

# DIGITAL LEARNING

NOVEMBRE 2014 - DIGITAL LEARNING 3,50 €

## QUAND LE MOOC PASSE AU COOC QUEL IMPACT SUR L'ENTREPRISE ?



### DOSSIER

DE L'UNIVERSITÉ  
À LA CITÉ

### RENCONTRE

LA FRANCE SURFE SUR  
LA VAGUE DU COOC



ILLUSTRATION : ALOÏS MARGIANE

M 02773 - 3337 - F: 3,50 €





**KHAN**

---

ACADEMY



**KHANACADEMY**

# ASK FOR THE MOOC



Importé du monde universitaire et partagé au grand public, le Mooc ne cesse de faire parler de lui. Ces formations en ligne rassemblent des milliers d'utilisateurs qui se forment en collaborant. La vague du Mooc s'est répandue sur la planète à tel point que le New York Times sacrait l'année 2012 : "l'Année du Mooc". Vous ne savez pas ce que c'est ? Peut-être n'avez vous jamais entendu parler de ce mot qui s'apparente plus au ruminement d'un bovin qu'à la langue de Molière. Encore un de ces anglicismes, dites-vous ? C'est normal, vous êtes Français et les innovations de nos voisins outre-atlantiques mettent du temps à s'acclimater. Il va cependant falloir vous y mettre ! Le Mooc n'est pas prêt de passer de mode et même les entreprises se prennent au jeu. Pourquoi payer des formations en mode présentiel alors qu'un réseau de participants élabore des cours gratuits et participatifs ? Le Cooc est né. C'est la version corporate du Mooc. Il permet de former ses propres salariés mais pas seulement. Si vos clients et prospects s'intéressent à vos formations, pourquoi les en priver ?

---

**Aloïs Marignane**

## Sommaire

- 4 DOSSIER**  
Mooc & Cooc  
De l'université à la cité
- 6 RENCONTRE**  
Neodemia  
Open Cooc open space
- 8 PROGRESSER**  
Orange annonce la couleur
- 9 PERFECTIONNER**  
Aloest Productions
- 10 LE MOT DE LA FIN**

# Mooc & Cooc

## de l'université à la cité

Après un grand succès aux Etats-Unis, les Mooc (Massive Open Online Course) se sont répandus au delà des prestigieuses universités. Aujourd'hui, tous s'approprient le phénomène et chacun y va de sa créativité pour lancer sa plateforme de Mooc. La France se laisse séduire par ces méthodes de formation innovantes.

**E**n 2012, c'était l'année du Mooc (Massive Open Online Courses). Les meilleures universités du monde ouvrent leurs cours sur Internet ; MIT, Harvard, Stanford. Le phénomène du Mooc est lancé. La vague déferlante arrive jusqu'en France. Le Mooc est dans toutes les bouches. En 2013, ce sont les entreprises qui s'y mettent en lançant leurs propres plateformes de mooc. Mais si ces cours ont suscité un tel intérêt et mobilisé la sphère politique, économique et pédagogique, qu'en est-il aujourd'hui ? Le succès des Mooc tient au fait que les cours sont gratuits, disponibles partout et dispensés par des professeurs qualifiés. Les étudiants peuvent travailler ensemble et communiquer via des plateformes et forums. Le Mooc facilite énormément le partage de la connaissance et permet une large ouverture des cours bien que aucun diplôme ne soit délivré à la fin, seulement un certificat.

### LEXIQUE

#### MOOC

Massive online open course

#### COOC

Corporate online open course, des cours en ligne dispensés par une société auprès de ses clients ou salariés.

#### SPOC

Small private online course, cours en ligne en cercle restreint.

#### SOOC

Small online open course, cours en ligne ouverts à tous mais suffisamment spécialisés pour restreindre naturellement le nombre de personnes intéressées.

### Le système français est en retard.

Les américains font déjà un usage massif du Mooc via leurs plateformes Coursera, Udacity, edX. Le phénomène est arrivé en France tardivement. Openclassrooms propose un catalogue de formations tandis que le ministère de l'enseignement supérieur lance la plateforme Fun. Les universités et les grandes écoles suivent peu à peu le mouvement. L'enthousiasme est au rendez-vous mais les plateformes peinent à trouver un modèle économique stable. Les étudiants suivent gratuitement les cours et payent seulement s'ils veulent obtenir un certificat à la fin de la formation. Ils recherchent davantage à partager et à perfectionner leurs connaissances qu'à obtenir un diplôme. Une grande part d'entre eux ne va pas jusqu'au bout des modules proposés. Il est donc difficile pour les plateformes de se financer dans ces conditions. Si le numérique à l'avenir devant lui, la révolution prendra du temps.

