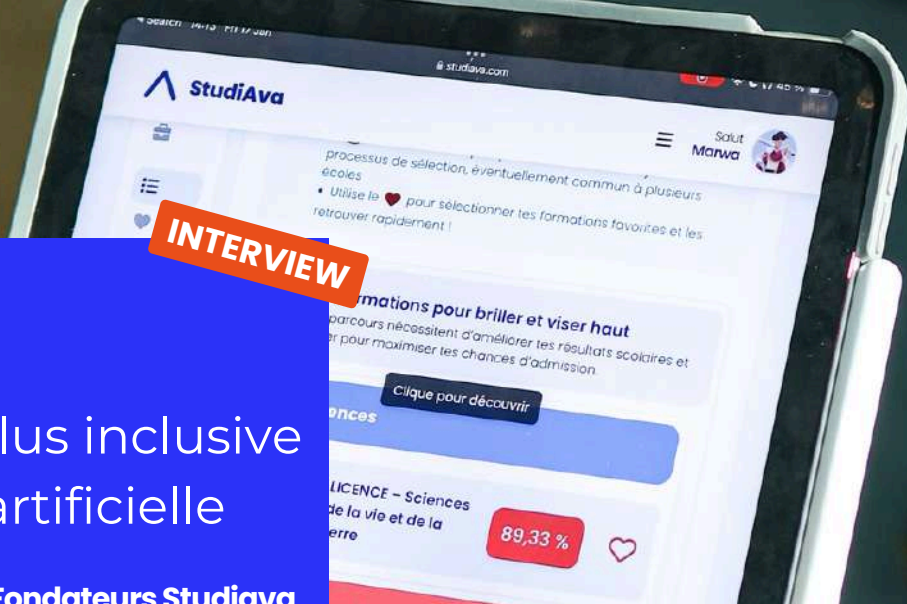


StudiAva

Rendre l'orientation plus inclusive grâce à l'intelligence artificielle

👤 Wassim Benouis et Yoann Ravel – Fondateurs StudiAva

INTERVIEW



Wassim, peux-tu nous présenter StudiAva et la genèse du projet ?

StudiAva est née d'un constat très simple autour du sujet de l'orientation et surtout de l'inégalité de l'orientation.

Nous sommes deux associés, deux ingénieurs, et nous avons atteint ce niveau par des parcours différents. En regardant autour de nous, nous nous sommes rendu compte que l'on avait laissé beaucoup d'amis sur le carreau : des jeunes qui font aujourd'hui des métiers qui ne leur plaisent pas, parfois précaires, simplement parce qu'ils n'ont pas eu la bonne information au bon moment.

Personnellement, j'ai découvert l'existence des écoles d'ingénieurs seulement quelques mois avant la clôture de Parcoursup. C'était vraiment in extremis.

Et beaucoup de jeunes ne connaissent même pas la diversité des formations qui existent. Ils biaisent leurs choix pour rester avec leurs amis, pour ne pas trop s'éloigner de chez eux... et au final ils sacrifient parfois leur avenir sans s'en rendre compte.

Concrètement, que propose votre solution ?

La mission première, c'était de permettre aux jeunes lycéens de trouver leur orientation. Nous avons donc développé un outil de matching : le jeune renseigne ses notes, ses envies, ses ambitions, ses soft skills, et nous lui proposons des formations post-bac qui correspondent à son profil.

L'idée est simple : donner accès à une information claire et personnalisée à des jeunes qui, souvent, ne connaissent pas l'ensemble des formations existantes. Beaucoup font des choix biaisés, parce qu'ils veulent rester avec leurs amis, ne pas s'éloigner de chez eux ou simplement parce qu'ils ne savent pas ce qui est réellement possible pour eux. Notre objectif est de leur permettre de découvrir des parcours auxquels ils n'auraient pas pensé seuls et de faire des choix plus éclairés.

Aujourd'hui, la solution va beaucoup plus loin. Elle est déployée dans une vingtaine de villes à l'échelle nationale et elle ne s'adresse plus uniquement aux lycéens. Nous travaillons aussi avec des jeunes décrocheurs, et nous sommes en train d'étendre la solution vers les collégiens et vers la partie carrière.

À travers ces différents publics, l'ambition reste la même : réduire les inégalités d'accès à l'information et aider chacun à identifier une voie qui lui correspond réellement, en s'appuyant à la fois sur les données académiques et sur les aspirations personnelles.



