

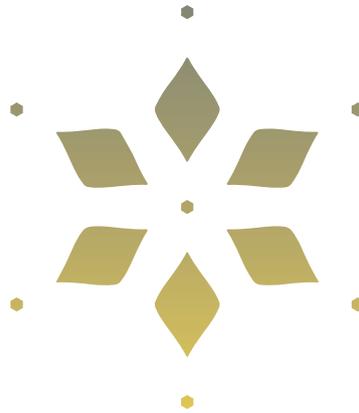


INNOVATION SOCIALE ET ENTREPRENEURIAT

EN TUNISIE

LES FEMMES ET L'UTILISATION DES TIC
DANS LE DÉVELOPPEMENT LOCAL

— 2018 —



ISBN: **978-84-09-06369-7**

Édité par:

UNIVERSIDAD DE CÁDIZ

C/ Ancha N°16, 11001, Cádiz, Espagne

Dessiné par:

Miriam Rivas - Web design and Digital projects

www.miriamrivas.com

En collaboration avec:

Madeinsol - Art and Graphic Design

www.behance.net/madeinsol

2018

Projet financé à 100 % par le **Agencia Andaluza de Cooperación Internacional para el Desarrollo - Consejería de Igualdad y Políticas Sociales de la Junta de Andalucía**

INNOVATION SOCIALE ET ENTREPRENEURIAT EN **TUNISIE**:

Les femmes et l'utilisation des TIC dans le développement local

Éditeurs:

Lucía Benítez-Eyzaguirre

Marcela Iglesias-Onofrio

Auteurs (par ordre alphabétique):

Mohamed Belhaj

Lucía Benítez-Eyzaguirre

Benjamin Cadon

Lucía Del Moral-Espín

Fatma Ghorbel

Alexandra Haché

Aurora Hidalgo Benítez

Marcela Iglesias-Onofrio

Violeta Luque Ribelles

Leire Martín-Berdinos López

Akila Sellami Baklouti

Estrella Sendra Fernández

Teresa Suárez Martín



REMERCIEMENTS

Ce livre a été possible grâce à la collaboration et à l'effort de tous les acteurs dans le projet «Genre, Technologie et Innovation Sociale», financé par l'Agence Andalouse de Coopération Internationale pour le Développement (AACID) et déroulé d'octobre 2017 à octobre 2018.

Nous voulons remercier, tout d'abord, les 9 enseignants du cours «Agent de dynamisation locale, gestion de technologies et innovation sociale», de leur énorme dévouement pendant la première phase du projet et de systématiser les contenus vus dans chaque session formative, en apportant une inestimable connaissance et démarche méthodologique susceptible d'être transférée à d'autres contextes.

Deuxièmement, nous remercions les associations et entités locales de Sfax, d'avoir ouvert leurs portes aux élèves formées, afin de partager leurs besoins de formation, et de participer activement à la conception collaborative des ateliers que les élèves ont proposé aux usagers et membres des associations: Sfax El Mezyena صفاقس المزينة, Majida Boulila pour la modernité, Association WeYouth, AIESEC Sfax, ENACTUS IHEC SFAX, Association Tunisienne des Femmes Démocrates, Union Nationale de la Femme Tunisienne (UNFT), Association du Développement Solidaire de Sfax et au centre de formation Educational Training Academy of Tunisia (ETAT).

Le projet, et ce livre qui recueille les résultats et les apprentissages, n'auraient pas pu s'accomplir sans l'implication et l'illusion des vingt-cinq élèves, des femmes étudiantes de DEA/DESS de l'Université de Sfax, chefs d'entreprises et entrepreneuses. Merci d'avoir décidé de vous aventurer dans ce projet, de votre effort et implication dans chacune des activités réalisées, de la patience pour résoudre progressivement les contretemps qui ont pu surgir dans le déroulement du projet, et d'avoir contribué à ce livre avec vos propositions d'ateliers de formation qui constituent, sans doute, un des principaux résultats et de valeurs ajoutées du projet.

Pendant douze mois, et à travers l'outil de travail virtuel «Slack», nous avons été connectées, quasi quotidiennement, l'équipe de coordination du projet des deux rives. Nous voulons dédier un spécial remerciement aux coordinatrices tunisiennes Akila Sellami Baklouti y Fatma Ghorbel de l'Université de Sfax, au Coordinateur de l'Aula Universitaria del Estrecho, Jesús Gómez, et la technicienne espagnole sur le terrain, María Rubio. Travailler avec vous dans ce projet a été un vrai plaisir.

Finalement, nous remercions l'Université de Cádiz et l'Université de Sfax du soutien institutionnel reçu, et l'AACID de l'opportunité de pouvoir matérialiser le projet et recueillir les résultats dans cette œuvre et ce qu'elle a entraîné.

Les éditrices.

INDEX

INTRODUCTION	15
<i>Lucía Benítez-Eyzaguirre y Marcela Iglesias-Onofrio</i>	
CHAPITRE 1. Genre et technologie chez l'autonomisation des femmes tunisiennes. La vision depuis l'innovation et le développement social	17
<i>Lucía Benítez-Eyzaguirre</i>	
1.1. Introduction	17
1.2. Les indicateurs du développement de la Tunisie et la situation des femmes	18
1.3. Le rôle de la numérisation chez les femmes face au développement en égalité de genre	20
1.4. Le projet Genre, Technologie et Innovation Sociale en Tunisie	21
1.5. L'IAP pour s'approcher aux problèmes humains et sociaux depuis la perspectiva de genre	24
1.6. Le travail en réseau comme modèle de travail et de méthodologie	25
1.7. La formation dans le diplôme «Agent de dynamisation locale, gestion des technologies et innovation sociale»	28
1.7.1. Structure, contenu et méthodologie	28
1.7.2. L'évaluation des compétences et des capacités	30
1.8. La structure des contenus du matériel des enseignants	31
1.9. Bibliographie	31
CHAPITRE 2. Internet et culture numérique	33
<i>Estrella Sendra</i>	
2.1. Présentation, objectifs y méthodologie	33
2.1.1. Présentation	33
2.1.2. Objectifs	34
2.1.3. Méthodologie	34

2.2. Résumé des contenus	35
2.2.1. Séance 1: Introduction au contexte actuel médiatique: l'avènement de l'internet dans les médias	35
2.2.1.1. Les changements technologiques et les nouveaux modèles de communication	35
2.2.1.2. L'évolution du Web, du 1.0 au 4.0: communication, concepts et technologies	37
2.2.1.3. Convergence et intégration technologique et numérique	39
2.2.2. Séance 2: Recherche numérique et des portails Web informatives	40
2.2.2.1. Recherche et sélection de l'information	40
2.2.2.2. Portails Web culturels. L'analyse Web et ses objectifs. Cas d'étude: NAWAAT	41
2.2.2.3. Les systèmes de gestion du contenu: WordPress et Blogger	42
2.2.3. Séance 3: Visibilité en ligne	43
2.2.3.1. Profils professionnels virtuels:LinkedIn	43
2.2.3.2. Marketing SEO et SEM	44
2.2.4. Séance 4: Nouveaux formats de communication et activisme numérique	45
2.2.4.1. Communication mobile et dispositifs: valeurs et distribution. Les applications mobiles (app)	45
2.2.4.2. Activisme sur internet et satire politique: Youtube, réseaux sociaux en tant que plateformes pour l'activisme et une autre information	46
2.3. Exercices pratiques, dynamiques de groupe et exercice d'évaluation	47
2.3.1. Exercices pratiques et dynamiques de groupe par séance.	47
2.3.2. Exercice d'évaluation	50
2.4. Bibliographie sur papier et électronique	51
2.5. Sites web et ressources audiovisuelles d'intérêt	53

CHAPITRE 3. Innovation Sociale **55**

Aurora Hidalgo

3.1. Présentation, objectifs et méthodologie	55
3.1.1. Présentation	55
3.1.2. Objectifs	56

3.1.3. Méthodologie	56
3.2. Résumé des contenus	56
3.2.1. Introduction à l'innovation Sociale	56
3.2.2. Phases pour mener un projet d'Innovation Sociale. Détection des idées et des solutions	57
3.2.3. Méthodes de recherche	60
3.2.4. Genre et diversité	62
3.2.5. Résilience, Leadership, Motivation et Réflexion	63
3.2.6. L'innovation sociale appliquée aux champs d'intervention différents	65
3.2.7. Entrepreneuriat social et culturel	67
3.3. Exercices pratiques, dynamiques de groupe et exercice d'évaluation	69
3.3.1. Travail d'évaluation	69
3.4. Bibliographie sur papier et électronique	70
3.5. Sites web et ressources audiovisuelles d'intérêt	71

CHAPITRE 4. Logiciel libre et connaissances ouvertes **73**

Benjamin Cadon

4.1. Présentation, objectifs y méthodologie	73
4.1.1. Présentation et objectifs	73
4.1.2. Méthodologie	73
4.2. Résumé des contenus	74
4.2.1. Naissance des logiciels libres et évolutions des libertés numériques	74
4.2.1.1. Evolution du secteur de l'informatique: de la vente de serveurs au cloud computing	74
4.2.1.2. Une brève histoire des logiciels libres et du projet GNU/Linux	75
4.2.1.3. Qu'est-ce qu'un logiciel libre?	77
4.2.1.4. Pourquoi le libre est-il différent de l'open source?	79
4.2.1.5. Exemples de licences, facilité d'utilisation, niveau juridique de protection	79
4.2.1.6. Le libre dans les arts et la culture: les creatives commons, wikipedia, la culture du remix et du mash-up	81
4.2.1.7. Les licences pour le matériel libre	82

4.2.1.8. La culture du libre s'imisce dans de nombreux autres domaines de la société	84
4.2.2. Des systèmes d'exploitation et des logiciels libres pour travailler au quotidien et développer des projets	86
4.2.3. Des outils en ligne libres et éthiques pour la collaboration, la communication, la promotion, la production	87
4.2.4. Transformations sociales et productives induites par les cultures libres	89
4.3. Exercices pratiques, dynamiques de groupe et exercice d'évaluation	90
4.4. Bibliographie sur papier et électronique	90
4.5. Sites web et ressources audiovisuelles d'intérêt	91

CHAPITRE 5. Gestion émotionnelle et empathie dans l'intervention sociale **93**

Violeta Luque Ribelles

5.1. Présentation, objectifs et méthodologie	93
5.1.1. Présentation	93
5.1.2. Objectifs	94
5.1.3. Méthodologie	94
5.2. Résumé des contenus	94
5.2.1. Intervention sociale	94
5.2.2. Les émotions	96
5.2.3. Gestion émotionnelle et empathie	98
5.3. Exercices pratiques, dynamiques en groupes et exercices d'évaluation	102
5.4. Bibliographie imprimée et électronique	103

CHAPITRE 6. Communication en ligne et réseaux sociaux **105**

Teresa Suárez

6.1. Présentation, objectifs et méthodologie	105
6.1.1. Présentation	105
6.1.2. Objectifs	107

6.1.3. Méthodologie	107
6.2. Résumé des contenus: Planification et gestion du positionnement en ligne de notre projet	108
6.2.1. Clés pour un développement web	108
6.2.2. Le blog	109
6.2.3. Réseaux sociaux et professionnels	110
6.2.4 Outils de communication et de marketing en ligne	113
6.3. Exercices pratiques, dynamiques de groupe et exercice d'évaluation	115
6.3.1 Exercice pratique: un blog en groupe.	115
6.3.2 Exercice pratique: écrivez un article de contenu ou sur un fait marquant de votre projet:	116
6.3.3 Exercice pratique: nous allons améliorer votre profil LinkedIn	116
6.3.4 Exercice pratique: outils de marketing numérique: Landing page	116
6.3.5 Exercice pratique: outils de marketing numérique	117
6.3.6. Exercice d'évaluation	117
6.4. Bibliographie sur papier et électronique	117
6.5. Sites web et ressources audiovisuelles d'intérêt	118

CHAPITRE 7. Economie collaborative **119**

Lucía Del Moral-Espín

7.1. Présentation, objectifs et méthodologie du cursus	119
7.2. Résumé des contenus	120
7.2.1. Vers une définition de l'EC	120
7.2.2. Activités, champs de développement et acteurs de l'EC	122
7.2.3 Critiques et limitations de l'EC	123
7.2.4 Vers un classement de l'EC	125
7.3. Exercices pratiques, dynamiques en groupe et exercice d'évaluation	127
7.4. Bibliographie imprimée et électronique	128
7.5. Sites web et ressources audiovisuelles	129

CHAPITRE 8. Entrepreneuriat et modèles d'entreprise **131**

Mohamed Belhaj

8.1. Présentation, objectifs et méthodologie	131
8.2. Résumé des contenus	132
8.2.1. Introduction à l'entrepreneuriat	132
8.2.2. Création de l'entreprise et modèles économiques des entreprises	135
8.2.3. L'entreprise innovante et la création de valeur	136
8.2.4. Business model Canvas	140
8.3. Exercices pratiques, dynamiques de groupe et exercice d'évaluation	142
8.4. Bibliographie sur papier et électronique	142
8.5. Sites web et ressources audiovisuelles d'intérêt	142

CHAPITRE 9. Vie privée et sécurité dans les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) depuis une perspective de genre **145**

Alexandra Haché

9.1. Présentation, objectifs et méthodologie	145
9.2. Résumé des contenus	148
9.2.1. Comprendre la sécurité intégrale et comment celle-ci fait le lien entre les infrastructures des informations et la communication	148
9.2.2. Caractéristiques et typologies des violences sur la femme 2.0.	150
9.2.3. Stratégies et tactiques de mitigation pour faire face aux violences 2.0	154
9.3. Exercices pratiques, dynamiques en groupe et exercice d'évaluation	156
9.4. Bibliographie sur papier et électronique	157
9.5. Sites web et ressources audiovisuelles d'intérêt	158

CHAPITRE 10. Formation des formatrices **159**

Leire Martín-Berdinos

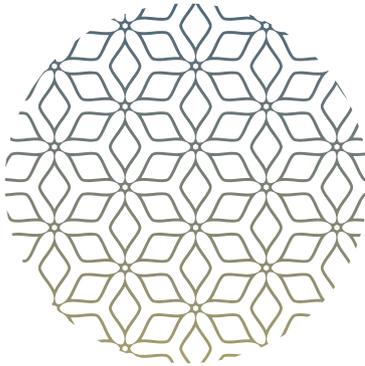
10.1. Présentation, objectifs et méthodologie	159
10.2. Résumé des contenus dynamiques en groupe	160
10.2.1. Introduction	160
10.2.2. Identification et analyse	161
10.2.3. Programmation et objectifs	168
10.2.4. Implémentation	169
10.2.5. Évaluation	171
10.3. Conclusions y dynamiques de groupe	172
10.4. Bibliographie sur papier et électronique	172
10.5. Sites web et ressources audiovisuelles d'intérêt	172

CHAPITRE 11. Les ateliers comme processus participatif pour la dissémination de la formation aux associations locales **175**

Akila Sellami Baklouti et Fatma Ghorbel

11.1. Phase 2: Conception participative des ateliers	175
11.1.1. Démarche et calendrier	175
11.1.2. Objectifs, méthodologie et évaluation des ateliers	177
11.2. Phase 3: Description des ateliers	180
11.2.1. Atelier 1: Nouvelle vision en montage d'un projet associatif: Une collecte de fournitures scolaires, tabliers et cartables pour la rentrée scolaires 2018/2019	180
11.2.2. Atelier 2: Culture Numérique, Protection et Gestion Emotionnelle dans l'Intervention Sociale	183
11.2.3. Atelier 3: Challenge "Lancer votre propre business sans baisser les bras"	187
11.2.4. Atelier 4-5: Orner sa roue des compétences avec le management des interactions sociales et la maîtrise des réseaux	193
11.2.5. Atelier 6: Gestion d'Organismes à travers les Nouvelles Technologies	198
11.2.6. Atelier 7: Savoir entreprendre en économie sociale et solidaire: appuis à la concrétisation des micro-projets	202
11.2.7. Atelier 8: Culture numérique et communication en ligne	208
11.3. Quelques remarques pour conclure	212

CHAPITRE 12. Évaluer le processus et les résultats: la voix des acteurs du projet "Genre, Technologie et Innovation Social en Tunisie"	213
<i>Marcela Iglesias-Onofrio</i>	
12.1. Introduction	213
12.2. Outils d'évaluation et suivi du projet	214
12.3. Résultats, limitations et estimation du processus	217
12.4. La voix des enseignantes	218
12.5. La voix des élèves formées: les femmes protagonistes du projet	220
12.6. La voix des élèves dans leur rôle de formatrices: leur expérience aux ateliers déroulés dans les associations locales	223
12.7. La voix des coordinatrices et de l'équipe technique du projet	224
12.8. Un projet amélioré et répliquable	225
12.9. Bibliographie	226
CHAPITRE 13. Coopération Internationale entre l'Université de Sfax et les Universités Espagnoles	229
<i>Fatma Ghorbel</i>	
13.1. Introduction	229
13.2. Accords-cadres de coopération	230
13.3. Projets de recherche dans le cadre de la coopération bilatérale	231
13.4. Projet genre, Technologie et Innovation Sociale au Tunisie	236
CONCLUSIONS	239
<i>Lucía Benítez-Eyzaguirre</i>	
CURRICULUM VITAE DES AUTEURS	243



INTRODUCTION

Par

*Lucía Benítez-Eyzaguirre
y Marcela Iglesias-Onofrio*

Ce projet de coopération internationale, développé par l'Université de Cadix (Espagne) et l'Université de Sfax (Tunisie) a cherché à atteindre le renforcement des capacités des femmes tunisiennes à l'utilisation des technologies et des pratiques communicatives, à travers l'apprentissage transformateur et collaboratif, afin de promouvoir l'égalité de la femme en matière d'accès au savoir, à l'emploi et à l'indépendance économique. Grâce au financement de l'Agence Andalouse de Coopération Internationale pour le Développement (AACID) de la Junta de Andalucía, pendant l'année scolaire 2017-2018 les deux universités ont réussi l'objectif de développer un programme de formation conjointe, en collaboration avec d'autres agents sociaux, à propos des connaissances et aptitudes reliées à l'utilisation de la technologie et le changement social, dès une stratégie de développement endogène et innovateur et dès une pratique solidaire et autonomisée qui contribuent au fait que les femmes tunisiennes deviennent des agents de transformation sociale.

Selon la méthodologie de la Recherche- Action Participative (RAP) et afin de renforcer l'effet multiplicateur de l'initiative sur les personnes bénéficiaires, le projet comprend trois phases consécutives pendant lesquelles on a cherché le transfert de connaissance et de ressources dès le contexte professionnel à l'universitaire et, à la fois, à l'espace de la société civile.

Dans la première phase du projet, le cours de formation «Agent de dynamisation sociale, gestion de technologies et innovation sociale», dirigé à des étudiantes tunisiennes de DEA/DESS de l'Université de Sfax et à des chefs d'entreprises et entrepreneuses de la ville, s'est réalisé. De février à avril 2018, un ensemble de 25 destinataires ont reçu 216 heures de formation, distribués en 9 matières: Internet et culture digitale; Innovation sociale; Software libre et connaissance ouverte; Gestion émotionnelle et empathie dans l'intervention sociale; Communication online et réseaux sociaux; Économie collaborative; Autonomisation, modèles

d'affaires et financement; Formatrice de formatrices, et Vie privée et sécurité dans les TIC d'une perspective sexospécifique.

La deuxième phase du projet, a eu pour but la conception des ateliers de formation, destinés aux membres d'une association civile. Les élèves formées pendant la première phase du projet, ont formé des équipes de travail et ont amorcé un procès participatif de recherche-action pour la définition des contenus de chaque atelier sur la base des besoins dépistés, conjointement, avec les associations locales. Les ateliers, dispensés par elles, se sont concrétisés pendant la troisième phase du projet, aux mois de juin et juillet 2018, et ont atteint 101 personnes bénéficiaires.

Ce tome recueille le matériel pédagogique utilisé pendant la première phase de la formation, dirigée aux premières femmes bénéficiaires, les propositions d'ateliers, que les élèves ont dispensés dans les associations locales, et l'expérience du projet dans son ensemble, y compris l'évaluation du procès et de ses résultats.

Donc, ce texte se structure à partir d'un premier chapitre où se présente le projet «Genre, Technologie et Innovation Sociale» en contexte: la société tunisienne et les opportunités du développement avec une approche sexospécifique, à partir de la recherche, action et participation comme modèle décentralisé d'action, cohérente avec la conception méthodologique.

Du deuxième au dixième chapitre, on présente le matériel pédagogique de la formation offerte le long des neuf matières, en présentant un bref développement des contenus, les exercices pratiques et l'évaluation, ainsi que le matériel bibliographique et un guide de ressources audiovisuelles.

L'onzième chapitre résume le processus de la conception participative et de la gestion des ateliers, de part des élèves, aux entités et associations civiles, y compris les contenus, la méthodologie et les ressources utilisés.

Le douzième chapitre présente les résultats obtenus après l'évaluation du projet dès la double méthodologie avec laquelle elle a été conçue, c'est-à-dire, l'Approche du Cadre Logique (ACL) et la RAP, y compris l'évaluation de tous les participants à propos des activités de chacune des trois phases et de l'actuation dans son ensemble et le long de sa réalisation.

Le treizième chapitre est dédié à la coopération universitaire internationale de l'Université de Sfax et ses homologues espagnoles, en particulier l'Université de Cadix. Les principaux accords et projets, qui se sont développés conjointement et qui, sans doute, contribuent à renforcer les liens de coopération parmi la Tunisie et l'Espagne, se présentent ici.

Pour finir, le livre expose les principales conclusions de cette expérience de coopération interuniversitaire, dans laquelle, la formation, la recherche et le transfert à la société civile, ont été menés au contexte tunisien avec des impacts constatés pour la deuxième fois, après la mise en œuvre de la première édition du projet au Maroc en 2016. La fructueuse répliquabilité du projet et l'intérêt manifeste par d'autres acteurs du secteur public et de la société civile tant en Tunisie qu'en Espagne, nous mènent à regarder au futur avec optimisme et à centrer l'effort dans un nouveau projet plus vaste dès le point de vue des objectifs, de ses actions et des partenaires participants.

L'efficacité montrée jusqu'à maintenant de l'alphabétisation numérique, l'entrepreneuriat et l'innovation sociale comme outils qui contribuent au développement local -malgré qu'il nous reste encore beaucoup à faire, là-bas et ici- nous encourage à suivre ce chemin. Nous espérons que ce livre puisse être d'utilité pour commencer d'autres nouveaux procès d'autonomisation de femmes disposées à transformer leur réalité sociale.



CHAPITRE 1.

Genre et technologie chez l'autonomisation des femmes tunisiennes. La vision depuis l'innovation et le développement social

Par

Lucía Benítez-Eyzaguirre

1.1. Introduction

Le développement local endogène a besoin de stratégies inclusives, innovantes où le genre et la technologie doivent être compris comme des éléments primordiaux pour que les transformations recherchées soient durables et solides. Pour cela, le projet «Genre, Technologie et Innovation Sociale» est conçu sous la logique de la recherche-action participative (IAP), par moyen de la formation technologique des entrepreneuses et des étudiantes de Sfax, en Tunisie, avec la participation d'autres agents sociaux de la région. Le développement de l'égalité au moment d'accéder à la connaissance, au travail et à l'indépendance économique est une voie d'autonomie promue par la communication comme l'outil le plus transformateur, soutenu dans la connaissance de la technologie numérique, conduit à une autonomisation nécessaire pour impulser le développement local de l'intérieur.

La formation que les femmes bénéficiaires ont reçue les conduit vers le diplôme d' 'Agent de dynamisation sociale, gestion des technologies et innovation sociale' mais, beaucoup plus important, elle fait qu'elles soient précieuses pour leurs communautés, vu que leur capacité professionnelle et ces connaissances transversales leur permettent de chercher des solutions aux besoins humains et collectifs du contexte, avec le développement d'espaces collaboratifs d'initiatives, dans la transmission de la formation, dans l'impulsion de projets d'innovation sociale ou dans l'assistance des demandes des organisations sociales et des femmes. Le projet a été formulé comme un modèle pour transférer des ressources technologiques et méthodologiques, vu que sa conception possède un potentiel multiplicateur grâce à sa vocation d'être transférable et applicable à d'autres réalités socioculturelles. D'ailleurs, il surgit de l'expérience déjà réalisée au Maroc sous le même titre et conception.

Avec une logique multidimensionnelle, la perspective de genre a impulsé le leadership des femmes en tant qu'agents de développement local, comme partie du renforcement social pour promouvoir la coopération avec des organisations de la société civile. L'exécution du projet a eu, cependant, le critère de l'équité et de l'égalité, dans les politiques de *mainstreaming* de l'UE, son orientation primordiale, cohérente aussi avec la Défense des Droits de l'Homme, et aussi depuis la promotion proactive et de discrimination positive de la femme.

L'initiative a été financée par l'Agence Andalouse de Coopération Internationale du Développement (AACID) de la Junte de l'Andalousie (Espagne), avec la participation de l'Université de Cadix (UCA), la Salle Universitaire du Détroit (AUE), et l'Université de Sfax, pour contribuer au leadership féminin dans le développement local de la base et adapté au contexte avec des solutions innovantes.

1.2. Les indicateurs du développement de la Tunisie et la situation des femmes

Pour nous approcher de la réalité de la Tunisie, on cherche le lieu qu'elle occupe dans l'indice du Développement Humain (IDH) (PNUD, 2014: 175), il s'agit du poste 96, à la queue de la zone haute de la liste, mais dans l'Indice de Développement de Genre elle descend jusqu'au poste 116. L'indicateur surgit de trois variables: une longue et saine vie, niveau de connaissance et convenable niveau de vie. L'espérance de vie de la Tunisie est de 75,9 ans, son taux de mortalité est de 6,2 pour 1000 habitants et son revenu par tête est de 10.440 €.

Au moment d'analyser la situation des femmes, on trouve des résultats très bas en éducation; les années de scolarisation prévues atteignent les 15, mais sur la moyenne des années de scolarité on commence à remarquer les différences, vu que chez les femmes elle est de 5.5 face à 7.5 chez les hommes (PNUD, 2014: 193). Concernant les femmes, 32,8 % a eu accès à l'éducation secondaire (même si cela ne veut pas dire qu'elles ont complété leurs études). Malgré les efforts du gouvernement tunisien, le taux d'analphabétisme chez les filles au niveau de l'éducation primaire est de 26,4 % face à 11,5 % chez les garçons, en outre, et malgré des taux élevés d'accès à l'université, où la majorité ce sont des femmes, les femmes diplômées ne sont pas suffisamment représentées dans le marché de travail: elles représentent seulement le quart des 3,2 millions de travailleurs actifs et leur taux de chômage est de 70 %. Au niveau de la politique, seul 31,3 % des sièges du Parlement est occupé par des femmes, et le taux des femmes travaillant à partir de 15 ans dans des emplois non qualifiés est de 25,1 %. Vu tout cela, l'indice d'inégalité de genre est de 24.

Concernant le contexte technologique, Internet en Tunisie dispose d'infrastructures très développées, étant donné qu'il s'agit du troisième pays africain et arabe et le 31^{ème} sur l'échelle mondiale, avec un taux de pénétration de 46,2 % en 2014. D'ailleurs, la Tunisie a été le premier pays arabe et africain à se connecter à Internet en 1991, même si le service n'a pas été public avant 1996. La Tunisie a accueilli en novembre 2005 la deuxième phase du *Sommet mondial sur la société de l'information* (SMSI) organisé par l'*Union Internationale des Télécommunications* (UIT), en acquérant beaucoup de reconnaissance internationale. Le gouvernement tunisien impulse les nouvelles technologies parce qu'elles constituent «un formidable outil pour la croissance économique», et considère qu'«il est nécessaire d'adapter le système éducatif aux possibilités offertes par ces technologies».

L'apprentissage online et le commerce électronique sont des secteurs prometteurs et le gouvernement tunisien a beaucoup investi dans les TIC et Internet.

Même si l'infrastructure physique a été modernisée, la Tunisie est restée derrière concernant la censure sur le web face à d'autres pays en développement du Moyen Orient et de l'Afrique du Nord, surtout pendant le gouvernement de Ben Ali. Dans le classement Mondial de Liberté de Presse de l'année 2016 (RSF, 2016), la Tunisie occupe le poste 96, en dessous de la Mauritanie (48) et en dessus de l'Algérie (129) ou du Maroc (131). Elle est montée en trente postes par rapport à l'année 2015, la croissance la plus importante de l'année selon souligne Reporters sans Frontières, organisation faisant lien entre la nouvelle information et la diminution de la persécution et les procédures légales contre les journalistes, même si l'accusation pour diffamation est toujours présente et est utilisée contre ceux dérangeant; pour cette raison la presse, des fois, est autocensurée.

Selon l'*Arab Social Media Report* (Mourtada & Salem, 2011), les tunisiens utilisent comme source préférée d'information Facebook avec 85 % d'utilisateurs, suivie de WhatsApp avec 78 %, YouTube avec 53 %, Instagram avec 37 %, Twitter 34 %, Google + avec 31 % et LinkedIn avec 15 %. La langue préférée pour la communication dans les réseaux est l'anglais.

Le rapport ne détache pas les informations selon le genre, par contre *The Role of Social Media in Arab Women's Empowerment* (Mourtada, et.al. 2011) le fait, de la Dubai School of Government, offrant des informations sur l'évaluation des femmes des réseaux sociaux: 85 % pense que les réseaux leur permettent de s'exprimer avec plus de facilité; 83 % remarque comment leur participation sociale a amélioré; 80 % pense que les réseaux autonomisent la femme pour être un modèle du changement

social; 76 % pense que les droits de la femmes avancent et 66 % pense qu'ils offrent des chances d'entrepreneuriat. En outre, ils apportent de l'information sur l'usage des réseaux pendant le Printemps Arabe: les femmes les ont moins utilisé pour partager de l'information sur les événements (25 % face à 30 %) mais elles ont été plus actives au moment d'organiser des actions et de coordonner des entretiens (9 % face à 3 %).

Après la Révolution de la Tunisie en 2011, l'Union Européenne s'est engagée à soutenir la transition vers la démocratie, la liberté et la justice sociale commencée par le peuple tunisien. Des associés naturels en ce qui concerne la géographie et les liens culturels et commerciaux, l'Union Européenne et la Tunisie, dans ce contexte, ont signé un «*Partenariat Privilégié*» en novembre 2012. Avec ce statut spécial, il a été révélé l'engagement de l'Union Européenne pour soutenir la transition tunisienne dans un contexte complexe pour la consolidation de sa démocratie et la mise en œuvre de la Constitution, dans une situation socioéconomique difficile, et avec la menace terroriste dans une zone fragile. On a spécifié dans l'accord, l'ambition partagée d'approfondir les relations bilatérales dans tous les secteurs possibles –politique, culturel, économique, commercial, en matière de sécurité–, ainsi que d'intensifier les échanges entre les sociétés européenne et tunisienne. Depuis 2011, la Tunisie est le premier bénéficiaire du Programme «*Umbrella*», reconnaissant les progrès en matière de démocratie et des droits de l'homme par moyen des réformes socioéconomiques pour la croissance inclusive, la compétitivité et l'intégration, la consolidation des éléments constitutifs de la démocratie et du développement régional et local durable.

Les relations Union Européenne-Tunisie ont progressé à partir de 2015 avec des résultats concrets dans la lutte contre le terrorisme et la prévention de la radicalisation, les négociations sur un

futur accord de libre échange, ou le soutien au secteur de l'huile d'olive, qui se concentre sur la région de Sfax. Et, en outre, en février 2016, l'Union Européenne a déboursé 75 millions d'euros en Tunisie au bénéfice de son budget national. Cet argent a été consacré à la réforme de l'administration fiscale, à la transparence et à l'amélioration de la gouvernance publique, à la lutte contre le chômage entre les jeunes, à l'amélioration de la compétitivité des entreprises et à améliorer et renforcer le système de formation.

1.3. Le rôle de la numérisation chez les femmes face au développement en égalité de genre

La formation numérique des femmes est devenue primordiale pour la progression sociale, pour l'exercice des droits et de leur influence dans les politiques publiques à partir de l'égalité de genre, pour le développement des sociétés les plus justes et inclusives, étant donné que l'usage et l'accès aux avantages des technologies sont la base de l'égalité des chances. La formation technologique. La formation technologique s'inscrit dans le droit humain à l'éducation et à la communication, vis-à-vis des changements technologiques et économiques qu'elle est entrain de connaître, à la fois qu'elle promeut le développement autochtone et, en parallèle, à l'amélioration de l'exercice des droits de l'homme, l'élimination de toute sorte de discrimination contre les femmes et l'éradication de la pauvreté, grâce à sa contribution à l'autonomisation économiques de celles-ci. Jusqu'à une date très récente, pas seulement en Tunisie mais dans le reste des pays du Maghreb, le développement scientifique et technologique n'a pas répondu aux besoins de la femme, devant être servis par la coopération et le transfert technologique; plus encore quand

l'effet des crises économiques et la pauvreté rendent difficile l'accès aux cercles de prise de décisions, à la santé, à l'éducation ou à l'emploi dans des conditions d'égalité, vu que ces situations d'urgence déplacent encore plus l'horizon nécessaire d'égalité inhérent au développement durable.

Pour essayer de contribuer à l'amélioration de la situation des femmes, le projet a été conçu comme un ensemble d'activités de recherche, de formation présentielle et virtuelle, par la création et la coordination des réseaux et des associations de stages numériques, dans un processus de transfert à partir des institutions scolaires jusqu'à celles sociales. Pour cela. Les lignes stratégiques sur lesquelles s'appuient ce projet passent par la formation technologique et numérique comme des instruments d'apprentissage et d'enseignement, et par le développement de la participation et de l'autonomisation numérique des femme, vis-à-vis au leadership social, économique et politique, comme des instruments de création de richesse et de développement humain. Il s'agit aussi d'impulser la création de réseaux d'information et de connaissance, par le travail collaboratif, par l'amélioration de l'autonomisation, des modèles d'affaires *online* pour l'amélioration de la distribution des produits locaux. Il s'agit d'impulser un modèle horizontal d'échange et d'innovation sociale basés sur le logiciel libre et l'accès ouvert, pour l'accès paritaire au droit à l'information et à la communication, ainsi que l'accès aux TIC, comme partie de l'exercice des droits de l'homme, de la justice sociale et de l'égalité des chances. Et aussi pour impulser la participation sociale et politique, ainsi que l'exercice de la citoyenneté numérique et de l'égalité.

Les objectifs proposés par moyen de ces activités sont transformatrices et, donc, l'évaluation des résultats ne pourra pas être immédiate. La capacité des intervenantes de s'approprier du modèle collaboratif et de la stratégie technologique dans

l'enseignement et l'apprentissage va assurer une bonne partie des résultats. Pour cela, on va développer l'usage de la technologie en fonction des besoins des personnes et de la communauté, en assimilant la création de réseaux et de l'apprentissage comme une autre façon de l'économie des soins et des affections, vu la bonne réponse de cette stratégie chez d'autres projets. Il s'agit d'un projet au public cible les femmes universitaires comme premières bénéficiaires, où on cherche la recherche, la formation, l'apprentissage et la collaboration entre les femmes. La participation de la femme est récompensée aussi dans la méthodologie que dans les actions concrètes, et de même, les critères, les indicateurs et les stratégies se développent avec une perspective de genre.

Malgré cela, il faut faire attention à quelques effets négatifs de l'usage de la technologie telle que le besoin de maîtriser le langage des systèmes et des processus informatiques, l'augmentation des outils technologiques, et le développement d'une culture entrepreneuriale favorisant la génération de richesse et d'activité économique desquelles les femmes puissent se bénéficier.

1.4. Le projet Genre, Technologie et Innovation Sociale en Tunisie

Le projet Genre, Technologie et Innovation Sociale correspond au Programme de Collaboration Spécifique entre l'Agence Andalouse de Coopération Internationale pour le Développement et l'Université pour la période 2015-2017, avec un financement de la part de l'Agence Andalouse de Coopération pour le Développement de 110.194,64 euros dans les lignes de travail liées à l'accès universel de la femme à tout le cycle de l'enseignement, l'élimination de discrimination contre la femme

et l'amélioration des conditions pour la création d'emploi. Sa viabilité a été assurée de la part de l'université de Cadix, par le Vice-rectorat de Responsabilité Sociale, Département Culturel et Services ainsi que celui de la Formation Universitaire du Détroit de l'UCA, qui a introduit un modèle pour transférer des ressources technologiques et méthodologiques entre ces pays, en ouvrant des espaces de débat et de participation primordiaux pour son développement.

La conception du projet a été alignée avec les Objectifs du Millénaire, à la fois qu'elle participe de façon claire aux approches nationales et au soutien aux politiques publiques nationales, elle s'occupe aussi des recommandations du IV Plan Directeur de la Coopération Espagnole (2013-2016), en vigueur au moment de sa formulation étant donné qu'elle envisage des actions transversales pour l'amélioration de la gouvernance avec une conception multiplicatrice où les compétences et les aptitudes se transfèrent vers la société civile et la citoyenneté. Dans cet aspect et dans la dimension de genre, elle coïncide avec le Plan Andalou de Coopération pour le Développement 2015-2018 définissant les principes opératifs, collectifs destinataires et les priorités géographiques que ce projet tient en compte dans toutes ses interventions. Il a tenu aussi en compte les recommandations institutionnelles gouvernementales et universitaires comme le Plan Directeur de Coopération de l'Agence Espagnole de Coopération Internationale, et celles de l'Observatoire de Coopération Universitaire au Développement.

La définition de la méthodologie, des contenus et des procédures qui ont orienté le projet, a compté sur l'élaboration conjointe de l'Université de Sfax, institution avec laquelle il a été développé une coordination approuvée sur chacune des phases du processus. Quant à l'université tunisienne, l'équipe de coordination a été formée par les professeurs Akila Sellami

Baklouti et Fatma Ghorbel, par contre, celle de l'Université de Cadix a été formée par les Professeurs Lucía Benítez Eyzaguirre et Marcela Iglesias Onofrio. En plus, dans l'équipe technique, on souligne l'intervention de la Formation Universitaire du Détroit et de son Coordinateur, Jesús Gómez Morales, à vaste trajectoire concernant la gestion de projets, et María Rubio Chaves, en tant que technicienne chargée de ce domaine. Il a été formé un groupe de travail pour la supervision et l'amélioration des ateliers de formation et de transfert à la population civile, l'adaptation technologique et de méthodologie, ainsi que pour la gestion et le développement, dans chacun des domaines traités, des recommandations nécessaires pour sa propagation à d'autres domaines sociaux et communautaires.



Equipe de Coordination pendant la réunion de lancement du Projet à l'Université de Cadix



Equipe de Coordination pendant la reunion de suivi du Projet à l'Université de Sfax

Une commission paritaire des deux universités a été chargée de la sélection en abordant un critère de discrimination positive au bénéfice des femmes comme principales destinataires de ce projet. A leur tour, les étudiantes formées et sélectionnées ont dû définir les actions d'implémentation dans leur communauté et le public destinataire, analysé de façon critique pour développer les actions à intérêt élevé pour le transfert socioculturel de la technologie et ses usages, ainsi que les communautés locales et rurales auxquelles seront destinées les actions.

Tout cela a permis le travail en réseau comme un processus décentralisé de participation dans le propre contexte de l'université et, spécialement, face à la population locale, pour chercher de meilleurs résultats en formation et en appropriation, en promouvant le renforcement de ses structures internes et celui des organisations de la société civile.



Assistants à l'Acte inaugural de lancement du projet à l'Université de Sfax



Equipe de Coordination pendant l'Acte inaugural du Projet

Les deux universités comptaient déjà avec des expériences précédentes de coopération desquelles a apparu un niveau optimal de collaboration et de communication, qui a servi de motivation pour que les deux institutions envisagent de développer de façon conjointe un modèle pour partager les bonnes pratiques et pour transférer des outils méthodologiques et technologiques renforçant la dimension socioculturelle de ses politiques de développement communautaire. Pendant l'exécution du projet, il a été développé deux autres projets en coopération, à partir de la convention bilatérale signée en 2015: le projet de mobilité *Erasmus plus KA107*, ainsi que celui appelé «*Satelit*», de la convocation du programme «*Capacity Building*» ayant comme principal objectif le développement des synergies entre l'enseignement supérieur, la recherche et l'innovation dans les pays du Maghreb, pour l'amélioration de l'innovation dans un contexte en cours de transition vers une économie productive et génératrice d'emploi en Méditerranée.

L'Université de Sfax a une grande expérience en coopération avec les universités espagnoles et a aussi participé à deux projets TEMPUS: *Exporting Master Programme in Enterprise System Engineering to Jordan, Syria, Tunisia and Egypt* (2012-2015) et le *Pathway within the undergraduate IT Programs, SAGE* (2013-2016) avec des universités européennes et du Maghreb. Il faut savoir que la Tunisie, depuis janvier 2016, est le premier pays arabe associé au Programme de Recherche de l'Union Européenne «*Horizon 2020*», offrant des chances aux chercheurs et aux étudiants universitaires tunisiens. De son côté, l'Université de Cadix, à travers la Formation Universitaire du Détroit (AUE), s'occupe des projets de coopération avec le Maghreb depuis 2001, en promouvant la qualité des relations, ainsi que l'effet international et la répercussion dans toute la province de Cadix. Ses activités, les plus diverses, se basent sur la connaissance et la multidisciplinarité, avec des méthodologies envisageant le

multilatéralisme ayant permis de rassembler des professeurs, des étudiants, des professionnels et la société civile de l'Espagne et du Maghreb. Il y a une information intéressante de l'Université de Sfax consistant en que pendant l'année scolaire 2014/2015, le chiffre des femmes inscrites doublait celui des hommes: 24.244 face à 12. 914.

1.5. L'IAP pour s'approcher aux problèmes humains et sociaux depuis la perspectiva de genre

Les femmes bénéficiaires ont fait partie de la prise de décisions, de l'adaptation aux besoins sociaux et de l'appropriation de la formation et des pratiques technologiques. La conception du projet a été réalisée dans la méthodologie de la recherche-action participative (IAP) depuis la perspective de genre comme une approche décisive pour atteindre le développement social endogène, à partir de la proposition de la communication pour le développement en tant que processus transformateur. La méthodologie est innovante dans les domaines d'intervention, aussi universitaire que sociale, ainsi que pour le public destinataire, étant donné qu'elle est orientée à l'amélioration de l'organisation et au développement social mené par des femmes. On a traité aussi, à partir de la conception de la formation et de la recherche, que les actions du projet aient des conséquences sur la communauté et les entités et associations de la région et sur le développement des compétences principales chez la société tunisienne. Depuis l'IAP, on a promu la détection de barrières pour la participation égalitaire, non seulement en matière de genre, mais aussi en s'occupant des capacités, de la culture et de la position sociale. Comme stratégie inclusive, les diagnostics de situation ont été accompagnés d'une approche interculturelle de reconnaissance

de la valeur de la différence dans les organisations sociales, aussi dans les espaces de formation que dans les associations, pour intégrer la valeur ajoutée qu'ils apportent à la consécution des objectifs. La structure universitaire et la communauté ont été considérées comme destinataires du projet, en donnant la priorité aux femmes, ainsi que l'Institut d'Informatique et Multimédia de Sfax, le troisième secteur, le secteur social, les entités sociales, les ONG, les associations de différents domaines d'intervention et la population en général. Face aux collectivités participantes, on envisage le concept d'appropriation comme partie de la dynamique active et de la création de synergies avec d'autres interventions de développement appliquées dans le même territoire et secteur depuis la perspective de la coordination et de la complémentarité.

Le projet a eu pour objet la reproduction des activités réalisées dans le projet précédent de «Genre, Technologie et Innovation Sociale» réalisé au Maroc avec l'Université Abdelmalek Essaâdi de Tanger, mais avec quelques considérations et améliorations résultat de l'IAP et des conclusions de ce projet. On a renforcé la charge horaire pour les systèmes de gestion de contenu comme WordPress ou Blogger ou pour la plateforme Drupal, on a modifié la méthodologie dans un des cursus pour l'envisager à partir du modèle *Flipped Classroom* et on a incorporé à la formation un nouveau module de formation sur la cybersécurité —selon l'expérience du Printemps Arabe—, finalement appelé «Vie privée et sécurité chez les TIC depuis une perspective de genre».

Les actions pour la formation technologique et numérique des femmes ont besoin d'une approche multidisciplinaire se basant sur des actions différentielles adressées à de différents secteurs, à développement long et intégré. L'approche technologique a incorporé la sensibilisation, la formation, la visibilité de la position et le travail des femmes, mais aussi l'attention à l'économie de

soin, en tant que vecteurs primordiaux pour l'innovation sociale. Tout cela est orienté vers l'obtention de la meilleure gestion des ressources disponibles à partir de l'intervention avec des valeurs de genre et de la durabilité de la part des entités et des réseaux locaux. Les activités ont été envisagées avec le but de renforcer une société civile active à partir de l'autonomisation des femmes pour réclamer les droits fondamentaux et produire des changements sociaux vers une transparence plus grande, ainsi que pour la lutte contre la pauvreté et la conscience sociale. Les vecteurs d'innovation du projet se basent sur le transfert d'outils consacrés à l'amélioration de la qualité de vie des femmes et des communautés à partir des développements préférentiels basés sur un logiciel libre.

Cette intervention souhaite obtenir des bénéfices de formation, d'autonomie et de création de capital social entre les publics but, à partir de l'alphabétisation numérique et de l'appropriation des TIC, ainsi qu'à partir de l'implémentation d'actions consacrées à l'amélioration des chances dans le développement professionnel entre les femmes. La recherche et la génération de stratégies de genre sont comprises aussi pour la transformation de la vie quotidienne et de ses communautés d'origine.

1.6. Le travail en réseau comme modèle de travail et de méthodologie

L'implication et la participation des secteurs destinataires du projet ont été définies depuis le début comme une société relationnelle, déterminant l'implication nécessaire conjointe et coopérative —d'égal à égal— des agents, ainsi que de la société civile organisée, pour la transformation sociale et le développement communautaire. L'implication des entités et des

institutions locales et leur participation active ont été cherchées à partir du concept d'appropriation, ainsi que les synergies avec d'autres interventions de développement appliquées dans le même territoire et secteur à partir de la perspective de la coordination et de la complémentarité. Pour cela, l'initiative a été envisagée comme un processus décentralisé de participation dans l'université, mais aussi face à la population locale, par trois différentes phases avec lesquelles on a voulu atteindre une stratégie de multiplication des résultats et à la fois une grande proximité aux besoins réels des associations de la zone.

Dans la première phase du projet, il a été dispensé un total de neuf matières adressées aux étudiantes post-universitaires de l'Université de Sfax, ainsi qu'aux femmes entrepreneuses de la région. Au bout de neuf semaines, il a été dispensé les matières suivantes à un ensemble de 25 destinataires: Internet et culture numérique; Innovation sociale; Logiciel libre et connaissance ouverte; Gestion émotionnelle et empathie dans l'intervention sociale; Communication *online* et réseaux sociaux; Economie collaborative; Entreprenariat; modèles d'affaires et financement; Formatrice de formatrices, et Vie privée et sécurité dans les TIC à partir de la perspective de genre. Les enseignantes ont été sélectionnées entre des professionnelles prestigieuses aussi espagnoles que tunisiennes. Au bout de 216 heures de formation, les élèves ont été formées pour former des communautés locales en utilisant des outils numériques et de communication et ont eu le diplôme d' «Agent de dynamisation sociale, gestion de technologies et innovation sociale».



Groupe d'élèves du cours de formation



Présentation et évaluation des ateliers proposés par les élèves

Dans la deuxième phase, les élèves ont conçu des ateliers consacrés à la communauté de Sfax, en définissant leurs contenus et la méthodologie par un travail en groupe, en adoptant des dynamiques de groupe et sous le conseil des coordinateurs du projet et des professeurs. Pour l'élaboration des ces propositions, des groupes de travail ont été formés entre les élèves ayant affronté la mission d'adapter leur CV et les apprentissages de ce projet aux différentes associations et entités dans lesquelles se réaliseraient —pendant la troisième phase— les ateliers consacrés à la société civile. La proposition de ces groupes part, en principe, du fait que l'autonomie conceptuelle et opérative assure que les actions à développer doivent répondre à la réalité et aux besoins de la population en général. Pour cela, les étudiantes ont conçu les contenus de la formation et les ateliers de transfert, de l'adaptation technologique et de la méthodologie et se sont chargées de la gestion pour la propagation de l'expérience à d'autres domaines sociaux y communautaires.



Préparation du matériel didactique pour les Ateliers

Le diplôme d' «Agent de dynamisation sociale, gestion des technologies et innovation sociale» autorise les femmes ayant reçu la formation initiale à dispenser les ateliers dans les associations et les organisations civiles, selon les besoins et les demandes. Ce travail a eu, à part la reconnaissance, une rémunération économique, en tant qu'encouragement à la mise en pratique des connaissances acquises pendant une vie d'étude et de formation étant donné le besoin de récompense d'autant de formation et d'effort.



Les ateliers dans des associations locales



Travail en groupe pendant les Ateliers de formation



Dynamiques en groupe pendant les Ateliers



Groupe d'assistantes à l'Atelier



Groupe de participantes d'un Atelier



Groupe d'élèves pendant la célébration du cours de formation

1.7. La formation dans le diplôme «Agent de dynamisation locale, gestion des technologies et innovation sociale»

Le cours de formation «Agent de dynamisation locale, gestion des technologies et innovation sociale» a formé les étudiantes comme des agents de changement et d'alphabétisation numérique à partir de l'usage des outils numériques et des stratégies de communication, comme des instruments de création de richesse et de développement humain.

1.7.1. Structure, contenu et méthodologie

Le cours, à caractère semi-présentiel, était d'un total de 216 heures, pour un total de neuf matières spécifiques, chacune de celles-ci représentait un total de 24 heures de formation, desquelles 16 présentiels et 8 non présentiels, dispensées en deux modules. Le premier de ceux-ci a reçu le nom d'*Innovation Sociale* pendant que le deuxième a été appelé *Entreprenariat*. Les titres des matières et la conception de l'enseignement sont compris dans le Tableau 1.

Tableau 1. Programme académique du cours

Contenus	Heures
MODULE: INNOVATION SOCIALE	96
1. Internet et culture numérique	24
2. Innovation sociale	24
3. Logiciel libre connaissance ouverte	24
4. Gestion émotionnelle et empathie chez l'intervention sociale	24
MODULE: ENTREPRENARIAT	120
5. Communication numérique et réseaux sociaux	24
6. Economie collaborative	24
7. Entreprenariat, modèles d'affaires et financement	24
8. Vie privée et sécurité dans les Technologies de l'information et la Communication à partir d'unen perspective de genre	24
9. Formatrice des formatrices	24
TOTAL	216

Les cours présentiels ont été dictés pendant une période de deux mois et demi, à raison d'un cursus par semaine, et ont été développés au siège du rectorat de l'Université de Sfax avec un exposé magistral des contenus théoriques et le développement d'exercices pratiques en groupe. Pour la formation non présentielle on a compté sur la Formation Virtuelle de l'UCA,

à travers laquelle ont a développé des séances de tutorat, on a fourni le matériel de lecture, on a créé un forum comme espace de communication virtuel entre les enseignants et les élèves et on a remis et qualifié les travaux pratiques d'évaluation de chaque matière.

Image 1. Formation Virtuelle du Cours de formation

Universidad de Cádiz
Campus Virtual

Bienvenus!

GÉNERO, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN SOCIAL EN TÚNEZ
GENRE, TECHNOLOGIE ET INNOVATION SOCIALE EN TUNISIE

MODULE : INNOVATION SOCIALE

Matière 1: Internet et culture numérique
Prof. Estrella Sendra

Date et horaire: lundi, mardi, mercredi et jeudi de 9 à 13h, du 5/2 - 8/2.
Lieu: Université de Sfax.

- Fiche pédagogique
- Bibliographie / textes de références
- Matériel pédagogique / Presentation du cours
- Forum
- Travail d'évaluation
- Questionnaire d'évaluation

Les cours ont été dispensés à partir d'une méthodologie collaborative et participative, en comprenant des dynamiques de groupes et des travaux pratiques en groupe. En harmonie avec l'objectif du projet, on a essayé d'augmenter le travail en groupe et la création d'une communauté d'apprentissage collaboratif entre les élèves.



Travail en groupe pendant les cours de la formation



Dynamiques en groupe pour la création de réseaux

1.7.2. L'évaluation des compétences et des capacités

Le système d'évaluation pour obtenir le diplôme exigeait comme conditions la remise et la réussite des neuf travaux de chacune des matières, ainsi que l'assistance au quatre-vingt pour cent des cours présentiels et la participation à la conception des ateliers et leur mise à disposition, consacrés à la population locale de Sfax et à la région. Chaque matière a été évaluée par une activité en groupe conçue par l'enseignante chargée. L'activité avait besoin, pour son élaboration, d'approximativement huit heures non présentiels de la matière. Les groupes d'élèves comptaient sur l'encadrement virtuel des enseignants pour résoudre les doutes pouvant surgir. Suite à la remise des travaux sur la plateforme virtuelle, on a supervisé les projets, avec des commentaires arrivés aux différents groupes par courrier de la Formation Virtuelle. De cette façon, la note finale de la formation a correspondue à la moyenne des notes obtenues dans les neuf travaux.

