



## «D'étudiant fauché à millionnaire »

KYLIAN MARCOS

**INFLUENCEURS** Promesses de richesse rapide, cours «gratuits» qui mènent à des offres payantes, mises en scène de la réussite: de Dubaï, Yomi Denzel s'est imposé comme l'une des figures suisses du business des formations en ligne. «Le Temps» a analysé ses contenus

Sur TikTok, Instagram ou YouTube, des centaines de créateurs de contenus livrent à dejeunes audiences leur recette pour lancer un site d'e-commerce, listent les meilleures idées de business à lancer ou racontent comment ils sont partis de rien pour devenir millionnaires en un rien de temps. Ces conseils s'accompagnent bien souvent de formations payantes à la qualité très variable. Dans cet écosystème, le Suisse Yomi Denzel, Yomi Olaniyi à l'état civil, est une rock star. «L'ancien étudiant fauché» devenu millionnaire à 22 ans, selon la légende qu'il s'est forgée, cumule plus de 3 millions de followers sur ses réseaux sociaux.

Sédouée par la promesse d'une vie cinq étoiles, l'audience de Yomi Denzel se voit proposer des formations «gratuites» sur YouTube pour l'imiter. Par le passé, des formations au dropshipping, cette méthode de vente en ligne où une entreprise intermédiaire vend des produits issus principalement de Chine, sans les produire, ni les stocker, ni les expédier. C'est par ce biais qu'il a affirmé avoir bâti une fortune de 50 millions d'euros. Aujourd'hui, l'intelligence artificielle. Le 4 janvier dernier, Yomi Denzel annonce la présence de l'ancien basketteur professionnel français Tony Parker pour promouvoir «un business IA encore méconnu qui peut rapporter 10 000 euros par mois». Sur le groupe Telegram de la formation, plus de 150 000 inscrits. Environ 50 000 d'entre

eux répondent présent au premier live sur YouTube. Ces cinq jours de «bootcamp» gratuit ne sont qu'une mise en bouche: pour la suite de la formation et obtenir la recette miracle de la richesse, il faudra débourser entre 3000 et 7000 euros.

«80% des choses qu'on apprend à l'école sont inutiles» Le scénario est rebattu: Yomi Denzel occupe d'abord l'espace. Des publicités à la télévision, une campagne d'affichage dans le métro parisien, un déluge de courtes vidéos sur les réseaux sociaux... Le Lausannois lance un nouveau business et tout le monde doit le savoir. C'est la même technique qu'en 2021, quand il lançait ses formations au dropshipping. La suite n'est pas bien différente: pour profiter de cette «opportunité incroyable», Yomi Denzel offre gratuitement ses méthodes.

D'abord, un live sur YouTube. Sur cinq jours, Yomi Denzel fait défiler une présentation PowerPoint, où il invite les participants à se placer du bon côté de la fracture qui s'annonce avec l'IA. Douzième créateur suisse le plus suivi sur YouTube, le trentenaire passé par HEC Lausanne martèle son mantra: «D'étudiant fauché à millionnaire en un an». Ces cinq jours de formation ne suffisant pas, Yomi Denzel lance son appel à l'action: un formulaire d'inscription pour intégrer le «mentorat 2.0». Les participants seront triés sur le volet, promet-il, en fonction de leur motivation à réussir.

Nous lançons l'inscription. Un premier rendez-vous avec un conseiller de vente est repoussé. Un autre appel est agendé deux jours plus tard. Les deux conseillers de vente sont inscrits au registre du commerce français comme chauffeurs VTC. Aujourd'hui, ils sont chargés de conclure l'achat de formation pour Yomi Denzel. L'issue est à chaque fois identique: la suite, «exclusive» et donc payante, se déroule sur Mindeo, la plateforme de formations lancée par Yomi Denzel. Malgré les doutes émis lors de l'appel téléphonique, deux conseillers de vente nous recontactent neuf fois par téléphone. Dans son ultime direct, Yomi Denzel presse son audience: les inscriptions vont fermer et cette formation ne sera plus proposée à l'avenir. Une offre sur mesure pour ceux à qui on a répété que «tout se passe maintenant, à 15, 20 ou 25 piges», que «si je pouvais revenir en arrière, je me lancerais à 12 ans» ou qu'il faut «investir sur soi-même». Investir sur soi-même passe par l'achat de formations en ligne, puisque «80% des choses qu'on apprend à l'école sont inutiles». «L'école 2.0» Mindeo, cofondée par Yomi Denzel et un ancien de HEC Lausanne, est gérée depuis Dubaï avec un troisième associé. Elle regroupe plusieurs programmes, dont «Ecom Accelerator», dirigée par Yomi Denzel et un associé lui aussi passé par l'université vaudoise. Mindeo s'est également positionnée sur le développement personnel, encore avec Yomi Denzel, et l'investissement



