



# IO1 – Rapport de Synthèse



**THE  
~~MISSING~~  
ENTREPRENEURS**

Ce rapport a été élaboré par :



## Le consortium

---



Ce projet a été financé par le programme Erasmus+ de l'Union européenne. Cette publication reflète uniquement les opinions de l'auteur, et la Commission ne peut être tenue responsable de l'utilisation qui pourrait être faite des informations qu'elle contient. Numéro de projet : 2020-1-FR01-KA204-080632



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



---

## *I01 Rapport de Synthèse*

*Juin 2021*

---

<b>Référence IO:</b>	I01- Cadre global de la définition des lacunes en matière de compétences numériques des groupes de population sous-représentés (femmes, immigrants, jeunes et personnes âgées) dans le développement de l'entrepreneuriat numérique
<b>Leader IO:</b>	P3: CSI
<b>Titre du projet:</b>	Promouvoir le renforcement des capacités des entrepreneurs sous-représentés pour l'entrepreneuriat numérique inclusif et la transformation numérique des entreprises
<b>Acronyme du projet:</b>	The Missing Entrepreneurs
<b>Numéro de projet:</b>	2020-1-FR01-KA204-080632

## Sommaire

1. Introduction .....	6
2. Principales conclusions de la recherche documentaire.....	6
3. Résultats de la recherche : Meilleures pratiques .....	14
4. Résultats de la recherche : Questionnaires.....	16
5. Conclusions et Recommendations .....	20
Annexe 1: Résumé des lacunes dans les compétences.....	21
Annexe 2 : Compétences IO1 avec DigComp et EntreComp .....	26



## 1. Introduction

Le rapport de synthèse de Missing Entrepreneurs est un document élaboré sur la base de recherches - à la fois documentaires et sur le terrain - menées par les partenaires de Missing Entrepreneurs. Le rapport suit les analyses des contextes nationaux de six pays de l'UE (France, Portugal, Espagne, Chypre, Italie et Autriche). Son objectif principal est d'identifier les lacunes en matière de compétences des groupes de population sous-représentés (femmes, immigrants, jeunes et personnes âgées) dans le domaine de l'entrepreneuriat numérique. Pour ce faire, le rapport comparatif est structuré comme suit.

Premièrement, un rapport national de la situation de chacun des six pays est fourni après une recherche documentaire. Deuxièmement, une évaluation des bonnes pratiques actuellement existantes (4 à 7 de chaque pays partenaire). Troisièmement, une section avec les résultats des questionnaires, qui a été fournie à 40 parties prenantes de chaque pays et au sein de nos groupes cibles (cible de 240 mais atteint 267 réponses au total). Ces questionnaires visaient à étudier le contexte national dans le cadre de notre proposition et nous ont donné une perspective transnationale qui nous a aidés à définir les lacunes communes au sein des juridictions des pays participants et peut-être de l'Union européenne dans son ensemble. La dernière partie se concentre sur le résumé complet des lacunes en matière de compétences des groupes de population sous-représentés (femmes, immigrants, jeunes et personnes âgées) dans le domaine de l'entrepreneuriat numérique.

## 2. Principales conclusions de la recherche documentaire

### France

L'enquête European Startup Monitor suggère que **les femmes sont fortement sous-représentées** parmi les entrepreneurs du numérique en France. En 2018, les femmes ne représentaient que 20 % des créateurs de start-up en France. Selon le rapport de l'Agence Digitale de janvier 2019, le nombre de femmes dirigeantes de start-up en France est de 12,4%. Au cours de la période 2014-18, 2,9% des femmes dans l'UE ont tenté de créer une entreprise.

Concernant les jeunes et leurs activités entrepreneuriales, **de plus en plus de jeunes relèvent un nouveau défi ou cherchent à accéder à l'emploi.** Avec une croissance de 22 %, c'est dans les activités de transport et de stockage que le nombre de créations d'entreprises a le plus augmenté l'an dernier. Dans ce secteur, 62 % des fondateurs avaient moins de 30 ans. Viennent ensuite l'immobilier (+10%) et le commerce (+9%) où la proportion de jeunes entrepreneurs est également élevée. Chez les seniors, la création/reprise d'entreprise est motivée par le désir d'indépendance et le goût de l'entrepreneuriat, mais c'est souvent le simple chômage qui les pousse à créer leur propre entreprise. **Les personnes âgées de 50 ans et plus sont à la tête d'environ 16 % des créations et reprises d'entreprises.** Peu d'entreprises créées par des seniors ont bénéficié d'aides à la création d'entreprise.

Les mesures françaises pour améliorer les compétences numériques de sa population sont en cours et devraient produire des résultats tangibles dans les années à venir. Des initiatives plus ciblées seront importantes pour améliorer les compétences de la main-d'œuvre pour l'économie numérique et pour promouvoir le développement de compétences numériques avancées. **Le Plan « Esprit d'entreprendre » en faveur de l'entrepreneuriat des étudiants** traduit la volonté du ministre de faire de l'entrepreneuriat des étudiants une priorité dans les années à venir en multipliant les formations en entrepreneuriat, en encourageant la conduite de projets entrepreneuriaux pendant les études, et en améliorant la reconnaissance des compétences développées par des étudiants entrepreneurs. Par ailleurs, le gouvernement français envisage de mettre en place des stratégies d'adaptation de la main-d'œuvre aux besoins de l'économie numérique. Dans le même temps, la révolution numérique transforme les organisations et les emplois dans tous les secteurs. **Il est estimé que 50 % des emplois actuels sont susceptibles d'être transformés par le numérique dans les années à venir.** Toutefois la technologie numérique offre aussi de nouvelles opportunités d'emploi, notamment dans de nouveaux métiers. Enfin, s'agissant des étapes plus matures de développement, **la taille des fonds de capital-risque français ne permet pas aux start-up de financer des levées de fonds importantes, indispensables pour assurer l'industrialisation et l'internationalisation de leur activité.**

## **Portugal**

Au Portugal et selon « The Missing Entrepreneurs 2019 : Politiques pour l'Entrepreneuriat Inclusif », **les femmes, les jeunes et les seniors étaient plus susceptibles que la moyenne de l'Union européenne (UE) d'être impliqués dans la création** ou la gestion d'une entreprise de moins de 42 mois entre 2014 et 2018 – 7,0 % contre 4,9 % pour les femmes, 9,7 % contre 7,7 % pour les jeunes et 5,4 % contre 4,4 % pour les aînés. Les femmes portugaises montrent nettement moins de préférence pour le travail indépendant que les hommes. Il est peu probable que la plupart d'entre elles prennent la décision de créer leur propre entreprise sans l'existence d'un facteur de stress tel que le chômage ou une perte soudaine de revenu, la nécessité d'échapper à des conditions de travail défavorables ou une discrimination salariale et professionnelle. Concernant les initiatives visant à favoriser l'esprit d'entreprise des femmes au Portugal, une initiative nommée "Femmes au travail ("Mulheres à Obra")" a été créée pour les femmes désireuses de rechercher un cheminement professionnel différent, plus en phase avec leurs besoins d'adaptation de la vie de famille et le travail, leurs préférences et leurs compétences. Il existe plusieurs projets et initiatives qui soutiennent l'entrepreneuriat des immigrants avec un accent particulier sur ceux qui vivent dans les quartiers les plus vulnérables. Concernant les initiatives visant à soutenir les seniors, considérant qu'il existe des lacunes dans l'offre de solutions efficaces pour atténuer le chômage dans les tranches d'âge de plus de 45 ans, en particulier chez les personnes ayant des niveaux de qualification élevés, l'Association des Entreprises Portugaises (Fondation AEP - Associação Empresarial de Portugal) a défini une stratégie pour soutenir l'entrepreneuriat des seniors. Par conséquent, à propos **des mesures publiques de soutien de l'entrepreneuriat des jeunes au Portugal**, le gouvernement a lancé une stratégie nationale d'entrepreneuriat.