## MOOC HISTORY

2008

Invention du terme mooc



2011

Stanford compte 160 000 inscrits à son mooc



2012

"Years of the Mooc" selon le NY Times.



2013

Plus de 600 mooc en ligne sur Coursera, EdX, Udacity...



2014

Cooc (mooc corporate)





Le mooc est un pont entre l'université et l'entreprise.

ILLUSTRATION : ALOIS MARGINANE

**La cuisine n'est pas réservée aux étudiants. Les entreprises créent en 2014 le Cooc (Corporate open online course). Ce petit frère du Mooc, s'inspire du modèle pour l'adapter au monde de l'entreprise.**

**A** lors que le monde universitaire cherche un business model adapté, les entreprises se rendent compte de l'incroyable potentiel de ce type d'apprentissage. Bien que la formation en ligne ne soit pas nouvelle, le Mooc apporte une flexibilité et une dimension collaborative dans l'entreprise. La formation est devenue indispensable tout au long du parcours professionnel et le Mooc est une solution à moindre coût pour les entreprises. Elles peuvent former dans différents pays leur salariés de façon ciblée,

#### EN CHIFFRES

**255**

C'est les prévisions du marché mondial du e-learning 2017 en milliards d'euros.

**63 %**

C'est la proportion d'utilisateurs de mooc qui sont en activité.

**400000**

C'est le nombre d'inscrits sur la plateforme FUN.

personnalisée et actualisée. Les salariés peuvent élargir leurs connaissances à tout moment. En 2014, des entreprises créent leurs propres Mooc ; le Cooc (Corporate open online course). Ces formations perdent leur dimension massive et forment en interne les salariés aux pratiques de l'entreprise. Le travail collaboratif permet de faire fructifier les talents et de mettre en valeur les atouts de l'entreprise. La création d'une culture commune et d'une identité au sein de l'entreprise est favorisée. Ces formations pourraient changer la façon de manager.

#### Recrutement.

Autre avantage, le Cooc permet d'améliorer le recrutement. En élargissant l'accès du Cooc, l'entreprise peut préparer et repérer ses futurs salariés. Le cabinet de recrutement Aquent a lancé en 2013 son propre cours en ligne spécialisé en création et design. Par les échanges sur les forums et la participations des inscrits, il leur est possible d'appréhender la qualité des futurs candidats. L'authentification de leur identité est confirmée grâce à un certificat de réussite. Ces nouvelles méthodes de recrutement se développent rapidement aux Etats-Unis qui favorisent la commercialisation des données. Il faudra cependant du temps à la France pour adopter ces solutions.

#### Marketing.

Le Cooc peut être un outil de marketing social. L'entreprise crée un objet de rayonnement de sa marque employeur. Elle donne un dynamisme et fait de chacun des salariés un ambassadeur de la marque. Si l'entreprise ouvre ses cours au grand public, les perspectives sont immenses. Le Cooc permet alors de former et fidéliser les clients et d'approcher les prospects. Les méthodes traditionnelles de publicité sont dépassées au profit d'une approche éducative. S'engager dans une démarche de type Cooc est l'occasion pour l'entreprise de valoriser son expertise et de la partager avec son environnement.

#### À RETENIR

► Le Cooc, est la version corporate du Mooc. Les entreprises l'utilisent en B to B et pour le grand public.

# OPEN COOC OPEN SPACE

## LAURENT BOINOT COFONDATEUR DE NEODEMIA

**Nous sommes à Paris, place d'Italie, au sommet des locaux de ParisTech où se cache Neodemia, un jeune incubateur de startup de mooc. Laurent Boinot, le cofondateur à l'allure d'étudiant nous accueille dans la structure et nous présente la plateforme de mooc.**

### Bonjour, qu'est ce que "Neodemia" ?

**Laurent.Boinot. :** Neodemia est une plateforme de Mooc d'entreprise. Notre métier est d'héberger des cours en ligne ouverts à tous avec des entreprises. Deux exemples : BNP Paribas avec qui nous avons fait le cours "Tout comprendre sur le Sepa" qui est un cours ouvert à tous. Il a été utilisé en interne pour former les salariés de BNP Paribas mais aussi les prospects. Un autre exemple très différent : "Ecrire une oeuvre de fiction", qui est un cours que nous avons fait avec la maison d'édition "Aux Forges de Vulcain" qui a permis de faire rayonner la maison d'édition auprès d'auteurs prometteurs.