immobilier. Un business florissant pour l'entrepreneur, qui «gagne plus d'argent en faisant des formations qu'en faisant de l'e-commerce».

«Il ne vend pas de formations, mais des vidéos»

Ces formations attirent des milliers de jeunes entrepreneurs en herbe, séduits par la promesse de gains rapides. «Cette promesse, Yomi Denzel ne l'a pas inventée, mais c'est sans doute celui qui l'a le mieux exploitée», observe Jean-Baptiste Boisseau, membre du collectif d'Aide aux victimes d'influenceurs (AVI). La structure française accompagne les victimes jusqu'au tribunal.

L'influenceur Dylan Thiry est poursuivi en France après une procédure menée par le collectif. Ex-candidat de téléréalité, il est accusé de détournement de dons humanitaires. Son procès initialement prévu en octobre 2025 au Tribunal correctionnel de Paris a été renvoyé au mois de décembre prochain.

Autoentrepreneur à Lyon, François\*, 25 ans, découvre en début d'année dernière Yomi Denzel à travers une publicité sur ses réseaux sociaux. «Curieux de voir ce qu'il a à proposer», comme il l'indique au Temps, le Lyonnais suit un événement gratuit sur YouTube, avant de franchir le pas en avril dernier. Une première formation d'e-commerce à 700 euros, une deuxième facturée 2300 euros.

Face à des vidéos préenregistrées où défilent plusieurs experts «très généralistes», François a le sentiment de s'être fait avoir. Ce qui ne surprend pas Jean-Baptiste Boisseau: «Derrière la notion de formation, il y a normalement celle d'un formateur et de personnalisation qui est somme toute symbolique pour Mindeo. Yomi Denzel ne vend pas des formations, mais des vidéos.» On y aborde la création de sites internet, la mise en

place de publicités sur Facebook, les e-mails marketing, ou «le mindset».

L'appel téléphonique «rentable» à 3000 euros

Précisons que le collectif AVI se contente de suivre l'évolution de l'activité de l'influenceur, ce que Jean-Baptiste Boisseau explique par une précaution prise: «La partie mindset de sa formation est très importante, elle va convaincre les participants que s'ils échouent, c'est de leur faute.» Dès le premier chapitre, François se désole de l'importance accordée à l'état d'esprit et assiste à «un discours exalté pendant trente minutes où il nous explique le mindset qu'il faut avoir pour être entrepreneur».

Parfois, ce discours contient quelques conseils truffés de sous-entendus. «Yomi Denzel raconte avoir piqué la carte bancaire de ses parents pour payer une formation à 1000 euros», relève encore Jean-Baptiste Boisseau. On retrouve ce genre d'incitations dirigées vers un jeune public dans plusieurs de ses vidéos.

Passé ce premier module sur l'état d'esprit, Marie Louise\*, 47 ans, n'adhère pas au reste des vidéos enregistrées qu'elle juge obsolètes: «Les interfaces de certains outils n'étaient plus les mêmes que celles montrées en vidéo.» Originaire de Metz, elle suit la formation pour développer sa marque de produits de beauté, à côté de son emploi. «J'ai travaillé comme une folle, soirs et week-ends pour valider la formation», se souvient-elle. Si elle a bien appris «quelques petits trucs», Marie Louise regrette une formation pas assez précise, où défilent «Yomi et ses amis». C'est un point qui mène également François à douter. Lors d'un des cours, il découvre qu'un des formateurs Mindeo est connu pour avoir commercialisé les peluches pour enfant Myplush, pouvant entraîner «un arrêt respiratoire» et «un risque d'étouffement», selon la note transmise

par l'organe gouvernemental français SignalConso et relayée par l'Ofice fédéral de la sécurité alimentaire et des affaires vétérinaires (OSAV).