La sujet le plus complexe a été celui concernant la conception des ateliers et le transfert de la connaissance professionnelle et les compétences et les habiletés acquises pendant la formation du diplôme récemment obtenu. Le processus a été développé au terme de la formation par des réunions de travail présentiels avec les associations bénéficiaires et/ou par la plateforme virtuelle sous le conseil des enseignants. Suite à la conception et à présentation des ateliers devant un tribunal composé par les coordinatrices tunisienne, les propositions ont été évaluées suivant les critères de qualité mentionnés sur le Tableau 2.

Tableau 2: Critères de qualité de la proposition de l'Atelier

1) La proposition générale de l'atelier s'adapte au besoin et à l'intérêt de la communauté où il va être mis à disposition.
2) Les objectifs de l'Atelier sont correctement envisagés et sont susceptibles d'être atteints avec le développement de l'atelier.
3) La méthodologie de l'atelier répond au format des dynamiques participatives et a un caractère innovant.
4) Les contenus sont suffisamment travaillés et s'adaptent aux objectifs envisagés.
5) Les ressources de formation (matériaux élaborés pour la conception de l'atelier) sont idéales et créatives.

Chaque groupe d'élèves a reçu les évaluations du Tribunal et les recommandations correspondantes pour améliorer leurs propositions. Les fiches techniques des Ateliers dispensés se trouvent dans le Chapitre 11.

1.8. La structure des contenus du matériel des enseignants

Dans ce manuel, comprenant aussi l'expérience du projet en Tunisie, les contenus développés par les enseignants pendant la formation ont été systématisés avec l'objectif de faciliter leur transfert et appropriation. Pour cela, dans les chapitres de 2 à 10 on a recueilli les renseignements détaillés concernant chacun des huit cursus, avec la structure résumée ci-après:

- 1) Présentation, objectifs et méthodologie.
- 2) Résumé des contenus.
- 3) Exercices pratiques, dynamiques en groupes et exercice d'évaluation.
- 4) Bibliographie imprimée et électronique.
- 5) Sites web et ressources audiovisuelles d'intérêt.

1.9. Bibliographie

- Mourtada, Racha & Salem, Fadi (2011). Civil Movements: The Impact of Facebook and Twitter. *Arab Social Media Report, 1(2)*, May 2011.
URL: <https://goo.gl/qcLnKz>
- Mourtada, Racha; Salem, Fadi; Al-Dabbagh, May & Gargani, Ghalia (2011). The Role of Social Media in Arab Women's Empowerment. *Arab Social Media Report, 1(3)*, November 2011.
URL: <https://goo.gl/5DZcWn>
- PNUD (2014). Informe sobre el desarrollo humano 2014. Sostener el Progreso Humano: Reducir vulnerabilidades y construir resiliencia. URL: <https://goo.gl/d7AZyS>
- RSF (2016). Clasificación Mundial de Libertad de Prensa del año 2016. URL: <https://goo.gl/LU6WER>



CHAPITRE 2.

Internet et culture numérique

Par
Estrella Sendra

2.1. Présentation, objectifs y méthodologie

2.1.1. Présentation

Aujourd'hui, on est entouré par les médias. Le seul fait d'habiter dans le monde contemporain «médiatisé» nous fait répondre de manière active aux médias. C'est à partir des médias qu'on est informé des affaires politiques, sociales, économiques et culturelles de notre société. C'est aussi à partir des médias qu'on connaît d'autres cultures dans le monde.

Avec la numérisation de la culture depuis l'avènement de l'internet cette médiatisation s'est accentuée encore plus. Elle s'étend dans plusieurs sphères de la vie, l'éducation (avec des campus virtuels et sites de recherches numérique); le travail (avec des e-mails, travail en ligne, et visibilité numériques des projets et profils professionnels, comme LinkedIn); la socialisation (avec les réseaux sociaux, y compris Twitter, Facebook, et des applications mobiles pour des rencontres en ligne); la consommation des produits à travers la vente en ligne (online shopping, par exemple, sur Amazon); mais aussi dans la communication et la culture, où plusieurs voix sont possibles et accessibles, souvent avec une portée internationale, à travers l'internet, ce qui a des implications au niveau politique, avec des espaces pour l'activisme; et culturelles, avec une diversification des modèles de références et ainsi, une opportunité de contester et défier les représentations stéréotypées des plusieurs réalités dans les médias traditionnels.

La numérisation a donné lieu à une transition des consommateurs à «prosommateur» (producteur + consommateur), et un contexte favorable dans lequel mettre en place des différentes initiatives. Pourtant, la numérisation entraîne aussi une richesse d'information dans laquelle la fiabilité des sources présente un risque à ne pas ignorer. Également, si bien avec l'internet il y a une plateforme virtuelle où l'on peut donner visibilité aux plusieurs projets, ceux-ci risquent de ne pas être accessibles si l'on ne connaît pas les outils de marketing numérique nécessaires.

Ce cours envisage d'offrir une introduction théorique sur l'avènement de l'internet et ses implications dans la culture et communication. Il est composé de quatre sections, qui correspondent aux quatre séances de quatre heures du cours 'Internet et Culture Numérique.' Chaque séance aborde un sujet différent mais est aussi très liée aux restes des séances, ce qui permet aux étudiants de voir le cours dans sa globalité et établir encore plus des relations entre les différents aspects de la numérisation médiatique. À partir d'une réflexion théorique et critique sur ce sujet, ce cours propose aussi un rapprochement pratique au monde de la culture numérique, qui pourra permettre aux élèves de mettre en ouvre plusieurs initiatives de communication et culture numérique dans la pratique professionnelle médiatique.

2.1.2. Objectifs

Le cours 'Internet et Culture Numérique' a comme objectif général faire comprendre aux étudiants les changements dans le modèle de communication avec la numérisation, les implications de cette numérisation dans la culture et la communication, ainsi que donner des compétences basiques pour mettre en place des projets numériques dans le domaine de la communication et la culture.

Les objectifs spécifiques du cours sont de permettre à l'élève:

1. D'obtenir une fondation théorique pour comprendre le contexte actuel dans le secteur de la communication et la culture.
2. D'acquérir des outils critiques pour se situer dans le milieu numérique pas seulement en tant que consommateur, mais en tant qu'entrepreneur, producteur, créateur et analyste.
3. De réfléchir sur les avantages, inconvénients et défis de l'internet et la culture numérique.
4. D'identifier des secteurs qui pourraient être d'intérêt pour la pratique professionnelle de la communication, internet et culture numérique.
5. D'avoir des outils pratiques pour élaborer des blogues et sites Web avec Blogger, WordPress et Wix.com, et savoir comment structurer les contenus à mettre.
6. De connaître les mécanismes de marketing numérique, y compris SEO et SEM, et l'importante de l'interaction pour le langage numérique.
7. D'améliorer les compétences en recherche numérique.
8. Apprendre à pitch une idée.

2.1.3. Méthodologie

Afin d'obtenir les objectifs signalés dans la durée du cours proposée, la méthodologie à suivre est mixte.

Chaque séance est composée d'une classe magistrale de 45 minutes sur un sujet spécifique par rapport à l'internet et la culture numérique. Cela permet aux étudiantes d'avoir une base à partir de laquelle réfléchir et mettre en pratique les matières étudiées.

Suivant une pause de 15 minutes, la méthodologie adoptée est celle d'un séminaire d'une heure de temps où les étudiantes réfléchissent et échangent sur la matière exposée par la professeur. L'objectif du séminaire est de s'assurer de la compréhension de concepts enseignés par les étudiants. À partir des questions dirigées, les étudiants, divisés en groupes de 4 ou 5 personnes (différents chaque séance), auront l'opportunité d'échanger des idées et clarifier des doutes, ainsi qu'illustrer leurs arguments avec des exemples. Les idées générales seront partagées oralement avec le reste des groupes, afin de faire, au même temps, une liste des points d'apprentissages acquis à partir des discussions des groupes.

Finalement, après une dernière pause de 15 minutes, les étudiants sont divisés en groupes de 4 ou 5 personnes pour mettre en place une activité pratique, qui permettra aux élèves d'avoir les compétences nécessaires pour l'application pratique des matières enseignées. Les étudiants pourront choisir ce groupe et le changer chaque séance selon leurs choix. Cela permettra aux élèves d'avoir les compétences nécessaires pour l'application pratique des matières enseignées et trouver des points en commun avec d'autres élèves afin de pouvoir choisir le groupe final avec qui travailler pour le travail d'évaluation en groupe.

2.2. Résumé des contenus

2.2.1. Séance 1: Introduction au contexte actuel médiatique: l'avènement de l'internet dans les médias

2.2.1.1. Les changements technologiques et les nouveaux modèles de communication

Les origines de l'internet se trouvent à ARPANET, un réseau informatique mis en place par Advanced Research Projects Agency (ARPA) en septembre 1969. Cela permettrait à plusieurs ordinateurs d'être connectés pour mieux travailler ensemble. Après il fallait la connecter avec d'autres réseaux informatiques. En 1988 la fondation américaine National Science (NSF) a commencé à utiliser ARPA-INTERNET, avec une privatisation dans les années 90 où plusieurs fournisseurs de services internet ont construit et commercialisé leurs réseaux. Ainsi, l'internet s'est rapidement propagé en tant que réseau global de réseaux informatiques (Castells, 2001: 10-12).

C'est dans l'année 1995 qu'on a assisté pour la première fois à l'usage répandu du World Wide Web, avec 16 millions d'utilisateurs des réseaux de communication. La chiffre a augmentée à 400 million dans l'année 2001(Castells, 2001: 3) et à 3.2 billions dans l'année 2015. Si moins d'un pour cent des personnes avaient accès à l'internet dans l'année 1995, aujourd'hui plus de 40 per cent de la population mondiale à accès à connexion internet (<http://www.internetlivestats.com/internet-users/>). Si bien le chiffre continu à augmenter, il ne faut pas perdre de vue que la plus partie de la population n'a pas d'accès à l'internet. Ici, on se concentre alors sur les changements technologiques avec l'avènement de l'internet et ce que cela a signifié pour le domaine de la communication.

Étudier l'internet implique aussi l'étude de notre jour à jour à travers de l'utilisation de l'internet. La numérisation a donné lieu à des changements technologiques qui ont aussi modifié nos modèles de communication. Comme Manuel Castells déclarait déjà en 2001, "l'internet est le tissu de nos vies" (Castells, 2001: 1). Si MacLuhan parlait de la "galaxie Gutenberg", d'après Castells on se trouve dans la «galaxie internet» (Castells, 2001: 3).

Plusieurs chercheurs ont souligné les avantages de l'avènement de l'internet dans les médias, en l'attribuant un potentiel de créativité, collaboration, interaction et ainsi, de transformer les modèles de communication. L'internet amène des nouvelles formules de recherche d'information et de communication avec les autres, ainsi qu'une plateforme d'expression sociale, politique et artistique. Si traditionnellement le modèle de communication était linéaire, d'un émetteur à un récepteur, les nouveaux modèles de communication sont considérés multidirectionnel, avec l'espace pour les commentaires, l'échange, et la contestation. L'internet permet aussi, pour la première fois, la communication entre plusieurs personnes au service d'autres personnes qui peuvent accéder à cette information et participer dans la communication, à une échelle globale.

L'internet englobe une série d'aspects, ainsi que les infrastructures technologiques interconnectés, les logiciels et architectures fermés (closed source software, CSS), et à source ouverte, ainsi que Google, Firefox, Safari, Internet Explorer, Wikipédia; le langage informatique pour faire l'internet accessible aux personnes de plusieurs bagages culturels; les e-mails, chats et messages instantanés; les blogs et réseaux sociaux, y compris Facebook; les jeux sur ordinateur; etc. (Green, 2010: 3). Bref, l'internet constitue la base technologique pour le réseau qui caractérise l'âge de l'information dans laquelle on se trouve, mais aussi pour plusieurs activités économiques, sociales, politiques et culturelles

dans le monde, dont les dimensions sociales n'ont pas encore été étudiées suffisamment. Cette omniprésence de l'internet a donné lieu à un nouveau type de société, celle des réseaux. Les réseaux ont toujours existés, en tant qu'ensemble de codes interconnectés, mais aujourd'hui elles ont pris une nouvelle forme, en se transformant en réseaux d'information.

Les technologies d'information et communication numériques offrent un environnement favorable pour gérer avec la complexité, avec la possibilité de coordonner plusieurs tâches au même temps, dans une forme d'organisation et communication horizontales. Comme Castells a constaté il s'agit d'une technologie "particulièrement malléable" (2001:5), avec laquelle on peut expérimenter pour répondre aux différents besoins.

L'internet est une sorte d'archive numérique globale. Pourtant, au même temps, elle peut donner lieu à une situation d'amnésie culturelle. Pour que l'information ne meure pas, il faut que le langage soit interactif, qu'on l'utilise, qu'on le conteste, qu'on le modifie. C'est à dire, il faut une mise à jour continuée, ainsi qu'une création de connexions constante entre l'information nouvelle, celle qui existait et celle qui viendra.

Avec l'internet, les médias deviennent accessibles «n'importe quel moment ou lieu» et spécialement dynamique. Avec la numérisation, il y a aussi une marchandisation de l'information. C'est à dire, elle devient un produit à consommer. Pourtant, il y a certaines contradictions, car la numérisation implique aussi une démocratisation de l'information, qui devient gratuit est accessible à tous (avec de l'accès à l'internet). Pourquoi alors payer pour consommer cette information? Mais, comment soutenir le travail artistique dans l'environnement numérique? C'est un domaine qui ne cesse pas de changer, ce qui fait indispensable la formation sur les technologies de l'information et ainsi l'acquisition des

compétences numérique afin de bénéficier l'organisation et les différents réseaux qui font partie de la vie de chacun. On fournit ici une liste des plusieurs compétences numériques à approfondir pendant la formation.

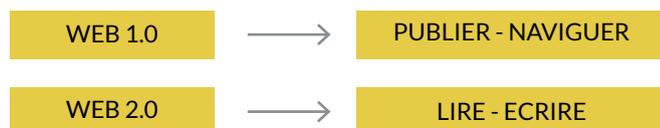
Compétences numériques
Usage des outils numériques de manière efficace.
Compréhension du langage numérique d'hypertextualité et multi-modalité.
Intégration des nouvelles logiques numériques dans le travail professionnel.
Capacité d'expérimentation, réflexion et créativité par rapport aux outils numériques.
Navigation sur internet de manière efficace.
Localisation et sélections des différentes sources d'information et capacité de discerner leurs fiabilité.
Communication efficace, collaborative et participative.
Identification des nouveaux espaces et plateformes virtuelles pour mettre en place des projets.
Connaissance du milieu numérique et mise à jour constante.

2.2.1.2. L'évolution du Web, du 1.0 au 4.0: communication, concepts et technologies

L'internet est une technologie particulièrement malléable et dynamique. Voilà pourquoi les sites ont beaucoup changé depuis les premiers portails d'information en ligne. Les transformations constantes envisagent l'amélioration de l'expérience des utilisateurs et le trafic indéfini dans l'espace numérique. Cela est possible à travers de l'établissement du langage numérique, de plus en plus multidirectionnel, et participatif. Le point d'inflexion dans cette direction est arrivé avec le Web 2.0, qui succède le premier modèle des Web 1.0. En fait, Ann Bell définit le Web 2.0 en tant que «révolution silencieuse qui est entrain de dépasser l'internet et qui affecte comment les personnes, éducateurs et étudiants recherchent, collaborent, communiquent et récupèrent toute information» (Bell, 2009:1).

Le Web 1.0 opérait en mode lecture seule, avec un système basé sur l'hypertexte. C'est à dire, il était composé des textes qui contenaient des liens vers d'autres documents qui fournissaient des informations supplémentaires. Il pouvait aussi inclure des graphiques et des effets multimédia, mais sur des pages statiques, pas nécessairement mises à jour. Cela veut dire qu'au début le World Wide Web ne pouvait pas échanger information avec d'autres systèmes au sein de sa propre organisation. Toutes les données étaient autonomes. Les utilisateurs des Web 1.0 étaient réduits à lecteurs et consommateurs. Ces rôles ont changé avec l'avènement de le Web 2.0, même si dans l'actualité il y plusieurs formats Web, ce qui veut dire que le Web 1.0 n'a pas disparu.

Figure 1. Évolution du format Web

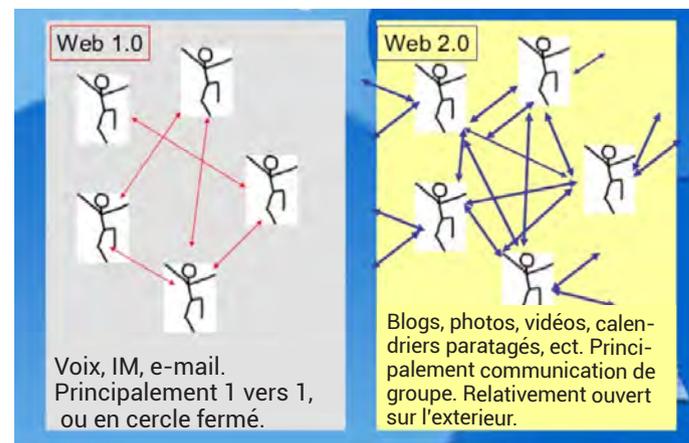


Source: Estrella Sendra, 2018

Le concept de Web 2.0 a commencé dans une session de brainstorming dans le cadre d'une conférence avec Tim O'Reilly et MediaLive International en 2004 (Bell, 2009: 2). Web 2.0 était un terme pour désigner «une deuxième génération de communautés en ligne et services hébergés destinés à faciliter la collaboration et partage parmi les utilisateurs» (Bell, 2009: 2). Le Web 2.0 départ d'un format OpenSource, c'est-à-dire, ouvert, dans lequel tout ce qui a des compétences en programmation est invité à utiliser, modifier ou mélanger un programme avec un autre complètement indépendant (ibid.). Il utilise la technologie HTML, CSS, DOM, etc. Le niveau d'interaction augmente considérablement dans le Web 2.0. Les utilisateurs créent et partagent des informations, en collaborant avec les autres. Le Web 2.0 permet aussi d'avoir une navigation plus facile, de trouver de résultats plus précis pour la recherche, de communiquer plus facilement avec des collègues, de partager des connaissances et de collaborer avec plusieurs auteurs. Au fait, l'idée d'auteur est dépassée avec le Web 2.0 étant donnée son dynamisme, interaction et sens de partage.

Le communication Web 2.0 permet aux personnes de se communiquer sans la surveillance du gouvernement ou corporations, en permettant un environnement favorable pour la liberté d'expression. Cela a donné lieu aussi à des préoccupations par rapport aux contenus publiés dans une manière destructive ou irrespectueux avec certaines communautés. Des exemples de Web 2.0 sont Skype, Twitter, Wikipédia et Youtube.

Figure 2. Le nouveau visage de la communication



Source: CC Licence. Duflanc, 2007

Mais, pourquoi Ann Bell définit le Web 2.0 en tant que révolution silencieux? Parce qu'il a transformé l'idée du public passif, en l'attribuant un rôle actif, créateur. Dans d'autres mots, le Web 2.0 a donné lieu à une transformation de l'utilisateur de consommateur à «prosommateur», un terme dérivé des mots «producteur» et «consommateur». Il vise l'interaction entre les utilisateurs, qui sont des auteurs/producteurs et des lecteurs/consommateurs car le Web 2.0 est participatif.

L'audience, c'est à dire, le public, est un terme qui implique une masse silencieuse de personnes qui écoutent un discours ou manifestation théâtrale, par exemple. Afin de signaler la diversité parmi cette masse de personnes, on a commencé à utiliser la forme pluriel du terme, les publics. Pourtant, le terme continue à ne pas être assez représentatif des différentes formes d'interaction avec les médias. Avec l'internet, on parle plutôt d'utilisateurs qui ne sont pas seulement de consommateurs de l'information, mais aussi, des producteurs. Le Web 2.0 constitue un excellent exemple d'un portail d'information qui demande un engagement interactif

des utilisateurs qui partagent leurs expériences, connaissances et qui gardent le site en vie, actif, à jour. C'est alors pertinent de ne plus parler d'un public passif, mais plutôt des «prosommateur».

Il y a aussi des Web 3.0 et 4.0. Le Web 3.0 est aussi connu sous le nom de Web sémantique. Le terme 'sémantique' fait référence à la communication de la signification. Des données sont nécessaires pour être traitées, mais le sémantique va déterminer ce que la machine peut faire avec les données à part de les lire. Il envisage de créer un environnement favorable pour accéder à l'information de manière «exacte et complète», de manière collaborative. Il est caractérisé par la décentralisation, l'échange, et la compétitivité. Le Web 3.0 ajoute une machine de traitement au pouvoir déjà donné par le Web 2.0. Le Web 4.0 est aussi connu sous le nom de Web omniprésent. Il permet de connecter le monde physique avec le monde virtuel à travers des dispositifs sans fil, y compris les tablettes, portables, etc., dans n'importe quel endroit, en temps réel.

2.2.1.3. Convergence et intégration technologique et numérique

Les technologies et environnement numériques sont convergents. Cela veut dire qu'elle prennent et partagent les capacités et caractéristiques d'autres technologies qui font partie du système intégrante. Ce caractère multifonctionnel contraste avec la marchandise ordinaire du période pré-numérique, qui avait des fonctions et caractéristiques techniques séparés. Par exemple, la télévision ne pouvait pas être utilisée en tant que radio et le téléphone ne pouvait pas être utilisé en tant que caméra. La convergence faite référence à cette possibilité de «tout» faire dans un même dispositif. Les nouvelles technologies numériques peuvent de plus en plus remplir plusieurs tâches.

Le terme 'convergence technologique' a été adopté au début du 21ème siècle pour désigner la confluence d'innovation dans la bio-informatique, micro-électronique, nanotechnologie, la technologie de l'information et les sciences cognitives; et plus tarde pour désigner aussi les technologies de réalité virtuelle, et robotique, parmi d'autres. Aujourd'hui, la convergence numérique fait références à plusieurs domaines:

- **Convergence de réseaux:** des réseaux de télécommunications téléphoniques, de transfert des données entre terminaux informatiques et de diffusion de services audiovisuels, ainsi que la radio et la télévision.

- **Convergence de services:** des services téléphoniques, informatiques et multimédias.

- **Convergence d'applications et services commerciaux:** les applications de communication intégrées sur les réseaux sociaux, avec un système multifonction; et les opérateurs de télécommunications avec une offre variée de services.

- **Convergence de terminaux:** cela fait référence aux plusieurs formes d'utilisation d'un seul terminal. Par exemple, un ordinateur a plusieurs fonctions, et peut aussi être utilisé en tant que terminal téléphonique, ou pour écouter la radio ou regarder les nouvelles, au même temps que les téléphones ne servent pas seulement qu'a appeler et recevoir des appels.

Cette convergence numérique a influencé les médias traditionnels, qui ont du répondre au contexte contemporaine et s'adapter à la réalité numérique. Si l'information est accessible gratuitement et de manière spontanée sur Internet, quelle est l'information à diffuser par les médias traditionnels? Est-ce que les lecteurs des médias traditionnels et numérique sont les mêmes? Nombreuses médias traditionnels ont commencé à intégrer plusieurs formes

de communication qui offre un engagement plus interactive avec l'information, en créant un profil sur les réseaux sociaux, ou en ajoutant des contenus audiovisuels. Une autre forme d'adaptation a été la direction vers la spécialisation de l'information, avec une recherche plus approfondie et contrasté que celle publié sur internet.

Les institutions éducatives ont aussi du se soumettre à une adaptation au période numérique, avec la distribution des recueils des cours numériques, et des plateformes virtuelles avec des activités interactives. L'étudiant a maintenant une présence qui n'est pas seulement physique mais aussi virtuelle, avec un niveau d'indépendance accentué où le professeur n'est plus la première source d'information.

2.2.2. Séance 2: Recherche numérique et des portails Web informatives

2.2.2.1. Recherche et sélection de l'information

La recherche et sélection de l'information peuvent être très passionnantes. Avec l'internet, on accède à une quantité énorme des sources très vite vers des moteurs de recherche. Pourtant, la recherche numérique peut aussi prendre beaucoup de temps. Il faut alors connaître le langage numérique et connaître la diversité des ressources disponibles ainsi que le moyen d'y accéder.

C'est aussi important de tenir en compte que la recherche numérique peut et devrait être accompagné de la recherche dans plusieurs sources imprimées, y compris des livres et des archives.

La recherche d'information peut servir à plusieurs objectives, loisir, curiosité, information général sur la société global,

mais aussi, la recherche académique. Celle-ci précise d'une étape première de formulation du sujet à rechercher, ainsi que l'objective de la recherche. C'est cette question de recherche celle qui guidera la procédure de recherche et sélection de l'information. Une fois décidés le sujet et l'objectif de la recherche, il faudra connaître le débat académique par rapport au sujet. Cela permet de connaître des lignes de recherche mais aussi d'identifier les écarts académiques pour ainsi réfléchir sur les genres de contributions qu'on aimerait faire aux disciplines impliquées.

Les sites sont composés d'une adresse unique pour les localiser *Unique Resource Locator* (URL). La dernière partie de l'adresse contient information sur la nature du site. Par exemple:

.net—network provider.

.org—organisation non gouvernementale.

.edu—institution éducative.

.com—site commerciale.

Le moteur de recherche le plus utilisé dans le monde et Google. Google (.com) est une entreprise américaine fondée en 1998 par Larry Page et Segey Brin. L'idée consistait à offrir, de manière gratuite et en ligne, des matériaux qui n'étaient plus couverts par le droit d'auteur, avec une numérisation des livres des universités de Stanford et Michigan, aux États Unis (Jeanneney, 2007: 4). Malgré la démocratisation de l'information dans ce projet, et l'échelle dans laquelle il a grandi, Google n'est réusit pas à tout inclure et la classification des informations implique aussi une certaine hiérarque, par exemple, linguistique, à faveur de la culture anglo-saxon (Jeanneney, 2007: 6-7).

Wikipédia (.org) peut être un point de départ, mais ce n'est pas une source assez fiable pour des recherches scientifiques. Wikipédia est lancée en 2001 par Jimmy Wales. 'Wiki' provient du terme hawaïen 'wiki wiki,' qui signifie 'vite' ou 'informel.' 'Pedia'

provient du mot grec ‘éducation,’ faisant écho à ‘encyclopédie.’ On lui attribue plus de 42 millions de visiteurs par mois. C’est un site désigné et mis à jours constamment par des utilisateurs anonymes et bénévoles, avec des éditeurs qui supervisent ce qui est écrit. Pourtant, sa fiabilité est menacée par son approche inclusive, étant donné que l’article peut se trouver dans un état corrompu, vandalisé ou encore incomplet.

Il y a plusieurs centres de recherche dans le monde, y compris celui de Sfax <http://www.crn.s.rnrt.tn>, créé en 2012. C’est une institution publique qui fait des recherches et organise des activités dans le domaine de technologies de la communication et innovation technologique, avec des professeurs de l’université et des étudiants de doctorat.

Au-delà de Wikipédia, Google et les centres de recherche numérique, plusieurs sites offrent de l’accès à plusieurs articles académiques et livres en ligne. Dans le 21ème siècle, les méthodes de recherche sont situées dans le cadre d’une culture numérique. Les technologies numériques et notre présence virtuelle influence la manière dans laquelle le savoir est produit. Parmi les sites numériques où accéder à des travaux académiques, on peut citer Google Scholar (.com): <https://scholar.google.co.uk>; Google Books: <https://books.google.co.uk>; JSTOR: <https://www.jstor.org>; EBSO: <https://www.ebsco.com>; Find articles: www.findarticles.com. Elles sont des bases de données disponibles pour les utilisateurs, souvent avec un système de suscription institutionnelle qui donne accès aux ressources à la communauté de chercheurs.

Aujourd’hui, l’ordinateur n’est pas le seul dispositif qui permet la recherche d’information, comme on étudie dans la séance 3, en relation aux applications mobiles.

2.2.2.2. Portails Web culturels. L’analyse Web et ses objectifs. Cas d’étude: NAWAAT

La numérisation a permis à plusieurs initiatives avoir un espace de distribution pour des coûts réduits. L’internet constitue aussi un espace–le cyberspace–hors de la surveillance institutionnelle, et ainsi avec un potentiel majeur d’indépendance. Pourtant, les sites ne sont pas exemptés de censure, ce qui montre la portée de ces plateformes de diffusion numériques. Un exemple tunisien est celui du web Nawaat: <http://nawaat.org/portail/>

D’après la propre organisation, «Nawaat est une plateforme collective indépendante fondée en avril 2004 et bloquée en Tunisie jusqu’au 13 janvier 2011. Ayant reçu de nombreux prix, Nawaat focalise sur de nombreux sujets sous des angles rarement abordés par les médias dominants, y compris en ligne. Ces sujets portent sur la démocratie, la transparence, la bonne gouvernance, la Justice, les libertés et les droits fondamentaux. Nawaat produit des informations, des analyses de fonds et des investigations via une variété de formats. Alimentée par près de mille auteurs et par une équipe de journalistes professionnels et de blogueurs, notre plateforme puise son contenu par un contact direct sur le terrain et via des contributions d’activistes, de lanceurs d’alerte et des citoyens impliqués dans la chose publique, surtout lorsque ladite chose publique souffre de dysfonctionnements. Nous sommes très impliqués au niveau de la protection de la vie privée, la défense de la liberté d’expression, l’OpenData et le droit d’accès à l’information et aux documents publics».

Avec Nawaat comme référence, on examine des critères d’analyse et évaluation des web, dont les objectifs sont de vérifier l’efficacité et fiabilité, ainsi que de mesurer le langage numérique. On énumère ici certains critères à prendre en compte.

Critères d'analyse d'un web
Le web doit être accessible et visible pour sa cible.
Le web doit répondre aux besoins de sa cible et satisfaire les attentes des visiteurs.
Le web doit inviter les visiteurs à revenir et créer une communauté fidèle des visiteurs.
L'architecture doit être 'user-friendly' (facile à naviguer).
Langage multidirectionnel et pas linéal avec des hyperliens fonctionnels.
Bon bilan entre le texte et les images.
Correcte grammaticalement, consistance stylistique.
Information sur l'équipe derrière le web.

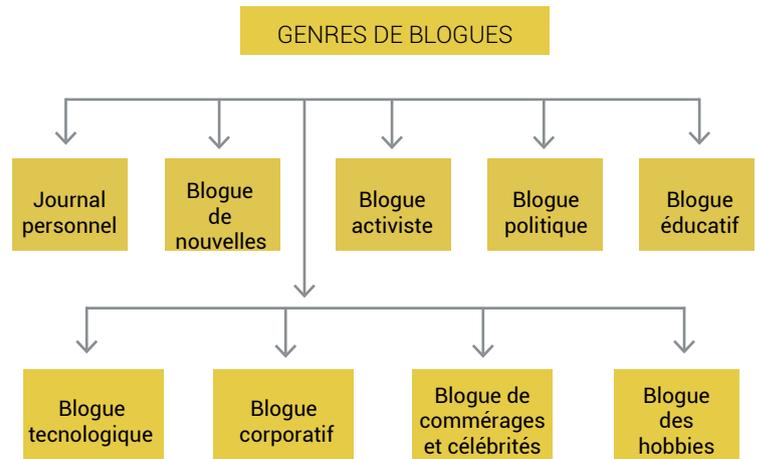
2.2.2.3. Les systèmes de gestion du contenu: WordPress et Blogger

Le blogue offre une plateforme accessible où publier les idées et pensées sur internet. Il s'agit d'un site Web dans lequel les articles sont publiés régulièrement et affichés en ordre chronologique inverse plus récents aux plus anciens (Bell, 2009: 75). Il est composé de texte, hypertexte, des images, liens et d'autres pages Web, vidéos, audio et d'autres fichiers, ainsi que d'une disposition (lay-out) et un tempo.

WEB + LOG = BLOGUE

Les blogues ne sont pas statiques mais contiennent des idées, réflexions, et conversations qui sont mises à jours régulièrement. Ils engagent aux lecteurs avec des idées, questions et liens. Ils demandent aux lecteurs de penser et répondre en utilisant la fonction de commenter (Bell, 2009: 75). C'est-à-dire, ils sont basés sur une dynamique "CTA" (call to action=appel à l'action) et une procédure accumulative. Voilà pourquoi afin de bien comprendre un blogue il faut le lire au fil du temps. Les rythmes et la continuité qu'on on suit un blogue varient significativement parmi les différents utilisateurs.

Figure 3. Genres de blogues:



Source: Estrella Sendra, avec des données en Bell, 2009: 76

Caractéristiques des blogues
Un sujet ou en-tête similaire à un article journalistique ou email.
Une section Contenu ou Corps.
Une section de commentaires où les lecteurs ont la possibilité de répondre au texte.
Une marque de temps et date.
Plusieurs applications pour dynamiser le design—conteur des visites, invitation à joindre la liste de diffusion, etc.
Souvent, de la publicité.
Trackback—pour connaître les mentions aux articles du blogue.

Comment écrire des articles valables dans un blogue
Un sujet constant avec plusieurs sujets qui gardent certaine relation.
Un seul registre.
Honnêteté et sincérité.
Informatif et mis à jour.
Distinction entre faits et opinions.
Correction grammaticale.
Des titres avec des mots clé.
Mise à jour régulière.
Organisation par catégories.

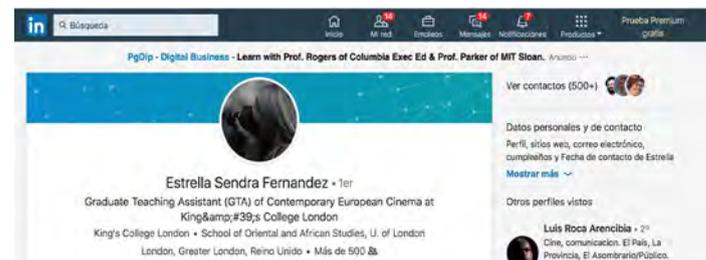
Il y a plusieurs moteurs de recherche spécifiques des blogs, y compris www.blogsearch.google.com et www.technorati.com. Cela permet aux utilisateurs de connaître les débats et discours autour d'un sujet en particulier.

Blogger et WordPress sont des software gratuits pour mettre en place des blogues, mais il y en a plusieurs d'autres, y compris [EduBlogger](http://EduBlogger.com), TyPad.com, Livejournal.com, etc. Ces services guident vers la procédure de création d'un blogue, qui commence avec la création d'un compte utilisateur.

2.2.3. Séance 3: Visibilité en ligne

2.2.3.1. Profils professionnels virtuels:LinkedIn

Figure 4. Capture d'écran du profile LinkedIn



Source: Estrella Sendra, 2018

La numérisation a fait aussi indispensable la visibilité en ligne. Celle-ci acquiert une importance particulière dans le cadre professionnel et encore plus dans le domaine des technologies de l'information. Les employeurs cherchent la présence en ligne des professionnels, pour évaluer l'expérience professionnelle, mais aussi la capacité de générer une communauté de partisans, c'est à dire, du sens de partage et échange et ainsi le potentiel de contribuer à l'équipe à joindre dans l'entreprise ou institution correspondante. La numérisation est si omniprésente que n'est pas avoir de visibilité en ligne est considéré comme si l'on n'existait pas.

Plusieurs sites web sont apparus pour faciliter la visibilité en ligne, en créant des réseaux sociaux professionnels qui peuvent être interconnectés, échanger, se communiquer et aussi, demander et offrir du travail sans nécessité d'envoyer des curriculum vitae en copie numérique ou imprimée. Les réseaux professionnels numériques sont aussi plus dynamiques et invitent à une mise à jour continuée.

L'un de ces réseaux sociaux professionnels est *LinkedIn*, dérivant de l'anglais, 'Linked In' (connectés à l'intérieur). LinkedIn a été créée en 2003 en Californie par Reid Hoffman, Allen Blue, Jean-Luc Vaillant et d'autres entrepreneurs. Le site compte déjà avec plus de 400 millions de membres issus de 170 secteurs différents dans plus de 200 pays. Depuis 2006, la société est devenue bénéficiaire, grâce à la publicité, les abonnements et les services de recrutement.

Les utilisateurs peuvent introduire leurs profils professionnels gratuitement et connecter ainsi avec d'autres professionnels: des contacts directs, des contacts en contact avec nos contacts, ou des contacts en contact avec les contacts de nos contacts. Il peut être utilisé pour trouver du travail, des employeurs, des prestataires, partenaires, des professionnels du même domaine. C'est à dire, LinkedIn permet de construire, développer et enrichir le capital social.

2.2.3.2. Marketing SEO et SEM

Ayant déjà étudié des différents critères d'analyse de l'efficacité d'un site web, ils existent aussi des outils numériques qui à réussir une meilleure visibilité des sites web, ainsi que de mesurer le trafic y généré, le marketing numérique, SEO et SEM. Si bien le module 'Communication en ligne et réseaux sociaux' offre une explication de ces concepts, le but ici est d'offrir une introduction afin de connaître la diversité de variables impliquées dans l'internet et les outils pour acquérir des compétences dans le langage numérique.

SEO est l'acronyme de 'Search Engine Optimization' et fait référence à l'ensemble de techniques appliquées pour rendre un site web plus visible. Le Marketing SEO implique une indexation de la thématique du web et envisage à augmenter le trafic naturel du site. Le but est d'améliorer le positionnement d'un site web par rapport aux autres du même sujet, à partir de la recherche dans des moteurs de recherche à travers de mots-clés ciblés. On considère qu'un site est bien positionné quand il apparaît parmi les résultats de la première page de Google. Pourtant, il faut tenir compte que les résultats varient parmi les utilisateurs et l'histoire de recherche. Aujourd'hui Google constitue le plus populaire moteur de recherche. Il concentre entre 75 % et 90 % des recherches, ce qui veut dire qu'il faut une adaptation aux exigences et aux modes de fonctionnement de Google.

Directrices pour favoriser le positionnement en google

Contenu: de qualité, originale, mis à jour, clair.

Structure Web: Facilité de navigation.

Interaction: encourager les réponses et participation d'autres utilisateurs.

Stratégie des liens qui facilite la navigation multidirectionnelle avec des liens fonctionnels.

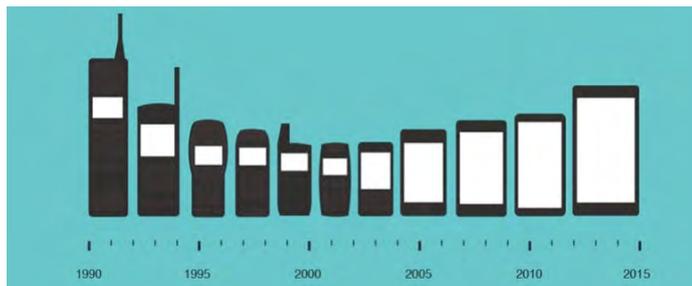
Le Marketing SEM fait référence à l'acronyme de Search Engine Marketing. Son objectif est aussi d'augmenter la visibilité d'un site web. Cela se fait à travers des mots clés ou une politique adéquate d'achat de liens dans les pages de résultats de moteurs de recherche. À différence du Marketing SEO, qui est gratuit, le Marketing SEM est payant, y compris le système CPC (coût par clic) vers le Google AdWords. Il produit des résultats à court terme, alors que le Marketing SEO le fait à long terme.

2.2.4. Séance 4: Nouveaux formats de communication et activisme numérique

2.2.4.1. Communication mobile et dispositifs: valeurs et distribution. Les applications mobiles (app)

L'information numérique ne se restreint pas au monde des ordinateurs, mais elle est disponible dans d'autres dispositifs électroniques, notamment le téléphone portable, qui sont devenu un véritable bureau virtuel et multifonctionnel.

Figure 5. Evolution des portables



Source: Bernard, CC Licence 2016

Si bien le numéro des personnes qui possèdent un ordinateur est très variable par rapport à la zone géographique du monde, et forme une totalité d'environ 40 %, les téléphones mobiles

constituent une réalité quotidienne par la plus parti de la population et a acquis un rôle particulièrement importante dans ce contexte de mobilité humaine mondiale. Les téléphones ne servent plus à communiquer différents citoyens, mais aussi à faire des transferts de fonds, faire et échanger de photographies et vidéos, GPS, ainsi comme un vaste éventail des fonctions. Il constitue ainsi un exemple extraordinaire de convergence technologique.

Le téléphone portable n'a pas toujours été si multifonctionnel, mais a plusieurs générations. La première est née en 1973, quand Martin Cooper, directeur de Motorola a appelé Joel Engels, directeur de l'entreprise Bell Labs. Le portable avait une taille assez grande par rapport aux téléphones contemporaines, il pesait un kilo et la batterie ne durait qu'une heure en appel. La deuxième génération est née dans les années 1990, avec des systèmes GSM, qui commençaient à permettre une meilleure qualité de voix. Ils ont duré assez longtemps, jusqu'au l'établissement de la 3G, qui a d'abord passé par la 2.5G, avec des services MMS. Les téléphones 3G constituent alors la troisième génération et c'est la première à offrir l'accès à internet. La quatrième génération est arrivée avec la 4G, avec une optimisation supérieur que la 3G, en permettant une connexion internet à grande vitesse en mode HD.

Avec cette évolution, des applications mobiles, 'apps,' sont apparus pour répondre à différentes 'nécessités' de la société de réseaux et numérique. Ici, on montre trois catégories d'apps identifié par Scott Brown (2012).

Apps informatives (information 'on-the-go')	Apps de Vendeurs (par des vendeurs)	Apps de la prochaine génération (information utile pour le professionnel de l'information)
iBooks, Kindle apps, Evernote, Article Search, World Newspapers.	EBSO Publishing, The Business Journals, Reuteurs Mobile.	Dropbox, Wi-Fi Finder, Join. me, iThoughts, Youtube Around

2.2.4.2. Activisme sur internet et satire politique: Youtube, réseaux sociaux en tant que plateformes pour l'activisme et une autre information

L'internet, dans sa malléabilité et flexibilité, offre aussi un espace numérique pour l'activisme, la contestation, étant donnée la diversité des voix que l'internet peut accueillir. Ce phénomène a donné lieu à l'adoption des termes cyberspace et cyberactivisme. Parmi la pluralité des formats qui voyagent sur internet, à travers Youtube et les réseaux sociaux, on offre dans cette formation une analyse critique de deux exemples: la satire politique et le Journal Télévisé Rappé (JTR) par Xuman et Keyti au Sénégal.

Tous les deux sont des formats diffusés par internet, même s'ils sont aussi diffusés par la télé, et dans le cas du JTR, dans la radio.

La satire politique est un format qui combine la comédie avec le reportage politique et qui est particulièrement populaire aux États Unis. Parmi les programmes les plus célèbres, on peut citer *Last Week Tonight*, avec le comédien britannique John Oliver en tant que présentateur. Il s'agit d'une analyse satirique de l'actualité, notamment la politique, mais aussi des sujets plus ou moins connus par les spectateurs, avec une durée variable de trente minutes maximum. Le programme, divisé par des épisodes, et distribué par HBO depuis 2014, mais compte aussi avec une chaîne Youtube à travers lequel le programme à une énorme diffusion. Le format offre une autre manière de suivre l'actualité et avoir un regard critique sur les politiques et les aspects socio-économiques.

Le Journal Télévisé Rappé a été fondé en 2013 en tant que plateforme médiatique alternative. Il constitue un exemple clé du rôle que la créativité, l'art, la culture et les médias jouent en

tant que plateformes de mobilisation de la jeunesse sénégalaise. Il s'agit d'un espace critique où l'information, rappée devient une forme d'activisme, dans une proposition collaborative ou le sujet n'est pas invisible, mais présent, actif, producteur d'une autre information. Créé par les rappeurs Xuman et Keyti, d'une longue trajectoire au Sénégal, il réussit à diffuser les actualités à une grande partie de la population, étant donné l'haute pourcentage de jeunesse au pays (63 % de la population a moins de 25 ans). C'est un format où nouvelles technologies convergent pour répondre aux demandes de la population, avec une diffusion qui a commencé sur internet et puis aussi par la radio et la télé, pour arriver à une partie plus grande de la population.

D'après le rappeur Keyti, sa particularité est sa réappropriation de l'information, pour parler des sujets qui concernent la population sénégalaise. Filmé avec très peu des moyens, le journal, qui augmente son numéro de public fidèle par année, constitue un exemple extraordinaire des possibilités de la culture numérique.

Figure 6. Xuman, JTR, capture d'écran



Source: (30.01.2018): <https://www.youtube.com/watch?v=vUSGMJ6FMPo>

2.3. Exercices pratiques, dynamiques de groupe et exercice d'évaluation

2.3.1. Exercices pratiques et dynamiques de groupe par séance.

A) Séance 1

- Questions à discuter pendant le séminaire en dynamique de groupe:

1. Comment utiliser vous l'internet et pour quel fin? Quelles sont les sites le plus visités par vous? Combien de temps êtes vous connectés et quel pourcentage de ce temps est dédié à vous informer sur des affaires politiques, sociaux, et culturelles?.

2. Est-ce que l'avènement de l'internet offre une opportunité pour la démocratisation des médias? Pourquoi?.

3. Considérez vous que la culture numérique va remplacer la culture "traditionnelle" où est-ce que vous pouvez penser à des formes de collaboration et des points de rencontre entre tous les deux? Veuillez accompagner vos réflexions des exemples.

4. Qu'est-ce que les médias traditionnels doivent apporter dans cet environnement numérique pour se distinguer de l'information accessible sur internet?.

5. Existe-t-il un lien entre l'internet et la génération (âge)? Est-ce que l'usage et accès à l'internet est le même partout dans le monde? Quelle est l'importance de ces questions? Dans d'autre mots, qu'est-ce qu'elles nous indiquent sur l'internet?

6. Pouvez vous penser à une technologie que vous utilisez pour plusieurs fonctions qui avaient besoin de plusieurs technologies dans le passé? Quels sont les avantages que vous voyez d'avoir plusieurs fonctions combinées dans une même technologie?.

7. À réfléchir: Combien d'électricité il faut pour les sites Web 2.0, ou des sites des vidéos, y compris Youtube? Est-ce que tout le monde y a accès?.

8. Afin de démocratiser l'information, est-ce qu'on doit alors prioriser des vidéos de «moins qualité» technique pour qu'ils soient plus accessibles partout? Pensez à l'exemple d'AlJazeera et veuillez comparer avec d'autres programmes de télévision.

» Exercices pratiques:

1. En groupe de 4-5, élaborer une proposition de web.2.0. en indiquant les suivants éléments:

- Contenu du site–sujet.
- Structure–ressources pour encourager la participation.
- Langue(s) du site.
- Niveau d'innovation dans le projet.

Objectifs:

- Vérifier la compréhension des concepts enseignés.
- Développer des compétences du langage numérique.
- Apprendre à travailler de manière collaborative.

2. Pitch l'idée au reste des groupes afin de réussir à recruter (fictivement) des collaborateurs.

Objectifs:

- Apprendre à pitch une idée.

B) Séance 2

- Questions à discuter pendant le séminaire en dynamique de groupe:

1. Comment commencez-vous la procédure de recherche d'information?.
2. Quels sont les sites que vous consultez pour lire les nouvelles? Dans quel dispositif?.
3. Combien de temps passez vous à lire une même nouvelle?.
4. Comment abordez-vous la procédure de recherche d'information pour des fins académiques?.
5. Est-ce que vous travaillez de manière numérique ou analogue?.
6. À quelle diffusion de vos travaux pensez-vous quand vous écrivez des articles académiques ou journalistiques?.
7. Combien de blogues vous suivez? Quelles sont les caractéristiques qu'ils partagent?.

» Exercices pratiques:

1. Veuillez analyser le genre d'information publié par Rim Ben Fraj, et réfléchir sur sa possible procédure de recherche et sélection de l'information. Rim Ben Fraj sur HUFFPOST:

<https://www.huffpostmaghreb.com/author/rim-ben-fraj/>

Diplômée de l'institut de langues de Tunis. Communicante, éditrice et traductrice tunisienne, membre de Tlaxcala. Rim s'intéresse à la politique culturelle en Tunisie.

Objectifs:

1. Comprendre le contexte actuel dans le secteur de la communication et la culture.
2. Acquérir des outils critiques pour se situer dans le milieu numérique pas seulement en tant que consommateur, mais en tant qu'analyste.
3. Réfléchir sur les avantages, inconvénients et défis de l'internet et la culture numérique.
4. Identifier des secteurs qui pourraient être d'intérêt pour la pratique professionnelle de la communication, internet et culture numérique.

C) Séance 3

- Questions à discuter pendant le séminaire en dynamique de groupe:

1. Comment utilisez-vous les réseaux sociaux, Facebook et Twitter? Pensez-vous qu'il y a un potentiel de visibilité en ligne aussi dans ces réseaux?.
2. Quels problèmes voyez-vous à la numérisation du monde professionnel? Et quels avantages?.
3. Connaissez-vous d'autres sites similaires à LinkedIn?.
4. Est-ce que l'usage de ces genres de sites varie par rapport au contexte, classe, genre, géographique ou d'autres facteurs sociologiques?.

» Exercices pratiques:

1. Élaborez votre profile sur LinkedIn. Si vous l'avez déjà, pensez en groupe à comment améliorer votre profile et

votre usage de ce portail. Soyez prêts à présenter vos réflexions en groupe.

Objectifs:

1. Comprendre le contexte actuel dans le secteur de la communication et la culture.
2. Acquérir des outils critiques pour se situer dans le milieu numérique pas seulement en tant que consommateur, mais en tant qu'entrepreneur, producteur, créateur et analyste.
3. Améliorer les compétences en recherche numérique.
4. Appliquer la théorie dans la pratique professionnelle numérique.

2. Mettez un mot clé sur Google et réfléchissez sur les sites qui apparaissent dans la première page.

- Qu'est-ce que ces sites partagent?.
- Quels critères pensez-vous ont été appliqués?.

Objectifs:

1. Comprendre le contexte actuel dans le secteur de la communication et la culture.
2. Acquérir des outils critiques pour se situer dans le milieu numérique pas seulement en tant que consommateur, mais en tant qu'entrepreneur, producteur, créateur et analyste.
3. Connaître les mécanismes de marketing numérique, y compris SEO et SEM, et l'importance de l'interaction pour le langage numérique.

D) Séance 4:

- Questions à discuter pendant le séminaire en dynamique de groupe:

1. Quels sont les app que vous utilisez et pour quel but?.
2. Est-ce que vous pensez que les 'app' répondent aux nécessités ou créent des nécessités?.
3. Quels sont les avantages des convergences technologiques dans le téléphone mobile? Et les inconvénients?.
4. Faut-il une formation sur la manière dans laquelle on peut utiliser les différentes app disponibles ou est-ce que la nouvelle génération 'numérique' a les compétences nécessaire pour apprendre elle-même à les utiliser?.
5. Est-ce que la satire politique permet de suivre les nouvelles politiques? Quelles sont les caractéristiques de ce format. Veuillez répondre aux questions avec l'exemple de la vidéo de 'John Oliver et les élections françaises': <https://goo.gl/cfhZrA>

» Exercices pratiques:

1. Analyser le Journal Télévisé Rappé par Xuman et Keyti 'Paroles aux femmes':

Figure 7. "Moona", capture d'écran



Source: <https://youtu.be/qN5H7MdzLAs>

Veillez utiliser ces questions, parmi d'autres, comme référence:

- Quelle est la particularité de ce JTR par rapport à l'autre qu'on a vu comme exemple? Pourquoi vous pensez "ce choix" a été fait?
- Quels sont les sujets abordés dans ce journal? Pensez-vous que l'angle et l'agenda sont similaires à ceux dans les médias traditionnels?
- Est-ce qu'on réussit à avoir une information de ce qui se passe?
- Quels sont les avantages ou inconvénients que vous voyez à ce format?

Objectifs:

1. Comprendre le contexte actuel dans le secteur de la communication et la culture.
2. Acquérir des outils critiques pour se situer dans le milieu numérique pas seulement en tant que consommateur, mais en tant qu'entrepreneur, producteur, créateur et analyste.
3. Connaître la diversité de formats possibles grâce aux technologies numériques et au téléphone mobile plus particulièrement.
4. Connaître la possibilité de contestation et activisme offerte par les nouveaux médias.

2.3.2. Exercice d'évaluation

Objectifs/attentes de l'activité: Démontrer une compréhension et vision critique des matières étudiées pendant le cours, et apprendre à mieux utiliser les technologies de l'information pour la vie privée et la pratique professionnelle.

Description de l'activité: Les étudiantes doivent choisir un projet des options suivantes:

1. Analyse de la magazine web Inkyfada:

<https://inkyfada.com/fr/>. Veillez faire référence aux éléments suivantes: structure, contenu, angle, ton d'écriture, niveau d'interaction, images, disposition de la page, extension des textes, cohérence et continuité des sujets, mise à jour, licence, contexte socio-politique, ainsi que d'autres aspects étudié pendant le cours. (Extension: 2000 mots).

2. Création d'un blog avec Blogger ou Wordpress avec un minimum de des articles, ainsi qu'un texte en soulignant l'idée du blog, le sujet à se focaliser, la justification et pertinence du projet et sa dynamique de fonctionnement. (Extension: 1500 mots + articles de environ 300 mots).

