

# Les informations de l'écosystème à retenir ce 29 mai 2019

*Chaque jour, retrouvez dans notre article EnBref les informations de l'écosystème entrepreneuriat et innovation à côté desquelles il ne fallait pas passer.*

Temps de lecture : minute

---

29 mai 2019

## Le Cnum tire la sonnette d'alarme sur l'accessibilité numérique

Le Conseil national du numérique, organisme consultatif français, juge beaucoup trop timide le décret en préparation sur l'accessibilité des services numériques aux personnes handicapées. Certes, le projet de décret prévoit d'étendre les obligations d'accessibilité aux entreprises de plus de 250 millions d'euros de chiffre d'affaires, ou aux organismes remplissant une mission d'intérêt général (associations caritatives), indique le conseil national du numérique. Mais il prévoit "*de nombreuses possibilités d'échapper aux standards de mise en accessibilité*", comme la possibilité d'invoquer une "*charge disproportionnée*", relève le Conseil national du numérique. Par ailleurs, "*les contenus vidéos et audiovisuels*" sont exclus du champ du décret, et prévoit des sanctions (20 000 euros maximum) "*dérisoires*" au regard de l'importance des institutions visées, a regretté le Conseil national du numérique.

Information AFP



À lire aussi

“Afin de n'exclure personne, le web doit se rendre plus accessible”

## Lancement de la Gaming School, la formation des gamers

Pour ceux qui jouent mais ne gagnent pas assez à leur goût, Micromania-Zing et Gaming Campus lancent la Gaming School, une plateforme de cours de jeux vidéo en ligne, avec des masterclass en direct, des exercices, des cours vidéo et des quiz. Les 15 professeurs sont tous spécialisés dans un jeu (Fortnite, League of Legends, PlayerUnknown's Battlegrounds (PUBG) et Hearthstone).

Information AFP

# Funky Veggie à l'assaut des supermarchés belges

La startup Funky Veggie, qui conçoit et produit des snacks végétaux, a signé un partenariat de distribution à l'étranger avec Carrefour pour être mise en rayon dans pas moins de 85 hypermarchés en Belgique. Son produit-phare, baptisé Coeur de Boule, s'internationalise donc après être déjà vendu, en France, par Franprix, Monoprix ou Casino.

---

Article écrit par Geraldine Russell