



**Dieccte
GUYANE**

Direction des entreprises,
de la concurrence, de la consommation,
du travail et de l'emploi

CONTRAT D'ETUDE PROSPECTIVE FILIÈRE NUMÉRIQUE EN GUYANE : EMPLOIS, COMPÉTENCES ET FILIÈRE 2021

RAPPORT FINAL

AVRIL 2022

SOMMAIRE

1. RAPPEL DES OBJECTIFS, DE LA DÉMARCHE ET DES RÉALISATIONS
2. FOCUS SUR LA MÉTHODOLOGIE DE COLLECTE DE DONNÉES
3. LA FILIÈRE EN QUELQUES MOTS
4. ANALYSE ET APPROFONDISSEMENT : ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE
5. ANALYSE ET APPROFONDISSEMENT : PROSPECTIVE SOCIO-ÉCONOMIQUE DU NUMÉRIQUE EN GUYANE
6. FEUILLE DE ROUTE ET RECOMMANDATIONS
7. ANNEXES

1. RAPPEL DES OBJECTIFS, DE LA DÉMARCHE ET DES RÉALISATIONS

1. RAPPEL DES OBJECTIFS, DE LA DÉMARCHE ET DES RÉALISATIONS

Les objectifs de l'étude

2 BESOINS CLÉS

DIAGNOSTIQUER LES FONCTIONNEMENTS DE LA FILIÈRE ET LEURS ÉVOLUTIONS AU SEIN DU TISSU SOCIO-ÉCONOMIQUE LOCAL

PRIORISER LES ACTIONS À MENER POUR POURSUIVRE UNE POLITIQUE EFFICACE DE PROFESSIONNALISATION DE LA FILIÈRE NUMÉRIQUE

LES OBJECTIFS

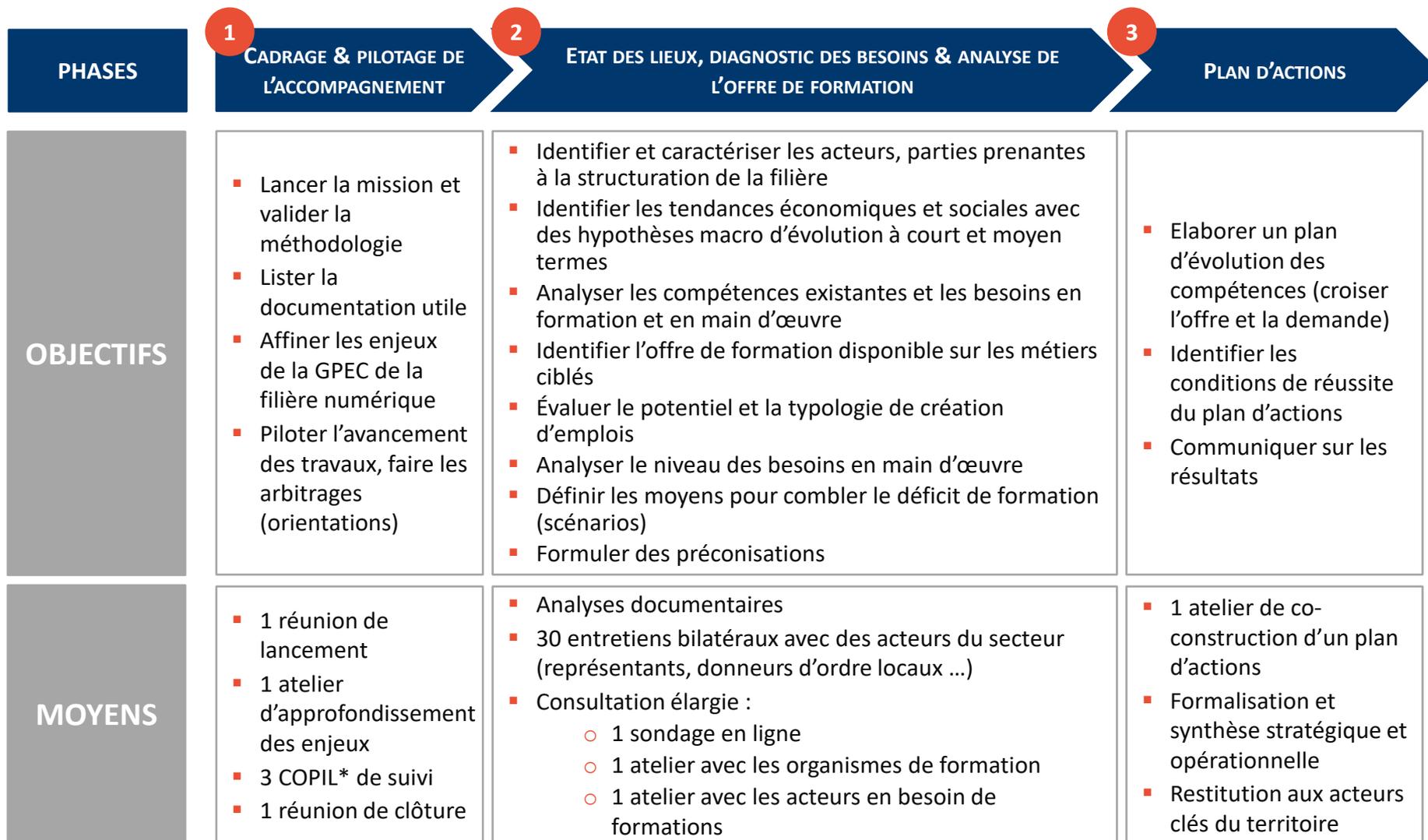
- UNE **CARTOGRAPHIE** DE L'ENSEMBLE DES ACTEURS LOCAUX, LEURS CARACTÉRISTIQUES ET LEURS SPÉCIFICITÉS,
- UNE **SEGMENTATION** ADAPTÉE AU TERRITOIRE,
- UNE ANALYSE DES **MÉTIERS REPRÉSENTÉS** ET LEURS OFFRES DE SERVICES,
- LEURS **ATOUTS**,
- LEURS **DIFFICULTÉS** ET LES PROBLÈMES **RENCONTRÉS**,
- LES **PERSPECTIVES D'AVENIR**

DANS CETTE OPTIQUE, LA DETCC S'APPUIE SUR VERSO CONSULTING POUR RÉALISER UN CONTRAT D'ÉTUDE PROSPECTIVE AFIN DE MIEUX APPRÉHENDER LES **COMPÉTENCES DEMANDÉES SUR LE TERRITOIRE** (DANS LE CADRE DE LA MISE EN ŒUVRE DU **CONTRAT DU PLAN RÉGIONAL DE DÉVELOPPEMENT DE LA FORMATION ET DE L'ORIENTATION PROFESSIONNELLES 2017 – 2022**)

CETTE ÉTUDE PERMETTRA D'OFFRIR UN REGARD CRITIQUE ET NEUF SUR LA SITUATION DE LA FILIÈRE, ET D'ABOUTIR À UNE **CONVENTION D'ENGAGEMENT DE DÉVELOPPEMENT DE L'EMPLOI ET DES COMPÉTENCES (EDEC)**.

1. RAPPEL DES OBJECTIFS, DE LA DÉMARCHE ET DES RÉALISATIONS

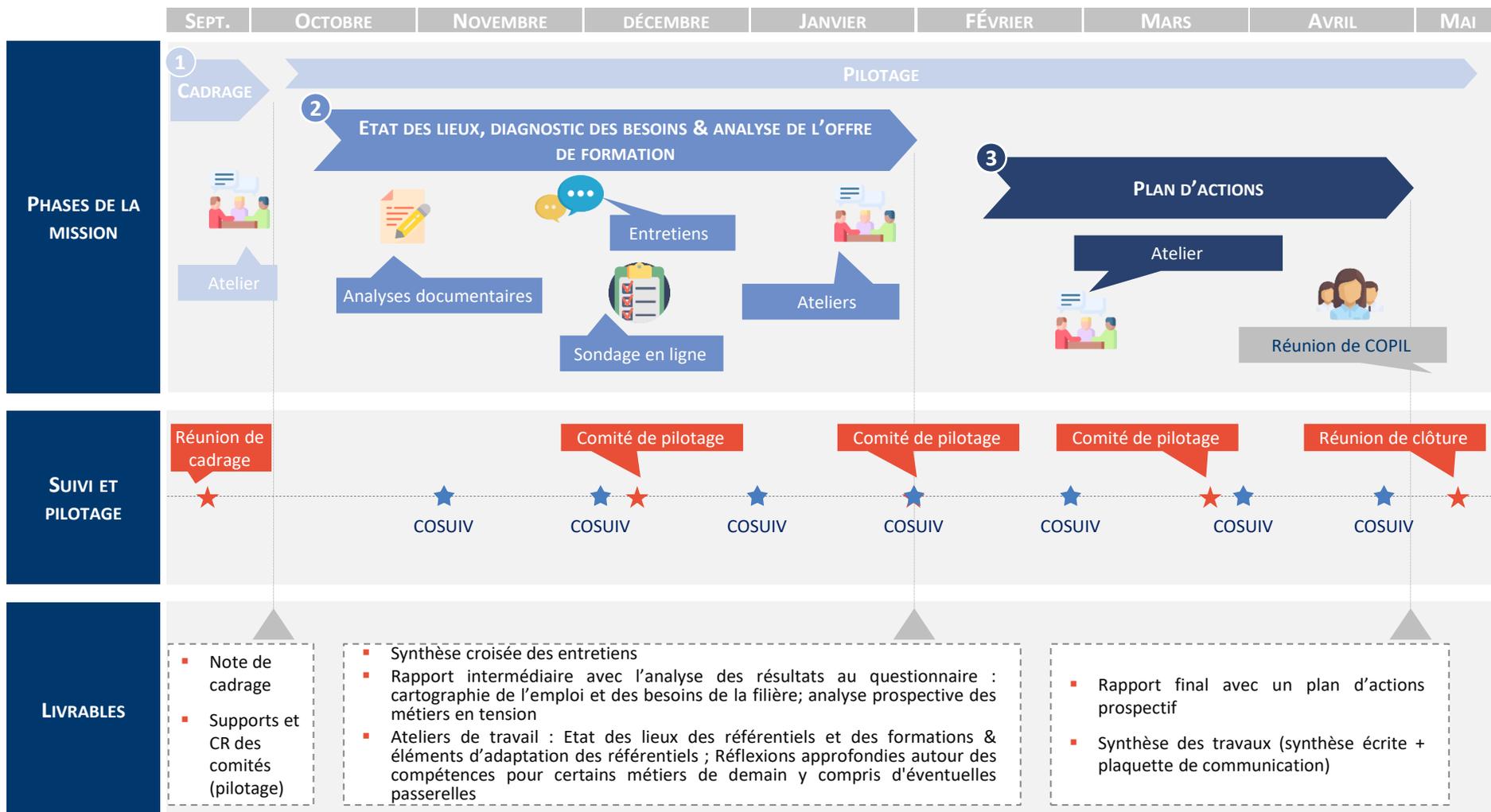
La démarche initiale de l'étude



* COPIL : Comité de pilotage

1. RAPPEL DES OBJECTIFS, DE LA DÉMARCHE ET DES RÉALISATIONS

Le rétroplanning de la démarche



★ ★ Points et revues à distance ou en présentiel selon le besoin et l'évolution des conditions sanitaires.

1. RAPPEL DES OBJECTIFS, DE LA DÉMARCHE ET DES RÉALISATIONS

En léger décalage avec le planning initial, des travaux menés à un rythme soutenu afin d'aboutir à une restitution publique en mai



LES RÉALISATIONS

- **Analyse documentaire**
- **Organisation d'un atelier d'approfondissement** du cadre de l'étude (périmètre et objectifs de la filière numérique) avec 13 structures représentées et une quinzaine de participants
- **Réalisation de 18 entretiens bilatéraux, en présentiel principalement** fin novembre/décembre 2021 (avec une vingtaine d'interlocuteurs issue des institutions, organisations socioprofessionnelles et entreprises)
- **Constitution d'une base de données** (issue des exports de la CCI et CMA)
- **Création et diffusion d'un questionnaire** en ligne (53 retours)
- **Animation de 3 ateliers de travail en présentiel** (semaine du 14 mars)
- **Restitution publique des points forts du rapport final** (3 mai)

1. RAPPEL DES OBJECTIFS, DE LA DÉMARCHE ET DES RÉALISATIONS

Détail des entretiens réalisés sur place avec les acteurs clés du territoire

RDV	STRUCTURE	NOM	PRENOM	FONCTION
15/11/2021	INTERPROBOIS	POSANSKY	Caroline	Secrétaire générale
16/11/2021	DETCC	GAGNEBE	Karine	Responsable formation professionnelle
16/11/2021	CMA	CECILON	Myrtho	Conseiller en accompagnement des entreprises
16/11/2021	GUYACLIC	AZANZA	Angéline	Directrice
16/11/2021	GUYANE NUMÉRIQUE (GNU)*	FOURNIER	Cédric	Directeur
17/11/2021	CTG	SAGNE	Marc	Directeur du Pôle Economie, Développement Numérique & Innovation
		HUYGHUES-DESPOINTES	Yannick	Chef de projet du Programme Territoire d'Industrie
17/11/2021	MEDEF GUYANE	CADIOU	Daisy	Chargée de Mission
17/11/2021	FRENCH TECH GUYANE	REBOUL	Vincent	Directeur
18/11/2021	CACL	RENAU-FERRER	Ney	Directeur de l'innovation numérique et des SI
		CHERICA	Christophe	Responsable de service Etudes, projets, innovation et changements (Direction de l'innovation numérique & SI)
		LARICHE	Pauline	Cheffe de projet numérique – Service Etudes, projets, innovation et changements
18/11/2021	MANIFACT – en ligne	FLOQUET	Rudy	Directeur
18/11/2021	ORANGE GUYANE	MAURICE	Chantal	Directrice régionale
		MORANT	Xavier	Responsable Ressources Humaines
19/11/2021	FTPE	GUICHERON	Elin	Président
19/11/2021	CRESS	EUGENIE	Elodie	Directrice
19/11/2021	ARS	BILLARD	Zéty	Chargée de mission SI (Direction de l'Offre de soins)
22/11/2021	CCI	CASTOR	Mathieu	Chef de Service CFE
22/11/2021	CARIF-OREF	RAINTEAU	Alain	Responsable du Pole CARIF OREF
01/12/2021	CNES – en ligne	DOUCHIN	Françoise	Ingénieure en charge des applications aval
02/12/2021	NUMLAB (GDI) – en ligne (+visite locaux)	BONTOUX	Valéry	Chargé de mission

Certaines structures ont été contactées à plusieurs reprises sans succès : CPME, MPI, FRBTP, le pôle Formation de la CTG, Université (IUT), Pôle Emploi, CEVEDOM ...

1. RAPPEL DES OBJECTIFS, DE LA DÉMARCHE ET DES RÉALISATIONS

Aperçu des thématiques du questionnaire en ligne



L'objectif du questionnaire était de collecter des données pour 1) établir une cartographie de la filière et 2) faire remonter « en masse » les besoins et difficultés liés à l'accès aux compétences et aux formations. Ces questions sont ensuite approfondies lors d'ateliers avec les principales entreprises du secteur ainsi qu'avec les organismes de formation du territoire – (phase 2 de l'étude)

L'ÉCOSYSTÈME DE LA FILIÈRE

- **Questions sur la taille et le fonctionnement :**
 - Tendances et projections de CA,
 - Ventilation de l'activité (collectivités, entreprises, particuliers)
 - Concurrence
 - Export
 - Réponses aux appels d'offre
 - Principales contraintes pour réaliser l'activité
- **Questions sur l'innovation :** auto-perceptions sur les services délivrés, sur le statut de startup
- **Questions sur le profil :**
 - Raison sociale
 - Code NAF
 - Catégorie de l'activité
 - Âge et lieu d'implantation
 - Autonomie

LES MÉTIERS, LES COMPÉTENCES & LES BESOINS EN FORMATION

- **Questions sur l'organisation :**
 - Nombre de salariés et évolution masse salariale
 - Type de contrats
 - Projets de recrutement (profils, compétences)
 - Les métiers en tension
- **Questions sur les métiers pratiqués***, regroupés en 11 catégories
- **Questions sur la formation :**
 - Le recours à la formation professionnelle (type et lieu des formations)
 - Les difficultés pour former les collaborateurs
 - Les besoins en formation

LA REPRÉSENTATION AU SEIN DE LA FILIÈRE ET L'ACCÈS AUX FINANCEMENTS

- **Questions sur le sentiment d'appartenance et la représentation au sein de la filière**
 - Perceptions sur la contribution au développement de l'économie numérique
 - Attentes envers les organismes de représentation
 - Vision de la gouvernance et la collaboration sur le territoire
- **Questions sur les usages des financements**
 - Accès aux financements publics et privés
 - Principales contraintes pour y accéder
 - Projets de demandes de financements et d'investissements

* Liste de métiers dressée à partir de 2 bases officielles : Le répertoire des métiers du "cœur du numérique" (travaux France Stratégie 2017 dans la Vision Prospective Partagée des Emplois et des Compétences dans la Filière numérique) et le Référentiel interministériel des métiers et compétences des Systèmes d'Information et de Communication (SIC)

1. RAPPEL DES OBJECTIFS, DE LA DÉMARCHE ET DES RÉALISATIONS

Ordres du jour des ateliers de travail animés sur place



ATELIER 1 J1

- Identification des compétences numériques de demain
- Priorisation des compétences au regard de l'urgence et du volume nécessaires

ATELIER 2 J2

- Echanges sur l'offre de formation accessible sur le territoire
- Echanges sur les écarts entre les besoins en compétences et l'offre de formation, ainsi que sur les modalités d'adaptation (renfort dispositifs, création nouvelles filières, mutualisation de moyens avec d'autres filières ?)

ATELIER 3 J4

- Présentation pour échanges des résultats des 2 précédents ateliers (écarts observés et commentaires associés des participants des ateliers 1 et 2)
- Co-construction d'un plan d'action pour accompagner l'évolution des compétences en local

2. MÉTHODOLOGIE DE COLLECTE DE DONNÉES

2. MÉTHODOLOGIE DE COLLECTE DE DONNÉES

Structuration de la base de données utilisée pour la diffusion



BASE DE DONNÉES FINALE

442 entreprises
avec adresses mail (sans les doublons) + membres du COPIL + acteurs clés rencontrés en entretiens (pour faire relais ou porte parole – exemple : socioprofessionnels)



- **13/01/22:** ENVOI DU QUESTIONNAIRE (GOOGLE FORMS) PAR MAIL PAR LA DETCC (POUR UNE PÉRIODE DE 10 JOURS INITIALEMENT)
- **18/01/22:** 1^{ÈRE} RELANCE À TOUS
- **21/01/22:** 2^{ÈME} RELANCE CIBLÉE AUX SOCIOPROFSSIONNELS POUR QU'ILS JOUENT LEUR RÔLE D'AMBASSADEUR ET RELAIS
- **27/01/22:** CLÔTURE DU QUESTIONNAIRE

→ Au moins 20 adresses mail ont été recensées comme incorrectes ; certaines entreprises ont répondu par mail ne plus avoir d'activité numérique/pas appartenir à la filière numérique

UNE MÉTHODE QUI A ABOUTI À UN TAUX DE RÉPONSE COHÉRENT AU REGARD DU TERRITOIRE ET DU BESOIN D'ANALYSE QUALITATIVE (AMORCE D'UNE DÉMARCHÉ DE STRUCTURATION DE FILIÈRE) : COMPARAISON AVEC LES TAUX DE RÉPONSE OBTENUS DANS LE CADRE DES MISSIONS SIMILAIRES RÉALISÉES À LA RÉUNION & À MAYOTTE – USAGE DE RELANCES TÉLÉPHONIQUES ET PRÉSENCE D'UN CHEF DE FILE NUMÉRIQUE POUR MAYOTTE

TAUX DE RÉPONSE GUYANE : **12%**

442 CONTACTS
AVEC ADRESSES MAIL



POUR LA RÉUNION : **14,3 %**

567 ENTREPRISES
AVEC TÉLÉPHONE OU MAIL



POUR MAYOTTE : **35,8 %**

226 ENTREPRISES
AVEC TÉLÉPHONE OU MAIL



* Sur base d'une liste de codes NAF validés par la DETCC (cf. Annexes)

3. LA FILIÈRE EN QUELQUES MOTS



3. LA FILIÈRE EN QUELQUES MOTS

Rappel du périmètre et des objectifs stratégiques identifiés en début de mission :
vision de la filière par les acteurs locaux *



Enjeux du développement de la filière

- Développement économique du territoire et des entreprises
- Réduction de la fracture numérique (couverture réseau, accessibilité du plus grand nombre)
- Développement des compétences et des métiers

=> **Deux prérequis :**

- la sensibilisation des acteurs (TPE, artisans, acteurs publics...) : potentiel et enjeux du numérique
- l'accompagnement (formation, financement des projets et des structures; son organisation)



Périmètre de la filière

- Un outil au service du développement économique du territoire et des autres secteurs économiques.
- Des contours qui se dessinent d'abord à partir des services en réponse aux usages et besoins des entreprises, pouvoirs publics et particuliers
- Des offreurs de solutions (équipements, services, producteurs d'usages et de contenus, formations...) constitutifs du cœur de la filière (la production de contenus étant ce qui va la faire vivre)
- Plus d'informations : [cf. Annexes](#)



Les moyens du territoire pour atteindre les objectifs de la filière

- Des réalisations en matière de développement des infrastructures et des équipements ([cf. Annexes](#))
- De nombreux projets émergents pour faciliter l'accès au numérique et digitaliser l'économie

=> **Mais :**

- Des ambitions qui restent à définir et partager pour le numérique guyanais, afin d'identifier et créer les outils et leviers de son développement.

OBJECTIFS

- Approfondir ce que le numérique en Guyane peut et doit recouvrir afin d'adresser les différents enjeux identifiés
- Identifier, évaluer et accompagner les activités existantes sur le territoire, afin de structurer et légitimer la filière

* Atelier réalisé le 2 novembre 2021, avec la participation de 14 représentants des partenaires suivants : Banque des Territoires, CACL, CCOG, CMA, CRESS, DETCC, French Tech Guyane, Guyaclit', Medef, MPI, Orange, Préfecture

3. LA FILIÈRE EN QUELQUES MOTS ...

Vision de la filière par les acteurs locaux

(Verbatim de l'atelier de cadrage réalisé en début de mission)*

Le numérique comprend les producteurs de services ou constructeurs : SSII / Fabricants ordinateurs / Sociétés de traitement de l'image / Entreprises d'infrastructures et réseaux

Attention à ne pas aller trop loin dans le champ du numérique : une entreprise qui utilise du numérique n'est pas forcément une entreprise de la filière

On peut voir le périmètre de 2 manières :

- *Soit on inclut tout dans le numérique : chaque activité pouvant intégrer une composante numérique*
- *Soit on distingue les fournisseurs du numérique (outils et moyens pour agir sur le numérique)*

Le numérique recouvre les infrastructures + les entreprises dont le numérique est le cœur de métier + l'innovation

L'idéal est de faire un benchmark pour voir quels secteurs inclure

Il ne faut pas restreindre les activités numériques car la Guyane a besoin de tout, surtout en services et notamment en infrastructures

Attention à la confusion entre « informatique » et « numérique »

Il faut retenir les producteurs de contenus (mais il y a peu d'acteurs têtes de pont... il faut avoir des entreprises qui répondent aux besoins des entreprises).

On reste trop souvent sur la formation de techniciens informatiques par rapport aux filières internes au territoire

La filière comprend le cœur de filière : ceux qui produisent

Inclure tous les sujets relatifs à l'innovation (offreurs de solutions qui sont producteurs de contenus/outils) : industrie, bâtiment, agriculture... Car ils auront besoin de nouveaux outils technologiques, de faire monter leurs salariés en compétences... Donc si possible, faire graviter les acteurs qui innovent, et ceux qui financent l'innovation.

* Atelier réalisé le 2 novembre 2021, avec la participation de 14 représentants des partenaires suivants : Banque des Territoires, CACL, CCOG, CMA, CRESS, DETCC, French Tech Guyane, Guyaclit', Medef, MPI, Orange, Préfecture

3. LA FILIÈRE EN QUELQUES MOTS

... Et en quelques chiffres : l'« entreprise numérique guyanaise type »*

LA CARTE D'IDENTITÉ DE L'ENTREPRISE NUMÉRIQUE GUYANAISE



- **LIEU D'IMPLANTATION** : Cayenne / Rémire-Montjoly
- **ÂGE** : entre 0 et 7 ans (la moitié des répondants ont été créés après 2015)
- **NOMBRE DE SALARIÉS** : moins de 10 (pour 80% des répondants, avec un faible taux de turn-over)



- **CHIFFRE D'AFFAIRE** : inférieur à 500 000 euros (yc inférieur à 100 000€ pour 35% des répondants)
- **DESTINATION DE L'ACTIVITÉ** :
 - **Géolocalisation** : Guyane
 - **Secteur** : les secteurs privé et public à peu près à part égale (B2B)



- **RECOURS À LA FORMATION PROFESSIONNELLE** : oui (50%)
- **DIFFICULTÉS RENCONTRÉES DANS LE CADRE DES FORMATIONS** : l'existence en local de formations adaptées aux besoins techniques, le financement, le temps à consacrer aux formations, la connexion internet suffisante pour réaliser ces formations à distance



- **STRUCTURATION DE LA FILIÈRE SELON L'ENTREPRISE** : faible
- **ATTENTES ENVERS LES ORGANISMES ET INSTITUTIONS DE LA FILIÈRE** :
 - De la commande publique
 - Des moyens (Haut débit, abonnements mobiles...)
 - Des investissements
 - Des formations



- **DISPOSITIFS D'AIDES UTILISÉS** : très peu (public / privé)
- **DIFFICULTÉS RENCONTRÉES POUR BÉNÉFICIER DE FINANCEMENTS** : Le temps de traitement et la complexité des procédures, la disponibilité de prêts bancaires
- **PROJETS D'INVESTISSEMENTS** : Malgré tout, l'entreprise guyanaise prévoit d'investir dans les prochaines années, en priorité sur les moyens technologiques et les ressources humaines

* Conclusions issues des réponses au questionnaire présentant des pourcentages relativement tranchés (environ 50% ou plus pour une même réponse) – de nombreuses nuances existent et sont détaillées dans les pages suivantes du rapport

4. ANALYSE ET APPROFONDISSEMENT : ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

4.1 – CONTEXTE SOCIO-ÉCONOMIQUE TERRITORIAL

4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

4.1 – Contexte socio-économique territorial

GEOGRAPHIE & DÉMOGRAPHIE

- ❖ La Guyane couvre un territoire d'une **superficie de 84 000 km²**, soit 16 % de la surface de la France continentale; elle est aussi grande que la Nouvelle-Aquitaine, la plus grande région française.
- ❖ C'est avec Mayotte le **territoire le plus jeune de France** (44,4% de la population a moins de 20 ans en 2010) mais aussi le plus dynamique sur le plan de la fécondité (3,63 enfants par femme). Cependant, la densité reste très faible (3,5 habitants par km²), une grande partie du territoire n'étant pas habitée.
- ❖ La **Guyane pourrait compter près de 428 000 habitants** au 1er janvier 2050, soit le **double d'aujourd'hui**. Estimée à **294 14612 habitants au 1er janvier 2021**, la population guyanaise a déjà **doublé en 20 ans** et **s'avère** inégalement répartie sur le territoire.
- ❖ La **population de la Guyane française est composée d'un mélange de communautés-indigènes**, immigrants d'autres pays d'Amérique du Sud (notamment le Suriname, le Brésil et Haïti), descendants d'esclaves africains et Européens.
- ❖ La Guyane connaît des **défis sociaux permanents** liés à la migration, la pauvreté, les tensions sociales entre les groupes ethniques, la disparité des revenus, le chômage et l'éducation.
- ❖ Les **intercommunalités du Centre Littoral (autour de Cayenne) et des Savanes (autour de Kourou) concentrent sur 20 % du territoire plus de 60 % des habitants**. A contrario, celle de l'Est guyanais concentre sur 30 % du territoire 2,5 % de la population et celle de l'Ouest concentre 37,5 % de la population sur environ 50 % du territoire. Dans des territoires aussi vastes, peu peuplés et difficiles d'accès, **d'importants investissements doivent être réalisés en matière d'infrastructures de base** (routes, logements, électricité, eau, stations d'épuration, centres de collecte, traitement et valorisation des déchets). Ces territoires représentent également un enjeu démesuré de desserte numérique et d'accès à la Data de toute nature.



L'organisation spatiale de la Guyane

Peuplement de la Guyane

Population des communes (INSEE, population légale 2020)

- 81 600 (Cayenne)
- 32 200 (Macouria)
- 9 200 (Apeloué)
- 1 000 (Regina)
- moins de 200

■ Préfecture ■ Sous-préfecture

- CACL (Communauté de Communes du Centre Littoral)
- CCOG (Communauté de Communes de l'Ouest Guyanais)
- CCS (Communauté de Communes des Savanes)
- CCEG (Communauté de Communes de l'Est Guyanais)

Infrastructures de communication

- Route principale
- Route secondaire
- Aéroport international
- Aéroport desservi par Air Guyane
- Port international
- Pont International

Activités

- Centre Spatial Guyanais
- Sites touristiques majeurs
- Parc national
- Agriculture
- Zones aurifères
- ZEE
- Dont zones de pêche

Environnement

- Flueuves navigués
- Rivières, petits fleuves côtiers
- Forêts et savanes
- Forêts équatoriales
- Reliefs et forêts
- Points culminants

Source : INSEE, IGN, etc.

Source : Géo confluence

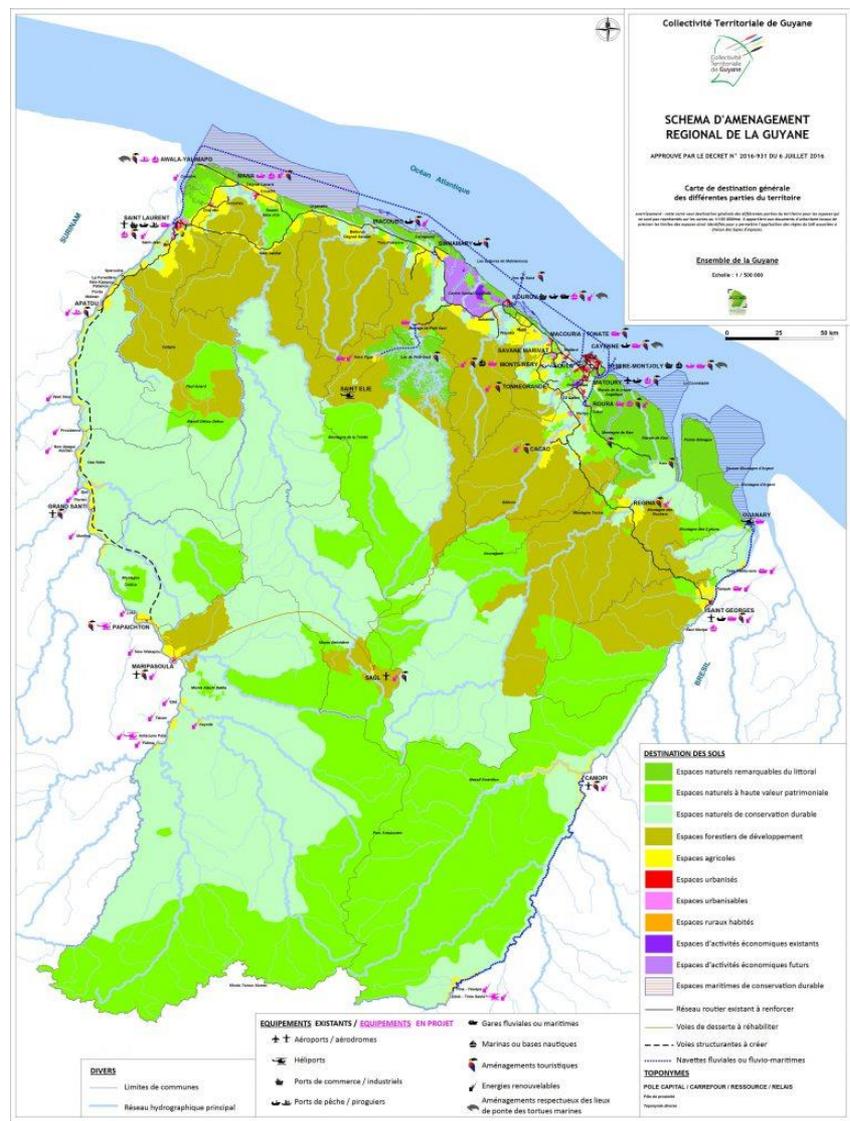
Source : VERSO sur base de rapports annuels de l'IEDOM, INSEE ...