3. Création fictive d'une application mobile avec sa justification: logo; présentation de l'application et sa fonction, ainsi que sa particularité; évidence de recherche du marché (est-ce qu'il y n'y a pas d'autre applications déjà avec cette fonction?); publique ciblé; avantages de l'utilisation de cette application; accessibilité et clarté. (Extension: 1500 mots).

4. Création d'un journal télévisé ou satire politique avec la caméra du téléphone, avec des nouvelles réelles ou fictives et rapport critique du journal: le journal doit contenir au moins deux nouvelles politiques, avec certaine infographie ou animation.

La vidéo doit être accompagné d'un rapport qui explique l'idée du journal, sa pertinence et particularité, son objectif, ainsi que les rôles joués par les différents membres du group (Extension de la vidéo: 3 minutes. Extension du rapport: 1000 mots).

Type de travail: groupe (4-5 étudiantes).

Date de publication du travail: 9 février 2018.

Date de remise (15 jours après sa publication): 23 février 2018.

Forme de remise: Un membre de chaque groupe téléchargera le travail élaboré au Campus Virtuel dans l'espace destiné à la remise de la tâche de chaque matière.

2.4. Bibliographie sur papier et électronique

- Baybars-Hawks, Banu. (2015). *New media politics: Rethinking activism and national security in cyberspace*. Newcastle upon Tyne, England: Cambridge Scholars Publishing.
URL: (18.01.18): <https://goo.gl/HrzPjV>
- Bedell, Jason T. (2013). *Instant edublogs: Set up your blog, develop a thriving community of readers, and reach out to your students*. Birmingham, England: Packt Publishing.
- Bell, Ann. (2009). *Exploring Web 2.0: Second generation internet tools - blogs, podcasts, wikis, networking, virtual worlds, and more*. Georgetown, TX: Katy Crossing Press.
- Brabazon, Tara. (2008). *The revolution will not be downloaded: Dissent in the digital age*. Oxford, England: Chandos Publishing.
- Brown, Scott. (2012). 'Mobile apps: Which ones really matter to the information professional?' In *Business Information Review*, 29(41), pp. 231-237.
- Cantoni, Lorenzo et Tardini, Stefano. (2006). *Internet*. London: Routledge.
- Çakmak, Cenap. (2017). *The Arab Spring, Civil Society, and Innovative Activism*. New York: Palgrave Macmillan US: Imprint: Palgrave Macmillan.
- Castells, Manuel. (2001). *The Internet galaxy: Reflections on the Internet, business and society*. Oxford: Oxford University Press.
- Flores Vivar, Jesús Miguel. (2009). 'Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales.' *En Comunicar*, n°33, v. XVII, *Revista Científica de Educomunicación*; ISSN: 1134-3478, pp. 73-81.
- Gerbaudo, Paolo. (2012). *Tweets and the streets: Social media and contemporary activism*. London: Pluto Press.
- Haddad, Bassam S., et Iskandar, Adel. (2013). *Mediating the Arab Uprisings*. Tadween Publishing.
- Hands, Joss. (2011). *@ is for activism: Dissent, resistance and rebellion in a digital culture*. London; New York: Pluto Press.
- Herman, Andrew, & Swiss, Thomas. (2000). *The World Wide Web and contemporary cultural theory*. New York: Routledge.
URL: (20.01.18): <https://goo.gl/qJfHBi>

- Hewson, Claire. (2015). 'Chapter 13: Ethics Issues in Digital Research.' In Snee, H. et al. (2015). *Digital Methods for Social Science: An Interdisciplinary Guide to Research*, New York: Palgrave Macmillan.
- Jaffe, J., & Albarda, M. (2014). *Z.E.R.O.: Zero paid media as the new marketing model*. Hoboken, New Jersey: John Wiley and Sons.
- Jeannert, Y. (2011). 'Chapitre 2: Nouvelles technologies de l'information: une expression mal formée. In *Y-a-t-il (vraiment) des technologies de l'information?* Villeneuve d'Ascq: Presses universitaires du Septentrion.
URL: (17.01.18): <http://books.openedition.org/septentrion/13904>
- Jong, W. d., Shaw, M., & Stammers, N. (2005). *Global activism, global media*. London: Pluto Press.
- Keightley, E. & Reading, A. (2014). 'Mediated Mobilities.' In *Media, Culture and Society*, vol. 36, issue 3, pp. 285-301.
- Loewenstein, Antony. (2008). *The blogging revolution*. Carlton, Vic.: Melbourne University Press.
- McCollin, R. (2013). *Wordpress: pushing the limits*.
- McDougall, Julian. (2012). *Media Studies: the basics*. London and New York: Routledge.
- Patch, Kimberly et Smalley, Eric. (2003). *The internet: Shaping the global information infrastructure*. Boston, Mass.: Technology Research News.
- Pinheiro, Maria Teresa et al. (2014). 'Digital marketing and social medi: Why bother?' In *Business Horizons*, 54, pp. 703-708.
- Rettberg, Jill Walker. (2008). *Blogging*. Cambridge, UK; Malden, MA: Polity Press.
- Robinson, Laura. (2016). *Communication and information technologies annual: New media cultures* (First edition.). Bingley, England: Emerald.
URL: (17.01.2018): <https://goo.gl/jRjV5a>
- Roca Salvatella. (11.04.2014). *8 competencias digitales para el éxito profesional*.
URL: (22.01.2018): <https://goo.gl/zAWmhY>
- Rodríguez, Olga. (2009). *El hombre mojado no teme la lluvia: voces de Oriente Medio*, Madrid: Debate.
- Ryan, Johnny. (2010). *A history of the Internet and the digital future*. London: Reaktion.
- Touaf, L., Boutkhal, S., et Nasri, C. (2017). *North African Women after the Arab Spring: In the Eye of the Storm*. Cham: Springer International Publishing; Imprint: Palgrave Macmillan.
- Vermesan, Ovidiu et Friess, Peter. (2014). *Internet of things - from research and innovation to market deployment*. Aalborg, Denmark: River Publishers.
- Zimmerman, Jan. (2002). *Marketing on the Internet: Seven steps to building the Internet into your business* (6th ed.). Gulf Breeze, Fla.: Maximums Press.

2.5. Sites web et ressources audiovisuelles d'intérêt

- Infographie interactive sur l'évolution du Web:
<http://www.evolutionoftheweb.com/>
- Magazine Web tunisien crée après la révolution en Tunisie par une équipe de journalistes, développeurs et graphistes qui utilisent les nouvelles technologies du web au service du contenu journalistique: <https://inkyfada.com/fr/>
- Plateforme collective indépendante fondée en Tunisie par une équipe de journalistes professionnels et de blogueurs en avril 2004 et bloquée jusqu'au 13 janvier 2011 et qui a remporté plusieurs prix pour sa focalisation sur des sujets sous des angles rarement abordés par les médias dominants, y compris la démocratie, la transparence, la liberté et les droits fondamentaux:
<http://nawaat.org/portail/>
- Portail interactive sur creative commons et les droits d'auteur:
<http://copyrightuser.org>
- Programme d'informations indépendant par Amy Goodman et Juan Gonzalez, en français et espagnol:
<https://www.democracynow.org>
- Réseau scientifique pour des chercheurs des festivals, Film Festival Research: <http://www.filmfestivalresearch.org>
- Réseau scientifique pluridisciplinaire dans le domaine des technologies, applications et pratiques liées au numérique:
<http://culture.numerique.free.fr>
- Site avec des statistiques sur les utilisateurs de l'internet dans le monde: <http://www.internetlivestats.com/internet-users/>
- Site web 2.0 critique avec les médias de masse, et qui travail pour la création des réseaux, Zemos 98:
<http://international.zemos98.org>



CHAPITRE 3.

Innovation Sociale

*Par
Aurora Hidalgo*

3.1. Présentation, objectifs et méthodologie

3.1.1. Présentation

Actuellement nous faisons face à des défis à titre exceptionnel, aussi sociaux qu'environnementaux, et les réactions ainsi que les solutions traditionnelles proposées par le marché, par le secteur public et par la société sont de plus en plus moins efficaces, voire insuffisantes. De plus, la crise est entrain de mettre en évidence les besoins sociaux dans une période économiquement critique et, de ce fait, il faut chercher des solutions en profitant des ressources disponibles.

De même, la transition de l'économie industrielle à une basée sur les services concorde avec un changement de modèle au niveau du système de l'innovation, ce qu'implique une plus grande importance de l'innovation sociale par rapport à l'innovation technologique mise en valeur jusqu'à présent. La cocréation, la participation des utilisateurs, les défis environnementaux, les réseaux globaux de coopération et les associations publiques/privées sont entrain de devenir le moteur du changement.

Il existe de plus en plus d'agents et d'organisations d'origine très diverse faisant part de l'innovation sociale, en développant de nouvelles idées, des concepts, des stratégies et des initiatives pouvant faire face à un mode viable et durable des problèmes sociaux et environnementaux les plus urgents affrontés par la société actuelle (De la Mata, 2015: 4).

3.1.2. Objectifs

Pendant le séminaire, on envisage atteindre les objectifs suivants:

1. Acquérir les connaissances élémentaires sur Innovation Sociale et reconnaître les caractéristiques de celle-ci.
2. Reconnaître les domaines d'application de l'Innovation Sociale.
3. Etudier les méthodologies de recherche participative et les domaines d'application de celle-ci.
4. Développer les capacités de la génération d'idées appliquée à la recherche des solutions en cas de besoins sociaux.
5. Apprécier le genre et la diversité en tant que facteurs essentiels de l'Innovation Sociale.
6. Préparer pour l'entrepreneuriat social et culturel au sein de l'Innovation Sociale.

3.1.3. Méthodologie

Pour atteindre les objectifs exposés ci-avant et mieux profiter de la formation de la part des élèves, il faudrait suivre les suivants aspects sur la méthodologie:

- Pour cette thématique, on combine la présentation de la part du professeur et la réflexion sur les contenus théoriques en élaborant des pratiques en classe (en groupe).
- On présente ce qui est appris et appliqué dans les cas pratiques à haute voix dans la classe (en groupe).

- On évalue l'évolution de l'élève grâce à un travail en groupe où on doit appliquer tout ce qui a été appris à un projet d'innovation sociale.

3.2. Résumé des contenus

3.2.1. Introduction à l'innovation Sociale

Actuellement il n'y a pas un vrai consensus par rapport à la définition exacte d'innovation sociale, mais d'après le Guide d'Innovation Sociale de la Commission Européenne (2013, p. 4):

«l'innovation sociale peut être définie comme le développement et l'implémentation des nouvelles idées (produits, services et modèles) pour satisfaire les besoins sociaux, créer de nouvelles relations sociales et offrir des meilleurs résultats. Elle sert de réponse aux demandes sociales touchant le processus d'interaction sociale, en s'adressant à améliorer le bien-être social».

Par conséquent, l'innovation sociale est une façon d'améliorer, non seulement la société, mais aussi la capacité d'agir des personnes, en se basant sur la créativité des citoyens, les organisations de la société civile, les communautés locales ou les entreprises.

D'après la Commission Européenne (2013) le processus de l'innovation sociale se compose de quatre éléments principaux:

- Identification des nouveaux besoins sociaux, couverts ou non couverts.
- Développement des nouvelles solutions en réponse à ces besoins sociaux.

- Évaluation de l'efficacité des nouvelles solutions pour satisfaire les besoins sociaux.
- Agrandissement des innovations sociales efficaces.

D'après l'Office des Conseillers de Politique Européenne (BEPA), il existe trois approches essentielles pour l'innovation sociale:

- Les innovations répondant aux demandes sociales qui, traditionnellement, n'ont pas été satisfaites par le marché ou les institutions existantes et s'adressent aux groupes vulnérables de la société.
- En tant que réponse au défi social, on concentre les innovations pour la société par l'intégration sociale, économique et environnementale.
- Le changement de l'approche systématique, la plus ambitieuse des trois points englobant les deux autres jusqu'à certaine limite, atteint par un processus de développement organisationnel, des changements dans les relations entre les institutions et les autres parties.

Buckland et Murillo (2013) ont sélectionné 4 éléments-clé pour l'innovation sociale:

- 1. L'impact et la transformation sociale.** L'objectif de l'innovation sociale doit être celui de résoudre un problème social. Le terme «social» englobe les défis environnementaux, éthiques ou économiques, ou englobe toutes les dimensions.
- 2. La collaboration intersectorielle.** L'innovation sociale ne se produit pas de façon isolée. Il existe fréquemment des espaces où travaille le secteur privé, public et d'autres collectivités.

3. La durabilité économique et la viabilité à long terme.

Même si on cherche à résoudre des problèmes sociaux, on doit mettre l'accent sur l'autosuffisance et l'orientation aux résultats dans la stratégie financière.

4. La scalabilité et la répliquabilité. Dans ce monde de plus en plus global, il est important que les innovations sociales puissent se répliquer dans d'autres lieux et de se calquer. De plus, la majorité des problèmes environnementaux et sociaux sont mondiaux.

3.2.2. Phases pour mener un projet d'Innovation Sociale. Détection des idées et des solutions

Pour mener un projet d'innovation sociale, il est nécessaire de suivre des pas élémentaires:

- 1. Définir le défi.** Il est nécessaire de reconnaître le besoin ou le problème de la communauté, identifier ses causes, symptômes et effets. La participation des acteurs académiques est très importante pour formuler le problème et le mettre en contexte depuis la recherche.
- 2. Chercher les solutions.** Mettre en œuvre des stratégies créatives. Le contact avec des personnes impliquées dans le défi est très important, c'est pour cela que la création d'un groupe aidera à la génération d'idées. Les personnes impliquées peuvent apporter des visions innovantes puisque, jusqu'à présent, leurs apports n'ont pas été incorporés à la pensée sociale. Une fois qu'il existe une idée se démarquant sur les autres, il faut la mettre en œuvre.

3. Pour mettre en œuvre l'idée, il faut expérimenter, essayer, renforcer les points faibles, essayer et corriger des erreurs. Les erreurs ne sont pas considérées comme une chose négative, au contraire, elles sont considérées en tant qu'une possibilité de recherche d'idées ou de futures solutions.

4. Pour que le projet fonctionne, il a besoin de durer, pour cela, il faut identifier les ressources nécessaires y attachés, comme les personnes, les organisations, les matériaux, le temps, etc. Une fois tout ça mis en marche, diffuser l'idée de votre projet pour que d'autres personnes puissent apporter ou apprendre.

5. La diffusion de votre projet va inspirer d'autres personnes au développement du sien ou celles-ci adapteront le votre à leurs besoins.

6. Connaitre l'impact de votre projet, à travers l'analyse des résultats obtenus.

Pour définir le défi, il est essentiel de chercher des idées nous permettant de définir pas à pas le projet, entre les principales méthodes de génération d'idées, on met l'accent sur:

- Brainstorming:

Le groupe propose un temps établi où on doit énumérer des idées, puisque le nombre d'idées est très important, ainsi que de ne pas juger ou critiquer les propositions des autres personnes pendant ce laps de temps afin de ne pas ralentir les idées.



Source: Mod Girl Marketing, 2017

- Technique du groupe nominal:

Le groupe essaie d'arriver au nombre maximum de conclusions possibles, qui seront ultérieurement évaluées par les membres du groupe en personne, le groupe établit une priorisation aux idées et aux sujets. Dans cette dynamique de priorisation des apports, on peut même utiliser des estimations numériques, mais juste comme une information pour classifier, jamais considérer une valeur statistique.

De même, on aura besoin de techniques pour la recherche de solutions, qui nous vont servir au cours de tous le processus d'innovation sociale. On peut souligner:

- Design Thinking:

Méthode qui concentre son efficacité à comprendre et à donner une solution aux besoins réels des utilisateurs. Elle met en relation la créativité et l'innovation pour transformer les idées en des propositions pratiques et attirantes pour les utilisateurs.

C'est une discipline qui utilise la sensibilité et les méthodes des concepteurs pour faire coïncider les besoins des personnes avec ce qui est technologiquement faisable et avec une stratégie viable des affaires, de valeur pour le client, ainsi qu'en une grande Opportunité pour le marché (Bloggingzenith, 2017).

PHASES:

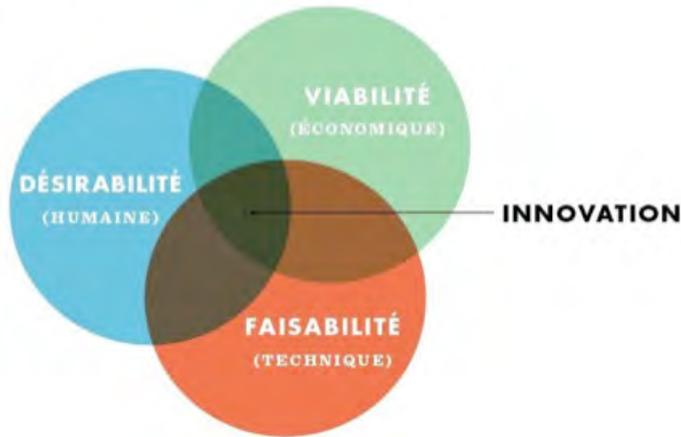
1. Avoir de l'empathie: observer, s'impliquer

2. Définir l'idée

3. Élaborer les possibles solutions

4. Prototyper des modèles

5. Évaluer y tester des prototypes



Source: Bibliomancienne, 2016

Le Design Thinking s'intéresse à la problématique à partir de trois notions élémentaires: la désirabilité, la viabilité technique et la viabilité économique. Cette stratégie permet d'apprendre pendant qu'on crée et de créer des solutions qui s'adaptent le mieux aux besoins des utilisateurs. Tous cela en évitant les hauts frais des possibles autres méthodes traditionnelles où, en cas d'un mauvais résultat il peut ne pas y avoir une marche arrière, chose qu'avec le design thinking est possible et en plus viable dans la mesure où il aide à beaucoup réduire les risques qui, plus souvent, sont attachés au développement de nouveaux projets.

- Lab Best Lessons & lessons learnt:

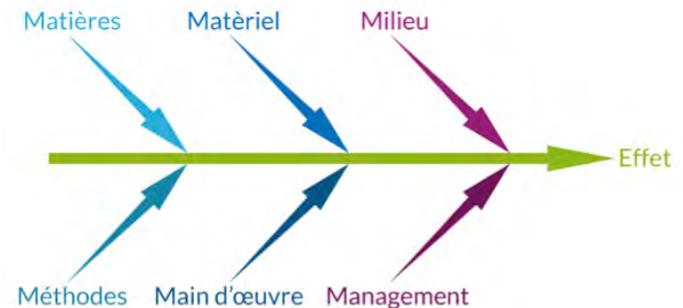
Cette stratégie est basée sur des expériences positives similaires en fonction des facteurs socioculturels, le degré de développement du programme, la disponibilité de ressources et d'autres éléments spécifiques pour une situation concrète. Il est nécessaire de le mettre constamment à jour au fur et à mesure qu'on apprend de nouvelles leçons et qu'on dispose de nouvelles informations.

Pour trouver les bonnes pratiques, on doit effectuer un processus de recherche en initiatives en cours de développement ou déjà développées, dans le domaine qui nous intéresse et, ultérieurement, définir les critères ou les indicateurs sur lesquels on doit faire plus attention; une fois définis, il doivent être soumis à un processus d'évaluation qui donnera lieu aux bonnes pratiques à suivre dans la réalisation de notre propre processus ou projet.

Les leçons apprises sont le résultat essentiel des évaluations contribuant au renforcement des connaissances basées en ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas. Les contributions des leçons apprises sont essentielles pour de bonnes et meilleures pratiques.

- Diagramme d'arrêt de poisson ou diagramme de Ishikawa

Outil surgi au cours du XXème siècle dans le cadre de l'industrie et des services, pour faciliter l'analyse des problèmes et leurs solutions. Il consiste en une représentation graphique simple d'une arête centrale en tant que problème à analyser, et des relations multiples de cause-effet entre les diverses variables intervenant dans un processus (Ifydaconsultores, 2017).



Source: DigiSchoolCommerce, 2016

- Mind Mapping:

El Mind Mapping est une méthodologie créative et perceptive basée sur la Pensée Visuelle et la Pensée Associative représentant l'information de façon rapide, organisée, structurée et classe les idées.

Ce sont des diagrammes à structure arborée représentant des idées, des tâches ou d'autres concepts, attachés et organisés autour d'un mot clé ou d'une idée centrale. Ils se construisent de façon personnelle en employant des couleurs, des dessins, des images et des symboles. Ils aident à reconnaître les patrons des pensées remarquables et à obtenir rapidement une vision globale sans perdre le détail (Kemp, 2017).

3.2.3. Méthodes de recherche

A) La recherche participative

D'après Durston et Miranda (2002) chez la recherche participative on applique la méthode scientifique à partir d'un diagnostic de la réalité communautaire pour concevoir la recherche, ses objectifs et sa méthode. Pour cela, elle comprend la participation partielle de la communauté, puisqu'il y a une différence entre acteur social et analyste sociale, soit pour la collection et/ou la vérification des informations de recherche, que pour l'implémentation des stratégies à suivre. Les résultats du processus de recherche sont classés, systématisés et interprétés par l'équipe de recherche, pouvant être rendus à la population étudiée.

B) Recherche action-participative

La Recherche Action Participative est un processus méthodologique qui, en brisant les moules de la recherche

traditionnelle, conjugue les activités de la connaissance de la réalité par le biais des mécanismes de participation de la communauté pour améliorer ses conditions de vie. Il se configure comme un outil de motivation et de promotion humaine, assurant la participation active et démocratique de la population dans la planification et l'exécution de ses projets de développement (Duston et Miranda, 2002).

D'après Hall (1983), le «processus de recherche doit être basé sur un système de discussion, d'investigation et d'analyse, où les recherchés font parties du processus au même niveau que le chercheur. Les théories ne se développent pas au préalable pour être vérifiées ou ébauchées par le chercheur à partir d'un contact avec la réalité. La réalité se décrit par le processus par lequel une communauté crée ses propres théories et solutions sur soi».

Parmi les objectifs de cette méthodologie, on peut faire la différence entre: promouvoir la production collective de la connaissance, l'analyse collective de l'information et de son utilisation, l'analyse critique, établir des relations entre les problèmes individuels et collectifs en tant que partie de la recherche de solutions collectives.

De ce fait, les objectifs de la recherche ne sont pas seulement connus par les chercheurs, techniciens et enquêteurs mais aussi par la propre communauté en tant que processus de recherche commun et une démocratisation efficace de la connaissance. A son tour, il essaie de promouvoir la cohésion active de la communauté en aidant à découvrir des problèmes et à réfléchir aux solutions. C'est pour cela qu'on parle d'un instrument de promotion, de génération de conscience et de diffusion de la connaissance (Durston y Miranda, 2002).

Enfin, il nous permet de gérer la recherche afin de changer la réalité, en nous orientant vers la réalisation d'actions concrètes coordonnées et coordonnées permettant des changements.

Techniques de recherche

1. Techniques pour la recherche des objectifs du projet:

- **Observation participante.** Le chercheur s'implique dans un groupe ou dans une collectivité de personnes et participe avec celles-ci dans son mode de vie et dans ses activités quotidiennes à des degrés d'implication divers. Le but est d'obtenir des informations sur la culture d'un groupe, ainsi que de découvrir ses modèles de conduite et de comportement.

- **Groupe focal.** Son but est de connaître les concepts principaux touchant la communauté à partir des conversations. Le matériel obtenu dans ces conversations s'organise jusqu'à arriver à se mettre d'accord sur les aspects les plus remarquables touchant concrètement cette population. Pour cela, entre six et douze personnes doivent être réunies pour débattre sur un sujet les touchant. Le but est d'obtenir des informations sur leurs avis, perceptions, attitudes, expériences et voire leurs attentes par rapport au sujet du débat. La durée habituelle est entre 45 et 50 min, elle peut être divisée en plusieurs séances si le débat le juge nécessaire. Il faut choisir le profil des participants pour qu'il y ait un représentant de chaque collectivité à étudier.

- **Sociogramme.** Il sert à connaître les réseaux de relations sociales chez la collectivité ou le territoire à étudier. Il convient de tenir en compte l'intensité, la densité des relations, les éléments centraux et articulateurs, les conflits, les espaces sans lien, les relations indirectes et l'existence de ponts.

- **Carte cognitive.** Elle permet l'approche à la dimension spatiale et territoriale des processus participatifs puisqu'il existe une multitude de facteurs conditionnant notre vision, conception et usage de l'espace, à partir des éléments cristallisés liés à l'activité économique ou à la sécurité jusqu'aux facteurs subjectifs à caractère culturel ou affectif organisant notre usage de l'espace d'une façon ou d'une autre.

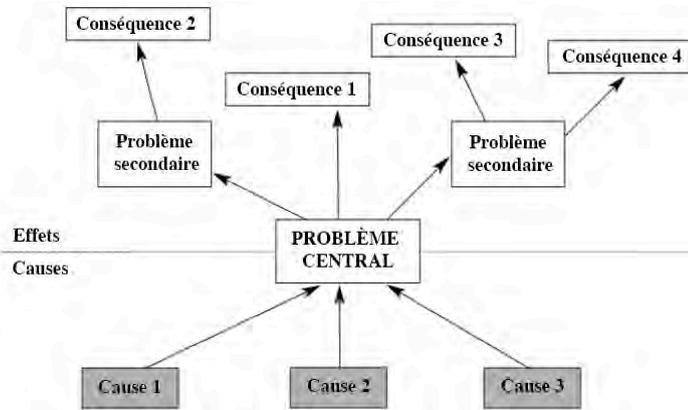
2. Techniques pour le diagnostic:

- **Entretiens et groupes de discussion.** Pendant que les entretiens se réalisent de façon individuelle et le chercheur participe d'une façon active, chez les groupes de discussion, les composants sont ceux qui mènent un débat où le chercheur n'intervient pas, mais par contre, il détermine le contenu de la discussion.

- **Histoires de vie.** Elles se basent sur l'intérêt de connaître la façon dont laquelle les sujets reflètent le monde social les entourant ainsi que les changements de celui-ci à travers le temps. L'intention est de recueillir l'intégralité de la narration de la vie d'une personne considérée informaticienne clé pour la recherche.

3. Techniques pour la programmation et l'implémentation des actions:

- **L'arbre de problèmes et solutions.** Ils sont exprimés de façon graphique, par l'enchaînement cause-effet, les conditions négatives remarquées par les impliqués par rapport aux problèmes en tant que leurs possibles voies de solution.



Source: Francés, F., Alaminos, A., Penalva, C. y Santacreu, O. (2015)

- **Analyse SWOT.** Dynamique groupale consistant en l'organisation des informations générées dans un tableau à double entrée divisant les informations en des limitations (Faiblesses et Menaces) et des potentialités (Points forts et Opportunités). Elle ne s'appuie pas sur les contenus exprimés, mais sur les stratégies pouvant être tracées à partir de ces contenus.

SWOT	Dépend de l'acteur ou du groupe	Dépend de l'entourage
Aspects Négatifs	<p>FAIBLESSES</p> <p>Il permet de concevoir des stratégies de correction</p>	<p>MENACES</p> <p>Il permet de concevoir des stratégies d'affrontement</p>
Aspects Positifs	<p>POINTS FORTS</p> <p>Il permet de concevoir des stratégies d'entretien</p>	<p>OPPORTUNITÉS</p> <p>Il permet de concevoir des stratégies de profit</p>

Source: Francés, F., Alaminos, A., Penalva, C. y Santacreu, O. (2015)

F: Les faiblesses et les aspects négatifs qui doivent être modifiés et obtenir des stratégies de correction. Il fait allusion aux limitations et aux autocritiques internes de l'acteur.

P: Les points forts, les aspects positifs qui doivent être entretenus ou renforcés. Ce sont des capacités ou des facteurs de succès caractéristiques de l'acteur. Des points forts, on peut obtenir des stratégies d'entretien.

O: Les Opportunités, les capacités et les ressources potentielles présentes dans l'entourage de l'acteur qui doivent se faire valoir. Des Opportunités, on peut obtenir des stratégies de profit.

M: Les menaces ou les risques potentiels qui doivent être prévenus ne dépendant pas de l'action de l'acteur même, mais qui constituent des éléments externes à l'entourage. Des menaces on peut obtenir des stratégies d'affrontement.

3.2.4. Genre et diversité

La diversité et l'inclusivité sont primordiales pour impulser l'innovation, augmenter la créativité et guider les stratégies commerciales et sociales. Un grand nombre d'avis mène à de nouvelles idées, de nouveaux services et de nouveaux produits et augmente des idées hors du commun. Actuellement, la majorité des organisations n'incluent pas la diversité comme une chose séparée des autres pratiques et reconnaissent qu'une force de travail diverse peut les différencier de leurs concurrents en attirant les meilleurs talents et en captant de nouveaux clients.

Les organisations font toujours face aux défis externes et internes dans l'implémentation de ces objectifs mais la diversité et

l'inclusion en tête de sa liste de priorités, vont les aider à dépasser ces défis et à oublier la concurrence (Forbes Insights, 2011).

D'après Barberá (2004) la diversité du genre est une stratégie utile pour favoriser l'application du principe d'égalité entre les femmes et les hommes sur le marché professionnel et pour atteindre le profit maximum du potentiel offert par des groupes hétérogènes. Une force de travail plus diverse permet d'améliorer la qualité de ses produits ou des services étant donné qu'on recueille mieux les caractéristiques et les intérêts de la population destinataire, diverses aussi. Ces groupes hétérogènes présentent une pluralité de points de vue, un grand composant d'intérêt pour apporter des réponses innovantes à la complexité de la demande sociale actuelle. De plus, l'image externe et interne de l'organisation s'améliore puisque les politiques d'égalité des Opportunités sont un instrument important de marketing et de projection sociale.

Visible	Invisible
Public	Privé
Production	Reproduction
Pouvoir	Soumission
Rationnel	Émotionnel
Actif	Passif
Faire	Être
Culture	Nature

Source: Benítez-Eyzaguirre, L. (2014)

Même si les stratégies d'égalité se basent sur des mesures d'action et de discrimination positives, s'appuyant exclusivement sur le droit de citoyenneté des femmes, ne remettent pas en question la modification de la structure de l'organisation ni envisagent de convertir l'espace en un lieu commun pour tous. La diversité du genre doit faire partie des valeurs potentielles de l'organisation parce qu'elles sont une force spéciale pour le changement radical social et professionnel, c'est-à-dire, elle représente une valeur ajoutée.

La diversité du genre idéale dans une équipe ou dans une organisation peut être diagnostiquée à partir de:

- **La Diversité Fonctionnelle:** distribution idéale ou souhaitée des hommes et des femmes dans l'équipe de direction objet d'étude sur la base des compétences exigées pour le poste (analyse des compétences exigées et leur rang de masculinité/féminité) ainsi que le profil des composants de l'équipe et du groupe de personnes auquel on veut arriver (pourcentage de femmes et des hommes entre les employés et les clients externes).

- **La Diversité de l'Offre:** elle s'obtient à partir de la disponibilité des candidatures ayant les conditions exigées pour accéder au poste (proportion des femmes et des hommes candidats).

- **L'égalité des Opportunités:** analyse des barrières de genre provoquant la discrimination professionnelle (valeurs et règles, réseaux et groupes de pouvoir, pouvoir de décision et liberté de conduite, valeur et apport professionnel, climat et relations, attitudes et comportements, communication, etc...). L'indice mesurant l'Égalité des Opportunités reflète le degré de difficulté trouvé par les femmes au cours de leur développement et promotion professionnelle dans l'organisation en limitant leur disponibilité d'accès aux postes à responsabilité et de prendre des décisions.

3.2.5. Résilience, Leadership, Motivation et Réflexion

Actuellement, dans la vie professionnelle, on demande un peu plus que d'être formé dans un domaine, c'est-à-dire, de nos jours, on prétend qu'on soit capables de maîtriser les trois savoirs:

- **Savoir:** connaissances générales et spécifiques acquises pendant la formation.

- **Savoir être:** c'est la partie émotionnelle, c'est le développement des attitudes et comportements sociaux.

- **Savoir faire:** ce sont les aptitudes techniques et procédurales, c'est-à-dire, de mener la formation à la pratique.

Ces compétences, c'est ce qu'on appelle les compétences transversales, c'est-à-dire, les aptitudes liées au développement personnel, qui ne dépendent pas d'un domaine thématique et disciplinaire spécifique mais qui apparaissent dans tous les champs d'action (González et Wagenaar, 2003).

D'après l'Agence Gouvernementale du Royaume Uni, les principales compétences transversales ou key skills pourraient être: la capacité de prendre des décisions et celle de résoudre les problèmes; l'engagement professionnel; les bonnes aptitudes communicatives (orale et écrite); la flexibilité (s'adapter aux nouveaux défis et apprendre à apprendre); savoir gérer le temps; la capacité de leadership et savoir motiver les autres; savoir travailler en équipe; avoir de la responsabilité (reconnaître ses erreurs au lieu de culpabiliser les autres); et savoir travailler sous pression.

D'une part, l'aptitude d'être flexible est strictement liée au concept de la résilience. La **résilience** consiste en assumer de façon flexible des situations extrêmes et en surmonter ces situations et de s'en sortir plus forts, ce qui veut dire qu'on doit profiter de l'adversité pour se transformer.

CRISE = 危机
 Wéi jī
 Danger Opportunité

En chinois, le mot crise est composée de danger et Opportunité, cela veut dire que malgré avoir vécu des situations extrêmes, on peut toujours y tirer quelque chose de positive.

Les personnes pratiquant la résilience sont conscientes de leurs potentialités mais aussi de leurs limitations, elles sont créatives, sûres de leurs capacités y assument les difficultés en tant qu'une Opportunité pour apprendre. Il existe d'autres caractéristiques de ces personnes consistant en que celles-ci se concentrent sur le présent et essaient d'y trouver une vision positive, en plus de se faire entourer des personnes ayant cette attitude. Notamment, elles sont flexibles face aux changements et tenaces dans leurs objectifs, sans essayer de contrôler complètement toutes les situations et en cherchant de l'aide chez les autres à chaque fois qu'ils le jugent nécessaire (Linares, 2015).

D'une autre part, la capacité de prendre des décisions et de résoudre des problèmes devrait être liée au concept de **Leadership**. Ce concept ne mène pas forcément à une distribution inégale du pouvoir, puisque dans un groupe tous ont le même pouvoir, même si en général, le leader a le dernier mot. Le leadership est l'ensemble des attitudes détenu par une personne pour influencer sur les autres, en augmentant leur enthousiasme vers les buts et objectifs proposés.

De cela, et même si on a tendance à penser que le succès est une question de chance, dans la plupart des fois il a derrière soi un grand effort et travail obtenus, très souvent, grâce au niveau de **motivation** de cette personne.

Motivation signifie en latin *cause du mouvement*, c'est elle qui active, dirige et garde la conduite. Quelques techniques pour élever la motivation: reconnaître le bon travail; établir des buts courts et mesurables; pratiquer l'écoute (à soi même, à l'équipe...); penser positivement en donnant plus d'importance à tout ce qui a été bien atteint; trouver l'objectif pour donner sens au travail; visualisez vos buts et partagez-les; générer de la confiance en l'équipe en donnant une sensation de sécurité; encourager le travail collectif; et, offrir des bénéfices sociaux.

En conclusion, souligner la capacité de **réflexion** sur la pratique, les besoins, les actions et les objectifs qu'on prétend atteindre ou traiter, c'est-à-dire, faire une pause de temps en temps dans le chemin, pour regarder l'idée d'origine et voir si on est sur la bonne direction.

3.2.6. L'innovation sociale appliquée aux champs d'intervention différents

L'innovation sociale est présente dans tous les champs, ceux-ci n'ont pas de but lucratif et veillent pour la durabilité de la planète. On peut souligner:

- **Concernant la technologie et TIC:** Utiliser la technologie pour résoudre des problèmes réels touchant la citoyenneté, en tant qu'outil de changement.

Quelques exemples d'innovation dans le secteur des sciences pourraient être le garrot de pompe à eau et le ballon d'énergie. [Le torniquet de pompe](#) à eau, installé dans des pays où l'accès à l'eau est compliqué, ce qui fait que le fait d'aller à l'école et y être pendant des heures sans accès à l'eau soit une chose très dangereuse pour les enfants d'un certain âge. Trevor Field a créé un garrot où les enfants peuvent jouer, connecté à un mécanisme permettant de monter l'eau souterraine à la surface et de la distribuer de façon gratuite, grâce au pompage produit par les enfants en jouant. L'autre exemple, le [ballon d'énergie](#), créé par Jessica Matthews, il converti les coups de pieds qu'il reçoit en énergie électrique, pensé spécialement pour l'éclairage dans les pays en cours de développement.

Un exemple lié aux TIC, c'est le paiement mobile développé par safari, une compagnie téléphonique du Kenya, très étendu dans

les pays africains où il y a manque de banques et de guichets. Le paiement est effectué par le [M-Pesa](#), basé sur les SMS, il permet de réaliser des paiements avec le téléphone portable, envoyer et recevoir de l'argent entre les utilisateurs (et les non utilisateurs), faire des réservations dans les hôtels, retirer de l'argent en espèces des guichets, entre autres. C'est un service de banque sans agences, cela veut dire qu'il est conçu pour permettre aux utilisateurs de réaliser des transactions bancaires élémentaires sans le besoin d'aller à une agence bancaire.

- **Social:** Développer des stratégies ou des projets sociaux pour couvrir les besoins sociaux. Par exemple, l'application mobile [Be my eyes](#), conçue pour être les yeux des non-voyants ou des malvoyants. Cette application est tout à fait gratuite et met en contact par vidéo en direct les utilisateurs non-voyants et les malvoyants avec des volontaires voyants les aidant aux défis quotidiens auxquels ils font face tous les jours.

- **Chez l'économie:** le système économique est conçu comme un moyen pour couvrir les besoins sociaux sans prétendre le bénéfice économique, c'est-à-dire, sans but lucratif et en utilisant les bénéfices pour couvrir plus de besoins. Cependant, des fois les projets innovateurs obtiennent une grande rentabilité puisqu'ils sont innovants et se chargent des demandes non couvertes par le marché.

D'une part, le Troisième Secteur, ou aussi appelé économie sociale ou solidaire, surgi pendant les dernières décennies pour couvrir la brèche laissée par les deux autres secteurs: le Secteur Public et le Secteur Privé. Le Troisième Secteur est composé par des organisations qui ne sont pas publiques et en plus elles n'ont pas de but lucratif. Les Entités sans But Lucratif sont des organisations qui ne redistribuent pas leurs bénéfices à leurs propriétaires et actionnaires, mais elles les réinvestissent dans l'entité pour continuer à atteindre les objectifs de leur fondation.

D'une autre part, l'entrepreneuriat a aussi un rapport avec l'économie et le Troisième Secteur, les entrepreneurs sociaux cherchent à couvrir les besoins sociaux mais en même temps à créer de l'emploi ou des bénéfices économiques, toujours sans but lucratif. Ils créent de l'emploi sur la base de ces besoins sociaux qu'ils couvrent. Par exemple, la société de messagerie de dernière mille, [Koiki](#), qui, en plus d'être durable en ce qui concerne l'environnement, puisqu'elle n'utilise aucun moyen de transport émettant CO2, elle donne du travail aux personnes en risque d'exclusion sociale.

De plus, il existe d'autres façons d'innovation sociale dans le domaine de l'économie, comme l'Économie du Bien Commun ou d'autres façons de mener des activités commerciales mais de façon plus durable et morale.

Par exemple, le supermarché collaboratif de Paris, [La Louve](#), surgi suite à l'insatisfaction d'un groupe de personnes de l'offre alimentaire. Dans ce supermarché, tous les membres de l'association la gèrent, où tous paient la même cotisation, en plus de travailler sans être rémunérés pour le fonctionnement du supermarché. L'objectif est de mieux manger et moins cher en respectant en même temps les producteurs et l'environnement, en collaborant avec les producteurs locaux.

Un autre exemple, aussi à Paris, où l'association Cap ou pas Cap a créé un espace appelé [boîte a dons](#) où les gens déposent les objets qu'ils n'utilisent plus et, en échange, ils peuvent en prendre autres pouvant les intéresser. Cela met en circulation les biens de façon écologique et économique en plus d'encourager une nouvelle façon de partager et une consommation durable.

- **Chez l'entreprise:** D'une part, dans les dernières années on observe ce qu'on appelle le coworking, une façon de

travailler permettant aux professionnels, aux entrepreneurs et aux petites et moyennes entreprises de partager un espace de travail, aussi physique que virtuel, pour développer leurs projets professionnels personnels et collectifs. En partageant un bureau et des équipements, les relations stables entre les professionnels augmentent et fréquemment on a la sensation d'appartenir à une communauté. Par exemple, à Saragosse (Espagne) dans le bâtiment de l'ancienne usine de sucre, on a installé [Zaragoza Activa](#) (ZAC), un centre de production de projets commerciaux, de promotion de créativité et de connaissance. C'est une source d'idées, un lieu où on développe l'intelligence collective, duquel plusieurs entreprises ont décroché un projet et des clients en commun.

D'une autre part, on commence à voir ce qu'on appelle les Start up ou les sociétés émergentes, ce sont des organisations qui développent des produits ou des services, très désirables, ou sous la demande du marché, où leur conception et commercialisation sont tout à fait orientées au client. La viabilité de ce genre de sociétés est due à ce que celles-ci consultent au client les détails de son projet, par Internet et ses diverses plates-formes de Réseaux 3.0. à coûts minimums, en plus cette possibilité de consultation économise beaucoup d'essais avant de lancer un produit ou service. Cela fait partie de l'open innovation ou l'innovation ouverte, une stratégie consistant en consulter plusieurs secteurs de la société pour avoir un maximum nombre de points de vue et, de ce mode, pouvoir arriver à un public plus étendu en satisfaisant un maximum nombre de besoins. Contrairement aux dernières décennies, où les sociétés avaient une haute culture de secret au moment de chercher des idées et de créer des stratégies et tout le processus restait relégué à l'intimité de la société et à ses employés.

3.2.7. Entrepreneuriat social et culturel

Il y a des sociétés dont l'objectif principal est les personnes, leurs besoins et le soin de l'environnement et pas la rentabilité.

Pendant que le centre de l'économie s'est basé en principe sur l'obtention des richesses de la terre et sur son partage, peu à peu, l'activité économique a commencé à se déconnecter de la société et de l'environnement, en devenant une façon d'obtenir des bénéfices sans tenir en compte la dégradation des écosystèmes, en accentuant la pauvreté entre des groupes de personnes et même en laissant de côté les valeurs sociales, culturelles et humaines, en donnant lieu à une société de consommation, de plus en plus mondialisée, ce que, actuellement, rend difficile l'apparition de projets à caractère social dans le système économique.

La définition d'entreprise sociale de la Commission Européenne (2013) concrète qu'il s'agit de celle dont l'objectif primaire est d'atteindre un impact social plus que de générer du bénéfice pour ses propriétaires; elle opère dans le marché par la production des biens et des services de façon entrepreneuriale et innovante; elle utilise ses excédents pour atteindre ces objectifs sociaux; et elle est gérée de façon responsable et transparente, en impliquant les employés, les clients et les groupes d'intérêt touchés par son activité entrepreneuriale.

D'après Merino (2013), les définitions d'entrepreneuriat social ont l'habitude de comprendre quelques éléments en commun:

- Création de valeur sociale
- Usage des principes et des outils entrepreneurs
- Solutions innovantes aux problèmes sociaux
- Changement social

Bien que ces éléments sont aussi communs chez le secteur public fournisseur de services sociaux, chez l'entrepreneuriat traditionnel capitaliste ou chez les fondations et les ONG, l'entreprise sociale suivra une autre logique qui ne s'ajuste pas aux formats précédents.

Tout entrepreneuriat social aura une motivation collective:

- La conscience d'un problème social compris dans un large sens, incluant l'inquiétude pour le bien-être humain et non humain, et, avec le maintien de la capacité de la terre de soutenir ce bien-être.
- Et la volonté de le changer.

La création d'une valeur sociale peut être entendue comme le dernier but et la raison d'être de l'entrepreneuriat social, en utilisant, bien évidemment, pour cela, des outils et des concepts caractéristiques des entreprises conventionnelles, c'est-à-dire, typiquement guidées par la création d'une valeur économique en tant qu'objectif primaire.

Pour identifier l'entrepreneuriat social ou les agents du changement social, on peut utiliser les critères suivants:

- Ils définissent une mission pour créer et maintenir une valeur sociale (non seulement privée).
- Ils reconnaissent et poursuivent de façon permanente de nouvelles opportunités pour servir cette mission.
- Ils s'engagent dans un processus d'innovation, d'adaptation et d'apprentissage continu.
- Ils ne se trouvent pas paralysés par les limites des ressources disponibles à un moment donné.

Les frontières entre l'entrepreneuriat social, l'entrepreneuriat économique aux résultats sociaux, le secteur public et le secteur non lucratif utilisant des stratégies de marché pour obtenir un financement sont diffuses, c'est pour ça qu'il est plus pratique de représenter les possibilités existantes que d'atteindre le changement social à travers des stages dans des entreprises (Merino, 2013).

Un exemple d'entrepreneuriat social sont les affaires inclusives, des entreprises agissant en assumant des responsabilités face aux problèmes de pauvreté et d'exclusion sociale. Cela implique un changement de paradigme dans lequel les secteurs les plus défavorisés commencent à se considérer des niches d'affaire.

D'après De la Mata (2015, p.11), ses principales caractéristiques sont:

Ce sont des initiatives d'affaires économiquement rentables et socialement responsables, que dans une logique de bénéfice mutuel, elles incorporent dans leurs chaînes de valeur des communautés à bas revenus et améliorent leur qualité de vie par:

- Leur participation dans la chaîne de valeur en tant qu'agent en ajoutant de la valeur aux biens ou aux services, des fournisseurs de la matière première, ou des vendeurs/distributeurs de biens ou de services.
- Leur accès aux services essentiels ou aux besoins élémentaires insatisfaits de meilleure qualité à bas prix.

Les modèles d'affaires inclusifs offrent une opportunité importante pour le secteur privé: investir dans les entreprises

incluant les classes à bas revenus en tant qu'associés de plein droit économique. Par l'usage des modèles d'affaires inclusifs, les entreprises augmentent leurs revenus en incorporant ces secteurs dans leur chaîne de valeur, soit en tant qu'associés, consommateurs, fournisseurs ou distributeurs.

Exemple d'affaire inclusive: [Universo Santi](#), un restaurant de haute cuisine situé à Xeres (Espagne), où tous le personnel est composé par des personnes à diversité fonctionnelle.

Il existe un autre genre d'entrepreneuriat, l'entrepreneuriat culturel. Il fait allusion à l'utilisation des modèles et des outils d'entreprise ayant comme but la créativité artistique, son impulsion et sa mise en valeur, ainsi qu'à celles utilisées intangibles comme principale matière première.

L'entrepreneuriat culturel prétend que les entrepreneurs développent tous leur potentiel productif dans les différentes chaînes de valeur au niveau des industries culturelles en essayant de renforcer tous les maillons et les activités transversales, ainsi que la conception des stratégies orientées à la génération ou à la consolidation des relations et des réseaux de pratiques, des circuits, des agents, des organisations et des institutions du champ culturel conçues comme une totalité.

D'après le Livre Vert de la Commission Européenne (1995), les industries créatives sont celles utilisant la culture comme matériel et ont une dimension culturelle, même si leur production est principalement fonctionnelle. Parmi celles-ci, on trouve l'architecture et la conception, intégrant des éléments créatifs dans des processus plus étendus, ainsi que des sous-secteurs telles que la conception graphique, la conception de mode ou la publicité.

3.3. Exercices pratiques, dynamiques de groupe et exercice d'évaluation

- Débat sur quoi est Innovation Sociale et quoi non.
- Brainstorming sur les défis de la société actuelle.
- Débat sur les possibles solutions des défis de la société actuelle et des outils qu'on utiliserait dans un cas hypothétique.
- Analyser une situation à l'aide de l'analyse SWOT.
- Dynamique du 6 chapeaux.

3.3.1. Travail d'évaluation

Effectuer un diagnostic technique (d'experts) comme phase préliminaire au début d'un processus participatif avec la communauté locale pour la définition d'un projet ou d'une initiative d'entrepreneuriat social ou d'innovation sociale.

Le diagnostic technique doit inclure:

1. Analyse du contexte: Délimitation du contexte géographique: sélectionner un territoire (ville, quartier, communauté) où l'existence d'une demande sociale justifiant une intervention sociale est reconnue. Effectuer également une analyse contextuelle d'un type systémique à partir de sources secondaires, en tenant compte les aspects suivants: géographique, politique, législatif, économique, social, culturel, démographique, etc.

2. La définition du sujet ou problème que vous considérez a priori pourrait devenir une demande sociale. Pour cela, vous pouvez appliquer la technique de l'arbre à problèmes.

3. Cartographie des acteurs: identifier les acteurs sociaux présents dans le contexte d'intervention identifiés ou impliqués directement ou indirectement dans la problématique ou le problème choisi. Signaler les intérêts de chaque acteur social, sa position par rapport le reste, les ressources tangibles et intangibles du pouvoir qu'il possède et le type de relation qui existe entre eux (réseaux sociaux).

Pour la planification de la méthodologie du processus participatif:

Une fois préparé le diagnostic technique (fait pour vous-mêmes comme des experts) il faut **expliquer et justifier le choix des techniques et des outils** qui seront utilisés pour mener à bien le processus de diagnostic participatif et la définition du projet ou l'initiative d'entrepreneuriat et/ou l'innovation sociale du collectif de la communauté locale choisie. Le diagnostic développé avec les acteurs servirait à contraster le diagnostic technique développé par vous en tant qu'experts et avancer dans la définition de la demande sociale.

Type de travail: groupe (4 -5 étudiantes).

3.4. Bibliographie sur papier et électronique

- Argemi, A. (2014). Yo tengo un súper. *El país*. URL: <https://goo.gl/8RiYZD>
- Barberá, E. (2004). Diversidad de género, igualdad de oportunidades y entornos laborales. CIREC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, núm. 50, noviembre 2004, pp. 37-53. URL: <https://goo.gl/ySyHW7>
- Bayona, E. (2017). Zaragoza Activa: La vieja fábrica de nueva economía. *Contexto y acción*, número 145. URL: <https://goo.gl/MeDNq8>
- Benítez-Eyzaguirre, L. (2014). Interculturalidad y género. Claves para comprender las estrategias del poder y el patriarcado. *PortalComunicación.com*. URL: <https://goo.gl/UVE5f6>
- Bloggingzenith. (2017). *Qué es y cómo funciona el “Design Thinking”*. URL: <https://goo.gl/EHYgVy>
- Buckland, H. y Murillo, D. (2013). *Vías hacia el cambio sistémico: ejemplos y variables para la innovación social*. Universidad Ramón Llull: Escuela Superior de Administración y Dirección de Empresas. URL: <https://goo.gl/AVngcE>
- Comisión Europea. (1995). *Libro Verde de la Innovación*. URL: <https://goo.gl/ECBKeo>
- De la Mata, G. (2015). *Manual de Innovación Social: de la idea al proyecto*. URL: <https://goo.gl/tKZz1t>
- Durston, J. y Miranda, F. (2002). *Experiencias y metodología de la investigación participativa*. Naciones Unidas. URL: <https://goo.gl/JTco5g>
- European Commission. (2017). *Social Economy in the EU: social enterprises*. URL: <https://goo.gl/Gmyz2b>
- European Commission. (2013). *Guide to Social Innovation*. URL: <https://goo.gl/UaMR5s>
- Francés, F., Alaminos, A., Penalva, C. y Santacreu, O. (2015). *La Investigación Participativa: Métodos y Técnicas*. PYDLOS EDICIONES. URL: <https://goo.gl/u6o2Jn>
- Forbes Insights. (2011). *Global Diversity and inclusion: Fostering Innovation Through a Diverse Workforce*. URL: <https://goo.gl/R72G7r>
- Guía práctica del emprendimiento social y cultural de la Universidad de Salamanca. (2013). *Emprendimiento Cultural e Industria Cultural y Creativa*. URL: <https://goo.gl/VPUZjS>
- Ifydaconsultores. (2017). *Cómo aplicar análisis causa raíz en una no conformidad BRC*. URL: <https://goo.gl/Ckjc8v>
- Kemp. (2017). *Metodología: Mind Mapping*. URL: <https://goo.gl/Q8fH2h>
- Lahoz, U. (2017). *Vuelve el trueque*. El país semanal. URL: <https://goo.gl/LfYChR>
- Linares. R. (2015). *¿Qué caracteriza a una persona resiliente?* URL: <https://goo.gl/BvnFKr>

- Merino, A. (Coord.) (2013). *Guía del emprendedor social: Inspiraciones para la creación de empresas al servicio de la sociedad*.
- Moreno, M. (2017). *Design Thinking: qué es y para qué sirve*. Universia España. URL: <https://goo.gl/J1rrKM>
- Organización Internacional del Trabajo. (2017). *Buenas prácticas y lecciones aprendidas*.
UR: <https://goo.gl/SMY27j>
- Tocornal, X. y Tapia, P. (2011). *Evaluación y buenas prácticas: aprendizajes y desafíos para la prevención del delito y la violencia*. Compendio del primer concurso de buenas prácticas en prevención del delito en América Latina y el Caribe.
URL: <https://goo.gl/dhRFtW>

3.5. Sites web et ressources audiovisuelles d'intérêt

- L'Open Innovation:
<https://goo.gl/eb32mo>
- Qu'est-ce que l'innovation sociale?:
<https://goo.gl/wGRcSH>
- Qu'est-ce que l'économie sociale?:
<https://goo.gl/kNbgth>



CHAPITRE 4.