### Pourquoi a-t-on autant parlé du mooc ces dernières années ? Peut on parler d'une révolution du e-learning ?

**L.B. :** Fondamentalement, le e-learning ne m'intéresse pas. Soyons très clair ; il ne s'est rien passé de nouveau dans le e-learning. La raison pour laquelle tout le monde s'intéresse aujourd'hui au Mooc, c'est parce qu'il y a trois ans Stanford a ouvert son cours. Il n'y a pas eu à l'époque de révolution technologique ni pédagogique, mais simplement une ouverture au grand public. Les entreprises qui vendent des plateformes de e-learning n'ont rien inventé, cela existe depuis 20 ans. Ce qui est fabuleux c'est qu'aujourd'hui avec des business-models innovants comme celui de Coursera on peut former gratuitement, le monde entier, en ligne. C'est ça qui est nouveau !

### Quelle est l'origine du mooc ?

**L.B. :** Le terme Mooc date de 2008. À l'époque, c'était des pédagogues qui s'adressaient à d'autres pédagogues dans des forums. Les Mooc ont commencé à l'université du Manitoba au Canada. Ce qui a vraiment fait bouger les choses, ce sont les 60 000 inscrits du cours de Stanford sur l'intelligence artificielle dont je faisais partie par hasard. L'origine de ce cours provient de la Khan-Academy qui ressemble à une plateforme de mooc avec des vidéos instructives très bien ficelées.

C'est cette plateforme qui a inspiré les deux professeurs de Stanford à créer le premier Mooc.

### Est-ce que les entreprises font le pas ?

Quelques sociétés l'ont fait mais la plupart achètent des e-learning hors de prix en voulant être innovantes. Mais effectivement, il y a deux aspects sur les mooc : les entreprises pourraient acheter des Mooc sur étagère déjà existants pour former leurs salariés. Mais nous, notre approche, c'est d'aller au delà de ça. Nous disons aux entreprises : "Vous devriez créer vos propres formations et les partager au grand public". Par exemple, BNP Paribas devait former son équipe commerciale à comprendre la problématique Sepa. Nous avons réalisé un cours spécifique en expliquant qu'il peut à la fois servir en interne mais aussi en externe. Au sein d'un cours ouvert, il y a vraiment une interaction entre la société, ses commerciaux et pourquoi pas ses clients et ses prospects.

### Le mooc est il une stratégie marketing ?

**L.B. :** Oui, il peut y avoir une dimension marketing. Il faut faire attention avec ça, il ne faut pas que le cours soit une pub. Dans le cas de BNP Paribas, c'est un cours pour expliquer une réglementation bancaire, pas un cours pour vendre un prêt ou pour vendre un produit d'épargne. BNP Paribas n'a rien d'autre à gagner que du rayonnement de son expertise.

### Peut-il servir au recrutement ?

**L.B. :** Nous avons fait ça avec "Aux Forges de Vulcain". Le Mooc nous a permis de découvrir non pas des salariés mais des auteurs prometteurs. Les meilleurs participants ont par la suite une relation contractuelle avec notre client via un contrat d'édition. Pour donner un autre exemple, une entreprise qui aurait besoin d'ingénieurs pourrait nous demander un cours spécialisé dans le domaine de l'ingénierie. Elle recruterait les plus prometteurs des participants.

### Le mooc est-il en passe de devenir une alternative aux voies éducatives traditionnelles ?

**L.B. :** Pour répondre de façon personnelle. Je n'ai pas le recul pour pouvoir dire si des cours en ligne auraient été aussi bien pour mes années avant le bac. Par contre pour les études, prépa, grandes écoles, fac, je considère que le meilleur cours que j'ai suivi est celui de Stanford. C'était le meilleur cours que je n'avais jamais suivi depuis le bac. J'ai créé Neodemia parce qu'il y a trois ans, j'ai reçu un coup sur la tête. C'était fabuleux ! Puis j'ai eu un cours d'introduction en informatique qui part de rien du tout. Niveau zéro. Rien. En six semaines, on apprend à coder un moteur de recherche en langage python ! Ça c'est fabuleux. Je n'ai jamais eu un cours nul part où j'ai fait un tel saut dans la compréhension et où j'ai été aussi bien accompagné. Tout est virtuel mais j'ai pu discuter avec mes camarades via des forums ou des Google hangouts. Lors de ce deuxième cours, je me suis dis, là il y a vraiment quelque chose qui se passe.