4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

4.1 – Contexte socio-économique territorial

L'ÉCONOMIE

- ❖ Avant la crise sanitaire, le **PIB de la Guyane progresse de 4,1 % en 2019 pour s'établir à 4,4 milliards d'euros**, soit un PIB/habitant en SPA de 48% environ (2018). Le **PIB par habitant atteint ainsi 15 163 euros**, en hausse de 1,4 %. Il faut noter néanmoins que la Guyane, comme les autres DOM, reçoit des dotations globales de fonctionnement (DGF) importantes et en hausses (la DGF par habitant est de 270 euros pour un ratio national de 165 euros).
- ❖ La **balance commerciale de la Guyane est structurellement déficitaire**, avec un déficit qui a plus que doublé en 15 ans. Le solde extérieur est creusé par la croissance démographique importante, ainsi que par la faiblesse du tissu productif.
- ❖ En 2018, **80,2 % de la valeur ajoutée** de l'économie guyanaise est **générée par le secteur tertiaire**, contre 15,1 % pour le secondaire et 4,6 % pour le primaire.
- ❖ On observe une **croissance forte soutenue par une augmentation de l'activité spatiale** et du **secteur de la construction**. Les secteurs industriels et de l'extraction minière sont également en croissance, dans une moindre mesure.



Source : VERSO sur base de rapports annuels de l'IEDOM, INSEE ...

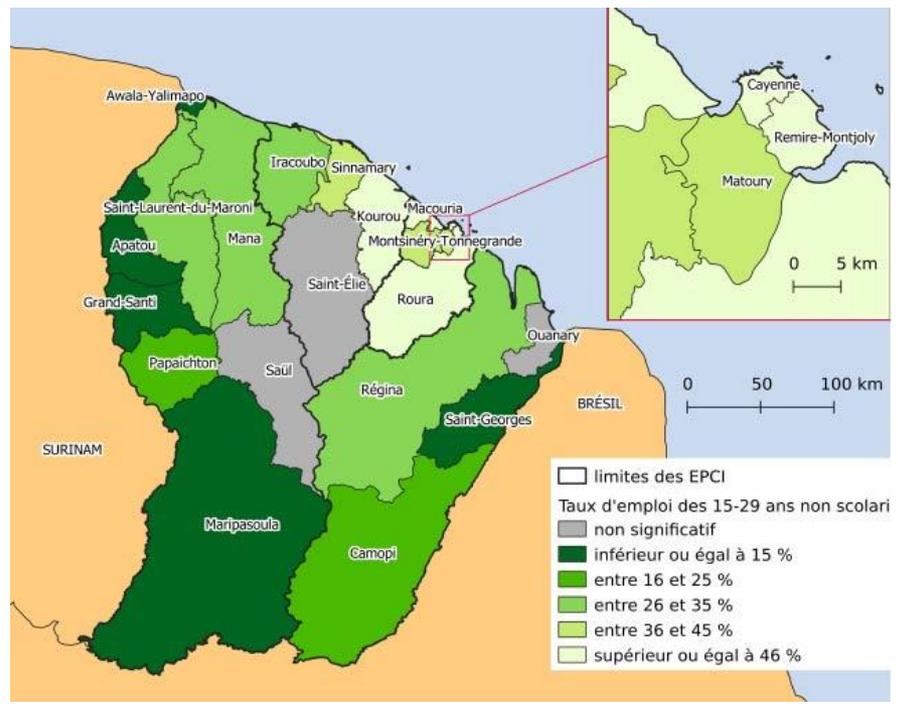
Source : SAR

4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

4.1 – Contexte socio-économique territorial

LE MARCHÉ DU TRAVAIL

- ❖ Le **marché du travail en Guyane** se caractérise par un **secteur non marchand important**, un faible taux d'activité, un poids important de l'informel et une certaine inadéquation entre l'offre et la demande d'emploi. Le marché du travail est également soumis à la forte pression démographique.
- ❖ L'Insee constate un **taux de chômage de 16 % de la population active** en moyenne sur l'année 2020, soit 12 800 chômeurs. En Guyane, le chômage touche particulièrement les jeunes (28% pour les 15-29 ans), avec un taux deux fois supérieur à celui de la métropole.
- ❖ En 2020, selon l'Insee, la **Guyane compte 79 400 actifs**. Le taux d'activité est en baisse et s'établit à 51 %, et reste faible en comparaison avec la France hors Mayotte (65,3 %).
- ❖ Selon l'Acoss, le **secteur privé emploie 34 681 salariés** en 2020, soit une hausse de 0.7 %. Le **secteur public emploie 24 300 salariés** en 2020, en hausse de 2,8 % sur l'année. Plus de 86 % des salariés travaillent dans les services, 8 % dans l'industrie et 6 % dans la construction.
- ❖ Les acteurs économiques éprouvent des **difficultés de recrutement** dans certains secteurs : selon l'enquête « Besoin de main d'œuvre 2020 », menée par Pôle emploi (données recueillies avant la crise sanitaire), **les intentions d'embauches croissent de 16,1 % en 2020 à 7 750 projets**, dont 14 % de projets de recrutement saisonniers. Les **TPE sont les principaux recruteurs** avec 3 projets sur 5. Toutefois, malgré la forte demande d'emploi, la proportion de projets de recrutement jugés difficiles augmente (46,6 % en 2020 contre 30,1 % en 2015). Le **manque de candidats** est cité par la plupart des établissements en raison d'un manque d'attractivité, ou encore de la **pénibilité des missions** proposées, ainsi que l'**inadéquation des profils**.



Source : Pôle Emploi

Source : VERSO sur base de rapports annuels de l'IEDOM, INSEE ...

4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

4.1 – Contexte socio-économique territorial

L'OUEST GUYANAIS : UN ENJEU ÉCONOMIQUE ET SOCIAL MAJEUR POUR L'AVENIR

- ❖ L'Ouest guyanais est considéré comme un territoire exceptionnel en France des points de vue économique, géographique, démographique et culturel. Vaste de 40 956 km², soit 49 % de la Guyane, sa superficie excède celle de 8 des 13 régions métropolitaines. Sa population cosmopolite de 93 000 habitants (35 % des Guyanais), majoritairement bushinenguée, a quadruplé en trente ans, sous l'effet conjugué de l'accroissement naturel et de l'immigration. L'Ouest guyanais présente des caractéristiques fortes : 1) le français n'est ni la langue maternelle ni la langue véhiculaire dans la plupart des communes, 2) l'emploi est d'abord informel, et 3) l'habitat est principalement spontané, dans des logements construits en dehors du cadre légal.
- ❖ La sous-région est en pleine transition avec l'essor du capitalisme, d'importants investissements en cours (notamment grâce au Plan d'Urgence) et l'arrivée de plusieurs gros projets dans l'énergie (centrales électrique et hydroélectriques), et la grande distribution (galerie marchande Carrefour et un Hyper U).

Le territoire de la CCOG, Ouest Guyane



INDICATEURS SOCIO-ÉCONOMIQUES

- ❖ En 2019, au sein de la région caribéo-latino-américaine, la **Guyane se classe 14ème sur 34 en terme de PIB par habitant** mesuré en parité de pouvoir d'achat dollars, malgré une hausse de 6,6 % sur un an. Concernant l'IDH, la Guyane est à la 73e place au niveau mondial, alors que la France est classée 24e (en 2017).
- ❖ Le **revenu salarial moyen net (2327€)** dans le secteur privé en équivalent temps plein est **supérieur à ceux observés** dans les DOM, mais inférieur à celui enregistré pour la France entière.
- ❖ Le **niveau général des prix est 11,6 % plus élevé en Guyane qu'en métropole**. Un niveau proche de la Guadeloupe (12,5 %) et de la Martinique (12,3 %), mais plus élevé qu'à La Réunion (7,1%).
- ❖ La **précarité est également très prégnante**. La Guyane compte 27 241 bénéficiaires du RSA socle à fin décembre 2020 (soit près de 13 % de la population en âge de travailler).
- ❖ En 2017, **53 % de la population guyanaise vit sous le seuil de pauvreté**. Selon l'Insee, 38 % des ménages guyanais sont en situation de privation sévère en 2018.

Source : VERSO sur base de rapports annuels de l'IEDOM, INSEE ...

4.2 – ETAT DES LIEUX ÉCONOMIQUE

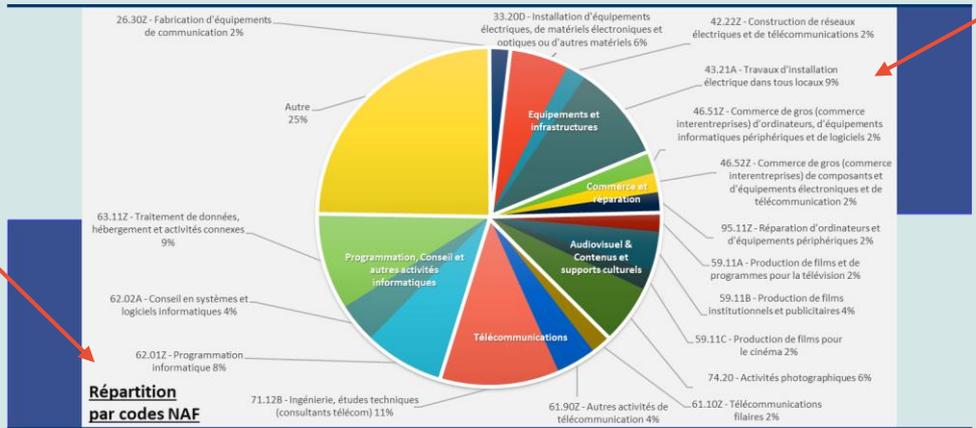
4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

4.2 – Etat des lieux économique

> Méthodologie : éléments de compréhension

- LES DIFFÉRENTES ANALYSES RÉALISÉES SONT TOUTES STRUCTURÉES DE LA MÊME MANIÈRE:
 - PRÉSENTATION D'UN GRAPHE DE DONNÉES, EN LIEN AVEC LES RÉPONSES APPORTÉES VIA LE QUESTIONNAIRE EN LIGNE
 - ANALYSE METTANT EN AVANT LES DONNÉES SAILLANTES

GRAPHE DE DONNÉES



TITRE DU GRAPHE, EN LIEN AVEC LES QUESTIONS POSÉES AUX ENTREPRISES

Répartition par codes NAF

- UNE GRANDE HÉTÉROGÉNÉITÉ DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES AVEC UNE LÉGÈRE PRÉDOMINANCE DES ACTIVITÉS SUIVANTES :
 - INGÉNIERIE, ÉTUDES TECHNIQUES (CONSULTANTS TÉLÉCOM) (11% ; 6 RÉPONDANTS)
 - TRAVAUX D'INSTALLATION ÉLECTRIQUE (9% ; 5 RÉPONDANTS)
- 25% DES RÉPONDANTS CONSIDÈRENT AVOIR UNE ACTIVITÉ AUTRE QUE LES CODES NAF PROPOSÉS (13 RÉPONDANTS) – IL EST À NOTER QUE CERTAINS ACTEURS PUBLICS OU ASSOCIATIFS ONT RÉPONDU AU QUESTIONNAIRE

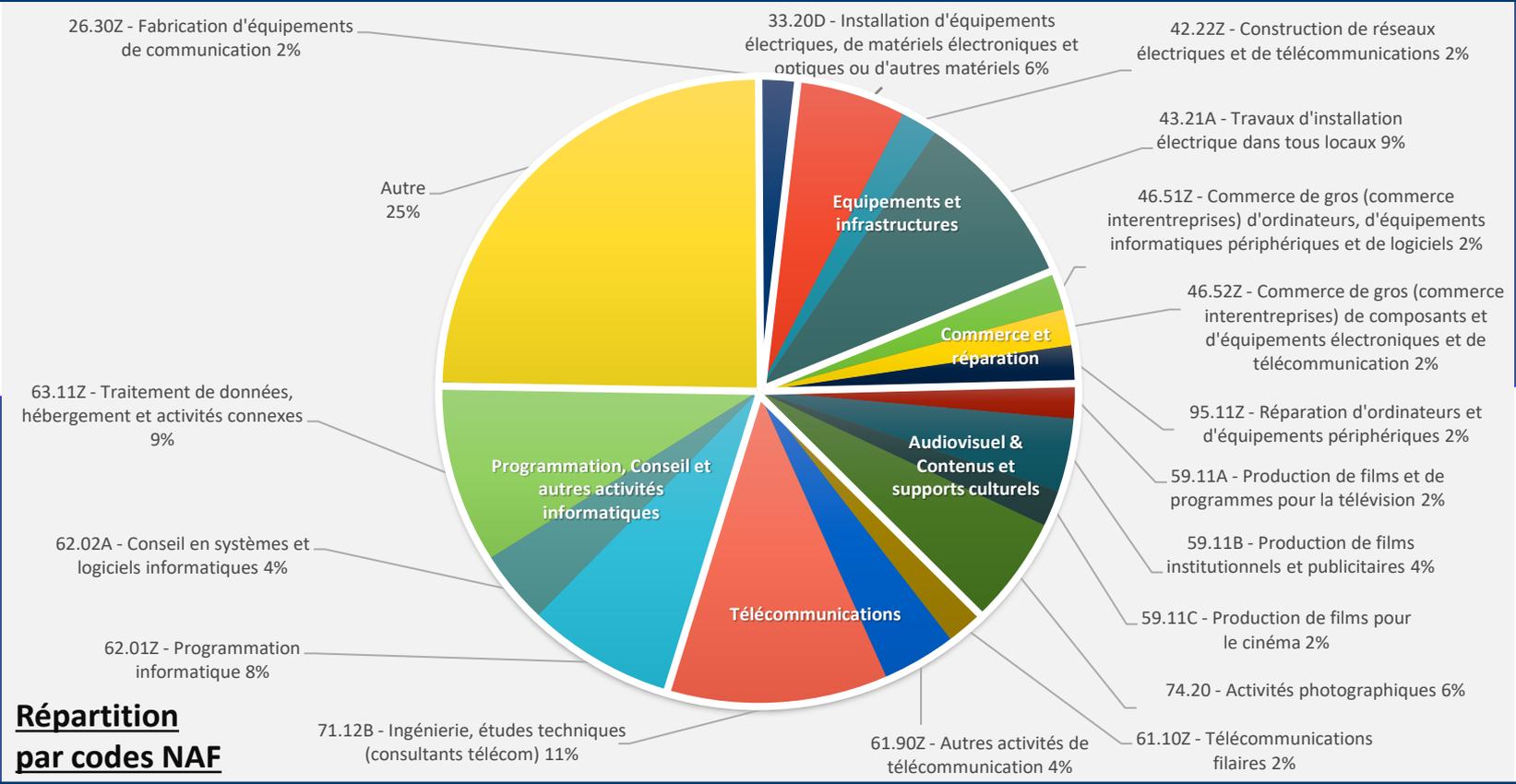
BLOC D'ANALYSE DES RÉPONSES

4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

4.2 – Etat des lieux économique

> Les secteurs d'activité

Sur base d'un échantillon d'entreprises (53 retours)



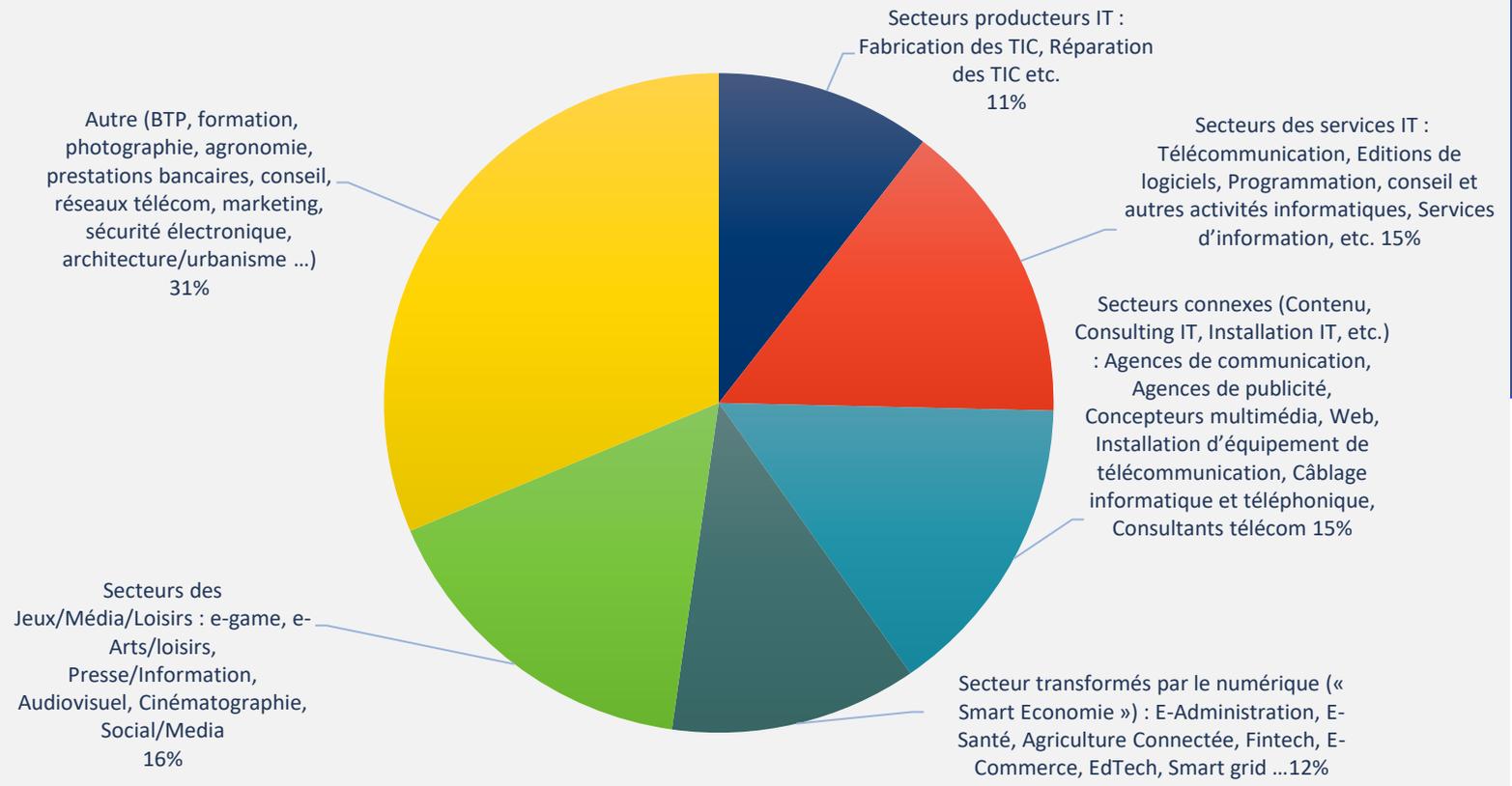
- **UNE GRANDE HÉTÉROGÉNÉITÉ DES ACTIVITÉS** PRATIQUÉES AVEC UNE LÉGÈRE PRÉDOMINANCE DES ACTIVITÉS SUIVANTES :
 - INGÉNIERIE, ÉTUDES TECHNIQUES (CONSULTANTS TÉLÉCOM) (11% ; 6 RÉPONDANTS)
 - TRAVAUX D'INSTALLATION ÉLECTRIQUE (9% ; 5 RÉPONDANTS)
- 25% DES RÉPONDANTS CONSIDÈRENT AVOIR UNE ACTIVITÉ AUTRE QUE LES CODES NAF PROPOSÉS (13 RÉPONDANTS) – IL EST À NOTER QUE CERTAINS ACTEURS PUBLICS OU ASSOCIATIFS ONT RÉPONDU AU QUESTIONNAIRE

4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

4.2 – Etat des lieux économique

> Les catégories d'activité

Sur base d'un échantillon d'entreprises (53 retours)



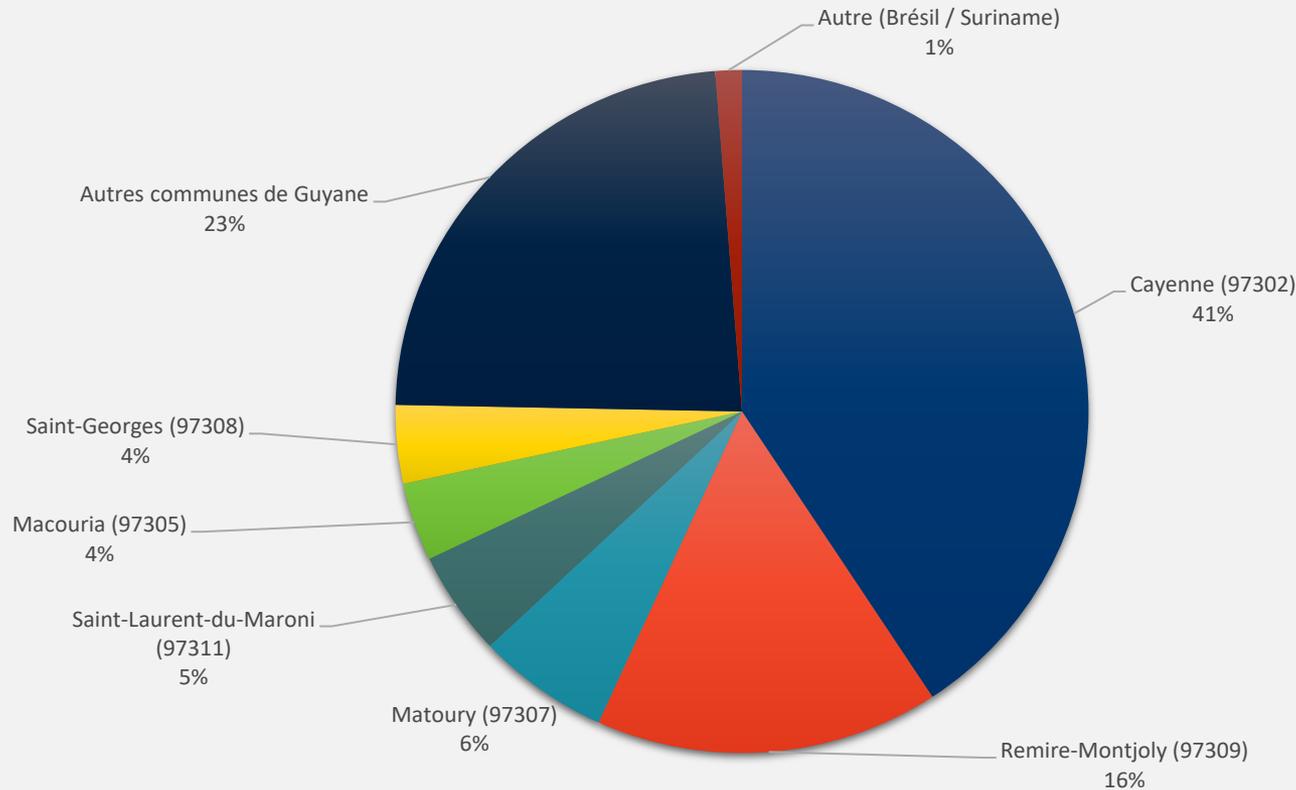
LE PAYSAGE ÉCONOMIQUE NUMÉRIQUE EST STRUCTURÉ EN 5 GRANDES CATÉGORIES D'ACTIVITÉS, AUX PREMIERS RANGS DESQUELS ON RETROUVE LES SUIVANTES DE MANIÈRE QUASIMENT HOMOGÈNE (15/16%) :

- LES SECTEURS DES JEUX/MÉDIA/LOISIRS** : EGAME, E-ARTS/LOISIRS, PRESSE/INFORMATION, AUDIOVISUEL, CINÉMATOGRAPHIE, SOCIAL/MEDIA
- LES SECTEURS DES SERVICES IT** : TÉLÉCOMMUNICATION, EDITIONS DE LOGICIELS, PROGRAMMATION, CONSEIL ET AUTRES ACTIVITÉS INFORMATIQUES, SERVICES D'INFORMATION, ETC.
- LES SECTEURS CONNEXES (CONTENU, CONSULTING IT, INSTALLATION IT, ETC.)** : AGENCES DE COMMUNICATION, AGENCES DE PUBLICITÉ, CONCEPTEURS MULTIMÉDIA, WEB, INSTALLATION D'ÉQUIPEMENT DE TÉLÉCOMMUNICATION, CÂBLAGE INFORMATIQUE ET TÉLÉPHONIQUE, CONSULTANTS TÉLÉCOM

4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

4.2 – Etat des lieux économique > L'implantation géographique

Sur base d'un échantillon d'entreprises (53 retours)



Question à choix multiples (les pourcentages illustrent le nombre d'occurrences sur le nombre total de réponses - 80)

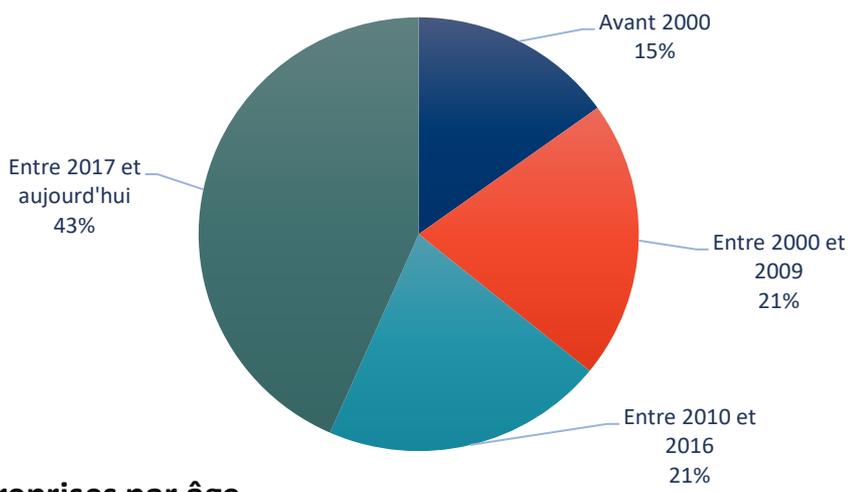
- SANS SURPRISE, LA PLUPART DES ENTREPRISES RÉPONDANTES (33 ENTREPRISES) SONT IMPLANTÉES À CAYENNE, LE CHEF-LIEU DE GUYANE
- LES AUTRES VILLES PRIVILÉGIÉES POUR L'IMPLANTATION DES ENTREPRISES NUMÉRIQUES SONT (PAR ORDRE DÉCROISSANT) :
 - RÉMIRE-MONTJOLY (13 STRUCTURES)
 - SAINT-LAURENT DU MARONI (4 STRUCTURES)
 - MATOURY (5 STRUCTURES)
 - MACOURIA ET SAINT-GEORGES (3 STRUCTURES À ÉGALITÉ)
- 1 ENTREPRISE RÉPONDANTE A STIPULÉ ÊTRE BASÉE AU BRÉSIL ET AU SURINAME

4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

4.2 – Etat des lieux économique

> L'âge et l'autonomie de l'entreprise numérique

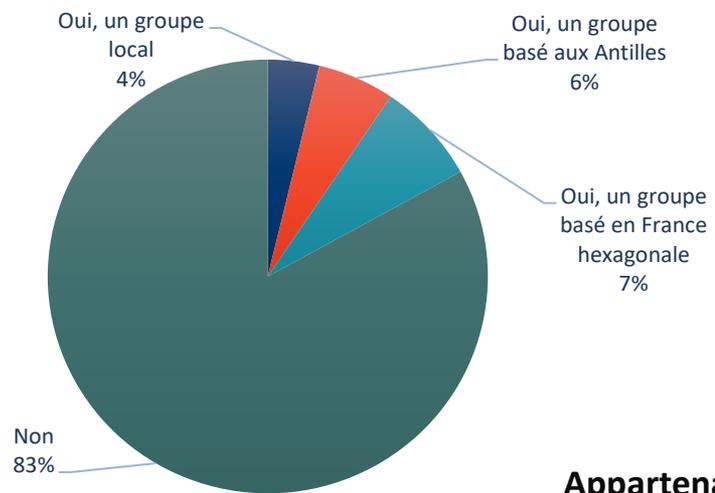
Sur base d'un échantillon d'entreprises (53 retours)



- **UN PEU MOINS DE LA MOITIÉ DES ENTREPRISES RÉPONDANTES A 5 ANS OU MOINS (CRÉATION À PARTIR DE 2017) – 23 STRUCTURES**
 - NOTER QUE 5 STRUCTURES ONT VU LE JOUR EN 2020, ET 6 EN 2021 (EN CONTEXTE D'ÉPIDÉMIE SANITAIRE)
- **PRÈS D'1/3 DES ENTREPRISES ONT 10 ANS OU PLUS (CRÉATION AVANT 2010) – CELA NE PRÉJUGE PAS DU TAUX DE RENOUVELLEMENT NI DE LA VIABILITÉ DES ENTREPRISES**

Nombre d'entreprises par âge

- **DES ENTREPRISES INDÉPENDANTES POUR LA PLUPART (44 ENTREPRISES)**
- **POUR CELLES QUI APPARTIENNENT À UN GROUPE :**
 - PLUS DE LA MOITIÉ APPARTIENNENT À UN GROUPE BASÉ DANS L'HEXAGONE
 - 1/3 APPARTIENNENT À UN GROUPE BASÉ AUX ANTILLES
 - 20% APPARTIENNENT À UN GROUPE LOCAL

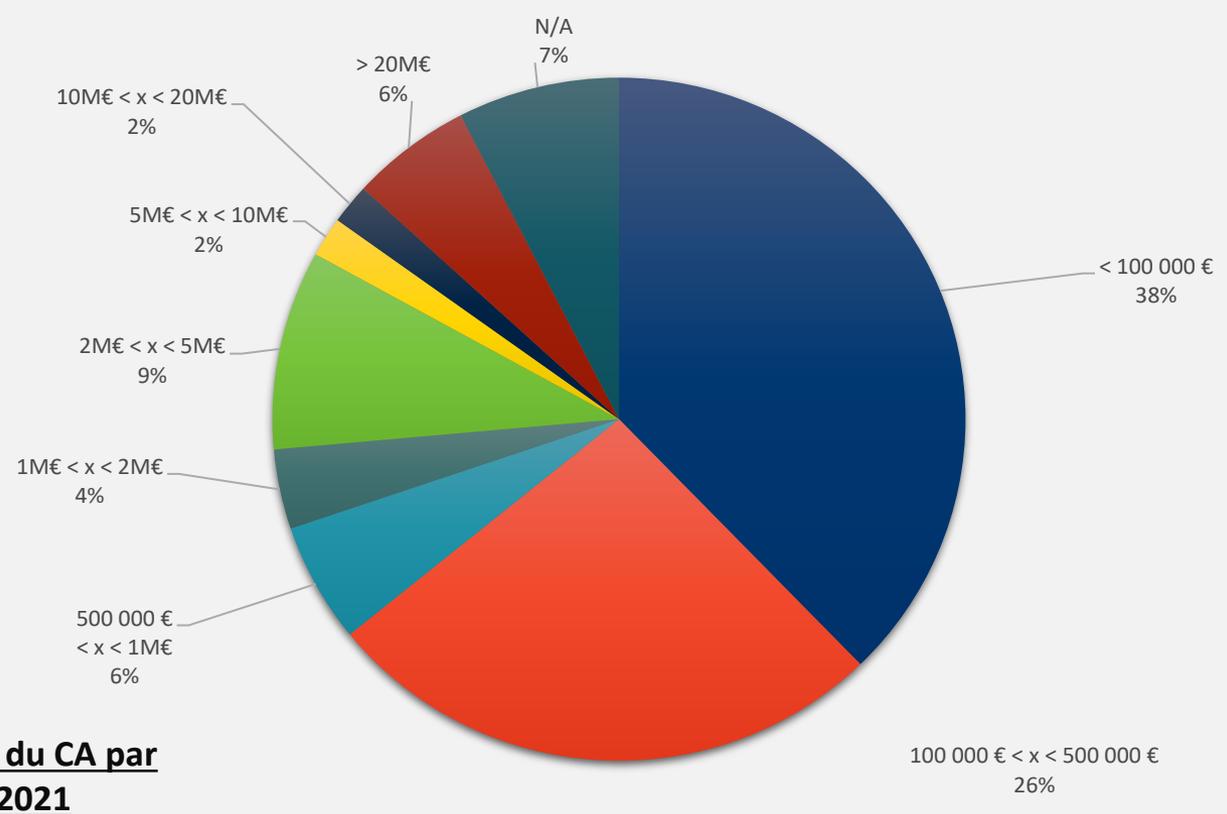


Appartenance à un groupe

4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

4.2 – Etat des lieux économique > Chiffre d'affaires et évolution (1/2)

Sur base d'un échantillon d'entreprises (53 retours)



Répartition du CA par tranche en 2021

EN 2021 :

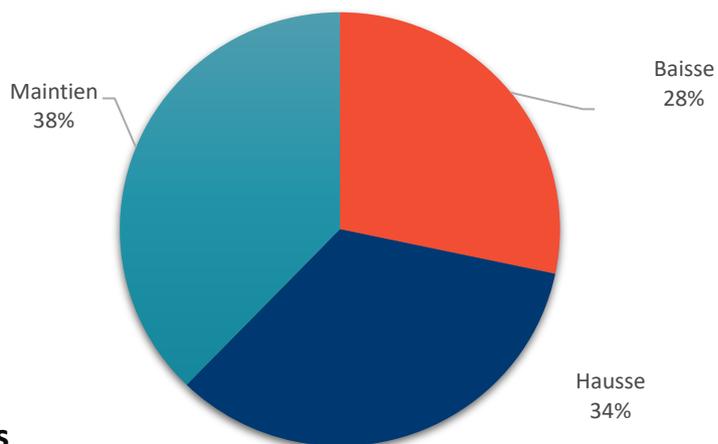
- PLUS DE LA MOITIÉ DES ENTREPRISES RÉPONDANTES A RÉALISÉ UN CA INFÉRIEUR À 500 000 EUROS (34 ENTREPRISES), DONT 20 ENTREPRISES QUI ONT RÉALISÉ UN CA INFÉRIEUR À 100 000 EUROS
- UNE PART NON NÉGLIGEABLE A RÉALISÉ UN CA COMPRIS ENTRE 2 ET 5 MILLIONS D'EUROS (5 ENTREPRISES), TANDIS QUE 3 ENTREPRISES ONT RÉALISÉ PLUS DE 20 MILLIONS DE CHIFFRES D'AFFAIRES

4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

4.2 – Etat des lieux économique

> Chiffre d'affaires et évolution (2/2)

Sur base d'un échantillon d'entreprises (53 retours)



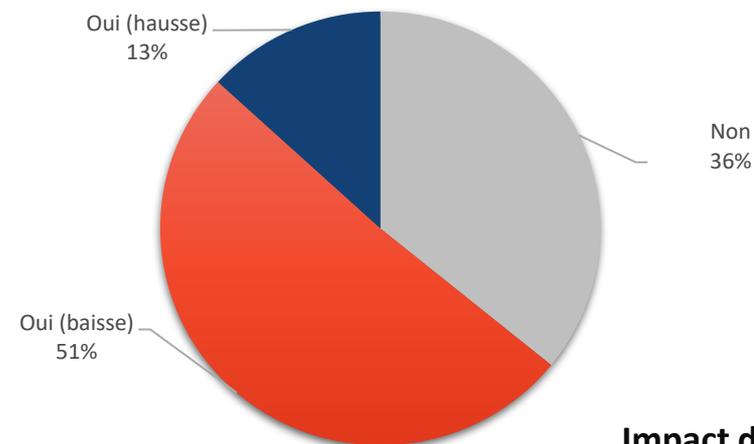
- SUR LES 2 DERNIÈRES ANNÉES, LES ENTREPRISES DU SECTEUR SEMBLENT AVOIR CONNU DES SITUATIONS DIFFÉRENTES DANS LES MÊMES PROPORTIONS, PUISQUE :
 - 20 STRUCTURES ONT MAINTENU LEURS ACTIVITÉS ET LE CA ASSOCIÉ
 - PLUS D'UN TIERS A VU SON CA AUGMENTER (18 ENTREPRISES)
 - TANDIS QUE PRESQUE LA MÊME PART A VU SON CA BAISSER SUR LA MÊME PÉRIODE (15 ENTREPRISES)

Tendance du CA les 2 dernières années

EST-CE QUE LA CRISE COVID A EU UNE INFLUENCE SUR LE CA DE LA FILIÈRE ?

