

Conservatoire National des Arts et Métiers

**« Les MOOC au milieu du gué :
opportunités et menaces d'un modèle à inventer »**

19 mars 2014

MOOC, quels modèles économiques? Quelles perspectives?

Sir John Daniel

Senior Advisor, Academic Partnerships

Introduction :

Bonjour et merci de m'avoir invité à vous adresser la parole. Je voudrais remercier tout particulièrement Monsieur Eric Bruillard, qui a organisé une visite très intéressante à l'ENS de Cachan hier.

Le sujet de cette séance est : *les MOOC, quels modèles économiques? Quelles perspectives?* Je crois que ces questions sont dans le bon ordre, car s'il n'y a pas de modèles économiques viables pour les MOOC, ils ne feront pas long feu. Lorsque nous disons que les MOOC sont 'ouverts', l'on veut dire normalement qu'ils sont offerts gratuitement. Or, une institution ne pourra pas offrir indéfiniment des cours gratuits sans toucher, en revanche, directement ou indirectement, des revenus.

Cela est d'autant plus vrai dans la mesure où, avec la multiplication des MOOC et la concurrence entre les institutions pour offrir des MOOC de bonne qualité, la production d'un MOOC coûte de plus en plus cher. Il y a deux ans l'on produisait un MOOC pour 15.000 Euros, mais aujourd'hui on parle parfois de plus de 100.000 Euros par cours.

L'économie des MOOC

Je parlerai de l'économie des MOOC dans une perspective historique en identifiant trois étapes dans leur développement.

J'ai effectué mes premières recherches sur les MOOC en 2012 lors d'un séjour en Corée. J'ai intitulé l'essai qui en résultait « Comprendre des MOOC : Réflexions dans un labyrinthe de mythes, de paradoxes et de possibilités ». L'article est disponible en anglais sur le site Web de Academic Partnerships.

En 2012 il n'y avait que deux types de MOOC, les cMOOC et les xMOOC. Or, aujourd'hui nous assistons à une multiplication et donc à une diversification des MOOC. J'y reviendrai

Les MOOC connectivistes : cMOOC

Mais tout d'abord, si l'on remonte à 2008, il y a eu les premiers cMOOC, ou MOOC connectivistes, offerts par l'Université du Manitoba au Canada. Le modèle économique était simple. Le cours intitulé « Connectivism and Connective

Knowledge » a été offert sous les conditions normales aux étudiants sur le campus, qui ont donc payé des frais de scolarité de façon habituelle, et il a été offert gratuitement au public en général.

Je n'ai pas vu d'analyse économique de cette opération mais je suppose que l'offre de ce cMOOC couvrait ses frais pour deux raisons. Premièrement, les frais de scolarité et les subventions d'état associés aux étudiants réguliers assuraient des revenus à l'institution. Ensuite, puisque le cours était fondé sur la communication entre les participants, le cout des interventions des professeurs n'était pas énorme.

Les xMOOC

Ensuite, à partir de 2012, il y'avait des xMOOC offerts par quelques grandes universités américaines en se servant des plateformes Coursera, edX, etc.

Jeffrey Young, un journaliste du *Chronicle of Higher Education* qui a suivi l'histoire des MOOC depuis le début, s'est servi de la législation sur la liberté de l'information pour obtenir copie du contrat que les institutions publiques signaient avec Coursera.

Or, Coursera suivait le principe classique de Silicon Valley dans ce genre d'initiative, à savoir de multiplier le nombre de participants le plus rapidement possible et de se préoccuper du modèle économique ensuite. Toutefois, une annexe au contrat suggérait que l'on pourrait peut-être faire de l'argent avec les MOOC de plusieurs façons :

- les étudiants paieraient pour des certificats;
- les étudiants paieraient pour passer un test supervisé;
- les employeurs paieraient pour avoir des renseignements sur la performance des étudiants;
- les universités paieraient pour ces renseignements;
- les étudiants paieraient pour le tutorat;
- l'on vendrait la plateforme informatique pour permettre à d'autres de faire des MOOC;
- des compagnies paieraient pour associer leurs noms à certains cours;
- frais de scolarité.