## **Espagne**

Les principales conclusions pertinentes de la recherche documentaire en Espagne sont :

- 43% des personnes entre 16 et 74 ans manquent de compétences numériques de base

- 36 % de la main-d'œuvre manque de compétences numériques de base, la situation étant pire parmi la population au chômage (55 %) que celle des actifs (32 %).
- La stratégie gouvernementale Spain Digital 2025 accordera la priorité à la réduction de l'écart de compétences numériques entre les salariés et les chômeurs afin d'atténuer les situations de chômage chronique et de permettre une requalification continue tout au long de la vie professionnelle, en accordant une attention particulière à l'écart numérique existant dans les zones à faible densité de population et dans le monde rural.

Les besoins « numériques » identifiés de chacun des groupes de bénéficiaires sont :

**Les jeunes (15 - 24):**

- « Le savoir-faire » avec les nouvelles technologies pour participer à la communauté et à la nouvelle société numérique (programmation, exploitation d'appareils comme les drones, génération de contenu numérique, conception, etc).
- L'utilisation responsable de la technologie, de la sécurité, de la confidentialité et de la pensée critique.
- L'orientation, la formation et la spécialisation en vue de l'entrée dans le monde du travail. Le besoin de travailler et de renforcer les « soft skills » (communication, leadership, créativité, travail en équipe...), qui sont des compétences transversales de plus en plus valorisées en milieu de travail.

**Les jeunes (15 - 24) sans étude, sans travail :**

- La motivation et le savoir-faire à travers les nouvelles technologies, à la fois numériques et liées aux concepts STEAM et aux créateurs d'espaces, pour l'entrepreneuriat social ou économique.

**Adultes en général (25 - 65), sans segmentation spécifique :**

- « Le savoir-faire » avec la technologie, participer à des communautés et des réseaux, générer du contenu, l'utiliser dans des environnements complexes.
- L'administration électronique et numérique, les nouveaux services liés à la participation communautaire et démocratique et liés à l'utilisation de

services numériques de toutes sortes qui sont déployés dans des secteurs tels que la finance, l'assurance, l'énergie, la mobilité, etc.

- La coexistence à la maison, au travail ou dans l'environnement de nouveaux concepts numériques, tels que l'intelligence artificielle, la robotique, les chatbots, les systèmes de registre distribués, etc.

Compétences pour résoudre les problèmes liés à la technologie dans ces environnements.

- La législation, la réglementation ou les problèmes de confidentialité et de sécurité.
- La formation continue, notamment pour la requalification des compétences numériques pour le travail.
- La certification des compétences numériques pour l'accréditation en milieu de travail

#### **Les personnes en recherche d'emploi, jeunes et moins jeunes :**

- La qualification et la requalification pour l'employabilité, comprenant à la fois des compétences techniques (programmation), ainsi que des compétences horizontales liées à la créativité, au design, au travail en équipe, etc.
- La certification des compétences numériques.

#### **Entrepreneurs, indépendants et travailleurs de petites entreprises et PME :**

- Le savoir-faire grâce aux nouvelles technologies numériques et connexes : gestion des outils pour leur application dans les processus, produits et services, en lien avec les clients et partenaires, eCommerce, développement des personnes, etc.
- L'administration électronique numérique d'un point de vue commercial.
- L'aptitude à résoudre des problèmes liés à la technologie dans l'environnement de travail.
- La législation, la réglementation et les questions liées à la confidentialité et à la sécurité dans une perspective commerciale.
- L'apprentissage continu et virtuel de toutes sortes de compétences et d'aptitudes.

- La qualification et la requalification sur le lieu de travail pour l'utilisation habile de la technologie.

**Personnes à risque d'exclusion numérique (population rurale, femmes, immigrés, personnes handicapées...):**

- L'alphabétisation numérique comme outil pour améliorer leur qualité de vie.
- Le développement de compétences numériques pour leur inclusion sociale, professionnelle et personnelle dans la société, en tenant compte des besoins spécifiques de chaque groupe spécifique : accessibilité des TIC dans le cas des personnes handicapées, éventuelle assistance linguistique dans le cas des immigrés, etc.

Nous recommandons de suivre les 10 disciplines clés établies dans l'environnement numérique d'une entreprise et un total de 41 compétences dérivées demandées par les PME espagnoles présentées à la page 17, dans le Rapport National Espagnol au moment de la création des programmes de formation à offrir par le projet The Missing Entrepreneurship.

## **Chypre**

À Chypre, **le financement reste l'un des principaux défis pour toutes les activités entrepreneuriales**. En raison de la crise financière dans le pays en 2008-09 qui a conduit à une restructuration du secteur financier et selon la Déclaration de Politique Nationale (2015), 92% des entrepreneurs chypriotes croient fermement que l'obtention de financement est une condition pour le bon fonctionnement de leurs entreprises. En outre, **la déclaration politique met l'accent sur le renforcement des compétences et des activités entrepreneuriales pour tous et souligne la nécessité de renforcer le soutien à l'entrepreneuriat des jeunes et des femmes**. Cependant, pas tous les groupes sociaux, par ex. les personnes âgées, les migrants, les personnes handicapées, se voient fixer des cibles et des objectifs en matière de création d'entreprise. Bien que leur soutien soit prévu à travers les meilleures pratiques et programmes.

Une question importante qui contribuera à l'entrepreneuriat inclusif réside dans les réformes réglementaires qui faciliteront également la création d'entreprises.

D'ici 2020, il était censé accomplir une série d'initiatives réglementaires pour renforcer l'écosystème de l'entrepreneuriat, comme le décrit le programme national de réforme de 2017.

## **Italie**

En Italie, il existe environ 500 000 entreprises dirigées par des jeunes de moins de 35 ans, représentant 8,6 % du système de production national. **Près de 70 % des petits entrepreneurs de ce pays ont plus de 50 ans, tandis que les moins de 30 ans sont en forte baisse.** En examinant les secteurs individuels, nous constatons que les entrepreneurs de plus de 50 ans représentent 72,3 % dans l'agriculture et 60,3 % dans le secteur manufacturier. De nombreuses initiatives et mesures de soutien à l'entrepreneuriat des jeunes sont sur la table, par ex. des chambres de commerce. Peu d'entreprises sont dirigées par des femmes étrangères et représentent 10,8% de toutes les entreprises féminines du pays. L'incidence la plus élevée d'entreprises immigrantes est attribuable aux activités de location, aux agences de voyages et aux services aux entreprises (17 %). **Depuis la crise de 2008, les immigrés indépendants ont apporté une contribution décisive au maintien de la base entrepreneuriale.** Le Covid-19 a entraîné un nouveau ralentissement de la croissance des entreprises comme partout. Les difficultés rencontrées par les étrangers dans la recherche d'emploi sont a) le manque de compétences linguistiques, b) le décrochage scolaire précoce des mineurs, c) les diplômes non reconnus, d) la nationalité ou le permis de séjour, e) l'origine, la religion et la classe sociale. Le profil de la nouvelle entrepreneure italienne de moins de 40 ans (60% contre 55% d'hommes), a un niveau d'éducation élevé et en moyenne supérieur à celui des hommes. Au sein des entreprises de femmes, les jeunes, par rapport aux non-jeunes, affichent de meilleures performances à tous points de vue : elles sont plus innovantes, elles investissent davantage dans les technologies vertes et la durabilité ainsi que dans la responsabilité sociale des entreprises. Cependant, **les jeunes entreprises féminines sont moins numérisées** (19% ont adopté ou adoptent des mesures commerciales 4.0 contre 25% des entreprises non féminines), principalement en raison d'une moins bonne connaissance des mesures actuelles sur la transition numérique.