L'IA au cœur du produit

Quelle place occupe l'intelligence artificielle dans StudiAva ?

À la base, nous avons créé un algorithme sans IA, qui faisait un matching mathématique entre compétences, notes et formations.

Il y avait deux raisons : l'IA n'était pas encore aussi populaire, et surtout on voulait comprendre nous-mêmes parfaitement le mécanisme du matching.

Ensuite, nous avons intégré l'IA parce qu'elle nous facilite énormément la recommandation. Elle permet d'enrichir les profils, de mettre à jour les résultats sans tout recalibrer manuellement, et surtout de proposer des recommandations plus fines et plus personnalisées.

Aujourd'hui, nous sommes sur un modèle hybride. On peut fonctionner à 100 % en algorithme, à 50/50, ou à 100 % en IA selon les contextes.



Par exemple, dans des environnements très sensibles comme par exemple le domaine militaire, nous restons majoritairement en algorithmique. À l'inverse, avec des jeunes très indécis, nous utilisons davantage l'IA pour sortir du cadre et explorer des pistes nouvelles, tout en gardant un contrôle humain pour corriger les éventuelles hallucinations.

Du B2C au B2G : un apprentissage clé

Au lancement, aviez-vous imaginé ce modèle de déploiement avec les collectivités ?

Au début, pas du tout. On était très orientés B2C. On voulait faire le produit parfait et le proposer directement aux jeunes et aux familles. Mais on s'est rapidement posé une question simple : qui va vraiment acheter ça ? son modèle en conséquence. On s'est rendu compte que sans investissements marketing très importants, le modèle B2C était compliqué. Il fallait énormément d'acquisition payante, et ce n'était pas cohérent avec notre volonté d'avoir un impact large.

C'est là qu'on a pivoté vers un modèle plus institutionnel, en travaillant avec les collectivités territoriales. Elles achètent des licences ou des ateliers que l'on déploie ensuite dans les établissements partenaires.

Ce changement a été structurant : il nous a permis de toucher davantage de jeunes, tout en gardant une logique d'impact public. Le principal apprentissage, c'est qu'en matière d'IA, il ne suffit pas d'avoir une bonne technologie. Il faut d'abord valider son marché, comprendre qui est prêt à payer, et adapter

Modèle de déploiement

Comment diffusez-vous la solution ?

On travaille principalement avec les collectivités. Par exemple, la métropole Aix-Marseille nous achète des licences ou des ateliers que l'on déploie ensuite dans les lycées partenaires. C'est vraiment un modèle B2G aujourd'hui.

Marseille Innovation

Quel rôle joue Marseille Innovation dans votre parcours ?

Nous avons rejoint Marseille Innovation récemment, à un moment clé de structuration du projet. L'accompagnement porte pour l'instant principalement sur la stratégie et la vision long terme, avec l'appui d'un expert.

Ces premiers échanges nous permettent de prendre du recul et de consolider nos choix pour la suite du développement.

Données, adoption et défis

Avez-vous rencontré des freins dans l'adoption de l'IA ?

Globalement, les jeunes sont très à l'aise avec ces outils et l'adoption se fait assez naturellement. Les principaux freins que l'on rencontre sont plutôt du côté des institutions, où l'intégration de l'IA pose encore des questions de cadre, de responsabilité et de transformation des pratiques existantes.

Sur la partie données, en revanche, nous n'avons pas rencontré de blocage majeur. Nous utilisons une IA française, nous sommes RGPD compliant et nous nous appuyons notamment sur les données de l'Onisep. La question de la sécurité et de la conformité est centrale pour nous, surtout dans un contexte éducatif.