- UNE MAJORITÉ ESTIME QUE LE COVID A EU UNE INFLUENCE À LA BAISSÉ SUR LEUR CA (27 ENTREPRISES)
- SEULES 7 ENTREPRISES ESTIMENT QUE LE COVID A EU UN EFFET DE BOOST SUR LEUR ACTIVITÉ
- TANDIS QUE PLUS D'UN TIERS ESTIME QUE LA CRISE SANITAIRE N'À PAS EU D'IMPACT FINANCIER SUR LEUR ACTIVITÉ (19 STRUCTURES)

COMPARAISON AVEC LE NATIONAL : UNE BAISSÉ DE CA DE -4,6% A ÉTÉ ENREGISTRÉE ENTRE 2019 ET 2020 POUR LA FILIÈRE, ET À MI 2021, UNE CROISSANCE DE +4,8% ÉTAIT ATTENDUE POUR LA FIN D'ANNÉE, BASÉE SUR 5 RELAIS DE CROISSANCE (CF. CONFÉRENCE DE PRESSE DE NUMEUM)



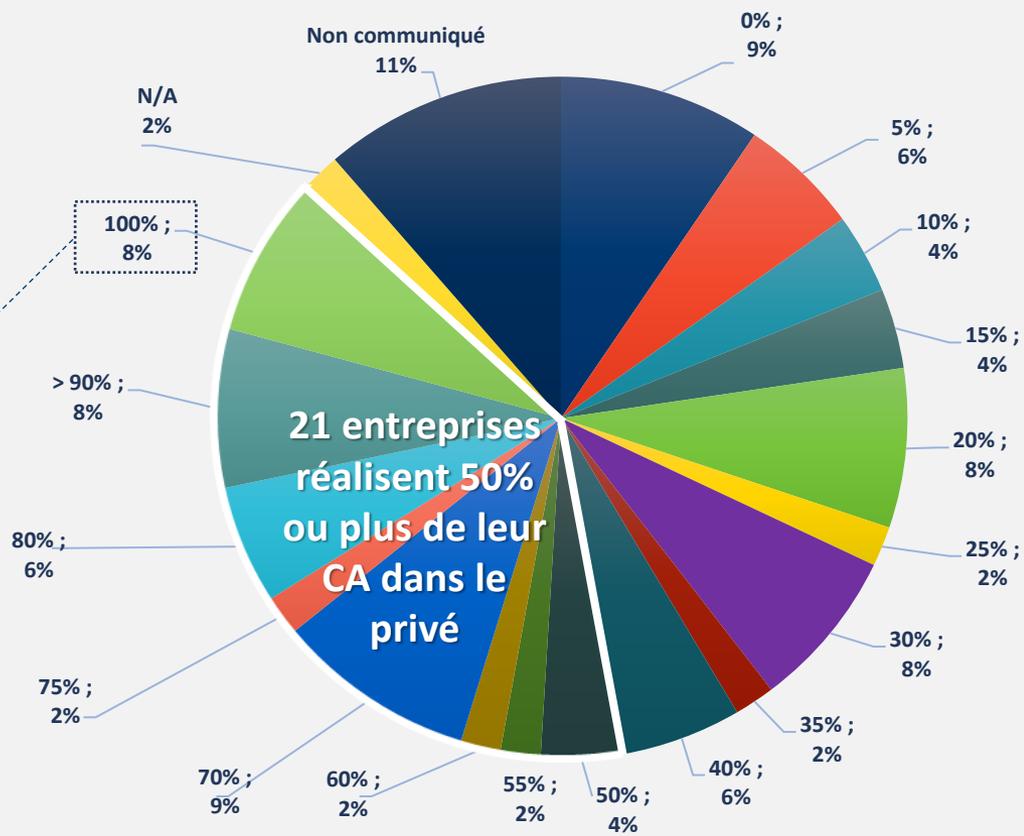
Impact du COVID sur l'activité

4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

4.2 – Etat des lieux économique

> Ventilation de l'activité (1/3)

Sur base d'un échantillon d'entreprises (53 retours)



Légende (aide lecture graphique) :
 dans l'exemple encadré, lire **8%** des entreprises répondantes réalisent **100%** de leur CA dans le secteur privé

Répartition du CA à destination du secteur privé

LE CA GÉNÉRÉ PAR LES ENTREPRISES

- **21 ENTREPRISES RÉPONDANTES RÉALISENT 50% OU PLUS DE LEUR CA POUR LES ENTREPRISES (DONT 8 STRUCTURES QUI S'ADRESSENT EXCLUSIVEMENT AU SECTEUR PRIVÉ (ENTRE 90 ET 100% DU CA) – CF. ENCADRÉ BLANC**
- **15% DES RÉPONDANTS NE RÉALISENT PAS D'ACTIVITÉ À DESTINATION DES ENTREPRISES (CUMUL DES RÉPONDANTS « 0% » ET 5% = 8 ENTREPRISES)**

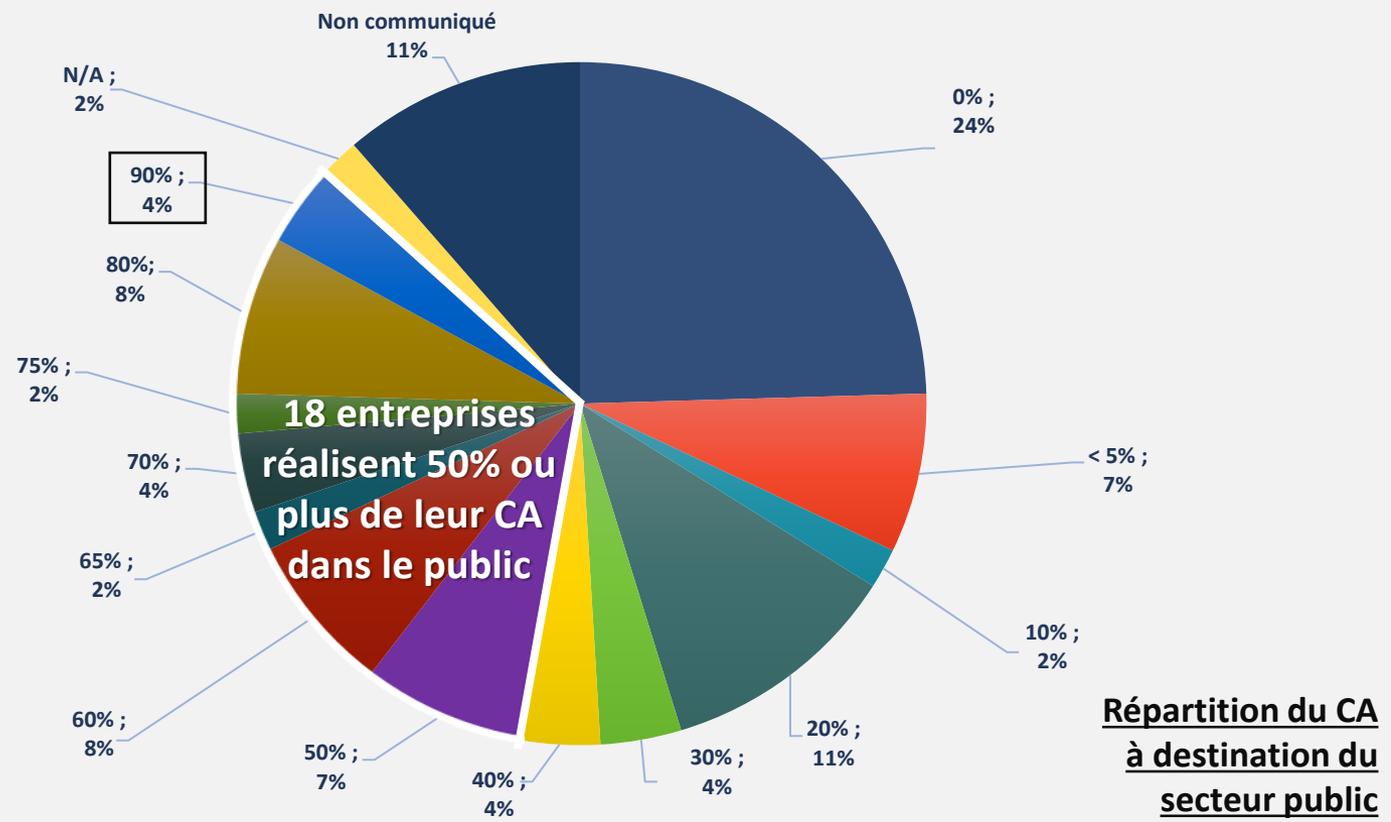
IL EST À NOTER QUE CERTAINS ACTEURS PUBLICS OU ASSOCIATIFS ONT RÉPONDU AU QUESTIONNAIRE

4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

4.2 – Etat des lieux économique

> Ventilation de l'activité (2/3)

Sur base d'un échantillon d'entreprises (53 retours)



?
 Légende (aide lecture graphique) : dans l'exemple encadré, lire **4%** des entreprises répondantes réalisent **90%** de leur CA dans le secteur public

CA GÉNÉRÉ PAR LES COLLECTIVITÉS

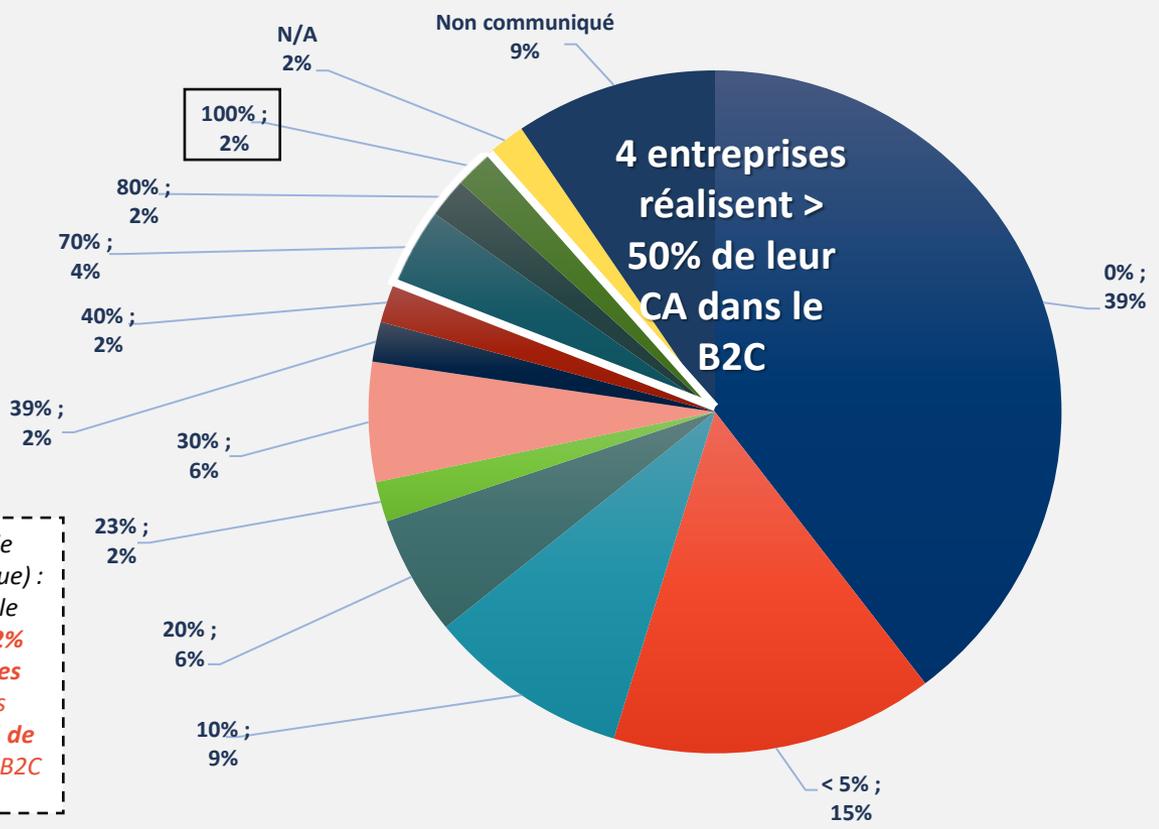
- 18 ENTREPRISES RÉALISENT 50% OU PLUS DE LEUR CA AVEC LES COLLECTIVITÉS (SOIT 1/3 DES ENTREPRISES DE LA FILIÈRE) – CF. ENCADRÉ BLANC
- LA MÊME PART (1/3 DES RÉPONDANTS) N'EST PAS OU PEU CONCERNÉE PAR LES COLLECTIVITÉS (CUMUL DES RÉPONDANTS « 0% » ET « <5% » = 18 ENTREPRISES)

4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

4.2 – Etat des lieux économique

> Ventilation de l'activité (3/3)

Sur base d'un échantillon d'entreprises (53 retours)



?
Légende (aide lecture graphique) : dans l'exemple encadré, lire **2%** des entreprises répondantes réalisent **100%** de leur CA avec le B2C

Répartition du CA à destination des particuliers (B2C)

LE CA GÉNÉRÉ PAR LES PARTICULIERS

- SEULEMENT 4 ENTREPRISES RÉPONDANTES RÉALISENT PLUS DE 50% DE LEUR CA POUR LES PARTICULIERS – CF. ENCADRÉ BLANC
- PLUS DE LA MOITIÉ DES RÉPONDANTS NE SONT PAS OU PEU CONCERNÉS PAR LES PARTICULIERS (CUMUL DES RÉPONDANTS « 0% » ET « <5% » = 29 ENTREPRISES)

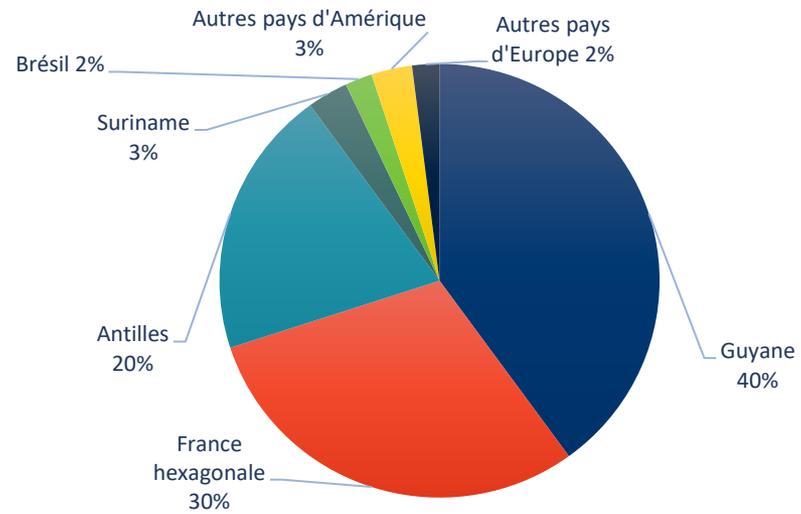
4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

4.2 – Etat des lieux économique

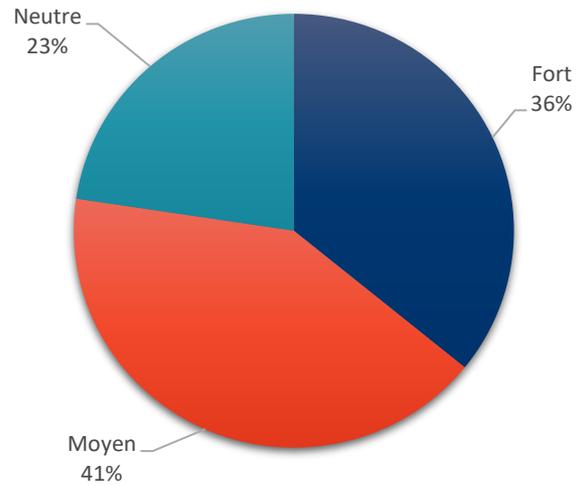
> Concurrence

Sur base d'un échantillon d'entreprises (53 retours)

- **UNE CONCURRENCE PRIORITAIREMENT LOCALE (40%) ...**
- **... MAIS PROVENANT ÉGALEMENT DE L'HEXAGONE (30%) ET DES ANTILLES (20%)**
- **UNE PETITE CONCURRENCE EST EXERCÉE ÉGALEMENT PAR LES PAYS VOISINS**



Localisation des concurrents



L'impact de la concurrence sur l'activité de l'entreprise

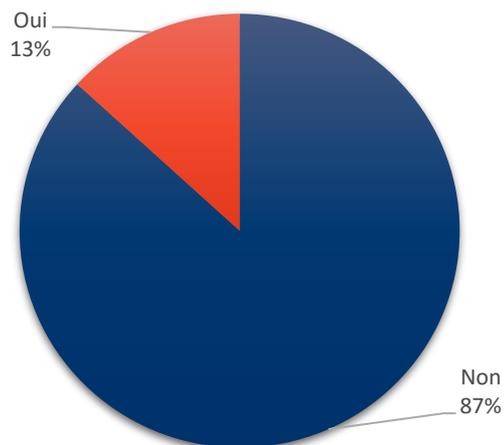
- **UN PEU PLUS D'1/3 DES RÉPONDANTS (36% - 19 STRUCTURES) ESTIMENT QUE LA CONCURRENCE A UN IMPACT FORT SUR LEUR ACTIVITÉ**
- **TANDIS QU'ENVIRON 60% DES RÉPONDANTS ESTIMENT CET IMPACT MOYEN (POUR 22 STRUCTURES) VOIRE NUL (POUR 12 STRUCTURES), CE QUI LAISSE SOUS-ENTENDRE QU'IL Y A DE LA PLACE SUR LE MARCHÉ POUR DE NOUVEAUX ACTEURS**

4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

4.2 – Etat des lieux économique

> Activité à l'export

Sur base d'un échantillon d'entreprises (53 retours)

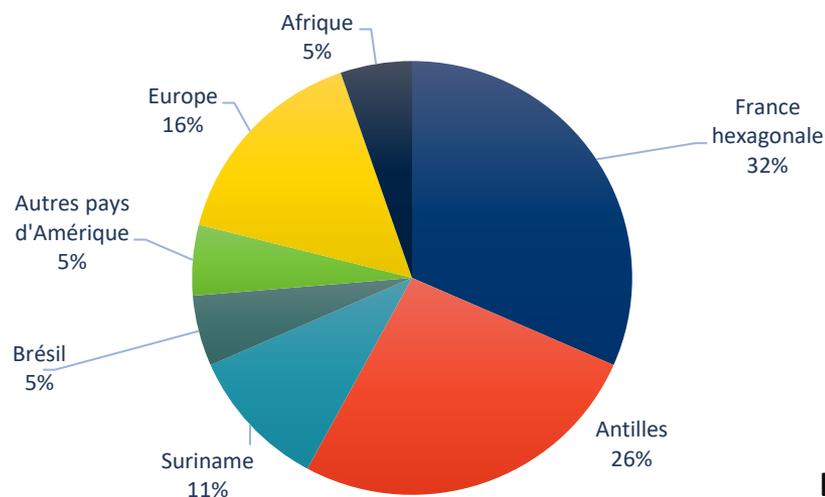


- **UNE ACTIVITÉ À L'EXPORT LIMITÉE À MOINS DE 20% DES RÉPONDANTS (7 ENTREPRISES)**

Activité à l'export

Question à choix multiples (les pourcentages illustrent le nombre d'occurrences sur le nombre total de réponses (19 – pour les 7 répondants ayant une activité à l'export – cf. graphe ci-dessus)

- **UNE ACTIVITÉ À L'EXPORT QUI CIBLE EN PREMIER LIEU L'HEXAGONE (6 ENTREPRISES)**
- **LES ENTREPRISES EXPORTENT ÉGALEMENT VERS LES ANTILLES (5 STRUCTURES) ET LES PAYS VOISINS (3 STRUCTURES)**



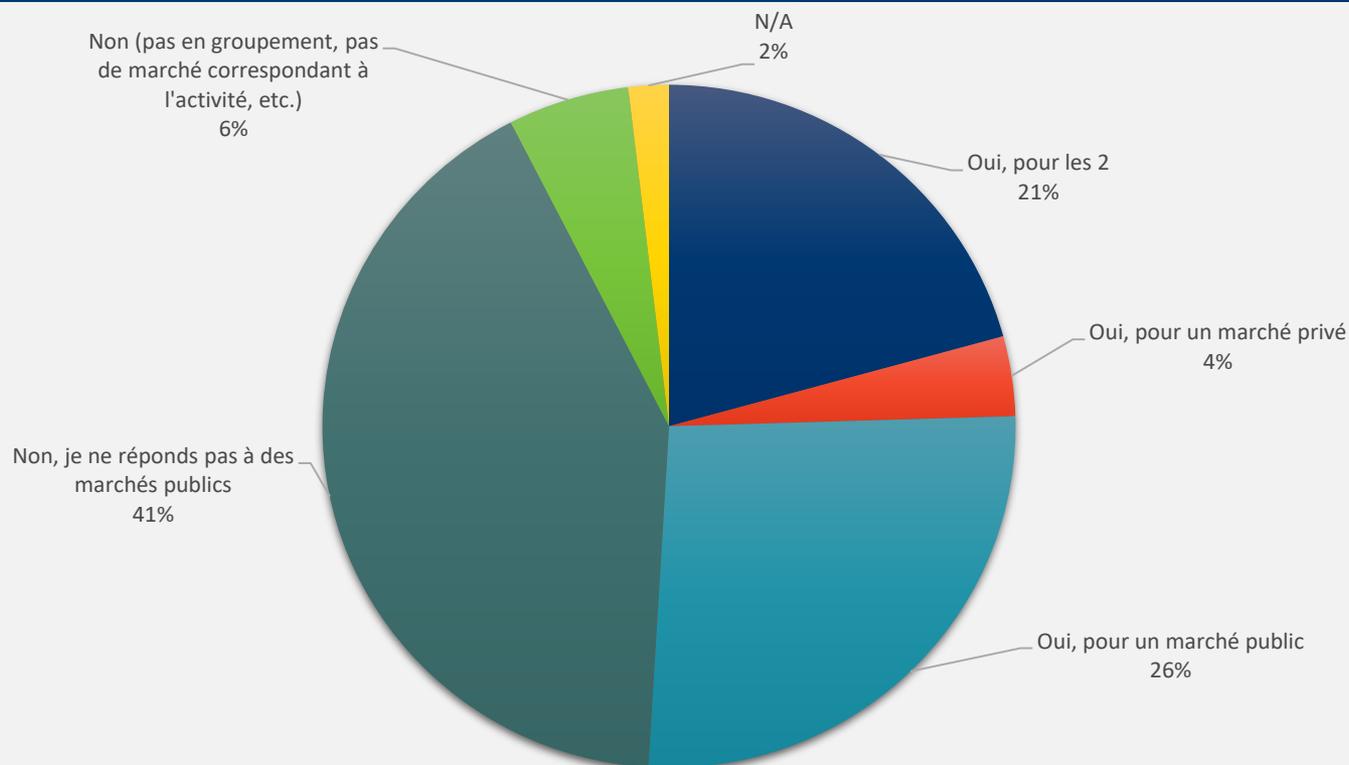
Destinations ciblées à l'export

4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

4.2 – Etat des lieux économique

> Les réponses aux marchés (1/2)

Sur base d'un échantillon d'entreprises (53 retours)



AVEZ-VOUS DÉJÀ RÉPONDU EN GROUPEMENT À UN MARCHÉ PUBLIC OU PRIVÉ ?

