

# *Le* journal *des* entreprises

## Avec Holingo, Adiona invente le "Airbnb" du séjour linguistique

Par Didier Gazanhes

Depuis janvier, le groupe Adiona propose une plateforme de mise en relation destinée aux séjours linguistiques, Holingo. Un marché dont elle ambitionne de devenir le leader...



« J'ai créé Adiona en 2009, pendant mes études. J'étais étudiant et j'ai réalisé qu'il n'existait pas, ou peu, d'organisations capables d'aider les jeunes à s'internationaliser », confie Yves Perret, directeur du groupe Adiona, basé à Venelles (Bouches-du-Rhône). Depuis cette date, le groupe Adiona a pour vocation d'accompagner les jeunes dans leurs projets en France comme à l'étranger, du lycée au premier emploi : stages à l'étranger, visas, jobs d'été aux Etats-Unis, séjours au pair ou encore stages et emplois en France... « 85 % des jeunes souhaitent avoir une expérience à l'étranger et seulement 30 % y parviennent en fin de compte. Ces expériences à l'international vont leur permettre d'acquérir plus d'autonomie, d'indépendance, de maturité. Elles sont synonymes de meilleur employabilité », avance le dirigeant.

## Mise en relation

Adiona propose ses offres sur sa plateforme en ligne, qui regroupe plus de 150 000 jeunes inscrits. « Nous avons constitué un réseau de partenaires et de prestataires à l'étranger. Nous recensons ainsi plus de 1 500 offres de stages annuelles. Nous sommes sur un marché très concurrentiel ». Dans ce cadre, l'entreprise multiplie les initiatives et s'inscrit en croissance. Elle compte aujourd'hui une quarantaine de salariés, enregistre un chiffre d'affaires d'1,7 M€ et ne cesse d'agrandir ses locaux. Elle a ainsi bénéficié à l'automne 2017 d'une levée de fonds de 525 000 euros, menée auprès de business angels, du Crédit Agricole et du fonds régional **Paca Investissement**. Son modèle économique repose sur la réussite de la mise en relation. « L'étudiant ne paye que s'il est accepté en stage par exemple. Nous voulons vraiment être une solution pour aider les jeunes et nous misons sur le volume pour nous rémunérer ».

## Un marché de 200 à 300 M€

Le stage constitue l'activité historique de l'entreprise, qui vient depuis trois mois de lancer un nouveau service baptisé Holingo et destiné à révolutionner le séjour linguistique. « Il s'agit d'un marché vieillissant qui, en France, représente 200 à 300 M€ et qui est détenu par des agences spécialisées, comme EF (44 000 salariés), AILS ou CLC. Au coût du séjour s'ajoute ainsi le tarif de l'intermédiaire qui ne propose en général qu'une seule école par ville. Nous avons voulu rendre tout cela transparent. Nous avons donc créé une plateforme de mise en relation, une sorte de "Airbnb" du séjour linguistique », décrit Yves Perret. 80 écoles sont d'ores et déjà inscrites et les jeunes peuvent ainsi comparer les tarifs et les prestations. « Nous sommes nettement moins cher que le marché, assure le dirigeant, car nous reversons aux étudiants 50 % de la commission octroyée par l'école ».

En 2018, Adiona envisage d'occuper 1 % du marché du séjour linguistique. L'entreprise vise les particuliers, les écoles, collèges et lycées et les comités d'entreprise. « D'ici à deux ans nous voulons nous internationaliser en Espagne, en Allemagne... Nous aurons tissé des liens avec les écoles et tout se fera plus facilement. A terme, nous ambitionnons ainsi d'être l'acteur majeur de ce marché », conclut Yves Perret.