## **Autriche**

**La part des entreprises autrichiennes créées par des femmes augmente - passant de 39,5% en 2010 à 44,5% en 2017.**

Cependant, **il existe certainement un écart entre les genres en Autriche**, car les femmes sont nettement moins susceptibles que les hommes de posséder les compétences entrepreneuriales nécessaires pour créer une entreprise (41% contre 58,1%), et les femmes en général exploitent de plus petites entreprises avec moins d'employés, ambitions de capital et de croissance que les hommes.

**Les jeunes en Autriche ont l'un des niveaux de travail indépendant les plus bas de l'UE** - 3,3% contre 6,5%. Les jeunes sont légèrement moins susceptibles que les adultes de posséder les compétences entrepreneuriales nécessaires pour créer une entreprise – 45 % contre 49,6 %, mais ils sont plus susceptibles d'avoir des compétences numériques nettement supérieures à celles des adultes en moyenne. 13,7% des adultes autrichiens ont indiqué qu'ils n'avaient aucune expérience préalable avec les ordinateurs ou manquaient de compétences informatiques très basiques.

**En Autriche, les seniors sont moins susceptibles d'être indépendants que la moyenne de l'UE** - 15,5% contre 17,7%, avec un bond à l'âge de la retraite de 65 ans, les seniors de plus de 65 ans sont nettement moins susceptibles d'être actifs en tant qu'entrepreneurs.

**Les migrants nés dans un autre État membre de l'UE avaient auparavant un taux de travail indépendant plus élevé que la moyenne, mais ce n'est plus le cas. Le taux de travail indépendant des migrants nés hors de l'UE a toujours été plus faible, avec une différence proche de 4 %.**

Les compétences en littératie et en numératie culminent chez les 25-34 ans, tandis que celles des 55-64 ans sont généralement les plus faibles de tous les groupes d'âge. L'Autriche a développé son propre modèle de compétences pour les compétences numériques, appelé « Digital Competence Framework for Austria - DigComp 2.2 AT ».

### 3. Résultats de la recherche : Meilleures pratiques

De nombreuses bonnes pratiques ont été mentionnées dans les rapports nationaux de chaque pays. Plus précisément, il existe des initiatives et des projets qui ciblent les femmes, les jeunes, les immigrants et les personnes âgées. Quelques exemples sont:

#### France

- La Transition Numérique du Secteur Associatif (Initiative) – Public cible : PME et TPE. L'Association propose un service d'autodiagnostic simple et gratuit qui permet aux PME/TPE d'évaluer leur niveau de maturité numérique dans le Web et d'obtenir un plan d'action personnalisé en moins de 10 minutes.
- Femmes dans les métiers du numérique (Initiative) – Groupe cible : Femmes qui souhaitent créer leur propre entreprise. Il accompagne dans la durée les femmes qui souhaitent créer leur entreprise, accéder à une formation ou un premier emploi, ou rechercher un changement d'orientation ; un engagement qui s'étend parfois bien au-delà de la France.

#### Portugal

- PEI – Projet de promotion de l'entrepreneuriat des immigrants (Projet) – Groupe cible : citoyens immigrants désireux de structurer une idée d'entreprise et de la mettre en œuvre. Il vise à favoriser l'entrepreneuriat parmi les communautés d'immigrants, avec un accent particulier sur ceux qui vivent dans les quartiers les plus vulnérables.
- Empreender 45-60 (Projet) – Groupe cible : Personnes de la tranche d'âge 45-60, en particulier avec des niveaux de qualification élevés.

#### Espagne

- Cybervolontaires : Cibervoluntarios promouvant le volontariat technologique en Espagne (Initiative) – Groupe cible : personnes âgées, personnes handicapées, femmes entrepreneurs et élèves du primaire et du secondaire, éducateurs et parents. 1 500 volontaires à travers l'Espagne détectent les besoins en compétences numériques, organisent des ateliers et forment les citoyens aux compétences numériques.

- Don d'appareils (Projet) – Public cible : écoliers issus de milieux défavorisés. AMETIC, en collaboration avec le ministère de l'Éducation et de la Formation Professionnelle mobilise ses adhérents pour faire le don d'appareils tels que des tablettes, des ordinateurs portables et des lignes téléphoniques de haute capacité à distribuer aux élèves issus de milieux défavorisés.

#### Chypre

- CYPRUSINNO (Projet) – Groupe cible : jeunes, entrepreneurs sociaux et start-up. Il s'agit d'une plate-forme numérique offrant aux entrepreneurs chypriotes et aux personnes aidant à la résolution de problèmes de toute l'île, la possibilité de se connecter avec des innovateurs partageant les mêmes idées, de réseauter et même de publier sur le site.
- Inclusion sociale des migrants et des jeunes à travers l'entrepreneuriat – MYSITE (projet) – Groupe cible : Jeunes locaux et jeunes ressortissants de pays tiers intéressés par l'entrepreneuriat. Ce projet aborde l'entrepreneuriat comme un outil d'intégration. L'un des objectifs du projet est de promouvoir l'entrepreneuriat des jeunes comme moyen d'emploi et d'indépendance financière.

#### Italie

- #HERE (Projet) – Public cible : Invités du centre d'accueil SPRAR ENEA. Création d'un espace permanent dédié aux nouvelles technologies - au service des hôtes et opérateurs du centre SPRAR ENEA pour renforcer les compétences numériques et expérimenter de nouveaux moyens de socialiser et d'apprendre de manière créative et innovante.
- Be-Win (Entrepreneuriat des Femmes en Réseau) (Projet) – Groupe cible : Nouvelles jeunes femmes entrepreneures italiennes. Le projet vise à développer un "réseau italien de femmes entrepreneurs" pour soutenir, grâce aux opportunités de communication offertes par les nouvelles technologies, le transfert d'expériences et de connaissances de 32 femmes qui ont acquis une expérience significative dans le domaine du management et de l'entrepreneuriat (Mentors), à 64 nouvelles femmes entrepreneurs dans le monde de l'entrepreneuriat.

Autriche

- aws (Programme) – Groupe cible : PME, futurs entrepreneurs. Elle accompagne les entreprises dans la mise en œuvre de leurs projets innovants en proposant des prêts à taux réduit, des subventions et des garanties, notamment dans les cas où les fonds nécessaires ne peuvent être obtenus de manière suffisante par des financements alternatifs.
- fit4internet (Plateforme) – Groupe cible : jeunes, salariés, personnes en réinsertions, seniors. fit4internet est la plate-forme qui contribue à l'augmentation des compétences numériques de différentes manières, notamment en regroupant différentes forces. Les outils f4i offrent la possibilité de s'orienter sur son propre niveau de compétence et ainsi, de continuer à apprendre et progresser soi-même de manière ciblée.

#### 4. Résultats de la recherche : Questionnaires

Un questionnaire a été fourni pour être distribué dans tous les pays partenaires. L'objectif était d'avoir au moins 40 questionnaires collectés dans chaque pays partenaire pour un total de 240 mais nous avons réussi à atteindre le total de 267 questionnaires. Concrètement, dans chaque pays partenaire, au moins 5 questionnaires devaient être collectés auprès de chacun des groupes sociaux concernés par le projet (femmes, jeunes, seniors, immigrés). Les questionnaires ont été distribués selon le plan d'action proposé. Le questionnaire a été fourni sous forme de questionnaire en ligne dans Google Form afin de recevoir les réponses plus rapidement et de pouvoir analyser les résultats plus efficacement.

Près de 78 % des personnes ayant répondu au questionnaire **en France** ont entre 18 et 34 ans, 6 % entre 35 et 44 ans et 16 % entre 45-54 et 55-64 ans. 67% des personnes interrogées étaient françaises, tandis que les 33% restants venaient de pays de l'UE et hors UE. 97% d'entre eux avaient un niveau d'études supérieur (universitaire et supérieur). Plus de 79% des participants se considèrent très familiers avec le terme d'entrepreneuriat et plus de 83% connaissent la création d'entreprise. Cependant, la majorité des répondants préfèrent rester encore en dehors de l'entrepreneuriat numérique, l'incapacité de démarrer une entreprise et

le manque de connaissances étant les principales raisons qui les empêchent de prendre l'initiative.