Jusqu'à date je crois pouvoir dire qu'aucune de ces idées ne génère des revenus intéressants, surtout pour les universités impliquées. Ce sont surtout des compagnies comme Coursera ou celles comme, par exemple Pearson, qui dispose un réseau mondial de centres d'examen, qui récoltent le peu d'argent versé par des étudiants ou des employeurs.

Diversification

Depuis 2013 nous assistons à la multiplication et à la diversification des MOOC. En même temps que les MOOC deviennent un peu 'vieux jeu' en Amérique du Nord, d'autres pays, notamment la France, s'y intéresse activement – au séminaire récent sur les MOOC à Lausanne on parlait même d'engouement!

Au début de cette année il y'avait plus de mille MOOCs offerts à travers le monde.

dehors de l'Amérique du Nord. La semaine prochaine je commence moi-même un MOOC de FutureLearn pour tester ces nouvelles eaux!

La multiplication s'accompagne de la diversification. La définition d'un MOOC devient beaucoup plus floue. La signification de chaque mot dans l'acronyme MOOC – Massive, Open, Online et Course – varie beaucoup d'un MOOC à l'autre.

Cela veut dire aussi que l'économie des MOOC varie considérablement. Toutefois, dans la mesure où l'on continue à offrir les MOOCs gratuitement, leur rentabilité pour les universités demeure douteuse sauf dans de rares cas.

Or, la Open University du Royaume-Uni constitue l'un de ces cas que je voudrais examiner avec vous. Je vous ferai part des résultats de recherches toutes récentes sur l'économie des MOOC et des médias gratuits en général à l'Open University. Pour cela je suis gré à Monsieur Andrew Law, Directeur des Médias Ouverts à cette institution. Je résumerai une communication qu'il a donnée au Japon en janvier en me servant de quelques unes de ses diapositives.

En effet, la Open University fait des recherches approfondies sur les conséquences de son offre de médias d'apprentissage gratuits qu'elle propose au public à côté de ses cours réguliers payants. 10.000 heures de son contenu – soit environ 5 pour cent de son contenu total – sont disponibles gratuitement au public en ligne sur Open Learn, YouTube, iTunesU, et plus récemment sous forme de MOOC sur FutureLearn.

Trois personnes dans le service de M. Law travaillent à plein temps à suivre les trajectoires des apprenants qui s'intéressent aux médias gratuits, surtout pour identifier ceux qui finissent par s'inscrire à un cours payant. Je vous présenterai les conclusions de cette recherche, qui est toute nouvelle, avant d'expliquer pourquoi la Open University jouit d'avantages particuliers dans ce domaine.

Les médias gratuits attirent des revenus à l'Open University de plusieurs sources, telles la vente de CD-ROM, de livres, etc. Toutefois, la source de revenus la plus importante, et de loin, est l'inscription à ses cours réguliers des apprenants qui ont trouvé l'Université par le biais des médias gratuits. Cette année l'Université a identifié un peu plus de 1.500 nouveaux étudiants qui n'avaient aucun contact avec l'institution, sauf par les médias gratuits, avant leur inscription.

Or, si l'on compare l'investissement, en coûts de production et de gestion, dans les médias gratuits aux revenus générés par ces 1.500 inscriptions, l'Université récolte un bénéfice d'entre huit et neuf pour cent. Donc, c'est une opération rentable pour l'Open University rien que sur le plan financier, sans compter les autres éléments d'impact des médias gratuits.

Toutefois, la Open University, jouit d'avantages particuliers pour son offre des MOOC en particulier et les médias gratuits en général. Quels sont ses avantages?

Tout d'abord, l'obligation d'offre des matériaux éducatifs gratuits, et par extension des MOOC, figure dans la mission de l'Open University articulée dans sa Charte

Je souligne deux phrases :

Tout d'abord l'Université doit faire avancer et diffuser savoir par une variété de moyens, tels la radiodiffusion et des technologies appropriées. Ensuite l'une des tâches de l'Université est de promouvoir le bien-être éducatif de la société en général.