L'entrepreneur a depuis fermé le site internet de la marque et stoppé les ventes.

Sara Stalder, directrice de la Fondation pour la protection des consommateurs basée à Berne, ne s'exprime pas sur les programmes proposés par Yomi Denzel, mais met en garde contre «les formations promettant de gagner de l'argent rapidement et avec peu d'efforts, qui relèvent de pratiques peu sérieuses». «Rien n'interdit de vendre de formations de qualité discutable», nuance cependant Olivier Beaudet-Labrecque, doyen de l'institut de lutte contre la criminalité économique à la Haute Ecole Arc de Neuchâtel. «Les obstacles juridiques sont élevés en Suisse, où la liberté économique est bien plus valorisée que l'équité envers les individus», complète Sara Stalder. «Si un jeune avec un peu d'argent de côté pense qu'il peut devenir riche avec cette formation, il risque de déchanter», appuie Marie Louise. A Lyon, François a résilié sa formation Mindeo, déçu du manque d'accompagnement et de l'insistance avec laquelle il a été incité à acheter d'autres produits de Yomi Denzel: «En parallèle des vidéos, on avait des sections de coaching: une gratuite et groupée. Ensuite, il fallait payer.» En plus d'appels de coaching payants, les formations Mindeo sont au centre d'une galaxie de produits dérivés. Marie-Louise a déboursé 700 euros pour la formation, mais voit la facture totale s'élèver à 1500 euros. Ce, en raison des nombreuses options supplémentaires, dont le coaching personnalisé prélevé mensuellement. Autre produit phare de l'écosystème: Minea, un logiciel présenté comme indispensable pour trouver des produits très rentables pour se lancer dans le dropshipping. La société, basée à Freienbach, dans le canton de

Le Temps  
1205 Genève  
<https://www.letemps.ch/>

Genre de média: Imprimé  
Type de média: Quotidiens et hebdomadaires  
Tirage: 35'667  
Parution: quotidien



Page: 16,17  
Surface: 121'503 mm²

# Hes•SO

Ordre: 1073023  
N° de thème: 375009  
Référence:  
501af789-cc09-4e47-8b74-2b3267e5fcf3  
Coupure Page: 3/4

Schwytz, est gérée par Ecom Data Solutions AG. Une structure dirigée par le père de Yomi Denzel, et l'un des cofondateurs de Mindeo.

François, déçu par la formation e-commerce de Yomi Denzel, a posté un avis négatif sur la page Trustpilot de Mindeo et raconte ce qui s'est ensuivi: «Ils ont essayé de le faire supprimer, j'ai dû donner des preuves. On m'a ensuite remboursé mais en contrepartie, il fallait que je supprime mon avis.» Après remboursement, François décide de laisser l'avis en ligne.

Des kimonos importés de Chine Originaire de la Broye fribourgeoise, Arnaud\* a suivi un bachelor en management à HEC Lausanne dans la même promotion que Yomi Denzel. En classe, il remarque ce camarade «intelligent, très à l'aise socialement». Ainsi, pour lancer son propre business en ligne, Arnaud se procure gratuitement «Ecom Pro» de son ancien camarade. Les formations étant composées principalement de slides et de vidéos enregistrées, elles sont facilement trouvables contre quelques dizaines d'euros en ligne. «Très orientée dropshipping, mais elle reste assez complète: elle aborde beaucoup d'aspects», juge-t-il aujourd'hui.

Il n'ignore pas pour autant les critiques: «Beaucoup de personnes qui l'achètent sont en situation précaire et veulent échapper au salariat, mais, très peu réussissent.» Sur le réseau interne des participants, François constate aussi «des profils désespérés, qui ne sont pas taillés pour l'e-commerce, à qui on fait miroiter de l'argent facile».