Logiciel libre et connaissances ouvertes

*Par
Benjamin Cadon*

4.1. Présentation, objectifs y méthodologie

4.1.1. Présentation et objectifs

A partir d'une perspective historique, le cours a pour objectifs de donner des points de repères et d'analyse sur l'évolution des cultures libres et sur leurs impacts socio-culturels. Il aborde de façon pratique et critique les possibilités offertes par les licences, les connaissances, les outils collaboratifs, libres et ouverts. Il propose des éléments méthodologiques pour mieux utiliser des outils plus éthiques au service des communs et de l'économie sociale et solidaire.

4.1.2. Méthodologie

Chaque séance de cours s'articule autour d'une première partie de présentation du sujet, des concepts, des enjeux et problématiques en s'appuyant sur un diaporama et des illustrations audiovisuelles et un mode interactif invitant les étudiantes à poser des questions.

Dans une deuxième partie, un travail individuel de mise en pratique en lien avec le sujet est proposé, la collaboration et les échanges sont favorisés pour instituer des dynamiques de groupe. Une restitution partielle des travaux sous forme orale est proposée en invitant à la synthèse.

Dans une troisième partie assez courte, démonstration et présentation des applications pratiques du sujet sous une forme audiovisuelle.

Dans une quatrième partie enfin, un travail en petits groupes est proposé pour réfléchir concrètement aux implications et applications possibles, produire des scénarios d'usages en en définissant les opportunités et les limites techniques, éthiques et économiques. Une restitution synthétique est également proposée.

4.2. Résumé des contenus

Pour résumer les contenus de ce cours, dans la tradition du logiciel libre, je me suis grandement appuyé sur un certain nombre d'ouvrages cités en référence, et notamment les livres «les utopies du logiciel libre» et «Histoires et cultures du Libre. Des logiciels partagés aux licences échangées» que je vous invite à consulter pour plus de détails.

4.2.1. Naissance des logiciels libres et évolutions des libertés numériques

4.2.1.1. Evolution du secteur de l'informatique: de la vente de serveurs au cloud computing

En 1943, le président d'IBM, Thomas WATSON, déclarait «Je pense qu'il y a un marché mondial pour environ 5 ordinateurs», en 1951, ils vendront plus de 12 000 exemplaires de l'ordinateur IBM 1401. Ce propos, peu visionnaire à l'époque, était révélateur de la complexité mécanique et technique des premiers ordinateurs. Les ordinateurs étaient alors des machines extrêmement volumineuses, installées dans les administrations et les entreprises. Un fabricant de matériel—le plus souvent IBM, qui avait une position quasi hégémonique à l'époque—équipait ses clients, tout en fournissant

le système d'exploitation, des logiciels, des périphériques et du service. Dans chaque institution, les informaticiens écrivaient ensuite en interne, souvent avec une aide du fabricant, les programmes dont ils avaient plus spécifiquement besoin. Dans la pratique, les logiciels étaient ainsi «développés de manière coopérative par le constructeur de matériel dominant et par ses utilisateurs techniquement compétents» (Moglen, 2001, p. 160).



Unité centrale de l'IBM 1401 au centre, entourée à gauche de son lecteur de carte perforée IBM 1402 et de son imprimante IBM 1403 à droite

Source: https://fr.wikipedia.org/wiki/IBM_1401

Il était économiquement rationnel que les logiciels soient fournis gratuitement ou à bas coût, sous une forme qui en permette la modification (c'est-à-dire avec le code source). Ils étaient considérés «comme une forme de garniture offerte par les fabricants pour donner plus de saveur à leurs coûteux systèmes informatiques» (Stallman, 2010, p. 135). La gratuité et l'ouverture favorisaient les améliorations techniques et ne représentaient pas véritablement de manque à gagner en l'absence d'une industrie du logiciel autonome. Dans une

économie de l'informatique reposant sur la vente de hardware et sur un système de distribution centralisé, de meilleurs softwares ne pouvaient qu'aider à écouler plus de machines. IBM intégrait ainsi à ses logiciels les modifications les plus utiles faites par les utilisateurs. L'entreprise renforçait de la sorte la captivité de ses clients, prévenait l'émergence d'éditeurs de logiciels indépendants, et consolidait sa position quasi hégémonique dans un marché où les coûts d'entrée étaient prohibitifs.

Avec l'arrivée des premiers ordinateurs personnels à partir de 1977 (l'Apple II, puis l'IBM PC en 1981), le marché de l'informatique se déporte progressivement du matériel à la vente de logiciel, avec notamment l'arrivée du premier Windows en 1985. Aujourd'hui, un certain nombre d'éditeurs de logiciels sont passés à un système «Software As A Service» (SAAS) où tout ou partie du logiciel est dans le «cloud» et il faut louer de façon mensuelle le droit d'utiliser ces logiciels (c'est le cas de Microsoft avec la suite bureautique Office365 ou encore Adobe avec la suite Photoshop et autres), une raison de plus de passer aux logiciels libres et de retrouver de l'autonomie numérique?.

4.2.1.2. Une brève histoire des logiciels libres et du projet GNU/Linux

Richard M. Stallman avait découvert le laboratoire d'intelligence artificielle (AI Lab) du MIT en 1971, alors qu'il était encore étudiant en physique à l'université voisine d'Harvard. Il y avait été conduit par son goût pour l'informatique, qui s'était peu à peu transformé en véritable passion. Les usages en vigueur au sein des deux universités, et notamment de leurs départements d'informatique, étaient à bien des égards opposés. Richard Stallman ne tarda pas à trouver les pratiques du MIT, et les gens qui les défendaient, nettement plus à son goût. En parallèle de ses

études à Harvard, il en vint à passer ses week-ends à programmer au laboratoire d'intelligence artificielle du MIT, pour ne plus se consacrer qu'à cette dernière activité après l'obtention de son diplôme d'Harvard en 1974 et l'arrêt de ses études de physique en 1975 (Broca, 2013, p 46).



Richard Stallman

Source: <https://goo.gl/Gn1qJJ>

Un épisode, célèbre dans le milieu du logiciel libre, illustre le déclin de la culture hacker au crépuscule des années 1970: l'histoire de l'imprimante Xerox. L'anecdote prend place au MIT en 1980, après la réception par le AI Lab d'une nouvelle imprimante. Voici comment Richard Stallman raconte l'histoire:

Une fois, j'ai vu ce que c'est d'utiliser un programme dont on ne connaît pas le code source. Ça s'est passé quand Xerox a donné au MIT une imprimante laser. C'était [...]

la première génération des imprimantes laser. [...] C'était vraiment bien, mais pas tout à fait fiable. Parfois, plusieurs fois par heure, elle se bloquait. [...] Notre ancienne imprimante avait le même problème, mais l'ancienne était contrôlée par du logiciel libre, donc nous possédions le code source pour ce programme, et nous avons pu ajouter des fonctionnalités spéciales pour nous débrouiller avec ces problèmes. Avec la nouvelle imprimante, nous n'avons pas pu le faire car Xerox ne nous avait pas donné le code source du programme. Nous ne pouvions pas faire de changements dans le programme. Nous étions capables d'écrire ces fonctions mais nous étions bloqués volontairement par Xerox, nous étions prisonniers d'un logiciel qui a mal fonctionné pendant plusieurs années. [...] C'était dégueulasse.

La naissance du projet GNU

C'est dans cette perspective qu'il posta le 27 septembre 1983 sur un groupe de discussion Usenet un message présenté comme un appel à contributions:

Dès le Thanksgiving prochain, je commencerai à écrire un système logiciel complet, compatible Unix, appelé GNU (pour GNU N'est pas Unix), et à le distribuer librement à tous ceux qui souhaitent l'utiliser. Je fais appel à toute contribution en temps, en argent, en programmes et en matériel pour faire avancer ce projet.

Pour développer le projet GNU, il décida de quitter le MIT et fonda avec quelques amis hackers la Free Software Foundation (FSF) le 4 octobre 1985, financée essentiellement par les dons de particuliers et la vente des logiciels GNU (Broca, 2013, p 53).

The Free Software Foundation (FSF) is a nonprofit with a worldwide mission to promote computer user freedom. We defend the rights of all software users. [Read more.](#)

Free software developers guarantee everyone equal rights to their programs; any user can study the source code, modify it, and share the program. By contrast, most software carries fine print that denies users these basic rights, leaving them susceptible to the whims of its owners and vulnerable to surveillance.

- The FSF provides critical infrastructure and funding for the GNU Project, the foundation of the popular GNU/Linux family of free operating systems and the keystone of the Internet.
- Our Campaigns Team creates educational materials about free software, convenes the yearly LibrePlanet conference, and goes toe to toe against powerful interests that threaten computer user rights.
- Our Licensing & Compliance Lab defends freely licensed software from proprietary hoarding, advises on licensing issues, and certifies devices that Respect Your Freedom.

DRM is an epidemic spreading across the Web, infiltrating our homes, classrooms, workplaces, and just about everywhere else we go. [Take action on the International Day Against DRM \(IDAD\) this September](#)

Page d'accueil de la Free Software Fondation

Source: <http://fsf.org>

Le copyleft: le meilleur hack de Richard Stallman

Durant les premières années du projet GNU, Richard Stallman s'était peu occupé des questions juridiques soulevées par le logiciel libre, Richard Stallman découvrit peu à peu que la loi, dont il n'approuvait pas l'esprit, offrait en fait des possibilités insoupçonnées. Il s'avisa tout d'abord que le copyright n'empêchait pas les auteurs d'autoriser certains usages normalement interdits de leurs œuvres, pourvu qu'ils accompagnent celles-ci de licences spécifiques. Pour la sortie d'Emacs (éditeur de texte) en 1985, il rédigea ainsi une licence par laquelle il autorisait la modification, la copie et la distribution du logiciel. Les utilisateurs devaient cependant s'engager à ce que les versions qu'ils distribuent soient toujours couvertes par la même licence et accordent ainsi les mêmes libertés aux utilisateurs ultérieurs (le «copyleft» en contrepoint du «copyright»).

Après quelques années de maturation et de discussion, ces réflexions aboutirent en février 1989 à la première version de la General Public License (GPL), rédigée avec l'aide du juriste Eben Moglen. Celle-ci devint aussitôt la licence attachée à tous les logiciels développés dans le cadre du projet GNU (Borca, 2013, p 55).

4.2.1.3. Qu'est-ce qu'un logiciel libre?

D'après la définition de la FSF: «Logiciel libre» [free software] désigne des logiciels qui respectent la liberté des utilisateurs. En gros, cela veut dire que les utilisateurs ont la liberté d'exécuter, copier, distribuer, étudier, modifier et améliorer ces logiciels. Ainsi, «logiciel libre» fait référence à la liberté, pas au prix (pour comprendre ce concept, vous devez penser à «liberté d'expression», pas à «entrée libre»). Pour bien montrer qu'il ne s'agit pas de gratuité, nous utilisons quelquefois en anglais l'expression libre software, qui emprunte au français ou à l'espagnol.

Nous faisons campagne pour ces libertés parce que chacun les mérite. Avec ces libertés, les utilisateurs (à la fois individuellement et collectivement) contrôlent le programme et ce qu'il fait pour eux. Quand les utilisateurs ne contrôlent pas le programme, nous qualifions ce dernier de «non libre», ou «privateur». Ce programme non libre contrôle les utilisateurs et son développeur le contrôle. Le programme devient donc l'instrument d'un pouvoir injuste.

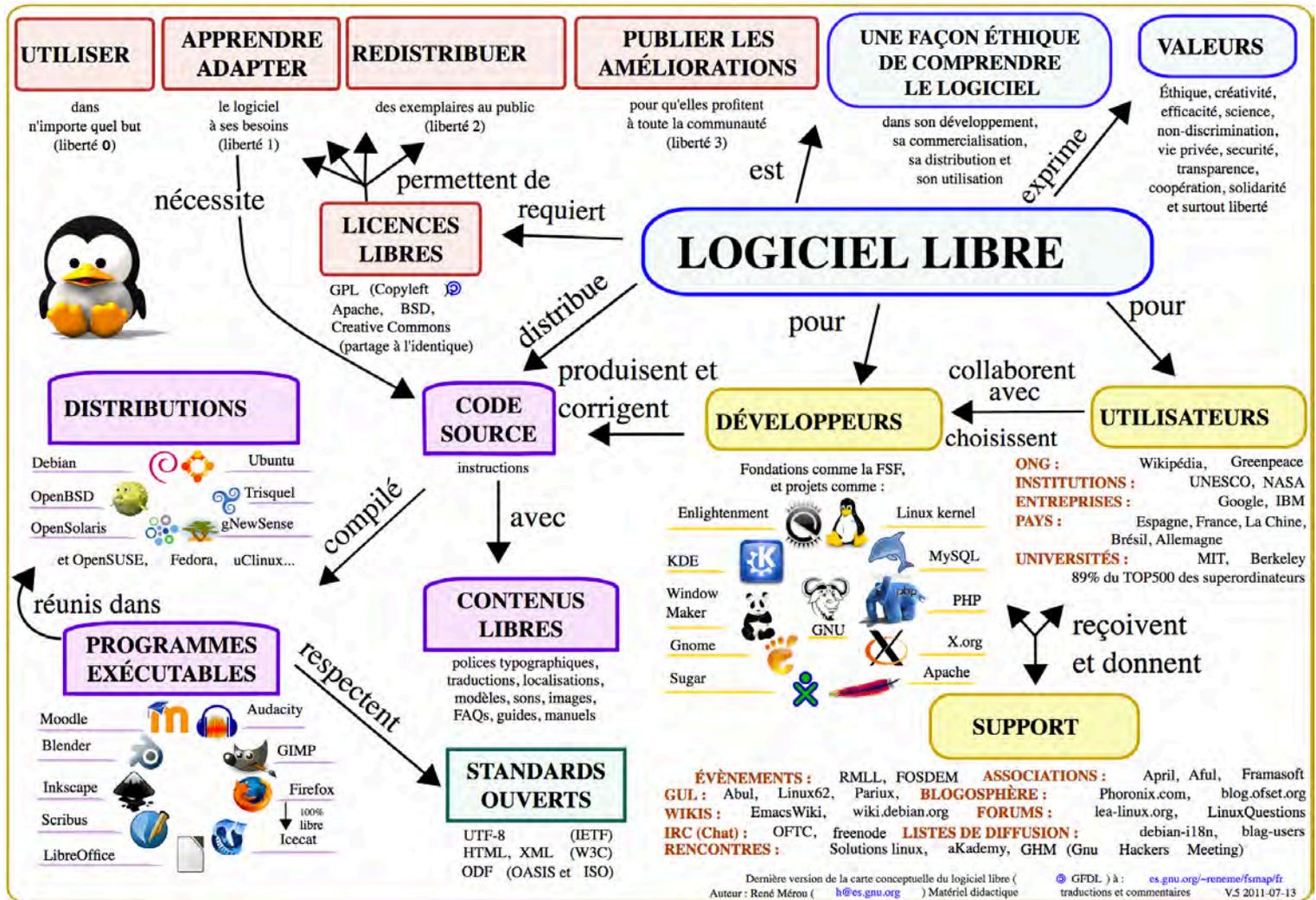
Un programme est ainsi un logiciel libre si vous, en tant qu'utilisateur de ce programme, avez les quatre libertés essentielles:

- La liberté d'exécuter le programme comme vous voulez, pour n'importe quel usage (liberté 0).
- La liberté d'étudier le fonctionnement du programme, et de le modifier pour qu'il effectue vos tâches informatiques comme vous le souhaitez (liberté 1); l'accès au code source est une condition nécessaire.
- La liberté de redistribuer des copies, donc d'aider votre voisin (liberté 2).
- La liberté de distribuer aux autres des copies de vos versions modifiées (liberté 3); en faisant cela, vous donnez à toute la communauté une possibilité de profiter de vos changements; l'accès au code source est une condition nécessaire.

Un programme est un logiciel libre s'il donne toutes ces libertés aux utilisateurs de manière adéquate. Dans le cas contraire, il est non libre. Bien que nous puissions faire une distinction entre différents schémas de distribution non libres, en quantifiant ce qui leur manque pour être libres, nous les considérons tous comme équivalents dans leur manque d'éthique.

«Logiciel libre» ne signifie pas «non commercial». Un logiciel libre doit permettre l'usage commercial, le développement commercial et la distribution commerciale. Le développement commercial de logiciel libre n'est plus l'exception; de tels logiciels libres commerciaux sont très importants. Vous pouvez avoir payé pour obtenir une copie d'un logiciel libre ou vous pouvez l'avoir obtenu gratuitement. Mais quelle que soit la manière dont vous vous l'êtes procuré, vous avez toujours la liberté de copier et de modifier le logiciel et même d'en vendre des copies.

Fig. 1. Carte conceptuelle du logiciel libre



Source: https://fr.wikipedia.org/wiki/Logiciel_libre

4.2.1.4. Pourquoi le libre est-il différent de l'open source?

Les débuts de Linux

En 1991, un jeune étudiant finlandais nommé Linus Torvalds commença à développer un noyau (un noyau est l'élément de tout système d'exploitation qui permet de faire le lien entre la partie matérielle de l'ordinateur et sa partie logicielle) pour Minix (un dérivé d'Unix), afin de pouvoir accéder à son compte Unix depuis l'ordinateur de son domicile. Il rendit rapidement son travail disponible, par le biais d'une licence interdisant toute utilisation commerciale dans un premier temps, puis grâce à la GPL à partir de février 1992. Le logiciel fut baptisé Linux, du nom de son fondateur, et conformément à la tradition voulant que toute variante d'Unix finisse par la lettre x. Grâce aux listes de diffusion et aux forums électroniques, de nombreux développeurs apportèrent peu à peu des améliorations au code écrit par Linus Torvalds. Le projet pris ainsi une ampleur que celui-ci avait été loin de soupçonner au départ, lorsqu'il parlait de son travail comme d'un «passe-temps [...] pas aussi sérieux et professionnel que GNU» (Paloque-Berges et Masutti, 2013, p255).



Logo du projet GNU

Source: <http://gnu.org>

La naissance du mouvement open source

Au milieu des années 1990, le monde des affaires commença, quoique d'abord assez timidement, à s'intéresser au logiciel libre. La société Red Hat fut créée en 1995 avec le projet d'éditer sa propre distribution de GNU/Linux et de faire payer à ses clients tous les services afférents: formation, maintenance, personnalisation, etc. Elle suivait en cela les traces d'une entreprise pionnière, Cygnus Solutions, cofondée en 1990 par Michael Tiemann. Celui-ci fut l'un des premiers à déceler dans le logiciel libre un potentiel commercial. Il décrit sa réception du «manifeste GNU» de la manière suivante: «Cela ressemblait à de la polémique socialiste, mais j'y ai vu quelque chose de différent. J'y ai vu un business plan caché» (Broca, 2013, p 61).

Le clivage libre vs open source s'institutionnalisa en 1998, avec la création par Eric Raymond et Bruce Perens de l'Open Source Initiative (OSI). Cette nouvelle organisation se présentait à bien des égards comme la rivale de la Free Software Foundation. L'OSI commença ainsi à délivrer le label «OSI approved» aux logiciels dont les licences satisfaisaient aux critères de l'open source, moins restrictifs et injonctifs que ceux du free software. Les divergences portaient notamment sur le principe du copyleft.

4.2.1.5. Exemples de licences, facilité d'utilisation, niveau juridique de protection

Depuis la première licence libre GPL de Richard Stallman et l'avènement de l'«open source» plus permissif, de nombreuses licences ont été créées pour répondre à des projets et besoins spécifiques, amenant son lot de complexité, notamment lorsqu'il s'agit dans un projet informatique d'intégrer des composantes logicielles existantes encadrées par une autre licence libre ou open source... C'est ainsi que l'on peut considérer la «compatibilité» de licences entre elles, et le rôle prépondérant (ou «contaminant»)

Fig. 2. Licences libres et open source d'après

x	Copyleft	Compatible ² GPL v2	Compatible GPL v3	Répertoriée par OSI [archive]	Pérennise	Persistance des 4 libertés	Niveau de permissivité (cohabitation avec une brigue propriétaire)	Commentaires
GPL v2 [archive]	Oui (++)	-	Non (mais la plupart des logiciels GPLv2 autorisent à utiliser versions ultérieures)	Oui	Oui	**	Non	
GPL v3 [archive]	Oui (++)	Non	-	Oui	Oui	**	Non	
LGPL v2 (GNU LGPL) [archive]	Oui(+)	Oui	-	Oui	Oui	*	*	
LGPL v3 [archive]	Oui (+)	Non	Oui	Oui	Oui	*	*	
MPL [archive]	Oui (+)	Non	Non	Oui	Oui	*	*	MPL 1.1 (section 13) choix entre la MPL et une autre licence (GPL) pour programme
BSD License [archive]	Non	Oui	Oui	Oui	Non	Non	**	
Apache License 2.0 [archive]	Non	Non	Oui	Oui	Non	Non	**	
CeCILL v2.1 [archive]	Oui (++)	Oui	Oui	Oui	Oui	**	Non	
Cryptix General License [archive]	Non	Oui	Oui	Non	Non	Non	**	
The MIT License [archive]	Non	Oui	Oui	Oui (licence MIT)	Non	Non	**	
Licence FreeBSD [archive]	Non	Oui	Oui	Non	Oui	*	*	
Intel Open Source License [archive]	Non	Oui	Oui	Oui	Oui	Non	Non	
Microsoft Public License [archive]	Non	Non	Oui	Oui	Oui	Non	**	~ Apache
Licence X11 [archive]	Non	Oui	Oui	Oui (licence MIT)	Non	Non	**	
The zlib/libpng License [archive]	Non	Non	Non	Non	Non	Non	**	
GNU AFFERO GENERAL PUBLIC LICENSE v3 [archive]	Oui (++)	Non	Oui	Oui	Oui	**	Non	
Academic Free License 3.0 [archive]	Non	Non	Non	Oui	Non	Non	**	Clause ~Open source license
Apple Public Source License 2.0 [archive]	Oui (+)	Non	Non	Oui	Oui	*	*	
Common Development and Distribution License [archive]	Oui	Non	Non	Oui	Oui	*	*	Etendue de copyleft ~ MPL
CPL [archive]	Non	Non	Non	Oui	Oui	*	*	
Condor PL [archive]	Non	Non	Non	Non	Oui	*	*	Autre licence doit quand même respecter les termes de la Condor PL
EPL 1.0 [archive]	Oui (+)	Non	Non	Oui	Oui	*	*	En cours de remplacement par la licence EPL 2.0.
EPL 2.0 [archive]	Oui (+)	Oui	Oui	Oui	Oui	*	*	
IBM PL [archive]	Non	Non	Non	Oui	Non	Non	Non	
Interbase PL [archive]	Oui (+)	Non	Non	Non	Oui	*	*	~ MPL
LaTeX Project PL 1.2 [archive], 1.3 [archive]	Non	Non	Non	Non	Oui	*	*	
Lucent PL [archive]	Non	Non	Non	Oui	Non	Non	Non	
Microsoft Reciprocal License Ms-RL [archive]	Oui (+)	Non	Non	Oui	Oui	*	*	
NOKOS License [archive]	Oui (+)	Non	Non	Oui	Oui	*	*	~ MPL
PHP License 3.0 [archive]	Non	Non	Non	Oui	Oui	*	Non	
Python License (CNRI Python License) [archive]	Oui (+)	Oui	Oui	Oui	Oui	*	*	
EuPL [archive]	Oui(++)	Oui	Oui	Non	Oui	**	Non	
Dual Licensing : Berkeley Database License (sleepycat) [archive]	Oui (+)	Oui	Oui	Oui	Non	Non	* (si licence libre choisie)	Double licence : si intégration de la version libre dans un logiciel, obligation d'ouverture du code source
Q Public License [archive]	Non	Non	Non	Oui	Oui	*	*	Trolltech ne recommande pas QPL mais GPL
WTFPL v2 [archive]	Non	Oui	Oui	Non	Non	Non	**	

Source: https://fr.wikipedia.org/wiki/Liste_de_licences_libres

du copyleft qui implique donc qu'un projet informatique qui intègre un morceau de code en copyleft sois placé lui-même sous la même licence copyleft.

Pour utiliser une licence libre dans un projet informatique ou pour une production littéraire et artistique (sous licence Creative Commons par exemple, comme évoqué ci-après), rien du plus simple: il suffit d'associer au projet un court texte qui mentionne le ou les auteurs, le fait que ce projet est placé sous licence GPL v3 par exemple, et d'indiquer l'adresse web où l'on peut retrouver le texte intégral de la licence, voir à ce titre:

<https://www.gnu.org/licenses/gpl-howto.html>. Contrairement au dépôt de brevet, il n'y a donc aucune démarche particulière à faire pour donner plus de libertés aux utilisateurs en utilisant des licences libres, sans ces mentions, les principes plus restrictifs du droit d'auteur s'appliquent, ce qui interdirait par exemple à quelqu'un d'utiliser l'une de vos photos publiée sur votre site afin d'illustrer un article sur Wikipedia.

Si les termes de la licence libre sont bafoués, il est possible de saisir les tribunaux pour faire valoir ses droits, tout comme

si la licence n'était pas libre et avec la même force juridique: cela pourrait être le cas si une de vos vidéos est utilisée même partiellement pour faire une publicité sans mentionner le fait que vous en êtes l'auteur.

4.2.1.6. Le libre dans les arts et la culture: les creatives commons, wikipedia, la culture du remix et du mash-up

Les licences libres de type GPL ont été créées à l'origine pour des programmes, du code informatique, les licences Creative Commons constituent quant à elles un ensemble de licences régissant les conditions de réutilisation et de distribution d'œuvres (notamment d'œuvres multimédias diffusées sur Internet). Élaborées par l'organisation Creative Commons, elles ont été publiées pour la première fois le 16 décembre 2002. Elles sont composées à partir de 4 critères:

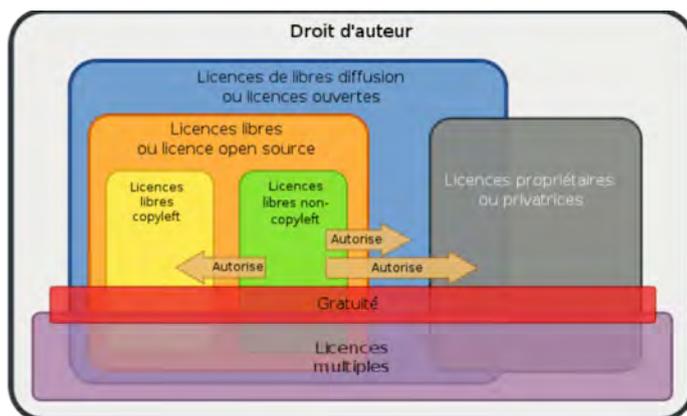
- **Attribution:** signature de l'auteur initial (obligatoire en droit français) (sigle: BY).

- **Non Commercial:** interdiction de tirer un profit commercial de l'œuvre sans autorisation de l'auteur (sigle: NC).

- **No derivative works:** impossibilité d'intégrer tout ou partie dans une œuvre composite; l'échantillonnage (sampling), par exemple, devenant impossible (sigle: ND).

- **Share alike:** partage de l'œuvre, avec obligation de rediffuser selon la même licence ou une licence similaire (version ultérieure ou localisée) (sigle: SA).

Fig.3. Classification des licences

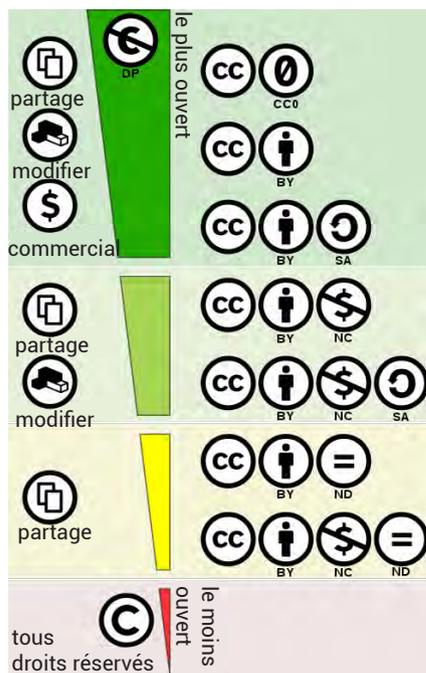


Source: <https://goo.gl/yj4kBy>

La combinaison de ces 4 critères produit 6 licences type qui permettent à l’auteur de donner plus ou moins de libertés aux personnes qui souhaiteraient ré-utiliser sa création.

A titre d’exemple, les contenus de l’encyclopédie participative Wikipedia sont placés par défaut sous licence Creative Commons attribution, partage dans les mêmes conditions, ce qui a permis de mettre tout un pan de la connaissance humaine sous un régime de droit d’auteur beaucoup plus permissif que le régime «traditionnel», on peut ainsi éditer et vendre des livres à partir des contenus de Wikipedia sans aucun soucis.

Fig. 4. Le «spectre» des licences Creative Commons



Source: https://fr.wikipedia.org/wiki/Licence_Creative_Commons

Le fait de placer des textes, des créations sonores, graphiques, vidéos, multimedia sous licence Creative Commons a également favorisé la culture du remix et du mash-up: on réalise une nouvelle création artistique intégrant uniquement ou pour partie des contenus réalisés par d’autres artistes et auteurs mais réagencés pour en faire un œuvre originale.

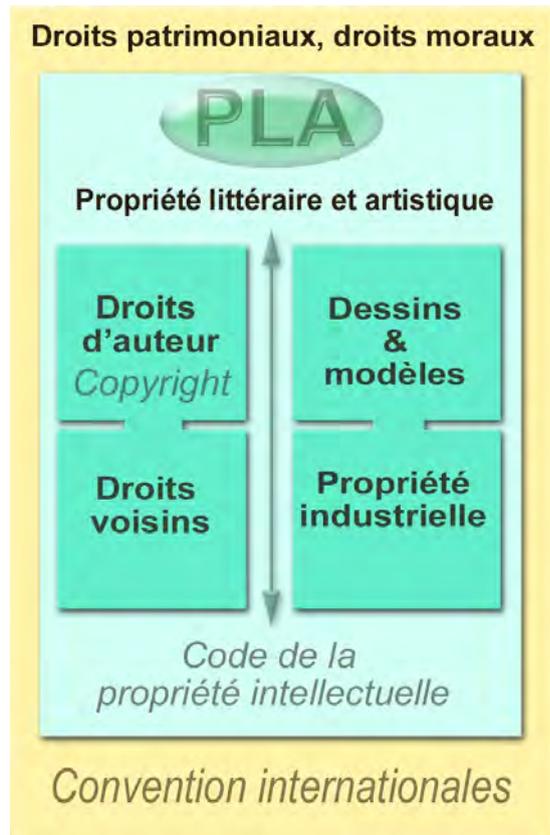
4.2.1.7. Les licences pour le matériel libre

Concernant le «matériel libre» (aussi appelé «Open Hardware»), il convient de faire un petit retour sur la question de la propriété intellectuelle pour bien en cerner les limites actuelles. La propriété intellectuelle est le domaine comportant l’ensemble des droits exclusifs accordés sur des créations intellectuelles. Elle comporte deux branches:

- La propriété littéraire et artistique, qui s’applique aux œuvres de l’esprit, est composée du droit d’auteur et des droits voisins.
- La propriété industrielle, qui regroupe elle-même, d’une part, les créations utilitaires, comme le brevet d’invention et les signes distinctifs, notamment la marque commerciale, le nom de domaine et l’appellation d’origine.

Elle comprend un droit moral (extra-patrimonial) qui est le seul droit attaché à la personne de l’auteur de l’œuvre qui soit perpétuel, inaliénable et imprescriptible, et qui s’applique donc de manière post-mortem, même après que l’œuvre soit tombée dans le domaine public (soit maintenant 70 ans après la mort de l’auteur pour le droit français). Certaines personnalités du mouvement du logiciel libre dénoncent l’escroquerie sémantique du concept de «propriété intellectuelle», de même le récent brevetage du vivant a suscité de vives controverses éthiques et juridiques.

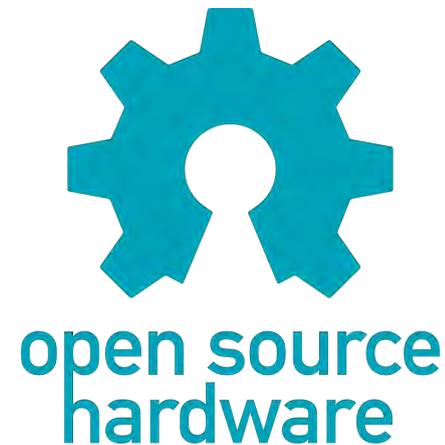
Fig. 5. Représentation simplifiée du cadre de la propriété intellectuelle



Source: <https://goo.gl/CeyiZi>

Donc comme on l'a vu, ce qui est du ressort de la propriété littéraire et artistique (programme informatique, textes, créations audiovisuelles) peut être diffusé via des licences libres, avec les objets et le matériel, on est dans le cadre de la propriété industrielle et du brevet donc, ça se complique! Pour autant on voit de plus en plus aujourd'hui d'appareils estampillés «Open hardware», en fait il est possible de placer sous une licence libre les plans

constitutifs de l'objet, la documentation qui l'accompagne, les programmes informatiques qu'il embarque éventuellement, mais la licence matérielle libre ne couvre pas la production de l'objet ou le fait de pouvoir concéder sa fabrication à un tiers qui reste du domaine du brevet et donc de la propriété industrielle. Il existe aujourd'hui principalement 2 licences matériels libres (la CERN Open Hardware Licence et la TAPR Open Hardware License), des réflexions sont menées à l'échelle internationale pour tenter de dépasser les limites évoquées.



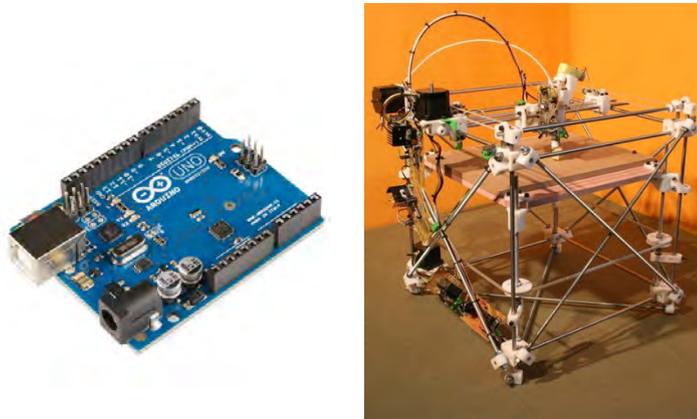
Logo Open hardware

Source: https://en.wikipedia.org/wiki/Open-source_hardware

Parmi les grandes réussites dans le domaine du matériel libre, on peut évoquer le microcontrôleur Arduino qui permet, de façon autonome ou branché à un ordinateur, de gérer des capteurs, des actionneurs et bien d'autres choses encore en y adjoignant des greffons (des «shields») pour ajouter une connexion WIFI ou GSM, un GPS, des contrôleurs de moteurs...Créée à l'origine dans des buts pédagogiques, cette carte connaît un succès mondial auprès des makers, artistes et artisans numériques.

Du fait de son caractère ouvert, la carte Arduino a été clonée abondamment, des entreprises ou des collectifs y ont également apporté des modifications pour l'adapter à leurs besoins. Un autre exemple de matériel libre est la «Rep Rap», première imprimante 3D développée de façon ouverte par une université anglaise et qui connaît également un succès mondial et de nombreuses déclinaisons.

On pourrait se demander comment se rémunérer lorsque l'on crée un objet placé sous licence «matériel libre» et qui peut donc être fabriquer par n'importe qui? Certains objets, comme ceux embarquant de l'électronique, nécessitent parfois un outillage très spécial pour être fabriqués, de plus la plupart des gens ne souhaitent pas passer du temps à fabriquer l'objet, même s'ils en ont les plans, par contre son côté ouvert implique que l'utilisateur de l'objet pourra le faire évoluer, le transformer (on parle de la «bidouillabilité» d'un objet), le côté open hardware devient alors un argument de vente que l'on retrouve souvent



Carte Arduino modèle Uno et Imprimante 3D RepRap modèle Darwin

Source: https://en.wikipedia.org/wiki/Open-source_hardware

lorsque la première série d'un objet est créée via un crowdfunding (financement participatif).

Ce type d'approche s'est notamment développée via des lieux comme les «FabLab», des ateliers locaux de fabrication qui comporte la plupart du temps des outils traditionnels et des outils numériques (imprimante 3D, découpe laser, fraiseuse à commande numérique) et où les utilisateurs sont invités à documenter leurs projets, à partager connaissances et savoir-faire.

4.2.1.8. La culture du libre s'immisce dans de nombreux autres domaines de la société

Services en ligne libres et éthiques

A partir de l'émergence de la première licence libre, ce mouvement a connu de nombreuses évolutions, comme avec le matériel on l'a vu, mais aussi dans d'autres registres: on peut évoquer les outils en ligne ou applications web qui sont là aussi très nombreuses, avec par exemple le moteur de site Wordpress, mais aussi et surtout tout un ensemble d'outils de communication, d'échange, de travail collaboratif alternatifs à ceux proposés par les grandes plateformes commerciales américaines (les fameux GAFAM pour Google Apple, Facebook, Amazon et Microsoft). Cet aspect sera développé dans un chapitre suivant.



L'initiative «Deggoglisons Internet» de l'association Framasoft

Source: <https://degooglisons-internet.org>

«Open data» ou données ouvertes

Le libre s'est également transposé aujourd'hui aux données, avec le mouvement «open data» qui consiste à publier de façon ouverte et structurée des jeux de données issues des institutions publiques ou du secteur privés dans toute une diversité de domaines: données du cadastre, données géographiques et sociales, transport, consommation d'énergie, environnement, disponibilité des vélos publics, horaires en temps réel des bus, ... L'ouverture des données (open data) est à la fois un mouvement, une philosophie d'accès à l'information et une pratique de publication de données librement accessibles et exploitables. Elle s'inscrit dans une tendance qui considère l'information publique comme un bien commun (tel que défini par Elinor Ostrom) dont la diffusion est d'intérêt public et général. Certains acteurs revendiquent un principe de réciprocité: comme une partie de ces données est produite avec de l'argent public, on pourrait souhaiter que l'accès à ces données soit limité ou rendus payant

pour les acteurs du secteur marchand qui trouveraient une façon de les monétiser, comme par exemple une start-up qui gagnerait des sous via une application sur le transport public en s'appuyant sur les données produites par la ville. Ce principe de licence à réciprocité, expérimenté par exemple dans la métropole du grand lyon, pourrait être transposé aux autres domaines du libre (logiciel, creative commons, open hardware...) pour qu'un acteur public ou privé qui puiserait dans ces communs y contribue en retour.

Fig. 6. Les licences sur les données de l'agglomération du Grand Lyon

	LICENCE OUVERTE	LICENCE ENGAGÉE	LICENCE ASSOCIEE
Utilisation commerciale de données	✓	✓	✓
Mention de la source et de la date de mise à jour	✓	✓	✓
Déclaration sur l'usage de la donnée	✗	✓	✓
Authentification nécessaire avant téléchargement	✗	✓	✓
Possibilité d'une redevance	✗	✗	✓

Source: <https://data.grandlyon.com/connaître-nos-licences/>

Gouvernance ouverte

Toujours dans la dynamique du libre, un mouvement international se regroupe sous l'appellation «open government» ou de gouvernance ouverte. Ce mouvement promeut l'idée qu'il faut ouvrir la gouvernance des institutions publiques aux citoyens en leur donnant les moyens à la fois de connaître les éléments constitutifs des politiques publiques (enjeux, budgets, ...) et aussi de pouvoir participer à la décision publique. C'est donc

une envie de transparence et de mise en débat et en partage des décisions politiques qui conduirait à placer les élus plus comme des animateurs du débat public que comme décisionnaires. De nombreuses initiatives existent dans le monde, qui s'appuient sur des plateformes en ligne et des réunions «in real life» pour orchestrer l'attribution d'un budget participatif, discuter et proposer des évolutions pour un projet de loi, ou encore co-construire un aménagement de l'espace public comme une place ou un parc. On peut simplement citer l'initiative très volontariste de la ville de Barcelone qui a déployé de nombreux outils et de nombreuses actions tout en participant au développement d'un réseau qui fédère ces initiatives à l'échelle internationale.



Plateforme Decidim.org initiée par Barcelone

Source: <https://decidim.org>

Le libre aujourd'hui, demain...

Enfin, pour finir le tour d'horizon des cultures libres, on peut mentionner les «semences libres» qui visent à contrecarrer les envies de multinationales de breveter le vivant et se réserver

le droit de produire des graines, les intelligences artificielles/ assistants personnels aujourd'hui trop nourries de nos données personnelles et «élevées» principalement par les mêmes grandes entreprises américaines du net et qui gagneraient à se «libérer», et dans un futur plus ou moins proche, la perspective de l'homme augmenté, du cyborg, du cerveau connecté que je préfère imaginer libres et ouverts que fermé et opaque...

4.2.2. Des systèmes d'exploitation et des logiciels libres pour travailler au quotidien et développer des projets

Après ce tour d'horizon de l'évolution du libre dans nos sociétés, il est peut être bon de revenir à des choses pratiques et pragmatiques, en évoquant trop rapidement les logiciels libres. Aujourd'hui, on peut considérer que le libre a perdu la bataille des ordinateurs personnels, la bataille des systèmes d'exploitation, car la stratégie de Microsoft de «vente liée» d'un ordinateur déjà équipé du système d'exploitation Windows a très bien marché, peu de gens font la démarche d'installer un système GNU/Linux sur leur ordinateur, quand bien même il existe des Linux tout à fait facile à installer, ergonomiques, rapides et beaucoup moins sujets aux virus et au piratage.

Le libre a gagné quelques batailles sur le terrain des logiciels avec par exemple le navigateur Firefox ou encore le lecteur vidéo VLC assez largement adoptés. Le libre a par contre gagné la bataille des infrastructures d'Internet, car on le voit peu mais une grosse majorité de serveurs web est composée de la combinaison Linux Apache Php Mysql (LAMP), de nombreux composants au cœur du réseau utilisent du libre/de l'open source pour fonctionner.

Coté téléphones mobiles et tablettes, c'est Google qui a réussi un vil coup de maître avec le système Android qui équipe une énorme majorité d'appareils dans le monde. Sur une base Linux, on peut dire rapidement qu'Android n'est qu'à moitié libre, car il facilite grandement le fait que des fabricants de téléphones ou des fournisseurs de forfaits téléphoniques y ajoute des composantes fermées et donc non-libres.

Plutôt qu'une longue liste, je suis tenté de vous inviter à consulter une sélection de logiciels libres proposée par Framasoft, sélection qui couvre l'ensemble des besoins quotidiens ainsi que des besoins plus spécifiques: <https://framalibre.org/> où trouver des alternatives aux logiciels privés que vous utilisez peut-être: <https://degooglisons-internet.org/alternative?!=fr>



Linux Mint avec un bureau Mate

Source: <https://linuxmint.com/>

4.2.3. Des outils en ligne libres et éthiques pour la collaboration, la communication, la promotion, la production

De nos jours, tout projet revêt une dimension collective et collaborative. Même si le projet émane d'une seule personne, il s'agira à un stade de celui-ci d'en communiquer le résultat auprès du plus grand nombre pour le faire connaître. Dans le cadre du développement de projets collaboratifs, nous sommes donc amenés à utiliser une multiplicité de logiciels en ligne ou installés sur notre ordinateur en ayant la possibilité d'échanger des contenus en s'envoyant des fichiers ou directement sur les plateformes web.

La première activité est souvent d'échanger au sein d'une équipe projet, il peut s'agir ensuite de co-construire des textes, des éléments visuels ou sonores, des maquettes, des prototypes, et de faire parvenir ces contenus à d'éventuels fabricants, imprimeurs, partenaires. Ensuite, on pourra être amenés à communiquer autour du projet et interagir avec les destinataires de celui-ci pour en développer la notoriété, recueillir des avis, des améliorations, des retours d'expériences.

Pour toutes ces dimensions, il existe de nombreux outils «gratuits» non dénués d'arrière pensées... Utiliser les services de Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft... , signifie que vous leur confiez vos données, les traces de votre vie que vous laissez sur Internet. C'est donc une question de confiance. Cette confiance a permis à une poignée d'acteurs, d'obtenir un quasi-monopole sur nos vies numériques en centralisant les données d'une immense partie de la population. Les enjeux et dangers sont triples: économiques, technologiques, culturels...

L'association française Framasoft a lancée en 2013 l'initiative «Dégooglisons Internet» en réponse à une centralisation massive de nos usages du net autour de quelques entreprises américaines (les GAFAMs et autres) qui proposent des services «gratuitement» en vendant des espaces publicitaires rendus pertinents grâce à la collecte de nos données personnelles. Les services sont des logiciels, mais qui sont installés sur le cloud, donc sur l'ordinateur de quelqu'un d'autre (les fameux «serveurs»).

Framasoft s'est donc attaché à proposer des alternatives libres et éthiques à ces services commerciaux:

<https://degooglisons-internet.org/liste?l=fr>

Fig. 7. Exemples d'outils collaboratifs proposés par Framasoft



Source: <https://framsoft.org/>

Dans l'élaboration d'un projet collaboratif, on peut évoquer une suite d'outils:

- Partage d'idées, tempête de cerveaux: Framindmap (cartes mentales) et Framapad (édition collaborative de documents) pour aboutir une première rédaction.
- Constitution d'une liste de discussion par mail avec Framaliste.
- Outil de discussion et de partage de veilles/ressources et organisation du travail en groupe avec Framateam, visioconférence avec Framatalk.
- Partage de fichiers, de contacts, de données calendaires avec Nextcloud.
- Caler des temps de réunion avec Framadate.
- Réaliser des questionnaires en ligne avec Framaform.
- Créer une équipe et y inviter ses collaborateurs pour discuter et prendre des décisions communautaires à l'aide de divers outils de vote avec Framavox.
- Création des éléments de communication et diffusion avec Framaslides et Framavectoriel.
- Créer un site web classique ou un wiki avec Framasite.

4.2.4. Transformations sociales et productives induites par les cultures libres

On l'a vu, la culture libre recoupe de nombreux aspects de notre vie quotidienne et numérique. Outre les libertés supplémentaires que confèrent les licences libres (logicielles, matérielles, culturelles, sur les données...), ce type d'outil juridique permet un accès à la connaissance, aux données, à des processus d'élaboration de contenus numériques grandement facilités car non-limité par une barrière économique, un prix d'entrée ou d'achat car la plupart du temps, cet accès est totalement gratuit et ouvert. L'accès aux connaissances, à l'image de l'encyclopédie Wikipedia, mais aussi l'accès à des ressources visuelles (images, photos, vidéos, typographies), tout comme aux données («open data») favorise la production de contenus originaux en éliminant la nécessité de rémunérer d'éventuels ayants droits et en diminuant d'autant la hauteur de la barrière à franchir pour initier un projet.

Une autre dimension importante des cultures libres dans les processus de transformation sociale qu'elles impliquent réside dans les communautés autour de ces logiciels et usages. De nombreuses personnes et collectifs partagent en effet leurs vécus, leurs expériences en tant qu'utilisateurs ou producteurs, permettant ainsi à tout un chacun de ne pas «démarrer de zéro», mais plutôt en bénéficiant d'une accumulation d'expériences tout à fait profitables à la bonne réussite d'un projet. Ces communautés disposent souvent de moyens en ligne d'échange où il est possible de poser une question ou un problème et de, là aussi, bénéficier de retours, de conseils de préconisations avant d'éviter les écueils du débutant ou de régler des problèmes très spécifiques.

Enfin, dans le registre de la productivité, on peut prendre l'exemple des librairies de logiciels pour l'activité de développement informatique. Un logiciel informatique utilise très souvent des fonctions récurrentes et élaborées, laborieuses à recréer lorsque l'on démarre. Dans tous les langages de développement, il existe quantités de librairies, de boîtes à outils que l'on peut mobiliser pour développer un programme informatique plus élaboré plus rapidement. Lorsque ce langage de programmation est libre et ouvert, les outils contenus dans cette «boîte» sont d'autant plus nombreux, divers et puissants. Quand on veut par exemple adjoindre à une carte Arduino une connexion Wifi, il existe une librairie pour ce faire qui permet de «parler» simplement à la carte Wifi sans se préoccuper des couches informatiques plus basses qui permettent à ces 2 appareils de fonctionner ensemble. Dans le monde du libre, les librairies sont constamment améliorées et déclinées par des communautés pour couvrir une diversité de cas d'usages toujours grandissante.

Ce dernier exemple très pratique révèle les capacités transformatives des cultures libres pour inventer et développer de nouveaux projets dans le champs de l'économie sociale et solidaire, reprenons ainsi en conclusion la maxime de Framasoft: «la route est longue mais la voie est libre».

4.3. Exercices pratiques, dynamiques de groupe et exercice d'évaluation

Plusieurs types d'exercices pratiques et dynamiques de groupe sont envisagés :

1. Identification et usage de licences libres.
2. Identification et usages de logiciels libres dans un projet.
3. Utilisation d'outils collaboratifs.
4. Invention de modèles économiques s'appuyant sur des outils et contenus libres.
5. Repérage de réseaux de collaboration à différentes échelles territoriales...

Le travail d'évaluation propose d'envisager en quoi l'utilisation de logiciels libres, de licences libres, d'outils collaboratifs en ligne, de données ouvertes peut contribuer à la réalisation de projets dans le champ de l'économie sociale et solidaire dans leurs diversités.

4.4. Bibliographie sur papier et électronique

- Aigrain, P. (2005). *Cause commune*. Paris: Fayard.
- Michel Bauwens, M., Mendoza, N. Iacomella, F., et al. (2012). *A Synthetic Overview of the Collaborative Economy*. Paris: Orange Labs et P2P Foundation.
- Élie, F. (2009). *Économie du logiciel libre*. Paris: Eyrolles.
- Broca, S. (2013). *Utopie du logiciel libre*, Paris: *Le passager clandestin*.
- Eychenne, F. (2012). *Fab Labs. Tour d'horizon*. FING. URL: <https://goo.gl/AfG3FL>
- Chardonnet, E. (2013). *Artisans numériques*. Orléans: Editions HYX.
- Lessig, L. (2000). *Code is Law—On Liberty in Cyberspace*, Harvard Magazine, janvier-février 2000. URL: <https://framablog.org/2010/05/22/code-is-law-lessig/>
- Moglen, E. (mai 2001). *L'anarchisme triomphant: le logiciel libre et la mort du copyright*. Multitudes, n° 5, p. 146-183.
- Moulier Boutang, Y. (2007). *Le capitalisme cognitif. La nouvelle grande transformation*. Paris: Éditions Amsterdam.
- Moulier Boutang, Y. (2010). *L'abeille et l'économiste*. Paris: Carnets Nord.
- Paloque-Berges et Masutti, C. (2013). *Histoires et cultures du Libre. Des logiciels partagés aux licences échangées*. URL: <https://framabook.org/histoiresetculturesdulibre/>
- Raymond, E. (1998), *La cathédrale et le bazar*. URL: <https://goo.gl/tVUdTC>
- Stallman, R., Williams, S. et Masutti, C. (2010). *Richard Stallman et la révolution du logiciel libre. Une biographie autorisée*. Paris: Eyrolles.

- Torvalds, L. et Diamond, D. (2001), *Just for Fun: The Story of an Accidental Revolutionary*, New York, Harper Collins.
- Turner, F. (2006). *From Counterculture to Cyberculture. Stewart Brand, the Whole Earh Network, and the Rise of Digital Utopianism*. Chicago: University of Chicago Press.

4.5. Sites web et ressources audiovisuelles d'intérêt

Quelques vidéos courtes pour appréhender les enjeux:

- De courtes vidéos qui abordent avec humour et chiffres à l'appui des sujets de société notamment sur les libertés numériques:

<https://www.youtube.com/user/datagueule/videos>

Où trouver les logiciels libres dont on a besoin:

- Framasoft tient à jour un annuaire de logiciels libre:

<https://framasoftware.org/>

Où trouver les services en ligne dont on a besoin:

- Framasoft propose tout un panel de services en lignes alternatifs aux services commerciaux habituels:

<https://degooglisons-internet.org/fr/alternatives/>

Pour aller plus loin:

- Le site de Calimaq qui décrypte chaque semaine des questions autour du droit d'auteur, de la propriétés intellectuelle, des licences libres et des enjeux associés à cette société numérique:

<http://scinfolex.com/>



CHAPITRE 5.

Gestion émotionnelle et empathie dans l'intervention sociale

Par
Violeta Luque Ribelles

5.1. Présentation, objectifs et méthodologie

5.1.1. Présentation

Dans cette matière, on va définir le concept d'intervention sociale, en mentionnant spécialement la Recherche- Action Participative. En outre, on va envisager le besoin de concevoir et d'implémenter des interventions sociales culturellement compétentes et à perspective de genre pour qu'elles soient efficaces.