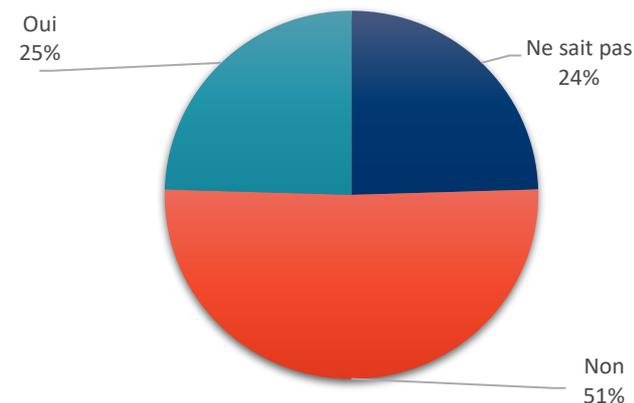
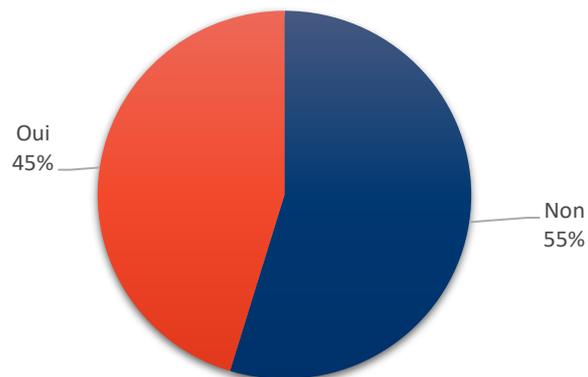
- **L'USAGE DES GROUPEMENTS POUR RÉPONDRE AUX MARCHÉS PUBLICS ET PRIVÉS EST ASSEZ FRÉQUENT, 27 ENTREPRISES Y ONT RECOURS (SOIT LA MOITIÉ DES RÉPONDANTS)**
- **22 ENTREPRISES INDIQUENT NE PAS RÉPONDRE À DES MARCHÉS PUBLICS (SEULES OU EN GROUPEMENT) – À METTRE EN PERSPECTIVE DE LA VENTILATION DE L'ACTIVITÉ (POUR RAPPEL, 1/3 DES ENTREPRISES RÉALISENT 50% OU PLUS DE LEUR CA AVEC LES COLLECTIVITÉS, P.32)**

4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

4.2 – Etat des lieux économique

> Les réponses aux marchés (2/2)

Sur base d'un échantillon d'entreprises (53 retours)



Obtention d'un AO public sur les 2 dernières années

Opinion sur la facilité d'accès à la commande publique

- QUAND ON SE CONCENTRE UNIQUEMENT SUR L'OBTENTION D'UN MARCHÉ PUBLIC, PLUS DE LA MOITIÉ DES RÉPONDANTS INDIQUENT NE PAS AVOIR OBTENU DE TELS MARCHÉS SUR LES 2 DERNIÈRES ANNÉES (29 STRUCTURES)
- SENSIBLEMENT LA MÊME PART (27 STRUCTURES) ESTIME QUE L'ACCÈS À LA COMMANDE PUBLIQUE N'EST PAS FACILE
- TANDIS QU'UN PEU MOINS D'1/3 DES RÉPONDANTS NE SAIT PAS SE POSITIONNER, CE QUI PEUT TRADUIRE UNE MÉCONNAISSANCE DES DISPOSITIFS MIS EN PLACE POUR TENTER DE FACILITER L'ACCÈS AUX APPELS D'OFFRE PUBLICS
- **EN SYNTHÈSE, L'ACTIVITÉ B2B, DONT ON SAIT QU'ELLE PORTE LE DÉVELOPPEMENT DE LA FILIÈRE À CE STADE, DISPOSE D'UNE MARGE DE MANŒUVRE VIA DES ACTIONS DE FACILITATION DE L'ACCÈS À LA COMMANDE PUBLIQUE NOTAMMENT ; PAR AILLEURS, UN SONDAGE POURRAIT ÊTRE RÉALISÉ POUR IDENTIFIER LES AXES D'AMÉLIORATION POUR OBTENIR D'AVANTAGE DE MARCHÉS PUBLICS (EN COLLABORATION AVEC LES ACTEURS PUBLICS)**

4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

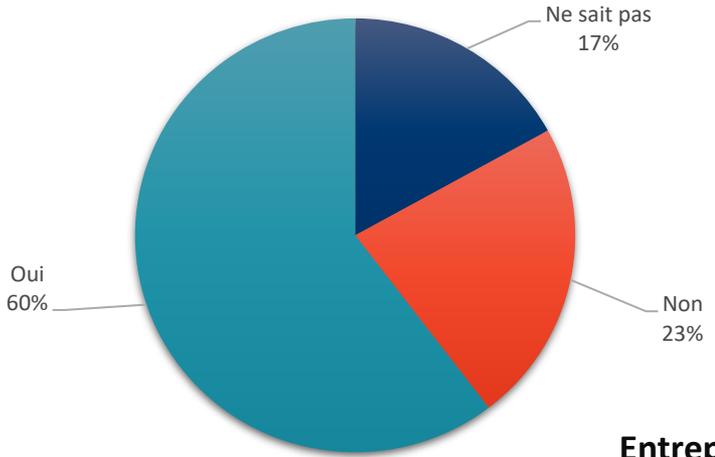
4.2 – Etat des lieux économique > L'innovation au sein de la filière (1/2)

Sur base d'un échantillon d'entreprises (53 retours)

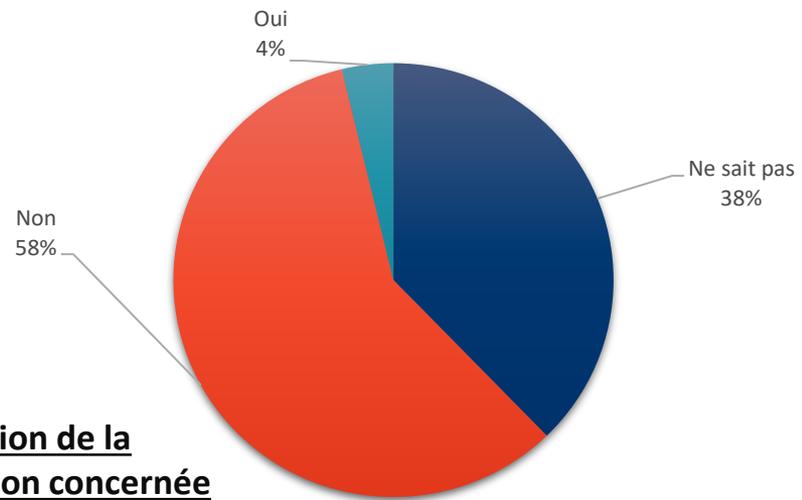
32 ENTREPRISES DE LA FILIÈRE ESTIMENT AVOIR UNE ACTIVITÉ INNOVANTE, AVEC DES SERVICES POSITIONNÉS PRINCIPALEMENT SUR LES SEGMENTS SUIVANTS :

- BIG DATA (14%)
 - INTERNET DES OBJETS (IOT) (10%)
 - E-LEARNING (9%)
- DANS LES MÊMES PROPORTIONS (8%) :**
- CYBERSÉCURITÉ
 - CLOUD COMPUTING
 - IA

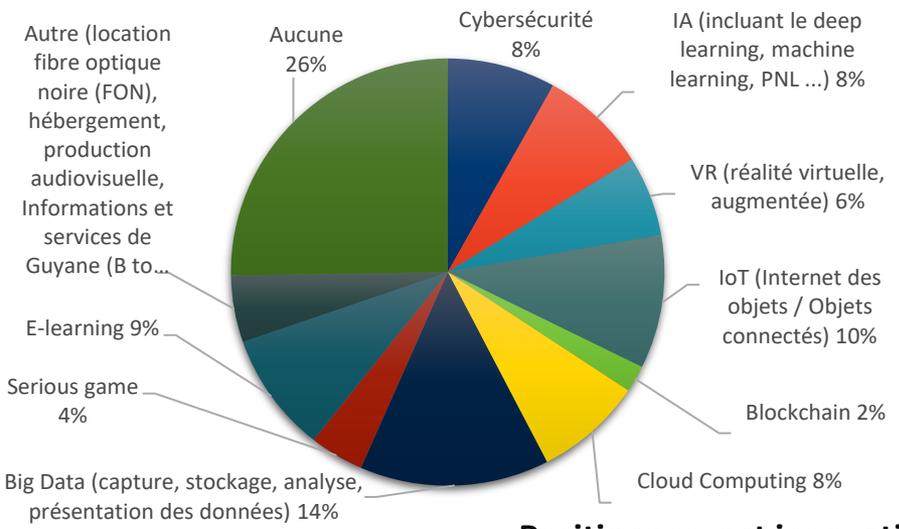
31 ENTREPRISES RÉPONDANTES ESTIMENT, AU REGARD DE CES THÉMATIQUES D'INNOVATION, QUE L'OFFRE DE FORMATION (DISPONIBLE LOCALEMENT) N'EST PAS ADAPTÉE OU SUFFISANTE



Entreprises qui estiment innover



Evaluation de la formation concernée



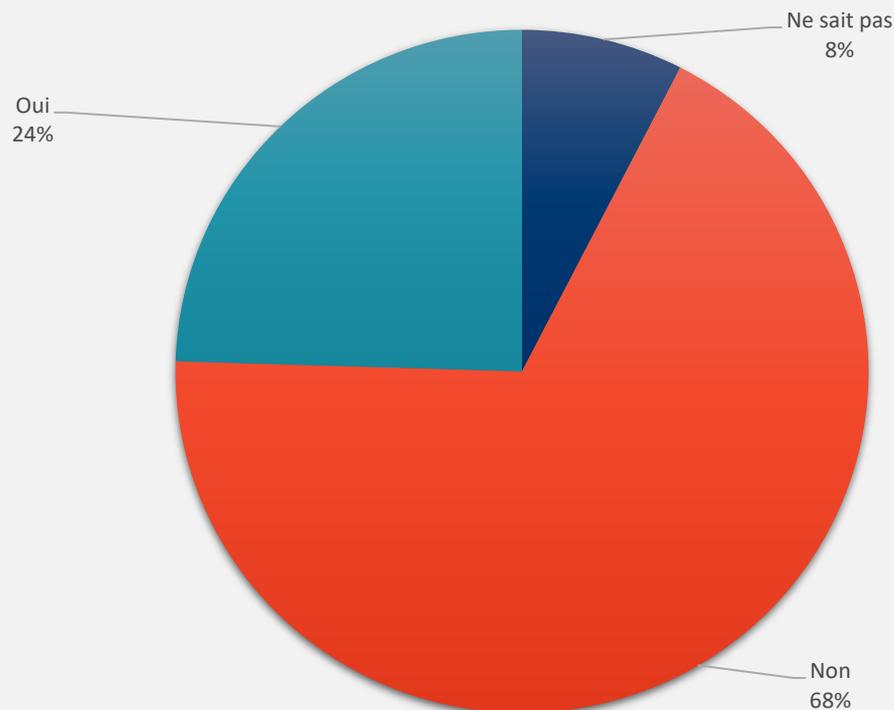
Positionnement innovation

4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

4.2 – Etat des lieux économique

> L'innovation au sein de la filière (2/2)

Sur base d'un échantillon d'entreprises (53 retours)



Entreprises qui se considèrent « Start-up »

SEULES 13 ENTREPRISES (24%) SE CONSIDÈRENT COMME DES STARTUPS AU SEIN DE LA FILIÈRE – NOTER QUE PARMI ELLES, 2 ENTREPRISES ONT RÉPONDU « NE SAIT PAS » À LA QUESTION PRÉCÉDENTE SUR L'INNOVATION

Rappel définition startup : "Organisation temporaire à la recherche d'un business model industrialisable, rentable et permettant la croissance", la startup est une étape intermédiaire avant de devenir une entreprise (liée à la notion d'expérimentation d'une nouvelle activité, sur un nouveau marché, avec un risque difficile à évaluer)

4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

4.2 – Etat des lieux économique

> Les principales contraintes à la réalisation des activités numériques

Sur base d'un échantillon d'entreprises (53 retours)

QUELLES CONTRAINTES / QUELS PROBLÈMES PRINCIPAUX

RENCONTREZ-VOUS ?

SUR 104 RÉPONSES (QUESTION À CHOIX MULTIPLES), 4

GRANDES DIFFICULTÉS SONT RECENSÉES :

1. **L'ACCÈS AUX PROFILS RECHERCHÉS** (27 OCCURRENCES – 26%)
2. **L'ACCÈS AUX AIDES D'ÉTAT** (23 OCCURRENCES – 22%)
3. **L'ACCÈS AUX PRÊTS** (15 OCCURRENCES – 14%)
4. **LA POLITIQUE SALARIALE PUBLIQUE-PRIVÉE** (12 OCCURRENCES – 12%)

AUTRES DIFFICULTÉS MENTIONNÉES *

EN LIEN AVEC LES FINANCES :

- LES COÛTS DE MATÉRIEL ET FRAIS DE TRANSPORT
- LA TRÉSORERIE
- LA BAISSÉ DES INVESTISSEMENTS
- L'OCTROI DE MER (QUI CAUSE UN MANQUE DE TRÉSORERIE)

AUTRES (INFRASTRUCTURES ...) :

- L'ACCÈS À UN LOCAL
- LA FERMETURE DES FRONTIÈRES
- L'APPROVISIONNEMENT EN MATIÈRES PREMIÈRES
- LE TRAVAIL NON DÉCLARÉ

EN LIEN AVEC LES INSTITUTIONS ET LA LÉGISLATION :

- HARMONISATION, COHÉSION ET DYNAMIQUE SUR LES ENJEUX ET OBJECTIFS STRATÉGIQUES ENTRE LES ADMINISTRATIONS DES SERVICES PUBLICS
- RÉGLEMENTATION TECHNIQUE (LOI SUR L'EAU...) ET PROCÉDURES ADMINISTRATIVES CONTRAIGNANTES / FISCALITÉ EXIGÉE DÉBUT D'ACTIVITÉ EN L'ABSENCE DE CA ...

* Regroupement des doublons

4.3 – ETAT DES LIEUX SUR LES EMPLOIS, COMPÉTENCES

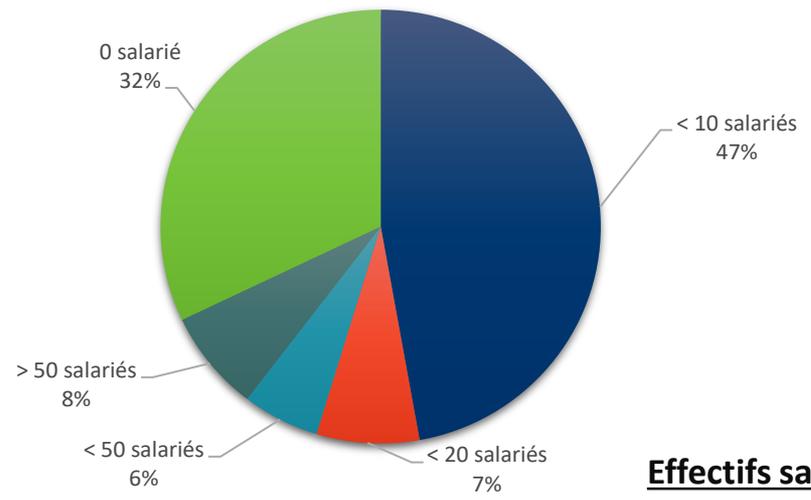
4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

4.3 – Etat des lieux sur les emplois, compétences

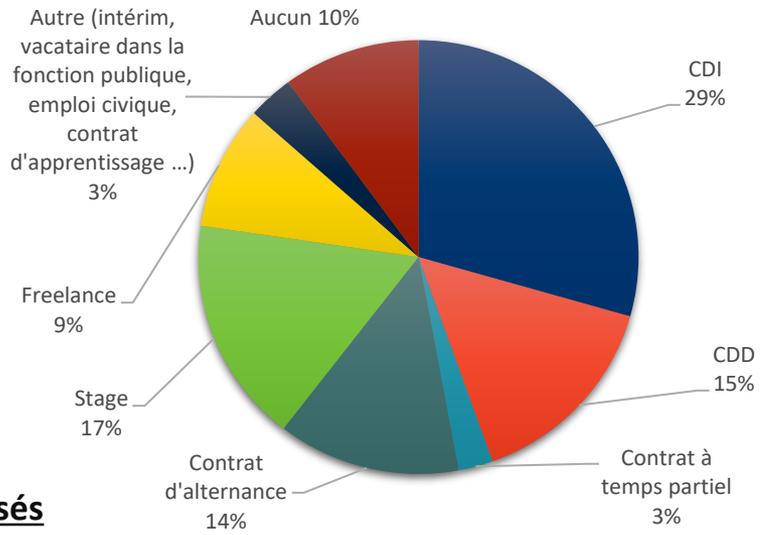
> Effectifs salariés & types de contrats

Sur base d'un échantillon d'entreprises (53 retours)

- ENCORE AUJOURD'HUI, LA FILIÈRE EST COMPOSÉE D'UNE TRÈS GRANDE PROPORTION DE TPE AVEC PRÈS DES TROIS-QUARTS DES ENTREPRISES NUMÉRIQUES QUI ONT MOINS DE 10 SALARIÉS (79%) :
 - 17 ENTREPRISES N'ONT PAS DE SALARIÉ
 - 25 ENTREPRISES ONT MOINS DE 10 SALARIÉS
- UNE PETITE MINORITÉ NÉANMOINS EMPLOIE PLUS DE 50 SALARIÉS (4 STRUCTURES)



Effectifs salariés



Types de contrats utilisés

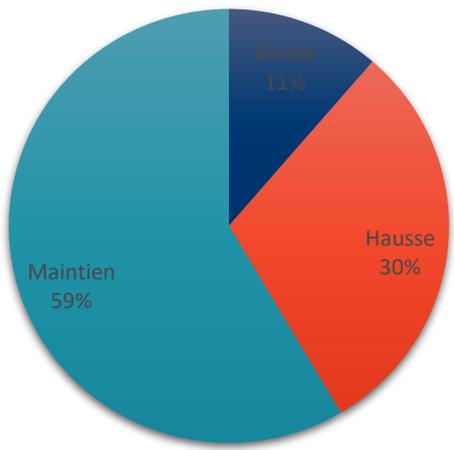
- **UN USAGE PRIORITAIRE DES CDI (PRÈS D'1/3) PAR RAPPORT AUX CDD (15%), CE QUI LAISSE SOUS-ENTENDRE UNE VOLONTÉ DE FIDÉLISATION DES ENTREPRISES**
- **UNE OFFRE DE STAGES (20 ENTREPRISES) ET D'ALTERNANCE (16 ENTREPRISES) CONSÉQUENTE, CE QUI EST INTÉRESSANT D'UN POINT DE VUE DE LA FORMATION, MAIS QUI INTERROGE NÉANMOINS SUR LA CAPACITÉ D'INVESTISSEMENT RH DES ENTREPRISES (USAGE DE STAGES – MOINS COÛTEUX QU'UN SALARIÉ – EN LIEU ET PLACE DES AUTRES TYPES DE CONTRATS ?)**

4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

4.3 – Etat des lieux sur les emplois, compétences

> Evolution des ressources humaines

Sur base d'un échantillon d'entreprises (53 retours)

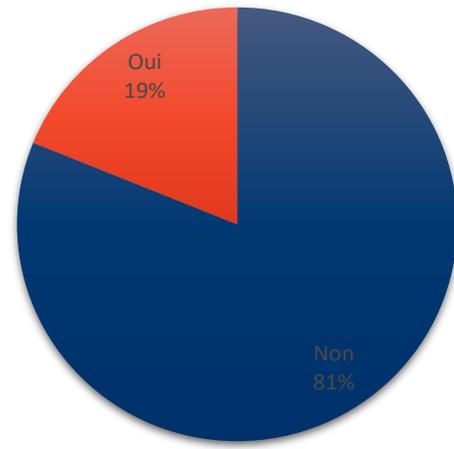


L'évolution des masses salariales sur les 3 dernières années

- **UNE MASSE SALARIALE GLOBALEMENT STABLE SUR LES 3 DERNIÈRES ANNÉES (POUR 31 ENTREPRISES)**
- 16 ENTREPRISES ONT VU LEURS EFFECTIFS RENFORCÉS
- 6 ENTREPRISES ONT QUANT À ELLES VU LEUR MASSE SALARIALE DIMINUER

FOCUS SUR L'IMPACT DU COVID SUR LA MASSE SALARIALE (AU NIVEAU NATIONAL) : PAR RAPPORT À 2019, LES RECRUTEMENTS DE CADRES EN 2020 ONT BAISSÉ DE 30 À 40% ET LE NOMBRE D'OFFRES D'EMPLOI GLOBAL A DIMINUÉ DE 33% SUR JANVIER-SEPTEMBRE 2020 (CF. ÉTUDE DE L'OPIIEC SUR LES MÉTIERS DE LA FILIÈRE)

- **LES ENTREPRISES DE LA FILIÈRE CONNAISSENT GLOBALEMENT UN FAIBLE TAUX DE TURN OVER, UN CHIFFRE QUI EST À METTRE EN PERSPECTIVE DES EFFECTIFS SALARIÉS (POUR RAPPEL : ENVIRON 79% ONT ENTRE 0 ET 10 SALARIÉS ; SEULES 21% DES ENTREPRISES RÉPONDANTES ONT PLUS DE 10 SALARIÉS)**



Le turn over

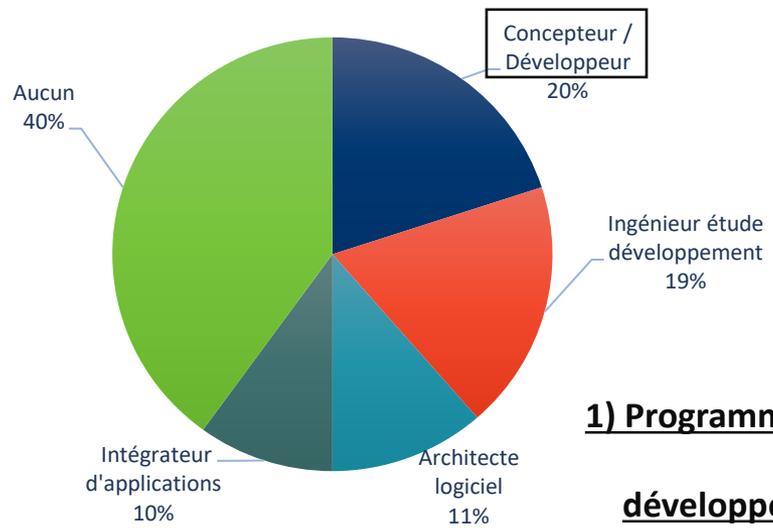
4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

4.3 – Etat des lieux sur les emplois, compétences

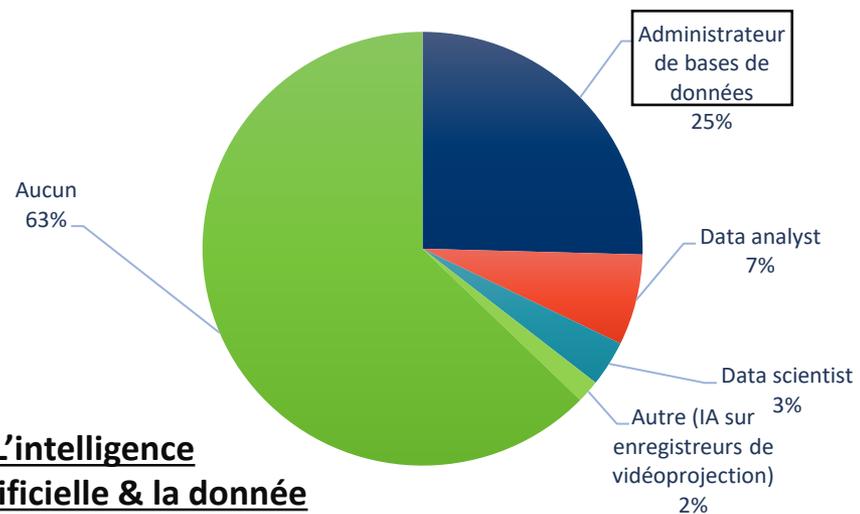
> Métiers numériques pratiqués sur le territoire (1/5)

Sur base d'un échantillon d'entreprises (53 retours)

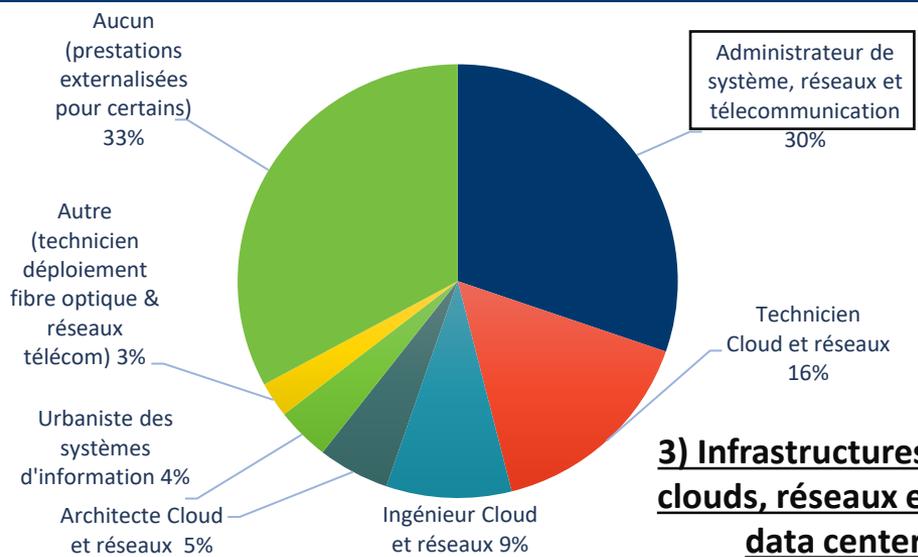
- 60% DES RÉPONDANTS PRATIQUENT DES MÉTIERS LIÉS À LA PROGRAMMATION ET AU DÉVELOPPEMENT ; LE MÉTIER LE PLUS PRATIQUÉ DANS LE DOMAINE EST CELUI DE CONCEPTEUR/DÉVELOPPEUR**
- UN PEU MOINS DE 40% DES RÉPONDANTS PRATIQUENT DES MÉTIERS LIÉS À L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE OU À LA DONNÉE ; LE MÉTIER LE PLUS PRATIQUÉ DANS LE DOMAINE EST CELUI D'ADMINISTRATEUR DE BASES DE DONNÉES**
- 3/4 DES RÉPONDANTS PRATIQUENT DES MÉTIERS LIÉS AUX INFRASTRUCTURES, CLOUDS, RÉSEAUX ET DATA CENTERS (POUR CERTAINS, CES PRESTATIONS SONT EXTERNALISÉES) ; LE MÉTIER LE PLUS PRATIQUÉ DANS LE DOMAINE EST CELUI D'ADMINISTRATEUR DE SYSTÈME, RÉSEAUX ET TÉLÉCOMMUNICATIONS**



1) Programmation et développement



2) L'intelligence artificielle & la donnée



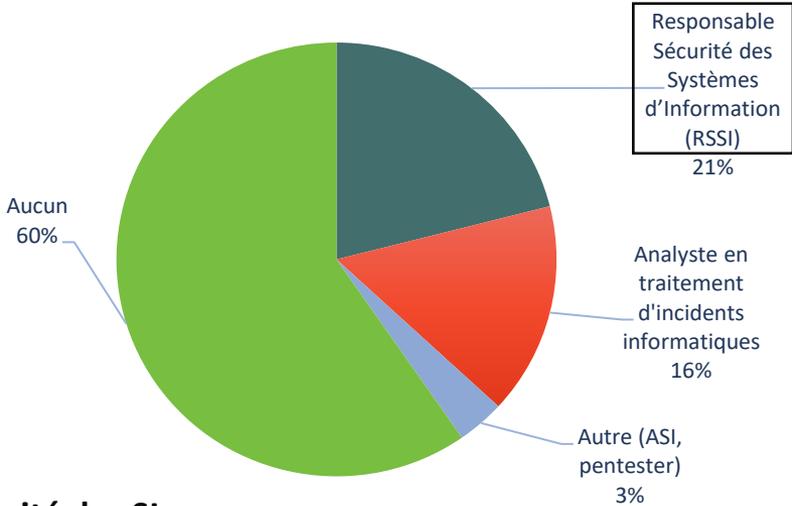
3) Infrastructures, clouds, réseaux et data centers

4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

4.3 – Etat des lieux sur les emplois, compétences

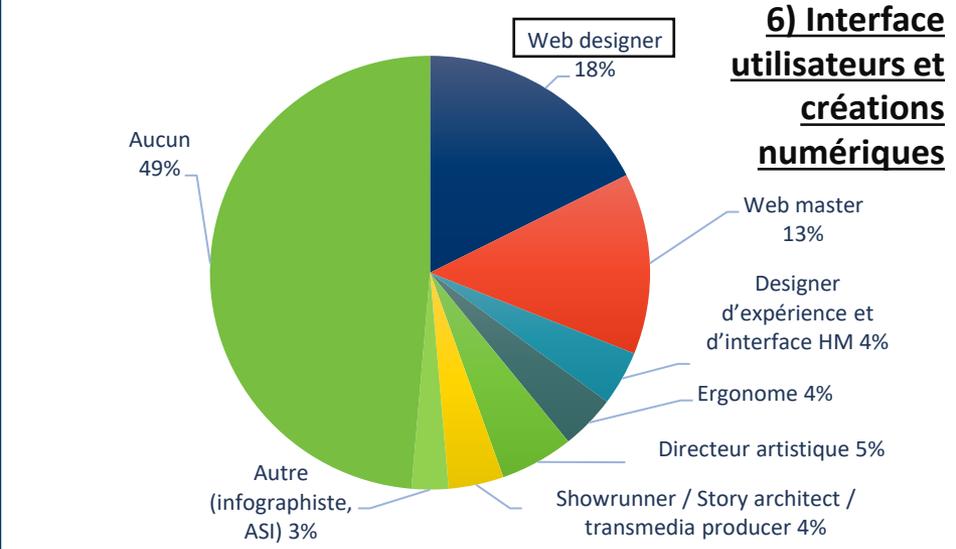
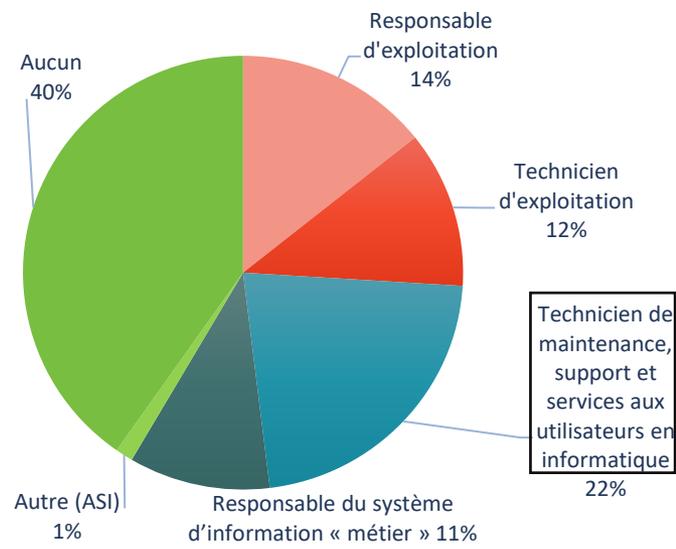
> Métiers numériques pratiqués sur le territoire (2/5)

Sur base d'un échantillon d'entreprises (53 retours)



- 4. SEULS 40% DES RÉPONDANTS PRATIQUENT DES MÉTIERS LIÉS À LA SÉCURITÉ DES SI ; POUR CEUX QUI EN ONT, LE MÉTIER LE PLUS PRATIQUÉ DANS LE DOMAINE EST CELUI DE **RSSI**
- 5. 60% DES RÉPONDANTS PRATIQUENT DES MÉTIERS LIÉS À LA MAINTENANCE, ASSISTANCE ET SUPPORT POUR L'EXPLOITATION ; LE MÉTIER LE PLUS PRATIQUÉ DANS LE DOMAINE EST CELUI DE **TECHNICIEN DE MAINTENANCE, SUPPORT ET SERVICES AUX UTILISATEURS**
- 6. LA MOITIÉ DES RÉPONDANTS PRATIQUENT DES MÉTIERS LIÉS À L'INTERFACE UTILISATEURS ; LE MÉTIER LE PLUS PRATIQUÉ DANS LE DOMAINE EST CELUI DE **WEB DESIGNER**

4) La sécurité des SI



5) Maintenance, assistance et support pour l'exploitation

6) Interface utilisateurs et créations numériques

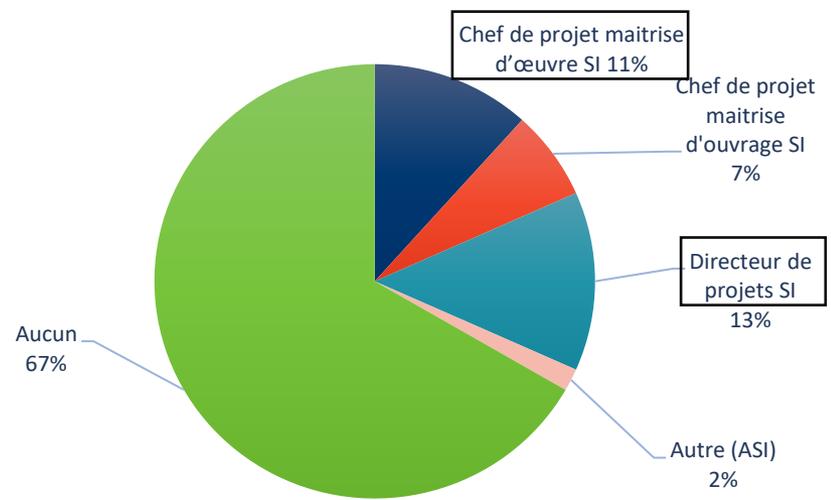
4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

4.3 – Etat des lieux sur les emplois, compétences

> Métiers numériques pratiqués sur le territoire (3/5)

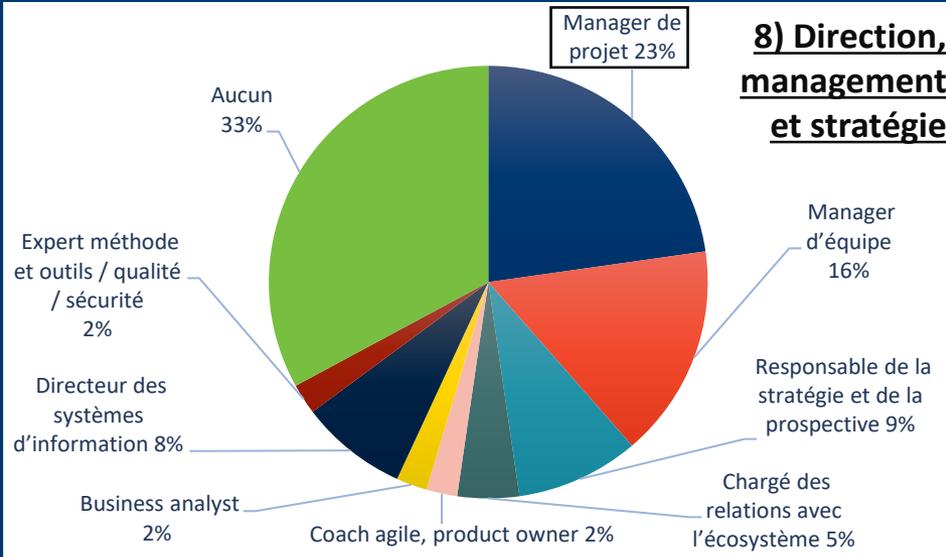
Sur base d'un échantillon d'entreprises (53 retours)