Lorsque l'Open University a été fondée il y a 40 ans, elle réalisait cet aspect de sa mission par ses émissions diffusées aux heures de pointe sur les réseaux nationaux de télévision et de radio de la BBC.

Aujourd'hui les émissions de télévision réalisées conjointement par la Open University et la BBC rejoignent 300 millions de personnes à travers le monde, mais l'Université a par ailleurs beaucoup diversifié son offre de médias gratuits, surtout en ligne, comme vous le montre cette diapo.

C'est une approche très structurée où chaque canal de communication a sa fonction propre : les émissions de télévision, non seulement sur la BBC, mais aussi sur Aljazeera, par exemple, pour la sensibilisation; YouTube et GooglePlay pour approfondir l'intérêt suscité; Facebook, FutureLearn et iTunes pour se joindre à une communauté, et enfin OpenLearn pour s'identifier et s'approcher du moment de l'inscription.

Chaque medium a sa clientèle propre. Par exemple, depuis le lancement de iTunesU, l'Open University est l'une des universités participantes qui reçoit le plus de visites et de téléchargements. Mais iTunesU est surtout une affaire des étudiants américains de premier cycle, qui ne sont pas la clientèle recherchée par la Open University. Donc elle a mis tous ses contenus de iTunesU sur YouTube aussi, car YouTube rejoint précisément les gens susceptibles de s'inscrire comme étudiants réguliers.

En ce qui concerne un modèle économique pour les MOOC, l'Open University jouit de trois autres avantages. Tout d'abord, il y a l'échelle et l'étendu des ses opérations : 250.000 étudiants dont 45.000 en dehors du Royaume-Uni. Ensuite, sa qualité, où elle se classe cinquième parmi les cent universités anglaises pour la qualité de son enseignement, avec Oxford juste derrière! Mais enfin, et surtout en termes du modèle économique dont nous parlons aujourd'hui, la production d'un MOOC ou d'autres médias gratuits n'est pas chère car tout l'enseignement de l'Open University est déjà sous forme numérique et en ligne. Il est facile de le transformer pour en faire des contenus gratuits.

Donc, l'Open University a un modèle économique viable pour les MOOC, mais peu d'autres universités jouissent des ces mêmes avantages. En principe les autres universités ouvertes à travers le monde pourraient suivre son exemple, mais je ne sais pas combien de ces institutions se sont lancées dans les MOOCs et je doute qu'il existe une étude aussi sérieuse que celle de l'Open que je viens de citer sur les couts et les bénéfices de leurs MOOC.

Les MOOC : quelles perspectives?

Pour conclure je dirais que mes perspectives sur l'avenir des MOOCs découlent de mes propos sur leur économie – et elles sont très simples.

Pour les universités campus, offrir des MOOC est une bonne façon de se préparer pour offrir l'enseignement régulier en ligne. Ceci présente deux avantages. D'abord, les cours réguliers s'inscrivent dans un cadre économique bien connu et rentable.

Mais ensuite, et c'est encore plus significatif, les cours réguliers mènent à des diplômes et autres formes de reconnaissance des résultats des études. La majorité des gens qui s'inscrivent aux MOOC sont déjà bien qualifiés mais aujourd'hui, avec des taux de chômage honteux chez les jeunes un peu partout, il faut fournir une certification valable aux apprenants.

Le cas de la Chine a des leçons pour nous. L'année dernière plusieurs universités chinoises renommées, telles que l'Université de Pékin et l'Université Tsinghua, suivant le troupeau des universités américaines, se sont lancées dans les MOOC. Mais ça n'a pas donné grande chose. Le peuple chinois ne s'y intéresse pas beaucoup car peu d'entre eux veulent apprendre seulement pour le plaisir d'apprendre. Ils veulent pouvoir montrer à leurs employeurs ou aux établissements de formation des preuves de réussite de leurs études.

Je crois que ce qui est vrai pour la Chine est vrai pour bien d'autres pays. Les MOOC n'ont de valeur que s'ils encouragent l'enseignement supérieur à prendre le chemin de l'apprentissage en ligne pour ses cours réguliers de formation.

Je vous remercie.