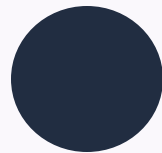


# Ensemble en 2025





## Ordre du jour

- 2024 et 2025 en quelques chiffres
- Les ambitions de nos activités
- Les prochaines étapes
- Questions/réponses

# Quelles sont nos perspectives pour 2025

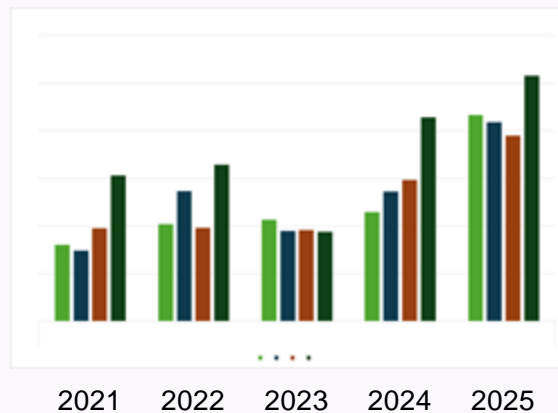
## Une fin d'année 2024 encourageante

- La dynamique commerciale se maintient
- L'amélioration des résultats économiques de fin d'année est au rendez-vous

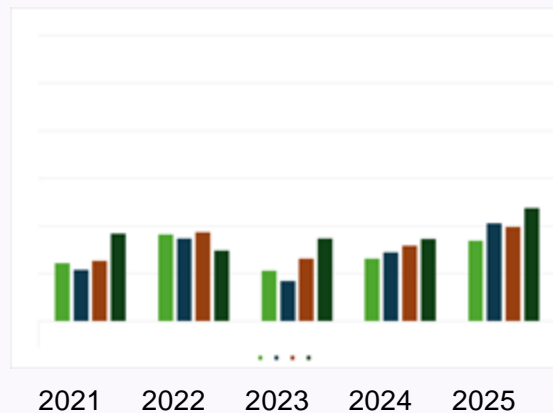
## 2025 est une année qui peut nous permettre de confirmer notre amélioration

- Gagner en confiance et en énergie
- Atteindre notre objectif de Chiffre d'affaires pour démontrer notre valeur
- Continuer de faire grandir notre mission avec de nouveaux moyens

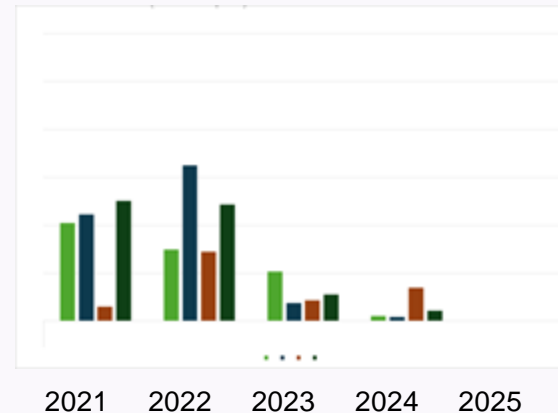
## Chiffre d'Affaires Accessibilité



## Chiffre d'Affaires Inclusion



## Aides et Subventions



# 2025 - Perspectives

## Marché de l'accessibilité numérique

→ Extension du périmètre des obligations légales à compter du 28 juin 2025

## Gains de productivité sur 2 leviers

→ Efficacité opérationnelle (outils et expertise)  
→ Développement commercial (portefeuille client et conquête)

## Travailler nos offres pour gagner de nouveaux clients

→ Une offre adaptée aux futurs clients de l'accessibilité  
→ Une ouverture de l'inclusion vers de nouveaux métiers  
→ Développer la récurrence de nos revenus

# Le marché de l'inclusion numérique en France (\*)

370 M€  
par an

Accessibilité  
numérique  
46 M€

Formation  
Inclusion  
numérique  
149 M€

Le marché de l'inclusion numérique en France est estimé à plus de 370 millions d'euros par an. Ce marché est partagé entre près de 150 acteurs différents.

La montée en compétences des publics et l'accès au numérique représentent près de 90% de ce marché.