### Quelles vont être les conséquences du mooc ?

**L.B. :** En entreprise, on considère le e-learning comme le parent pauvre de la formation. Ce n'est pas forcément légitime. Maintenant, je pense que les Mooc devraient remettre en cause un certain nombre de diplômes hors de prix. Je pense aux écoles de commerce dans lesquelles on achète plus un réseau qu'une formation. Autant faire tout ce qui peut être fait en Mooc et ne garder en présentiel que les échanges avec le professeur.

### Quel est le modèle économique d'un mooc ?

**L.B. :** Le mooc est un des aspects du e-learning. Les entreprises de e-learning font de l'argent de deux façons. Elles peuvent créer des cours à la demande pour des sociétés ou leur proposer des e-learning déjà existants. Il existe des modèles économiques innovants comme Duolingo qui est une plateforme gratuite d'anglais. Ce site se rémunère en vendant les articles traduits par les apprenants. La qualité est bien meilleure que Google Translate. C'est un modèle très vertueux. Là où Rosetta Stone vend un produit à l'utilisateur, Duolingo encourage l'apprentissage. Sur le mooc de Stanford, 165 000 personnes ont participé et 25 000 sont allées jusqu'au bout. Quand on découvre que les 450 meilleurs participants ne sont pas de Stanford mais du monde entier, ça ouvre des pistes en terme de recrutement et d'équité qui sont fabuleuses. On n'y est pas ! Je parle de pistes. Il y a des difficultés : tout le monde n'est pas connecté ou n'a pas les compétences de base nécessaires. Mais il y a infiniment plus de possibilités qu'avant.

### Qui utilise les mooc ? Y a-t-il une réelle ouverture ?

**L.B. :** Evidemment que les personnes formées utilisent les mooc, elles sont là pour ça ! Mais on oublie de dire qu'il y a une minorité qui n'est pas négligeable qui n'est pas du tout formée et qui en bénéficie. Beaucoup de personnes parlent aussi du taux d'abandon. Il y a deux raisons : quand le cours est exigeant, c'est difficile de poursuivre et ce n'est pas mauvais signe. Deuxièmement l'engagement sur internet contrairement à la fac se fait en un clic.

### Quelle est la relation université/entreprise ?

**L.B. :** Je pense que l'université a beaucoup apporté au mooc mais les entreprises ont autant apporté. Une fac qui met son contenu en ligne peut le regretter. Pour une entreprise, la formation n'est pas son business model. Elle a tout intérêt à rayonner, former, recruter, via les mooc. Les business models sont plus riches dans les entreprises. C'est pour cela que nous nous sommes lancés dans l'aventure.

Propos recueillis par Alois Marignane

“

Il n'y a pas eu à l'époque de révolution technologique ni pédagogique mais simplement une ouverture au grand public.



### BIO EXPRESS

2004  
Diplôme de l'ESC Rouen

2007  
ICAS

Septembre 2011  
Participation au cours de Stanford sur l'IA.

2013  
Startup Leadership Program.

ESCP Europe

Juillet 2013  
Fondation de Neodemia



Une partie de l'équipe Neodemia présente au Websummit 2014.

PHOTO : NEODEMIA

## ORANGE AFFICHE LA COULEUR

L'opérateur Orange propose Solerni. Cette plateforme de mooc offre une formation aux métiers du numérique ou à la peinture impressionniste.



**D**e son côté, Orange lance sa plateforme de cours en ligne, baptisée Solerni. Son premier mooc "Le digital vivons-le ensemble" ouvert en avril dernier proposait une initiation au numérique. Les internautes pouvaient débattre pendant dix semaines de l'usage des nouvelles technologies au quotidien. Désormais, Orange s'est associé à pôle emploi et propose deux mooc pour découvrir les opportunités professionnelles qu'offre le digital. Les mooc "décoder le code" et "devenir web conseiller(ère)", initialement conçues comme outils internes sont ouverts au grand public. « Orange est l'une des premières entreprises à expérimenter le partage gratuit de ses contenus de formation et de développement professionnel avec le grand public. A ce titre, Orange s'inscrit dans une logique d'Open Company, une entreprise ouverte sur son environnement » témoigne Bruno Metting, Directeur des Ressources Humaines du groupe. Pour l'opérateur, ces mooc permettent de trouver des talents chez un public féminin qui manque dans le secteur du numérique.