7) Gestion de projet SI

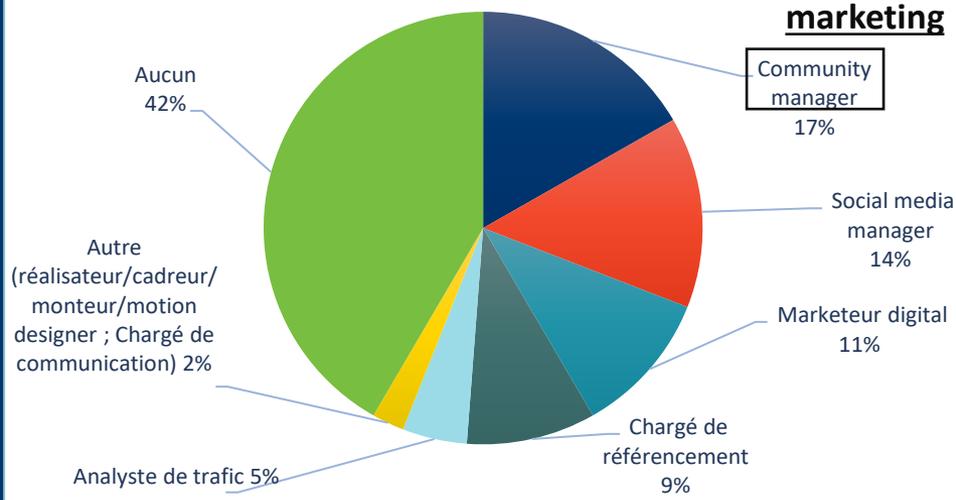


- 7. SEULEMENT 1/3 DES RÉPONDANTS PRATIQUENT DES MÉTIERS LIÉS À LA GESTION DE PROJET SI ; POUR CEUX QUI EN ONT, LES MÉTIERS LES PLUS PRATIQUÉS DANS LE DOMAINE (PROPORTIONS SIMILAIRES) SONT CEUX DE **DIRECTEUR DE PROJETS SI** OU **CHEF DE PROJET MAÎTRISE D'ŒUVRE SI**
- 8. PRÈS DES 3/4 DES RÉPONDANTS PRATIQUENT DES MÉTIERS LIÉS À LA DIRECTION/MANAGEMENT/STRATÉGIE ; LE MÉTIER LE PLUS PRATIQUÉ DANS LE DOMAINE EST CELUI DE **MANAGER DE PROJET**
- 9. 60% DES RÉPONDANTS PRATIQUENT DES MÉTIERS LIÉS À LA COMMUNICATION/MARKETING ; LE MÉTIER LE PLUS PRATIQUÉ DANS LE DOMAINE EST CELUI DE **COMMUNITY MANAGER**

8) Direction, management et stratégie



9) Communication et marketing



4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

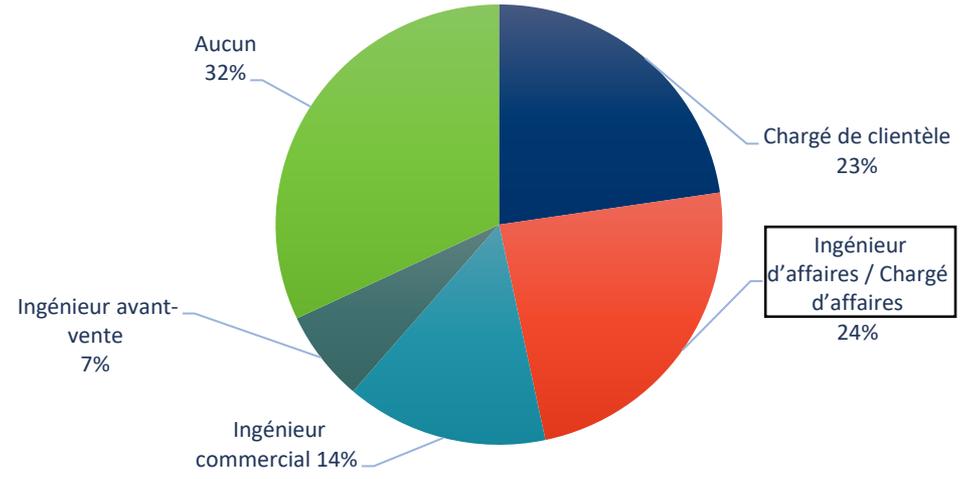
4.3 – Etat des lieux sur les emplois, compétences

> Métiers numériques pratiqués sur le territoire (4/5)

Sur base d'un échantillon d'entreprises (53 retours)

10. PRÈS DES ¾ DES RÉPONDANTS PRATIQUENT DES MÉTIERS LIÉS AU COMMERCE ; LES MÉTIERS LES PLUS PRATIQUÉS DANS LE DOMAINE (PROPORTIONS SIMILAIRES) SONT CEUX DE INGÉNIEUR D'AFFAIRES / CHARGÉ D'AFFAIRES OU CHARGÉ DE CLIENTÈLE

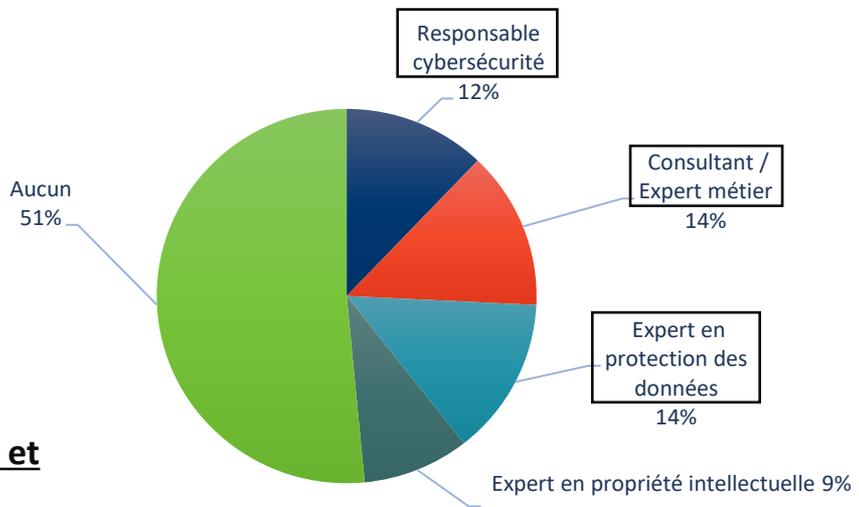
10) Commerce



11. LA MOITIÉ DES RÉPONDANTS PRATIQUENT DES MÉTIERS LIÉS À L'EXPERTISE / CONSEIL ; PLUSIEURS MÉTIERS SONT PRATIQUÉS DANS LE DOMAINE (DANS DES PROPORTIONS SIMILAIRES), À SAVOIR : CONSULTANT/EXPERT MÉTIER, EXPERT EN PROTECTION DES DONNÉES ET RESPONSABLE CYBERSÉCURITÉ

➔ CES ÉLÉMENTS SONT À METTRE EN PERSPECTIVE DES MÉTIERS PRATIQUÉS DANS LE DOMAINE DE LA SÉCURITÉ DES SI AU SEIN DES ENTREPRISES : CELA LAISSE SOUS-ENTENDRE QUE C'EST UN DOMAINE OÙ L'EXTERNALISATION DE SERVICES EST FAVORISÉE

11) Expertise et conseil



4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

4.3 – Etat des lieux sur les emplois, compétences

> Métiers numériques pratiqués sur le territoire (5/5)

Sur base d'un échantillon d'entreprises (53 retours)

PRATIQUEZ-VOUS D'AUTRES MÉTIERS AU SEIN DE VOTRE
STRUCTURE (NON MENTIONNÉS PRÉCÉDEMMENT) ?

ECLAIRAGE SUR LES AUTRES MÉTIERS PRATIQUÉS AU SEIN DE STRUCTURES NUMÉRIQUES DU TERRITOIRE, NON CITÉS DANS LE RÉFÉRENTIEL MÉTIERS INITIAL

EN LIEN AVEC LA CRÉATION DE CONTENUS / COMMUNICATION :

- PHOTOGRAPHIE (x3)
- GRAPHISTE
- RÉDACTEUR/MÉDIATEUR

EN LIEN AVEC LE BTP :

SUPERVISION / GTB (GESTION TECHNIQUE
BÂTIMENT)

EN LIEN AVEC LA FORMATION :

- ENSEIGNEMENT ET RECHERCHE
- FORMATEUR

EN LIEN AVEC LA TECHNIQUE :

- ÉLECTRICITÉ
- TECHNICIEN ET RESPONSABLE D'ÉQUIPE DU
BÂTIMENT ...

EN LIEN AVEC LA GESTION DE PROJETS SI (DÉDIÉE AU SECTEUR DE LA SANTÉ) :

- CONSEILLER MÉDICAL
- CHARGÉ D'APPUI E-SANTÉ AU DÉVELOPPEMENT
DES USAGES
- CHARGÉ D'APPUI E-SANTÉ AU DÉPLOIEMENT
DES OUTILS

AUTRES :

- MÉTIERS DES SCIENCES POLITIQUES
- JURIDIQUE ET RECHERCHE DE FINANCEMENT -
AMO
- PERSONNEL ADMINISTRATIF
- AUDITEUR / CONSULTANT EN HYGIÈNE ET
SÉCURITÉ DES ALIMENTS
- INTÉGRATEUR DE SYSTÈME DE SÉCURITÉ
CONNECTÉE
- « DIFFICILE DE RÉPONDRE CAR CERTAINS
MEMBRES DE L'ÉQUIPE ENDOSSENT PLUSIEURS
DES RÔLES LISTÉS CI-DESSUS »

4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

4.3 – Etat des lieux sur les emplois, compétences

> Les besoins en compétences (1/2)

Sur base d'un échantillon d'entreprises (53 retours)

DE QUELLES COMPÉTENCES AVEZ-VOUS BESOIN ?

1. SAVOIRS-FAIRE :

EN LIEN AVEC LA TECHNIQUE :

- CYBERSÉCURITÉ (x4)
- DÉVELOPPEUR WEB / APPLICATIONS (x4)
- GESTION BASE DE DONNÉES (x2)
- BUSINESS ANALYST (x2)
- DATA SCIENTIST (x2)
- ADMINISTRATEUR RÉSEAU (x2)
- PROGRAMMATION (x2)
- TECHNICIEN INFORMATIQUE
- MODÉLISATEUR SYSTÈMES MULTI AGENTS
- INGÉNIEUR SYSTÈMES ET RÉSEAUX
- DIRECTEUR TECHNIQUE
- TECHNICIEN SUPPORT
- INFORMATIQUE MAINTENANCE RÉSEAUX
- CONCEPTEUR SITE
- WEB DESIGNER
- PENTESTEUR
- CHERCHEUR IA EN MAINTENANCE PRÉDICTIVE
- INTELLIGENCE ARTIFICIELLE
- INFORMATIQUE DE SANTÉ
- ADMINISTRATEUR SYSTÈME, RÉSEAUX ET TÉLÉCOM
- COMMUNICATION INDUSTRIEL / INTÉGRATEUR

EN LIEN AVEC LE COMMERCE :

- COMMERCIAL (x2) / TECHNICO-COMMERCIAL
- MARKETING

EN LIEN AVEC LA COMMUNICATION :

- TECHNIQUES INFOGRAPHISTES : LOGICIEL SUITE ADOBE
- GRAPHISTE (x2)
- MONTEUR VIDÉO / MAITRISE CAPTATION VIDÉO

EN LIEN AVEC LES INFRASTRUCTURES :

- TECHNICIEN TÉLÉCOMMUNICATIONS
- INGÉNIEUR TÉLÉCOMS ET RÉSEAUX
- TECHNICIEN FIBRE OPTIQUE
- INSTALLATION DE MATÉRIEL ÉLECTRONIQUE DE SÉCURITÉ

EN LIEN AVEC L'ADMINISTRATIF :

- COMPTABILITÉ
- GESTION ADMINISTRATIVE SECRÉTARIAT

EN LIEN AVEC LA GESTION DE PROJETS SI :

- GESTION DE PROJET (PROFIL INGÉNIEUR)
- INFORMATIQUE DE SANTÉ
- COMPÉTENCES TÉLÉMÉDECINE POUR LES VISITEURS MÉDICAUX / INFIRMIERS

4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

4.3 – Etat des lieux sur les emplois, compétences

> Les besoins en compétences (2/2)

Sur base d'un échantillon d'entreprises (53 retours)

DE QUELLES COMPÉTENCES AVEZ-VOUS BESOIN ?

EN LIEN AVEC L'INNOVATION :

- FORMATIONS SPÉCIALISÉES DANS DES DOMAINES SPÉCIFIQUES DE L'INFORMATIQUE (SÉCURITÉ, SAUVEGARDE, RÉSEAUX CHEZ DES ÉDITEURS SPÉCIFIQUES)

2. NIVEAU D'EXPERTISE :

- TECHNICIEN (x9 OCCURRENCES)
- INGÉNIEUR (x6 OCCURRENCES)

3. SAVOIRS-ÊTRE :

- POLYVALENCE (x2 OCCURRENCES)
- CRÉATIVITÉ
- BON RELATIONNEL
- SENS DES RESPONSABILITÉS
- BONNE LOCUTION (DYNAMIQUE) DANS L'ACCUEIL
- AUTONOMIE
- LEADERSHIP
- PROFESSIONNALISME
- ADAPTABILITÉ

4. DIVERS :

- ADMINISTRATIF
- MAÎTRISE DE L'ANGLAIS
- NIVEAU DE BASE INFORMATIQUE ET CALCUL RAPIDE
- ASSISTANT LUMIÈRE
- INGÉNIERIE DE PROJETS DANS LA CONSTRUCTION BÂTIMENTS TERTIAIRES ET INDUSTRIELS
- TECHNICIEN PROJETEUR AU BUREAU D'ÉTUDE / INGÉNIEUR BUREAU D'ÉTUDES
- ARCHITECTE
- COMPÉTENCE DE CADREUR VIDÉO, MONTEUR, ASSISTANCE EN PRODUCTION AUDIOVISUELLE
- DROIT PLA, CHARGÉ DE PRODUCTION CINÉMA
- TECHNICIEN NIVEAU D'ENCADREMENT FILIÈRE BOIS/GROS ŒUVRE/TERRASSEMENT - OPÉRATEUR FILIÈRE BOIS/GROS ŒUVRE/TERRASSEMENT
- ÉLECTRICIEN / AUTOMATICIEN/ CLIMATICIEN / CHEF D'ÉQUIPE BTP
- URBANISATION, GÉNIE LOGICIEL
- FORMATEUR CONSULTANT EN HYGIÈNE ET SÉCURITÉ DES ALIMENTS

4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

4.3 – Etat des lieux sur les emplois, compétences

> Les métiers en tension

Sur base d'un échantillon d'entreprises (53 retours)

EN LIEN AVEC LA TECHNIQUE :

- TECHNICIEN INFORMATIQUE (x4)
- DATA SCIENTIST (x2)
- INGÉNIEUR SYSTÈMES ET RÉSEAUX (x2)
- DIRECTEUR TECHNIQUE (x3)
- ADMINISTRATEUR RÉSEAU (x2)
- DÉVELOPPEUR WEB
- LES MÉTIERS DE LA CYBERSÉCURITÉ
- INGÉNIEUR
- INFORMATICIEN MODÉLISATEUR
- INGÉNIEUR EN INFORMATIQUE DE SANTÉ
- CHEF DE PROJET

EN LIEN AVEC LES INFRASTRUCTURES :

- TECHNICIEN FIBRE OPTIQUE
- INGÉNIEUR TÉLÉCOMS ET RÉSEAUX (x2)
- ARCHITECTE RÉSEAU

EN LIEN AVEC LA COMMUNICATION :

- INFOGRAPHISTE

EN LIEN AVEC LE COMMERCE :

- TECHNICO COMMERCIAL (x4)
- COMMERCIAL DES MÉTIERS DU WEB

EN LIEN AVEC L'ADMINISTRATIF :

- GESTIONNAIRE ADMINISTRATIVE

AUTRES :

- ÉLECTRICIEN (x3)
- TOUS NOS MÉTIERS (x2)
- TECHNICIENS PROGRAMMEURS CENTRALE INCENDIE, CONTRÔLE D'ACCÈS ET INTRUSION
- ARCHITECTE
- INGÉNIEUR BUREAU D'ÉTUDES
- TECHNICIEN EN SÉCURITÉ
- MÉTIERS EN LIEN AVEC L'AUDIOVISUEL : CADREUR, MONTEUR (x2), TECHNICIEN DU SON
- MÉTIERS EN LIEN AVEC LE BTP : CHARGÉ DE PRODUCTION, PROFIL CHEF DE CHANTIER/ÉQUIPE GROS ŒUVRE/TERRASSEMENT, AUTOMATICIEN/CLIMATICIEN/CHEF D'ÉQUIPE BTP, INTÉGRATEUR GTB
- CONNAISSANCE DU MILIEU PÉTROLIER
- CONSEILLERS CLIENTS

POUR QUELS MÉTIERS AVEZ-VOUS LE PLUS DE MAL À RECRUTER (MÉTIERS EN TENSION) ?

4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

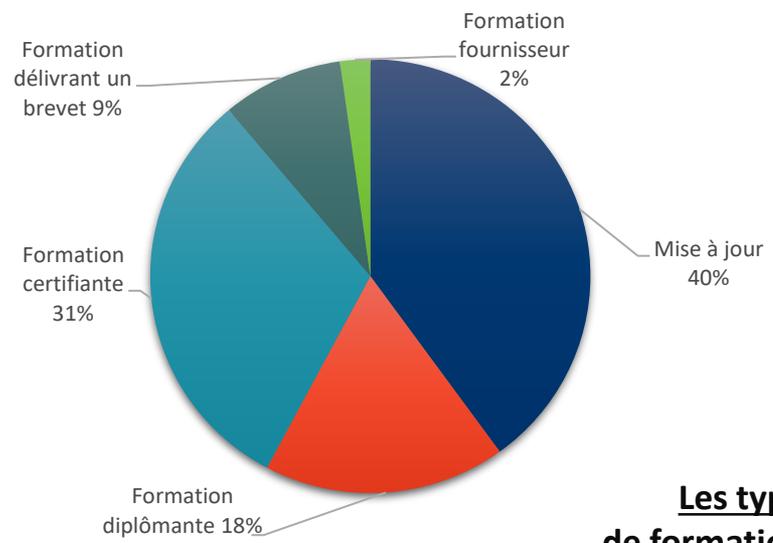
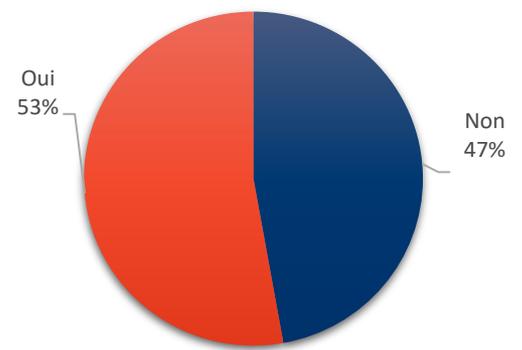
4.3 – Etat des lieux sur les emplois, compétences

> La formation professionnelle (1/3)

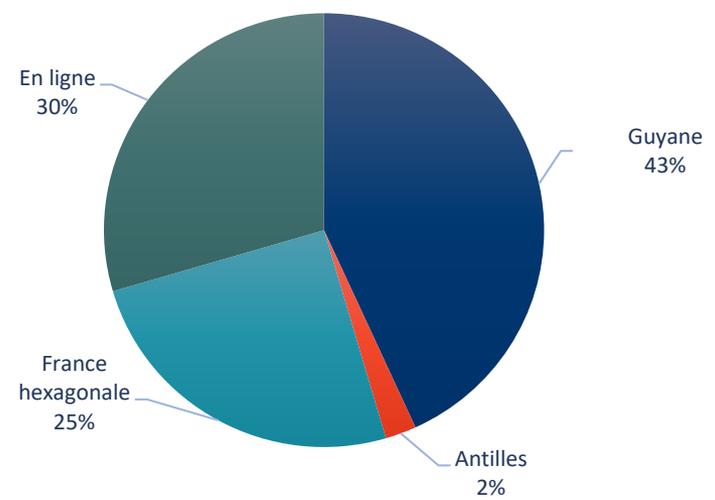
Sur base d'un échantillon d'entreprises (53 retours)

- **UN PEU PLUS DE LA MOITIÉ DES RÉPONDANTS ONT RECOURS AUX FORMATIONS POUR EUX-MÊMES OU LEURS COLLABORATEURS ...**
- ... QUI SONT RÉALISÉES PRINCIPALEMENT EN LOCAL (43%), EN LIGNE (30%) OU EN FRANCE HEXAGONALE (25%)
- **LES RÉPONDANTS PRIVILÉGIENT PARTICULIÈREMENT 2 TYPES DE FORMATIONS :**
 - LA **MISE À JOUR (OU QUALIFIANTE)** (POUR 18 ENTREPRISES) : *PLUS COURTE, RECONNUE PAR L'EMPLOYEUR DANS LE CADRE D'UNE CONVENTION COLLECTIVE (RÉPOND À UN BESOIN COURT-TERME)*
 - LA **FORMATION CERTIFIANTE** (14 ENTREPRISES) : *ÉLIGIBLE AU CPF, GAGE DE QUALITÉ, MAIS CHRONOPHAGE ET SOUVENT TRÈS CIBLÉE SUR UN MÉTIER PRÉCIS NE PERMETTANT PAS D'ACQUÉRIR DES COMPÉTENCES TRANSVERSALES ET PLURIDISCIPLINAIRES*

Le recours aux formations



Les types de formations



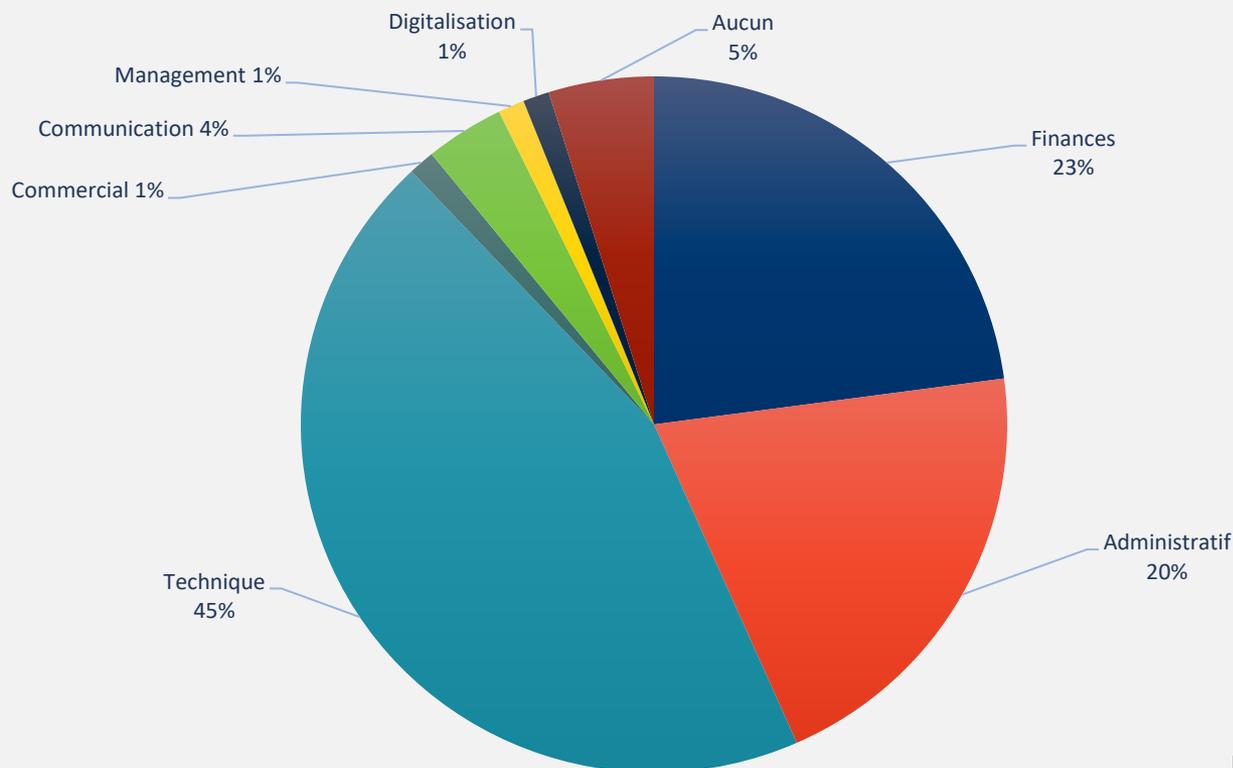
Les lieux de formations

4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

4.3 – Etat des lieux sur les emplois, compétences

> La formation professionnelle (2/3)

Sur base d'un échantillon d'entreprises (53 retours)



Les besoins en formations

• LES BESOINS EN FORMATIONS SONT DIVERS ET NOMBREUX, MAIS DOMINÉS PAR TROIS GRANDES CATÉGORIES :

- **LES COMPÉTENCES TECHNIQUES** – 45% DES RÉPONDANTS (37 ENTREPRISES) → *EXEMPLES : GESTION DE LA DONNÉE, GESTION BASE DE DONNÉES, RÉCUPÉRATION DE MATIÈRES PREMIÈRES, VENTE PRODUITS TECHNIQUES, PROGRAMMATION, CODAGE, CRYPTOMONNAIES, CYBERSÉCURITÉ*
- **LA GESTION DES FINANCES** – 23% DES RÉPONDANTS (19 ENTREPRISES)
- **LA GESTION ADMINISTRATIVE** – 20% (À METTRE EN PERSPECTIVE AVEC LA PROBLÉMATIQUE DE L'ACCÈS À LA COMMANDE PUBLIQUE, TRAITÉE PRÉCÉDEMMENT, POUR RAPPEL LA MOITIÉ DES RÉPONDANTS ESTIMENT QUE L'ACCÈS À LA COMMANDE PUBLIQUE N'EST PAS FACILE)

4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

4.3 – Etat des lieux sur les emplois, compétences

> La formation professionnelle (3/3)

Sur base d'un échantillon d'entreprises (53 retours)

QUELLES CONTRAINTES / QUELS PROBLÈMES RENCONTREZ-VOUS POUR FORMER VOS COLLABORATEURS (EN PRÉCISANT SI C'EST LIÉ AU CONTEXTE SANITAIRE ACTUEL) ?

UNE MAJORITÉ DES DIFFICULTÉS SEMBLE TOURNER AUTOUR:

- DE L'EXISTENCE EN LOCAL DE FORMATIONS ADAPTÉES AUX BESOINS TECHNIQUES (POUR LA TECHNICITÉ ABSENTE SUR LE TERRITOIRE ET LES COÛTS DE DÉPLACEMENT ENGENDRÉS PAR DES FORMATIONS AILLEURS)
- DU FINANCEMENT
- DU TEMPS NÉCESSAIRE POUR RÉALISER DES FORMATIONS

NOTER QUE PEU DE DIFFICULTÉS ONT ÉTÉ REMONTÉES (25 RETOURS SUR 28 ENTREPRISES AYANT RÉPONDU AVOIR RECOURS À LA FORMATION PROFESSIONNELLE, DONT 6 QUI ONT RÉPONDU NE PAS AVOIR DE DIFFICULTÉS PARTICULIÈRES)

ECLAIRAGE SUR LES CONTRAINTES RENCONTRÉES POUR FORMER LES COLLABORATEURS AU SEIN DES ENTREPRISES DE LA FILIÈRE

EN LIEN AVEC LE FINANCEMENT :

- LE COÛT DE CERTAINES FORMATIONS
- COÛT DE LA FORMATION LIÉ AU DÉPLACEMENT
- MANQUE DE TRÉSORERIE

EN LIEN AVEC LE TEMPS :

- LE TEMPS NÉCESSAIRE POUR SE FORMER (x2)

EN LIEN AVEC L'EXISTENCE DES FORMATIONS ADÉQUATES :

- PAS DE FORMATION EN GUYANE
- LA FORMATION DISPENSÉE EN GUYANE N'EST PAS AU NIVEAU ATTENDU
- MANQUE D'OUTILLAGE
- PAS DE FORMATION ADÉQUATE
- SPÉCIFICITÉ DU SECTEUR (FORMATION À PARIS)
- LE PRÉSENTIEL EST BIEN PLUS EFFICACE QUE LE DISTANCIEL

- PEU DE FORMATIONS DISPONIBLES SUR LE TERRITOIRE
- MANQUE DE RESSOURCES COMPÉTENTES SUR LE TERRITOIRE

EN LIEN AVEC LE CONTEXTE SANITAIRE :

- PEU DE FORMATIONS AVEC LA CRISE SANITAIRE
- DES DIFFICULTÉS LIÉES À LA CRISE SANITAIRE
- FORMATIONS SUR PLACE EN RAISON DE LA CRISE SANITAIRE

AUTRES :

- LA STABILITÉ DE LA CONNEXION INTERNET, SON DÉBIT ET LES COUPURES D'EDF SONT UN PROBLÈME
- DÉSORGANISATION DE LA PLANIFICATION DES TRAVAUX ET APPROVISIONNEMENTS
- NOMBRE LIMITÉ DE CANDIDATS. NON LIÉ AU CONTEXTE SANITAIRE !

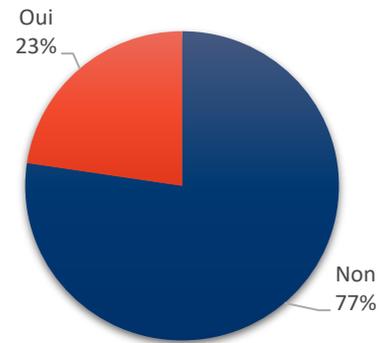
4.4 – ETAT DES LIEUX DU FONCTIONNEMENT DE LA « FILIÈRE »

4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

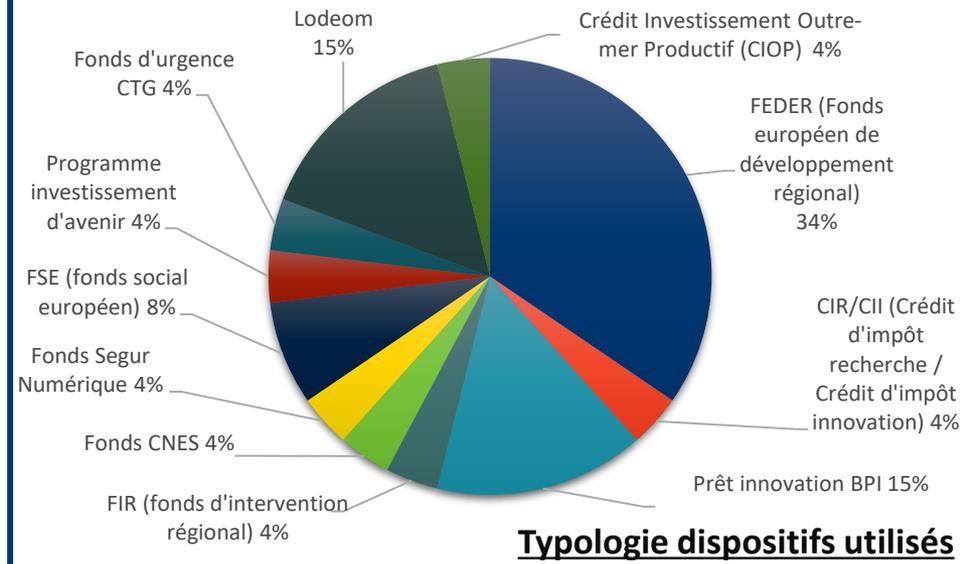
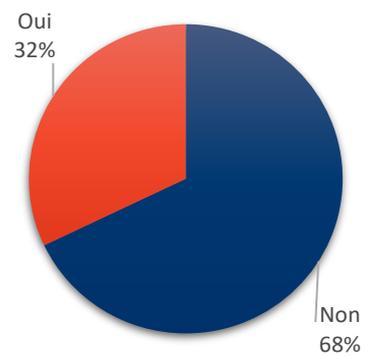
4.4 – Etat des lieux du fonctionnement de la « filière » > L'usage des financements (1/2)

Sur base d'un échantillon d'entreprises (53 retours)

Financements publics

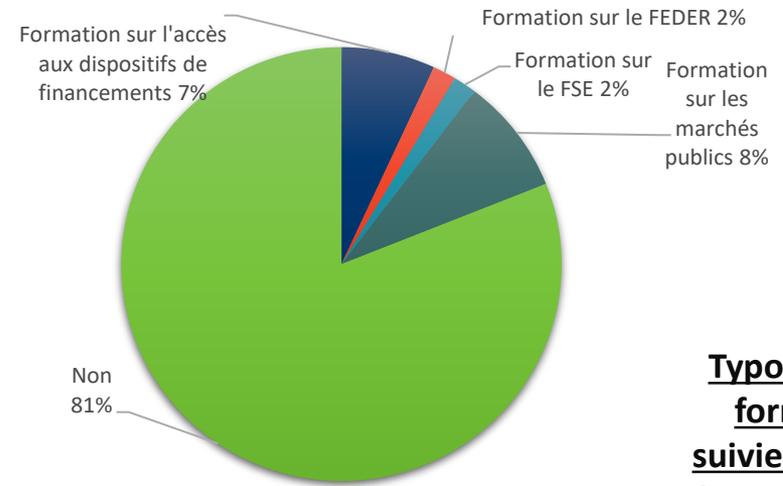


Financements privés



Typologie dispositifs utilisés

- LA GRANDE MAJORITÉ DES RÉPONDANTS NE BÉNÉFICIE PAS DE FINANCEMENTS PUBLICS (SEULES 12 STRUCTURES EN BÉNÉFICIENT), ET SEULEMENT 1/3 DES RÉPONDANTS BÉNÉFICIE D'AIDES PRIVÉES (17 STRUCTURES)
- POUR CEUX QUI Y ONT RECOURS, LE FEDER, LE PRÊT INNOVATION BPI (AIDE AU LANCEMENT - DÉPENSES IMMATÉRIELLES) ET LA LODEOM (DÉFISCALISATION SUR LES INVESTISSEMENTS) SONT LES DISPOSITIFS LES PLUS UTILISÉS
- LA MAJORITÉ DES RÉPONDANTS N'A PAS SUIVI DE FORMATION SUR L'ACCÈS AUX AIDES (47 STRUCTURES), CE QUI JUSTIFIE PEUT-ÊTRE LEUR FAIBLE UTILISATION ; POUR CEUX QUI EN ONT SUIVI, IL S'AGISSAIT DE FORMATIONS SUR L'ACCÈS AUX DISPOSITIFS DE FINANCEMENTS ET SUR LES MARCHÉS PUBLICS



Typologie de formations suivies sur les financements

4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

4.4 – Etat des lieux du fonctionnement de la « filière » > L'usage des financements (2/2)

Sur base d'un échantillon d'entreprises (53 retours)

QUELLES SONT VOS PRINCIPALES CONTRAINTES POUR ACCÉDER AUX FINANCEMENTS PUBLICS ET PRIVÉS (HORS INNOVATION) ?

