

Le ludo-éducatif

News

MAR marché



revient par le Web

Le marché du ludo-éducatif est en baisse depuis des années. Kizz TV propose une offre en ligne. La solution pour relancer le marché ?

JDLi : Est-ce raisonnable de se lancer aujourd'hui

sur ce marché, surtout sur PC ? Où en êtes-vous de vos négociations avec les FAI « triple play » ?

Vincent Tauzia : Si le marché du cédérom ludo-éducatif est effectivement en baisse depuis plus de cinq ans, le marché des loisirs numériques à destination des jeunes enfants est, lui, bien orienté. La croissance du marché de la VOD par exemple est tirée par le secteur jeunesse. La multiplication des offres à destination de ce segment (jeux console DS, jeux VTech, Leapfrog) témoigne de la vitalité du secteur. Malheureusement, cette offre est extrêmement fragmentée, laissant le soin aux parents, souvent désorientés, de sélectionner les activités numériques, les médias les plus adaptés à leurs enfants. Avec Kizz TV, nous proposons une solution globale, avec une vraie valeur ajoutée pédagogique pour les parents, qui s'inscrit sur les quatre années de l'école maternelle. À terme, Kizz TV sera disponible non seulement sur PC et Mac mais sur tous les écrans, notamment les tablettes tactiles et TV interactives. Aujourd'hui nous concentrons nos efforts sur le lancement de Kizz TV sur ordinateur, avant d'aller proposer aux FAI de rajouter Kizz TV dans leurs bouquets.

Votre modèle économique ne repose-t-il que sur l'abonnement ou envisagez-vous également de commercialiser de la publicité sur votre site ?

Notre modèle économique est aujourd'hui fondé exclusivement sur la participation financière des familles, garante de l'indépendance et de la qualité de Kizz TV. Kizz TV donne accès à un large éventail de contenus, habituellement vendus sur CD-Rom ou DVD. Notre formule est simple : elle repose sur une inscription mensuelle sans engagement, avec une vraie garantie « satisfait ou

remboursé ». Ainsi, une maman peut inscrire son enfant pour un mois tout en sachant que si, pour quelque raison que ce soit, elle veut arrêter, elle peut le faire à tout moment. Les parents qui ont participé à l'élaboration de Kizz TV sont unanimes : ils attendent une offre qui n'expose pas leur progéniture à la publicité. Cela dit, nous discutons actuellement de partenariats qui puissent être utiles aux parents en s'appuyant sur notre système expert de recommandation pour proposer des offres de services (ex: ferme pédagogique) ou de produits (ex: jouets) directement aux parents. Et, en tout état de cause, ces partenariats concerneront des offres pour les parents et jamais nous n'exposerons les enfants qui utilisent Kizz TV à de la publicité !



Pourquoi commencer par les 3-6 ans, plus concernés par des exercices d'éveil que réellement éducatifs ? Allez-vous vous adresser à d'autres tranches d'âge ?

Nous nous adressons aux 3-6 ans car cet âge est crucial pour le développement de l'enfant : le travail mené avec les chercheurs des labos partenaires de Kizz TV nous a amenés à pouvoir structurer, autour de 12 compétences clés, un parcours d'apprentissage personnalisé pour chaque enfant, en totale cohérence avec les apprentissages réalisés à l'école maternelle. Au-delà, quand l'enfant plus grand entre à l'école primaire, pour y travailler la lecture, les mathématiques, etc., ses attentes et celles de ses parents sont déjà plus différenciées : l'enfant qui a fini ses devoirs veut du 100 % ludique, avec de vrais jeux vidéo auxquels il joue sur PC ou sur console, tandis que les parents sont, le cas échéant, en demande de soutien scolaire ciblé par matières. Et ces deux domaines, le jeu vidéo et le soutien scolaire, sont déjà pris en compte par de nombreux acteurs que nous n'allons pas concurrencer, mais qui pourraient devenir des partenaires.