La compétence culturelle entraîne à reconnaître des aspects comme les valeurs, le système de croyances, la nationalité, la langue, ou la gastronomie de ceux participant au processus d'intervention sociale. La perspective de genre dans les projets mène à visualiser, à identifier et à tenir en compte les circonstances, les besoins et les problèmes spécifiques des hommes et des femmes, en s'occupant de la façon dans laquelle ceux-ci sont touchés par la socialisation, différence de genre chez le problème concret à aborder (*Fundación Mujeres, 2003*).

De même, dans tous les processus d'intervention et d'interaction sociale, une série d'émotions est déclenchée par des personnes intégrant la communauté de ceux dynamisant les processus d'intervention et entre les deux groupes. Dans cette matière, on va aborder les processus de gestion émotionnelle développant celui dynamisant les processus d'intervention, ainsi que la capacité empathique suffisante pour accompagner ces processus.

5.1.2. Objectifs

Les objectifs d'apprentissage à atteindre dans cette matière sont les suivants:

1. Connaître le concept d'intervention social et de la recherche-action participative.
2. Reconnaître l'importance de concevoir des interventions sociales culturellement compétentes et à perspective de genre.
3. Etre capables de caractériser les fonctions de la contrôleuse sociale dans les processus d'intervention sociale participative et le rôle des émotions dans ledit processus.
4. Connaître les concepts de gestion émotionnelle et empathie.
5. Réfléchir sur le besoin d'autosoin des professionnels de l'intervention sociale et faciliter des outils pour l'exercice de celui-ci.
6. Exercer les aptitudes d'identification des propres émotions, de la gestion émotionnelle et de l'empathie.

5.1.3. Méthodologie

Aux fins de faciliter l'accomplissement des objectifs indiqués, on propose que la matière soit développée par une combinaison des suivantes stratégies méthodologiques:

- Présentations théoriques effectuées par le professeur où on peut promouvoir la communication multilatérale et la réflexion partagée sur les connaissances et les expériences concernant la thématique.

- Réalisation des activités individuelles et en groupe, qui plus tard seront mises en commun, afin de renforcer les connaissances et mettre en pratique les aptitudes.

- Evaluation des connaissances et des aptitudes acquises par la réalisation d'un travail en groupe où on va proposer une stratégie de gestion émotionnelle et exercer l'empathie dans une situation d'intervention sociale participative.

5.2. Résumé des contenus

5.2.1. Intervention sociale

Savez-vous ce que c'est une intervention sociale? Si vous devriez la définir..., sauriez-vous le faire? Pensez quelques secondes..., maintenant que vous avez une idée dans votre cerveau, on va vous montrer deux définitions, on va voir si elle ressemble à celle à laquelle vous avez pensé. Nelson et Prilleltensky (2005) ont défini les interventions sociales comme:

“...des processus intentionnellement conçus [planifiés méthodiquement et exécutés avec précision] pour influencer sur le bien-être [concernant les niveaux personnels, relationnels y communautaires] de la population par des changements dans les valeurs, les politiques, les programmes, la distribution de ressources, les différentiels du pouvoir et les règles culturelles”.

(Nelson y Prilleltensky, 2005, p. 163-164).

Il y a quelques années, elles étaient définies comme l'ensemble d'activités de *celui intervenant* se dirigeant à provoquer des *changements* dans le comportement des personnes et/ou des groupes *cible* (nouvelles connaissances, augmentation ou apprentissage d'aptitudes déterminées et de valeurs, etc.), ou dans quelques caractéristiques de leur contexte (Szapocznuk et Pequegnat, 1995).

Comme vous pouvez observer, aucune des définitions précédentes fait spécifiquement allusion au rôle de la communauté ou des personnes avec lesquelles on travaille. Cet aspect est remarquable parce qu'il touche le mode dans lequel sont conçues l'intervention et les relations établies entre les différentes personnes faisant partie et interagissant dans les processus d'intervention sociale.

Recherche Action-Participative

Dans le cadre de la psychologie Communautaire et de l'Intervention Sociale on a avancé en ce qui concerne le développement des méthodologies participatives, entre celles-ci la Recherche Action Participative (IAP). Une des définitions les plus utilisées de l'IAP est celle donnée par Selener (1997), «processus par lequel des membres d'un groupe ou d'une communauté opprimée, recueillent et analysent des renseignements et agissent sur leurs problèmes en vue de trouver des solutions et de promouvoir une transformation politique et sociale» (p. 17). Comme vous pouvez observer, Selener souligne le rôle actif acquis par les personnes avec lesquelles on intervient, ayant leur propre voix, capacité pour prendre des décisions, réfléchir et faire partie active du changement supposant une intervention sociale. Dans ce sens, au moment d'intervenir, vous devez devenir des facilitatrices, des dynamisatrices pour que les personnes avec lesquelles vous travaillez réfléchissent, décident et mènent les actions nécessaires au long du projet d'intervention.

Entre les points forts de l'IAP on trouve: (a) elle facilite la compréhension des connexions des personnes avec les contextes; (b) elle promeut le bien-être et la qualité de vie; (c) elle donne un rôle actif aux communautés et aux personnes avec lesquelles on travaille comme stratégie pour augmenter leur pouvoir et leur voix (García-Ramírez, Balcázar, et Suárez Balcázar, 2003).

En plus de donner un rôle principal aux personnes et aux groupes, il

est primordial en tant que contrôleuses de s'occuper de la diversité culturelle et du genre. Pour cela, il faut mener des interventions sociales culturellement compétentes et à perspective de genre (PG).

Interventions Sociales Culturellement Compétentes et à Perspective de Genre

Campinha-Bacote (1999), vu du champ de la santé, à son avis, la compétence culturelle a lieu une fois, en tant que professionnels, vous comprenez et vous appréciez les différences de croyances et de comportements, vous reconnaissez et vous respectez les variations qui existent entre des groupes culturels, et vous êtes capables d'adapter votre pratique pour procurer des interventions efficaces pour les personnes à cultures diverses. L'auteur définit la compétence culturelle au niveau individuel; pour que celle-ci ait lieu, il est précis que les organisations, les communautés et les politiques s'adaptent pour permettre et promouvoir que, en tant que professionnels, vous agissez de façon culturellement compétente. On parle donc de compétence culturelle communautaire. C'est à dire, de disposer de services communautaires et d'interventions sociales sensibles à la diversité sociale reconnaissant les différences culturelles et construisant des affinités, des relations sociales égalitaires et une justice sociale (Douglas, Rosenkoetter, Pacquiao, Callister, Hattar-Pollara, Lauderdale, Milstead, Nardi, et Purnell, 2014; García- Ramírez, 2011).

En ce moment il est possible que vous êtes entrain de vous demander, et... comment puis-je arriver à être une professionnelle culturellement compétente? Regardez, c'est ce que nous disent Suarez-Balcázar et Rodakowski (2007: 15).

“...être culturellement compétent est un processus contextuel continu, évolutif et expérientiel de croissance personnelle résultat de la compréhension professionnelle, ainsi qu'une meilleure capacité pour servir de façon adéquate les personnes

voyant, pensant et agissant de façon différente à la notre“.

Des années plus tard, Balcázar, Suarez-Balcázar, Taylor-Ritzier, et al., (2010) ont ajouté qu'on peut y arriver par moyen d'engagements répétitifs avec plusieurs groupes, en augmentant la conscience critique et la connaissance, ainsi qu'en ayant des opportunités de réflexion et d'analyse de l'exercice professionnel.

La Perspective de Genre

Le genre¹ fait allusion aux caractéristiques que chaque société donne à ce qui est masculin ou féminin. Adopter l'approche de genre dans l'intervention sociale entraîne à visualiser, identifier et tenir en compte les circonstances, les besoins et les problèmes spécifiques de toute la population, hommes et femmes, en s'occupant de comment la socialisation différenciée de genre touche ceux-ci (Ministère Régional de la Jeunesse et l'Égalité, 2014; Fundación Mujeres, 2003). C'est à la fois un outil de diagnostic et d'intervention stratégique. Le fait d'appliquer cette approche est important parce que la socialisation différentielle de genre génère des différences entre les hommes et les femmes en ce qui concerne la santé mentale, le développement professionnel, les motivations et les émotions qu'en ressent et qu'on exprime, ainsi que le mode dont on établit nos relations sociales. En outre, cela est positif parce que (a) il permet une meilleure approximation aux besoins de la population, ce qui veut dire plus d'adéquation aux propositions de solution; (b) il aide à améliorer la prévision des résultats vu qu'il élimine la possibilité

¹ Marina Subirats (1994) a défini le genre comme l'«Ensemble des règles, différentes pour chaque sexe, que chaque société élabore selon ses besoins, imposées aux personnes dès leur naissance en tant que modèles régissant leurs comportements, souhaits et actions de toute sorte».

A son tour, M^o Jesús Izquierdo (1985) interprète le genre comme «Critère de classement selon lequel les différences biologiques sont applicables au social. Il implique une différenciation par rapport au lieu occupé dans la société, aux activités développées et au système des valeurs».

de l'impact négatif chez les femmes dans les planifications sans approche de genre; (c) il élève la qualité des interventions en augmentant son efficacité et; (d) il aide à atteindre une société plus démocratique et égalitaire (Sendotu, 2010). Or, concevoir des interventions sociales avec PG requière l'application de cette approche dans le diagnostic, la planification et l'exécution, ainsi que dans l'évaluation².

Une fois acquises les notions de base sur le concept d'intervention sociale et sur quelques aspects à tenir en compte pour la conception des interventions sociales efficaces, nous allons nous concentrer sur les émotions. Dans tout processus d'intervention sociale, dans la mesure où des personnes et des groupes diverses sont impliqués, une série d'émotions est activée; de laquelle on doit s'occuper en tant que contrôleuses sociales.

5.2.2. Les émotions

On va commencer par un court exercice, avez-vous déjà essayé de définir le concept «émotion»? Essayez-le, dites à votre camarade comment défissiez-vous une émotion. Si vous l'avez déjà commenté, continuez et comparez votre définition avec celle qu'on vous donne ici.

“Une émotion est une réponse face à une stimulation pouvant avoir une valence positive ou négative. Une de ses principales fonctions est aider à l'adaptation face à des situations de menace pour garder l'équilibre des personnes. La réponse émotionnelle est caractérisée par son intensité élevée et sa courte durée et peut se manifester de façon interne et/ou externe”.

(Mestre, Gutiérrez-Trigo, Guerrero y Guil, 2017).

² Pour plus de renseignements sur ce sujet consultez les documents du Ministère Régional de la Jeunesse et de l'Égalité (2014), de la Fundación Mujeres (2003) et le Cahier de Travail Sendotu (2010).

Les émotions de base, dont on va aborder quelques unes dans ce texte, sont: la peur, le dégoût, la colère, la tristesse, la surprise et la joie. Les émotions secondaires, ou encore appelées sociales, sont: l'anxiété-peur, la honte, la culpabilité, la jalousie et l'envie.

Comment agissent la tristesse, la peur et le mécontentement: trois émotions très habituelles dans l'intervention sociale.

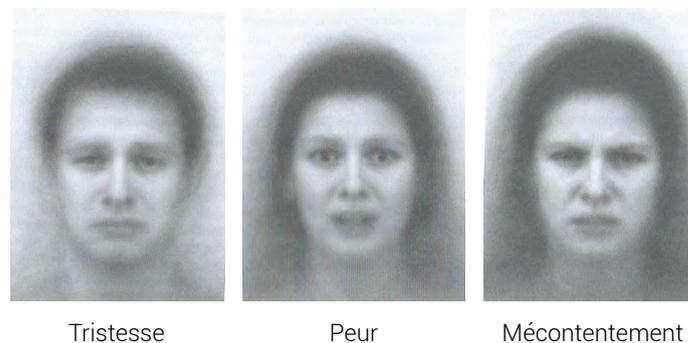
La tristesse: c'est une réponse à une stimulation déplaisante indiquant le chagrin ou la mélancolie. Elle est caractérisée par un niveau d'activation bas et indique la perte, par exemple, de buts, d'un être cher, ou d'objectifs matériels. L'expression faciale montre la commissure des lèvres vers le bas, des paupières tombantes, un regard bas et un abattement général des traits. Entre ses conséquences on trouve la dépression ou le désespoir. (Mestre, Gutiérrez-Trigo, Guerrero y Guil, 2017).

La peur: c'est une réponse, de fuite ou de lutte, face à la menace d'un possible mal. L'expression faciale consiste en l'élévation de la partie inférieure des sourcils et de la contraction de ceux-ci, le déplacement de la commissure de la bouche vers le derrière et vers le haut avec la séparation des lèvres. Deux de ses conséquences sont: la perte de contrôle et l'insécurité. (Mestre, Gutiérrez-Trigo, Guerrero y Guil, 2017).

Le mécontentement: contrairement à la tristesse, il est caractérisé par une activation élevée et une orientation de l'action. Il a lieu quand l'organisme, se dirigeant à un but ou un besoin, est bloqué (e.g., droits, confiance en soi, dignité). L'expression faciale de celui-ci est caractérisée par une tension musculaire faciale, des dents serrées, des yeux trop ouverts ou entrouverts, un regard fixe, des sourcils proches et vers le bas. Quelques conséquences du mécontentement sont les conflits interpersonnels et les comportements violents et/ou agressif. (Mestre, Gutiérrez-Trigo, Guerrero y Guil, 2017).

La Figure 1 montre un exemple de l'expression faciale des émotions indiquées.

Figure 1. Expression faciale de la tristesse, la peur et le mécontentement



Source: Lundqvist, Flykt, y Öhman (1998)

Aller vers l'exercice sur la reconnaissance de ses propres émotions.

Vu trois des émotions de base habituelles chez les processus d'intervention et une fois réalisé un des exercices proposés, il faut faire une pause pour introduire une réflexion de la main de la Psychologie des Emotions, ayant souligné le caractère socialement structuré des émotions. C'est-à-dire, on considère nécessaire que, en tant que contrôleuses sociales, vous devez envisager comment les structures de plusieurs genres, qu'elles soient «culturelles» ou liées au pouvoir et à l'état, contraignent, donnent forme, structurent ou déterminent des émotions situées. Cela indique le besoin d'aborder aussi les émotions, du point de vue sociologique (Aranguren, 2015). Dans ce point, on retourne à l'idée de la compétence culturelle et de la PG pour expliquer que, quelques émotions et leur expression, changent aussi en fonction de la culture et du genre des personnes vu qu'elles sont socialement structurées. Trinidad Sánchez Núñez, Pablo Fernández-Berrocal, Juan Montañés Rodríguez et José Miguel

Latorre Postigo (2008) abordent l'impact de la socialisation différentielle dans les compétences émotionnelles chez les hommes et les femmes.

5.2.3. Gestion émotionnelle et empathie

Comme précédemment mentionné, les émotions ont de l'influence sur nos vies et dirigent nos actions à tous moment. De cela, pour pouvoir fournir et nous fournir d'une croissance intellectuelle et émotionnelle, il est nécessaire d'avoir une certaine capacité

de gestion émotionnelle pour vous-mêmes et pour le reste des personnes.

Gestion émotionnelle

On peut dire que la gestion des émotions fait allusion à un groupe hétérogène de processus (i.e., perceptifs, cognitifs ou comportementaux), c'est une capacité qu'on développe et qu'on perfectionne sur la base d'un entraînement spécifique permettant d'éviter des réponses émotionnelles incontrôlables dans des

Tableau 1. Type de buts ou d'objectifs de la gestion des émotions (basé sur Gross, 2014)

Exemples pour chaque possibilité		Diminuer	Augmenter
Emotions négatives	Interne	Essayer de se calmer une fois fâchée.	Avoir peur en regardant un film d'horreur.
	Externe	Aider une personne triste à cause de la perte d'un être cher.	Encourager les autres à protester en se fâchant lors d'une manifestation pour des mesures injustes.
Emotions positives	Interne	Eviter de sourire pendant des obsèques.	Partager la joie avec les mêmes supporters de votre équipe pour l'obtention d'un championnat.
	Externe	Calmer les joies et les fêtes des étudiants avant le cours.	Raconter des blagues pour remonter le moral du groupe.

Source: Extrait de Mestre, Gutiérrez-Trigo, Guerrero et Guil (2017)

situations de colère, de provocation ou de peur. Ses deux objectifs de base sont: diminuer ou augmenter la durée ou la magnitude d'une émotion, qu'elle soit positive ou négative (Mestre, Gutiérrez-Trigo, Guerrero et Guil, 2017) (voir Tableau 1).

En suivant le Modèle Modal de Gross et Thomson (2007) les stratégies de contrôle des émotions peuvent se regrouper en cinq selon le moment ou le processus d'échange entre la personne, elle-même, ou avec l'entourage (voir Tableau 2).

Maintenant vous êtes prêt pour l'exercice 2 sur les stratégies de contrôle émotionnel. Comme mentionné ci-avant, votre rôle en tant que contrôleuses sociales est de facilitatrice de processus et dynamisatrices, en donnant un rôle principal aux personnes et aux groupes avec lesquels vous travaillez. Mais..., peut être vous êtes entrain de vous demandez comment atteindre cela. Or, l'équilibre entre le développement de la confiance et de la compréhension et l'indépendance permettant aux personnes avec lesquelles vous travaillez de prendre leurs propres décisions est élémentaire. De la même façon, vous ne devez pas oublier que les changements se facilitent en motivant avec le changement, en se basant sur les priorités des personnes et des communautés et en faisant que celles-ci utilisent leurs propres ressources. Les comportements paternalistes et autoritaires ne sont pas possibles. Par contre, il est primordial que vous travailliez avec un esprit empathique.

Empathie

Il n'existe pas une définition convenue de ce que c'est que l'empathie. Selon Luis Moya-Albiol (2014) l'empathie a un composant cognitif (la capacité de comprendre l'esprit de l'autre) et un autre émotionnel (la capacité de se sentir près de ses émotions). «Il s'agit d'un processus psychologique de déduction complexe, où l'observation des autres, la mémoire, la connaissance et le raisonnement sont combinés pour permettre la compréhension des pensées et les sentiments d'autres personnes» (p.15).

Tableau 2. Stratégies de contrôle émotionnel selon le moment ou le processus d'échange

Moment ou processus d'échange	Caractéristiques	Exemple(s)
Sélection de la situation	Orientée vers le futur. Elle implique de mener des actions augmentant ou diminuant la probabilité d'être dans une situation donnant lieu à des émotions souhaitables ou pas. Elle peut être activée de façon interne ou externe.	
Modification de la situation	Elle fait référence au changement de l'impact d'une émotion en modifiant une situation. On cherche à réduire ou à augmenter l'impact de la situation. Elle est activée de façon externe.	
Déploiement de l'attention	Il consiste en adresser l'attention à une situation déterminée pour que celle-ci ait de l'influence sur les émotions. Par exemple, quand on se distrait pour déconnecter d'une stimulation aversive.	
Changement cognitif	Il consiste en changer l'évaluation d'une situation pour modifier son sens émotionnel. Il peut être atteint en changeant ce qu'on pense de la situation, ce qu'on appelle revalorisation ou en améliorant la capacité de gérer les demandes qu'il envisage.	
Modulation de la réponse	Cette stratégie est mise en œuvre une fois commencée la réponse et son objectif. Il s'agit d'avoir de l'influence directement sur chaque composant de l'émotion, expérience ou sentiment, comportement et réponse physiologique.	

Source: Source personnelle à partir des renseignements de Mestre, Gutiérrez-Trigo, Guerrero et Guil (2017)

“Chez la société actuelle, l'empathie sert à nous adapter à ce qui nous arrive dans la vie beaucoup plus qu'autres comportements comme la violence, ce qui fait que, peut être, la propre évolution est entrain de nous mener vers l'adoption de stratégies coopératives et empathiques afin d'assurer notre survie” (Moya-Albiol, 2014, p. 61).

L'empathie peut s'exprimer par des émotions, des sentiments, des affections, des préceptes ou des comportements. En dépendant du contexte où elle a lieu, l'empathie aura tendance à être plus subjective, comme un processus inconscient menant à imaginer comment se sent la personne avec laquelle on interagit, ou plus exactement, pendant qu'elle a tendance à la compréhension complète et correcte de la personne dans une situation.

Au tableau 3, on a indiqué quelques aptitudes que, en tant que contrôleuses sociales, on doit déplier pour exercer l'empathie.

Bref, faire preuve d'empathie dans les processus d'intervention sociale avec les personnes et les communautés ne veut pas dire sympathiser avec elles, il ne s'agit pas de s'identifier affectivement. Il s'agit de s'approcher au monde de la communauté avec l' «objectivité» caractéristique du statut professionnel que vous possédez et en tenant en compte le contexte dans lequel se développe l'intervention.

Maintenant que vous connaissez les aptitudes que, en tant que contrôleuses sociales, vous devez déclencher pour faciliter les processus d'intervention sociale, on vous propose de faire un exercice vous permettant d'approfondir sur quelques techniques spécifiques (voir Exercice 3).

L'empathie est un élément principal chez l'intelligence émotionnelle (IE) en permettant de reconnaître et de comprendre les sentiments des autres personnes et de faciliter la chaleur, l'affection ou l'engagement. Le concept d'IE est ci-après indiqué.

Tableau 3. Aptitudes à développer pour l'exercice de l'empathie

Aptitudes en tant que contrôleuses sociales	Caractéristiques de l'aptitude
Comportement empathique ou compréhension empathique	<ul style="list-style-type: none"> - Transmettre une compréhension des besoins, une signification et le sens donné à la situation par le langage verbal et non verbal. - Ecoute active. - Ecoute des émotions sans affection. - Aptitudes de communication. - Observation. - Donner de l'importance au changement des personnes. - Compréhension de la situation dans les termes dans lesquels elle est exprimée par les personnes principales.
Acceptation inconditionnelle	<ul style="list-style-type: none"> - Elle entraîne à ne pas faire de jugements moraux dans les relations avec les personnes intervenues. - Respect envers les personnes pour le fait de l'être. - Faire confiance aux personnes, aux ressources desquelles on dispose y en leur capacité de prendre des décisions. - Absence de directivisme dans les relations.
Authenticité	<ul style="list-style-type: none"> - Ça veut dire être cohérent avec ce qui l'est, ce qu'on pense, ce qu'on perçoit, ce qu'on sent et ce qu'on communique. - Elle permet que la contrôleuse serve de modèle. - Elle suppose de croire en le processus dans lequel vous êtes impliqué.
Respect	<ul style="list-style-type: none"> - Il est exercé en pratiquant l'écoute active et la compréhension. - Il implique reconnaître que les personnes avec lesquelles on travaille ont une capacité de choisir, un critère approprié et peut reconnaître ce qui est bon. - En tant que professionnels, il s'agit de reformuler les incohérences pouvant surgir dans le processus d'intervention.

Source. Source personnelle à partir des renseignements de Gómez (s.f.)

Intelligence Emotionnelle

Mayer et Salovey ont défini en 1997 l'IE comme...

«...l'aptitude de percevoir avec exactitude, comprendre et exprimer des émotions; l'aptitude d'accéder et/ou de générer des sentiments facilitant la pensée; l'aptitude de

comprendre les émotions et la connaissance émotionnelle; et l'aptitude de réguler des émotions pour promouvoir la croissance intellectuelle et émotionnelle» (p. 35).

Selon Mayer et Salovey (1997) l'IE est constituée uniquement par des aptitudes mentales. Sur le Tableau 3 vous pouvez observer une schématisation de son modèle.

Tableau 4. Représentation du modèle à 4 branches de Mayer et Salovey (1997)

INTELLIGENCE EMOTIONNELLE	4. Régulation réflexive des émotions pour promouvoir la croissance personnelle et intellectuelle			
	Aptitude pour être ouverts envers les sentiments autant agréables que désagréables.	Aptitude pour attirer ou s'éloigner réflexivement d'une émotion selon l'information de celle-ci ou de son utilité jugée.	Aptitude pour contrôler réflexivement les émotions par rapport à soi-même et aux autres, telles que reconnaître comment sont-elles de claires, typiques, influentes ou raisonnables.	Aptitude pour réguler les émotions chez soi-même et chez les autres, en atténuant les émotions négatives et en intensifiant les agréables, sans contenir ou exagérer l'information qu'elles transmettent.
	3. Comprendre et analyser les émotions en employant la connaissance émotionnelle			
	Aptitude pour étiqueter des émotions et reconnaître les relations entre les mots et les émotions en soi, telle que la relation entre plaisir et aimer.	Aptitude pour interpréter les sens que les émotions impliquent par rapport aux relations, telle que quand la tristesse est souvent précédée par la perte.	Aptitude pour comprendre des sentiments complexes: des sentiments simultanés d'amour et de haine, ou mélangés, telle que la crainte comme une combinaison de peur et de surprise.	Aptitude pour reconnaître les transitions entre émotions, telle que la transition de la colère à l'insatisfaction, ou de la colère à la honte.
	2. Facilitation émotionnelle de la pensée			
	Les émotions donnent la priorité à la pensée en adressant l'attention à l'information importante.	Les émotions sont si intenses et disponibles qu'elles peuvent être générées comme une aide de la sagesse et de la mémoire sur les sentiments.	L'humour change la perspective de l'individu de l'optimisme au pessimisme, en favorisant la considération de plusieurs points de vue.	Les états émotionnels stimulent le fait d'affronter de façons différentes des problèmes spécifiques tels que quand la joie facilite le raisonnement.
	1. Perception, évaluation et expression de l'émotion			
	L'aptitude pour identifier l'émotion dans les états physiques, les sentiments et les pensées sur soi.	L'aptitude pour identifier les émotions dans d'autres choses, des esquisses, des œuvres d'art par moyen du langage, du son, des apparences et du comportement.	Aptitude pour exprimer des émotions de façon correcte et exprimer les besoins liés à ces sentiments.	Aptitude pour faire la différence entre des expressions précises ou imprécises, ou honnêtes versus malhonnêtes des émotions.

Source: Mayer et Salovey (1997)

5.3. Exercices pratiques, dynamiques en groupes et exercices d'évaluation

» Exercices pratiques:

1. Reconnaissance d'émotions

Pensez à la dernière semaine, vous avez sûrement expérimenté beaucoup d'émotions et, très probablement, entre celles-ci existe la tristesse, la peur et le mécontentement. Alors, pour faciliter la reconnaissance de vos émotions, comment se déclenchent elles et leurs conséquences. Pensez à trois situations ayant généré en vous les émotions indiquées et remplissez le tableau suivant:

Tableau Exercice 1

Reconnaissance des émotions de tristesse, de peur et de mécontentement			
Emotion	Situation de déclenchement	Expression faciale avec laquelle je me conçois et réponse physiologique	Conséquences
Tristesse			
Peur			
Mécontentement			

Exercice 2. Stratégies de régulation émotionnelle

Sur le tableau 2 on a proposé et décrit 5 stratégies de régulation émotionnelle en fonction du moment ou du processus d'échange de la personne avec soi-même ou avec l'entourage. Cependant,

il faut remplir la colonne des exemples. Notre proposition est que vous travailliez avec une camarade et que vous fassiez des exemples à partir de vos expériences personnelles et professionnelles. Une fois remplie, commentez-les avec tout le groupe.

Exercice 3. Techniques pour le développement de l'empathie

Il y a une série de techniques facilitant le développement de l'empathie chez les processus d'intervention sociale, elles consistent en: l'écoute active, l'écoute effective, la réponse empathique par la reformulation. A son tour, la reformulation peut être pratiquée de différentes façons: répétition ou reformulation simple, la reformulation en travaillant les sentiments, le discernement, la synthèse ou la confrontation.

Maintenant, avec une camarade, décrivez un processus d'intervention sociale pouvant avoir lieu dans l'entourage où vous vivez. Décrire la difficulté que vous voulez aborder et les différentes personnes, ou groupes de personnes impliqués. Plus tard, définir chacune des techniques impliquées et illustrer la façon de l'appliquer dans le contexte de l'intervention que vous avez décrite et avec un des groupes de personnes identifiés.

5.4. Bibliographie imprimée et électronique

- Balcázar, F., Suarez-Balcázar, Y., Taylor-Ritzier, T., y Keys, C.B. (2010). Cultural Competence. Development of a Conceptual Framework. *Disability & Rehabilitation*, 31, 1153-1160.
- Campinha-Bacote, J. (1999). A model and instrument for addressing cultural competence in health care. *Journal of Nursing Education*, 38(5), 204-207.
- Consejería de Juventud e Igualdad. (2014). *Guía práctica para la elaboración de proyectos con perspectiva de género*. Cabildo de Gran Canaria.
- Douglas, M.K., Rosenkoetter, M., Pacquiao, D., Callister, L.C., Hattar-Pollara, M., Lauderdale, J., Milstead, J., Nardi, D., y Purnell, L. (2014). Guidelines for implementing cultural competent nursing care. *Journal of Transcultural Nursing*, 25(2), 109-121.
- Ekman, P., y Cordaro, D. (2011). What is meant by calling emotions basic? *Emotion Review*, 3(4), 364-370.
- Fundación Mujeres (2003). *Guía para la elaboración de proyectos desde una perspectiva de género*. Gobierno del Principado de Asturias y Fondos Sociales Europeos.
- García-Ramírez, M. (2011). *Proyecto de investigación "Competencia Cultural Comunitaria: Profesionales Competentes para Comunidades Diversas"* (PSI2011-25554). Ministerio de Ciencia e Innovación. Plan Nacional I+D+. URL: <https://goo.gl/xAA8Xm>
- García-Ramírez, M., Balcázar, F., y Suárez Balcázar, Y. (2003). Introducción al monográfico. Investigación-acción participativa en psicología comunitaria: una herramienta para entender la diversidad humana. *Apuntes de Psicología*, 21(3), 409-417.
- Gómez, R. (s.f.). Una Metodología de Intervención Social. Aplicación práctica de la relación de ayuda desde el método de Trabajo Social. *Documentos de Trabajo Social*, 47, 168-183.
- Gross, J.J. (2014). Emotion regulation: Conceptual and empirical foundations. En J.J. Gross (Ed.), *Handbook of emotion regulation*, 2 (pp., 3-20). Nueva York: Guilford Press.
- Gross, J.J., y Thompson, R.A. (2007). Emotion regulation: Conceptual and empirical foundations: one or two depends on your point of view. *Emotions review*, 3(1), 8-16.
- Izquierdo, M.J. (1983). *Las, los, les (lis, lus) el sistema sexo/género y la mujer como sujeto de transformación social*. Barcelona: La Sal, 1983.
- Lundqvist, D., Flykt, y Öhman, A. (1998). Karolinska directed emotional faces database: Estocolmo: Department of Clinical Neuroscience, Psychology section, Karolinska Institutet.
- Martín, A. (2015). Emotional mechanisms of social (re) production. *Social Science Information*, 54(4) 543-563.
- Mayer, J.D., y Salovey, P. (1997). What is emotional intelligence? En J.D. Salovey y D.J. Sluyter (Eds.), *Emotional development and emotional intelligence* (pp. 3-31). New York: Basics Books.
- Mestre, J.M., Gutiérrez-Trigo, J.M., Guerrero, C., y Guil, R. (2017). *Gestión de emociones en el día a día. Potenciamos las positivas y controlamos las negativas*. Madrid: Pirámide.

- Moya-Albiol, L. (2014). *La empatía. Entenderla para entender a los demás*. Barcelona: Plataforma editorial.

- Nelson, G. y Prilleltensky, I. (2005). *Community psychology: In Pursuit of Liberation and Wellbeing*. New York: Palgrave MacMillanl.

- Sánchez, M.T., Fernández-Berrocal, P., Montañés, J., y Latorre, J.M. (2008). ¿Es la inteligencia emocional una cuestión de género? Socialización de las competencias emocionales en hombres y mujeres y sus implicaciones. *Revista Electrónica de Investigación Psicoeducativa*, 15(6), 455–474.

- Selener, D. (1997). *Partipatory action research and social change*. Nueva York: Cornell University, Participatory Action Research Network.

- SENDOTU. (2010). Cuaderno de trabajo 3: Diseño de proyectos sociales desde una perspectiva de género. Fundación Peñasal y Federación Sartu.

- Suarez-Balcazar, Y., & Rodakowski, J. (2007). Becoming a culturally competent: Occupational therapy practitioner. *OT Practice*, 12(17), 14-17.

- Subirats, M. (1994). Conquistar la igualdad: la coeducación hoy. *Revista Iberoamericana de Educación*, 6.
URL: <https://goo.gl/U2pypd>

- Szapocznuk, J., y Pequegnat, W. (1995). Designing an Intervention Study. En W. Pequegnat, y E. Stover (Eds.). *How to write a successful research grant application. A guide for social and behavioural scientistis*. (pp. 113-128). New York: Plenum Press.



CHAPITRE 6.

Communication en ligne et réseaux sociaux

Par
Teresa Suárez

6.1. Présentation, objectifs et méthodologie

6.1.1. Présentation

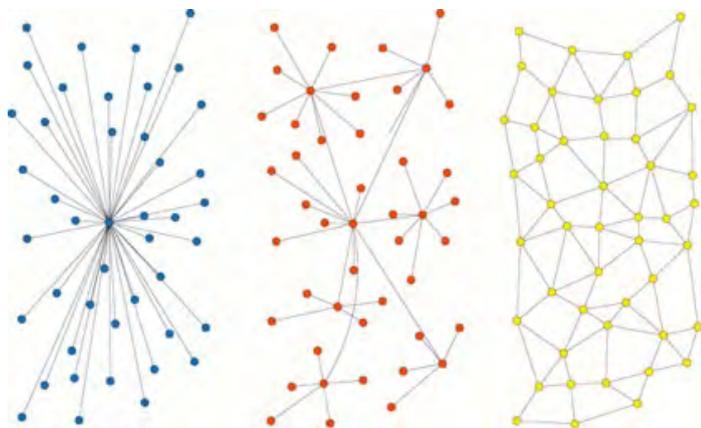
Les caractéristiques du réseau social, en tant que concept large et préalable au développement d'Internet, sont étudiées à partir du concept de la plateforme CRM (*Customer Relationship Management, gestion de la relation avec le consommateur*), qu'il s'appelle consommateur ou citoyen (la communauté). En d'autres mots, il s'agit d'un développement technologique multifonction sur lequel est basée la technologie des réseaux. Ce concept comprend également la communication interactive et multimédia qui caractérise les développements web et la plateforme des dernières générations.

Cette connaissance vient s'ajouter aux principes fondamentaux de la Théorie des réseaux, de leur structure, de leurs valeurs et des typologies avec leurs modèles d'action et de communication.

On appelle Théorie de Réseaux la connaissance de comment fonctionnent les mécanismes de communication entre les personnes, la propagation des idées et des messages et, en dernier lieu, des changements. En citant Carlos Lozares (1996) les Réseaux Sociaux peuvent être définis comme un ensemble bien délimité d'acteurs -individus, groupes, organisations, communautés, sociétés globales, etc.- liés les uns aux autres par une relation ou un ensemble de relations sociales. Dans les réseaux sociaux, les unités sociales ou acteurs sociaux sont liés les uns aux autres par de différentes sortes de relations. L'idée centrale de l'analyse de réseaux se trouve dans l'hypothèse où les relations situationnelles produites entre les acteurs, les sentiments, les pensées et les actions, ont leur origine et se manifestent dans les modèles de l'interactivité, et pas dans les attributs ou les

caractéristiques des acteurs individuels en tant que base ou cause de modèles de comportements et, par conséquent, de la structure sociale.

Pour mettre ce chapitre en contexte, nous devons bien marquer la différence entre les types de réseaux existants, selon la typologie de communication et la valeur de l'association. Selon ce critère, nous trouvons trois types de réseaux différents: centralisés, décentralisés et distribués.



Source: Réseaux sociaux éducatifs par [@aomatos](#). Licencia CC 3.07

LE RÉSEAU CENTRALISÉ. Il existe un nœud central qui communique avec le reste de nœuds. Tous les autres nœuds, sauf un, sont périphériques et ne peuvent communiquer qu'à travers le nœud central. La chute du nœud central prive tous les autres nœuds dudit flux. Le réseau sépare les émetteurs des récepteurs. La naissance de la presse papier serait un bon exemple de réseau centralisé. D'autres exemples sont: la télévision qui émet un message unidirectionnel ou la publicité classique.

LE RÉSEAU DÉCENTRALISÉ. Il surgit de l'interconnexion des nœuds centraux de plusieurs réseaux centralisés. Le résultat est

qu'il n'existe plus un seul nœud central, mais un centre collectif de connecteurs. Le réseau est régi par des principes tels que «l'adhésion» ou la «participation». La naissance du télégraphe a ouvert la porte à l'émergence des réseaux décentralisés. L'église catholique, l'État fédéral ou l'encyclopédie en ligne Wikipédia sont des réseaux décentralisés.

RÉSEAU DISTRIBUÉ. Tous les nœuds sont connectés entre eux sans devoir passer obligatoirement par un ou plusieurs centres. La division centre/périphérie disparaît, et avec elle disparaît aussi le pouvoir de filtre sur l'information. Le réseau est robuste face à la chute des nœuds: l'extraction d'un nœud ne provoque pas la déconnexion d'un autre parce que ce dernier est déjà connecté à plusieurs d'autres nœuds. Internet appartient à ce dernier type de réseaux et constitue le premier exemple réel d'un réseau de ce type à grande échelle. Voilà pourquoi Internet représente un réseau révolutionnaire.

La connaissance théorique facilite la compréhension de la structure de la distribution chez le système de réseau, ainsi que la recherche des processus d'homophilie sociale faisant allusion au fait que les pratiques, les habitudes, les avis, les connaissances mutuelles et les relations habituelles entre les individus sont plus probables entre des personnes à caractéristiques sociales égales comme l'âge, le sexe, le niveau éducatif, l'emploi, la classe ou le statut social, etc. qu'entre de différentes personnes à différentes caractéristiques. Cela explique que les personnes équivalentes dans leurs attributs sociaux ont plus de possibilité d'avoir plus de fréquence dans leurs rencontres, plus de concordance dans leurs avis, plus de pratiques similaires que chez le cas où on ne trouve pas cette équivalence—mais aussi à l'inverse: le fait d'avoir plus de relation produit une tendance de plus d'homogénéité dans leurs pratiques et avis. La probabilité la plus grande de ces activités ou concordances avec les non similaires ou les non équivalents

serait l'hétérophilie (McPherson, Smith-Lovin et Cook, 2001). La viralité aussi (comprise comme la capacité de reproduction, multiplication et expansion de quelque chose comme un virus. En appliquant ce concept à la communication, on trouve comme exemple les vidéos virales, avec des campagnes de marketing viral ou des actions de communication virales qui se répandent sur Internet dans une courte période de temps de façon exceptionnelle dû à la connexion établie entre le contenu et les utilisateurs d'Internet par les émotions, l'humour, la surprise...) et l'influence (l'effet, la conséquence ou le changement qu'une chose produit dans l'autre), elles sont essentielles pour comprendre les nouvelles attitudes communicatives du monde interactif. Telle est l'importance de l'influence dans les réseaux sociaux étant donné qu'elle définit une des caractéristiques de la relation entre les utilisateurs des réseaux sociaux, les commentaires, les actions et les réactions de quelques-uns en conditionnant le comportement de ceux les observant. Ce que les uns font influence les actions des autres dans les réseaux sociaux.

Pour mieux connaître comment fonctionne la communication online et l'utiliser à notre profit, on doit faire attention à étudier comment se comportent les personnes quand elles utilisent les réseaux. Il est important d'aborder des sujets comme les réseaux sociaux et les émotions, et les réseaux sociaux et les neurones miroir et l'empathie qu'il faut traiter de façon préalable au développement du travail du Community Manager ou gérant de la communauté online et, de ce fait, aider à l'exercice de son travail.

6.1.2. Objectifs

Voici les objectifs d'apprentissage prévus pour les étudiantes pendant le module:

1. Connaître les opportunités et ce que représente la communication en ligne pour les projets d'entrepreneuriat et associatifs.
2. Produire des réflexions sur l'interaction chez les réseaux sociaux et leur dimension émotionnelle, la façon dont se produit la viralité, les façons alternatives de partager le contenu et de réussir une meilleure diffusion.
3. Être capables d'appliquer les ressources nécessaires pour élaborer un Plan de Social Media et dans le cadre de celui-ci définir: publics ciblés, objectifs, canaux, actions, chronogramme, etc.
4. Générer des contenus qu'elles pourront à l'avenir, voire même au présent, appliquer à leur activité sociale, de recherche et professionnelle.
5. Pratiquer une approximation à la création de campagnes et à la rédaction de textes dans les réseaux sociaux, les blogs ou autres plateformes sur Internet.

6.1.3. Méthodologie

Pour l'obtention des objectifs ci-avant exposés et pour que les étudiantes puissent tirer le meilleur profit du cours, nous avons considéré pertinent de suivre les aspects méthodologiques à continuation:

- Pour ces thématiques, nous combinons l'exposé du professeur et la réflexion sur les contenus théoriques avec l'élaboration d'exercices pratiques en classe (de manière individuelle et en groupe).
- Ce qui a été appris et appliqué dans les cas pratiques est présenté à haute voix devant la classe (de manière individuelle et en groupe).

- L'évolution des étudiantes est évaluée moyennant un travail en groupe où les apprentissages sont appliqués à un projet d'entreprise.

6.2. Résumé des contenus: Planification et gestion du positionnement en ligne de notre projet

6.2.1. Clés pour un développement web

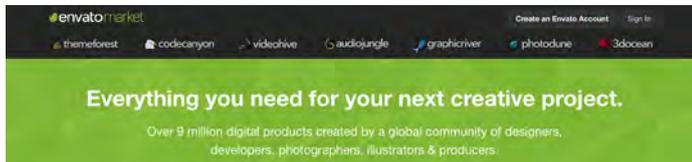
- Stratégie et direction du projet:

Dans cette section, l'accent est mis sur l'optimisation des ressources et le processus de création du projet web. Comme point de départ, nous reprenons les objectifs du projet web et les besoins que celui-ci doit satisfaire pour les utilisateurs du même.

Les phases du développement et les points de validation et qualité du même sont également panifiées.

La direction du projet web retombe sur ceux engagés dans le développement du même. Ce rôle peut être assumé par un profil plus technique ou du domaine de la communication ou des affaires, mais ce qui s'avère essentiel est de reprendre les processus, les actions à réaliser et vérifier que tout est réalisé de la manière la plus efficiente et adéquate pour tous les professionnels qui participent dans la création du projet web (développeur, responsable de contenus, web designer, client, etc.).

- Outils:



Source: Capture d'écran Teresa Suárez

Envato Market: <https://market.envato.com/>

Il s'agit du plus grand site Internet de vente en ligne de templates pour la création de sites web, conceptions, photographies, vidéos, clips audios, etc.

Trello: <https://trello.com/>

Il s'agit d'un outil en ligne qui facilite la gestion de projets et de tâches de manière individuelle ou en équipe. Il peut être utilisé sous forme d'application mobile ou dans sa version de bureau. Il existe une version gratuite qui offre les éléments de base pour l'utiliser.

Slack: <https://slack.com/>

C'est un outil pour organiser les conversations et les fichiers de projets par thématiques. Ce «chat» professionnel peut être utilisé sous forme d'application mobile ou dans sa version de bureau. Il peut être utilisé sous forme d'application mobile ou dans sa version de bureau. Il existe une version gratuite qui offre les éléments de base pour l'utiliser.

Dropbox: <https://www.dropbox.com/fr/>

Il s'agit d'un système de stockage de fichiers sur Internet qui les synchronise quel que soit le dispositif utilisé (différents téléphones portables, ordinateurs portables ou de bureau), ce qui fait qu'il soit très utilisé pour la gestion de projets web et de travaux en équipe.

Ce nuage de fichiers peut être utilisé sous forme d'application mobile ou dans sa version de bureau. Il existe une version gratuite qui offre les éléments de base pour l'utiliser.

Google Drive: <https://www.google.es/drive/apps.html>

C'est le gestionnaire de fichiers de Google. Ce nuage de fichiers peut être utilisé sous forme d'application mobile ou dans sa version de bureau. Il existe une version gratuite qui offre les éléments de base pour l'utiliser.

- Caractéristiques fondamentales du projet web:

Il existe certains principes de base que les sites web doivent respecter pour répondre aux critères de qualité exigés par les utilisateurs. Par exemple, le site web doit être responsive (un critère de design web qui détermine que tous les textes, menus et images qui apparaissent doivent s'adapter automatiquement à tous les dispositifs électroniques depuis lesquels il peut être consulté: téléphone portable, bureau, tablette, etc.); il doit inclure un plan du site (structure de pages à l'intérieur du site) qui soit ordonné et facilite la navigation et le positionnement, etc.

- Notions d'utilisabilité et UX (User Experience):

Ces notions déterminent l'utilisation optimale d'un site web, une application mobile, ou autre, par un utilisateur moyen. Bien que parfois ces deux termes soient utilisés comme synonymes, l'utilisabilité consiste à rendre un site web facile à utiliser, alors que l'objectif de l'expérience d'utilisateur est beaucoup plus global, vu qu'il vise à ce que l'utilisateur soit satisfait avant, pendant et après l'utilisation de ce site web, app, etc. Ainsi, l'utilisabilité fait référence à la facilité avec laquelle les utilisateurs peuvent atteindre leurs objectifs dans le site web, tout en interagissant avec ce dernier, alors que l'expérience d'utilisateur fait référence aux perceptions globales des utilisateurs pendant leur interaction avec ledit site.

Un autre aspect fondamental est l'accessibilité, c'est-à-dire il convient de disposer d'une conception web qui permette aux personnes handicapées de percevoir, entendre, naviguer et interagir avec le site, tout en y apportant des contenus. L'accessibilité web bénéficie également d'autres personnes, y compris des personnes âgées et qui ont perdu certaines habilités en raison de l'âge.

D'autre part, il faut tenir compte du fait que certains effets dynamiques des web et les vidéos consomment plus de connexion de données de l'utilisateur que les web qui ne les contiennent pas.

6.2.2. Le blog

- Wordpress vs Blogger:

Ce sont les principales plateformes pour créer des sites web simples. Il s'agit de CMS (Content Management System) ou des systèmes gestionnaires de contenus. Ils nous permettent de travailler et de mettre à jour notre web, blog, etc., d'une manière très simple.



Fuente: www.inkieto.com -Ricardo Adrián Carrasco

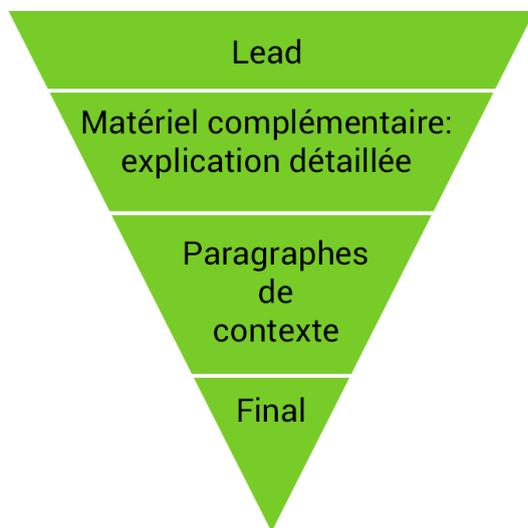
- Rédaction en ligne:

Le plus important est de signaler que les utilisateurs/personnes préfèrent:

- Un langage objectif: sans du langage promotionnel ou publicitaire, et avec des textes concis, bien édités, plus courts.
- Un design basé sur la «scalabilité», dans ce cas, l'utilisation de listes pour briser l'uniformité.

- La structure de pyramide inversée:

L'entrée ou «lead» (la réponse aux 6 W: quoi, qui, comment, quand, où et pour quoi).



Source: <https://commons.wikimedia.org>

- La planification de contenus

Une fois que nous avons décidé les canaux de diffusion que nous allons utiliser (web, blog, réseaux sociaux, etc.), nous devons établir la fréquence avec laquelle nous comptons les mettre à jour et avec quel type de contenu.

STRUCTURE DU PLAN DE CONTENUS

Obj.	Combien 3		Où 2		Contenu propre
	FB	Twitter	Blog	Youtube	
	freq.	freq.	freq.	freq.	
Quoi 1 BRAND	☑	☑	☑	☑	Contenu de tiers
PRODUCT	☑	☑	☑	☑	
EXPERIENCES	☑	☑	☑	☑	
TERRITORIES	☑	☑	☑	☑	
Non planifié					
Quand 4	Audience		L-V: Xh Yh S: No P: Zh		L-V: Xh -Yh S: No P: Zh
Comment 5	☑	☑	☑	☑	☑

Fuente: Titonet Licencia CC

-La navigabilité:

Elle répond à la facilité avec laquelle un utilisateur peut se déplacer par toutes les pages qui conforment un site web. Pour parvenir à cet objectif, un site web doit offrir un ensemble de ressources et de stratégies de navigation conçus pour parvenir à des résultats optimaux dans la localisation de l'information et l'orientation pour l'utilisateur.

6.2.3. Réseaux sociaux et professionnels

Questions préalables pour mieux comprendre le comportement des personnes et, de ce cela, réussir une meilleure diffusion dans les réseaux sociaux de nos contenus.

- Les réseaux sociaux et les émotions:

Au moment d'envisager de travailler sur la communication online en diffusant un projet ou en gérant une communauté online de personnes, on doit tenir bien en compte comment ce qu'on partage peut toucher émotionnellement ainsi que les interactions pouvant être produites. C'est comme quand on consomme, quand on est présents sur les réseaux sociaux, la rationalité passe au deuxième plan et on laisse guider nos actes, dans ce cas 'likes', 'commentaires', 'partagés' etc. par l'émotivité, par l'impulsion de ce moment. Les actions sont dues aux émotions plus qu'aux décisions prises avec le temps nécessaire en évaluant profondément leur répercussion. Ou, ce qui est encore mieux, pendant le temps consacré aux réseaux sociaux, on agit en croyant qu'on le fait en pensant qu'on raisonne, mais en vérité on est en train de le faire comme résultat des émotions provoquées par ce qu'y on voit, découvre et lit.

La communication dans les réseaux sociaux est un processus d'interaction, et doit aller au-delà de mettre l'accent sur ledit processus, sur ce qui est échangé, sur la participation des

interagissants et sur les scénarios où l'interaction a lieu et tenir aussi en compte la dimension affective ou émotionnelle du processus lui-même.

On est présents sur les réseaux sociaux avec un J'aime ou des réactions sur Facebook, on exprime des sentiments et on consacre notre temps. A partir des réseaux sociaux on recrute des profils pour collaborer avec une cause, critiquer, soutenir, exprimer des sentiments, etc.

La publication Réseaux, Viralité et Emotions de Colombia Digital (2014) indique le suivant experiment qu'Adam D. I. Kramer, Jamie E. Guillory, et Jeffrey T. Hancock ont effectué sur Facebook à l'Université de Cornell et ont prouvé que les contenus des réseaux sociaux sont capables d'avoir de l'influence sur l'état d'esprit des utilisateurs. Ce qui a été commenté par une personne a pu être transmis par une autre, mais à son tour, cela a été produit avant par une autre personne. Donc, les émotions, sont-elles originales? Certainement pas. Il est donc exact de penser qu'une action produit une émotion, mais ce que l'étude révèle c'est que les réseaux sociaux permettent de répandre ces émotions aux utilisateurs qui regardent les publications des autres, comme si c'était un être contagieux sans avoir besoin de contact physique. On arrive à la conclusion que «Les émotions sur les réseaux sociaux se répandent comme un être contagieux sans besoin de contact physique». On doit avoir cela en compte au moment de faire nos publications parce que l'approche qu'on va apporter va avoir son effet et ces publications seront mieux ou pire reçues par notre communauté en fonction du ton et de ce qu'elles suscitent (action, plainte, diffusion, commentaire ou aucune action).

- Les réseaux sociaux et les neurones miroir.

Ils sont un mécanisme essentiel pour comprendre les intentions des autres, pour développer une théorie de l'esprit et, de ce fait, pour nous préparer pour la vie sociale et aussi pour notre

vie sociale online. Les neurones miroir aident à comprendre comment le réseau neuronal «reflète» le monde, l'auto-idée et l'idée de l'esprit des autres dans la production évolutive d'un comportement social. Les comportements sociaux sur Internet et l'empathie s'effectuent sur les réseaux grâce à l'effet des neurones miroir. Entre commentaires et «likes», il se produit peu à peu ce transfert de sentiments et ces gestes (positivité, énergie, optimisme, plainte, manifestation, etc.) et ceux-ci donnent lieu à des commentaires et des réactions du même genre.

- Les réseaux sociaux et la viralité:

Quand on fait le marketing de contenus et on souhaite que nos articles, vidéos, etc. atteignent une grande diffusion, le terme viralité entre en jeu. Il n'existe pas de recettes pour qu'une publication, vidéo ou contenu soit viral et partagé exponentiellement mais il existe des patrons entre les phénomènes viraux des réseaux sociaux:

- L'humour qui nous aide à partager ce qui nous a fait rire.
- La peur ou le dégoût qu'on a l'habitude de commenter et de diffuser pour connaître la réaction des autres.
- La tristesse et la tendresse, ce nous touchant, les sentiments qu'on aime partager pour le faire savoir aux autres. C'est pour cela que les bébés et les animaux ont beaucoup de succès.
- La curiosité et la surprise, de cela, les campagnes 'teaser' qui ne dévoilent pas toutes les informations importantes, deviennent virales.
- La polémique, étant donné que les êtres humains voulons laisser notre avis sur des contenus pensés pour être objet de débat.

Pour tout cela, il y a des publications et des contenus avec lesquels on réussi avoir une grande diffusion.