**Au Portugal**, les répondants étaient les suivants : Femmes – 28 réponses ; Jeunes – 25 réponses ; Aînés – 7 réponses et Immigrants – 8 réponses. Concernant leur parcours entrepreneurial, les résultats ont montré un équilibre. En ce qui concerne le terme « entrepreneuriat numérique », la majorité des participants le connaît bien. Ils ont déclaré que le domaine de l'entrepreneuriat numérique a un potentiel commercial attrayant, est plus proche des besoins des clients, étant un secteur en croissance à faible coût avec une meilleure portée et une meilleure praticité. Il a été accordé une grande importance aux compétences concernant la communication, les finances, la gestion des opérations et, en outre, l'option la plus élevée choisie concernait la gestion de projet.

Près de 70 % des participants au questionnaire en **Espagne** avaient entre 18 et 34 ans, 11 % des plus de 65 ans et 7 % pour chacune des tranches d'âge restantes : 35-44, 45-54 et 55-64. En ce qui concerne le genre, 70 % des participants étaient des femmes et 30 % étaient des hommes. 60 % d'entre eux avaient un niveau d'enseignement supérieur. Parmi ceux qui étaient entrepreneurs dans le passé, 9 % l'ont fermé et 36 % l'ont vendu. La majorité des raisons invoquées pour ne pas avoir d'entreprise active pour le moment sont de nature financière (50 %) ou liées au manque d'autres ressources comme l'énergie (29 %), le temps (18 %) et d'autres problèmes opérationnels (24 %). 17% des participants déclarent le manque de connaissances sur la création et la gestion d'entreprise. Seuls 14% des participants se considèrent familiarisés avec l'entrepreneuriat numérique bien que près de la moitié des participants l'aient considéré comme une option intéressante pour créer une entreprise. L'analyse complète des compétences existantes perçues et la pertinence des compétences nous donnent une idée assez précise des compétences nécessaires. On peut observer que les participants se déclarent plus compétents en communication, conception et gestion de projets et produits plutôt qu'en finances, analyse de données, marketing digital ou développement web. Dans le même temps, ils montrent qu'ils ont clairement besoin de combler le fossé des connaissances qu'ils perçoivent dans ce domaine, car ils considèrent ces compétences pertinentes pour la création de l'entreprise.

A **Chypre**, 40 % des participants étaient âgés de 25 à 34 ans, alors que seulement 5 % avaient 18-24 ans. Concernant le genre, 67% des répondants étaient des femmes et 33% des hommes. Les principales raisons pour lesquelles les participants interrogés ne possèdent pas d'entreprise aujourd'hui sont d'ordre financier et opérationnel. Les participants qui possèdent encore une entreprise ont une durée de 2 ans. Seuls 12 participants sur 40 n'ont jamais envisagé de se lancer dans l'entrepreneuriat numérique. Les autres envisagent de se lancer dans le numérique, car cela peut offrir des opportunités commerciales et financières pertinentes. À cette fin, ils ont l'intention d'élargir leurs connaissances sur le démarrage d'une entreprise numérique. Lorsqu'on a demandé aux gens d'évaluer leurs connaissances et leur familiarité pratique avec certaines compétences, la plupart des gens ont indiqué qu'ils étaient très familiers avec le terme de communication et de gestion de projet. Cependant, de nombreux participants ne possèdent pas de compétences liées au développement Web, à l'analyse de données et au développement des produits de services.

En **Italie**, 53 personnes ont été interrogées, dont 29 femmes et 23 hommes, et elles sont majoritairement de nationalité italienne. Environ 70 % des répondants appartiennent au groupe d'âge des jeunes (18-34 ans), le reste appartient au groupe d'âge des 35-64 ans et un seul répondant a déclaré un âge supérieur à 65 ans. 25% des répondants déclarent avoir des connaissances élevées en matière de création d'entreprise, 47% déclarent avoir des connaissances moyennes et 28% déclarent avoir des connaissances faibles. Environ 30% des personnes interrogées déclarent bien connaître le terme entrepreneuriat, 59% ont une connaissance moyenne et 11% une faible connaissance. 15% des personnes interrogées déclarent connaître le terme entrepreneuriat numérique, 60% déclarent une connaissance moyenne et 25% une faible connaissance. Cela suggère que les personnes interrogées connaissent moins le monde de l'entrepreneuriat numérique que le monde plus large de l'entrepreneuriat : environ 15 % des personnes interrogées qui ont déclaré connaître le terme entrepreneuriat ont rejoint le groupe de celles qui ont déclaré ne pas connaître le terme entrepreneuriat numérique. Quelques autres compétences liées à l'entrepreneuriat numérique suggérées par les répondants, telles que 1) la résolution de problèmes dans les situations d'urgence ; 2) la création de contenu,

« soft skills », l'empathie ; 3) les compétences linguistiques ; 4) le travail d'équipe ; 5) l'innovation.

Les personnes interrogées en **Autriche** étaient presque parfaitement divisées par genre. En ce qui concerne l'âge, toutes les tranches d'âge étaient représentées, les 35-44 ans étant les plus actifs, tandis que les répondants de plus de 65 ans étaient les moins représentés. 29 répondants (62%) sont nés en Autriche. La grande majorité d'entre eux (83 %) ne possèdent pas de diplôme universitaire. Les principales raisons de fermeture d'entreprises sont liées au marché et à l'incapacité de respecter les obligations financières. Cela dit, un certain nombre d'entreprises ont été fermées pour des raisons personnelles - leurs propriétaires ne pouvaient pas suivre le style de vie exigeant d'un entrepreneur et n'étaient pas prêts à faire de nouveaux sacrifices. 70 % des personnes interrogées jugent leur connaissance de l'entrepreneuriat importante et la moitié comme la plus élevée possible. Plus de la moitié des personnes interrogées ont qualifié leurs compétences en entrepreneuriat numérique d'insuffisantes et seulement 13% lui ont donné un résultat maximal. Les opportunités commerciales et financières existantes, ainsi que la facilité relative de démarrer des activités en ligne, sont les principaux facteurs d'attraction. Cependant, la majorité des personnes interrogées préfèrent toujours rester en dehors de l'entrepreneuriat numérique en raison de l'incapacité de créer une entreprise et du manque de connaissances. Du côté négatif, les répondants ont mentionné : un manque d'intérêt pour l'entrepreneuriat numérique en général – soit en raison de la sécurité de l'emploi ou des plans de retraite ; un manque d'idées commerciales concrètes ; un manque d'opportunités ; et un manque de savoir-faire.

Cette section comprend les conclusions et recommandations de chaque pays. Ainsi structuré, ce rapport offre un aperçu approfondi des lacunes et des besoins dans le domaine de l'entrepreneuriat numérique pour les groupes sous-représentés dans les pays de l'UE. L'un des enseignements les plus importants offerts par ce rapport est que, malgré les différences de situation entre les pays partenaires, certains problèmes concernant les activités entrepreneuriales semblent être communs à tous les contextes nationaux. Par exemple, il a été noté que de nombreuses initiatives pertinentes pour augmenter le niveau de compétences numériques existent mais doivent se développer.

## 5. Conclusions et Recommendations

Sur la base des résultats de la recherche, il y a deux recommandations clés qui devraient être exploitées pour stimuler la participation des groupes de population sous-représentés (femmes, immigrants, jeunes et seniors) dans l'entrepreneuriat numérique.

