

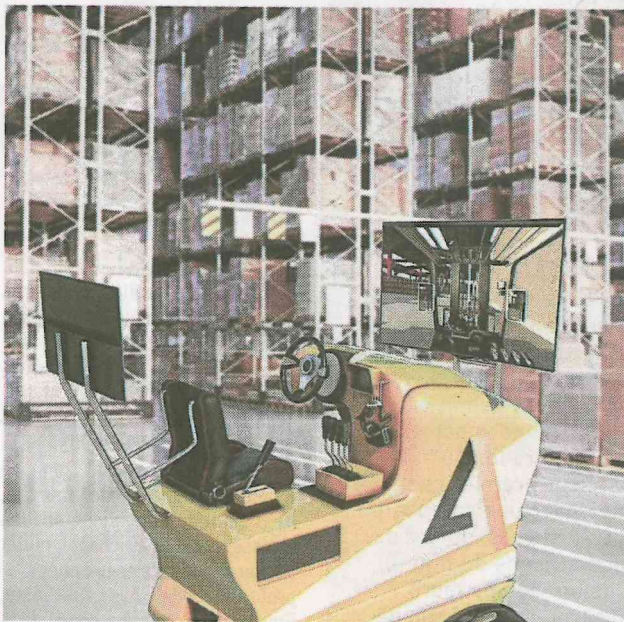
# Audace. La réalité virtuelle s'invite dans les formations

● **NUMÉRIQUE** À Douvrin, l'agence Audace mise sur le digital learning et notamment la réalité virtuelle. L'objectif est de doubler le chiffre d'affaires en 2017.

En janvier dernier, l'agence de communication et digital learning Audace a pris place dans le parc d'activités Artois Flandres, à Douvrin. Ses nouveaux locaux, qui dominent la jolie campagne environnante, vont lui permettre de poursuivre sa croissance. Et l'ambition n'est pas des moindres : il s'agit de doubler le chiffre d'affaires en 2017.

## Un contexte favorable

En 2016, Audace a réalisé un chiffre d'affaires d'1,2 million d'euros, soit 27 % de plus qu'en 2015, tout en étant rentable, selon Dominique Caelen qui dirige Audace depuis 2008. Cette année, elle vise une croissance de 50 % qui sera essentiellement portée par le digital learning. Si l'activité historique d'Audace est la communication, celle-ci ne représente plus que 40 % de son chiffre d'affaires, contre 60 % pour le digital learning. Une activité qui devrait continuer à croître dans un contexte qui s'avère favorable. « Le marché du digital learning est en croissance de 10 % et la France rattrape actuellement son retard en la matière », explique la dirigeante. Elle ajoute : « Nous allons aussi profiter de la réforme de la formation professionnelle : les entreprises vont être dans l'obligation de former leurs salariés tous les six ans et une partie de la formation devra être suppor-



À Douvrin, l'agence Audace introduit la réalité virtuelle dans la formation professionnelle via des simulateurs ou des casques.

tée par les entreprises elles-mêmes. Or le digital learning permet de former beaucoup de personnes, sur un temps court et avec un rapport qualité-prix très concurrentiel ».

Dans le domaine du digital learning, Audace travaille partout en France, pour des grands comptes qui sont à 70 % dans l'industrie et les transports et à 20 % dans le domaine de la santé. La société a également un petit pied à l'international, grâce à ses clients français : « Nous venons de réaliser un

serious game pour Keolis, afin de former les futurs managers de la ligne de métro de Shanghai », indique la dirigeante. Cette dernière vise tout particulièrement le continent africain : « D'après les études de marché, c'est le continent qui va le plus consommer de digital learning ces prochaines années. Nous irons sûrement, mais en développant une politique de partenariats ». Du côté de la communication, en revanche, Audace travaille dans la région et jusqu'au nord de Paris.

## L'immersive learning

Audace mise aussi sur l'immersive learning, qui représente déjà 20 % de l'activité digital learning. L'agence a fait le pari d'introduire la réalité virtuelle dans les formations, via des simulateurs ou des casques de réalité virtuelle. Elle a déjà conçu trois simulateurs : de pont-roulant classique, de pont-roulant nucléaire et de chariot élévateur en logistique. « Notre objectif est de pouvoir industrialiser la fabrication de ces simulateurs afin de pouvoir les produire très rapidement quand nous avons une demande », affirme Dominique Caelen.

Pour poursuivre sa croissance, la PME compte recruter 5 ou 6 personnes cette année : un responsable commercial grands comptes, 4 développeurs et un réalisateur numérique. Ce fort développement aura des répercussions sur la rentabilité sur cet exercice 2017, selon la dirigeante, et afin de financer sa croissance, la société cherche à lever 900.000 euros d'ici juin, auprès de fonds et d'établissements bancaires.

Élodie Soury-Lavergne

## AUDACE

(Douvrin)

Dirigeante : Dominique Caelen et Jérôme Poulain  
CA 2016 : 1,2 million d'euros  
22 salariés  
www.audace-groupe.com