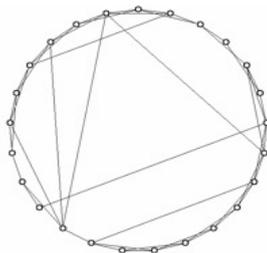
- Les réseaux sociaux et les réseaux du petit monde:

Le modèle de réseau du petit monde, ce modèle consiste en un réseau matriarcal où chaque nœud est connecté avec ses voisins directs jusqu'à une distance déterminée, où s'établissent en outre des liens aléatoires avec des nœuds placés à toute distance du réseau.

Ce genre de réseau permet que quelques liens ou points de connexion (des personnes) réduisent beaucoup la distance entre les personnes. Dans ce réseau, les personnes plus populaires connectent aux autres, elles augmentent l'efficacité de connexion dans la société.

Quelques réseaux sociaux présentent cette caractéristique, cela veut dire que malgré l'existence de plusieurs nœuds de connexion (des personnes) il est possible de trouver des formules de raccourcir la distancia grâce à des personnes déterminées. La distance entre les personnes se réduit entre les personnes dans les cas où ces personnes connaissent plusieurs groupes différents de différents groupes, cultures et intérêts. De ce fait, quand on gère des réseaux sociaux et on souhaite atteindre une grande diffusion, on doit faire spécialement attention à ces profiles.

Ce graphique le représente visuellement:



Source: CC Réseau du petit monde. (2017) Wikipedia, L'encyclopédie libre.

- Le travail du gestionnaire de la communauté:

Le community manager, ou animateur de communautés web, est un expert des communautés en ligne. Son rôle est de fédérer une communauté d'internautes autour d'un intérêt commun et d'animer les échanges sur ce thème, tout en veillant au respect des règles de bonne conduite au sein de la communauté. Le community manager a pour mission principale de développer la présence de l'organisation dont il se fait le porte-parole (marque, association, personnalité...) sur les médias sociaux.

La publication disponible en PDF sur ce lien:

<https://goo.gl/G4voNh>, aborde les réseaux sociaux du point de vue de la stratégie. L'auteur qui la partage sous la licence Creative Commons est Jacques Bulchand Gidumal.

Les principaux réseaux sociaux que nous utilisons agissent comme un méta-moyen, un agrégateur de contenus en différents formats (texte, photo, infographie, vidéo, GIF, etc.) que les utilisateurs partagent, diffusent, répliquent et commentent.

Nous les énumérons à continuation:

- Twitter

(Service de microblogging, dont le siège se trouve à San Francisco, réseau social associé essentiellement à l'actualité, la brièveté et aux messages à 140 caractères). Pour pratiquer l'écoute active, c'est très intéressant le suivi des profils et la publication des contenus propres et des autres après la mise en place d'une conversation. L'utilisation de Twitter parmi les jeunes déchoit, mais il est encore vivant et très actif pour les questions d'actualité, les événements, les médias, les sports et la politique.

- Facebook:

(Réseau social de masses dans lequel les personnes et les entreprises peuvent publier à partir de pages et/ou de profils). Pour les entreprises ou autres entités n'étant pas des personnes,

il faut avoir une page afin de s'ajuster aux conditions et normes d'utilisation du réseau (que vous pouvez consulter sur ce lien: <https://fr-fr.facebook.com/>). Les différences fondamentales entre la page et le profil est que dans la première il est possible de programmer des publications, de lancer des campagnes publicitaires, et d'échanger des messages privés avec des utilisateurs des profils, à condition que ce soit un profil qui adresse un message à la page en premier lieu, etc.

- Google +:

(Réseau social de type Facebook mais créé par Google pour concurrencer avec celui-ci). Depuis sa création, ce réseau a des difficultés pour élargir sa communauté, il n'est pas utilisé de manière massive comme Facebook, mais il est quand même intéressant d'y avoir une présence pour améliorer le positionnement organique dans le moteur de recherche Google.

-Instagram:

(Réseau Social audiovisuel consacré à la communication des images). Ce réseau social nous permet de publier des photos et des vidéos et de les associer aux étiquettes ou hashtags. Il est lié aux stratégies de branding étant donné qu'il ne permet pas de façon organique d'adresser les utilisateurs aux sites web de référence. Le seul lien qu'on peut placer sans faire de la publicité est celui de la biographie. On permet de faire des publications de vidéos ou de photos en direct connues comme 'Histoire' qu'on peut sélectionner sans faire qu'elles disparaissent après l'événement ou une fois écoulés 24 heures depuis leur publication.

- Snapchat:

(Réseau Social pour les jeunes où les messages disparaissent). Réseau très lié à l'usage des jeunes en permettant d'éditer les images qu'on partage portant des figures d'animaux et des textes et des messages qui disparaissent en quelques secondes après leur publication à moins qu'on les repartage à nouveau.

6.2.4 Outils de communication et de marketing en ligne

Nous énumérons à continuation les plus importantes et utilisées:

- SEO:

Positionnement «naturel» dans des moteurs de recherche comme Google. Le positionnement dans les moteurs de recherche ou l'optimisation des moteurs de recherche est le processus consistant à améliorer la visibilité d'un site web dans les résultats organiques des différents moteurs de recherche. Ceci est fréquemment dénommé sous son nom en anglais, SEO (*Search Engine Optimization*). Même si un moteur de recherche se base sur des milliers de facteurs pour positionner une page ou une autre, nous pouvons considérer qu'il existe deux facteurs de base: l'autorité et la pertinence.

- L'Autorité:

Est essentiellement la popularité d'un site web, plus une page ou un site est populaire, plus l'information qu'il contient est précieuse. Un moteur de recherche tient surtout compte de ce facteur étant donné qu'il se base sur l'expérience de l'utilisateur. Plus un contenu est partagé, plus d'utilisateurs l'ont considéré utile.

- La Pertinence:

Est la relation d'une page par rapport à une recherche donnée. Ceci ne veut pas simplement dire qu'une page doit contenir beaucoup de fois le terme cherché (au début c'était ainsi), mais maintenant un moteur de recherche se base sur des centaines de facteurs on-site pour déterminer cela.

De plus, le SEO peut être divisé en deux grands groupes: le SEO on-site et le SEO off-site.

- **On-site:**

Le SEO on-site se concentre sur la pertinence, et assure que le site web soit optimisé pour que le moteur de recherche comprenne l'essentiel, à savoir le contenu du même. Au sein du SEO on-site, nous incluons l'optimisation des mots clés, le temps de chargement, l'expérience de l'utilisateur, l'optimisation du code et le format des URL.

- **Off-site:**

Le SEO off-site est la partie du travail SEO qui se concentre sur des facteurs externes au site web où nous travaillons. Les facteurs les plus importants dans le SEO off-site sont le nombre et la qualité des liens, la présence sur les réseaux sociaux, les mentions dans les médias locaux, l'autorité de la marque et la performance dans les résultats de recherche.

- **SEM:**

Positionnement dans des moteurs de recherche en échange du paiement préalable pour y inclure ces mots clés de recherche. Le SEM (Search Engine Marketing) est l'utilisation d'outils et de stratégies permettant d'optimiser la visibilité et d'augmenter l'accessibilité des sites et des pages web grâce aux moteurs de recherche.

Ce sont les moteurs de recherche qui offrent ces outils pour pouvoir faire de la publicité sur leurs moyens de recherche. Les annonces sponsorisées dans ces moteurs de recherche (Google AdWords, Bing Ads ou Yahoo! Search Marketing), produisent du trafic dans le site web. Ceci implique des activités telles que la recherche de mots clés, la création d'annonces et la gestion d'enchères.

- **Landing Page:**

Ou page à laquelle un utilisateur arrive depuis un lien à un site web, un banner, une campagne de Google Adwords, etc. La page

d'atterrissage est pensée pour que l'utilisateur qui y arrive réalise une action concrète, par exemple un registre dans un formulaire, le téléchargement d'un document, un paiement, un achat ou tout autre objectif de marketing ou de communication planifié. Certaines des techniques les plus utilisées dans l'optimisation de pages d'atterrissage sont:

- Minimiser la charge de la page: plus elle est lente, plus de possibilités d'abandon de la part de l'utilisateur.

- Formulaires: lorsque l'objectif est d'obtenir des registres il est essentiel d'avoir un formulaire qui soit visible pour l'utilisateur. Ce formulaire devra contenir les domaines essentiels pour atteindre notre objectif.

- Attirer l'attention: il est important que l'utilisateur retrouve ce qu'il cherche lorsqu'il accède au site web. Le contenu fondamental doit être situé sur la partie supérieure de la page.

- **Le bulletin de nouvelles et l'email Marketing:**

En e-mail à caractère informatif dans le premier cas et de vente dans le deuxième est envoyé à la communauté (dans une liste organisée en fonction de s'il s'agit de clients, de clients potentiels, fournisseurs, partenaires, etc.) enregistrée sur une base de données.

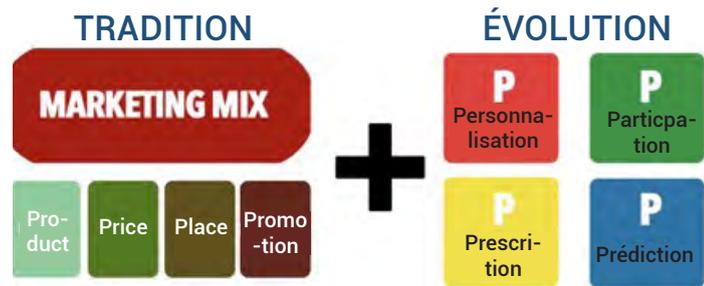
- **Marketing d'affiliation ou Marketing de résultats:**

Est celui qui reprend des actions où l'on ne verse qu'une partie des revenus perçus. Ceci est relié à une action concrète (la vente d'un produit, l'embauche d'un service, etc.).

- **Banners et publicité en ligne:**

Sont les espaces achetés pour y inclure l'image et les liens sur les médias, les blogs, les web, etc.

L'image 6 montre l'évolution du marketing traditionnel jusqu'à nos jours.



Fuente: <http://www.todomktblog.com/>. Licencia CC 4.

Cette évolution repose en grande partie sur l'émergence de nouveaux outils de Marketing numérique, que nous utilisons pour vendre directement, mais que nous devons également envisager dans notre stratégie pour d'autres questions:

- **Suivi du secteur et de la concurrence.**

(Pour connaître ce que font les autres et prendre des décisions pour notre projet).

- **Suivi de notre stratégie, analyse de données et mesure des résultats.**

(Pour élaborer des rapports mensuels où nous présentons le taux de développement des objectifs proposés dans le Plan d'action).

- **Commercialisation dans les réseaux sociaux.**

(Vente et développement de marque des différents produits ou services dans les réseaux sociaux).

- **Création de contenus commerciaux et de soutien à la vente.**

(Développement d'un Plan de contenus que nous allons développer au fil du temps et qui soit en ligne avec les objectifs

de marketing et le positionnement de notre marque à travers des mots clés associés à notre marque).

Comme concept fondamental au sein du Marketing numérique, nous devons aborder l'importance de faire ce que l'on connaît sous le nom de «Social CRM» (*Customer Relationship Management dans les plateformes sociales*). Il est essentiel de répondre aux besoins de la communauté et des clients sur les réseaux sociaux. Ce concept va au-delà de Twitter, ceci implique d'offrir un service au client et aux clients potentiels, de faire des actions après-vente et de fidélisation à travers des réseaux sociaux. Par exemple, si quelqu'un nous envoie un message direct (privé) sur Twitter, commente un post sur Facebook (de manière publique), ou interagit avec nous en demandant des détails sur notre entreprise (horaire, prix, une incidence, etc.), nous devons répondre dans le plus bref délai.

6.3. Exercices pratiques, dynamiques de groupe et exercice d'évaluation

6.3.1 Exercice pratique: un blog en groupe.

» Élaborez et rédigez:

- Votre plan de blogging.
- Les objectifs de votre blog.
- Le target ou public cible
- Les actions du plan de soutien à la diffusion, Réseaux? Lesquels et comment?

- Choisissez la plateforme.
- Élaborez le chronogramme d'actions.

6.3.2 Exercice pratique: écrivez un article de contenu ou sur un fait marquant de votre projet:

- » Un tuit qui ne soit pas le gros titre.
- » Un post sur Facebook.

1. Avec une image Creative Commons.
2. Avec au moins un lien.
3. Avec des caractères gras,
4. Avec une énumération.
5. Avec une vidéo insérée à la fin (Youtube ou Vimeo).

6.3.3 Exercice pratique: nous allons améliorer votre profil LinkedIn

1. Nom. Écrivez votre nom complet.
2. Photographie. Une photographie claire où vous puissiez être facilement identifiée, même si celle-ci peut être sympathique et originale (interdit d'utiliser des photos de classe ou de fêtes trop inappropriées).
3. Titre professionnel sous le nom. Ceci servira comme un bref message de marketing, pensez à votre slogan (et au SEO).

4. Titulé du poste de travail. Ceci ne doit pas être l'intitulé exact, mais celui qui vous intéresse le plus et qui comprenne des mots clés (Expert en Marketing sur Internet, Gestionnaire, etc.).

5. Sites web. Ajoutez des liens au site web de votre entreprise et/ou à votre site personnel.

6. Résumé ou Extrait. Utilisez les 2000 caractères, en y incluant les mots clés.

7. Incluez une liste des livres ou articles que vous avez écrits.

8. Présentations: Ajoutez des présentations Power Point ou Slideshare que vous avez faites.

9. Ajoutez le lien vers votre blog: Si vous n'en avez pas, vous avez encore le temps de le faire.

10. Personnalisez votre URL.

6.3.4 Exercice pratique: outils de marketing numérique: Landing page

1. Utilisez Instapage.
2. Créez votre *landing* page sans avoir des notions de programmation.
3. Cherchez une *landing* qui vous semble intéressante comme utilisateur et améliorez-la.

6.3.5 Exercice pratique: outils de marketing numérique

Maintenant que vous connaissez tous les outils, vous devez concevoir vos actions stratégiques en utilisant au moins trois et pas plus de six et en expliquant pourquoi et comment.

6.3.6. Exercice d'évaluation

Mettre en pratique les contenus appris en cours en mettant les étudiantes en situation réelle où elles devront prendre des décisions. L'objectif est que les étudiantes réussissent à faire leurs choix en appliquant les apprentissages acquis pendant les cours. Elles doivent également comprendre les actions nécessaires pour envisager une stratégie ou plan en ligne pour leur projet.

Décrivez de manière réelle ou fictive comme nous l'avons fait en cours. (Total 500 mots au minimum).

1. En quoi consiste mon projet? Définissez-le comme vous le feriez sur un outil de communication (Bio de Twitter, Information de la page de Facebook, brochure, etc.).
2. Quel est mon public(s)? C'est-à-dire, quel est le destinataire de mes actions de communication et de marketing?
3. Quels sont les ressources dont je dispose pour gérer les actions de mon plan? (temps, ressources humaines, outils, etc.).
4. Quels sont mes objectifs de communication et de marketing? (aspects économiques, visibilité, SEO, communauté, marketing, etc.).

5. Quels outils et quels canaux de communication je vais utiliser? Pourquoi? Expliquez les raisons pour chacun d'eux. (web, blog, newsletter, quel RRSS, etc.)

6. Quels seront les temps de ma stratégie? (Élaborez un chronogramme).

Type de travail: en groupe (4 -5 étudiantes)

6.4. Bibliographie sur papier et électronique

- Argosy Medical Animation. (2007-2009) El país. *Visible body: Discover human anatomy*. New York, EU.: Argosy Publishing. URL: <http://www.visiblebody.com>
- Damasio, Antonio R. (1994) *Descartes' Error*. Editorial Andres Bello. ISBN 956-13-1397-9. URL: <https://goo.gl/Q5nhui>
- Feito, Lydia. (2007) URL: <https://goo.gl/wZrEgA>
- Gallego, J.; Polo, F.; Ríos, P.; Orejón, S. et García-Albertos, M. (2009). *La función del Community Manager de AERCO-PSM y Territorio Creativo*. URL: <https://goo.gl/KAGvrq>
- Lozares, Carlos. (1996) La teoría de redes sociales. Universitat Autònoma de Barcelona. *Papers* 48, 1996. 103-126.
- Lozares, Carlos; Verd, Joan Miquel. (2011), "De la Homofilia a la Cohesión social y viceversa", *REDES- Revista hispana para el análisis de redes sociales*. Vol.20, 2, Junio 2011. URL: <http://revista-redes.rediris.es>

- Manson (2014). Facebook Zero de Social Ogilvy.
URL: <https://goo.gl/w0p2X8>
- Orduz, Rafael, Piscitelli, Alejandro, Rolong Schweiger, Jesús David, Mejía, Ana Cecilia, Rodríguez Díaz, Álvaro, Álvarez Ríos, Eliana, Herrera, Christian, González, Mayra, Rincón, William (2014). *Réseaux, viralité et émotions*.
URL: <https://goo.gl/8sbTib>
- Rizo García, Marta, «Interaction et émotions. La microsociologie de Randall Collins et la dimension émotionnelle de l'interaction sociale», *Psychoperspectives*. 2015, 14. ISSN 0717-7798.
URL: <https://goo.gl/CHibkS>
- S/R. Semrush Manual Marca Personal.
URL: <https://goo.gl/cQ9B84>
- Video: Nicholas Christakis at TED 2010: *The hidden influence of social networks*. URL: <https://goo.gl/ZHREw>
- Plugin: Revive Old Posts.
<https://es.wordpress.org/plugins/tweet-old-post/>
- Vidéo en français sur le réseau professionnel LinkedIn.
https://www.youtube.com/watch?v=uKCmgDQ_-us
- Tutorial Hootsuite en français. Vidéo qui explique comment utiliser Hootsuite (outil de gestion de réseaux sociaux) de manière professionnelle.
<https://goo.gl/yncsSz>

6.5. Sites web et ressources audiovisuelles d'intérêt

- Plugin: SEO by Yoast: (C'est le lien au Plugin ou ajouté à Wordpress le plus connu dans le monde pour travailler le SEO ou le positionnement organique dans les moteurs de recherche).
<https://es.wordpress.org/plugins/wordpress-seo/>
- Dans ce site web, l'on explique ce que veut dire: Spécifique (Specific): Mesurable (Measurable): Atteignable (Attainable): Réaliste (Realistic): À temps (Timely).
<https://goo.gl/WPrSeo>



CHAPITRE 7.

Economie collaborative

Par

Lucía Del Moral-Espín

7.1. Présentation, objectifs et méthodologie du cursus

Dans les dernières années, le terme Economie collaborative (par la suite EC) a gagné de la présence dans les médias, les documents institutionnels, les articles scientifiques et dans le langage quotidien. Dans tous ces champs on parle de plateformes, qu'elles soient à orientation plus commerciale ou de sorte plus sociale, promouvant de nouvelles formes de mobilité ([Uber](#), [Car2Go](#), [Blablacar](#)), ou de faire du tourisme ([Airbnb](#), [Coachsurfing](#)) ou en facilitant l'échange ou la vente/achat d'objets et de services ([Freecycle](#), [Chicfy](#)). Cependant, il n'existe pas une définition convenue du terme EC ni de phénomènes auxquels elle fait référence. D'une part, cela est dû à ce qu'on trouve des points de vue durement affrontés entre ceux qui défendent les bontés et les opportunités de ces processus et ceux qui dénoncent les défis et les dangers qu'elles posent.

De façon très générale, le terme EC s'utilise pour nommer une grande variété d'expériences concernant sa nature, ses objectifs et la façon légale mais comportant l'usage d'outils numériques pour augmenter la «collaboration» ou au moins le contact entre les membres d'une communauté déterminée¹.

La grandeur du champ d'intervention et la diversité des positions à propos l'Économie Collaborative prouvent sa nature complexe, changeante et multifacette.

¹ Quelques définitions comprennent aussi, dans le phénomène, des projets non intervenus par la technologie mais la tendance majoritaire est à restreindre la définition en situant les limites du phénomène dans la grande utilisation des outils numériques, même si il peut y avoir des exceptions comme les espaces de coworking, traités plus tard.

Sous ce parasol terminologique, on englobe tant de projets commerciaux et entrepreneuriaux comme ceux à base locale ou encore à vocation globale. La grandeur de son champ d'intervention et la diversité de définitions prouvent la nature complexe, changeante et multifacétée de l'EC. Entre les facteurs expliquant son apparition, on doit souligner principalement une combinaison entre le développement technologique et la crise économique, entraînant à une augmentation de précarité. Avec ça, peut-être on doit citer une sensibilisation sociale sur les limites socio-écologiques de la planète et la transformation des valeurs sociales.

Le présent chapitre a pour buts les suivants:

- Familiariser les étudiants avec les différentes définitions de phénomène et avec les concepts liés à la EC.
- Présenter un éclaircissement des différents champs dans lesquels se développent les projets EC et que les étudiants soient capables d'identifier des projets existants dans chacun de ces champs.
- Dévoiler les critiques à l'EC et présenter une taxonomie permettant aux étudiants de faire la différence entre les différents modèles d'EC existants selon leur orientation.

7.2. Résumé des contenus

7.2.1. Vers une définition de l'EC

Depuis quelques années jusqu'à présent, on a été témoins de l'expansion des initiatives basées sur l'échange des capacités, des connaissances et du temps, ayant attiré l'attention des médias, du secteur académique, entrepreneurial et industriel pour sa croissance rapide ainsi que pour ses effets et ses actions controversés. Il s'agit d'un phénomène aux limites diffuses, ce qui n'étonne pas l'apparition de différents concepts et définitions traitant cette nouvelle (ou si nouvelle) réalité qui, manque toujours, d'une, peut-être impossible, définition partagée (Orsi and Doskow, 2009; Parsons, 2014; Schor, 2014, Fernández et del Moral 2016, Schor et Attwood, 2017, Arcidiano et al. 2018).

Vue la difficulté d'offrir une définition tout à fait satisfaisante du phénomène, on a souligné ses aspects les plus remarquables:

- La vente/achat ou l'échange des biens et des services s'effectue entre des personnes inconnues.
- Les plateformes numériques (*matchmaking*) agissent en tant qu'intermédiaires.
- Les données réputationnelles sont d'une grande importance au moment de faciliter la confiance entre les utilisateurs.
- Il existe une grande diversité entre les initiatives, quelques unes sont monétarisées et autres non-monétarisées, elles peuvent avoir un but lucratif ou pas.

Dans les dernières années, les initiatives ayant gagné plus de présence et de visibilité sont celles monétarisées et orientées par des logiques commerciales. Cependant, les origines du

phénomène et probablement les aspects les plus innovants de celui-ci se trouvent dans des projets non-monétarisés et sans but lucratif et, dans plusieurs cas, non numériques (coopératives de consommation, banques de temps, réseaux de soutien mutuel, monnaies sociales...). En fait, il est important de mettre en question une grande partie du discours concernant la nouveauté du secteur. Selon Schor (2014) l'innovant n'est pas le phénomène d'échange et de collaboration en soi, mais le fait de que celui-ci ait été massifié et que cela soit possible de façon si intense entre des personnes inconnues, chose qui est due aux réseaux numériques.

Le dynamisme et les controverses apparemment caractérisant le secteur provoquent la difficulté et le désaccord au moment d'établir quelles entités et initiatives appartiennent à ce secteur et quelles sont celles qui n'y appartiennent pas. Face à cela, on propose d'adopter une position pragmatique plus qu'analytique: les initiatives de l'économie collaborative seront celles ainsi auto-définies ou ainsi définies par les médias. Le pas suivant va être celui de faire la différence entre les différents modèles d'EC (voir alinéa 7.2.4.).

D'une autre part, il est important de mentionner que, à part le terme EC, on trouve d'autres que, dans quelques occasions, font allusion au même phénomène, mais selon des points de vue ou des contextes un peu différents. Voyons voir quelques uns:

- **Consommation collaborative:** un terme popularisé par la conseillère Rachel Botsman et son coauteur R. Rogers dans le livre "What's mine is yours: How collaborative consumption is changing the way we live" (2011) pour faire allusion à une série de plateformes numériques orientée à augmenter et à optimiser l'usage des ressources inactives ou oisives et qui, apparemment (du point de vue optimiste des auteurs), permettraient d'augmenter l'efficacité, de réduire l'empreinte carbone et de promouvoir le bien-être général.

- **Sharing Economy:** terme plus habituel dans la littérature anglophone qui, actuellement, a détrôné celui de Consommation Collaborative. Son usage paraît-il remonter au livre *Remix* de Lawrence Lessing (2008). Arcidiacono et al. Recueillent une définition du phénomène et, d'une façon générale le décrivant comme «un nouveau modèle socioéconomique basé sur la collaboration, l'accès et la socialisation de la valeur de production, facilité par les technologies numériques» (2018: 276).

- **Gig Economy ou économie de plateforme:** terme faisant allusion à l'expansion des modèles d'affaires basés sur des plateformes utilisées par des logiciels très sophistiqués pour organiser les employé(e)s (des fois appelés *crowd workers*) ou par des titulaires des actifs (par exemple, des propriétaires de logements), fournissant les services aux utilisateurs consommateurs finaux. Ces plateformes sont caractérisées par l'utilisation de classements et de données réputationnelles pour faciliter l'échange entre des personnes inconnues et par l'offre de conditions de travail précaires, souvent loin des cadres des droits de travail établis.

Mais, comment explique-t-on l'expansion de ces phénomènes dans les dernières dix années? Entre les facteurs fréquemment mentionnés, on souligne:

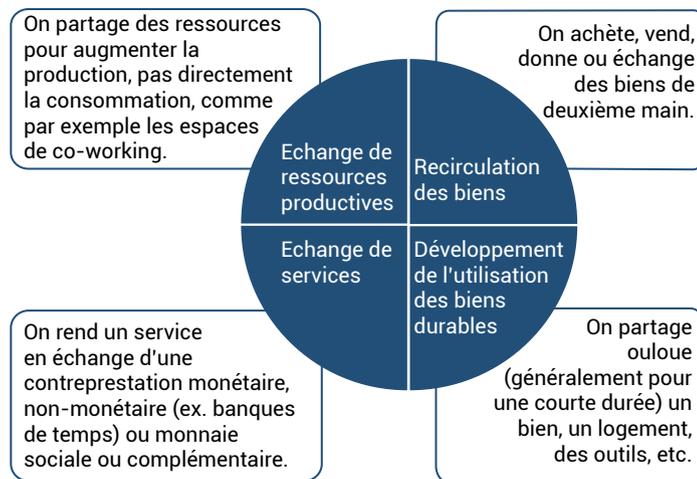
Facteurs liés à l'expansion de l'EC:
Les innovations technologiques et l'expansion des réseaux sociaux (social media) en tant que nouvelles formes intermédiaires de marché.
La crise économique et la précarisation des marchés de travail.
La diffusion des valeurs liées au partage (partager est bon), plus d'acceptation de principes sous-jacents au mouvement du logiciel libre.
Une plus grande conscience environnementale sur les limites socio-écologiques de la planète.

7.2.2. Activités, champs de développement et acteurs de l'EC

Comme observé, les initiatives de l'EC partagent une série de caractéristiques mais peuvent être développées dans des champs très divers. Dans le champ le plus commercial, de grandes plateformes offrent des services liés au transport et au logement. Il existe aussi des plateformes orientées à la prestation de services généraux et autres concentrées dans des champs très spécialisés (travaux et retouches ménagers, soin de mascottes, location ou prêt d'outils...) et dans un cas ou autre, cela peut avoir lieu avec ou sans contreprestation monétaire selon le genre de plateforme.

Selon Schor (2014), les activités comprises dans le concept d'EC pourraient être divisées en quatre grandes catégories:

Figure 1: Catégories activités comprises dans l'EC



Source: Source personnelle à partir de Schor (2014)

A leur tour, chacune de ces quatre catégories peut être développée dans de différents champs d'activité. Pouvant être les suivants les plus fréquents:

Tableau 1. Champs d'activité de l'EC

Champs d'activité de l'Economie Collaborative		
Champ	Type d'expériences	Exemples concrets/ Communautés
Alimentation	Groupes de consommation et de production biologique <i>socialfood</i> .	LaColmenaQueDiceSi , Grupo a Grupo : Organisation des groupes d'achat produits locaux, biologiques, artisanaux. YoNoDesperdicio : Réduction de gaspillage alimentaire en partageant ce que vous n'allez pas consommer. EatWith : Repas et expériences gastronomiques dans des maisons privées.
Logements	Logement touristique Logement partagé Echange de maisons.	WWOOF : Bénévolat (en majorité dans des fermes biologiques) en échange de repas et logement. Echange de maisons : Echange de maisons.
Espaces	Espaces partagés de travail (coworking). Espaces partagés entre de différentes associations, collectivités, projets.	Deskmag , Impacthub : Information et réseaux globaux de coworkings.

Source: Source personnelle

Champ	Type d'experiences	Exemples concrets/ Communautés
Connaissance	Communautés et expériences d'apprentissage collectif, Connaissance ouverte.	Khan Academy : Apprentissage online gratuit. Wikipedia : Encyclopédie ouverte éditée de façon collaborative.
Conception et fabrication	Expériences de conception et de production numérique collaborative, <i>FabLabs</i> .	FabLab Sevilla : Projets de fabrication numérique, recherche et développement. E-nable : Création de prothèses gratuites par des imprimantes 3D sur l'échelle globale.
Circulation des biens et des services	Plateformes pour l'échange, prêts, location ou vente d'objets de deuxième main, banques de biens et d'outils, banques de temps, plateformes de prestation de services.	ADBDT : Information et logiciel pour le développement des Banques de Temps. Etsy : Vente directe de l'artisanat et de l'art. NoLoTiro : Don d'objets. Bookcrossing : Circulation de livres.
Mobilité	Initiatives de voitures partagés (<i>ridesharing y carsharing</i>). Services de prêt et de location de vélos. Parking partagés.	Social car, Amovens : Location de voiture entre des particuliers, voyages partagés. Sevici : Service municipal de prêt de vélos. SomMobilitat : Location de voitures électriques et des services et produits de mobilité durable.
Financiación	Plateformes de <i>crowdfunding</i> , autres initiatives distribuées de captation de l'épargne et de financement.	Goteo : Réseau ouvert de crowdfunding, collaborations et formation. Verkami : Crowdfunding projets culturels et créatifs.

D'une autre part, on doit se demander quel genre d'institutions ou d'entités promeuvent et soutiennent des initiatives de l'EC. Les Administrations Publiques, les sociétés privées ou les initiatives et les mouvements sociaux sont des acteurs fondamentaux dans le développement de l'EC. Parfois, les projets surgissent des partenariats entre des acteurs publics et privés. Les administrations publiques, en plus, ont la fonction de contrôle. Ce contrôle peut être orienté vers la création d'un contexte favorisant la prolifération (contrôlée) des initiatives de collaboration (comme le cas, sur l'échelle locale, des «Sharing Cities», voir Cohen et Muñoz 2016) ou être plus restrictif et entraver son développement dans un cas comme dans un autre, l'action des pouvoirs publics devrait soigneusement avoir en considération et tenir en compte le contexte concret, les critiques et les limitations qu'on va signaler dans l'alinéa suivant.

7.2.3 Critiques et limitations de l'EC

Dès quelques années jusqu'à présent, quelques champs sociaux et entrepreneuriaux ont adopté l'idée de l'EC de façon rapide et enthousiaste, en développant un grand et hyperpositif discours sur la collaboration. On soulignait le potentiel quasi révolutionnaire (disruptif si on veut utiliser le terme le plus habituel dans la littérature concernant le sujet) de l'EC; ses possibilités pour améliorer le bien-être individuel et collectif dans le contexte post-crise et la cohésion communautaire, pour promouvoir la diversité économique locale ou la création d'emploi durable. Un potentiel dérivé de la puissance des réseaux horizontaux, de la participation, du pouvoir et de la confiance distribuée dans une communauté qui cassait les institutions centralisées (Botsman, 2013; OuiShare, 2013).

Face à ça, les approches les plus critiques, qui ont gagné peu à peu du poids, expliquent que la grande part de ce phénomène, la facette qui a été consolidée avec le temps, n'a rien à voir avec la collaboration ou le partage. Au contraire, elle serait plus basée sur un modèle de *bussines-as-usual* développé, dans ce cas, par de grandes plateformes privées, à orientation commerciale et financées dans une grande mesure par des fonds d'investissement et un capital risque (voir Airbnb, Uber, Glovo, TaskRabbit). Devant ça, ces perspectives signalent que l'EC (au moins une grande partie des initiatives à tendance commerciale) devraient être des entités comme un tour de manivelle du capitalisme pour survivre et se renforcer.

Mais, quels sont les effets à long terme que l'EC peut avoir sur les marchés de travail, les communautés et l'environnement?

Face à l'approfondissement de ce débat et, en reconnaissant la diversité des initiatives, au moment de les analyser il faut se demander sur les effets à court et à long terme des différents types de plateformes sur le champ professionnel dans les communautés où elles mènent leurs activités et aussi sur l'environnement. Sur l'aspect professionnel, les sociétés, dans un contexte de restructuration néolibérale des relations professionnelles, peuvent trouver dans les plateformes une formule pour augmenter le contrôle professionnel en même temps qu'elles sous-traitent les risques sur les utilisateurs employés et les clients (Shor and Attwood, 2017). C'est pour cela qu'il faut analyser quels bénéfices immédiats ont à court terme (accès aux revenus) mais aussi quelles conditions de travail promeuvent entre les utilisateurs/ employés et la société dans son ensemble à moyen et à long terme (stagnation des salaires réels, précarisation du travail, manque de protection, déconnexion des structures élémentaires de l'Etat-Providence).

Sur l'aspect communautaire, on est entrain de souligner les effets pernicieux des plateformes de locations touristiques dans quelques quartiers, où, combinés avec d'autres processus, participent à des hausses accélérées des prix des locations et, de cela, une expulsion de la population locale qui commence à donner lieu à des mobilisations des voisins.



Fragment de l'affiche d'une séance de continuation de la Rencontre sur Touristification, Résistances et Alternatives, ENTRA Séville Décembre 2017

Source: Illustration de La Mari.

D'une autre part, on a souligné que pas tout le monde se trouve dans les mêmes conditions pour s'insérer et se bénéficier de ce type d'initiatives. Ces plateformes peuvent aider à reproduire les inégalités de classe, d'éducation, de genre et d'ethnie (Schor, 2014; Schor et Attwood 2017 et del Moral & País 2018). En outre, l'accès à celles-ci est basé sur la brèche numérique et, notamment, sur la brèche numérique d'âge et de genre. Ceux

travaillant et utilisant ces plateformes se positionnent de façons différentes selon les ressources avec lesquelles ils y arrivent et leur dépendance de revenus obtenus par moyen de celles-ci.

En plus, tel qu'on a souligné à la fin du précédent alinéa, il est fondamental de souligner que les plateformes agissent dans de différents contextes politiques et de régulation variant d'un pays à l'autre, voire d'un municipale à l'autre. Il paraît que les évidences montrent que le potentiel de la prise de pouvoir ou de la non prise de pouvoir dépend en grande partie de la plateforme analysée et de la trajectoire parcourue; celles-ci répondent au changement de politiques et de procédures et se situent dans un contexte institutionnel qui change aussi. De même, cela dépend de la capacité des personnes travailleuses, consommatrices et responsables de la régulation, pour comprendre et se réapproprier du fonctionnement des plateformes (et de ses algorithmes) et pour appliquer des mécanismes permettant que celles-ci rendent des comptes. Dans ce sens, il est important de souligner que, face aux modèles décrits dans les précédents paragraphes, il existent plusieurs initiatives mettant durement en question cette orientation commerciale et défendant des formes plus politisées et socialement engagées, relations socionumériques et économiques.

7.2.4 Vers un classement de l'EC

Vu le panorama exposé dans le précédent alinéa, il est important de compter sur des outils nous permettant de distinguer les différents types de plateformes. Michael Bauwens et Vasilis Kostakis (2014) ont décrit quatre possibles scénarios pour l'EC divisés par deux axes (Fig. 2). Leur proposition est importante parce qu'elle nous permet de casser les visions dichotomiques

de l'EC identifiant parfaitement ce type d'initiatives avec les mythologies de l'innovation caractérisant à Silicon Valley ou les associant directement à des initiatives alternatives, soi-disant anticapitalistes, locales et élémentaires. Dans ce schéma, le premier axe fait allusion au type de contrôle caractérisant une plateforme déterminée ou une infrastructure, pendant que le deuxième traite le continu entre la vocation des initiatives vers l'accumulation (financiarisation) du capital ou la promotion des communs.

Figure 2. Les quatre scénarios de l'EC



Source: Fernández-García y Del Moral-Espín (2015) fair à partir de Kostakis & Bauwens (2014, p. 22).

Les quatre scénarios de collaboration et les dynamiques Peer to Peer (P2P selon leurs sigles en anglais, qu'on peut traduire comme réseaux entre paires ou réseaux entre égaux) décrit selon ce qui suit:

Capitalisme Nétarchique: par moyen des plateformes commerciales sous des logiques de contrôle centralisé qui ne permettent que les utilisateurs aient aucun contrôle sur la propriété, la gestion de la conception et des protocoles de la plateforme. L'interaction des utilisateurs produit une valeur d'usage, appropriée par la plateforme, en terme de valeur de changement. Il s'agit d'un modèle d'hyper-exploitation. Exemple de plateformes agissant dans cette ligne: Google ou Facebook.

Capitalisme Distribué: par moyen des plateformes et des infrastructures P2P conçues pour permettre l'autonomie et la participation d'une multitude d'utilisateurs, mais l'objectif principale est toujours la maximisation du bénéfice. Le contrôle est situé dans un réseau d'entreprises et de particuliers définissant un secteur d'entrepreneuriat «alternatif» aux monopoles et aux intermédiaires abusifs mais qui ne brise pas les logiques d'accumulation du capital. Bitcoin ou Kickstarter seraient deux exemples d'acteurs agissant dans ce modèle.

Communautés Résilientes: par moyen des stratégies et des politiques en grande partie locales orientées à promouvoir une transition vers une économie à basses émissions de carbone, basée sur la justice sociale et l'interaction coopérative entre les personnes. Elles défendent la relocalisation radicale de la politique, l'économie et la culture aux fins d'affronter les défis dérivés de la crise écologique, économique, sociale, culturelle et politique. Le mouvement pour la Décroissance (voir plus de renseignements sur: <https://degrowth.org>), les batailles pour les biens communs ou les Villes en transition (*Transition Towns*, plus de renseignements sur: <https://transitionnetwork.org>) peuvent s'entendre dans ce scénario.

Communs Globaux: par moyen des plateformes promouvant la connexion sur le plan global de la diversité des initiatives et

des micro-projets de production distribuée sur le plan local. Leur but est d'articuler sur le plan régional, national et transactionnel la mobilisation politique et sociale, en agrandissant l'échelle des communautés résilientes au transactionnel pour le bénéfice de la coopération globale mutualisée. Pour cela, ce modèle souligne l'importance des nouveaux espaces de viabilité technologiques et économiques basés sur de nouveaux modèles sociaux et économiques. Kostakis & Bauwens (2014) mentionnent comme exemples ce type de projets Wikipedia, ci-avant mentionnée, et Open Source Ecology (plateforme à code ouvert orientée à la conception et à la fabrication de machines permettant de développer un global village, plus de renseignements sur: <https://www.opensourceecology.org>).

Vers un coopérativisme de plateforme?

Dans ces pages on a essayé d'identifier les caractéristiques essentielles de l'EC et de comprendre comment les pratiques de collaboration et d'échange se développent-elles et s'organisent-elles de façon hétérogène et spécifique, en connectant l'innovation et la tradition et en s'adaptant aux entourages où elles habitent (Arcidiacono et al., 2018). La prolifération des étiquettes et la grandeur des débats reflètent l'impact important et les effets ambivalents que ce genre de plateformes est entrain d'avoir sur la société et sur les marchés, ainsi que les incertitudes et les défis qu'elles posent.

Face à ça, on commence à parler de l'opportunité pouvant être présentée par un «coopérativisme de plateforme» (Schneider, 2018), entendu comme un nouveau modèle de gouvernance et une façon alternative de propriété où les utilisateurs peuvent s'approprier et redistribuer de façon équitable la valeur engendrée par les pratiques de collaboration.

Quels sont les principes guidant dans le coopératisme?
Adhésion volontaire et ouverte.
Gestion et contrôle démocratique des membres.
Participation économique des associé(e)s.
Autonomie et indépendance.
Education, formation et information.
Coopération entre coopératives.
Engagement avec la communauté et avec le sentiment de communauté.

Source: Alliance coopérative internationale
(plus de renseignements: <https://www.ica.coop/es>)

En adoptant ces principes, le développement des plateformes sous un modèle de coopératisme réduirait le risque d'expropriation de la part des stratégies entrepreneuriales extractives et exploratrices. Pour que cette possibilité puisse vraiment fleurir, il est nécessaire de promouvoir entre la citoyenneté la formation et la connaissance théorique et pratique nécessaire pour la création et la gestion des plateformes numériques. Des plateformes ayant vraiment pour axe d'intervention la cohésion et le bien-être social et environnemental.

7.3. Exercices pratiques, dynamiques en groupe et exercice d'évaluation

» Exercice pratique: «Agrandissement des concepts»

Fréquemment, les origines de l'EC sont associées à un flou croissant des limites entre la production et la consommation et entre ce qu'on considère travail et non travail, voilà pourquoi ce phénomène pourrait être lié à l'idée de "*prosumption*" Toffler, (1980) et à l'apparition de ce qu'on appelle "*prosumer labor*" (Fuchs, 2013).

En couple, effectuer une recherche online pour se familiariser avec ces concepts et discutez quelle relation gardent ceux-ci avec l'EC. Débattre en classe les conclusions auxquelles vous y êtes arrivés.

Fuchs, C. (2013). Social media: A critical introduction. Thousand Oaks, CA: Sage.

Toffler, A. (1980). The third wave. New York: Bantam.

» Dynamique en groupe: En analysant des initiatives de l'EC

En groupe de 3 ou 4 personnes élaborer une liste d'au moins 10 projets de l'EC que vous connaissez. Identifiez dans chaque cas à quelle catégorie et champ de l'EC appartiendrait (alinéa 7.2.2.) et situez chacune de celles-ci dans le tableau correspondant au schéma «les 4 scénarios de l'EC» proposé par Michael Bauwens et Vasilis Kostakis (2014) (alinéa 7.2.4.).

» Exercice d'évaluation individuelle: «Que veut dire l'Economie Collaborative?»

Elaboration d'une carte mentale recueillant les informations les plus remarquables apportées au long du thème présenté dans ce chapitre avec quelques données d'apport personnel.

Vous pouvez trouver des renseignements sur comment réaliser des cartes mentales ici: Cours de cartes mentales:

https://www.youtube.com/watch?v=_q6jzZRQF9g

Remettre la carte à l'enseignant de la matière.

» Exercice d'évaluation en groupe: «En traitant un problème par la collaboration de la communauté».

En groupe de 3 ou 4 personnes, identifiez un problème existant chez une communauté déterminée ou chez un collectif spécifique. Proposez en premier lieu une solution «analogique» au problème, plus tard, proposez une solution intervenue par une plateforme. Analyser chacune de celles-ci en effectuant une analyse DAFO. Présentez le cas en classe.

7.4. Bibliographie imprimée et électronique

• Arcidiacono, D., Gandini, A. & Pais, I. (2018). Sharing what? The 'sharing economy' in the sociological debate. *The Sociological Review. Monograph Unboxing the Sharing Economy: Opportunities and Risks of the Era of Collaboration* 66 (2), 275–288.

• Botsman, R., & Rogers, R. (2011). *What's mine is yours. How collaborative consumption is changing the way we live*, London, UK: Harper Collins.

• Business Innovation Observatory. (2014). *The sharing economy. Accessibility based business models for peer-to peer markets*. Comisión Europea. URL: <https://goo.gl/2py3YP>. (Dernier accès: 8/07/2018).

• Cheng, M. (2016). Sharing economy: A review and agenda for future research. *International Journal of Hospitality Management*, 57, 60–70.

• Cohen, B., & Muñoz, P. (2016). Sharing cities and sustainable consumption and production: Towards an integrated framework. *Journal of Cleaner Production*, 134, 87–97.

• De Grave, A. (2016, June). So long, collaborative economy! *OuiShare Magazine*. URL: <https://goo.gl/SZSjVw> (Dernier accès: 20/02/2017).

• Fernández-García, M., & del Moral-Espin, L. (2016). La ética hacker frente al capitalismo netárquico: software libre y peer production en las iniciativas de Economía Colaborativa en Andalucía. *Teknokultura*, 13(1), 141–168. URL: <https://goo.gl/nA7ise>

• Frenken, K., & Schor, J. (2017). Environmental innovation and societal transitions putting the sharing economy into perspective. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 3–10. URL: <https://doi.org/10.1016/j.eist.2017.01.003>

- Kostakis, V., & Bauwens, M. (2014). *Network society and future scenarios for a collaborative economy*. London, UK: Palgrave Macmillan.
- Martin, C. J. (2016). The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism? *Ecological Economics*, 121, 149–159.
- McLaren, D., & Agyeman, J. (2015). *Sharing cities: A case for truly smart and sustainable cities*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Orsi, J., & Doskow, E. (2009). *The sharing solution: How to save money, simplify your life and build community*. Berkeley, CA: Nolo.
- Pais, I., & Provasi, G. (2015). Sharing economy: A step towards the re-embeddedness of the economy? *Stato e Mercato*, 205, 347–377.
- Parsons, A. (2014). The sharing economy: A short introduction to its political evolution. URL: <https://goo.gl/YxQ4WT> (Dernier accès: 23/02/2017).
- Richardson, L. (2015). Performing the sharing economy. *Geoforum*, 67, 121–129. URL: <https://goo.gl/RULiZ6>
- Schneider, N. (2018). An Internet of ownership: Democratic design for the online economy. *The Sociological Review*, 66(2), 320–340
- Schor, J. (2014). Debating the sharing economy. The Great Transition Initiative. URL: <https://goo.gl/sdy6pv> (Dernier accès: 23/03/2017).

- Schor, J. B., & Attwood-Charles, W. (2017). The ‘sharing’ economy: Labor, inequality, and social connection on for-profit platforms. *Sociology Compass*, 11, e12493.

URL: <https://goo.gl/ibZpc3>.

7.5. Sites web et ressources audiovisuelles

Ouishare: Plateforme internationale créée en 2012 fondée par des entrepreneurs/entrepreneuses et des freelance aux fins de se convertir en un espace de référence pour 2012 pour la réflexion et la promotion des pratiques collaboratives, la gouvernance partagée, *smart cities*, entre autres thématiques. Elle organise des événements et des rencontres périodiques.

<https://www.ouishare.net/> (Dernier accès: 08/07/2018).

Consommation collaborative: Plateforme en espagnol fournissant des informations d’actualité, sur des événements et des études liés au *start-ups* et aux services de consommation collaborative. Elle comporte un répertoire d’initiatives visant l’Espagne et l’Amérique Latine.

www.consumocolaborativo.com (Dernier accès 08/07/2018).

The people who share: <http://www.thepeoplewhoshare.com/> (Dernier accès 08/07/2018).

Peer to peer foundation: Réseau global consacré à la promotion et à la recherche des dynamiques peer to peer (P2P) orientées au renforcement des biens communs dans la société, <https://p2pfoundation.net/> (Dernier accès 08/07/2018).

Sharing España: collectivité née dans le cadre de l'Association Espagnole de l'Economie Numérique (Adigital) regroupant de différentes entreprises de l'économie collaborative, sous demande et à accès, aux fins d'analyser et de divulguer l'impact des modèles basés sur les plateformes concernant le développement socioéconomique et sur la durabilité.

<http://www.sharingespana.es/> (Dernier accès 08/07/2018).

Ressources audiovisuelles:

- Entretien à Juliet. Schor “The sharing economy: hyper-capitalism or a sustainable alternative?” (2015).

URL: <https://goo.gl/7mjZs4> (Dernier accès 8/07/2018).

- Présentation Michel Bauwens: Four Scenarios for the Collaborative Economy (OuiShare Fest 2013).

URL: <https://goo.gl/e24Hd> (Dernier accès 8/07/2018).



CHAPITRE 8.

Entrepreneuriat et modèles d'entreprise

Par
Mohamed Belhaj

8.1. Présentation, objectifs et méthodologie

L'entrepreneuriat et l'entreprise sont devenus des facteurs importants et critiques de la compétitivité et de la croissance à long terme de l'économie des pays. Tous les pays se sont penchés à la recherche des façons de promouvoir et faciliter une dynamique d'entrepreneuriat et une culture entrepreneuriale vibrante et éveilleuse de potentialités pour stimuler plus d'activités entrepreneuriales. La culture entrepreneuriale prévalant dans un milieu apparaît comme un des facteurs les plus susceptibles d'influencer la propension d'une personne à créer, reprendre une entreprise et plus généralement à entreprendre dans des domaines social, culturel, sportif, et associatif autre que le domaine économique.

Désormais, il s'agit de reconnaître l'entrepreneuriat comme une aptitude de base qui peut être acquise dans le cadre de l'apprentissage tout au long de la vie.

L'innovation et la création de valeur sont les facteurs clés de succès qui permettent la pérennisation de l'essor entrepreneurial.

Dans le cadre de ce chapitre, il y a lieu d'introduire des notions de base de l'entrepreneuriat et de mettre en exergue ses apports en matière d'innovation et de création de valeur afin d'atteindre les objectifs suivants:

- Initier les apprenants aux spécificités de l'entrepreneuriat dans le domaine technologique, d'innovation et la création de valeur.
- Présenter les différents modèles économiques des entreprises.

- Familiariser les apprenants aux exigences du marché à travers le travail sur un exemple pratique d'élaboration d'un business model d'une entreprise innovante dans le domaine technologique.

L'approche méthodologique adoptée est basée sur une pédagogie interactive ayant recours à l'utilisation de films, de vidéos et de présentations Powerpoint. Les apprenants ont disposé à l'avance des différentes ressources du cours sur une plateforme.

Les apprenants sont répartis en groupes qui vont identifier à partir du cours et des cas pratiques, les facteurs clés qui interviennent dans la création de la valeur dans le monde économique. Chaque groupe est appelé ultérieurement à proposer une idée de projet innovante, à décrire sa chaîne de valeur et à établir son business Model.

8.2. Résumé des contenus

8.2.1. Introduction à l'entrepreneuriat

Entreprendre ne correspond ni à une position ni à un statut social (être chef d'entreprise, CEO, PDG, ne suffit pas pour être entrepreneur), mais une fonction que l'on oppose souvent à celle de management. Entreprendre peut s'envisager à un niveau individuel ou collectif (groupe, organisation, etc.). Il correspond à une diversité de situations et de pratiques notamment: entreprendre pour son propre compte; entreprendre pour le compte d'une entreprise (intraprendre); entreprendre pour le compte de la société en général (actions humanitaires et de bénévolat, associatives...). Le tableau 1 définit les trois éléments clés en entrepreneuriat.

Tableau 1: Les 3E de l'entrepreneuriat

<p>L'Entreprise</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La notion d'entreprise est liée à celle du risque, de l'initiative et celle de l'utilisation nouvelles de ressources et de capital (recombinaisons de ressources). - Le terme d'entreprise est utilisé aussi dans «<i>le monde de l'entreprise</i>» pour décrire l'ensemble représentatif des entités autonomes productrices de biens et de services marchands.
<p>L'Entrepreneur</p>	<ul style="list-style-type: none"> - L'entrepreneur, c'est quelqu'un qui sait percevoir (identifier, sélectionner et exploiter) une opportunité et créer une organisation pour l'exploiter. Il contribue à la création de valeur nouvelle. - Entrepreneur, est une fonction et non un statut social. - L'entrepreneur un rôle irremplaçable dans l'économie et la société. Il est son ferment, puisque, d'une part, il crée des entreprises et des emplois, ensuite, il introduit des innovations de rupture comme des innovations incrémentales, et enfin, il participe au renouvellement et à la restructuration du tissu économique. - L'entrepreneur est souvent étroitement associé aux termes de prise de risque, d'innovation, et de proactivité (anticipations des événements), et chasseur d'opportunités d'affaires. Il est un agent de changement.
<p>L'Entrepreneuriat</p>	<ul style="list-style-type: none"> - L'entrepreneuriat est défini comme la «<i>fonction d'une personne qui mobilise et gère des ressources humaines et matérielles pour créer, développer et implanter des entreprises</i>». (Office québécois de la langue française).

En tant que phénomène économique et social, les apports de l'entrepreneuriat à l'économie et à la société sont considérables (voir figure 1).

Figure 1: Apports socioéconomiques de l'entrepreneuriat

La création d'entreprises et le renouvellement du parc dans les différents domaines d'activités.
La création d'emploi comme une réponse aux problèmes.
L'innovation et les opportunités innovantes.
Le développement de l'esprit d'entreprendre dans les entreprises et les organisations (prise d'initiative, prise de risque, orientation vers les opportunités, réactivité ou flexibilité...).
L'accompagnement de changements structurels au niveau de l'environnement politique, technologique, social ou organisationnel.

La promotion de la culture entrepreneuriale...

Figure 2: les raisons et moyens de la promotion entrepreneuriale

Pourquoi promouvoir l'entrepreneuriat?
Stimuler la compétitivité, l'innovation, la productivité et la croissance économique.
Faire de l'entrepreneuriat un choix de carrière désirable.