SUR 36 RÉPONSES*, DE NOMBREUSES DIFFICULTÉS D'ACCÈS AUX FINANCEMENTS ÉMERGENT, AVEC TOUTEFOIS QUELQUES ÉLÉMENTS QUI SEMBLENT PLUS RÉCURRENTS QUE D'AUTRES :

- LA COMPLEXITÉ DES PROCÉDURES (ET LE MANQUE DE TEMPS / PERSONNEL POUR S'Y ATTELER)
- LE TEMPS DE TRAITEMENT PAR LES INSTITUTIONS
- LA MÉCONNAISSANCE DES DISPOSITIFS
- LE DÉLAI DE VERSEMENT DES FOND
- LA CAPACITÉ D'ENDETTEMENT
- LA DIFFICULTÉ D'ACCÉDER AUX AIDES PRIVÉES

* 46 RETOURS AU TOTAL, DONT 10 INDIQUANT NE PAS AVOIR DE CONTRAINTES PARTICULIÈRES

ECLAIRAGE SUR LES PRINCIPALES CONTRAINTES POUR ACCÉDER AUX FINANCEMENTS PUBLICS ET PRIVÉS

EN LIEN AVEC LA COMPLEXITÉ DES PROCÉDURES

- COMPLEXITÉ DU MONTAGE DES DOSSIERS (x5)
- MANQUE DE RESSOURCES HUMAINES DISPONIBLE (x3)
- LES COMPÉTENCES (SOFT SKILLS ENTRES AUTRES) DES INTERLOCUTEURS IMPLIQUÉS DANS LE TRAITEMENT DES DOSSIERS DE FINANCEMENT ET L'AIGUILLAGE VERS LES SERVICES COMPÉTENTS (x3)
- MANQUE D'INFORMATIONS SUR QUI PORTE LES ACTIONS
- LE TEMPS À PASSER POUR DES DOSSIERS QUI N'ABOUTISSENT QUE TRÈS RAREMENT
- RETARD DIGITAL

EN LIEN AVEC LE TEMPS DE TRAITEMENT

- DÉLAIS DE TRAITEMENT DES DOSSIERS TROP LONGS (x2)
- LENTEUR DE TRAITEMENT DES DOSSIERS
- LOURDEUR ADMINISTRATIVE CONCERNANT LE FEDER
- MANQUE DE LOGICIEL DE TRAITEMENT DES DOSSIERS (CTG) – ABSENCE D'EFFICACITÉ

EN LIEN AVEC LA CAPACITÉ D'ENDETTEMENT

- FRAGILITÉ DES COMPTES ANNUELS DEPUIS LA CRISE SANITAIRE COVID 19
- GARANTIES FINANCIÈRES
- DETTE À RÉGLER
- L'APPORT À EFFECTUER EN AMONT
- « TIME TO MARKET »

EN LIEN AVEC LA MÉCONNAISSANCE DES DISPOSITIFS

- MANQUE D'INFORMATION (x3)

EN LIEN AVEC LES BANQUES

- NON COOPÉRATION DES BANQUES (x2)
- FORTE INERTIE DES BANQUES ET DÉLOCALISATION DES DÉCISIONS
- AUCUNE AIDE DES BANQUES PRIVÉES

EN LIEN AVEC LA RÉGLEMENTATION

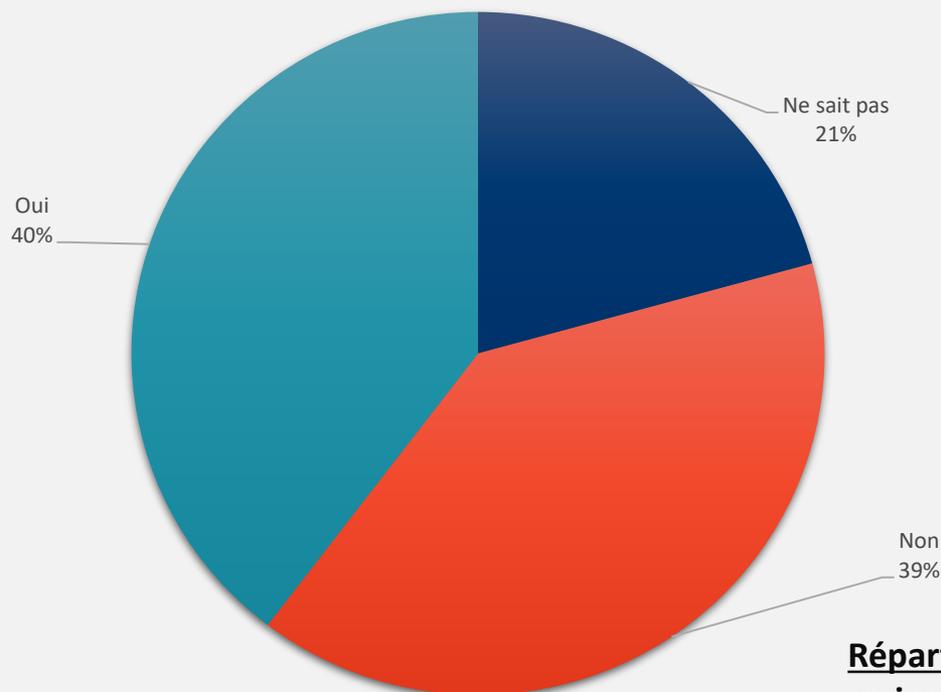
- LES CONDITIONS D'ATTRIBUTION CONCERNANT LES TPE (x2)
- BARÈME DES MINIMIS
- IDENTIFICATION DU SECTEUR / ACTIVITÉ (x2)

4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

4.4 – Etat des lieux du fonctionnement de la « filière »

> L'intégration de la dimension RSE

Sur base d'un échantillon d'entreprises (53 retours)



Répartition des entreprises qui considèrent avoir initié une démarche RSE

ENCORE AU MOINS 40% DES ENTREPRISES RÉPONDANTES (SOIT 21 EN NOMBRE) N'ONT PAS ENTAMÉ DE DÉMARCHÉ RSE AU SEIN DE LEUR ORGANISATION.

OR L'ARTICLE L. 3-1 DU CODE DE LA COMMANDE PUBLIQUE (CCP) INTRODUIT PAR LA LOI CLIMAT ET RÉSILIENCE DU 22 AOÛT 2021 PRÉVOIT QUE : « LA COMMANDE PUBLIQUE PARTICIPE À L'ATTEINTE DES OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE, DANS LEURS DIMENSIONS ÉCONOMIQUE, SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE [...] ». CET OBJECTIF SE TRADUIT AU STADE DES CANDIDATURES ET DE L'APPRÉCIATION DES OFFRES, MAIS AUSSI DANS L'EXÉCUTION CONTRACTUELLE. LES OPÉRATEURS ÉCONOMIQUES ONT AINSI TOUT INTÉRÊT À Y ACCORDER DE L'ATTENTION.

***Rappel définition RSE** : Intégration volontaire par les entreprises de préoccupations sociales et environnementales à leurs activités commerciales et leurs relations avec les parties prenantes*

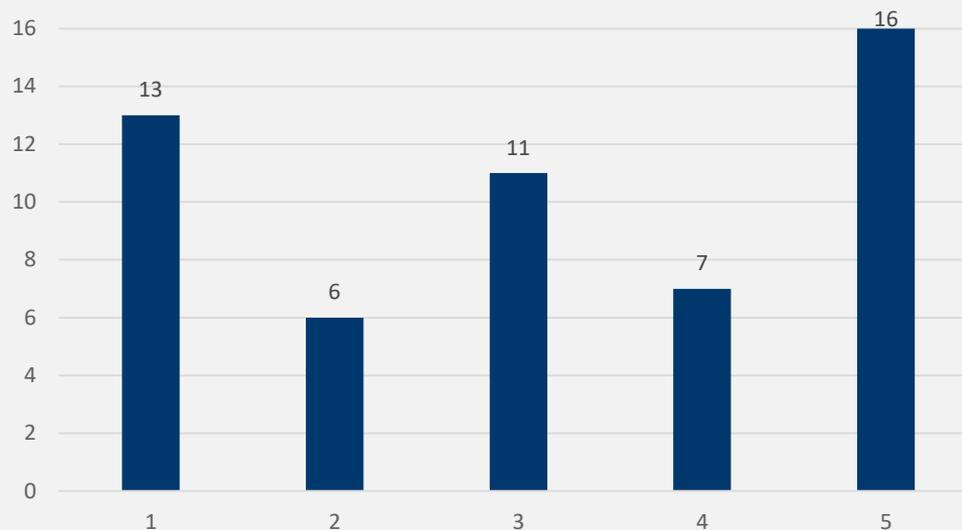
4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

4.4 – Etat des lieux du fonctionnement de la « filière »

> Le sentiment d'appartenance à une « filière numérique »

Sur base d'un échantillon d'entreprises
(53 retours)

Perception sur la contribution des répondants à l'économie du numérique sur le territoire (en nombre de réponses)



1 : Pas du tout

5 : Tout à fait

43% DES ENTREPRISES RÉPONDANTES ESTIMENT CONTRIBUER PLEINEMENT AU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DE LA FILIÈRE NUMÉRIQUE (AYANT RÉPONDU 4 ET 5)

CELA PEUT TRADUIRE UN MANQUE D’AFFILIATION À UNE « FILIÈRE NUMÉRIQUE » EN GUYANE, DÛ À PLUSIEURS FACTEURS (ABSENCE D’UN GUICHET / CHEF DE FILE, DIVERSITÉ D’ACTIVITÉS DES ACTEURS DANS DES DOMAINES AUTRES QUE LE NUMÉRIQUE ...)

***Rappel définition filière :** La filière désigne couramment l'ensemble des activités complémentaires qui concourent, d'amont en aval, à la réalisation d'un produit fini. La filière intègre en général plusieurs branches.*

4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

4.4 – Etat des lieux du fonctionnement de la « filière »

> La représentation au sein de la filière (1/2)

Sur base d'un échantillon d'entreprises (53 retours)

CITEZ LES ORGANISMES, QUE VOUS CONNAISSEZ AU SEIN DE LA FILIÈRE NUMÉRIQUE, QUI SONT UTILES À VOTRE ACTIVITÉ ?

SUR 66 RÉPONSES (PAR 35 RÉPONDANTS, DONT 12 QUI ONT INDIQUÉ NE PAS CONNAÎTRE D'ORGANISMES), DES RÉPONSES DIVERSES ET VARIÉES PARMİ LESQUELLES RESSORTENT À PEINE LES ACTEURS SUIVANTS :

- **FRENCH TECH** (6 FOIS – 9%)
- **LES OPÉRATEURS TÉLÉCOM** (4 FOIS – 6%)
- **INFODOM** (2 FOIS – 3%)
- **LES SERVICES ÉTATIQUES** (2 FOIS – 3%)
- **PARIER NUMÉRIQUE** (2 FOIS – 3%)

Pourcentages illustrant le nombre d'occurrences sur le nombre total de réponses, non cumulables entre eux

AUTRES RÉPONSES CITÉES

LES ACTEURS PUBLICS

- GUYANE NUMÉRIQUE
- ASI
- GDI
- LA CANOPÉE DES SCIENCES (TOTEM)
- LES ORGANISMES ÉTATIQUES (CAF, SÉCURITÉ SOCIALE, PÔLE EMPLOI, PRÉFECTURE ...)
- CFA
- IUT DE KOUROU
- CTG
- SPLANG
- BPI
- MISSION INFORMATIQUE

LES ASSOCIATIONS

- NUMLAB
- GUYACLIC'
- GUYANE CONNECT

LES ACTEURS PRIVÉS

- INFODOM
- BULL
- ISIS

- SARVIS
- ARIAS
- BITWIP
- SUNSMS
- NETACTIONS
- SOWING INNOVATION

LES ORGANISMES DE FORMATION

- CFA
- AFDAS
- ECOLE SIMPLON
- LYCÉE MICHOTTE

AUTRES (OUTILS NUMÉRIQUES, OF ...)

- PLATEFORME KROQI
- GEIQ
- YANE
- AFDAS
- INA
- DROPBOX
- GOOGLE

4. ÉTAT DES LIEUX SOCIO-ÉCONOMIQUE

4.4 – Etat des lieux du fonctionnement de la « filière »

> La représentation au sein de la filière (2/2)

Sur base d'un échantillon d'entreprises (53 retours)

ECLAIRAGE SUR LES PRINCIPALES ATTENTES ENVERS LES ORGANISMES DE LA FILIÈRE

LA FORMATION

- MEILLEUR FORMATION DES PROFILS ET PLUS D'ENGAGEMENT POUR LES SAVOIR-FAIRE ET SAVOIR-ÊTRE
- BIEN FORMER
- APPORTER DE MEILLEURES COMPÉTENCES EN ADÉQUATION AVEC LA RÉALITÉ INFORMATIQUE DU MONDE PROFESSIONNEL
- DU CONSEIL ET DE LA FORMATION

L'INFORMATION

- LISIBILITÉ DES RÉSEAUX ET SOLUTIONS D'INTERCONNEXION EXISTANTS
- INTÉGRATION DE LA FILIÈRE NUMÉRIQUE DANS LES ÉCOLES DÈS LA PRIMAIRE / VULGARISATION DU DIGITAL AUPRÈS DES JEUNES

L'INVESTISSEMENT

- AIDE FINANCIÈRE, OUVERTURE DE RÉSEAU
- PARTENARIATS ET SUBVENTIONS
- UN SOUTIEN ET UNE AIDE FINANCIÈRE AU DÉVELOPPEMENT DE NOTRE ACTIVITÉ
- AVANTAGE/AIDE FISCALE SUR LES COÛTS D'APPROCHE DES MATÉRIELS À IMPORTER
- PLUS D'INVESTISSEMENTS PRIMAIRES
- FINANCER PLUS FACILEMENT LES PROJETS INNOVANTS PORTÉS PAR DES ENTREPRENEURS

LOCAUX

- PASSER DE LA COMMANDE (DÉCLINER LES PIA AVEC DES MODALITÉS ADAPTÉES À NOS TERRITOIRES)

LE RÉSEAU (INFRASTRUCTURES)

- COUVERTURE 4G SUR TOUT LE TERRITOIRE (x3)
- RENFORCER L'OFFRE SUR LE TRANSPORT DE LA DONNÉE (FIBRE OPTIQUE) (x2)
- VOIP POUR LES PROFESSIONNELS
- OFFRIR LES MOYENS D'HÉBERGEMENT SÉCURISÉS CERTIFIÉS HDS SUR LE TERRITOIRE

SOUTIEN FILIÈRE

- UNE STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT ET DE STRUCTURATION DE LA FILIÈRE NUMÉRIQUE POUR UN DÉPLOIEMENT SUR LE TERRITOIRE DE NOUVEAUX SERVICES ET USAGES.
- UTILISER LES NOUVELLES TECHNOLOGIES POUR RÉSOUDRE LES PROBLÈMES DU TERRITOIRE
- DÉVELOPPER LA VARIÉTÉ D'ACTEURS

AUTRES

- COMPRENDRE ET UTILISER LE NUMÉRIQUE DANS LES ORGANISMES

QUELLES SONT VOS ATTENTES DE LA PART DES ORGANISMES DE REPRÉSENTATION ET DES INSTITUTIONS POUR LA FILIÈRE NUMÉRIQUE GUYANAISE ?

Sur 35 répondants (dont 12 indiquant ne pas avoir d'idées/ d'attentes), des réponses diverses et variées, parmi lesquelles on retrouve les thématiques suivantes :

- LA FORMATION
- L'INFORMATION
- L'INVESTISSEMENT
- LE RÉSEAU (INFRASTRUCTURES)

5. ANALYSE ET APPROFONDISSEMENT : PROSPECTIVE ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

5.1 – PRINCIPALES PERSPECTIVES DE DÉVELOPPEMENT POUR LA FILIÈRE

5. ANALYSE PROSPECTIVE ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

5.1 – Principales perspectives de développement

DES PERSPECTIVES DE DÉVELOPPEMENT ASSURÉES ...

- Les acteurs publics, socioprofessionnels et privés issus des secteurs du bois, télécom, artisanat, spatial, santé, associatif ... **confirment l'utilisation croissante du numérique dans leurs activités respectives** sur le territoire (cf. détails ci-après)
- Les principales perspectives d'activités, remontées comme prioritaires pour le développement du numérique au regard des enjeux du territoire guyanais, sont :
 - **La communication** (B2B, B2C) : à titre personnel ou professionnel, les acteurs se rejoignent pour déplorer le manque de communication sur tout ce qui existe en Guyane (produits, services, événements ...)
 - **L'hébergement des données** : suite à des discussions entre la CTG et respectivement l'ARS et le CNES, un projet de data center régional est en cours de réflexion pour répondre au besoin grandissant d'hébergement sécurisé des données (la taille du territoire se prête à un tel projet)
 - **La sécurité des données** (cybersécurité) : au regard des nouvelles normes RGPD, ce volet est à développer pour le territoire
 - **Le recyclage des matériaux numériques** : au regard des enjeux écologiques mondiaux, particulièrement vrais pour le territoire guyanais (biodiversité, espace), une filière recyclage a tout son sens dans la réflexion (réflexion en cours avec Orange et son programme de collecte de mobiles)

... MAIS DES PRÉREQUIS ET POINTS D'ATTENTION À SÉCURISER EN AMONT

- **L'amélioration du support** : bien qu'en amélioration, l'accès aux supports numériques (infrastructures et matériels) est encore insuffisant pour permettre le développement de l'économie numérique
- **L'accompagnement aux usages**: bien que pris en main depuis quelques années, les usages du numérique (notamment par les entreprises) sont encore insuffisants pour assurer des débouchés aux services et produits de la filière

5. ANALYSE PROSPECTIVE ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

5.1 – Principales perspectives de développement

> Zoom sur les perspectives détaillées par filière : un premier cadre de réflexion approfondi à travers les consultations du terrain (1/2)

PERSPECTIVES



- **Accompagnement de la transition numérique des entreprises** : chèque conseil (prestations), projet d'organisation des Assises du Numérique (S1 2022), création d'une marketplace Guyane pour les commerçants
- **E-éducation** : projet d'accompagnement des élèves à distance + accélération du déploiement de « classes numériques » (objectif : 10 avec possibilité d'ouvrir ces classes aux opérateurs de formation privés, qui ne trouvent pas de locaux disponibles en communes), notamment en zones isolées : SLM, Maripasoula, St-Georges



- **Travaux en cours de l'ARS avec le GCS Guyasis** : mise en place d'un SI commun aux 3 CH (à déployer à terme dans les établissements médico-sociaux), projet de proposer aux EDS un cyber audit annuel, projet d'hébergement de données de santé en local (discussions en cours avec GNU), projet de lancer un marché pour un réseau haut débit
 - **Projet d'évolution du CHRU (horizon 2025)** : création d'un pôle recherche, renfort des plateaux techniques
- A mettre en lien avec les orientations du PRS 2018-2022 : 8 fiches actions (hébergement, télémédecine, services professionnels ...)



- **Projet en cours de déploiement de la station SEAS** (sous pilotage CTG) et d'un **pôle de traitement d'images associé** : mise à disposition prochainement d'applications et de géo-informations thématiques utiles aux acteurs gestionnaires du territoire et de l'environnement (traiter les données, assurer la maintenance de la station, développer les usages ainsi que les contenus numériques et les services applicatifs, mettre en place un site dédié à la diffusion institutionnelle des images satellites, déployer des actions de communication et de formation / enseignement)

BESOINS EN COMPÉTENCES

- Prestataires de services d'accompagnement à la transformation numérique
- Constitution d'une « brigade numérique » (maintenance matériel des classes numériques)

- Data manager
 - Statisticien
 - Chargé d'interopérabilité
 - Responsable cybersécurité
 - Informatique de gestion data center
- ➔ *Fiches métiers à récupérer auprès de l'ARS*

- Géomaticiens (bac+3; ingénieur)
 - Spécialistes de télécom (par satellite)
 - Responsable cybersécurité
 - Informatique de gestion data center
- ➔ *Fiches métiers à récupérer auprès du CNES*

5. ANALYSE PROSPECTIVE ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

5.1 – Principales perspectives de développement

> Zoom sur les perspectives détaillées par filière : un premier cadre de réflexion approfondi à travers les consultations du terrain (2/2)

PERSPECTIVES



- Projet de **production de cannabis à usage thérapeutique** (pour remplacer la morphine et contribuer à la filière drépanocytose) : en cours d'étude en partenariat avec la FTPE Guadeloupe (« bâtiments-serres » de haute technologie)
- Projet d'**agro-transformation de Waçaï** (serre également)
- Projet d'**usage des bioressources** (usage du numérique dans l'agriculture)



- Toutes les familles de l'Interprobois (charpentiers, scieurs, menuisiers ...) ont intégré le numérique dans leurs activités (modernisation avec nouvelles machines pour : dessin, calcul, découpe ...) avec des formations assurées par les vendeurs des machines
- **Nouveaux besoins identifiés** : suivi des stocks bois (scieries), interface de communication entre les architectes et les scieurs sur le prévisionnel de bois en fonction des projets, suivi des stocks de déchets disponibles sur le territoire (projet observatoire biomasse)
- **Filières d'avenir à fort potentiel en Guyane** : recyclage, économie circulaire, sylviculture, agroforesterie, technologie moléculaire



Données issues de la PPE du territoire + étude Deloitte 2018 (pas d'interlocuteur rencontré) :

- **Déploiement du compteur numérique auprès de l'ensemble des clients avant fin 2024** (cadre législatif national)
- **Extension du réseau de transport en HTB (haute tension B) à l'est (jusqu'à St-Georges) à horizon 2030**
- **Pilotage du mix énergétique pour utiliser les énergies renouvelables dans le transport**
- **Projets de « transition énergétique 3.0 »*** : projet d'électrification du Haut-Maroni (EDF), construction centrale au Port Larivot, Centrale électrique photovoltaïque de l'Ouest guyanais en 2024 (HDF Energy), déploiement de bornes de recharge de véhicules électriques

BESOINS EN COMPÉTENCES

- Traitement de données
- Gestion des capteurs

➔ *Compétences à identifier*

➔ *Compétences à identifier (Marchés potentiels pour le cœur du numérique)*

➔ *Compétences à identifier*

*Allier énergies renouvelables et nouvelles technologies numériques

5.2 – PROJETS DES ENTREPRISES INTERROGÉES

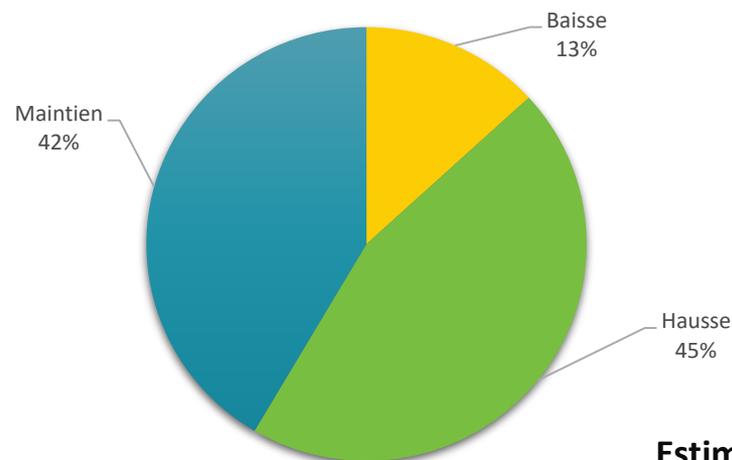
5. ANALYSE PROSPECTIVE ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

5.2 – Projets des entreprises interrogées

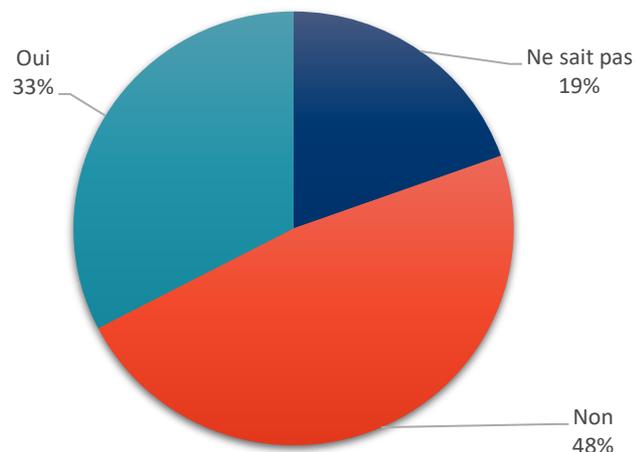
> En lien avec l'activité économique

Sur base d'un échantillon d'entreprises (53 retours)

- SUR LES 2 PROCHAINES ANNÉES, PRÈS DE LA MOITIÉ DES ENTREPRISES RÉPONDANTES VISE UNE HAUSSE DE LEUR CA (TENDANCE À LA HAUSSE PAR RAPPORT AU CA RÉALISÉ CES 2 DERNIÈRES ANNÉES – UN PEU PLUS D' 1/3 ONT ENREGISTRÉ UNE HAUSSE DE LEUR ACTIVITÉ)
- 40% DES ENTREPRISES RÉPONDANTES ESTIMENT A MINIMA MAINTENIR LEUR CA (MÊME PROPORTION QUE CES 2 DERNIÈRES ANNÉES) ET ENVIRON 10% PENSENT LE VOIR BAISSER (CE QUI CONSTITUE UNE AMÉLIORATION PAR RAPPORT AUX 2 DERNIÈRES ANNÉES OÙ PRÈS D' 1/3 ONT ENREGISTRÉ UNE BAISSÉ DE LEUR CA)



**Estimation du CA
des 2 prochaines années**



Souhait d'exporter

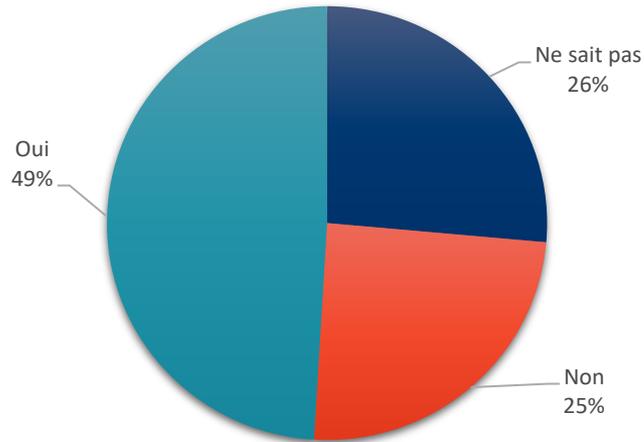
15 ENTREPRISES DE LA FILIÈRE DÉCLARENT AVOIR L'INTENTION D'EXPORTER À L'AVENIR, SOIT LE DOUBLE DU NOMBRE DE CELLES QUI ONT DÉJÀ UNE ACTIVITÉ À L'EXPORT AUJOUR'HUI.

20% DES RÉPONDANTS NE SE SONT PAS ENCORE DÉCIDÉS SUR LE SUJET, CE QUI LAISSE SOUS-ENTENDRE UN POTENTIEL D'ÉVOLUTION POUR L'EXPORTATION AU SEIN DE LA FILIÈRE.