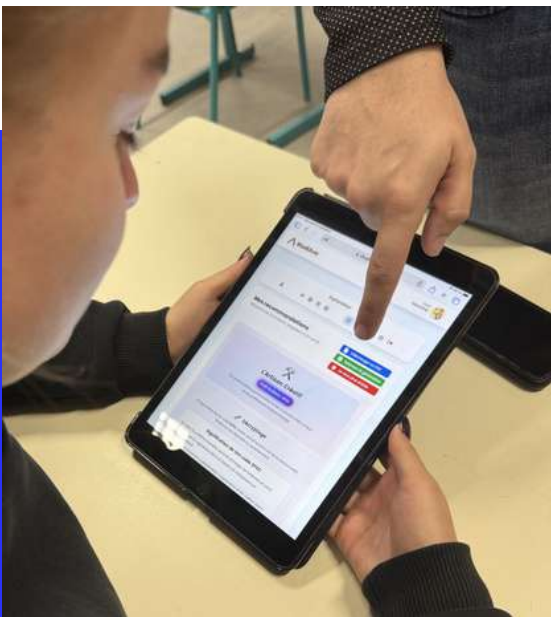
Le vrai enjeu aujourd'hui est donc surtout culturel et organisationnel : comment accompagner les acteurs de l'éducation dans cette transition, comment intégrer l'IA comme un outil d'aide, sans remettre en cause la place essentielle de l'humain.

Usages et impact

Quels sont les bénéfices concrets pour les utilisateurs ?

Ça dépend beaucoup des profils. Pour certains, c'est un gain de temps énorme. Pour d'autres, c'est une vraie économie financière : des parents orientent leurs enfants vers des écoles privées coûteuses, les jeunes abandonnent au bout de quelques mois, et tout cet investissement est perdu.

Mais surtout, l'accompagnement de 6 500 jeunes nous a permis d'observer un impact fort sur la découverte de vocations. Des élèves découvrent qu'ils peuvent viser des parcours plus ambitieux ou différents de ceux envisagés initialement, simplement parce qu'ils ont enfin accès à une information claire et personnalisée. On agit vraiment sur l'égalité des chances.



Regard critique sur l'IA

Comment vois-tu l'évolution de l'IA dans ton secteur ?

L'IA progresse très vite dans tous les secteurs, y compris dans des domaines critiques comme la santé ou l'ingénierie. Dans l'éducation, le potentiel est énorme, mais l'intégration reste encore relativement lente, notamment dans les cadres institutionnels.

On observe parfois une forme de prudence, voire de réticence, liée à des craintes légitimes : peur de perdre la dimension humaine, inquiétudes sur la fiabilité des outils, sur l'éthique ou sur l'impact métier. Pourtant, l'IA ne doit pas être vue comme un substitut, mais comme un outil d'augmentation des capacités humaines.

Selon moi, l'enjeu est surtout d'accompagner cette transition intelligemment : former les équipes, tester des usages concrets, expérimenter à petite échelle. L'IA peut devenir un formidable levier pour personnaliser les parcours, mieux orienter les élèves et libérer du temps pour des interactions à plus forte valeur humaine.

Vision et perspectives

Quelles sont vos prochaines étapes ?

Aujourd'hui, notre point d'entrée, c'est l'orientation. Mais derrière, on travaille surtout sur la structuration de la donnée. À chaque utilisation, on agrège des informations sur les parcours, les aspirations, les compétences déclarées, les projections des jeunes. Cette matière est extrêmement précieuse.

À court terme, nous souhaitons étendre la solution à l'international, notamment en Belgique, au Luxembourg et en Suisse. Mais à plus long terme, l'ambition est plus large : faire de cette base de données un véritable outil d'aide à la décision.

L'idée n'est pas simplement de recommander une formation. C'est de comprendre les profils, les trajectoires possibles, les passerelles, et d'identifier des cohérences entre compétences, envies et opportunités. L'orientation est un premier cas d'usage, mais la logique peut s'étendre à la carrière, aux choix professionnels, voire à d'autres décisions structurantes.

Si demain nous sommes capables de comprendre finement un profil, alors nous pouvons recommander une orientation, un métier... voire même un produit adapté à cette personne.

L'objectif n'est pas de remplacer la décision humaine, mais d'apporter une couche d'analyse supplémentaire, basée sur la donnée, pour réduire les choix faits par défaut.

C'est cette capacité à transformer la donnée en outil décisionnel structuré qui, selon nous, fait évoluer StudiAva vers un véritable opérateur de compétences.

Un conseil à une start-up qui veut se lancer dans l'IA ?

Aller voir son marché. On voit énormément de solutions IA se créer, mais la vraie question c'est : est-ce que quelqu'un va payer pour ça ?

Nous, au début, on était très B2C, puis on s'est rendu compte que ce n'était pas viable sans budgets énormes en marketing. Il faut tester, vendre, puis améliorer.