### EN CHIFFRES

**90 000 €**

C'est le coût du mooc

**2 H / SEMAINE**

**8 SEMAINES**

C'est le temps qu'il faut pour terminer le mooc.

**12800**

C'est le nombre d'inscrits à ce jour.

### Impression orange levante

En octobre 2014, l'opérateur s'est associé à la RMN (Réunion des Musées Nationaux) pour proposer un mooc sur l'impressionnisme intitulé : "L'impressionnisme, du scandale à la consécration". Durant huit semaines, à l'occasion de l'exposition Paul Durand-Ruel, les internautes deviennent des critiques d'art et peuvent débattre de l'art contemporain et de sa réception. Si le mooc a coûté environ 90 000 euros, il est une bonne image de la capacité à innover chez Orange. L'opérateur pour qui le projet est une forme de mécénat attend un retour du grand public. Un autre partenariat avec la RMN devrait voir naître un projet sur Picasso, l'an prochain. La Cinémathèque Française a aussi été sollicitée pour l'élaboration d'une collection de mooc autour de l'histoire du cinéma. Ces projets positionnent Orange comme une marque influente dans la sphère numérique. Une belle leçon de "brand learning".



Ça dure 8 semaines et ce qui est top c'est que tu sauras tout sur l'impressionnisme : ))

#### Capture d'écran

Les scripts des vidéos ont été écrits par des experts en histoire de l'art : auteurs spécialisés, commissaire d'exposition.

# ALOEST PRODUCTIONS

**Aloest Productions utilise en interne la formation en ligne pour ses salariés. La société est sollicitée pour produire des cours pour des industriels.**



“ Nous avons recours à des formations pour nous perfectionner sur des métiers que nous connaissons déjà.

Diplômé de l'ESC Tours (Escem), **François-Hugues de Vaumas** fait ses premières armes à la télévision avant de fonder avec son complice Xavier de Lauzanne Aloest Productions dont il est le producteur exécutif. Passionné puis aguerri aux techniques audiovisuelles, il met en place les moyens les mieux adaptés aux diverses productions dont Aloest a la charge.

**N**ous sommes à Boulogne-Billancourt. Derrière une large porte cochère, se cache une petite cour dans laquelle est installé le bureau d'Aloest productions. Cette société de production parisienne réalise des films institutionnels et des captations vidéos pour des entreprises mais produit aussi des longs métrages. Le producteur, François-Hugues de Vaumas utilise régulièrement la formation en ligne pour ses salariés : *“Dans notre entreprise, nous avons recours à des formations pour nous perfectionner sur des métiers que nous connaissons déjà. Nous sommes plus performants et nous en voyons tout de suite les bénéfices”*. La formation en ligne apporte de nouvelles solutions et répond à la demande de ces sociétés qui doivent constamment s'adapter à la demande des clients. Les défis techniques sont différents en fonction des films à produire et il est nécessaire de se perfectionner dans des domaines spécifiques. *“Nous avons une visibilité rapide du contenu des leçons, ce qui nous permet d'aller droit au but. Seule la leçon sur une fonction que nous ne maîtrisons pas sera travaillée. Par exemple, pour le montage d'une captation d'un*

*événement en multi-caméras nous avons besoin de synchroniser le son et l'image. Nous n'avons pas eu besoin de suivre toute la leçon pour régler le problème”* avoue le réalisateur.

## Formation B to B.

Si la société utilise régulièrement la formation en ligne pour se perfectionner, elle est aussi sollicitée pour en produire. Des industriels font régulièrement appel à Aloest pour réaliser des films pédagogiques. Récemment, Gaztransport & technigaz devait former ses ingénieurs sur de nouveaux produits complexes. Il nous explique : *“Le concepteur de cuve et méthanier proposait des coques isolées pour transporter du gaz liquide à -180°C sur des bateaux. La formation explique en 3D comment la cuve isole, protège et stabilise le gaz à l'intérieur du bateau”*. Ce cours vulgarise des techniques d'ingénieries pour les prospects et futurs acheteurs des brevets de ces cuves. Aloest a également réalisé un autre projet pour enseigner les méthodes d'utilisation du tuyau cryogénique. Cette invention permet aux bateaux de décharger le gaz à distance du port grâce à un conduit sécurisé.