Améliorer la capacité des individus à vivre avec l'incertitude et à répondre positivement au changement.
Rattraper un retard par rapport à d'autres pays au chapitre de la création d'entreprises.
Contrebalancer l'information déjà abondante en matière d'employabilité.
Valoriser la richesse et son rôle dans le développement économique et social.
Prendre en charge des initiatives (par le gouvernement) de promotion à moyen et long terme, car le secteur privé est peu enclin à le faire.
Comment promouvoir l'entrepreneuriat?
Education.
Apprentissage par projet.
Sensibilisation et formation.

La culture entrepreneuriale se compose de caractéristiques qui ont le pouvoir de favoriser une action efficace et qui contribuent à l'actualisation du potentiel. Ces caractéristiques sont la confiance en soi, le leadership, l'esprit d'équipe, la motivation, le sens des responsabilités, la solidarité, la débrouillardise, l'effort, l'initiative, le sens de l'organisation, la créativité, la détermination et la persévérance. Ces valeurs sont définissables par les attitudes et les comportements qui les expriment. (Voir figure 3).

Figure 3: Caractéristiques et valeurs entrepreneuriales

<p>La confiance en soi</p> <p>Se sentir capable de faire quelque chose, d'entreprendre et de mener à terme un projet, grâce à ses connaissances et à ses compétences.</p>
<p>Le leadership</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proposer des actions, des idées. - Influencer «positivement» les autres dans la réalisation de la tâche. - Prendre les décisions nécessaires et passer à l'action.
<p>L'esprit d'équipe</p> <p>Travailler et coopérer avec les autres tout en étant respectueux. C'est créer avec d'autres en synergie d'action.</p>
<p>La motivation</p> <p>Avoir des raisons d'apprendre et de relever un défi.</p>
<p>Le sens des responsabilités</p> <p>Respecter ses engagements en faisant ce qui doit être fait et ce qui a été convenu par le groupe.</p>
<p>La solidarité</p> <p>Se sentir responsable des choix et des décisions du groupe dans l'atteinte d'un but commun.</p>
<p>La débrouillardise</p> <p>Mettre en action ses ressources internes (compétences, connaissances et habiletés) et ses ressources externes (outils, personnes-ressources, organismes, entreprises, etc.) lorsque surgissent des difficultés et des embûches. C'est recourir à ses connaissances et à ses habiletés pour faire face à l'imprévu.</p>

<p>L'effort</p> <p>Avoir la volonté de travailler fort.</p>
<p>L'initiative</p> <p>Faire des choix, devenir autonome et prendre des décisions sans avoir besoin de supervision. C'est passer à l'action.</p>
<p>Le sens de l'organisation</p> <p>Choisir de bonnes méthodes pour être efficace dans la réalisation du travail.</p>
<p>La créativité</p> <p>Exprimer des idées, proposer des solutions novatrices, des pistes de recherche, etc.</p>
<p>La détermination</p> <p>Se concentrer sur ce qu'il y a à faire, sur l'atteinte d'un objectif.</p>
<p>La persévérance</p> <ul style="list-style-type: none"> - Continuer/terminer ce qui a été commencé jusqu'à l'obtention d'un résultat satisfaisant. - Faire preuve de constance et de ténacité afin de mener à terme un projet et d'atteindre l'objectif fixé.

La culture entrepreneuriale se décline en trois éléments:

1. Des connaissances partagées par des individus d'une même société qui veulent relever des défis.
2. Des attitudes et des valeurs (créativité, sens de la responsabilité, autonomie, confiance en soi, solidarité, leadership, tolérance à l'échec, etc.)
3. Des compétences de savoir-faire, savoir être et savoir agir.

» Exercice pratique:

Recherche, génération, et validation des idées de projets des apprenants.

1. Génération: Brainstorming & étude de cas: Amazon, Travelercar (startup Ahmed M'hiri).

2. Validation: réponse aux questions: Quels services ou produits produire et commercialiser?; Pour quels profils de clients?; Pour desservir quels besoins?; Quels «plus» apporterez-vous par rapport à vos clients?

8.2.2. Création de l'entreprise et modèles économiques des entreprises

Créer une entreprise, qu'il s'agisse d'un simple commerce ou d'une start-up, nécessite une phase de réflexion pour mûrir son projet entrepreneurial. Il s'agit de déterminer le modèle économique le plus adapté à son projet. Étudier les différents business models s'avère indispensable pour choisir le modèle économique adéquat.

Les modèles les plus connus sont:

1. Les modèles économiques classiques

La production de produits ou services est le modèle économique ancestral par excellence. C'est le business model de l'agriculture par exemple. Le chef d'entreprise produit et vend sa production. Au deuxième rang des business models classiques figure la distribution. Ce modèle utilisé par tout commerçant consiste simplement à vendre un produit directement au consommateur ou à un grossiste.

2. Le low-cost: un modèle économique qui casse les prix

Depuis ces modèles économiques de base, d'autres business models ont fait leur apparition. C'est notamment le cas du low-cost qui s'est développé dans de nombreux secteurs d'activité: alimentaire, compagnie aérienne, hôtellerie, ameublement, restauration... Ce type de modèle se distingue par une politique visant à réduire au maximum le coût de revient pour le consommateur.

3. La désintermédiation: un modèle économique facilité par Internet

La logique ici est également de réduire les coûts. Cela est permis en limitant les intermédiaires. De nombreux sites web (culture, agence de voyages...) se sont développés en appliquant ce modèle économique.

4. Le commissionnement: le modèle économique des comparateurs sur Internet

Un intermédiaire vend le produit d'une entreprise et se voit rémunérer par une commission. C'est le modèle économique des concessionnaires automobiles et des agents d'assurances mais aussi des comparateurs de coûts sur Internet.

5. L'abonnement: le modèle économique des journaux exporté au e-commerce

Journaux, AMAP, opérateurs téléphoniques..., ces types d'entreprises utilisent ce modèle économique en partie ou intégralement pour vendre leur production ou leurs services. Aujourd'hui, des sites de e-commerce font ce choix de business model pour fidéliser leurs clients.

6. Le financement par la publicité: le modèle économique du gratuit

Sur le mode des journaux gratuits, de nombreux sites internet offrent du contenu totalement gratuit à leurs utilisateurs. L'entreprise est alors rémunérée intégralement par ses contrats publicitaires. Ce modèle économique est donc dépendant des annonceurs.

7. Les enchères: le modèle économique des salles des ventes démocratisé aux sites d'enchères en ligne

Les clients fixent le prix pour lequel ils sont prêts à acheter le produit présenté. Ce modèle économique est redevenu en vogue avec les sites d'enchères en ligne.

8. Le freemium: le modèle économique mi-gratuit mi-payant

Les plateformes de musique ou de vidéo en streaming ainsi que d'autres médias comme les applications pour smartphones utilisent ce modèle économique avec une partie gratuite et une partie réservée aux adhérents.

9. Le cashback: le modèle économique de la fidélité récompensée

Plus le consommateur consomme, plus il obtient d'avantages. Ce modèle économique est utilisé notamment pour fidéliser les clients.

10. Le modèle de l'imprimante: le modèle économique attractif

Le principe consiste à vendre un produit de base à très bas coût (imprimante, cafetière...) puis des recharges sur le long terme (encre, dosettes...). Ce modèle économique permet, avec un investissement de départ, de s'assurer une certaine fidélité des clients.

8.2.3. L'entreprise innovante et la création de valeur

De nos jours, il a été largement prouvé que l'innovation est le moyen premier de créer de la valeur dans les entreprises. Par création de valeur, il faut entendre: la création d'activités économiques nouvelles ou innovantes capables de créer des revenus futurs et des emplois nouveaux. Toutefois, la création d'activités économiques nouvelles ou innovantes ne passe plus seulement par des savoir-faire techniques et des brevets.

Les nouvelles technologies changent la donne de création de la valeur...

La façon dont les entreprises numériques créent aujourd'hui de la valeur apparaît radicalement différente des business models traditionnels. Il ne s'agit pas d'une simple différence de degré (de nouvelles façons de créer de la valeur grâce à de nouvelles technologies) mais bien d'une différence de nature (créer autrement de la valeur grâce à une nouvelle relation avec le client internaute).

Cette nouvelle donne met en cause les modes traditionnels de création de la valeur aussi bien sur le plan fiscal (localisation des profits et risques de distorsion de concurrence), social (montée du travail indépendant et remise en cause des modèles de protection sociale), concurrentiel (tendance monopolistique de certaines entreprises numériques) que dans le champ de la protection des données individuelles.

Il existe désormais un large consensus: ces nouveaux business models entraînent une migration majeure de la valeur (des profits) vers un petit nombre d'entreprises du numérique, celles qui savent concevoir ces sources de profit. On pourrait assister,

dans les années à venir, à une polarisation sans précédent de la valeur au profit d'un nombre d'entreprises.

Mais l'impact de la transformation numérique sur les chaînes de valeur peut aussi être appréhendé par d'autres moyens que l'introduction d'une nouvelle technologie (Internet et les technologies de l'information et de la communication). Les nouveaux business models des entreprises numériques, si on les compare aux modes classiques d'organisation des chaînes de valeur, introduisent deux changements majeurs déterminant une nouvelle donne:

- L'existence de rendements croissants attachés aux effets de réseaux.
- Le rôle croissant de la communauté des utilisateurs (par définition, hors de la chaîne de valeur de l'entreprise ou de la filière) comme créateur de la valeur.

Un monde de rendements croissants attachés aux effets de réseaux...

L'utilité d'un réseau peut devenir un puissant facteur de création de valeur. C'est le défi auquel ont été confrontées toutes les entreprises du numérique: certaines y sont brillamment parvenues (Google), d'autres non (Twitter). Parmi les moyens utilisés pour créer cette valeur, et qui sont au cœur des business models numériques, se trouvent les marchés bi (ou multi) faces.

Un versant du marché peut être gratuit (moteur de recherche) et l'autre très rémunérateur (publicité). Plus le premier marché est développé, plus le second sera lucratif. Cette caractéristique des marchés bifaces permet de comprendre le paradoxe d'entreprises offrant des services gratuits et dégagant, dans le même temps, des profits élevés.

Exemples de marchés bifaces:

Google: couple une activité de recherche d'informations (1^{er} face) avec une activité de publicité (2^o face).

Uber: doit attirer le maximum de clients afin de recruter un grand nombre de chauffeurs, mais aussi garantir la disponibilité d'une offre importante de conducteurs. Elle peut ainsi limiter le temps d'attente de ses clients et les inciter à recourir à ses services.

Si ces entreprises du numérique arrivent à dégager autant de profits grâce aux effets de réseaux, c'est aussi qu'elles sont devenues rapidement planétaires. Leur ambition est d'intégrer, si non l'ensemble de la population du globe, au moins celle disposant d'un certain niveau de pouvoir d'achat. Mais proposer un moteur de recherche ne suffit pas. Pour accroître les revenus tirés de l'exploitation d'un réseau, ces entreprises élargissent en permanence leur offre de services. Elles en sont capables grâce à leur forte capacité d'innovation et à une politique de rachat d'entreprises qu'elles financent en réinvestissant leurs énormes profits.

Dans ce monde de rendements croissants, l'entreprise a pour objectif de devenir un standard et de bénéficier ainsi d'une rente de monopole. Mais ce monde est, par essence, instable dans la mesure où il ne converge pas vers une situation d'équilibre. L'extension de l'entreprise, s'appuyant sur un réseau, est potentiellement sans limites. Dans les faits, d'autres facteurs entrent en ligne de compte: un nouvel entrant peut venir contester sa position ou les pouvoirs publics peuvent imposer des limites à leurs pouvoirs de marché.

Jusqu'à présent, l'économie numérique s'est caractérisée par des vagues successives d'entreprises dominantes, souvent des

quatuors: les GAFA (Google, Apple, Facebook, Amazon) ont ainsi succédé à quatre autres géants, Microsoft, Intel, Cisco et Dell, tandis que se profile déjà Netflix, Airbnb, Tesla et Uber (NATU). Le déclin de ces entreprises peut être tout aussi rapide que leur ascension, comme l'attestent les cas des Nokia, Yahoo, HP ou RIM (Blackberry).

Les entreprises numériques bénéficient ainsi d'un contexte très porteur: un fort taux de croissance qui n'est en rien freiné par les autorités de la concurrence, ce qui leur permet d'engranger d'importants profits.

La communauté des utilisateurs, acteur central de la création de valeur...

La contribution de dizaines de millions d'utilisateurs d'Internet à la création de valeur peut prendre de multiples formes: lorsqu'un internaute interroge le moteur de recherche de Google, il contribue à rendre l'algorithme plus efficace. Quand un client note une application, un service, une entreprise, il construit un capital réputationnel qui donne (ou non) de la valeur à l'offre de l'entreprise.

L'utilisateur d'une plateforme, qui est alternativement client (conducteur de BlaBlaCar ou passager), brouille les frontières entre consommateur et producteur.

Différents degrés de relations s'établissent entre une entreprise numérique et les individus: une gradation, des visiteurs aux clients en passant par les "amis", s'inscrit dans le cercle de la création de valeur. Un visiteur peut créer de la valeur pour la plateforme même s'il n'achète rien.

Dans l'économie numérique, un dialogue, un partenariat, une collaboration se nouent entre l'entreprise et le client. Le rapport marchand traditionnel a été profondément modifié par la mise en place d'un système de notation dans les transactions. La réputation, la confiance, la fiabilité tendent à être objectivées par ces systèmes de notation, malgré toutes les limites ou les possibles dévoiements de tels mécanismes. La notation devient partie intégrante de la décision d'achat, voire détermine le prix que le client est prêt à payer.

En se positionnant ainsi comme une plateforme, on ne se contente pas de fixer ses clients. On fait levier sur une valeur bien plus grande: la force de création de ces utilisateurs. Leur puissance créative, la plupart du temps, excède largement celle des organisations elles-mêmes".

Les marchés bifaces, déjà mentionnés, constituent une bonne illustration de la transformation du client en acteur de l'écosystème. En effectuant une recherche sur Google, l'internaute accroît la valeur de la face "publicité" du site. Bien sûr, le client n'est pas la seule source de création de valeur. La capacité de l'entreprise à exploiter les données (data) de ses clients en est une autre qui, avec le développement exponentiel de l'Internet des objets, deviendra sans doute à terme la source principale. Cette connaissance des données clients offre, en effet, l'opportunité d'améliorer l'offre produit, le positionnement marketing, le "cross-selling" (ventes croisées), la fidélisation des clients... Pour y parvenir, l'accès à la ressource, aux données est essentiel. Il s'agit de réussir à convaincre la multitude de confier, consciemment ou inconsciemment, ses données à une plateforme. La création de valeur a été modifiée par les business models numériques.

Les plateformes numériques, nouveaux acteurs structurant les chaînes de valeur...

Une plateforme peut aussi désigner “un écosystème complet de services d'accès intégrés pour les utilisateurs regroupant à la fois un moteur de recherche, un store ou une place d'API (“Application Programming Interface”), elle-même parfois qualifiée de plateforme, ainsi que l'accès à des réseaux sociaux”.

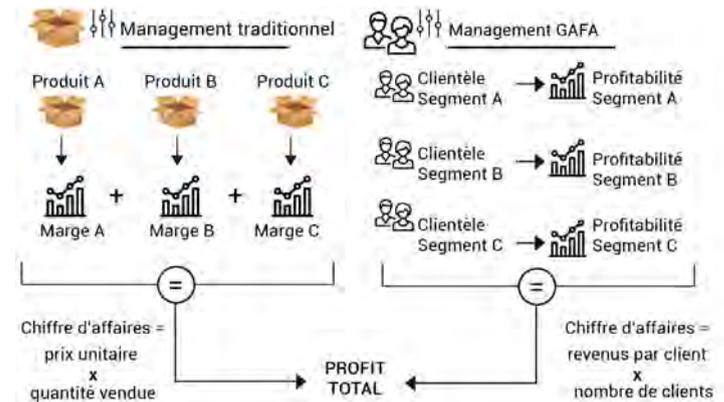
Les plateformes sont constituées selon des “modèles d'affaires” très variés:

- Collecte et exploitation de données (souvent personnelles) à des fins commerciales (Google ou Facebook).
- Place de marché, qui héberge sur un site marchand des vendeurs extérieurs moyennant une commission (Amazon, Fnac ou Ebay).
- Hébergement d'applications mobiles (Apple store).
- Réservations hôtelières (Booking.com ou TripAdvisor).

Effets de réseaux et rôle central joué par le client constituent les deux bases du business model des plateformes numériques. Dans l'entreprise traditionnelle, le profit dépend du nombre d'unités vendues et l'enjeu est de l'accroître. Le profit des plateformes est lié au nombre de clients et il faut en élargir la base.

Le développement de l'Internet des objets semble offrir une source quasi-illimitée de données. Mais le véritable défi est encore à venir: comment parvenir à extraire de la valeur du big data produit par les individus?

Figure 4: La différence entre le management traditionnel et le management GAFa



Source: Faber Novel, Gafanomics, octobre 2014

L'innovation provient donc avant tout de la capacité de l'entreprise innovante de transformer le métier ou la chaîne de valeur sur lequel elle opère, grâce à des actifs immatériels distinctifs. Pour “actif”, il faut prendre la définition IFRS (International Financial Reporting Standards): un actif est une ressource contrôlée par l'entité et permettant de générer des avantages économiques futurs (et des cash-flows futurs). La chaîne de valeur externe comprend l'ensemble des étapes et processus de transformation et de logistique jusqu'à aboutir au produit ou au service livré au consommateur final. La chaîne de valeur interne de l'entreprise innovante comprend une partie des étapes et processus de la chaîne de valeur externe, car elle ne peut maîtriser tous les savoir-faire requis pour la chaîne de valeur externe. La chaîne de valeur interne dépendra de la nature de la chaîne de valeur externe, selon qu'elle est morcelée, coopérative, coordonnée ou collaborative.

La proposition de valeur de l'entreprise innovante qui définit la nature de l'offre comprend des facteurs de différenciation stratégiques par rapport à la concurrence. Le modèle économique

qui voit la convergence de la chaîne de valeur interne et de la proposition de valeur requiert la création d'actifs immatériels distinctifs pour se mettre à distance de la concurrence.

L'innovation dans l'entreprise numérique est un véritable défi, parce qu'il existe une rupture de paradigme, par rapport à l'innovation technologique qui a nourri l'innovation produit des siècles précédents. Cette rupture de paradigme peut se résumer par trois principes:

1. "Innover, c'est créer de la valeur d'usage pour l'utilisateur": la réussite d'une innovation est sanctionnée par la satisfaction du client associée à un nouvel usage. L'innovation ne s'exprime plus en termes de fonctionnalités ou de performances, mais en termes de satisfaction liée à une expérience.
2. "Dans un monde complexe et numérique, l'innovation se fait en cocréation avec l'utilisateur": le client est, par construction, au cœur de l'usage et il n'est pas possible de trouver un avantage de façon durable et compétitive sans l'associer au développement de l'innovation.
3. "Innover c'est faire": la complexité de l'expérience rend impossible le jugement du mérite d'une idée innovante. Ce qui crée la différenciation et la valeur, c'est la qualité de l'exécution, dans le respect des deux principes précédents.

8.2.4. Business model Canvas

Les business Models Canvas permettent une vulgarisation et un développement des 9 facettes essentielles d'une entreprise ou d'un nouveau produit, notamment: les partenaires, les activités, les ressources, la relation client, les segments client, l'offre, les canaux de distribution, les sources de revenus et la structure des coûts (voir figure 5).

Dans le cadre de ce chapitre, il y a lieu de définir le rôle de chaque partie de la figure 5 à travers la réponse aux questions soulevées pour chaque facette.

La compréhension des facettes du business model canvas donne lieu à un exercice pratique.

» Exercice pratique:

Les apprenants, qui disposent d'un business model canvas, sont appelés à le remplir sur papier dans le cadre de la formation avec les idées de projets qu'ils ont choisis (voir figure 6). Ils sont appelés à remplir une autre version numérique sur la plateforme pour l'évaluation.

Figure 5: Éléments du business Model Canvas

Partenaires

- Qui sont nos Partenaires Clés?
- Qui sont nos fournisseurs?
- Quelles Ressources nous acquerons par nos partenaires?
- Quelles Activités réalisent nos Partenaires?

Activités

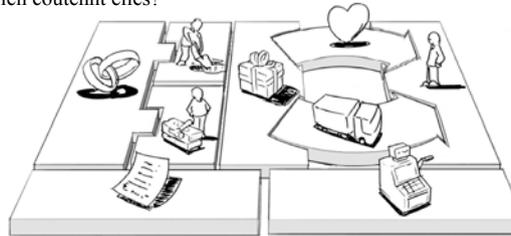
- Quelles activités sont nécessaire?
- Notre Distribution?
- Notre Relation Client?
- Nos sources de revenus?

Ressources

- Quelles Ressources sont nécessaire pour réaliser notre offre?
- Notre Distribution?
- Notre Relation Client?
- Nos sources de revenus?

Relation Client

- Quelle type de relation chaque segments clients souhaitent que nous établissions avec eux?
- Comment ces relations s'intègrent elles avec e reste de notre Business Model?
- Combien coûtent elles?



Offre

- Quelle valeur nous fournissons au client?
- Quelle problématique client nous resolvons?

Segments Client

- Pour qui nous créons de la valeur?
- Qui sont les clients les plus important?

Canaux de distribution

- Par quel Canal nous interagissons avec nos Segments Clients?
- Comment nos Canaux sont intégré à notre Business Model?

Source de Revenus

- Pour quelle valeur nos clients sont vraiment prêt à payer?
- Pour quelle offre ils payent actuellement?
- Comment ils payent actuellement?
- Comment ils preferaient payer?

Structure des Coûts

- Quels sont les coût les plus important de notre Business Model?
- Quelles est le coût des Ressources?
- Quelles est le coût des Activités?
- Nos sources de revenus?

Source: Osterwalder et Pigneur (2010)

Figure 6: Business Model Canvas

Partenaires	Activités	Offre	Relation Client	Segments Client
	Ressources		Canaux de Distribution	
Estructura de Costes		Estructura de Costes		

Source: www.onopia.com

8.3. Exercices pratiques, dynamiques de groupe et exercice d'évaluation

Les apprenants disposent d'un business model canvas à remplir avec les informations nécessaires de leurs idées de projets. Après la constitution des groupes de travail, une animation et un encadrement sont assurés par le formateur. À la finalisation de leurs travaux, les groupes présentent leurs projets (chaque membre a eu l'opportunité de présenter une partie du projet).

L'évaluation des apprenants (sur 10 points) est faite en deux temps. Une évaluation à chaud des présentations pour chaque membre des groupes formés (/5 points) dans le cadre de la formation. Et une évaluation post évaluation (/5 points) basée sur les travaux déposés sur la plateforme de la formation.

8.4. Bibliographie sur papier et électronique

- Beitone, A., & Hemdane, E. (2005). La définition de l'entreprise dans les manuels de sciences économiques et sociales en classe de seconde. *Skholê, hors-série, 1*, 29-39
- Biacabe, J.L., Vadcar, C. (2017). Création de valeur dans un monde numérique. Friedland Papers.
URL: <https://goo.gl/ZiZMv6>
- De Jaegher, T. (2014). Les GAFAnomics, les nouveaux codes de l'innovation selon Google, Apple, Facebook, Amazon. *Industrie et Technologies, 31*.

- Ménard, B. (2010). Les activités numériques. Chapitre 7 du livre «L'entreprise numérique». URL: <https://goo.gl/rwrKVw>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons.

8.5. Sites web et ressources audiovisuelles d'intérêt

- Comment évaluer la performance de son système d'innovation: <https://goo.gl/BqwPrR>

Un système d'innovation performant permet de réduire le Time To Market. Les experts présentent les éléments clés caractérisant un système d'innovation performant ainsi que les principaux leviers et actions pouvant être mis en place. Partant de la perception des collaborateurs, une méthode pragmatique et simple d'évaluation est présentée et permet d'obtenir des premiers éléments de mesure de la performance. Thèmes abordés: le système d'innovation, les leviers pour une meilleure performance, la Méthode d'évaluation et premiers éléments de mesure.

- Business model canvas en français: www.onopia.com
- Internet Impact: Interview Jean-Baptiste Descroix-Vernier. <https://goo.gl/iRGsNp>

Jean-Baptiste Descroix-Vernier a créé en 2002 Rentabiliweb, une offre destinée aux professionnels et aux webmasters pour la monétisation de leur trafic avec notamment des solutions de paiement et de micropaiement. L'entreprise est entrée en bourse à Paris en février 2010.

- **Créer une proposition de valeur attrayante dans un business model innovant:** <https://goo.gl/KrRM1k>

Session présentée par Yves Pigneur, référent sur les méthodes de Business Model Canvas et de Value Proposition Canvas, à l'USI.

- **Chaîne de valeur dans la médiation numérique:** <https://goo.gl/u9G6C2>

Le numérique bouscule à la fois les usages du public et des acteurs du monde muséal. Les nouveaux modèles d'innovation redistribuent les cartes. Pour autant, le pouvoir de rayonnement et de médiation culturelle des institutions culturelles ne cesse de croître, tout comme le nombre d'entreprises et de projets liés au patrimoine et au digital. Tout est possible, mais cela est-il seulement souhaitable? Comment les micro-outils révolutionnent les micro-contenus? En quoi les processus de production culturelle sont-ils transformés au sein de l'institution? Quelle externalisation participative est-elle souhaitable dans la production de la connaissance?



CHAPITRE 9.

Vie privée et sécurité dans les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) depuis une perspective de genre

Par

Alexandra Haché

9.1. Présentation, objectifs et méthodologie

La matière est conçue pour fournir aux étudiantes des contenus et des informations liés à la protection de la vie privée et de la sécurité informatique, comprendre comment celles-ci gardent une relation avec la détection et la mitigation des violences sur la femme dans les espaces connectés, mais encore, de la même façon, pour stimuler leur capacité et autonomie au moment de créer des espaces surs et savoir chercher de façon autonome et collaborative des connaissances sur ces sujets.

Les réseaux sociaux nous sommes toi, moi, elles, nous et tous. C'est un espace lié à la famille, les amies, les connaissances, la rue, la place publique et la société en général. Les réseaux sociaux permettent de trouver des chances, d'échanger des ressources, de couvrir des besoins y de mettre en commun notre être social, nos sociabilités, nos façons d'être, penser, faire et vivre. Les espaces connectés et les plates-formes des réseaux sociaux sur Internet représentent aussi un champ d'action pour mettre en scène les demandes et les messages des mouvements sociaux et des collectivités en faveur des droits, ainsi que pour toutes les personnes défendant l'égalité et la justice sociale de genre. L'usage des réseaux sociaux permet de voir, connecter, agrandir, créer des synergies, des groupes et d'autres réseaux de transformation sociale et politique.

Cependant, dans la société actuelle, l'Internet, nos portables et les réseaux sociaux ne sont pas libres non plus des violences sur la femme. Même si, avec quelques différences, les violences et les discriminations contre les femmes peuvent être aussi intenses sur Internet que dans l'espace public et privé *offline*. Le sexisme et la misogynie persistent, à la fois que de nouveaux

néo-machismes apparaissent et s'actualisent en utilisant les nouvelles technologies et les réseaux sociaux comme des plates-formes d'intervention violente privilégiées et en expansion. L'usage des TIC peut multiplier exponentiellement les effets des violences machistes. En plus de faciliter l'anonymat et le nombre des agresseurs, les réseaux sociaux permettent la répétition, la viralité, la diffusion et, voire, la normalisation de ces violences.

Dans cette structure des réseaux sociaux se dépliant sur nos vies connectées et aussi hors Internet, il y a une multitude de possibilités fortement entrelacées qui entre en jeu. De ce fait, il est de plus en plus important de comprendre où et comment on bouge dans les espaces connectés, pour pouvoir savoir comment agir et produire des changements positifs, ainsi que pour pouvoir faire attention et nous protéger, pour contrecarrer et surmonter ces violences, agressions et vulnérabilités pouvant élargir, compléter ou, voire, changer celles déjà expérimentées dans la vie physique.

Inclusion du genre dans la vie privée et la sécurité informatique

Nicole Shepard (2016), dans son article sur Big Data et surveillance sexuelle, nous rappelle que «quand le contrôle des informations d'une personne est en dehors des mains de cette personne, la nature de la transformation potentielle l'est aussi». Elle cite Manovich, celui-ci identifie trois types émergents dans nos sociétés: «Ceux créant des données (consciemment et produisant des empreintes numériques), ceux ayant les moyens et le pouvoir de les compiler et ceux ayant l'expérience et le pouvoir de les analyser. Le premier groupe comprend pratiquement tous le monde utilisant le web ou des téléphones portables; le deuxième groupe est plus petit; et le troisième groupe est encore plus petit».

Dans ce sens, il faut souligner que la brèche des genres concernant l'accès aux TIC est toujours forte sur l'échelle mondiale puisque la commission broadband de l'International Telecommunications Union estime que à peu près 200 millions moins de femmes que d'hommes ont accès à Internet. En plus, et surtout, si on observe qui a la capacité de création, de conception, d'analyse et de bénéfice des TIC et des réseaux sociaux, l'inégalité de genre est écrasante. Cependant, le nombre des femmes accédant et utilisant les TIC et les réseaux sociaux est entrain de s'élever, mais cela ne veut pas forcément dire qu'elles se bénéficient socialement ou économiquement de cet accès. Les femmes représentent toujours une minorité d'étudiantes et de travailleuses qualifiées dans le secteur TIC. Et, finalement, il existe un autre indice clair d'inégalité de genre qui consiste en voir que les personnes qui décident sur la gouvernance de ces plates-formes et tirer le maximum de bénéfices des réseaux sociaux sont des hommes blancs et occidentaux comme Zuckerberg (Facebook), Dorsey (Twitter), Brin et Page (Google), Gates (Microsoft), Bezos (Amazon), Musk (Tesla), entre autres.

De ce fait, inclure le genre nous oblige à adopter une approche intersectionnelle –une gardant relation avec la diversité des cultures, les conditions sociales, les identifications des genres, les orientations sexuelles, les races, les ethnies, les croyances et d'autres structures de pouvoir pouvant créer des inégalités chez les individus ou chez les communautés dans leur accès aux outils et dans leurs pratiques de vie privée et de sécurité informatique. Il nous oblige aussi à considérer la vie privée et la sécurité depuis une perspective de genre, à travers laquelle on a une vision étendue de la technologie, comprenant les conditions de production et les lois liées à la gouvernance d'Internet.

Tous cela englobe:

- Reconnaître que les brèches, la discrimination et la violence sur la femme sont à la fois structurelles et discursives étant donné qu'elles sont profondément ancrées dans le langage, les narratives, les définitions, les structures sociales et les lois. Toutes celles-ci ont une influence profonde sur les conditions dans lesquelles les femmes accèdent et expérimentent la technologie et Internet.

- Comprendre comment les femmes dans de différentes conditions trouvent des façons d'accéder aux technologies, et une considération vers comment elles peuvent elles-mêmes se protéger et protéger d'autres personnes dans ce processus.

- Partager des attitudes et des connaissances depuis la base pour que les femmes puissent renforcer leur liberté d'opinion et d'expression.

- Se rappeler qu'il est important de rendre visible les expériences des femmes dans la gestion et le développement des technologies (non seulement les informatiques, mais aussi les technologies de la santé, par exemple).

- Travailler pour permettre une participation plus élevée des femmes dans les institutions contribuant à la gouvernance d'Internet, ainsi que dans les entreprises et les organisations fournissant des services appuyant notre travail sur Internet et les entités online.

- Imaginer des technologies libératoires permettant la pleine réalisation et l'exercice des droits de l'homme, en démontrant être inclusives de la diversité. La création d'un Internet inclusif, accessible, décentralisé y neutre est une responsabilité de toute personne, non seulement des femmes et des organisations défendant l'égalité et la justice sociale de genre.

De ce fait, cette formation comprend, dans une première partie, la présentation de quelques caractéristiques de l'infrastructure d'Internet, de la téléphonie mobile, des réseaux sociaux en général et celles des plates-formes des réseaux sociaux *online*. On va le traiter de façon critique et depuis une perspective de genre, ainsi qu'on va faire le lien entre Internet, les identités, la vie privée et la sécurité et le genre.

Juste après, on va entrer dans les violences sur la femme, notamment, les violences sur la femme *online*. On va commencer par l'analyse du panorama des informations quantitatives y qualitatives qui existent pour, dans la mesure du possible, visibiliser ce qui se passe et comprendre l'impact ces violences dans l'exercice, de la part des femmes, de leurs libertés fondamentales (liberté de communication, d'information, de collaboration, etc.).

Après, dans une troisième partie, on va exposer en détail les violences sur la femme *online*, ainsi que les possibilités de leur faire face. Dans ce sens, on va identifier et définir un ensemble de violences sur la femme habituel dans les réseaux sociaux *online* et on va présenter, à la fois, des pistes, des recommandations et des initiatives pour entrer plus en détail dans celles-ci et pouvoir nous autodéfendre ainsi que les contrecarrer.

Finalement, on va entrer en détail dans les aspects sociaux, économiques, légaux, éthiques et politiques des alternatives technologiques et dans les initiatives offrant des réponses pour faire face à ces violences. Avec les contenus traités pendant cette formation, on cherche à ce que les étudiantes depuis une position plus informée, critique et féministe sachent détecter et connaître les violences sur la femme on-line et, dans la mesure du possible, puissent les surmonter.

La méthodologie des interventions proposées a pour origine une série de critères d'orientation et de réalimentation dans les actions destinées à la consécution des objectifs proposés.

- Créer un espace de travail théorique et pratique sur la protection de la vie privée et de la sécurité informatique depuis une perspective de genre intersectorielle.
- Analyser et comprendre les caractéristiques des violences sur la femme et les discours de haine facilités, intervenus ou agrandis par les TIC et les réseaux sociaux sur Internet (cyberharcèlement et violences 2.0).
- Comprendre les typologies des violences sur la femme 2.0 et les impacts de celles-ci sur les libertés fondamentales des femmes.
- Développer les capacités de faire des diagnostics à risques individuels et collectifs et connaître les outils et les pratiques permettant d'atténuer ses risques et violences.
- Approfondir dans les aspects techniques, sociaux, éthiques, politiques, économiques et légaux contextualisant les possibles réponses à ces violences.
- Maîtriser les bonnes pratiques par rapport à la gestion et la production des informations pour réduire des possibles risques ainsi qu'atténuer des violences sur la femme 2.0.
- Visibiliser les outils ainsi que les réseaux de soutien et de solidarité travaillant pour documenter et faire face à ces violences.

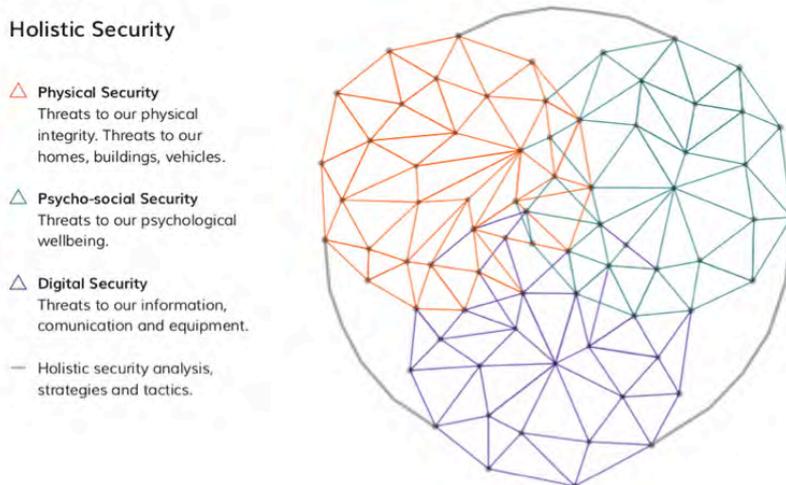
9.2. Résumé des contenus

9.2.1. Comprendre la sécurité intégrale et comment celle-ci fait le lien entre les infrastructures des informations et la communication

Dans cette première partie de la matière on va approfondir nos perspectives sur ce que c'est que la sécurité et la vie privée. Pour cela, on va parler des caractéristiques de la sécurité intégrale ou de la sécurité holistique. Traditionnellement, la notion de sécurité s'est associée à la sécurité «dure», c'est-à-dire, comment protéger notre corps, nos dispositifs et les espaces dont lesquels on bouge ou on habite. Plus tard, grâce aux apports des mouvements sociaux et féministes, il a été ajouté une autre dimension de la sécurité qui aborde le bien-être psychosocial, émotionnel et, en général, des soins. Finalement, avec l'apogée d'Internet et les TIC, la sécurité a passé à intégrer un troisième aspect qui lutte contre la sécurité électronique et contre la protection des nos données et nos communications.

On va voir que l'implémentation des pratiques de protection dépend de la sécurité qu'on peut négocier avec notre entourage et avec nos collectivités, mais aussi d'un contexte externe qu'on ne contrôle pas. De ce fait, la sécurité est une mille-feuille de couches articulées. En plus, les besoins de sécurité dépendent aussi de notre subjectivité et de notre contexte et ont l'habitude d'évoluer avec le temps (elle n'est pas fixe, il faut la réviser).

Image 1: Sécurité intégrael



Source: <https://holistic-security.tacticaltech.org/introduction>

Une fois qu'on a exploré ces caractéristiques, on va passer à analyser l'infrastructure d'Internet et celle de la téléphonie mobile pour comprendre par où circulent nos données, qui peut les voir et/ou les modifier à chaque moment. Cette étape est fondamentale pour comprendre que les espaces connectés ne sont pas virtuels mais ils se basent sur des infrastructures matérielles très réelles permettant plusieurs façons de contrôle et de surveillance sur les utilisatrices d'Internet et de la téléphonie mobile et, bien entendu, des plates-formes des réseaux sociaux. Tout cela nous permettra de comprendre comment agissent nos «ombres électroniques», par quoi se composent-elles et comment on peut les influencer et les modifier.

Il est pratique de penser à toutes les données électroniques existant vous concernant, tels que vos traces électroniques –une information pouvant raconter une histoire très détaillée sur vous et vos activités-. Cela compose une espèce d' «ombre électronique»

qu'on crée et à laquelle on ajoute peu à peu plus de données quand on utilise des outils et des services électroniques. Le concept de traces électroniques comprend des données que vous avez créées et que vous voyez de façon intentionnée -Comme les tweets que vous partagez publiquement ou une entrée de blog sur votre site web, ce qu'on appelle normalement «contenu»-. Les traces électroniques créées par vous et aussi par d'autres personnes publiant activement des informations comprennent ce que vous écrivez, ce que vous publiez et partagez, ainsi que le contenu que d'autres personnes créent à propos de vous quand elles vous étiquettent sur des photos, vous mentionnent sur des tweets, ou simplement se communiquent avec vous par courrier électronique ou une séance de chat.

Les traces électroniques comprennent aussi des pièces de données qui se créent à propos de votre contenu et qu', en majorité, sont invisibles habituellement appelées 'métadonnées'. Ces traces sont créées presque toujours de façon passive, sans vous rendre forcément compte, ou sans que vous le consentiez. Par exemple, vos habitudes de navigation et adresse IP sont partagées entre les sites web que vous visitez et les services que vous utilisez pour réaliser un suivi de votre comportement et traiter de vous vendre des produits par la publicité. Avec le contenu que vous créez tels que les messages de texte, les mises à jour des réseaux sociaux, les photos, on trouve aussi des milliers de millions de morceaux de métadonnées plutôt petites qui peu à peu, se créent et s'accumulent à chaque fois que vous envoyez un courrier électronique, vous naviguez Internet, ou quand votre cellulaire ou tout autre dispositif électronique est connecté et envoie des informations à Internet. Ces «traces électroniques» peuvent comprendre votre nom, positionnement, contacts, photos, messages, tweets et similaires, mais il peut s'agir aussi de la marque de votre ordinateur, la durée de vos appels téléphoniques ou des informations des sites web que vous visitez.

Le «contenu» sont les données que vous produisez de façon active: vos courriers électroniques, messages de texte, entrée de blog, tweets, appels téléphoniques, achats en ligne, photos et vidéos.

Les 'métadonnées' sont des données concernant vos données, voire comment et quand celles-ci ont été créées, où est ce qu'elles ont été accumulées, depuis où elles ont été envoyées, ou quand et où vous vous êtes connectés pour les accrochez sur Internet. La majorité des métadonnées est une information nécessaire pour que le fonctionnement de l'infrastructure élémentaire sur laquelle sont régis nos systèmes électroniques, voire Internet et nos cellulaires. Les métadonnées permettent aussi que vos courriers électroniques soient correctement remis, que votre ordinateur trouve vos fichiers où vous les avez laissés, et en général que vous puissiez recevoir des messages de texte et des appels téléphoniques du monde entier de façon presque instantanée.

En fin de compte, et sur la base de ces éléments d'analyse, on va passer à développer des exercices pour mener des analyses à risques individuels et collectifs. De ce fait, on va schématiser nos dispositifs y notre production de données pour comprendre quel genre de données on crée et manipule, où se logent-elles et quel genre d'information confidentielle et/ou sensible contiennent-elles.

Après un travail individuel, nous allons nous réunir pour une réflexion collective sur comment transformer des possibles risques en des plans de mitigation, c'est-à-dire, apprendre à prioriser les risques pouvant avoir des impacts plus élevés et avec plus de probabilité à se produire et analyser de quelles façons on peut les réduire et les contenir.

9.2.2. Caractéristiques et typologies des violences sur la femme 2.0.

Dans cette partie, d'un côté, on présente les réseaux sociaux *online* avec une vision critique. On va chercher surtout la réflexion concernant les inégalités, ainsi que les identités, la vie privée et la sécurité. On va faire le lien entre tout cela, le genre et une des principales problématiques émergentes, les violences sur la femme, toujours *online*.

La déclaration des Nations Unies (1993) sur l'Élimination de la Violence à l'égard des Femmes la désigne que «tous actes de violence dirigés contre le sexe féminin, et causant ou pouvant causer aux femmes un préjudice ou des souffrances physiques, sexuelles ou psychologiques, y compris la menace de tels actes, la contrainte ou la privation arbitraire de liberté, que ce soit dans la vie publique ou dans la vie privée»¹.”

La campagne *Dominemos las tecnologías* (Take back the Tech!), qui de fête depuis douze ans sur l'échelle mondiale, désigne la violence à l'égard des femmes comme «tous faits portant préjudice et touchant de façon disproportionnée les femmes. La cause principale de violence à l'égard des femmes sont les relations de pouvoir inégales entre les hommes et les femmes dans presque tous les aspects de la vie. Quelques exemples de violence à l'égard des femmes comprennent la violence domestique, la violation et l'harcèlement sexuel». Cette campagne est coordonnée depuis le programme femme de l'Association for Progressive Communications (APC) et nous rappelle que la violence sur la femme *online* porte atteinte à l'Article 19 de la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme désignant que toute personne a droit à la liberté d'opinion et d'expression.

¹ Url: <https://goo.gl/jSGiQ9>

Ce droit comprend celui à ne pas être dérangé/e à cause des opinions, celui de chercher et de recevoir des informations et des opinions, et celui de les diffuser, sans limite de frontières, par tous moyen d'expression.

Comme on a pu voir, on compte sur plusieurs définitions et cadres légaux définissant les violences à l'égard des femmes. Mais plusieurs cadres légaux n'ont pas encore voulu ou su aborder les nouvelles formes de violence sur la femme connues chez l'usage des TIC et les réseaux sociaux. Les changements législatifs sont lents et il manque souvent des ressources pour pouvoir former aux personnes travaillant dans des institutions publiques concernant comment détecter ces violences, comment comprendre leur impact dans les vies des personnes les souffrant et/ou comment faire pour appliquer la loi en cas d'exister.

Cela veut dire que des fois les représentants de la loi ne savent pas comment agir parce que les plates-formes marquant ces violences dépendent de la législation d'un autre pays. D'autres fois, ces violences sont invisibilisées ou minimisées en poussant les femmes à se déconnecter de Twitter ou à éteindre le portable pour arrêter de recevoir des menaces par ces canaux. On observe aussi très souvent des campagnes publiques revictimisant les personnes souffrant ces violences en faisant retomber sur celles-ci la responsabilité des faits. Le traitement fait de l'envoi des images intimes est un cas paradigmatique, en poussant les femmes à ne pas le faire alors qu'on n'agit pas de la même façon avec les agresseurs qui partagent ces images sans le consentement des personnes.

Avant d'approfondir dans certaines caractéristiques des violences sur la femme *online* on va souligner que celles-ci agissent dans une brèche électronique concernant l'accès, l'utilisation, le développement des technologies impactant de façon beaucoup

plus forte chez les femmes, ainsi que chez les minorités culturelles et les communautés marginalisées.

Violences sur la femme on-line

Les TIC permettent l'accès et la production d'informations, la création des canaux de communication multidirectionnels (un vers plusieurs et plusieurs vers plusieurs) et aussi la production des narratives et des représentations du monde. Les TIC rassemblent donc une dimension informative, communicative et représentative en même temps.

Danielle Citron (2014) indique que même si les définitions de l'accès cybernétique varient, très souvent elles coïncident avec l'intention substantielle d'infliger une souffrance émotionnelle persistante pour être assimilée comme une sorte de conduite plus qu'un incident isolé. Les intentions sont celles de créer en les personnes objet de ces attaques de la honte, de la répression, de la dépression, de l'auto censure, de la solitude et/ou de la peur en utilisant le discours et son expression dans des espaces connectés (Chemaly, 2014).

Cette définition souligne le composant écrit ou parlé du discours en tant que véhicule par lequel on transmet les violences sur la femme online. Cette vision a le problème de devoir décider quel est le discours légitime et celui qui ne l'est pas au moment de commencer une visibilisation des violences sur la femme et savoir comment les aborder.

Sarah Jeong (2015) nous parle de «L'Internet des Déchets». Elle suggère une autre perspective pour analyser l'harcèlement cybernétique:

L'harcèlement existe dans deux spectres à la fois –un définit par le comportement et l'autre définit par le contenu-. Si

on regarde l'harcèlement uniquement comme contenu, on fait attention aux «menaces de mort» dans un extrême du spectre, et «messages gênants» dans l'autre extrême. De cette façon, le débat finit par tourner autour des droits civils face à la liberté d'expression, où est la ligne entre les commentaires gênants et le danger imminent? Entre les blagues et les menaces? Le comportement est le meilleur verre et le plus utile pour voir l'harcèlement. On voit la fuite des numéros de la Sécurité Sociale, la publication des photographies privées, l'envoi des dispositifs SWAT à des adresses physiques et l'assaut physique aux personnes.

Cette réflexion nous mène à penser à l'harcèlement cybernétique et aux violences sur la femme dans un cadre analytique appréciant les comportements, les impacts et les conséquences différenciées qu'ils peuvent avoir selon qui les perpète, qui les souffre et dans quel contexte social, culturel, économique ou politique sont entrain de se produire. Analyser le discours est important mais il faut aussi tenir en compte les effets produits entre le ou les émetteurs et les personnes recevant ces attaques.

Un cadre analytique pour comprendre de quelles façons les violences sur la femme *online* impactent consiste en tenir en compte comment l'expérience de l'harcèlement est vécue au niveau:

- **Subjectif**, étant donné que chaque personne interprète et comprend de façon différente les messages, les discours et les violences impliquées.
- **Corporel**, parce que la peur, la dépression, la frustration ou la rage ont des conséquences physiques et entraînent à des séquelles psychologiques. Ainsi que parce que les attaques en ligne peuvent susciter des attaques physiques et psychologiques dans la vie physique en soulignant l'interaction existante entre le terrain *online* et celui *offline*.

- **Social et culturel**, parce que on vit dans des sociétés patriarcales régies par des normes et des valeurs influençant sur comment les personnes comprennent ou interprètent les violences sur la femme.

- **Politique et légal**, parce que la gouvernance, la transparence et la modification du code qui est derrière les plates-formes des réseaux sociaux est entre les mains des entreprises les développant. Et aussi, parce que plusieurs demandes légales chargées d'appliquer les législations en vigueur et les mesures de protection sont violentes et patriarcales.

- **Pouvoir et privilèges**, étant donné que les personnes ont des degrés d'autonomie et de différents choix face à des situations d'harcèlement ou de violence.

- **Médiatique et narratif**, parce que les imaginaires qui sont derrière les violences sur la femme sont présents dans toutes les couches de nos sociétés. Les tropes culturels deviennent des stéréotypes et des préjugés nourrissant plus de discriminations et de situations d'injustice sociale.

Tout cela détermine les impacts des violences sur la femme concernant nos subjectivités, notre confiance en soi, notre santé physique et émotionnelle, nos chances éducationnelles, professionnelles, notre statut social, notre liberté d'expression, la coopération et le mouvement des personnes souffrant de violence ou harcèlement cybernétique.

On va expliquer en détail d'autres traits fondamentaux différenciant les violences sur la femme intervenues par les TIC des violences sur la femme en général. On va commencer cette partie par une introduction aux réseaux sociaux pour nous introduire, le plus tôt possible, dans les réseaux sociaux *online* et nous rendre compte de que, peut être, ils ne sont pas si ouverts

et libres comme on le croyait. Derrière les réseaux sociaux il existe des modèles d'affaires cachant les inégalités et les diverses problématiques devant nous mener à prendre soin et à nous occuper de notre vie privée. Plus encore si cela est en rapport avec le genre.

Les premières cyberféministes ont fêté avec un grand optimisme les possibilités ouvertes aux femmes dans le cyberespace. Cependant, très tôt, le travail en faveur de l'éradication des violences sur les femmes a commencé à connecter et à centrer ses actions *online*. Actuellement, les violences sur la femme intervenues par les TIC, avec leurs propres spécificités, recentrent aussi une partie du travail des cyberféministes.

D'une autre part, après avoir décrit les violences sur la femme et ces traits fondamentaux quand ceux-là sont intervenus par les TIC, on va projeter un peu de lumière sur les violences à l'égard des femmes *online*. De ce fait, on cherche à répondre à la question de ce que ce passe-t-il. Ce qui est entrain de passer vite, en premier lieu, la persistance des vieilles structures patriarcales, l'intervention des agresseurs machistes et leur actualisation dans les nouveaux réseaux sociaux soutenus par l'émergence des néo-machismes. Cela fait qu'on revendique la génération des données publiques et systématiques sur les violences à l'égard des femmes *online*, mais aussi qu'on doit être conscient des risques existants dans les réseaux sociaux et faire attention. Cependant, on note que cela ne peut pas limiter la liberté de mouvement, l'intervention et la présence des femmes dans les espaces *online*.

Dans cette partie, on va montrer le panorama des violences sur la femme *online* existant actuellement sur Internet. On va présenter ces violences de façon un peu détaillée pour faciliter leur reconnaissance et alerter de l'impact que celles-ci puissent avoir chez les personnes, notamment chez les femmes. On va analyser

leurs spécificités, ainsi que de quelles façons elles peuvent être empiétées et complémentées. Les attaques peuvent être dirigées à insulter/embarasser, calomnier/discréditer, étouffer/censurer et extorquer/déranger, ainsi que se baser sur des processus sociaux et des outils technologiques plus ou moins sophistiqués. A leur tour, on va présenter des exemples d'actions et d'initiatives répondant ou faisant face à ces violences, ainsi que des recommandations incluant des pratiques de confidentialité, de sécurité électronique et de comment prendre soin de soi-même on-line.

On va commencer par introduire, à grands traits, les principaux héros des violences sur la femme *online*. Ensuite, on va approfondir dans les différents types de violences à l'égard des femmes sur Internet. En premier lieu, un ensemble de violences plus généralistes comme l'harcèlement de genre sur online, le discours de la haine de genre ou le discours dangereux. Ensuite, les stratégies plus connues, employées par les agresseurs comme le «mansplaining», flamber, le «doxing» (*fuite de renseignements personnels*), vol d'identité, fausses accusations, *gaslighting* (*manipulation psychologique pour vous faire douter de la réalité*) et le *swating* (*envoyer des commandes armées à votre foyer*). Après on va expliquer en détail ceux se basant en insulter, embarrasser et miner la confiance en soi comme *slut shaming*, *fat shaming*, ou en inclure des pratiques nocives, on va aussi approfondir dans les violences sur la femme se basant sur le chantage et l'extorsion comme la «*sextorsion*», pornographie non consentie, les packs, le «*grooming*» et le recrutement pour des fins sexuelles.

En fin de compte, on va entrer spécifiquement dans les attaques traînant vers un fort composant technologique comme les programmes espions, le hackage des comptes, les attaques aux serveurs, aux sites web et aux profils féministes ou pompage sur Google. Pour terminer, on va inclure des recommandations

générales et transversales pour l'autodéfense et pour faire attention, ainsi que d'autres pour de différents domaines et pour faire face aux violences sur la femme *online*.

On note que cette partie n'a pas l'intention d'engendrer de la peur, de la paralysie ou du refus à l'utilisation des technologies mais plutôt de permettre de comprendre les spécificités des violences sur la femme *online*, comment les détecter et les connaître et, surtout, comment implémenter des pratiques technologiques et sociales faisant face à ces violences et créant un Internet plus sûr, libre et amiable pour toutes les personnes.

