

Maria Schools s'ouvre à la formation en ligne et lève 2 millions d'euros

L'établissement de formation aux métiers d'avenir, Maria Schools, vient de réaliser sa première levée de fonds. L'argent récolté auprès de business angels et du Crédit Mutuel Innovation lui permettra de déployer six nouvelles écoles d'ici à 2023.

Temps de lecture : minute

25 septembre 2020

Avec le confinement, les Français·e·s et entreprises ont du s'adapter à une nouvelle vie et parfois même à changer leur fusil d'épaule. C'est exactement ce qu'ont dû faire Agnès Alazard et Annabelle Bignon, les deux fondatrices de [Maria Schools](#) et de son école [Maestro](#). En quelques semaines, elles se sont lancées dans la formation en ligne et une levée de fonds. Deux paris osés mais payants puisqu'elles viennent de lever 2 millions d'euros auprès d'une dizaine de business angels dont Florian Douetteau (co-fondateur et CEO de [Dataiku](#)) et du fonds Crédit Mutuel Innovation. L'objectif : ouvrir six nouvelles écoles de formation d'ici à 2023.

Les formations en ligne accélérées par le confinement

Comme toutes les entreprises, Maria Schools a fermé ses portes du jour au lendemain le 17 mars dernier, laissant ses étudiants sans formation. La première session du programme Maestro n'avait pas encore débuté. "Les formations de l'école Lion (créée par Annabelle Bignon avec the

Family et rachetée plus tard) étaient uniquement organisées en présentiel" , reconnaît Agnès Alazard. Plutôt qu'un frein, les deux associées y ont vu l'opportunité de "commencer à expérimenter de nouveaux formats et d'avancer sur leur stratégie de formation multicanal" .



À lire aussi

Maria Schools, le campus qui veut former les Français aux métiers du futur

Pendant un mois et demi, elles ont ainsi testé de nouveaux outils et ateliers pour tenter de coller aux attentes de leurs étudiants. Le feedback de ces derniers a été, une fois de plus, une aide précieuse ; la startup fait évaluer chaque session de travail effectuée. Fin avril, une première formule, *"qui continuera à être améliorée au fil du temps"*, a ainsi vu le jour. Entreprises comme particuliers ont ainsi pu continuer à se former. *"Développer la formation en ligne nous a également permis de toucher un public plus large, nos cours étant uniquement proposés à Paris jusqu'ici. Désormais, nous accueillons aussi des étudiants européens"* , se réjouit Agnès Alazard.

Un juste équilibre à trouver entre présentiel et distanciel

Pour autant, la startup n'entend pas passer tous ses modules de formation en ligne. *"Certains sujets comme le changement d'état d'esprit ou le fait de porter un autre regard sur sa propre routine doivent impérativement être réalisés en présentiel"* , sinon le déclic est impossible. La clé de la réussite se trouverait davantage dans la complémentarité de la vidéo, du live et des rencontres selon les dirigeantes. *"Les sessions d'ancrage et la dynamique du groupe sont essentielles"*, la pratique peut, quant à elle, *"s'effectuer à distance ou en live"* sans difficulté. Pour conserver l'inertie du groupe d'avril à juin, Maria Schools a *"davantage fait travailler les élèves par petit groupe de 2 ou 3 personnes"* , détaille Agnès Alazard. Les étudiants ont également reçu des travaux à réaliser chez eux.



À lire aussi

La formation à distance amorce t-elle (enfin) un vrai virage ?

La première session de Maestro, elle, a été décalée d'un mois pour être

réalisée en présentiel. Une quinzaine de personnes ont ainsi pu se former, *"beaucoup sont en process de recrutement aujourd'hui et une de nos élèves vient d'être embauchée chez Stuart"* , se réjouit la co-fondatrice de l'école.

Tripler le nombre d'écoles d'ici à trois ans

Pour financer son ambition de devenir *"une maison de l'apprentissage permanente"* , Maria Schools s'est lancée dans une levée de fonds en plein Covid-19. Une dizaine de business angels et le fonds Crédit Mutuel Innovation ont répondu à l'appel, finançant la startup à hauteur de 2 millions d'euros. La promesse d'accompagner les salarié·e·s durant toute leur carrière a su séduire les investisseurs.

Si les deux fondatrices gardent le silence sur certains points de leur stratégie de développement, l'écologie, le no code et les ventes font partie des thèmes qu'elles aborderont très prochainement. Une nouvelle école, Hero, devrait éclore d'ici l'année prochaine. Complémentaire des deux autres, elle formera au storytelling et à *"l'art de capter l'attention de manière juste et responsable"* . Un sujet qui fait écho aux invectives d'Emmanuelle Duez, fondatrice de The Boson Project sur le jargon, le pire ennemi des pitches. *"Nous avons encore besoin d'accélérer sur le développement de nos programmes et l'animation de notre communauté"* , une quinzaine de recrutements sont donc prévues d'ici à la fin de l'année, ce qui doublera les effectifs de la startup.