**Deux segments se détachent plus particulièrement en raison de leur valeur et de leur potentiel :**

## Accessibilité numérique

→ **Chiffre d'affaires estimé à 46 millions d'euros en 2022**

→ **Modèle économique** en B2B, impulsé par les obligations du référentiel général d'amélioration de l'accessibilité (RGAA)

## Formation au numérique

→ **Chiffre d'affaires estimé 149 millions d'euros**

→ **Modèle économique** en B2B/B2G, impulsé par le CPF, les certifications et les référentiels qualité tels que « **Qualiopi** »

(\*) Source : <https://www.banquedesterritoires.fr/l'inclusion-numerique-un-marche-370-millions-deuros-par>



## Les **ambitions** de nos **activités**

# Accessibilité numérique

## Accessibilité numérique

Devenir la référence de l'évaluation européenne dans le web, le mobile et le mobilier urbain

## Formation

Consolider - Refonte de l'ensemble des formations contenus et déroulé pédagogique - et déployer

→ Augmenter la part de marché de la formation de l'entreprise.

## Outils

Refonte UC-Compagnon terminée et UC report terminée.

Premiers projets client hybride en dev  
**accessible** : Pilotage Urbilog + ressources de dev externes

**Transverse** : Créer une dynamique collective, mettre en place des outils de suivi de production uniformisés



# Inclusion

## Communiquer

**Organiser 5 évènements avec nos clients :**

- Conférence sur les troubles DYS, TSA et TDAH chez Décathlon le 19/3 + session interne le 13/2
- Job dating chez Meritis Paris
- Salon handicap avec Junia, Club House et Mouton à 5 Pattes

## Recruter

**Développer nos partenariats (Simplon, Cap Emploi, APEC, Junia ...)**

- Objectif : 25 % des missions avec un profil venant de ce canal

## Sensibiliser

**Devenir le partenaire de référence de nos clients pour sensibiliser à l'Inclusion chez nos clients**

- Objectif : 400 personnes sensibilisées en 2025

# Evènements 2025

Accessibilité					a11y Paris Juin				Paris web 25 au 27 septembre			Forum communication publique et territoriale décembre
Jan.	Fév.	Mars	Avr.	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept..	Oct..	Nov..	Déc..	
												30 ans d'Urbilog 12 décembre
Inclusion				Inclusiv'Day 14 mai						SEEPH 17 au 23 novembre		

# Communication & Marketing

Renforcer la **cohérence de marque** > visibilité & notoriété de l'entreprise

## Stratégie de contenu

**Renforcer notre présence digitale.**

**Se positionner sur les premiers résultats de recherche**

- Accessibilité numérique
- Inclusion

## Documentation

**Mettre à disposition les supports commerciaux pour développer nos activités.**

- Présentations clients et prospects
- Argumentaires explicatifs (aide à la vente)

## Indicateurs clés

**Mesurer les performances.**

**Suivre et ajuster les actions pour garantir leur impact.**

# RH

**Faire grandir** les compétences au sein de l'entreprise et **faire grandir** notre impact au-delà de l'entreprise

## e-form adapt

**Nouvel outil pour accompagner les collaborateurs dans leurs parcours professionnels**

→ Début des formations manager en février

## My Silae

**Un outil de suivi RH pour la gestion des congés en lien direct avec la gestion de la paie**

→ Démarrage prévu dans le 1<sup>er</sup> trimestre

## Piloter les engagements RSE

**Faire de nos engagements sociétaux et environnementaux des avantages compétitifs**

→ EcoVadis, ESUS, CEC...

# Finance

**Organiser les informations** pour mesurer nos impacts et notre performance

## Sellsy

**Utiliser notre outil commercial pour faciliter le suivi de nos actions et l'atteinte des objectifs**

- Révision de la liste des services (T1 2025)
- Tableaux de Bord (T2 2025)

## Pennylane

**Intégrer un nouvel outil de gestion pour avoir un accès à l'information économique rapide et efficace**

- Suivi de trésorerie
  - Gestion prévisionnelle des dépenses
  - Gestion des notes de frais
- Démarrage janvier 2025

## Suivi des indicateurs

**Mettre en place des indicateurs pour tous les métiers et activités**

- Partage et diffusion en interne
- Objectif - permettre à chacun de mesurer sa contribution à la performance globale

# Prochaines étapes

- Travailler sur les **projets 2025 par équipes**
- **Partager les indicateurs et les résultats** tous les mois
- **Poursuivre la recherche de financements et de soutiens financiers** pour notre développement



# Questions & Échanges