'intégrer une nouvelle brique liée à l'emploi à la solution.

" Une entreprise pourra recruter nos apprenants pendant ou après la formation. Elle exprimera un besoin, nous lui transmettrons les profils et la mettrons en contact avec nos candidats en formation en prenant une commission. " Éligible à tous les modes de financement de la formation professionnelle, seuls 20 % des publics ayant recours à Hupso Academy sont des demandeurs d'emploi, les autres cherchant à réaliser une évolution professionnelle ou une reconversion dans un secteur en pénurie de main d'œuvre.



À lire aussi

OpenClassRoom : 25% de ses effectifs visés dans un plan de départ volontaire

Article écrit par Nadege Hubert