1. Tout d'abord, des initiatives gouvernementales plus adaptées en faveur des entrepreneurs devraient être mises en place afin de mieux répondre aux besoins des entrepreneurs potentiels.
2. En outre, le fait qu'une partie importante des parties prenantes ait de faibles compétences en matière d'entrepreneuriat et plus particulièrement en matière d'entrepreneuriat numérique, crée un défi et un obstacle pour les entrepreneurs potentiels à créer leur propre entreprise. Ainsi, une autre recommandation consiste à mettre en place des cours et des programmes de formation et de renforcement des capacités sur les compétences pertinentes et à la demande pour les entrepreneurs numériques potentiels afin de s'assurer qu'ils possèdent les connaissances et les compétences requises pour démarrer une entreprise numérique. Ce type d'approche peut contribuer à adapter le marché du travail et sa main-d'œuvre au monde numérique.

En conclusion, par ordre de priorité, les compétences les plus importantes que les répondants ne connaissent pas sont :

- Analyse des données
- Développement web
- La finance
- Le marketing digital
- Le développement de produits de services

Pour une liste complète des lacunes en matière de compétences par pays du consortium, vous pouvez consulter l'annexe 1.

## **Annexe 1: Résumé des lacunes dans les compétences**

Enfin, concernant la recherche qui a été réalisée grâce aux questionnaires, les participants ont répondu à quelques questions importantes qui sont référencées ci-dessous. Ainsi, quelques recommandations avec le tableau récapitulatif des écarts de compétences par pays partenaire sont notées.

### **France – 36 questionnaires**

Une question importante qui devait être étudiée était la Q7 qui concernait la familiarité avec la création d'une entreprise. La majorité des répondants en France est familiarisée.

Une autre question notable était la Q13 qui demandait la familiarité avec le terme entrepreneuriat numérique et la majorité connaît le terme, même s'il y a eu quelques réponses en dessous de 5.

La question qui devait être posée pour que nous puissions comprendre les besoins était la Q17, concernant les connaissances et la familiarité pratique avec les compétences qu'ils pourraient avoir. Ci-dessous, nous pouvons voir dans la liste les compétences que les participants ne sont pas familiarisés et celles où ils sont le plus.

- a. La finance
- b. Le développement web
- c. Le marketing digital (Image de marque, Logistique, Distribution)
- d. Le développement de produits de services
- e. L'analyse des données
- f. La gestion des réseaux sociaux
- g. La gestion des opérations
- h. Le développement du réseau commercial
- i. La conception/la créativité
- j. La communication

k. La gestion de projet

**Portugal** – 42 questionnaires.

Q7 : il existe une variation des répondants qui sont familiers avec la création d'entreprise. Beaucoup d'entre eux ont répondu le chiffre 5 (8 personnes) qui est le chiffre médian de l'échelle, tandis que beaucoup d'entre eux ont répondu plus de 6 (22 personnes).

Q13 : la majorité (27 personnes) est familiarisé avec le terme d'entrepreneuriat numérique, il y a eu quelques réponses <5 cependant (10 personnes).

a. Le développement web

b. Le développement de produits de services

c. La conception/la créativité

d. Le développement du réseau commercial

e. L'analyse des données

f. Le marketing digital (Image de marque, Logistique, Distribution)

g. La gestion des opérations

h. La gestion des réseaux sociaux

i. La finance

j. La gestion de projet

k. La communication

**Espagne** – 45 questionnaires

Q7 : la majorité est familiarisée avec la création d'entreprise.

Q13 : la majorité est familiarisée avec le terme entrepreneuriat numérique, il y a eu quelques réponses <5 cependant.

a. La finance

b. La gestion des opérations

- c. Le développement web
- d. L'analyse des données
- e. Le marketing digital (Image de marque, Logistique, Distribution)
- F. La gestion de projet
- g. Le développement de produits de services
- h. Le développement du réseau commercial
- i. La gestion des réseaux sociaux
- j. La conception/la créativité
- k. La communication

**Chypre** – 43 questionnaires

Q7 : la plupart d'entre eux connaissent la création d'entreprise.

Q13 : la plupart d'entre eux sont familiarisés avec le terme d'entrepreneuriat numérique, il y a eu quelques réponses <5 cependant.

- a. Le développement web
- b. L'analyse de données
- c. Le marketing digital (Image de marque, Logistique, Distribution)
- d. Le développement de produits de services
- e. La gestion des opérations
- f. Le développement du réseau commercial
- g. La gestion des réseaux sociaux
- h. La finance
- i. La conception/la créativité
- j. La gestion de projet

k. La communication

**Italie** – 53 questionnaires

Q7 : la plupart d'entre eux ne connaissent pas la création d'entreprise.

Q13 : la plupart d'entre eux ne sont pas très bien familiarisés avec le terme d'entrepreneuriat numérique (24 sur 53 ont répondu 5-6).

a. Le développement web

b. Le développement de produits de services

c. Le développement du réseau commercial

d. L'analyse des données

e. La finance

f. Le marketing digital (Image de marque, Logistique, Distribution)

g. La conception/La créativité

h. La gestion des opérations

i. La gestion des réseaux sociaux

j. La gestion de projet

k. La communication

**Autriche** – 48 questionnaires

Q7 : la plupart d'entre eux connaissent la création d'entreprise.

Q13 : il y avait une variété de répondants qui sont familiers avec le terme d'entrepreneuriat numérique.

a. L'analyse des données

b. Le développement web

- c. Le marketing digital (Image de marque, Logistique, Distribution)
- d. La conception/La créativité
- e. Le développement du réseau commercial
- f. La gestion des réseaux sociaux
- g. Le développement de produits de services
- h. La finance
- i. La gestion des opérations
- j. La gestion de projet
- k. La communication

## Annexe 2 : Compétences IO1 avec DigComp et EntreComp

Grâce à l'utilisation du cadre Européen de référence pour l'assurance de la qualité dans l'enseignement et la formation professionnels (CERAQ), l'objectif du projet est de fournir une vue d'ensemble des aptitudes et des compétences pertinentes pour l'entrepreneuriat numérique. À cette fin, le consortium a cartographié les compétences analysées au sein d'IO1 avec deux cadres de compétences européens clés :

- [Le cadre européen de compétences en matière d'entrepreneuriat \(EntreComp\)](#): offre une description complète des connaissances, des compétences et des attitudes d'un état d'esprit entrepreneurial.
- [Le cadre européen des compétences numériques \(DigComp\)](#): offre les éléments clés d'une vision commune de ce qui représente les compétences numériques.

Les résultats des compétences correspondantes analysées au sein d'IO1 ainsi que EntreComp et DigiComp sont présentés dans les tableaux ci-dessous :

Compétences TME	Relation EntreComp		
	Domaine	Compétence	Description
<b>A. Finance</b> : Capacité de recueillir, d'intégrer et d'interpréter des informations financières pertinentes provenant de sources différentes	2. Ressources	<b>2.4. Littératie financière et économique</b> (développer le savoir-faire financier et économique)	Estimer le coût de la transformation d'une idée en une activité créatrice de valeur  Planifier, mettre en place et évaluer les décisions financières sur une période  Gérer le financement pour s'assurer qu'une activité créatrice de valeur peut durer à long terme
<b>B. Développement Web</b> : Capacité de créer et de maintenir des sites Web.	pas de lien direct		
<b>C. Marketing digital</b> : Capacité qui combine différentes pratiques de marketing comme la conception Web, le référencement Naturel (SEO), le marketing des réseaux sociaux, la rédaction de contenu, etc.	2. Ressources	<b>2.5. Mobiliser les autres</b> (Inspirer, motiver et faire participer les autres)	Inspirer et motiver les parties prenantes concernées  Obtenir le soutien nécessaire pour obtenir des résultats de valeur  Démontrer une communication, une persuasion, une négociation et un leadership efficaces
<b>D. Développement de services de produits</b> : Capacité à définir un service pour un nouveau produit, il s'agit d'un modèle d'affaires / modèle de livraison adéquat.	1. Idées et opportunités	<b>1.1. Repérer les opportunités</b> (utiliser votre imagination et vos capacités pour identifier les opportunités de création de valeur)	Identifier et saisir les opportunités de création de valeur en explorant le paysage social, culturel et économique  Identifier les besoins et les défis à relever  Établir de nouveaux liens et rassembler des éléments dispersés du paysage pour créer des opportunités de création de valeur