\*Identité connue de la rédaction

Pour mettre en valeur le succès de sa formation, Yomi Denzel joue la carte du survivant, ce qui consiste à mettre en avant uniquement les réussites en ignorant les échecs. Parmi les success-stories mises en avant sur le site de la formation figure une boutique de kimonos en France. La marque promet des pièces «faites main à Bali», censées révéler «la puissance douce des femmes». Une rapide recherche inversée de certains modèles nous redirige vers les mastodontes chinois de l'e-commerce Temu, AliExpress, signe qui semble indiquer qu'il s'agit de produits chinois sur lesquels on a apposé une identité de marque. La recette est souvent la même: un récit inspirant, un univers de marque très travaillé, et en arrière-plan, une structure de dropshipping classique, où les mêmes produits circulent de boutique en boutique. «Le dropshipping a mauvaise presse, mais des acteurs comme Galaxus en font aussi», nuance Olivier Beaudet-Labrecque. Sollicité, Galaxus confirme que l'activité fait partie de leurs pratiques commerciales mais précise travailler presque exclusivement avec des fournisseurs directs suisses.

Toutefois, tout n'est pas permis. Sans se prononcer sur un cas particulier, mais rappelant le cadre légal, Olivier Beaudet-Labrecque dit, en s'appuyant sur l'article 3 de la loi fédérale contre la concurrence déloyale: «Vendre un objet en lui attribuant des propriétés qui ne sont pas celles de l'objet en question, c'est illégal.»

Le Temps a également pu retrouver la trace d'une boutique en ligne dirigée par le père de Yomi Denzel accusée de faire du dropshipping. La société,

aujourd'hui en liquidation, est accusée sur des plateformes d'avis et les réseaux sociaux par plus d'une cinquantaine de clients de commercialiser des produits défectueux, d'expédier des produits qui se revendent suisses directement depuis la Chine ou de ne pas avoir livré certaines commandes. Contacté, celui-ci nie gérer cette entreprise et renvoie vers son fils, qui n'a pas donné suite à nos questions.

Harvard, mais sans diplôme Pour renforcer son storytelling, Yomi Denzel paraît sous-entendre qu'il est diplômé de la prestigieuse Université Harvard. Sur Instagram, on peut lire qu'il a été admis dans le cadre du programme «Visiting Undergraduate Student» (VUS). Or l'université américaine précise sur son site que les étudiants du VUS «ne reçoivent pas de diplôme du Harvard College», même s'ils ont accès aux cours, aux bibliothèques et aux installations comme les étudiants réguliers. L'influenceur expliquera par la suite en vidéo: «Si on va à Harvard, ce n'est pas pour les connaissances. C'est pour la preuve sociale.»

Pour asseoir sa crédibilité, il met aussi en avant ses apparitions dans les médias comme Le Figaro et Forbes. Vérification faite, il s'agit en réalité de publi-communiqués payants, habituellement rédigés par le client. Des pratiques qui font des émules. Le Temps a pu identifier plusieurs autres influenceurs suisses, en Suisse romande ou alémanique, usant des mêmes procédés, pour vendre des formations liées aux cryptomonnaies ou à l'investissement en ligne.-

*«La partie «mindset» de sa formation va convaincre les participants que s'ils échouent, c'est de leur faute» JEAN-BAPTISTE BOISSEAU, COLLECTIF D'AIDE AUX VICTIMES D'INFLUENCEURS*

Le Temps  
1205 Genève  
<https://www.letemps.ch/>

Genre de média: Imprimé  
Type de média: Quotidiens et hebdomadaires  
Tirage: 35'667  
Parution: quotidien



Page: 16,17  
Surface: 121'503 mm<sup>2</sup>

# Hes·SO

Ordre: 1073023  
N° de thème: 375009  
Référence:  
501af789-cc09-4e47-8b74-2b3267e5fcf3  
Coupure Page: 4/4

«Les interfaces de certains outils notaient plus les mêmes que celles montrées en vidéo» MARIE-LOUISE\*, QUI A ACQUIS LA FORMATION



L'influenceur Yomi Denzel fait miroiter des gains rapides grâce à ses formations. (JULIEN PACAUD POUR LE TEMPS)