## LE MOT DE LA FIN

La révolution économique ou pédagogique n'a pas eu lieu. Les mooc ont cependant apporté une grande ouverture dans le partage de la connaissance. Ils ont attiré l'attention du grand public et invité à regarder d'un oeil nouveau la pédagogie. Ces nouveaux procédés de formation créent une passerelle entre les universités et le monde professionnel. Les entreprises deviennent par leurs cooc des partenaires privilégiés de la recherche. Grâce à la mise en commun du travail et à la collaboration des apprenants, une transmission continue du savoir voit le jour. Les apprenants sont désormais maître de leur formation. Des utilisateurs du monde entier peuvent s'enrichir des pratiques professionnelles multi culturelles de leurs collaborateurs.

### Cooc, vers une communication corporate.

Le cooc, représente en terme d'image un enjeu important pour l'entreprise. Ces formations deviennent une vitrine de sa marque employeur et valorisent ses expertises. Par la gratuité des cours, les entreprises s'inscrivent dans une démarche

vertueuse et collaborative. Les cooc sont au coeur de la communication et offrent aux marques une large visibilité. Microsoft l'a bien compris. La société s'est associée à la Khan Academy. Cette ONG a pour but de faire progresser l'enseignement partout dans le monde en proposant des vidéos en ligne et des formations. Le cooc est un atout indéniable pour toucher clients et prospects mais aussi futurs collaborateurs. Le succès de la plateforme Solerni d'Orange est un bon exemple du rayonnement d'une marque auprès du grand public. Si ces cours présentent beaucoup d'avantages, ils ne remplacent pas un travail d'équipe en présentiel. Une approche complémentaire des cooc et des travaux d'équipe réels sera fructueuse. Les entreprises s'approprient peu à peu ces procédés mais tout reste à construire. Google ou Facebook pourraient s'intéresser sérieusement à ce secteur dans les prochaines années. Ce marché, en pleine expansion, n'est pas prêt de s'arrêter. Les Français, malgré leur retard, ont beaucoup de potentiel d'innovation et de créativité.

## PLUS D'INFOS

- ▶ **khan academy.org**  
Association qui aide à l'apprentissage.(USA)
- ▶ **www.solerni.org**  
Plateforme de mooc corporate lancée par Orange.
- ▶ **www.france-universite-numerique.fr**  
Site du ministère de l'éducation nationale et de l'enseignement supérieur.
- ▶ **www.openclassrooms.com**  
Créée en 1999, elle est la première plateforme de mooc made in France.

## DIGITAL LEARNING

### RÉDACTION

Ircom, 23 Rue Édouard Guinel  
49130 Les Ponts-de-Cé  
Pour joindre votre correspondant, composez le  
07 50 92 52 20  
**Rédacteur**  
Aloïs Marignane  
**Publicité**  
Catherine Labouérie  
**Editeur**  
Jerôme Lourtioux  
**POUR COMMANDER DES NUMÉROS**  
par courrier, service abonnements

## COURRIER

### N°203 DOSSIER

#### Big data

Votre article sur le Big data de juin m'a interpellé. Je ne pensais pas qu'il était possible de détenir autant d'informations. Est-il possible d'y avoir accès ? Bonne continuation. *Gwendoline par e-mail*

### N°2014 GUIDE

#### Pédagogie numérique

Etant enseignant, j'ai porté un grand intérêt à votre dossier sur les méthodes pédagogiques numériques. Est-il possible d'avoir les références que vous avez utilisées ? Bien à vous. *Paul par e-mail*

Pour nous écrire : Digital Learning : Ircom, 23 Rue Édouard, 49130 Les Ponts-de-Cé



SONY

10:35

10:35  
Thursday, January 3

WALKMAN

Album

Movies

PlayStation  
Mobile



**Aloïs MARGNANE**

Ircom Institut Mac Luhan - promo 31

2014-2015

Dossier journalistique

Quand le Mooc passe au Cooc

Indesign - Photoshop