	2. Ressources	<b>2.3. Mobiliser les ressources</b> (Rassembler et gérer les ressources dont vous avez besoin)	Obtenir et gérer les ressources matérielles, immatérielles et numériques nécessaires pour transformer des idées en actions  Tirer le meilleur profit des ressources limitées  Acquérir et gérer les compétences nécessaires à n'importe quelle étape, y compris les compétences techniques, juridiques, fiscales et numériques
<b>E. Analyse des données :</b> Capacité à visualiser efficacement les données et à les présenter dans un narratif cohérent qui fournit des informations de valeur.	1. Idées et opportunités	<b>1.1. Repérer les opportunités</b> (utiliser votre imagination et vos capacités pour identifier les opportunités de création de valeur)	Identifier et saisir les opportunités de création de valeur en explorant le paysage social, culturel et économique  Identifier les besoins et les défis à relever  Établir de nouveaux liens et rassembler des éléments dispersés du paysage pour créer des opportunités de création de valeur
<b>F. Gestion des réseaux sociaux:</b> Capacité à gérer les réseaux sociaux en atteignant le bon public. Engager un public cible en dirigeant un service ou une marque sur les réseaux sociaux	2. Ressources	<b>2.5. Mobiliser les autres</b> (inspirer, enthousiasmer et faire participer les autres)	Inspirer et motiver les parties prenantes concernées  Obtenir le soutien nécessaire pour obtenir des résultats de valeur  Démontrer une communication, une persuasion, une négociation et un leadership efficaces
<b>G. Gestion des opérations:</b> Capacité à coordonner les équipes, les projets, les budgets et à analyser et prendre des décisions à cet égard.	2. Ressources	<b>2.1. Connaissance de soi et auto-efficacité</b> (croire en soi et continuer à se développer)	Réfléchir aux besoins, aspirations et désirs à court, moyen et long terme  Identifier et évaluer les forces et faiblesses individuelles et collectives  Croire en sa capacité à influencer le cours des événements, malgré l'incertitude, les revers et les échecs temporaires
		<b>2.2. Motivation et persévérance</b> (Rester concentré et ne pas abandonner)	Être déterminé à transformer les idées en actions et à satisfaire son besoin de réussite  Être prêt à être patient et à continuer d'essayer d'atteindre des objectifs, de long terme, individuels ou de groupe  Être résilient sous la pression, l'adversité et l'échec temporaire
		<b>2.3. Mobiliser les ressources</b> (rassembler et gérer les ressources dont vous avez besoin)	Obtenir et gérer les ressources matérielles, immatérielles et numériques nécessaires pour transformer des idées en actions  Tirer le meilleur profit des ressources limitées  Acquérir et gérer les compétences nécessaires à n'importe quelle étape, y compris les compétences techniques, juridiques, fiscales et numériques
		<b>2.4. Littératie financière et économique</b> (développer le	Estimer le coût de la transformation d'une idée en une activité créatrice de valeur

		savoir-faire financier et économique)	Planifier, mettre en place et évaluer les décisions financières sur une période  Gérer le financement pour s'assurer qu'une activité créatrice de valeur peut durer à long terme
		<b>2.5. Mobiliser les autres</b> (inspirer, enthousiasmer et faire participer les autres)	Inspirer et motiver les parties prenantes concernées  Obtenir le soutien nécessaire pour obtenir des résultats de valeur  Démontrer une communication, une persuasion, une négociation et un leadership efficaces
	3. En action	<b>3.1. Prendre l'initiative</b>	Initier des processus qui créent de la valeur  Relever des défis  Agir et travailler de manière indépendante pour atteindre les objectifs, s'en tenir aux intentions et effectuer les tâches planifiées
		<b>3.2. Planification et gestion</b> (prioriser, organiser et suivre)	Fixer des objectifs à long, moyen et court terme  Définir les priorités et les plans d'action  S'adapter aux changements imprévus
		<b>3.3. Faire face à l'incertitude</b> (prendre des décisions tenant compte de l'incertitude, de l'ambiguïté et du risque)	Prendre des décisions lorsque le résultat de cette décision est incertain, lorsque les informations disponibles sont partielles ou ambiguës, ou lorsqu'il existe un risque de résultats imprévus  Dans le processus de création de valeur, inclure des moyens structurés de tester les idées et les prototypes dès les premières étapes, afin de réduire les risques d'échec  Gérer des situations en évolution rapide de manière instantanée et flexible.
		<b>3.4. Travailler avec les autres</b> (Se mettre en équipe, collaborer et réseauter)	Travailler ensemble et coopérer avec les autres pour développer des idées et les transformer en actions  Réseauter  Résoudre des conflits et faire face à la concurrence de manière positive si nécessaire
		<b>3.5. Apprentissage par l'expérience</b> (apprendre par la pratique)	Utiliser toute initiative de création de valeur comme une opportunité d'apprentissage  Apprendre avec les autres, y compris les pairs et les mentors  Réfléchir et apprendre à partir des succès ainsi que des échecs (le sien et celui des autres)
<b>H. Réseautage d'affaires</b> : Capacité d'établir et de maintenir des relations de travail, des partenariats ou des	3. En action	<b>3.4. Travailler avec les autres</b> (Se mettre en	Travailler ensemble et coopérer avec les autres pour développer des idées et les transformer en actions

réseaux de contacts efficaces et constructifs avec des personnes qui jouent, ou qui pourraient un jour jouer, un rôle déterminant dans l'atteinte des objectifs liés au travail. Également connu sous le nom de Business networking/relationship/network Building.		équipe, collaborer et réseauter)	Réseauter  Résoudre des conflits et faire face à la concurrence de manière positive si nécessaire
<b>I. Créativité / Pensée créative:</b> Capacité à découvrir de nouvelles opportunités et solutions aux problèmes en regardant au-delà des pratiques actuelles et en utilisant une pensée innovante.	1. Idées et opportunités	<b>1.2. Créativité</b> (développer des idées créatives et ciblées)	Développer plusieurs idées et opportunités pour créer de la valeur, y compris de meilleures solutions aux défis existants et/ou nouveaux  Explorer et expérimenter des approches innovantes  Combiner les connaissances et les ressources pour obtenir des effets de valeur
<b>J. Communication:</b> Capacité à atteindre des objectifs de communication d'une manière socialement appropriée, et adaptée au public cible.	2. Ressources	<b>2.5. Mobiliser les autres</b> (Inspirer, motiver et faire participer les autres)	Inspirer et motiver les parties prenantes concernées  Obtenir le soutien nécessaire pour obtenir des résultats de valeur  Démontrer une communication, une persuasion, une négociation et un leadership efficaces
<b>K. Gestion de projet :</b> Capacité de planifier, d'organiser et de gérer les ressources pour mener à bien un projet spécifique.	2. Ressources	<b>2.1. Conscience de soi et auto-efficacité</b> (croire en soi et continuer à se développer)	Réfléchir aux besoins, aspirations et désirs à court, moyen et long terme  Identifier et évaluer les forces et faiblesses individuelles et collectives  Croire en sa capacité à influencer le cours des événements, malgré l'incertitude, les revers et les échecs temporaires
		<b>2.2. Motivation et persévérance</b> (Rester concentré et ne pas abandonner)	Être déterminé à transformer les idées en actions et à satisfaire son besoin de réussite  Être prêt à être patient et à continuer d'essayer d'atteindre des objectifs, de long terme, individuels ou de groupe  Être résilient sous la pression, l'adversité et l'échec temporaire
		<b>2.3. Mobiliser des ressources</b> (rassembler et gérer les ressources dont vous avez besoin)	Obtenir et gérer les ressources matérielles, immatérielles et numériques nécessaires pour transformer des idées en actions  Tirer le meilleur profit des ressources limitées  Acquérir et gérer les compétences nécessaires à n'importe quelle étape, y compris les compétences techniques, juridiques, fiscales et numériques
		<b>2.4. Littératie financière et économique</b> (développer le savoir-faire)	Estimer le coût de la transformation d'une idée en une activité créatrice de valeur  Planifier, mettre en place et évaluer les décisions financières sur une période