5. ANALYSE PROSPECTIVE ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

5.2 – Projets des entreprises interrogées > En lien avec les métiers et compétences

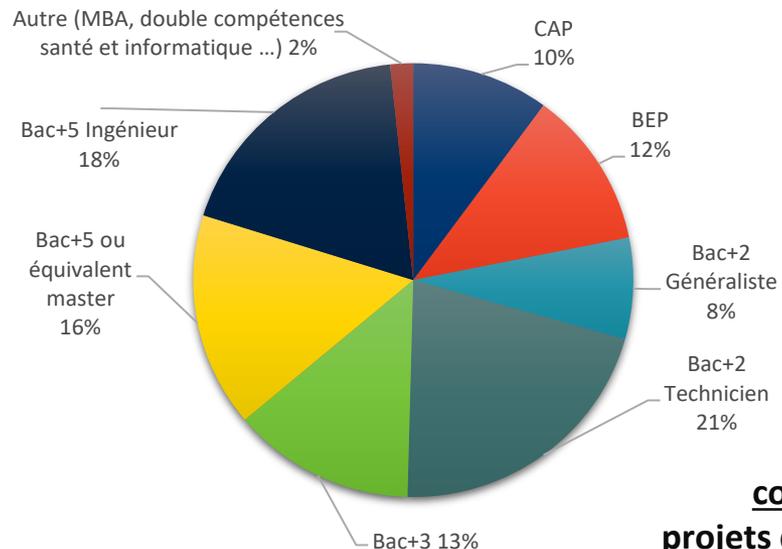
Sur base d'un échantillon d'entreprises (53 retours)



- **UN PRÉVISIONNEL DE RECRUTEMENT QUI S'ÉQUILIBRE AVEC UNE PRÉVISION DE CA RELATIVEMENT ÉLEVÉE AU REGARD DE LA VISIBILITÉ BUSINESS DE LA FILIÈRE : 26 ENTREPRISES ONT DES PROJETS DE RECRUTEMENTS (POUR RAPPEL – VOIR PAGE PRÉCÉDENTE : LA MOITIÉ ENTREPRISES VISENT UNE AUGMENTATION DE LEUR CA DANS LES ANNÉES À VENIR, SOIT 24 RÉPONDANTS, AVEC À MINIMA UN MAINTIEN DE LEUR CA POUR 40% DES RÉPONDANTS)**
- **UNE TENDANCE POSITIVE QUI ILLUSTRE UNE CONFIANCE DANS L'AVENIR POUR CEUX QUI EN ONT LES MOYENS**

Projets de recrutement

- **DES RECRUTEMENTS DE PROFILS QUALIFIÉS EN PRIORITÉ, AXÉS SUR 3 GRANDS TYPES DE PROFILS :**
 - **40% CHERCHENT DES BAC+5 INGÉNIEUR OU AUTRE FORMATION ÉQUIVALENTE**
 - **21% CHERCHENT DES TECHNICIENS (BAC+2 MINIMUM)**
 - **13% ONT BESOIN DE PROFILS BAC+3**

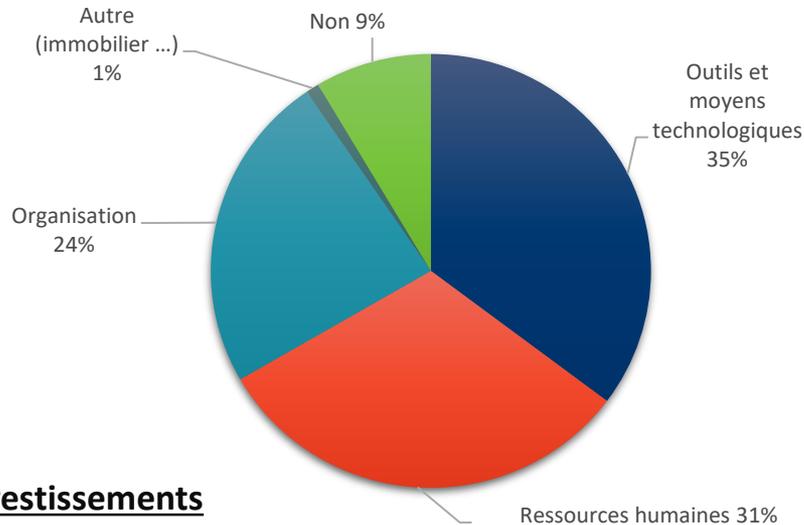


Les profils concernés par les projets de recrutement

5. ANALYSE PROSPECTIVE ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

5.2 – Projets des entreprises interrogées > En lien avec les aides & investissements

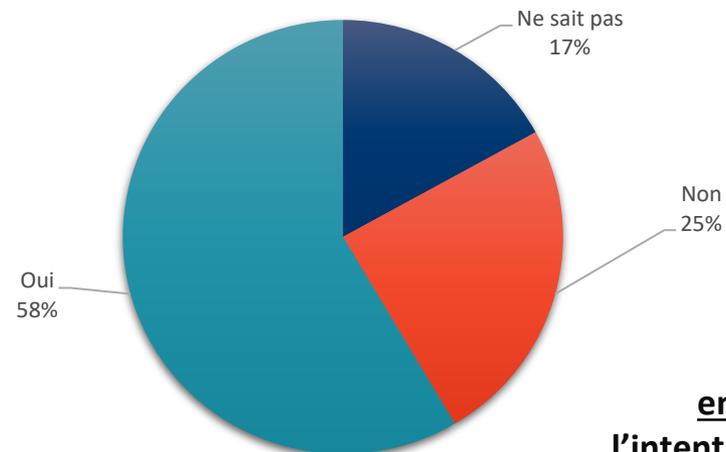
Sur base d'un échantillon d'entreprises (53 retours)



- **UNE GRANDE MAJORITÉ DES RÉPONDANTS A L'INTENTION D'INVESTIR DANS LES PROCHAINES ANNÉES (EN COHÉRENCE AVEC LES PROJECTIONS BUSINESS DE LA FILIÈRE MENTIONNÉES CI-AVANT ET AVEC LES PROJETS DE DEMANDES DE FINANCEMENTS CI-DESSOUS)**
- **3 GRANDES THÉMATIQUES SONT PRIORISÉES, DANS DES PROPORTIONS QUASIMENT ÉGALES (PRÈS D' 1/3 POUR CHAQUE) :**
 - LES OUTILS ET MOYENS TECHNOLOGIQUES
 - LES RESSOURCES HUMAINES
 - L'ORGANISATION

Projets d'investissements

- **31 ENTREPRISES RÉPONDANTES PRÉVOIENT DE FAIRE UNE DEMANDE DE FINANCEMENTS DANS LES ANNÉES À VENIR, CE QUI REPRÉSENTE UNE GRANDE AUGMENTATION PAR RAPPORT À CELLES QUI EN BÉNÉFICIAIENT ACTUELLEMENT – PLUS DU DOUBLE POUR LES DEMANDES DE FINANCEMENTS PUBLICS (RAPPEL : 12 ENTREPRISES BÉNÉFICIAIENT D'AIDES PUBLIQUES ET 17 BÉNÉFICIAIENT D'AIDES PRIVÉES EN JANVIER 2022)**



Répartition des entreprises ayant l'intention de faire une demande de financements

5.3 – ECARTS OBSERVÉS ENTRE LES BESOINS EN COMPÉTENCES ET L'OFFRE DE FORMATION DISPONIBLE EN LOCAL

5. ANALYSE PROSPECTIVE ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

5.3 – Ecart observés entre les besoins en compétences et l'offre de formation disponible en local

> Zoom sur les besoins en compétences remontés par les entreprises durant l'atelier#1 (thématique Support) 1/3

BESOINS EN COMPÉTENCES : ANALYSE CROISÉE DES ÉCHANGES EN ATELIERS DE TRAVAIL ET DES RÉPONSES AU QUESTIONNAIRE

LES BESOINS EN COMPÉTENCES

TECHNICIEN SIG

(OBJECTIF : ÉLABORATION ET MAINTENANCE DE PLANS PARTAGÉS DES RÉSEAUX FIBRE EXISTANTS)

TIREUR / INSTALLATEUR DE FIBRE

(EN LIEN AVEC LES VRD*)

AGENT DE RECYCLAGE MATÉRIEL NUMÉRIQUE

(OBJECTIF : RECONDITIONNER PC, TABLETTES, SMARTPHONES, SWITCH & ROUTEURS)

COMPÉTENCES LIÉES AU DATA CENTER RÉGIONAL

(OBJECTIF : MISE EN PLACE ET MAINTENANCE)

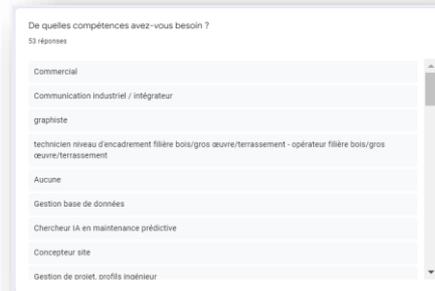
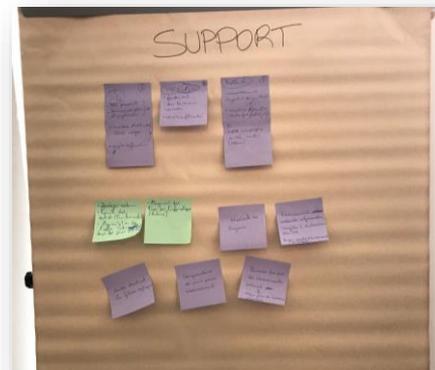
ARCHITECTE RÉSEAU

ADMINISTRATEUR SYSTÈME, RÉSEAUX ET TÉLÉCOMMUNICATIONS

TECHNICIEN INFORMATIQUE

INTÉGRATEUR

Visuel de l'atelier SUPPORT



Extrait du questionnaire

* VRD : travaux en rapport avec la voirie et les différents réseaux qui entrent en compte dans la réalisation des travaux d'aménagement urbain et de génie civil

5. ANALYSE PROSPECTIVE ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

5.3 – Ecart observés entre les besoins en compétences et l'offre de formation disponible en local

> Zoom sur les besoins en compétences remontés par les entreprises durant l'atelier#1 (thématique Accompagnés des Usages) 2/3

BESOINS EN COMPÉTENCES : ANALYSE CROISÉE DES ÉCHANGES EN ATELIERS DE TRAVAIL ET DES RÉPONSES AU QUESTIONNAIRE

LES BESOINS EN COMPÉTENCES

MÉDIATEUR

(OBJECTIF : ÉTENDRE LES LIEUX DE MÉDIATION AUX SITES ISOLÉS)

FORMATEUR

(OBJECTIF : APPRENDRE LA BASE INFORMATIQUE AUX TPE*, DONNER DES COURS VIA PLATEFORME EN LIGNE OU À TERME UNE ÉCOLE NUMÉRIQUE EN GUYANE)

CONSULTANT NUMÉRIQUE

(CAMPAGNE MOBILE D'AUDIT DES ACTIVITÉS « DIGITALISABLES » POUR GAGNER EN PERFORMANCE...)

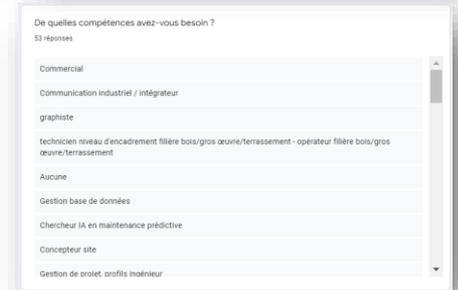
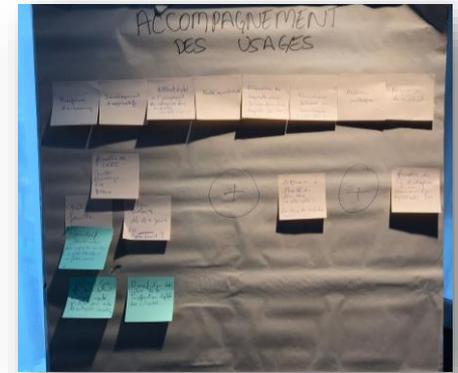
COMMERCIAL DES MÉTIERS DU WEB

COMMUNITY MANAGER

(GESTION DES RÉSEAUX + GESTION DES RELATIONS PUBLIQUES + INFOGRAPHIE ...)

GRAPHISTE

Visuel de l'atelier USAGES



Extrait du questionnaire

* TPE : Très Petites Entreprises

5. ANALYSE PROSPECTIVE ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

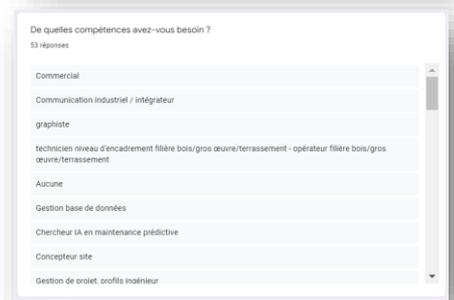
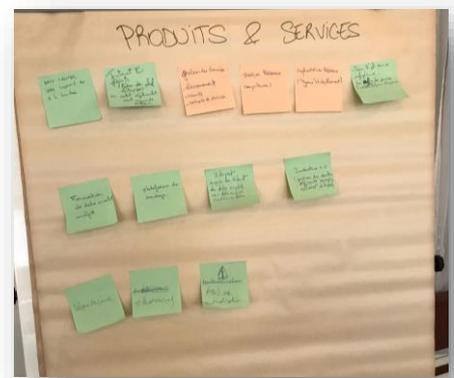
5.3 – Ecart observés entre les besoins en compétences et l'offre de formation disponible en local

> Zoom sur les besoins en compétences remontés par les entreprises durant l'atelier#1 (thématique Produits & Services autour de la « DATA ») 3/3

BESOINS EN COMPÉTENCES : ANALYSE CROISÉE DES ÉCHANGES EN ATELIERS DE TRAVAIL ET DES RÉPONSES AU QUESTIONNAIRE



Visuel de l'atelier PRODUITS & SERVICES



Extrait du questionnaire

5. ANALYSE PROSPECTIVE ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

5.3 – Ecart observé entre les besoins en compétences et l'offre de formation disponible en local

> Zoom sur l'offre de formation existante sur le territoire remontée durant l'atelier #2

UNE OFFRE DE FORMATION INITIALE ARTICULÉE PRINCIPALEMENT AUTOUR DU VOLET TECHNIQUE DE LA FILIÈRE :

- **1 BTS** « Services informatiques aux organisations option A solutions d'infrastructure, systèmes et réseaux »
- **1 Bac pro** « Systèmes numériques option C réseaux informatiques et systèmes communicants »
- **1 Bac techno** STI2D « Sciences et Technologies de l'Industrie et du Développement Durable »
- **2 Bachelor Universitaire de Technologie (BUT) :**
 - « Réseaux et télécommunications » (ex DUT de Kourou), qui intègre :
 - a) les anciennes licences professionnelles « Métiers des Réseaux Informatiques et des Télécommunications, parcours Administration et Sécurité des Réseaux » & « Sciences, technologies, santé réseaux et télécommunications »
 - b) de nouvelles compétences en cybersécurité fin 2A / 3A (spécialisation)
 - « Génie Electrique et Informatique Industrielle »
- **1 licence générale** informatique
- **1 Master 2 non actif aujourd'hui** « Méthodes Informatiques Appliquées à la Gestion des Entreprises » (MIAGE), activable à la demande des étudiants
- **1 Master en cours de structuration** (ouverture prévue dans 4 ans) – contenu à déterminer, en lien avec l'actualité du milieu : intelligence artificielle, analyse de données, base de données... (cf. feuille de route du futur Master en Annexes du rapport final)

UNE OFFRE DE FORMATION CONTINUE ARTICULÉE PRINCIPALEMENT AUTOUR :

- D'environ 20 organismes de formation (OF) qui proposent une trentaine de formations
➔ *Attention, chiffres à affiner, notamment sur les formations liées à la bureautique - visibilité transverse à renforcer*
- De 5 grandes thématiques : l'acculturation digitale (informatique de base), médiation, programmation, communication, marketing
- Dont une minorité est certifiante (peu de sessions d'examens sont recensées – au 17/03/2022 : 12 sessions d'examens prévues en 2022 par 5 organismes de formation, 1 session d'examen prévue en 2023 (cf. détail en Annexes du rapport final)

Il existe un enjeu important d'articulation de la formation initiale avec les cursus de professionnalisation (VAE, appui aux chefs d'entreprises ...) et d'évolution de l'offre des OF (qui doivent faire preuve d'initiatives pour répondre aux besoins du territoire, et selon des modalités adaptées - exemple : « blended learning »).

Une liste exhaustive des formations est fournie en document annexe de ce rapport

5. ANALYSE PROSPECTIVE ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

5.3 – Ecart observés entre les besoins en compétences et l'offre de formation disponible en local

> Bilan des écarts identifiés avec les acteurs de la formation durant l'atelier #3 (1/3)

Besoin en compétences / métiers	Offre de formation accessible	Commentaires
Compétences SIG (plans partagés réseaux fibre)	UG : Master Energie (parcours Energie & informatique spatiale - 70h) IRD : Formations en géomatique	Communiquer sur ce volet auprès des entreprises & étudiants (débouchés)
Tireur / installateur fibre (en lien avec la VRD)	Abondance Formation : « Installer et diagnostiquer / configurer un réseau fibre optique »	Vérifier les volumes (besoins / candidats)
Recyclage matériel (étendre l'activité de Guyalic' sur PC aux tablettes, smartphones, switches & routeurs ...)	Compétences de base accessibles via le BUT et la licence informatique de l' UG (notamment)	Intérêt de créer une filière ? Sujet d'attractivité
Compétences en lien avec le futur data center	/	Volet à intégrer dans le contenu du futur master (échanges en cours entre CTG/CNES/UG)
Technicien informatique / Administrateur / Architecte	Compétences de base (technicien informatique) accessibles via le BUT et la licence informatique de l' UG (notamment)	Admin et archi (compétences supérieures) : à intégrer dans le contenu du futur master (sujet de choix : on ne peut pas tout faire dans le master – affiner le besoin entre admin/archi)
Intégrateur	/	Pas de formation à proprement parler, mais des compétences transversales dans le BUT et l' UG , à coupler avec un module « développement web » ?

5. ANALYSE PROSPECTIVE ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

5.3 – Ecart observés entre les besoins en compétences et l'offre de formation disponible en local

> Bilan des écarts identifiés avec les acteurs de la formation durant l'atelier #3 (2/3)

Besoin en compétences / métiers	Offre de formation accessible	Commentaires
Médiateur (objectif : étendre les lieux de médiation aux sites isolés)	Guyaclit' : « Responsable d'espace de médiation numérique » (2 sessions jusque-là)	Offre à renforcer ? Identifier les passerelles avec d'autres compétences pour prévoir des postes hybrides ?
Agent d'acculturation	De nombreuses offres sur la bureautique, comptabilité, communication (une quinzaine d'OF recensés)	Offre à harmoniser pour plus de visibilité et d'impact ?
Consultant numérique (campagne mobile d'audit des activités « digitalisables » pour gagner en performance...)	/	Vérifier les volumes (besoins)
Commercial des métiers du web	/	Créer une passerelle avec la formation commerce (TP dédié au web...) + communiquer sur ce débouché dans les filières informatiques
Community manager (gestion des réseaux + gestion des relations publiques + infographie ...)	Equinoxe : « Community manager » (formation en alternance) ; Parier numérique : Réseaux sociaux	Vérifier si la formation Equinoxe est toujours active + Vérifier les volumes (besoins / candidats)
Graphiste	Quelques dispositifs sur les bases de l'infographie (6 OF : « Infographie : Photoshop, Illustrator » ; « Formation bureautique/infographie » ...)	Vérifier les volumes (besoins / candidats) et en fonction, renforcer l'offre par des modules complémentaires

5. ANALYSE PROSPECTIVE ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

5.3 – Ecart observés entre les besoins en compétences et l'offre de formation disponible en local

> Bilan des écarts identifiés avec les acteurs de la formation durant l'atelier #3 (3/3)

Besoin en compétences / métiers	Offre de formation accessible	Commentaires
Développeur	2 Titres Professionnels : « Développeur web et web mobile » (4 OF – 3 sessions d'examen) et « Concepteur développeur d'applications » (1 OF – 2 sessions d'examen)	1 structure non pérenne sur le territoire (SIMPLON LA REUNION) Vérifier les volumes (besoins / candidats), et en fonction, renforcer l'offre
Data analyst / data scientist	/	Volet prévu dans le contenu du futur master
Compétences liées à la cybersécurité	UG : BUT Réseaux et télécommunications (fin 2A et la 3A)	Approfondir les besoins (>15 métiers dans la cybersécurité) ainsi que les volumes (besoins/candidats) + renforcer le BUT existant et étudier la nécessité de créer un master dédié
Gestionnaire base de données	/	Volet prévu dans le contenu du futur master
Compétences liées au marketing digital	Parier numérique : « Analytique : Google Analytics / SEO »	Offre à renforcer (contenu, organismes de formation...)
Chef de projet digital	/	La licence favorise le mode projet + identifier si le Master 2 MIAGE peut répondre au besoin

6. FEUILLE DE ROUTE ET RECOMMANDATIONS

6. FEUILLE DE ROUTE ET RECOMMANDATIONS

Propos introductifs et recommandations générales pour la mise en œuvre des actions de la feuille de route

Les travaux d'analyse et de consultations des parties prenantes ont permis d'identifier différentes pistes d'actions, présentées ci-après, qui procèdent principalement des propositions formulées lors des ateliers et qui ont pu ensuite être approfondies.

Elles visent à répondre aux enjeux identifiés en phase d'état des lieux et sont structurées autour de **4 grandes Orientations Stratégiques (OS)**:

- OS1 : Structurer le dialogue interprofessionnel pour accompagner la GPEC du numérique guyanais
- OS2 : Favoriser l'accès à l'information sur l'offre de formation disponible
- OS3 : Renforcer l'offre de formation accessible en local
- OS4 : Développer l'attractivité de la région et des métiers de l'économie numérique

Afin de renforcer l'opérationnalité de ces actions, chacune est décrite sous forme de fiche, visant à décrire son objet, ses modalités et conditions de mise en œuvre, mais également les bénéfices attendus, les avantages/inconvénients et les risques potentiels.

Ce format de présentation vise plusieurs objectifs :

- d'une part, il vise à valoriser la cohérence d'ensemble du « plan d'actions » proposé,
- d'autre part, il met en exergue que chaque action doit être aussi autonome que possible afin de ne pas créer de lien de conditionnalité entre les actions, qui mettrait en risque la mise en œuvre globale du projet
- Enfin, il vise à permettre aux différents porteurs de s'approprier et de « s'emparer » d'une ou plusieurs actions à mettre en œuvre.

Il s'agit désormais de définir les porteurs de ces propositions, qui peuvent être institutionnels (CTG, services de l'Etat,...) socioprofessionnels ou autres acteurs concernés et motivés par la démarche.

Dans cette optique, il importe en premier lieu de **poursuivre et consolider l'instance de pilotage** constituée pour la réalisation des présents travaux, afin de valider le plan d'action proposé et de définir ses modalités et son calendrier de déploiement.

6. FEUILLE DE ROUTE ET RECOMMANDATIONS

Le plan d'actions en synthèse

ORIENTATION STRATÉGIQUE 1 : STRUCTURER LE DIALOGUE INTERPROFESSIONNEL POUR ACCOMPAGNER LA GPEC DU NUMÉRIQUE GUYANAIS

- 1.1 – **CRÉER UNE INSTANCE DE GOUVERNANCE (PILOTAGE)** POUR INSTAURER UNE CONCERTATION DURABLE SUR LES BESOINS ET LES ACTIONS À METTRE EN PLACE EN TERMES DE PROFESSIONNALISATION DE LA FILIÈRE
- 1.2 – **ACCOMPAGNER LES DEMANDEURS D'EMPLOIS ET SALARIÉS, EN DIFFICULTÉ SUR DES MÉTIERS EN DÉCLIN, VERS DES SECONDES PARTIES DE CARRIÈRE DANS DES MÉTIERS PORTEURS DE LA FILIÈRE**

ORIENTATION STRATÉGIQUE 2 : FAVORISER L'ACCÈS À L'INFORMATION SUR L'OFFRE DE FORMATION DISPONIBLE

- 2.1 – **RENFORCER LES ACTIONS LOCALES D'INFORMATION ET D'ACCOMPAGNEMENT À DESTINATION DES LYCÉENS, DES PARENTS ET DES ENSEIGNANTS POUR COMMUNIQUER SUR LE CONTENU DES FORMATIONS EXISTANTES ET LES DÉBOUCHÉS POSSIBLES**

ORIENTATION STRATÉGIQUE 3 : RENFORCER L'OFFRE DE FORMATION ACCESSIBLE EN LOCAL

- 3.1 – **CRÉER ET PROMOUVOIR UNE OFFRE D'ACCOMPAGNEMENT À LA TRANSITION NUMÉRIQUE PORTÉE PAR DES ENTREPRISES DU TERRITOIRE**
- 3.2 – **RENFORCER LE DÉPLOIEMENT DE L'OFFRE « TREMPLIN NUMÉRIQUE », EN AUGMENTANT LE NOMBRE DE SESSIONS ET EN PRÉVOYANT UNE OFFRE ITINÉRANTE NOTAMMENT**
- 3.3 – **CONFIRMER LE DÉVELOPPEMENT D'UNE OFFRE DE FORMATION LIÉE AUX MÉTIERS DU DIGITAL, ET L'ACCOMPAGNER LE CAS ÉCHÉANT**
- 3.4 – **ENVISAGER LA CRÉATION D'UN MASTER CYBERSÉCURITÉ D'ICI 5-7 ANS**

ORIENTATION STRATÉGIQUE : DÉVELOPPER L'ATTRACTIVITÉ DE LA RÉGION ET DES MÉTIERS DE L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE

- 4.1 – **ORGANISER UN ÉVÈNEMENT ANNUEL TYPE « SALON NUMÉRIQUE » POUR STIMULER L'INTÉRÊT, ACCROÎTRE LA VISIBILITÉ DES ACTEURS, FAVORISER LES OPPORTUNITÉS PROFESSIONNELLES ...**
- 4.2 – **CRÉER UN « PORTAIL DU NUMÉRIQUE » AFIN D'Y RECENSER LES PROJETS DE L'ÉTAT ET DE LA CTG, LES ÉVÈNEMENTS, LES FORMATIONS ...**
- 4.3 – **ENCOURAGER LE DÉVELOPPEMENT DES LIENS ENTRE ENTREPRISES DE LA FILIÈRE ET LES ÉTABLISSEMENTS DE FORMATIONS INITIALES POUR FAVORISER L'ADÉQUATION ENTRE LES BESOINS ET L'OFFRE DE FORMATION ET FAVORISER LA DÉTECTION DE TALENTS (PARRAINAGE, INTERVENTIONS DE PROFESSIONNELS, PROJETS COMMUNS...)**

6. FEUILLE DE ROUTE ET RECOMMANDATIONS

Le plan d'actions détaillé

> Action 1.1



OS 1 : Structurer le dialogue interprofessionnel pour accompagner la GPEC du numérique guyanais

CONSTAT : Les parties prenantes de la filière constatent et déplorent un manque de communication entre elles avec pour conséquence une faible synergie entre les actions de chacun

ACTION 1.1

Créer une instance biannuelle dédiée au développement de la filière numérique *

OBJECTIFS & MODALITÉS

- Instaurer une concertation durable sur les besoins et les actions à mettre en place en termes de professionnalisation
- Valider la composition pressentie : institutions, consulaires, socioprofessionnels, EPCI, OPCO)
- Confirmer le portage envisagé : GDI/CTG (en charge notamment de l'organisation et de l'animation des séances)
- Prévoir 1 à 2 sessions/an, en janvier puis en juin (pour préparer la rentrée de septembre), avec une 1^{ère} instance à organiser en juin 2022 pour confirmer les priorités et lancer les premières actions : prioriser le plan d'actions, suivre les travaux en cours pour le futur master ...), préparer le 1^{er} salon (2023)

CONDITIONS DE MISE EN ŒUVRE

Coût :

- Emplacement de la réunion
- Animation de la démarche

Délai :

- 1 mois

Complexité :

- Dégager du temps et convaincre les acteurs de s'impliquer dans la durée
- Accepter d'initier la démarche avec seulement un noyau dur d'acteurs impliqués afin de créer un effet d'entraînement

BÉNÉFICES ATTENDUS

Public(s) visé(s) :

- Entreprises de la filière
- Acteurs de la formation (publics, privés ...)

Efficacité escomptée :

- Améliorer la pertinence et l'impact des interventions publiques sur le territoire

Horizon : résultats à moyen terme

AVANTAGES / OPPORTUNITÉS

- Un contexte propice à la structuration d'une filière numérique (réglementation, développement infrastructures, évolution des normes sociétales...)
- Favorisation de l'émergence d'idées et d'éventuels partenariats

INCONVÉNIENTS / RISQUES

- Efficacité dépendante de l'engagement des acteurs : si les interlocuteurs identifiés ne jouent pas le jeu, la légitimité et le rôle de l'instance risquent d'être amoindris

* Action à articuler avec le projet du service numérique de la CTG de créer une structure collective d'accompagnement des acteurs de la filière (syndicat professionnel)

6. FEUILLE DE ROUTE ET RECOMMANDATIONS

Le plan d'actions détaillé

> Action 1.2



OS 1 : Structurer le dialogue interprofessionnel pour accompagner la GPEC du numérique guyanais

CONSTAT : Les tensions constatées ne peuvent être toutes résorbées par l'arrivée sur le marché d'étudiants formés sur les spécialités demandées. L'accompagnement des demandeurs d'emplois/salariés aux postes « menacés », vers les métiers porteurs (data analyst, développeur, cybersécurité, communication, marketing digital ...) permet de répondre en partie à cette carence.

ACTION 1.2

Accompagner demandeurs d'emplois et salariés en difficulté sur des métiers en déclin, vers des secondes parties de carrière dans des métiers porteurs de la filière (démarche GPEC territoriale)

<p>OBJECTIFS & MODALITÉS</p> <ul style="list-style-type: none"> Intervenir en amont des Plans de Sauvegarde de l'Emploi (PSE) pour présenter les possibilités de reconversion dans la filière (en lien avec les inspecteurs du Travail) Travailler en collaboration avec les organismes de formation et AKTO pour sécuriser les éventuels parcours passerelles et de remise à niveau de 2 à 6 mois, certifiants et compatibles avec les dispositifs POE (Préparation Opérationnelle à l'emploi) et CSP (Contrat de Sécurisation Professionnelle), vers des métiers porteurs et en tension Communiquer sur ces parcours au sein de la filière (en ciblant les salariés « menacés ») et chez Pôle Emploi 	<p>CONDITIONS DE MISE EN ŒUVRE</p> <p><u>Coût</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> Coûts d'ingénierie pédagogique Coûts des formations délivrées Animation de la démarche <p><u>Délai</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> 12 à 18 mois <p><u>Complexité</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> Diffusion et adhésion (Pôle Emploi, salariés, demandeurs) 	<p>BÉNÉFICES ATTENDUS</p> <p><u>Public(s) visé(s)</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> Demandeurs d'emplois Salariés aux postes « menacés » (en déclin) <p><u>Efficacité escomptée</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> Actions de requalification sur des métiers porteurs et en tension <p><u>Horizon</u> : résultats à moyen terme</p>
	<p>AVANTAGES / OPPORTUNITÉS</p> <ul style="list-style-type: none"> Enrichissement de l'offre des parcours professionnalisant visant des métiers en tension dans la filière 	<p>INCONVÉNIENTS / RISQUES</p> <ul style="list-style-type: none"> Risque d'un manque d'adhésion des partenaires acteurs de l'emploi

6. FEUILLE DE ROUTE ET RECOMMANDATIONS

Le plan d'actions détaillé

> Action 2.1



OS 2: Favoriser l'accès à l'information sur l'offre de formation disponible

CONSTAT : Les tensions constatées sur les métiers de la filière résultent notamment d'une carence en personnes formées. Cette dernière s'explique en partie par la méconnaissance générale (lycéens, parents, enseignants...) des activités, métiers et perspectives du numérique

ACTION 2.1

Renforcer les actions locales d'information et d'accompagnement à destination des lycéens, des parents et des enseignants

<p>OBJECTIFS & MODALITÉS</p> <ul style="list-style-type: none"> Structurer et accroître la communication sur le contenu des formations existantes et les débouchés possibles Créer des supports de communication sur les formations et métiers de la filière (en priorité ceux en tension sur le territoire) adaptés selon les cibles (ex : fiches synthétiques, kits pédagogiques, serious games, site de présentation des métiers, des projets, témoignages...) Organiser des campagnes de communication locales (réunions dans les lycées, forums, conférences...), relayées sur les réseaux sociaux en mobilisant des professionnels pour parler de leur métier 	<p>CONDITIONS DE MISE EN ŒUVRE</p> <p><u>Coût</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> Création des supports Animation de la démarche <p><u>Délai</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> 6-12 mois (création et validation des contenus au niveau régional) <p><u>Complexité</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> Trouver le bon ton/discours Attirer le public des lycéens 	<p>BÉNÉFICES ATTENDUS</p> <p><u>Public(s) visé(s)</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> Professionnels de l'éducation et de l'orientation Lycéens, étudiants et parents <p><u>Efficacité escomptée</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> Développer l'attractivité des métiers de la filière <p><u>Horizon</u> : résultats à moyen/long terme</p>
	<p>AVANTAGES / OPPORTUNITÉS</p> <ul style="list-style-type: none"> Stimulation de l'envie en travaillant sur l'émotion grâce à des applications concrètes (projets) dans la région Engagement d'un dialogue avec les professionnels de l'éducation Communication vers les lycéens, cible souvent peu adressée 	<p>INCONVÉNIENTS / RISQUES</p> <ul style="list-style-type: none"> Risque de non appropriation des contenus par les professionnels de l'éducation et de l'orientation Obsolescence rapide des contenus créés et lassitude rapide des Lycéens

6. FEUILLE DE ROUTE ET RECOMMANDATIONS

Le plan d'actions détaillé

> Action 3.1



OS 3: Renforcer l'offre de formation accessible en local

CONSTAT : La transition numérique est un défi majeur pour les entreprises et sa réussite est déterminante pour garantir la pérennité de ces dernières et des emplois qui y sont liés. Les entreprises de la filière bénéficieraient pleinement d'une contribution) l'accompagnement à la transition numérique (création de valeur, développement de la demande)

ACTION 3.1

Créer et promouvoir une offre d'accompagnement à la transition numérique

<p>OBJECTIFS & MODALITÉS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concevoir avec des entreprises régionales de la filière une offre d'accompagnement à la transition numérique (enjeux, schémas types d'interventions, offre financière, outils, livrables...) • Envisager la création d'un groupement d'entreprises sur la base de compétences complémentaires • Solliciter des financements publics (UE, Etat, Région) pour aider les entreprises sur ces profils d'investissement. S'appuyer sur le dispositif des chèques numériques déjà en cours. 	<p>CONDITIONS DE MISE EN ŒUVRE</p> <p><u>Coût :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Animation de la démarche <p><u>Délai :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 6-12 mois <p><u>Complexité :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Faire travailler ensemble les entreprises de la filière • Crédibiliser la démarche auprès du territoire 	<p>BÉNÉFICIAIRES ATTENDUS</p> <p><u>Public(s) visé(s) :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Dirigeants d'entreprises • Salariés <p><u>Efficacité escomptée :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Générer de l'activité pour les entreprises <p><u>Horizon :</u> résultats à moyen terme</p>
	<p>AVANTAGES / OPPORTUNITÉS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stimule la transition numérique des entreprises de la région • Emulation et partage de bonnes pratiques entre les acteurs de la filière 	<p>INCONVÉNIENTS / RISQUES</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'absence de financement public limitera fortement le recours des entreprises à l'offre

6. FEUILLE DE ROUTE ET RECOMMANDATIONS

Le plan d'actions détaillé

> Action 3.2



OS 3: Renforcer l'offre de formation accessible en local

CONSTAT : Dans un territoire caractérisé par des indicateurs spécifiques (par ex. à Saint-Laurent du Maroni : 65 % de la population a moins de 29 ans et plus de 70 % des 15-24 ans sont au chômage), le dispositif de formation « Tremplin numérique »* créé initialement par le tiers-lieu de Manufact (KazLab) a toute sa place et mériterait d'être déployé sur le reste du territoire

ACTION 3.2

Renforcer le déploiement de l'offre « Tremplin Numérique »

<p>OBJECTIFS & MODALITÉS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Déployer le dispositif en augmentant le nombre de sessions (et le nombre d'organismes de formation le dispensant) et en prévoyant une offre itinérante notamment • Cadrer l'offre itinéraire en concertation avec les organismes de formation susceptibles de la dispenser et les EPCI pouvant communiquer et accueillir les évènements sur leur territoire • Solliciter des financements publics (UE, Etat, Région) pour soutenir la mise en place des sessions de formation 	<p>CONDITIONS DE MISE EN ŒUVRE</p> <p><u>Coût :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Salaires des formateurs • Animation de la démarche <p><u>Délai :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 6-12 mois <p><u>Complexité :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Attirer les jeunes 	<p>BÉNÉFICES ATTENDUS</p> <p><u>Public(s) visé(s) :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 16-25 ans déscolarisés/sans emploi <p><u>Efficacité escomptée :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Renforcer l'employabilité de la population en améliorant l'adéquation entre les besoins des professionnels et les savoirs de base <p><u>Horizon :</u> résultats à long terme</p>
	<p>AVANTAGES / OPPORTUNITÉS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Renforcement de l'employabilité des jeunes • Contribution au repérage des talents au sein de la filière numérique • Déploiement en cours de nouveaux tiers-lieux type fablabs pouvant déployer ce dispositif 	<p>INCONVÉNIENTS / RISQUES</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'absence de financement public limitera fortement la progression du déploiement de ce dispositif sur tout le territoire

* Formation qualifiante de 3 mois à destination initialement des jeunes déscolarisés/sans emploi, sur les outils de fabrication numérique et les nouvelles technologies (cf. plus d'informations en Annexes)

6. FEUILLE DE ROUTE ET RECOMMANDATIONS

Le plan d'actions détaillé

> Action 3.3



OS 3: Renforcer l'offre de formation accessible en local

CONSTAT : Les entreprises de la filière déplorent le manque de parcours de formation clairs et lisibles dans le domaine du « digital » (notion divergente de l'informatique pure, faisant référence à l'usage et non uniquement à la technologie) dont les débouchés sont pourtant importants : création web (UX designer, graphiste ...), développement web, web marketing (SEO...) etc.