		financier et économique)	Gérer le financement pour s'assurer qu'une activité créatrice de valeur peut durer à long terme
		<b>2.5. Mobiliser les autres</b> (inspirer, motiver et faire participer les autres)	Inspirer et motiver les parties prenantes concernées  Obtenir le soutien nécessaire pour obtenir des résultats de valeur  Démontrer une communication, une persuasion, une négociation et un leadership efficaces
	3. En action	<b>3.1. Prendre l'initiative</b>	Initier des processus créateurs de valeur Relever les défis  Agir et travailler de manière indépendante pour atteindre les objectifs, s'en tenir aux intentions et effectuer les tâches planifiées
		<b>3.2. Planification et gestion</b> (prioriser, organiser et suivre)	Fixer des objectifs à long, moyen et court terme  Définir les priorités et les plans d'action  S'adapter aux changements imprévus
		<b>3.3. Faire face à l'incertitude</b> (prendre des décisions tenant compte de l'incertitude, de l'ambiguïté et du risque)	Prendre des décisions lorsque le résultat de cette décision est incertain, lorsque les informations disponibles sont partielles ou ambiguës, ou lorsqu'il existe un risque de résultats imprévus  Dans le processus de création de valeur, inclure des moyens structurés de tester les idées et les prototypes dès les premières étapes, afin de réduire les risques d'échec  Gérer des situations en évolution rapide de manière instantanée et flexible.
		<b>3.4. Travailler avec les autres</b> (Se mettre en équipe, collaborer et réseauter)	Travailler ensemble et coopérer avec les autres pour développer des idées et les transformer en actions  Réseauter  Résoudre des conflits et faire face à la concurrence de manière positive si nécessaire
<b>3.5. Apprentissage par l'expérience</b> (apprendre par la pratique)	Utiliser toute initiative de création de valeur comme une opportunité d'apprentissage  Apprendre avec les autres, y compris les pairs et les mentors  Réfléchir et apprendre à partir des succès ainsi que des échecs (le sien et celui des autres)		

Compétences TME	Relation DigCom		
	Domaine	Compétences	Description

<b>A. Finances</b> : Capacité de recueillir, d'intégrer et d'interpréter des informations financières pertinents provenant de diverses sources.	1. Maîtrise de l'information et des données	<b>1.1 Navigation, recherche et filtrage de données, d'informations et de contenus numériques</b>	<p>Articuler les besoins d'information, rechercher des données, des informations et du contenu dans des environnements numériques, y accéder et naviguer entre eux.</p> <p>Créer et mettre à jour des stratégies personnelles de recherche.</p>
	1. Maîtrise de l'information et des données	<b>1.2 Évaluation des données, de l'information et du contenu numérique</b>	<p>Analyser, comparer et évaluer de manière critique la crédibilité et la fiabilité des sources de données, d'informations et de contenu numérique.</p> <p>Analyser, interpréter et évaluer de manière critique les données, les informations et le contenu numérique.</p>
	1. Maîtrise de l'information et des données	<b>1.3 Gestion des données, de l'information et du contenu numérique</b>	<p>Organiser, stocker et récupérer des données, des informations et du contenu dans des environnements numériques.</p> <p>Les organiser et les traiter dans un environnement structuré.</p>
<b>B. Développement Web</b> : Capacité de créer et de maintenir des sites Web.	3. Création de contenu numérique	<b>3.1 Développement de contenu numérique</b>	Créer et modifier du contenu numérique dans différents formats. S'exprimer par des moyens numériques.
	3. Création de contenu numérique	<b>3.2 Intégration et réélaboration du contenu numérique</b>	Modifier, affiner, améliorer et intégrer l'information et le contenu dans un ensemble de connaissances existant afin de créer du nouveau contenu et des connaissances originales et pertinentes.
	5. Résolution de problèmes	<b>5.2 Identification des besoins et des réponses technologiques</b>	<p>Évaluer, sélectionner et utiliser les outils numériques et les réponses technologiques possibles pour les résoudre.</p> <p>Adapter et personnaliser les environnements numériques en fonction des besoins personnels (par exemple: l'accessibilité).</p>
<b>C. Marketing numérique:</b> Capacité qui combine différentes pratiques de marketing telles que la conception Web, le référencement Naturel (SEO), le marketing des réseaux sociaux, la rédaction de contenu, etc.	2. Communication et collaboration	<b>2.1 Interagir grâce aux technologies numériques</b>	Interagir à travers une variété de technologies numériques et comprendre les moyens de communication numérique appropriés pour un contexte donné.
	2. Communication et collaboration	<b>2.2 Partage par le biais des technologies numériques</b>	<p>Partager des données, des informations et du contenu numérique avec d'autres personnes grâce à des technologies numériques appropriées.</p> <p>Agir en tant qu'intermédiaire, connaître les pratiques de référencement et d'attribution.</p>
	2. Communication et collaboration	<b>2.3 S'engager dans la citoyenneté grâce aux technologies numériques</b>	<p>Participer dans la société à travers l'utilisation de services numériques publics et privés.</p> <p>Rechercher des opportunités d'autonomisation et de citoyenneté participative grâce à des technologies numériques appropriées.</p>

	2. Communication et collaboration	<b>2.4 Collaborer grâce aux technologies numériques</b>	Utiliser les outils et les technologies numériques pour les processus collaboratifs, la co-construction et la co-création de ressources et de connaissances.
	2. Communication et collaboration	<b>2.5 Nétiquette</b>	�tre conscient des normes comportementales et du savoir-faire tout en utilisant les technologies numériques et en interagissant dans des environnements numériques.  Adapter les stratégies de communication à une audience spécifique et être conscient de la diversité culturelle et générationnelle dans les environnements numériques.
	3. Création de contenu numérique	<b>3.1 Développement de contenu numérique</b>	Créer et modifier du contenu numérique dans différents formats. S'exprimer par des moyens numériques.
	3. Création de contenu numérique	<b>3.2 Intégration et r�elaboration du contenu numérique</b>	Modifier, affiner, améliorer et intégrer l'information et le contenu dans un ensemble de connaissances existant afin de créer du nouveau contenu et des connaissances originales et pertinentes.
<b>D. Développement de services de produits:</b> Capacité à définir un service pour un nouveau produit, il s'agit d'un modèle d'affaires / modèle de livraison adéquat.	1. Maîtrise de l'information et des données	<b>1.1 Navigation, recherche et filtrage de données, d'informations et de contenus numériques</b>	Articuler les besoins d'information, rechercher des données, des informations et du contenu dans des environnements numériques, y accéder et naviguer entre eux.  Créer et mettre à jour des stratégies personnelles de recherche.
	1. Maîtrise de l'information et des données	<b>1.2 évaluation des données, de l'information et du contenu numérique</b>	Analyser, comparer et évaluer de manière critique la crédibilité et la fiabilité des sources de données, d'informations et de contenu numérique.  Analyser, interpréter et évaluer de manière critique les données, les informations et le contenu numérique.
	3. Création de contenu numérique	<b>3.4 Programmation</b>	Planifier et développer une séquence d'instructions compréhensibles pour un système informatique afin de résoudre un problème donné ou d'effectuer une tâche spécifique.
<b>E. Analyse des données :</b> Capacité à visualiser efficacement les données et à les présenter dans un narratif cohérent qui fournit des informations de valeur.	1. Maîtrise de l'information et des données	<b>1.1 Navigation, recherche et filtrage de données, d'informations et de contenus numériques</b>	Articuler les besoins d'information, rechercher des données, des informations et du contenu dans des environnements numériques, y accéder et naviguer entre eux.  Créer et mettre à jour des stratégies personnelles de recherche.

	1. Maîtrise de l'information et des données	<b>1.2 Évaluation des données, de l'information et du contenu numérique</b>	Analyser, comparer et évaluer de manière critique la crédibilité et la fiabilité des sources de données, d'informations et de contenu numérique.  Analyser, interpréter et évaluer de manière critique les données, les informations et le contenu numérique.
	1. Maîtrise de l'information et des données	<b>1.3 Gestion des données, de l'information et du contenu numérique</b>	Organiser, stocker et récupérer des données, des informations et du contenu dans des environnements numériques. Les organiser et les traiter dans un environnement structuré.
<b>F. Gestion des réseaux sociaux:</b> Capacité à gérer les réseaux sociaux en atteignant le bon public. Engager un public cible en dirigeant un service ou une marque sur les réseaux sociaux	2. Communication et collaboration	<b>2.1 Interagir grâce aux technologies numériques</b>	Interagir à travers une variété de technologies numériques et comprendre les moyens de communication numérique appropriés pour un contexte donné.
	2. Communication et collaboration	<b>2.2 Partage par le biais des technologies numériques</b>	Partager des données, des informations et du contenu numérique avec d'autres personnes grâce à des technologies numériques appropriées.  Agir en tant qu'intermédiaire, connaître les pratiques de référencement et d'attribution.
	2. Communication et collaboration	<b>2.3 S'engager dans la citoyenneté grâce aux technologies numériques</b>	Participer dans la société à travers l'utilisation de services numériques publics et privés.  Rechercher des opportunités d'autonomisation et de citoyenneté participative grâce à des technologies numériques appropriées.
	2. Communication et collaboration	<b>2.5 Nétiquette</b>	Être conscient des normes comportementales et du savoir-faire tout en utilisant les technologies numériques et en interagissant dans des environnements numériques.  Adapter les stratégies de communication à un public spécifique et être conscient de la diversité culturelle et générationnelle dans les environnements numériques.
<b>G. Gestion des opérations:</b> Capacité à coordonner les équipes, les projets, les budgets et à analyser et prendre des décisions à cet égard.	1. Maîtrise de l'information et des données	<b>1.1 Navigation, recherche et filtrage de données, d'informations et de contenus numériques</b>	Articuler les besoins d'information, rechercher des données, des informations et du contenu dans des environnements numériques, y accéder et naviguer entre eux.  Créer et mettre à jour des stratégies personnelles de recherche.
	1. Maîtrise de l'information et des données	<b>1.2 Évaluation des données, de l'information et du contenu numérique</b>	Analyser, comparer et évaluer de manière critique la crédibilité et la fiabilité des sources de données, d'informations et de contenu numérique.

			Analyser, interpréter et évaluer de manière critique les données, les informations et le contenu numérique.
	1. Maîtrise de l'information et des données	<b>1.3 Gestion des données, de l'information et du contenu numérique</b>	Organiser, stocker et récupérer des données, des informations et du contenu dans des environnements numériques.  Les organiser et les traiter dans un environnement structuré.
	2. Communication et collaboration	<b>2.1 Interagir grâce aux technologies numériques</b>	Interagir à travers une variété de technologies numériques et comprendre les moyens de communication numérique appropriés pour un contexte donné.
	2. Communication et collaboration	<b>2.2 Partage par le biais des technologies numériques</b>	Partager des données, des informations et du contenu numérique avec d'autres personnes grâce à des technologies numériques appropriées.  Agir en tant qu'intermédiaire, connaître les pratiques de référencement et d'attribution.
	2. Communication et collaboration	<b>2.3 S'engager dans la citoyenneté grâce aux technologies numériques</b>	Participer dans la société à travers l'utilisation de services numériques publics et privés.  Rechercher des opportunités d'autonomisation et de citoyenneté participative grâce à des technologies numériques appropriées.
	5. Résolution de problèmes	<b>5.1 Résolution des problèmes techniques</b>	Identifier les problèmes techniques lors de l'utilisation d'appareils et d'environnements numériques, et les résoudre (du diagnostic des anomalies à la résolution de problèmes complexes).
<b>H. Réseautage d'affaires :</b> Capacité d'établir et de maintenir des relations de travail, des partenariats ou des réseaux de contacts efficaces et constructifs avec des personnes qui jouent, ou qui pourraient un jour jouer, un rôle déterminant dans l'atteinte des objectifs liés au travail. Également connu sous le nom de Business networking/relationship/network Building.	2. Communication et collaboration	<b>2.3 S'engager dans la citoyenneté grâce aux technologies numériques</b>	Participer dans la société à travers l'utilisation de services numériques publics et privés.  Rechercher des opportunités d'autonomisation et de citoyenneté participative grâce à des technologies numériques appropriées.
<b>I. Créativité / Pensée créative:</b> Capacité à découvrir de nouvelles opportunités et solutions aux problèmes en regardant au-delà des pratiques actuelles et en utilisant une pensée innovante.	2. Communication et collaboration	<b>2.4 Collaborer grâce aux technologies numériques</b>	Utiliser les outils et les technologies numériques pour les processus collaboratifs, la co-construction et la co-création de ressources et de connaissances.
	5. Résolution de problèmes	<b>5.3 Utilisation créative des technologies numériques</b>	Utiliser les outils et les technologies numériques pour créer des connaissances et innover dans les processus et les produits.  S'engager de manière individuelle et collective dans un traitement cognitif pour comprendre et résoudre les problèmes conceptuels et les

			situations problématiques dans les environnements numériques.
<b>J. Communication:</b> Capacité à atteindre des objectifs communicatifs d'une manière socialement appropriée, adaptée au public cible.	2. Communication et collaboration	<b>2.2 Partage par le biais des technologies numériques</b>	Partager des données, des informations et du contenu numérique avec d'autres personnes grâce à des technologies numériques appropriées.  Agir en tant qu'intermédiaire, connaître les pratiques de référencement et d'attribution.
	2. Communication et collaboration	<b>2.4 Collaborer grâce aux technologies numériques</b>	Utiliser les outils et les technologies numériques pour les processus collaboratifs, la co-construction et la co-création de ressources et de connaissances.
<b>K. Gestion de projet :</b> Capacité de planifier, d'organiser et de gérer les ressources pour mener à bien un projet spécifique.	1. Maîtrise de l'information et des données	<b>1.1 Navigation, recherche et filtrage de données, d'informations et de contenus numériques</b>	Articuler les besoins d'information, rechercher des données, des informations et du contenu dans des environnements numériques, y accéder et naviguer entre eux.  Pour créer et mettre à jour des stratégies de recherche personnelles.
	1. Maîtrise de l'information et des données	<b>1.2 Évaluation des données, de l'information et du contenu numérique</b>	Analyser, comparer et évaluer de manière critique la crédibilité et la fiabilité des sources de données, d'informations et de contenu numérique.  Analyser, interpréter et évaluer de manière critique les données, les informations et le contenu numérique.
	1. Maîtrise de l'information et des données	<b>1.3 Gestion des données, de l'information et du contenu numérique</b>	Organiser, stocker et récupérer des données, des informations et du contenu dans des environnements numériques. Les organiser et les traiter dans un environnement structuré.