ACTION 3.3

Confirmer le besoin de développer une offre de formation liée aux métiers du digital, et l'accompagner le cas échéant

OBJECTIFS & MODALITÉS	CONDITIONS DE MISE EN ŒUVRE	BÉNÉFICES ATTENDUS
<ul style="list-style-type: none"> Réaliser une cartographie (qualitative et quantitative) locale des débouchés potentiels sur le territoire (métiers, carrières, responsabilités, revenus...) En cas de confirmation du besoin, envisager la création au niveau régional d'une offre de formation adéquate, qui peut prendre plusieurs formes selon les besoins de flexibilité (en partenariat avec les organismes de formation initiale) : modules en e-learning, conventions avec d'autres universités (pour délivrer des formations sur place), formations complémentaires par l'éducation nationale (FCIL) ... 	<p><u>Coût :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Etude détaillée sur la demande Conception et financement des formations Animation de la démarche <p><u>Délai :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 18-24 mois <p><u>Complexité :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Collecter les informations pour l'étude 	<p><u>Public(s) visé(s) :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Entreprises de la filière Lycéens, étudiants <p><u>Efficacité escomptée :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Développer la professionnalisation de la filière et réduire les départs post-diplômes en dehors de la région (recherche du 1er emploi) <p><u>Horizon :</u> résultats à long terme</p>
	<p>AVANTAGES / OPPORTUNITÉS</p> <ul style="list-style-type: none"> Renforcement des options d'étude en local pour les étudiants du territoire 	<p>INCONVÉNIENTS / RISQUES</p> <ul style="list-style-type: none"> L'absence de financement public limitera les options de développement de l'offre

6. FEUILLE DE ROUTE ET RECOMMANDATIONS

Le plan d'actions détaillé

> Action 3.4



OS 3: Renforcer l'offre de formation accessible en local

CONSTAT : Dans le cadre du nouveau BUT « Réseaux et télécommunications » (ex DUT de Kourou) qui intègre notamment des modules cybersécurité dès la fin de la 2^{ème} année et des spécialités pendant la 3^{ème} année, la question de la création à terme d'une spécialité dédiée à ce domaine se pose naturellement et sera à étudier au regard de l'évolution de la demande

ACTION 3.4

Envisager la création d'un master cybersécurité d'ici 5-7 ans

OBJECTIFS & MODALITÉS	CONDITIONS DE MISE EN ŒUVRE	BÉNÉFICES ATTENDUS
<ul style="list-style-type: none"> Après les premières années d'exercice du BUT (1^{ère} rentrée en 2021), dresser un bilan des intérêts des étudiants pour ce domaine (que font-ils après le BUT ?) Réaliser une cartographie quali/quantitative locale des débouchés potentiels sur le territoire (métiers, carrières, responsabilités, revenus...) En cas de confirmation du besoin, entamer le chantier de création du master (définition de l'approche en collaboration avec les institutions et entreprises, définition de la maquette financière, contact avec les entreprises pour les parcours en apprentissages...) 	<p><u>Coût :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Etude détaillée sur la demande Places disponibles Université Enseignants <p><u>Délai :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> A compléter <p><u>Complexité :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Collecter les informations pour l'étude 	<p><u>Public(s) visé(s) :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Lycéens, étudiants <p><u>Efficacité escomptée :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Réduction des départs post licences / BUT en dehors de la région <p><u>Horizon :</u> résultats à long terme</p>
	<p>AVANTAGES / OPPORTUNITÉS</p> <ul style="list-style-type: none"> Renforcement des options d'étude en local pour les étudiants du territoire Une spécialisation renforçant l'employabilité Une porte d'entrée sur la recherche (secteur de pointe) Valorisation de l'image de la filière 	<p>INCONVÉNIENTS / RISQUES</p> <ul style="list-style-type: none"> Mise à jour fréquente nécessaire des contenus (secteur en innovation constante)

6. FEUILLE DE ROUTE ET RECOMMANDATIONS

Le plan d'actions détaillé

> Action 4.1



OS 4: Développer l'attractivité de la région et des métiers de l'économie numérique

CONSTAT : Les produits et services numériques manquent de lisibilité et de visibilité auprès du grand public, n'entraînant pas une demande importante (empêchant ainsi le développement de l'offre)

ACTION 4.1

Organiser un évènement annuel type « salon numérique »

OBJECTIFS & MODALITÉS <ul style="list-style-type: none"> Rassembler l'écosystème numérique du territoire pour stimuler l'intérêt autour des sujets, accroître la visibilité des acteurs, favoriser les opportunités professionnelles ... Prévoir un évènement annuel (dont la période est à identifier avec les acteurs locaux) Préparer le programme en instance de gouvernance Prévoir un portage parmi les membres du l'instance de gouvernance (contact avec le prestataire évènementiel) 	CONDITIONS DE MISE EN ŒUVRE <p><u>Coût :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Organisation d'un salon (lieu, prestation évènementielle) <p><u>Délai :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 8-12 mois <p><u>Complexité :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Attirer le public professionnel notamment 	BÉNÉFICES ATTENDUS <p><u>Public(s) visé(s) :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Tous <p><u>Efficacité escomptée :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Acculturer la population et les TPE sur les intérêts du numérique <p><u>Horizon :</u> résultats à moyen terme</p>
	AVANTAGES / OPPORTUNITÉS <ul style="list-style-type: none"> Création de valeur pour les entreprises du secteur pouvant contribuer à l'organisation de l'évènement (location espace, prestations de communication ...) Valorisation de l'image de la filière Renforcement de l'attractivité des entreprises de la filière 	INCONVÉNIENTS / RISQUES <ul style="list-style-type: none"> Risque de communication peu visible et de faible participation en conséquence

6. FEUILLE DE ROUTE ET RECOMMANDATIONS

Le plan d'actions détaillé

> Action 4.2



OS 4: Développer l'attractivité de la région et des métiers de l'économie numérique

CONSTAT : L'économie du numérique est nébuleuse et nécessite une communication la plus claire et simple possible pour en favoriser la compréhension et l'appropriation par tous y compris les TPE, au cœur du tissu économique de Guyane

ACTION 4.2

Créer un « portail du numérique »

OBJECTIFS & MODALITÉS <ul style="list-style-type: none"> Créer un point d'accès unique aux informations sur le numérique afin de contribuer à la lisibilité d'une thématique « technique » : projets de l'Etat et de la CTG (infrastructures, aides entreprises, etc.), programme des évènements, liste des formations disponibles, produits et services disponibles sur le territoire, les projets phares et attractifs réalisés par des entreprises du territoire ... Envisager la création de services accessibles depuis ce portail (cadrage besoins à effectuer en instance de gouvernance) 	CONDITIONS DE MISE EN ŒUVRE <u>Coût</u> : <ul style="list-style-type: none"> Conception du site Animation de la démarche Administration continue (création des contenus ...) <u>Délai</u> : <ul style="list-style-type: none"> 6-12 mois (validation des contenus) <u>Complexité</u> : <ul style="list-style-type: none"> Garantir la fluidité du process de mise à jour 	BÉNÉFICES ATTENDUS <u>Public(s) visé(s)</u> : <ul style="list-style-type: none"> Tous <u>Efficacité escomptée</u> : <ul style="list-style-type: none"> Développer l'attractivité de la région Guyane et des métiers de la filière <u>Horizon</u> : résultats à moyen terme
	AVANTAGES / OPPORTUNITÉS <ul style="list-style-type: none"> Renforcement de la compréhension et l'appropriation de la culture numérique Valorisation de l'image de la filière Favorisation des synergies entre les différentes actions engagées sur le territoire 	INCONVÉNIENTS / RISQUES <ul style="list-style-type: none"> Alimentation fréquente et régulière du portail, avec du contenu à jour, pour éviter l'obsolescence rapide des contenus créés

6. FEUILLE DE ROUTE ET RECOMMANDATIONS

Le plan d'actions détaillé

> Action 4.3



OS 4: Développer l'attractivité de la région et des métiers de l'économie numérique

CONSTAT : Le monde professionnel et les acteurs de la formation ont exprimé l'envie de dialoguer davantage afin de favoriser l'adéquation entre les besoins opérationnels et l'offre de formation et pour favoriser la détection de talents

ACTION 4.3

Encourager le développement des liens entre entreprises de la filière et les établissements de formations initiales

<p>OBJECTIFS & MODALITÉS</p> <ul style="list-style-type: none"> Sensibiliser et recenser les professionnels volontaires pour présenter leurs projets aux partenaires de l'enseignement supérieur et intégrer dans les programmes des modules professionnalisants assurés par ces intervenants Utiliser le portail numérique (action 4.2) pour mettre en relation entreprises et acteurs de formation pour proposer/rechercher des missions, projets de recherche, interventions de professionnels ... Sensibiliser les acteurs de la formation afin qu'ils communiquent et donnent plus de visibilité sur les contenus de leurs cursus aux entreprises 	<p>CONDITIONS DE MISE EN ŒUVRE</p> <p><u>Coût</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> Conception des supports et diffusion des communications <p><u>Délai</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> 12-18 mois <p><u>Complexité</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> Efforts à poursuivre dans le temps 	<p>BÉNÉFICES ATTENDUS</p> <p><u>Public(s) visé(s)</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> Entreprises de la filière Jeunes en formation initiale <p><u>Efficacité escomptée</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> Réduction des départs post-diplômes en dehors de la région (recherche du 1er emploi) <p><u>Horizon</u> : résultats à moyen/long terme</p>
	<p>AVANTAGES / OPPORTUNITÉS</p> <ul style="list-style-type: none"> Enrichissement des contenus pédagogiques : plus opérationnels, mieux adaptés au besoins des entreprises Création de passerelles entre les étudiants et les entreprises locales durant les études Renforcement de la visibilité des entreprises locales 	<p>INCONVÉNIENTS / RISQUES</p> <ul style="list-style-type: none"> Difficulté de mise en place pour l'UG dans un bassin d'emplois peu développés (dans la filière)

7. ANNEXES

7. ANNEXES

Liste des codes NAF utilisés pour constituer la base de données des entreprises de la filière (périmètre élargi pour avoir un maximum de retours au questionnaire) – *en rouge les codes NAF représentés dans les réponses*

Télécommunications (103 – 99 mails reçus)

- 61.10Z Télécommunications filaires
- 61.20Z Télécommunications sans fil
- 61.30Z Télécommunications par satellite
- 61.90Z Autres activités de télécommunication
- 71.12B Ingénierie, études techniques (consultants télécom)

Programmation, Conseil et autres activités informatiques

- 62.01Z Programmation informatique
- 62.02A Conseil en systèmes et logiciels informatiques
- 62.02B Tierce maintenance de systèmes et d'applications informatiques
- 62.03Z Gestion d'installations informatiques
- 62.09Z Autres activités informatiques
- 63.11Z Traitement de données, hébergement et activités connexes
- 63.12Z Portails internet

Commerce et réparation de produits du numérique

- 46.51Z Commerce de gros d'ordinateurs, d'équipements informatiques périphériques et de logiciels
- 46.52Z Commerce de gros de composants et d'équipements électroniques et de télécommunication
- 47.41Z Commerce de détail d'ordinateurs, d'unités périphériques et de logiciels en magasin spécialisé
- 47.42Z Commerce de détail de matériels de télécommunication en magasin spécialisé
- 47.43Z Commerce de détail de matériels audio et vidéo en magasin spécialisé
- 95.11Z Réparation d'ordinateurs et d'équipements périphériques
- 95.12Z Réparation d'équipements de communication

Fabrication industrielle de produits du numérique

- 26.11Z Fabrication de composants électroniques
- 26.12Z Fabrication de cartes électroniques assemblées
- 26.20Z Fabrication d'ordinateurs et d'équipements périphériques
- 26.30Z Fabrication d'équipements de communication

- 26.40Z Fabrication de produits électroniques grand public
- 26.80Z Fabrication de supports magnétiques et optiques

Logiciels, traitement de données et portails internet

- 58.21Z Edition de jeux électroniques
- 58.29A Edition de logiciels système et de réseau
- 58.29B Edition de logiciels outils de développement et de langages
- 58.29C Edition de logiciels applicatifs
- 63.11Z Traitement de données, hébergement et activités connexes
- 63.12Z Portails internet

Equipements et infrastructures

- 27.31Z Fabrication de câbles et fibres optiques
- 33.20D Installation d'équipements électriques, de matériels électroniques et optiques ou d'autres matériels
- 42.22Z Construction de réseaux électriques et de télécommunications
- 43.21A Travaux d'installation électrique dans tous locaux

Audiovisuel & Contenus et supports culturels

- 59.11A Production de films et de programmes pour la télévision
- 59.11B Production de films institutionnels et publicitaires
- 59.11C Production de films pour le cinéma
- 59.12Z Post-production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision
- 59.20Z Enregistrement sonore et édition musicale
- 58.11Z Edition de livres
- 58.14Z Edition de revues et périodiques
- 58.19Z Autres activités d'édition
- 74.20Z Activités photographiques

Autres (producteurs d'usages, formations ...)

- 94.99Z Autres organisations fonctionnant par adhésion volontaire (exemples : Fablabs, Associations ...)
- 85.99A Formation continue d'adultes

7. ANNEXES

Le périmètre de la filière numérique : de quoi on parle ? (1/4)

- EN 2017 EN FRANCE, LE COMITÉ STRATÉGIQUE DE LA FILIÈRE « NUMÉRIQUE » DU CONSEIL NATIONAL DE L'INDUSTRIE S'EST INTERROGÉ SUR LA DÉFINITION DU PÉRIMÈTRE DE LA FILIÈRE NUMÉRIQUE
- PLUSIEURS APPROCHES EXISTENT * :
 - L'APPROCHE SELON L'ACTIVITÉ PRINCIPALE EXERCÉE PAR LES ENTREPRISES (APPROCHE LA PLUS EXPLOITÉE)
 - L'APPROCHE PAR MÉTIER (APPROCHE PLUS RESTRICTIVE)
 - L'APPROCHE PAR CONVENTIONS COLLECTIVES (APPROCHE PLUS RESTRICTIVE)

La définition la plus basique est celle de l'OCDE établie en 2014, selon laquelle la filière numérique regroupe les activités productrices de biens et services numériques soit :



Les industries du numérique (fabrication d'ordinateurs et de matériel informatique, industrie des composants électroniques, fabrication d'équipements électroniques grand public, etc.) ;



La distribution (commerce de gros de matériel informatique, etc.) ;



Les services (de télécommunications, informatiques, hébergement, etc.) ;



L'édition de logiciels et le jeux vidéos ;



Les portails internet

Sur cette base, une vision plus large de l'économie du numérique comprend également : le secteur des contenus et supports culturels, le commerce de détail, la fabrication de câbles et fibres optiques

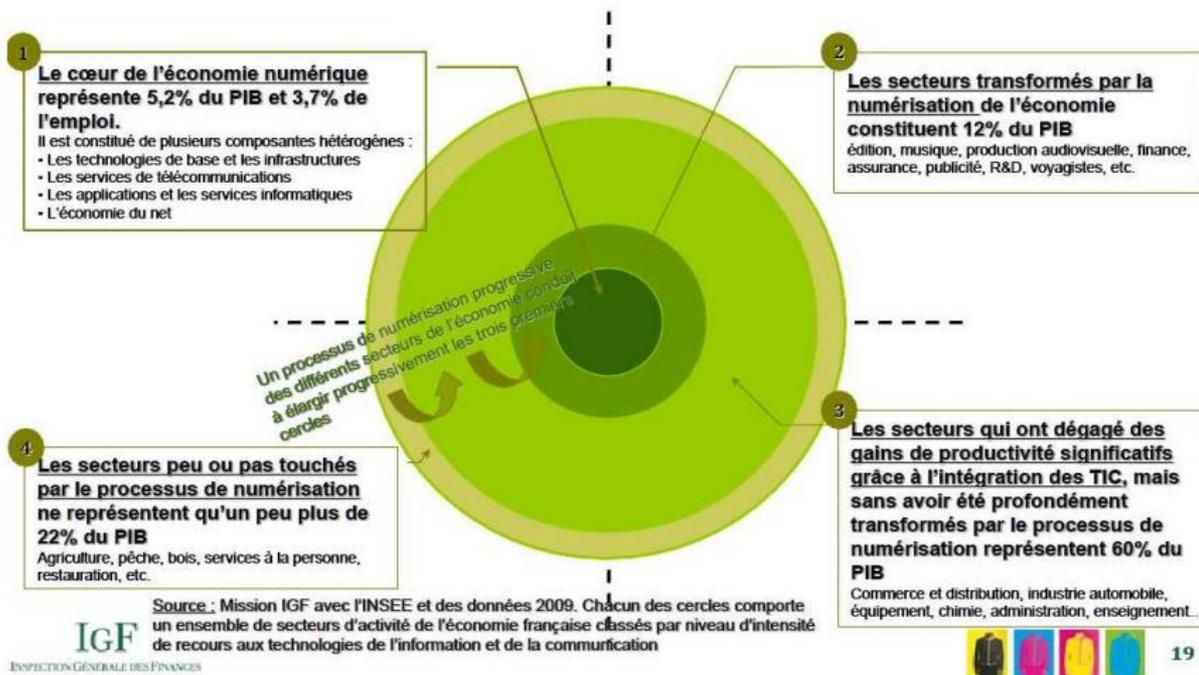
* Aucune de ces approches ne permet la prise en compte des travailleurs indépendants

7. ANNEXES

Le périmètre de la filière numérique : de quoi on parle ? (2/4)

La définition de l'Inspection Générale des Finances, complémentaire de la définition de l'OCDE, fondée sur un « indice global de recours au TIC » (Insee) de chaque secteur de l'économie, aboutit à 4 blocs concentriques en fonction de leur degré d'intensité d'utilisation des TIC

Graphique 2 : Décomposition de l'économie française selon l'intensité de l'usage du numérique



Zoom sur les activités du cœur de l'économie numérique

Fabrication de produits informatiques, électroniques et optiques	26
Construction de réseaux électriques et de télécommunications	42.22
Commerce de gros d'équipements de l'information et de la communication	46.5
Commerce de détail d'équipements de l'information et de la communication en magasin spécialisé	47.4
Édition de logiciels	58.2
Télécommunications	61
Programmation, conseil et autres activités informatiques	62
Traitement de données, hébergement et activités connexes ; portails Internet	63.1
Réparation d'ordinateurs et de biens personnels et domestiques	95

Source : rapport IGF (2012).

Source : Vision prospective partagée des emplois et des compétences : la filière numérique France Stratégie - Céreq, juin 2017



7. ANNEXES

Le périmètre de la filière numérique : de quoi on parle ? (3/4)

Le Carif-Oref des Pays de la Loire a mis en perspective son périmètre d'analyse de l'économie numérique avec ceux, davantage « opérationnels » du Syntec et de la labellisation French Tech, dans le cadre de son travail prospectif sur les métiers du numérique de la région :

1. Le périmètre du Syntec (qui correspond aux **activités de services des TIC telles que définies par l'OCDE, hors activités de télécommunications**) + **l'activité d'édition de répertoires et de fichiers d'adresses** ;
2. Le **périmètre des TIC de l'OCDE + les activités de fabrication et de vente des TIC** ;
3. Le périmètre de la labellisation French Tech (qui correspond **aux activités des TIC de l'OCDE**) + de **nombreuses activités dites connexes**, en lien avec la communication, la publicité, le conseil, la production de médias, l'édition, l'installation d'équipement de télécommunication.

Zoom sur les activités connexes

- Agences de communication, agences de pub : 70.21Z Conseil en relations publiques et communication, 70.22Z Conseil pour les affaires et autres conseils de gestion, 73.11Z Activités des agences de publicité, 73.12Z Régie publicitaire de médias,
- Concepteurs multimédia, rédaction web : 18.13Z Activités de pré-press, 59.11A Production de films et de programmes pour la télévision, 59.11B Production de films institutionnels et publicitaires, 59.11C Production de films pour le cinéma, 59.12Z Post-production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision, 59.20Z Enregistrement sonore et

- édition musicale, 58.11Z Édition de livres, 58.14Z Édition de revues et périodiques, 58.19Z Autres activités d'édition
- Installation d'équipement de télécommunication : 33.20D Installation d'équip. électriques, de matériels électroniques et optiques ou d'autres matériels,
- Câblage informatique et téléphonique : 42.22Z Construction de réseaux électriques et de télécommunications, 43.21A Travaux d'instal. électrique dans tous locaux
- Consultants télécom : 71.12B Ingénierie, études techniques

7. ANNEXES

Le périmètre de la filière numérique : de quoi on parle ? (4/4)

Segmentation La Réunion :

- **Les activités productrices de biens et services numériques au sens de la définition de l'OCDE**
Auxquelles les acteurs réunionnais ajoutent :
- **Les DSI**
- **Les entreprises de communication** qui proposent la conception de site Web
- **Les entreprises dont l'activité numérique n'est pas principale mais est présente dans leurs propositions commerciales**
- **Les fournisseurs de services** (consultants en transformation digitale, en gestion du changement / systèmes d'information) ...

Segmentation Mayotte – en cours :

- **Prestataires de services IT** : Conseil, Développement, Marketing digital Ingénierie et systèmes informatiques, Maintenance, Intégration de solutions
- **Producteurs de contenus** : Editeur de logiciels, Jeux vidéo, Audiovisuel, Médias en ligne
- **Services en ligne** : Pure players e-commerce (100% en ligne), E-services (livraison, réservation, intermédiation...)
- **Infrastructures et commerce** : Opérateurs telco, Vendeurs de matériel (spécialisés)
- **Opérateurs connexes** : Organismes de Formation aux métiers du numérique, Structures Inclusion numérique, Institutions représentatives - associations, interprofessions ...

7. ANNEXES

Synthèse des infrastructures existantes ou en projet (travaux du SDTAN 2015, mis à jour via les échanges en entretiens avec les opérateurs)

→ Mise à jour non exhaustive, à poursuivre avec le Service Développement Numérique de la CTG

LES GRANDS PROJETS D'INFRASTRUCTURES DES OPÉRATEURS DU TERRITOIRE SONT : LE **DÉVELOPPEMENT DE LA COUVERTURE 4G**, LA **DENSIFICATION DU RÉSEAU**, LA **SÉCURISATION DES AXES**, LA **PRÉPARATION DE LA COUVERTURE 5G** (EN PARTENARIAT OU EN FONDS PROPRES)

	Satellite	Câble sous-marin	Collecte terrestre	Desserte fixe	Desserte mobile
EXISTANTES	<ul style="list-style-type: none"> Charge utile Eutelsat 8WA (Eutelsat) Équipements de réceptions satellitaires et Hub Satellite interconnectant les centres-bourgs de l'intérieur (SPLANG) Collecte satellitaire via acquisition de capacités auprès d'Intelsat (SPLANG) 	<ul style="list-style-type: none"> Americas II (Consortium d'opérateurs de téléphonie dont Orange est membre et seul présent en Guyane) Kanawa (2019) (Orange) 	<p>Fibre optique :</p> <ul style="list-style-type: none"> Orange (23 NRA) Guyacom (SPANY : axe Cayenne – St-Georges) Arteria/EDF (axes Cayenne-Kourou et SLM-Apatou) <p>Hertziennes :</p> <ul style="list-style-type: none"> GNU (axe Cayenne – St-Georges) Opérateurs Alternatifs 	<ul style="list-style-type: none"> ADSL (Orange) Projet pilote FttH sur le secteur de la Carapa (Macouria) Continuité WiFi sur les centres-bourgs de l'intérieur (SPLANG) FttH à Cayenne, Rémire-Monjoly, Macouria, Matoury, SLM (Orange) 	<ul style="list-style-type: none"> Mobile 2G/3G (Orange, DIGICEL, OMT) PERMI – programme de déploiement mobile (SPLANG – initié à Comopi et Kaw) Déploiement de la 4G depuis 2016 (AO ARCEP) – à fin 2021, près de 90% de couverture de la population guyanaise* Déploiement de la 4G dans le Maroni (par satellite) depuis juillet 2021
EN PROJET / EN COURS	<ul style="list-style-type: none"> Eutelsat, O3b PASS : programme d'accès aux services satellitaires en vue d'assurer une couverture complète du territoire (étude en cours pour déployer de nouvelles antennes dans les territoires du Maron) 	<ul style="list-style-type: none"> DIGICEL : raccordement de la Guyane à Trinidad et Tabago sur fonds propres Autres projets : Seabras-1 (NY – Brésil) ELLA (Brésil – EU) 	<ul style="list-style-type: none"> RING, faisceaux hertziens sur l'axe Oyapock (Conseil Général de Guyane) SPANY : axe Cayenne-SLM (Guyacom) CREM, construction et exploitation d'un réseau de collecte hertzien terrestre 	<ul style="list-style-type: none"> FttH sur le reste des communes du littoral en cours (déploiement prévu entre 2022 et 2026 grâce au RIP de la CTG) 	<ul style="list-style-type: none"> PARRI – permissions d'accès aux infrastructures publiques pour la desserte des centres-bourgs de l'intérieur non couverts en téléphonie (SPLANG) PERMI – programme de déploiement mobile (SPLANG – autres centres bourgs de l'intérieur) Déploiement de la 5G

Légende :
Noir : projet privé

Orange : projet public / parapublic
Bleu : projet public – privé

*Pour plus d'information sur la couverture :
<https://monreseaumobile.arcep.fr/>

 Retour

7. ANNEXES

Détail des formations continues validées par une session d'examen en 2022/2023 : titres professionnels (vision au 17/03/2022)

Intitulé formation (Titre professionnel)	Structure	Commentaires
Responsable d'espace de médiation numérique	GUYACLIC'	<ul style="list-style-type: none"> 4 sessions d'examen prévues en 2022 sur une partie du titre (bloc "Accompagner différents publics vers l'autonomie dans les usages des technologies, services et médias numériques") Environ 40 participants enregistrés
Développeur web et web mobile - niveau 3 (bac+2)	CEVEDOM	<ul style="list-style-type: none"> 2 sessions d'examen prévues en 2022 1 ou 2 candidats par session
	SIMPLON LA REUNION	<ul style="list-style-type: none"> 1 session d'examen prévue en 2022 (pas de présence pérenne en Guyane)
Concepteur développeur d'applications	CEVEDOM	<ul style="list-style-type: none"> 2 sessions d'examen prévues en 2022
Installateur dépanneur en informatique	POINT COM	<ul style="list-style-type: none"> 2 sessions d'examen 2 candidats
Technicien d'assistance en informatique – niveau 4	ABONDANCE FORMATION	<ul style="list-style-type: none"> 1 session d'examen prévue en 2022
Technicien de réseaux de télécommunications	ABONDANCE FORMATION	<ul style="list-style-type: none"> 1 session d'examen prévue en 2023

Source : Direction des entreprises, du travail, de la concurrence et de la consommation (DETCC) ; Cellule formation professionnelle et politique du titre



7. ANNEXES

Zoom sur la formation « Tremplin numérique » dispensée par la KazLab (Manufact) à Saint-Laurent du Maroni

Une formation qualifiante de 3 mois, 3 jours par semaine (2 jours par semaine sont laissés aux stagiaires pour leurs démarches administratives et de recherche d'emploi, ou leurs projets personnels avec la possibilité d'accéder aux ateliers du FabLab en semi-autonomie)

Des compétences techniques :

- Dessin Assisté par Ordinateur : bitmap/vectoriel, 2D/3D
- Fabrication numérique : imprimante 3D, découpeuse laser, fraiseuse 3 axes, plotter de découpe, brodeuse numérique...
- Informatique : bases du hardware, dépannage et réparation ordinateurs et smartphone
- Electronique : microcontrôleurs (Arduino...), systèmes interactifs (domotique, objets connectés...)
- Robotique : fabrication et programmation
- Son numérique et Musique Assistée par Ordinateur (MAO)
- Infographie
- MultiMedia : photo / vidéos numériques
- Communication 2.0 : site internet, réseaux sociaux

Des compétences transversales :

- Organisation et méthodologie de projet
- Analyse d'une problématique, diagnostic, et résolution coopérative
- Travail en groupe, communication orale (FLE) et compétences relationnelles
- Documentation de projet
- Pensée critique

Une formation qui s'articule autour de la notion de projet afin de pallier à l'une des multiples causes de l'échec scolaire qui est souvent l'absence de projet concret qui peut entraîner un manque d'intérêt pour l'apprentissage, une auto-dévalorisation et une démotivation globale. Ici est proposé aux stagiaires de s'impliquer à la fois dans l'élaboration des projets et dans leur réalisation.

En plus des modules hebdomadaires thématiques, 2 modules « pro » permettent aux apprenants de ré-investir leurs apprentissages. Ces projets sont construits et réalisés en réponse à un besoin ou une problématique exprimés par les habitants d'un quartier, une association, une collectivité... Les stagiaires vont repérer les besoins, imaginer une solution, faire une proposition, définir un cahier des charges et réaliser le projet de fabrication (Exemples : réalisation d'une signalétique extérieure pour la mission locale ou un festival, fabrication d'un jeu de plateau géant éducatif pour les écoles, de prototypes de mobilier urbain adapté pour les quartiers défavorisés, de dispositifs de sécurité pour prévenir les accidents pour les piétons, les vélos ou les pirogues sur le fleuve, etc.)

Germain GULTZGOFF

Directeur associé

+262 (0) 692 77 70 90

g.gultzgoff@verso-consulting.fr



Cécile CALMANT

Manager consultante

+262 (0) 693 40 17 07

c.calmant@verso-consulting.fr



Laurie CHABANNE

Consultante

+696 (0) 696 38 34 04

l.chabanne@verso-consulting.fr