Image 2. Abus en ligne



Copyright 2016, Soraya Chemaly and Debjani Roy

Finalement, on va noter que, dans tous les cas, on doit se renseigner sur les lois et les politiques de notre communauté et de notre pays concernant Internet, la liberté d'expression, le droit au respect de la vie privée et contre l'harcèlement en ligne et en dehors de la ligne, ainsi que les normes existantes d'égalité et du genre. Ces lois n'existent pas dans tous les pays, et quand elles existent, elles ne sont pas recadrées ou ne s'appliquent pas de la même façon.

9.2.3. Stratégies et tactiques de mitigation pour faire face aux violences 2.0

Au cours des dernières années, les cyberféministes avons engendré peu à peu des informations, des études, des manuels, des kits, des rencontres, des événements, des ateliers et des actions en faveur d'un Internet et des réseaux sociaux sûrs et libres de violences sur la femme. Dans cette partie de la formation, on va passer à expliquer en détail les stratégies et les tactiques de mitigation existant et on va apprendre à prioriser celles qu'on veut implémenter à chaque moment de nos vies.

Le rassemblement et l'analyse des données sont de plus en plus sophistiqués et on peut voir les résultats de cette datification dans la façon dont elles sont commercialisées. On est fournis de services de plus en plus utiles, basés sur l'exploitation de ces données. Face à ce contexte dont la vie privée est une valeur en voie de disparition, on va se demander quelles sont actuellement les stratégies et les tactiques de mitigation et de résistance. Pour cela, on pense à comment on peut jouer avec nos «identités connectées» et comment on peut altérer et modifier nos ombres numériques pour notre plaisir, ainsi que pour rendre la vie plus difficile à tous les adversaires nous mettant en risque.

Nous sommes beaucoup celles se trouvant devant des décisions difficiles sur comment manipuler notre «moi» personnel, professionnel, activiste, etc, avec nos identités et profils en ligne. Il se peut qu'on aille une seule identité qu'on utilise pour nous connecter par nos différents réseaux sociaux, ou il se peut qu'on ait pris des mesures pour «séparer» nos identités en ligne. Chaque genre d'identité connectée présente des avantages et des inconvénients valant la peine d'évaluer attentivement au moment de décider comment on veut se présenter, se construire, s'exprimer sur Internet et sur les sites sociaux. Les identités connectées les plus appropriées sont celles tenant en compte le contexte, les risques et les souhaits spécifiques des personnes les développant.

Image 3. Gestion identités

	Risques	Reputation	Effort
Nom reel	+	+	-
Anonymat	-	-	+
Pseudonyme persistant	-	+	+
Identite Collective	-	+	+

Source: Élaboration personnelle

Si on rentre plus en détail on va voir que la construction et la manipulation des identités connectées peuvent être réalisées en combinaison avec d'autres quatre possibles stratégies pour altérer nos empreintes numériques. Toutes ont plusieurs possibles niveaux d'emploi aussi pour l'installation des applications et des programmes, la génération de contenus et de métadonnées, que pour l'utilisations des dispositifs portables.

On peut choisir la stratégie de la «fortification» en créant des barrières, en limitant l'accès et la visibilité, en monitorant qui nous suit ou publie des choses nous concernant, en détectant des attaques et des invasions de notre vie privée, en mettant des barrières à l'usage de notre nom ou de nos identités par d'autres personnes. La fortification implique aussi à mettre en quarantaine le logiciel et les programmes, avoir un antivirus et un spyware toujours actualisé, encrypter nos dispositifs et nos communications, conserver notre cellulaire dans un sac de *faraday*, couvrir notre *webcam* quand on ne l'utilise pas ou migrer vers des systèmes d'exploitation plus surs comme Gnu/Linux.

On peut aussi choisir la «réduction» de notre ombre numérique. Sous le slogan «moins est plus» on peut combiner une série de tactiques pour engendrer un manque de données et de renseignements sur nous. On peut, par exemple, nettoyer et éliminer des profils ou des comptes qu'on n'utilise pas, ignorer ou bloquer des nouvelles applications ou des services numériques, résister à la tentation de publier des images et des contenus nous concernant ou concernant nos connaissances, classer et organiser les comptes et les identités associés primordiaux pour exister en ligne. La stratégie de la réduction s'applique aussi de façon active à nos dispositifs électroniques par des tactiques de recyclage ainsi que doter les vieilles technologies de nouveaux usages.

La troisième est l'«aveuglement» (ou camouflage) fonctionnant à l'inverse de la stratégie de la réduction étant donné que ce modèle plus de données on engendre mieux ça vaut, puisqu'on cherche une inflation de données permettant de dévaluer leur valeur. Quelques tactiques impliquées consistent en casser nos routines de navigation, de publication et de communication, en produire des pistes et des renseignements faux, en engendrer du bruit dissonant autour de nos identités, en utiliser la multitude ou les identités collectives pour nous cacher et pour masquer nos

vrais objectifs et motivations. Toutes ces tactiques contribuent à altérer la véracité ou les degrés de confiance pouvant être déposés dans nos données, dans l'ajout et analyse appropriés de celles-ci.

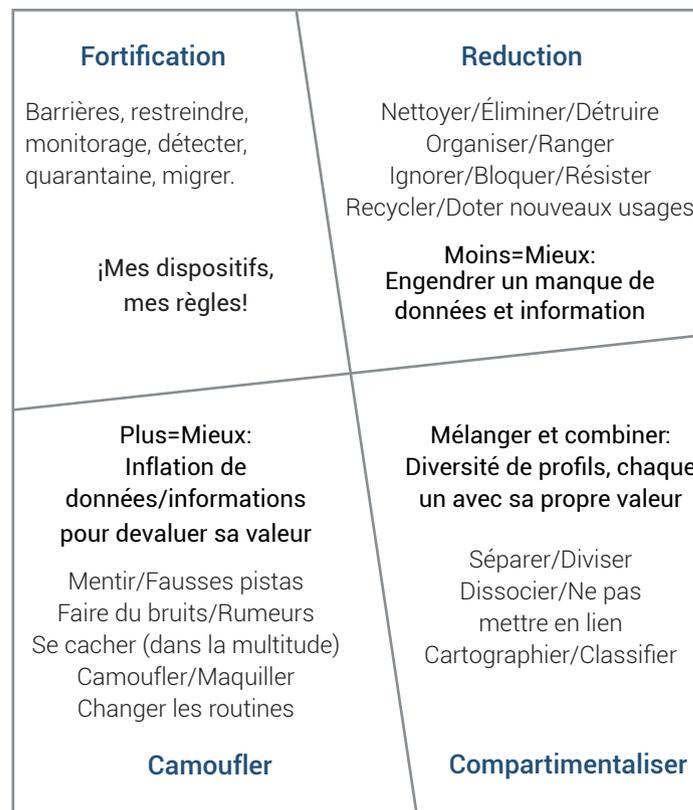
Finalement, on peut choisir la «compartimentation» de nos données, nos profils et identités connectées. Cette stratégie inclus la séparation et la dissociation de nos identités des réseaux sociaux liés pour qu'ils ne se contaminent pas et pour qu'ils ne se rattachent pas. En les classifiant et en les gardant séparés, on va réussir à réduire les possibles points d'attaque étant donné que si un adversaire réussit à accéder à une de nos identités, il ne va pas réussir à les mettre en lien avec nos autres identités et avec les possibles données personnelles identifiables. Cette stratégie mise pour la combinaison d'une diversité de profils, chacun comptant sur sa propre valeur.

Ce bloc sera complété par une révision des bonnes pratiques et des recommandations qu'on va réaliser chez la sécurité et la vie privée avec une perspective de genre pour le soutien des personnes souffrant la violence *online*, mais aussi des recommandations orientées aux plates-formes des réseaux sociaux ainsi qu'aux politiques publiques cherchant à réduire et à éliminer les violences sur la femme *online*.

9.3. Exercices pratiques, dynamiques en groupe et exercice d'évaluation

Pendant le développement de la formation, on va travailler de façon continue avec les étudiantes pour encourager leur participation et apprentissage à partir de leurs connaissances et expériences personnelles ainsi que stimuler en elles la recherche autonome de la connaissance et la collaboration dans la matière.

Image 4. Stratégies de gestion de identités digitales



Source: Élaboration personnelle

En plus de la participation individuelle, dans les différentes séances on va réaliser des activités collectives où un membre du groupe va agir en tant que porte-parole et, de ce fait, ils doivent travailler au préalable le consensus et la recherche des critères communs. Plus tard, suite à une exposition publique, ils devront analyser les critères et les idées exposés par le reste des groupes et considérer si les introduire ou pas dans leurs propres réflexions, de ce fait la recherche en groupe de la connaissance va être mise en valeur.

La matière va favoriser aussi l'utilisation des divers outils de confidentialité et de sécurité pour acquérir un point de vue critique et pratique sur ceux-ci, ainsi que pour développer la capacité de sélection entre les outils existants et pouvoir les incorporer à leur contexte personnel.

Pour mettre en pratique et évaluer les connaissances acquises, on va concevoir une activité finale aux objectifs suivants:

- Identifier les violences sur la femme 2.0 qui se passent au niveau du contexte de l'expérience d'Internet et des TIC de la part des étudiantes.
- Appliquer les contenus appris à un cas concret touchant directement ou indirectement les futures enseignantes.
- Insister sur la construction d'une solution sur la base des objectifs et des résultats stratégiques et mesurables.

L'activité va être divisée selon les alinéas suivants:

Parie 1: Détecter une ou plusieurs violences sur la femme 2.0 touchant leur communauté ou celle connue.

Parie 2: Décrire de façon détaillée ces violences. Comment apparaissent-elles? Pour quoi? Combien de personnes touchent-elles? De quelles façons les touchent-elles, quel impact ont-elles? Quelles conséquences ont-elles sur la société et sur la démocratie?.

Parie 3: Réaliser un diagnostic à risque pour les personnes touchées par ces violences en visant les possibles impacts et la probabilité de production de ceux-ci.

Parie 4: Réaliser une stratégie de mitigation impliquant des tactiques proactives et réactives en tenant en compte la

sécurité, les soins et le bien-être psychosocial ainsi que la vie privée et la sécurité électronique.

Parie 5: Identifier des outils de confidentialité et de sécurité à licence libre pouvant nous aider à réaliser ces actions.

9.4. Bibliographie sur papier et électronique

- FRA (2014). Violence Against Women: An EU-Wide Survey. Main Results Report. URL: <https://goo.gl/rbC9HF>
- Gray, L. (2010). Grooming: How child molesters create willing victims. URL: <https://goo.gl/dSqG6t>
- Hache, A. (coord) (2016). Zen and the art of making tech work for you. URL: <https://goo.gl/X6XvfC>
- Hache, A. (Ed.) (2014). Souverainete tecnologique. Dossier Ritimo Volume 1. URL: <https://goo.gl/qtWpMb>
- Hache, A. (Ed.) (2018). Souverainete tecnologique. Dossier Ritimo Volume 2. URL: <https://goo.gl/zoXsna>
- Hache, A. (2017). Cyberféminismes 2.017.... Féminismes! Maillons forts du changement social. Passerelles 17, 125 -135. URL: <https://goo.gl/3bt3Fn>
- Henry, N., & Powell, A. (2015). Beyond the 'sext': Technology-facilitated sexual violence and harassment against adult women. *Australian & New Zealand Journal of Criminology*, 48(1), 104-118.

- ONU Women (2015) Cyber Violence against women and girls: a world-wide wake-up call. URL: <https://goo.gl/u41q44>
- O'Toole, L. L., & Schiffman, J. R. (Eds.). (1997). Gender violence: Interdisciplinary perspectives. NYU Press.
- Shephard, N. (2016). Big Data and Sexual Surveillance. URL: <https://goo.gl/MXkRbC>

9.5. Sites web et ressources audiovisuelles d'intérêt

- APC. Principes féministes de l'internet 2. URL: <https://goo.gl/Mc2wVZ>
- APC. Déclaration sur les directives internes de Facebook relatives à la modération des contenus. URL: <https://goo.gl/9Q284A>
- APC. De l'impunité à la justice: Voies de recours nationales pour les femmes victimes de violence par le biais des technologies - Résumé Français. URL: <https://goo.gl/bnQbmB>
- APC. De l'impunité à la justice: Étude des recours corporatifs et juridiques pour mettre fin à la violence faite aux femmes par le biais de la technologie - Résumé Français. URL: <https://goo.gl/igFWbY>
- APC. Les enjeux de la participation de la société civile à la gouvernance de l'internet dans la région MENA. URL: <https://goo.gl/aYHQEi>
- Becky Gardiner, B. Mansfield, M.; Anderson, I.; Holder, J.; Louter, D. & Umanu, M. (2016). The dark side of The Guardian comments. URL: <https://goo.gl/fPuXbv>
- Benesch, S. (2013). The Dangerous Speech Project. Dangerous Speech: A Proposal to Prevent Group Violence. URL: <http://dangerousspeech.org/guidelines/>
- Chemaly, S. (2014). "Hate Crimes in Cyberspace" author: "Everyone is at risk, from powerful celebrities to ordinary people", Salon. URL: <https://goo.gl/CHtSCJ>
- Crash Override Network (s.f) So you have been doxed: a guide to best practices. URL: <https://goo.gl/K1x6Kj>
- Jeong, S. (2015). The internet of Garbage. Conference. URL: <https://goo.gl/f3SzsC>
- Tactical Tech Collective. Me and My Shadow. Página web con recursos para comprender el trazado en Internet. URL: <https://myshadow.org/fr/tracking-data-traces>
- Tactical Tech Collective. Security in a box - Herramientas y tácticas de seguridad digital. URL: <https://securityinbox.org/fr/>
- Tactical Tech Collective. Gendersec. Listado de guías y manuales de seguridad digital con perspectiva de género. URL: <https://goo.gl/3LCgRx>
- Take back the Tech (s.f). Joint statement on Facebook's internal guidelines for content moderation. URL: <https://goo.gl/b5rW5u>
- Take back the tech (s.f). La violence à l'égard des femmes, en apprendre plus. URL: <https://goo.gl/GHVjfG>
- Women's media center. (s.f) Speech project. Research and statistics. URL: <https://goo.gl/graSUR>



CHAPITRE 10.

Formation des formatrices

Par

Leire Martín-Berdinos

10.1. Présentation, objectifs et méthodologie

De nos jours, la formation n'est plus une procédure liée uniquement à l'enfance et aux premières années de vie. La compétitivité et le progrès nous poussent à nous former pendant toute la vie. Pour cette raison, la vision sur l'éducation a changé et il est important d'appliquer de nouvelles perspectives motivant l'apprentissage et s'adaptant à chaque cas.

En outre, le rôle des femmes est primordial dans le secteur éducatif, vu qu'on a une grande opportunité d'introduire une vision critique pour changer les attitudes et les comportements sociaux.

La formation des formatrices *consiste en doter d'outils, de ressources et de capacités pour mener une séance ou un itinéraire de formation, tant dans la conception que dans l'exécution et l'évaluation de celle-ci en tenant en compte le contexte institutionnel social des étudiants, etc.*

Les objectifs de la matière Formation des formatrices sont:

- Doter d'outils et de connaissances pratiques pour concevoir et développer une activité de formation.
- Donner une capacité critique d'analyse pour appliquer la méthodologie et les compétences les plus convenables dans chaque situation selon la formation, le groupe et les objectifs de formation.
- Donner une vision critique des activités de formation.
- Comprendre le processus global de formation et les avantages et inconvénients de chaque style de formation.

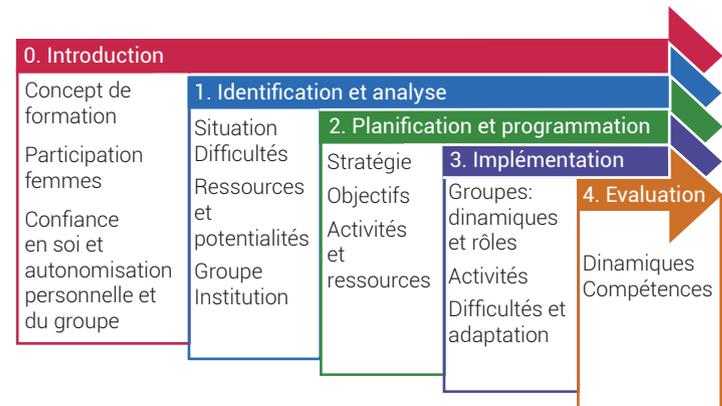
La méthodologie est mixte, avec des éléments théoriques, une réflexion en groupe et des activités pratiques. La présentation a été faite avec un powerpoint à 68 fiches schématiques expliquées en classe ou avec des idées pour que les étudiantes développent elles-mêmes par la déduction, le raisonnement et la construction collective de la matière.

La formation a été structurée autour de 4 axes, en mettant spécialement l'accent sur l'analyse des besoins, le milieu et les objectifs en visant une formation la plus adaptée, efficace et efficiente possible. Les axes mentionnés ci-avant sont: Analyse; Planification et objectifs; Méthodologie et implémentation; et Evaluation et résultats. Cette différenciation est, surtout, pédagogique et sert à donner une structure et une orientation, mais il a été clair que parfois les phases se mélangent et ne sont toujours pas clairement déterminées.

10.2. Résumé des contenus dynamiques en groupe

Le développement du module est encadré dans une perspective globale et systémique où on prétend affirmer clairement et faire réfléchir comment tous les contenus font partie d'une chaîne et, à la fois, interagissent et sont concernés et rétroalimentés de façon continue.

La séparation en étapes est effectuée pour des raisons d'organisation et pédagogiques, en sachant bien que les limites sont diffuses et quelques étapes ont constamment de l'influence sur d'autres.



10.2.1. Introduction

L'introduction au module développe plusieurs idées: On va commencer par une pluie d'idées sur ce qu'est une formation pour que les étudiantes puissent apporter ce que ce mot contient. Plus tard, on va leur donner une série de définitions pour que chacune des étudiantes puisse choisir la plus adaptée à son style de formation.

S'agissant d'une formation adressée aux femmes, il est important d'aborder le sujet de l'égalité et du féminisme pendant toute la formation, y compris cette matière. On va faire une exposition/réflexion sur l'importance de la représentation des femmes tant dans des postes à visibilité en général que, concrètement dans des postes de formation. Il s'agit de 3 facteurs principaux:

a) Légitimité: Les femmes somment 50 % de la population, il ne peut pas y avoir d'institution légitimes sans une représentation approximée. Toutefois, la présence est nécessaire mais insuffisante. La qualité et le poids de l'intervention et de la responsabilité sont aussi fondamentaux pour atteindre une représentation juste.

b) Diversité de visions: elle favorise le fait d'aborder des sujets qui, actuellement, sont élémentaires mais, traditionnellement, ne se trouvaient pas dans l'agenda politique et qui sont toujours remis en question, comme les droits sexuels et reproductifs, la violence de genre, l'autorité parentale, la conciliation, quelques droits de travail, etc.

c) Changements dans les modes de participation: cela favorise la modification des rôles et des points de repère ainsi qu'une adaptation des institutions aux besoins et aux réalités les plus diverses.

Après on va arriver à la partie finale de l'introduction où on va analyser les facteurs liés à l'autonomisation des femmes sur le plan systémique et avec une perspective globale en évoquant des facteurs individuels et collectifs et l'interconnexion de ceux-ci, tels que les politiques, économiques, psychologiques, cognitifs et physiques et les éléments primordiaux qu'on peut mettre en œuvre nous-mêmes pouvant nous valoir tant sur le plan personnel que pour travailler dans nos cours si on réussit à aborder ces éléments avec les étudiants par le biais des matières et des pratiques: la confiance en soi et la connaissance de soi, la communication assertive, ainsi que la prise et l'exécution des décisions. Avoir en compte ces éléments peut aussi déterminer vers quel type de méthodologie on s'incline le plus ou la plus adaptée à notre façon de dispenser le cours et en tirer le maximum de profit.

Pour terminer l'introduction, on a fait un exercice de noter sur un papier ce que chaque étudiante pense positivement de soi-même pendant 5 minutes. En profitant du fait qu'il s'agissait de la dernière matière de la formation et que le groupe se connaissait déjà, la deuxième partie de l'exercice a consisté en que chacune demandait à ses camarades les choses positives observées en elles. C'est un exercice qui sert à savoir comment nous voit le

reste des gens et à analyser combien notre autoperception est différente, la perception du reste et si, jusqu'à ce moment là, on a été conscient du contraste.

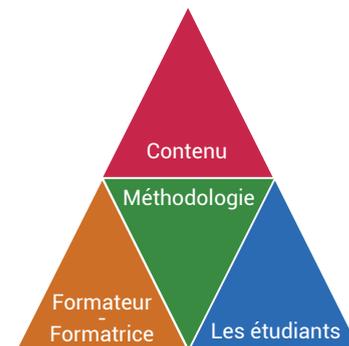
10.2.2. Identification et analyse

L'objectif de cette partie est d'être conscients des principaux facteurs qui ont de l'influence sur l'apprentissage et donner des outils pour effectuer une analyse du contexte de formation et choisir le style méthodologique le plus adapté en tenant en compte de différents facteurs.

On va commencer la partie de l'analyse avec une pluie d'idées sur ce que veut dire l'apprentissage, les éléments le comprenant pour les pouvoir analyser et les adapter à notre contexte dans chaque cas.

Il existe quatre éléments principaux intervenant dans l'apprentissage:

Figure 1. Les éléments ayant de l'influence sur l'apprentissage



Source: Source personnelle

On analyse le style de formateur, le type de groupe, le contenu et la méthodologie. Concernant la méthodologie, on analyse les facteurs suivants pour pouvoir avoir une idée claire sur comment on veut que ce soit nos séances.

Figure 2. Contenus à tenir en compte dans la conception méthodologique



Source: Source personnelle

Il existe plusieurs facteurs pouvant et devant être tenus en compte au moment de planifier une séance ou un programme de formation pouvant déterminer le succès et l'assimilation des contenus de la part des étudiants, vu que la plupart des fois, le mérite de l'apprentissage est, surtout, de l'enseignant et sa capacité de maintenir le groupe motivé, concentré et de s'adapter aux circonstances.

Figure 3. Facteurs à avoir en compte dans la méthodologie

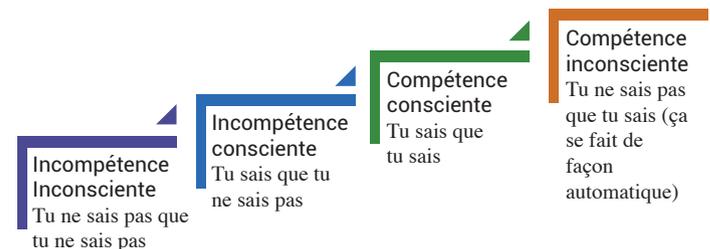


Source: Source personnelle

Tous ces facteurs doivent être tenus en compte au moment de concevoir et de mener une formation la plus adaptée possible au public cible, en facilitant l'intégration de la connaissance et son assimilation et rétention à moyen/long terme de façon simple sans un effort excessif. Plus la méthodologie est adaptée, plus la formation sera efficace et plus de satisfaction auront toutes les parties impliquées.

On a expliqué l'échelle de l'apprentissage. C'est une figure métaphorique développée par Noel Burch, expliquant les étapes de l'apprentissage sur la base de deux axes : la conscience et la compétence sur la matière. Il a été l'un des premiers modèles comprenant un composant émotionnel.

Figure 4. L'échelle de l'apprentissage

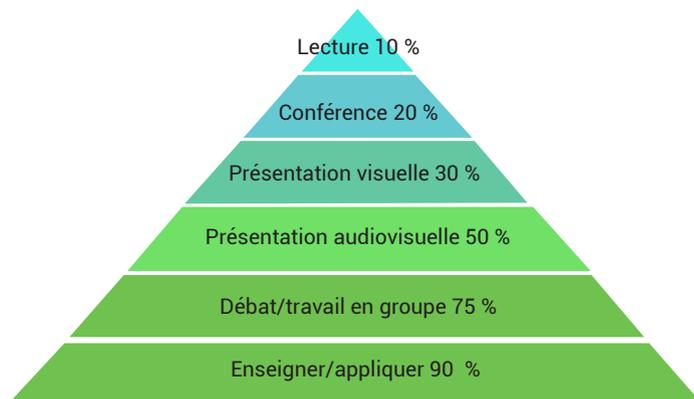


Source: Source personnelle. Basé sur la théorie de Noel Burch

Le fait de décrire comment on va passer par de différents points de conscience sur notre connaissance d'une matière, permet aux étudiants de s'impliquer et de se sentir identifiés avec comment ils ont appris dans les autres fois (en utilisant le transfert dont on va parler plus tard). En plus, il a un but motivationnel en expliquant qu'il est habituel dans la deuxième phase, en prenant conscience de tout ce qu'on ne sait pas, qu'on ressent une certaine sensation d'impuissance ou de désespoir ou de ne pas se sentir capable en se rendant compte de tout ce qu'on ne sait pas.

La motivation revient dans la phase 3 quand on est conscient de tout ce qu'on a/on est entrain d'avancer. Dans la phase 4 on observe un phénomène intéressant: l'apprentissage peut être intégré de telle façon à ce qu'on ne soit pas conscient de tout ce qu'on sait et on le sous-estime, c'est ce qu'on appelle l'effet Dunning-Kruger: cela fait que plus on sait, moins on en a conscience; moins on sait, plus on pense qu'on sait (parce qu'on ignore tout ce qui nous manque à apprendre, ça serait la phase 1 de notre échelle). Et la pyramide de rétention d'information de Miller en tant que premier pas pour la prise de conscience des différentes façons d'apprendre.

Figure 5. Pyramide de rétention d'information de Miller



Source: Source personnelle. Basé sur la théorie de Miller

Plus de sens on implique dans l'apprentissage, d'effort cognitif et de responsabilité sur la matière, plus on retient en employant le même temps.

Le premier point à analyser, puisque le genre de dynamiques et d'objectifs va dépendre de:

- La taille du groupe.
- Des étudiants: âge, sexe, niveau d'éducation, compétences, etc.
- La durée de la formation/atelier/module.
- L'institution ou l'organisation ayant convoqué la formation: en général la formation doit être en accord avec les valeurs de l'organisation; les objectifs peuvent aussi être changés si elle cherche un développement précis de la formation ou si elle laisse plus de liberté au moment de la dispenser.
- La vie du groupe: il est différent d'arriver à un groupe déjà formé ou connu, soit de la formation ou d'autres domaines. Les dynamiques peuvent profiter de cette connaissance ou du manque de celle-ci pour son bénéfice, comme dans le cas mentionné ci-avant de voir l'idée détenue par les autres personnes et la comparer avec notre concept sur soi.
- Les facteurs d'apprentissage chez les adultes:
 - L'apprentissage est volontaire, par choix dans la plupart des cas.
 - Le rythme d'apprentissage diffère de l'enfance et de la jeunesse.

- Peur de l'échec en se rendant compte de la diminution des capacités (mémoire, vision, audition, etc.).

- Limitación temporal: se suelen tener responsabilidades laborales, familiares, etc.

- Approche intégrale et pratique: il est nécessaire que les étudiants adultes comprennent ce qu'ils sont entrain d'apprendre et les processus. La mémoire n'est pas si bonne comme quand on est plus jeunes, ce qui fait que la compréhension des processus et de l'approche pratique est la façon la plus efficace quand il y a un groupe d'étudiants.

- Transfert: une caractéristique de l'âge adulte, qu'on peut utiliser au profit de l'apprentissage, est l'expérience et les connaissances déjà acquises. Par un processus de «transfert» si on réussit à faire le lien, des métaphores ou faire le rapprochement d'une certaine façon ou qu'ils connaissent déjà avec ce qu'on veut leur apprendre, ils vont être beaucoup plus simples avec le schéma déjà intégré.

- Le côté négatif du transfert est celui de la «résistance au changement» et de la modification des connaissances préalables ou changement du point de vue des choses. Cela peut signifier une simple modification des connaissances ou une remise en question de certaine trajectoire vitale ou professionnelle et, par conséquent, il faut faire attention à ce point et ne jamais suggérer qu'on a mal fait quelques choses, mais que les temps ont évolué et il existe des changements et de nouvelles connaissances.

» Exercice:

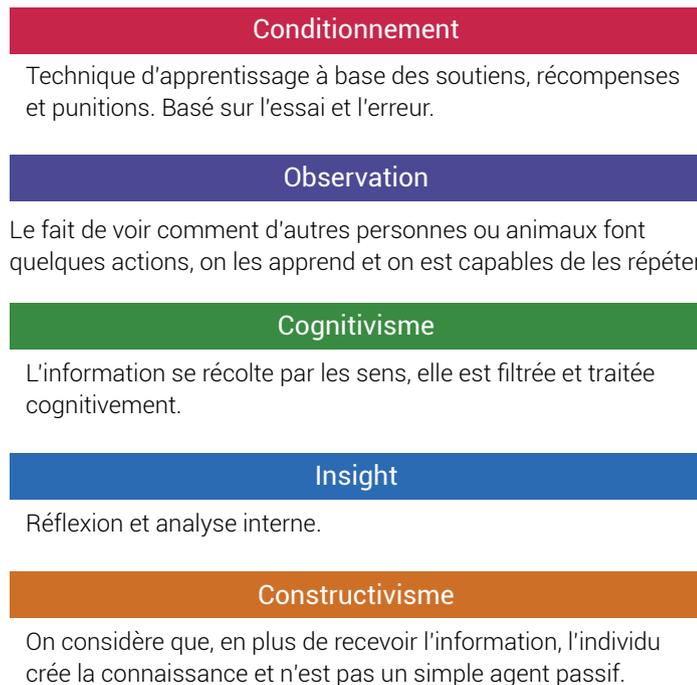
En groupes, réfléchir sur ce qui est motivant et ce qui est démotivant chez les adultes et sur les outils que ceux-ci utiliseraient pour surmonter ces difficultés.

Qu'est ce qui motive les adultes à se former?
Trouver/améliorer/changer de travail
Avoir une meilleure information
Améliorer ses capacités
Employer le temps libre
Connaître de nouvelles personnes
Améliorer son salaire
Développer sa personnalité
Développer des relations
S'évader

Qu'est ce qui les démotive?
Entourage peu stimulant
Assez de travail et de fatigue
Peur de l'échec et du ridicule
Distance du centre de formation
Horaires
Mauvaises expériences au paravent
Etc.

La psychologie, au long de son histoire, a développé plusieurs approches et théories sur l'apprentissage et les techniques à appliquer à partir du point de vue des enseignants/éducateurs. Les plus remarquables chez l'apprentissage adulte sont les suivantes:

Figure 6. Courants psychologiques de l'apprentissage



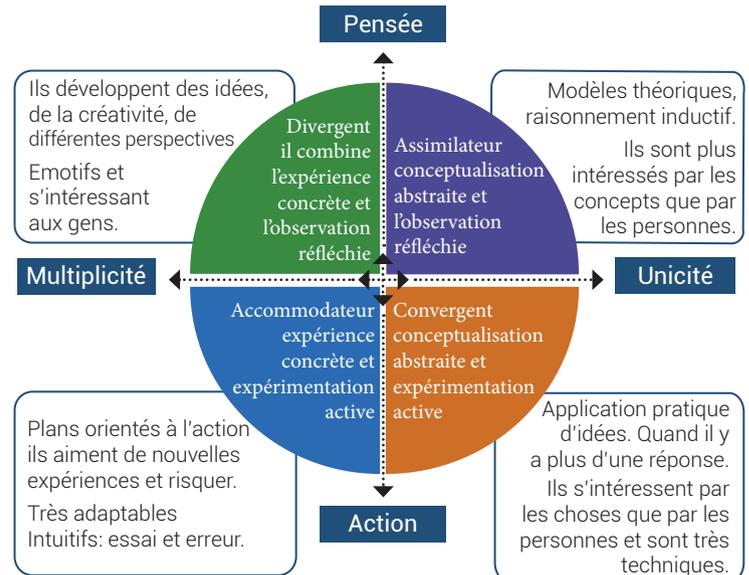
Source: Source personnelle

Bien sûr qu'on peut décider quelle technique utiliser selon le contenu ou les caractéristiques des étudiants, sachant que le plus habituel est d'utiliser des modèles mixtes en mélangeant ou conjuguant plusieurs de ces techniques.

Genre d'apprentissage selon comment les étudiants traitent l'information.

L'apprentissage traité par les étudiants et pas par la technique de la personne chargée de la formation est basé sur une théorie de David Kolb. En effet, celui-ci est un modèle théorique et didactique. Tout le monde possède plusieurs de ces caractéristiques, même si on s'incline à se reconnaître plus dans un ou deux des modèles suivants organisés sur deux axes donnant le résultat de 4 styles d'apprentissage.

Figure 7. Apprentissage selon les étudiants

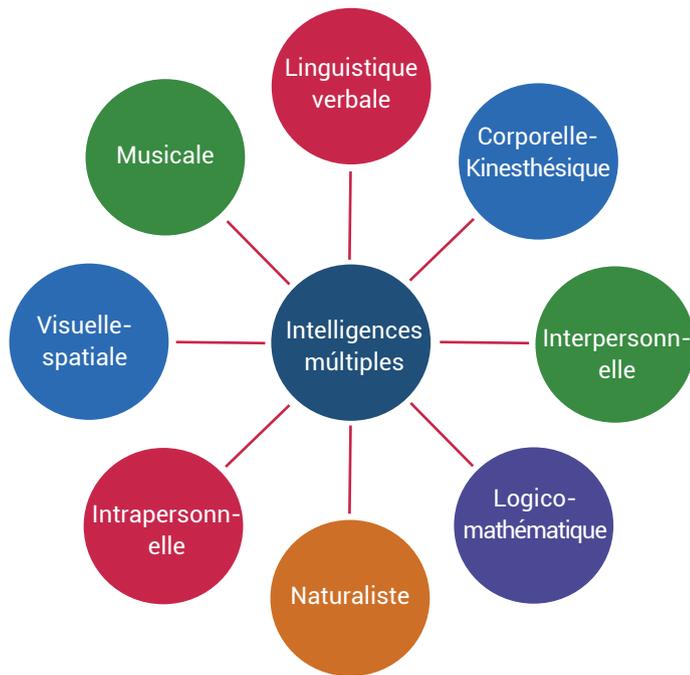


Source: Source personnelle basée sur la théorie de David Kolb

Pour terminer l'analyse des styles d'apprentissage chez les étudiants, on a posé la question suivante: Que savez-vous sur les intelligences multiples de Howard Gardner?

C'est un modèle théorique publié en 1983 par le professeur de l'université de Harvard, Howard Gardner selon lequel réduire l'intelligence à un seul modèle est faux vu qu'il laisse de côté une multitude de capacités et propose le schéma suivant.

Figure 8. Intelligences multiples de Howard Gardner



Source: Source personnelle

Comme dans le cas du schéma précédent de David Kolb, il est très peu fréquent qu'une personne ait uniquement un type d'intelligence, mais on a l'habitude de combiner plusieurs avec la prédominance des unes sur les autres.

Figure 9. Description des intelligences multiples

Linguistique verbale	Langage, gestualité, communication
Corporelle Kinesthésique	Capacités corporelles et motrices
Interpersonnelle	Empathie, détecter et comprendre aux autres personnes
Logico-mathématique	Raisonnement logique et solution de problèmes
Naturaliste	Détecter les différences dynamiques de l'environnement et de la nature
Interpersonnelle	Introspection, accès à ces propres émotions et leur analyse
Visuelle-spatiale	Concevoir le monde depuis de différentes perspectives
Musical	Composition et interprétation musicales

Source: Source personnelle basée sur le modèle de Gardner

Une fois analysées et tenues en compte les caractéristiques de nos étudiants, il faut réfléchir sur quel type de formation on va mener selon le style du formateur:

- **Autoritaire:** Il est intéressé par son autorité et le statut par-dessus les étudiants. Il considère qu'il a plus de connaissances que le reste et, pour cela, il est là pour enseigner et ne peut pas être mis en question.
- **Intérêt par la matière:** Son principal objectif est de donner toute la matière de la façon que ce soit. Il considère qu'il est plus important que les étudiants apprennent le contenu.
- **Participatif:** Il aime mener des cours dynamiques où les étudiants donnent leurs avis et s'impliquent. Il dirige toujours et marque les objectifs.
- **Transformationnel:** Similaire au participatif, avec la différence qu'il veut que les étudiants créent leur propre matière par le travail personnel et développent d'autres compétences à part l'apprentissage simple du contenu.

Compétences d'une formatrice

Etre une bonne formatrice est le résultat du développement des compétences adéquates, c'est-à-dire, que toute personne peut les développer si elle veut améliorer ses capacités didactiques et pédagogiques.

Ces compétences peuvent être organisées de plusieurs façons, la suivante est une proposition du Ministère Français de l'Education Nationale, de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche.

Figure 10. Compétences de la formatrice

Penser, concevoir et évaluer
Connaître les fondements de la formation Identifier les conditions Analyser la demande institutionnelle et les perspectives des étudiants Elaborer un programme de formation Elaborer ou chercher le climat et les ressources adaptées.
Mettre en œuvre et stimuler
Démarrer et terminer une formation Créer un climat sûr, accueillant et stimulant Implémenter des stratégies pédagogiques et techniques d'animation adaptées Gérer les dynamiques du groupe et les cas individuels
Accompagner le travail individuel et collectif
Accompagner les étudiants individuels et les groupes de travail Doter d'outils pour agir Suivre les actions, les expériences et les épreuves Motiver et aider à surmonter les obstacles
Observer, analyser et évaluer
Observer et analyser pour, peu à peu, adapter la formation au climat du cours Développer des mécanismes et des outils d'évaluation Guider le transfert de l'information de l'enseignement à la vie pratique Accepter les critiques et les mettre en question Augmenter la réflexion

Source: Source personnelle basée sur l'organisation du Ministère de l'Education Nationale, de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche

Une fois qu'on a connu comment analyser l'entourage et les caractéristiques des différents types de formateurs et les compétences, il faut s'arrêter pour faire une autoanalyse sur comment nous sommes en tant que formateurs et comment nous voulons être, pour pouvoir guider nos pas et établir des stratégies de changement vers cet objectif. Une des formules les plus simples et efficaces de s'analyser est celle de s'appliquer l'analyse SWOT à notre rôle de formatrices.

» Exercice:

Comment sommes-nous en tant que formatrices? Avec ce tableau on peut analyser nos points forts et nos points faibles en même temps qu'on analyse ce qui nous aide de l'entourage et le renforcer ou ce qui nous complique, pour pouvoir établir des stratégies d'amélioration/évitement ou de baisse du niveau d'impact de celles-ci.

Figure 11. Analyse SWOT

SWOT	Dépend de l'acteur ou du groupe	Dépend de l'entourage
Aspects Négatifs	FAIBLESSES Il permet de concevoir des stratégies de correction	MENACES Il permet de concevoir des stratégies d'affrontement
Aspects Positifs	POINTS FORTS Il permet de concevoir des stratégies d'entretien	OPPORTUNITÉS Il permet de concevoir des stratégies de profit

Source: Source personnelle.

10.2.3. Programmation et objectifs

Une fois analysé tout le contexte de la formation et quel est notre profil ou quel est le profil qu'on veut, on doit programmer les objectifs de la formation.

Figure 12. Vision globale de la programmation



Source: Source personnelle

Les objectifs peuvent être multiples en dépendant de la perspective: des objectifs pour les étudiants, pour les professeurs, pour l'institution, des objectifs de contenu, du processus, etc. Il est très important qu'ils soient en accord avec ce qui a été analysé dans la première partie et qu'ils soient encadrés dans la stratégie générale de la formation/institution. Concernant le type d'objectifs, on peut faire la différence entre plusieurs classements.

Par exemple, ceux de la figure 13:

Figure 13. Organisation des objectifs

Classement
<p>Priorité: il est important qu'ils apprennent cela.</p> <p>Ordre chronologique: Ordre dans lequel les uns précèdent aux autres dans le temps. Les premiers ne sont pas forcément les plus importants.</p> <p>Taille: vis-à-vis à la motivation, il est mieux d'établir plusieurs petits objectifs qu'un grand.</p>
Apprentissage des élèves
<p>Ce qu'ils doivent apprendre</p> <p>Ce qu'ils devraient apprendre</p> <p>Ce qu'ils peuvent apprendre</p>
Niveau de difficulté
<p>Assez faciles: ils ne sont pas motivants</p> <p>Motivants: en dehors de la zone de confort mais ils sont à la portée</p> <p>Assez difficiles: assez loin de la propre capacité</p>

Source: Source personnelle

Comment les objectifs doivent-ils être?

1. Ils doivent être posés en positif et en infinitif. La seule exception sont les objectifs de processus qui peuvent être posés en gérondif vu qu'il s'agit d'actions inachevées.
2. Ils doivent être dans la capacité de la formatrice.
3. Spécifiques: ils doivent répondre de façon claire et correcte à: qui, quand, où et combien de temps.
4. Ils doivent être évaluables y mesurables.
5. On doit tenir en compte ou prévoir les possibles effets négatifs pouvant être produits pour les contrecarrer le maximum possible.

Une fois établis les objectifs on cherche les dynamiques et les stratégies pédagogiques les plus adaptées. Il existe une infinité de dynamiques pour l'animation du groupe. Une de possibles classements de celles-ci sont celles présentées ci-après sur la figure 14:

Figure 14. Types de dynamiques



Source: Source personnelle

En bref, dans la stratégie on doit établir les objectifs. Une fois fait cela, on doit relier les activités pour les atteindre. En programmant les activités, on doit tenir en compte les ressources desquelles on dispose et celles dont on va avoir besoin pour mener ces activités. Une bonne programmation relie les ressources aux activités pour ne pas trouver de problèmes d'implémentation dans la troisième phase.

10.2.4. Implémentation

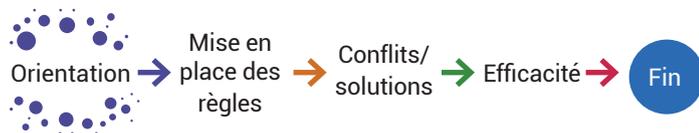
Dans cette partie on met en oeuvre tout ce qui a été précédemment planifié.

Structure de la séance/formation:

1. Organiser la sale.
2. Présentation de la formation/professeur.
3. Demander aux étudiants leurs expectatives et objectifs.
4. Indiquer les objectifs prévus (et comparer avec ceux mentionnés au précédent point).
5. Etablir des règles de collaboration. Si les règles sont décidées par le groupe, il s'agit d'une décision collective et est plus difficile de l'interrompre vu qu'il s'agirait d'une rupture de décision.
6. Explication du contenu.
7. Dynamiques.
8. Evaluation.

Il est important de faire un suivi continu du climat du groupe et de l'activité des étudiants aux fins de fixer, peu à peu, les temps, l'énergie, le style didactique, et voire être capable de modifier la planification si on estime qu'elle n'est pas la plus adaptée pour le groupe. Une des compétences les plus importantes d'une bonne formatrice est sa capacité d'adaptation et de reconduite des séances.

Figure 15. Phases du groupe



Source: Source personnelle

Situations conflictuelles: on peut faire la différence entre deux situations: que la dynamique du groupe soit problématique ou qu'il s'agit des personnes aux rôles concrets.

Dans le premier cas:

Figure 16. Problématiques dans les groupes

Groupe	
Contestataire	On rappelle les règles qui ont été collaboratives On charge le groupe qui réalise à motiver
Passif	On réalise des dynamiques actives C'est le propre groupe qui dynamise la session

Agressif

Si c'est nécessaire on arrête la séance jusqu'à ce qu'on se calme et on parle de ce qui est entrain de se passer.
On réalise des dynamiques collaboratives.

Source: Source personnelle

Dans le cas des individus, il est important d'identifier le leader du groupe et de quel genre est-il ou s'il a simplement un rôle pouvant être conflictuel mais qui ne mène pas au leadership. Le plus pratique et intéressant est de s'aligner avec les possibles leaders et utiliser le groupe, lui-même, pour améliorer la dynamique. Voici des exemples des:

Figure 17. Rôles conflictuels dans le groupe

Rival	Protecteur	Médiateur	Obstiné	Passif
Comique	Je-m'en-foutisme	Questionneur	Agressif	Discuteur

Source: Source personnelle

» Exercice:

Jeu de rôle où on fait 3 groupes, chacun mené par un type de professeur. Le reste du groupe choisi des rôles conflictuels et se laisse agir. On termine en analysant comment la dynamique a-t-elle été et les possibles solutions.

Dans un groupe on a observé une curieuse situation où l'objectif du professeur a été atteint (dispenser toute la matière) et celui de l'équipe (apprendre) mais la dynamique a été très mauvaise. Dans ce cas, on pourrait dire qu'on a atteint les objectifs finaux mais pas ceux du processus.

Supports pédagogiques. Ce qui est idéal c'est de combiner plusieurs de ces ressources. Bien évidemment, si une formation est uniquement online, les ressources numériques seront les seules possibles.

Figure 18. Ressources

Analogiques	Numériques
Papier continu	Photographies
Ardoises (planches ou noires)	Vidéos
Maquettes	Présentations: powerpoint, prezi
Matériel de papeterie: post-it, feuilles, feutres, stylos, couleurs	Logiciel création animations
Etc.	Réseaux sociaux
	Etc.

Source: Source personnelle

10.2.5. Évaluation

L'évaluation consiste en réaliser un suivi de la programmation et évaluer si les objectifs ont été atteints, dans quelle mesure et de la façon appropriée. De même, elle sert à tirer des conclusions sur le processus, les activités ayant donné de bons résultats, détecter des erreurs et inférer des apprentissages pour de prochains processus, etc.

L'évaluation peut être réalisée: de la programmation et des activités, du processus, de la gestion, de la propre institution, des formateurs, de l'apprentissage des étudiants, etc.

Selon une perspective temporaire, elle peut être réalisée:

- 1. Evaluation continue:** Au long de tout le processus de formation, ce qui nous permet une grande flexibilité en adaptant, peu à peu, le processus selon le développement de celle-ci.
- 2. Evaluation finale:** elle est faite une fois terminée la formation pour voir la réalisation planifiée des objectifs.
- 3. Evaluation d'impact:** elle est faite quelques mois après la fin de la formation pour analyser si, effectivement, elle a eu de l'importance et des résultats réels au-delà des classes.

Les méthodes d'évaluation peuvent être classées selon le type de dynamiques d'évaluation pouvant être (entre autres):

Réponse multiple
Réponse courte
Questions ouvertes
Travaux de documentation et études
Cas pratiques
Débats et groupes de discussion
Rapports
Dossier

Le type d'activité évaluative qu'on va choisir va dépendre de la capacité et de la compétence qu'on veut évaluer. Les plus courantes sont:

Figure 19. Compétences évaluables

Analyse	Raisonnement critique	Application pratique	Synthèse
Communication orale	Communication écrite	Résolution de problèmes	Prise de décisions
Gestion de l'information	Revision de la matière	Créativité	Connexion et lien

Source: Source personnelle

10.3. Conclusions y dynamiques de groupe

L'intention a été de donner une vision globale de connexion entre les contenus pour apporter une perspective complète sur l'importante de la relation entre l'éducation et la société et notre autoperception de nous-mêmes, ainsi que notre capacité de favoriser l'enseignement et la pensée critique.

Les modules et les cours de formation des formateurs ont la caractéristique spéciale du fait que la propre méthodologie, les dynamiques, l'approche, les ressources, et tout ce qui entoure les étudiants devient un matériel d'apprentissage propre à ceux-ci. De cela, les contenus théoriques et pratiques et toute la structuration sont en soi des ressources et des apprentissages métrologiques et théorico-pratiques devenant un méta-apprentissage puisque tout le monde peut l'utiliser pour l'appliquer.

10.4. Bibliographie sur papier et électronique

- Ascaso, María. (2018). *Pedagogías invisibles*. La Catarata.
- Calvo Verdú, Miguel. (2009). *Formador ocupacional. Formador de formadores*. MAD. Sevilla 2009.
- Gardner, Howard. (2008). *Les intelligences multiples: La théorie qui bouleverse nos idées reçues*. Retz.
- Freire, Paulo. (1974). *Education for critical conscientiousness*. London: Continuum.
- Papalia, Diane E. (1990): *Psicología*. Madrid: McGraw-Hill.

10.5. Sites web et ressources audiovisuelles d'intérêt

- Site d'auto-formation pédagogique en ligne, développé à partir des travaux d'André de Peretti. Concept: François Muller.
URL: <https://goo.gl/TMYz8Z>
- Compétences et ressources pour formateurs:
URL: <https://goo.gl/eGaeEp>
- RÉSEAU ALPHA. Le site collaboratif de l'apprentissage:
URL: <https://goo.gl/1RcYNh>
- Dynamisation des réunions et séances de formation:
URL: <https://goo.gl/WFY5Pq>

- Formation dans la coopération: <https://goo.gl/pzZLgC>
- Compétences du formateur: <https://goo.gl/fb5ouN>
- Université d'été. Formation des formateurs.
Ressources vidéo: <https://goo.gl/XJmGEf>
- Boîte à outils du formateur: <https://goo.gl/eM5tZX>
- Les compétences du formateur: <https://goo.gl/trBNbP>
- L'approche de l'empowerment des femmes, un guide méthodologique: <https://goo.gl/eddKi8>
- Formations des formateurs en genre: <https://goo.gl/Mchpvn>
- Ressources sur genre: <https://goo.gl/hYMPkz>
- Le cycle de l'apprentissage: <https://goo.gl/7aisfh>
- Approche critique de la liberté. Paulo Freire:
<https://goo.gl/XviTgQ>



CHAPITRE 11.

Les ateliers comme processus participatif pour la dissémination de la formation aux associations locales

Par

*Akila Sellami Baklouti et
Fatma Ghorbel*

Pendant la première phase du projet, qui s'est étalé du 5 février au 5 avril 2018, les candidates ont bénéficié de neuf matières portant sur deux modules principaux: l'innovation sociale et l'entrepreneuriat (pour la description détaillée des cours, voir les chapitres précédents). Vers la fin de cette formation, les étudiantes étaient prêtes pour mettre en œuvre les connaissances et le savoir-faire qu'elles ont acquis lors de la première phase. L'objectif principal du projet est de disséminer la formation acquise auprès d'un plus grand nombre de femmes dans le cadre de la société civile, d'où la conception (phase 2) et la réalisation (phase 3) d'ateliers pour des associations de la société civile.

Ce chapitre vise à couvrir la phase 2 et la phase 3 qui constituent l'aspect pratique du projet. On commencera d'abord par la présentation des objectifs visés et de la méthodologie suivie lors de la deuxième phase (Partie 1). Ensuite, on donnera une description détaillée des ateliers animés par les candidates au sein des associations (Partie 2).

11.1. Phase 2: Conception participative des ateliers

11.1.1. Démarche et calendrier

Tout au long de la formation suivie lors de la première phase, les candidates étaient informées qu'elles devraient concevoir et donner des ateliers pour disséminer les connaissances qu'elles ont acquises. Nous avons pensé que cela les encouragerait à chercher et à trouver des idées créatives comme thèmes pour les ateliers. Cette information est rendue plus formelle lors de deux réunions le 12 avril 2018:

- Pendant la première réunion, la technicienne du projet Mme. María Rubio a expliqué aux étudiantes la démarche à suivre pour la conception des ateliers. Elle leur a aussi communiqué le modèle qu'elles devraient suivre pour la présentation des fiches des ateliers (Voir Figure 1).

- La deuxième réunion était plus générale et a inclus, en plus des étudiantes et la technicienne, les coordinatrices tunisiennes et les représentants des associations bénéficiaires potentielles des ateliers. Allant avec l'esprit principalement participatif du projet, cette réunion était une merveilleuse occasion de dialogue, où les étudiantes ont pris bien note des besoins et des attentes exprimés par les représentants des associations concernant les ateliers. Le rôle des responsables du projet était de guider la discussion vers l'objectif principal du projet et à encourager les candidates à avoir plus de réunions de coordination avec les membres des associations (en ligne avec le point 12 du formulaire de présentation de la figure 1).

Figure 1: Formulaire de présentation des ateliers

1. Nom de l'Atelier:
2. Objectifs:
3. Association bénéficiaire de la formation:
4. Public destinataire de la formation (communauté locale, brève description):
5. Attentes (selon les besoins et intérêts identifiés dans l'ensemble de la communauté locale réceptrice de la formation):
6. Contenus (programme de la formation):

7. Méthodologie pédagogique (ressources pédagogiques et description des activités à développer pendant chacune des journées de l'Atelier):

8. Evaluation de l'atelier (méthode prévu pour faire évaluer l'atelier par les bénéficiaires, en cas de questionnaire ajoutez-le):

9. Ressources d'infrastructure et matériel didactique:

10. Lieu de l'Atelier (où se déroulera l'atelier):

11. Dates et horaire de l'Atelier (chaque atelier a 16 heures de présence, distribuées en 4 jours):

12. Processus d'identification conjointe des besoins (indiquer avec *qui*, *quand* -réunions formels et rencontres informels... -et *comment* (méthodologie participative utilisé) les besoins ont été identifiés.

13. Processus d'élaboration conjointe de l'atelier (indiquer les jours de réunion, les membres, les sujets abordés, l'évolution du travail selon les réunions qui ont eu lieu et la méthodologie participative utilisé...):

Ces deux réunions étaient aussi une occasion pour se mettre d'accord sur un plan de travail et fixer le calendrier suivant:

- Pendant un mois (du 12 avril au 14 mai), les candidates devraient élaborer des fiches des ateliers (selon le modèle présenté dans la figure 1) sur la base des réunions avec les membres des associations bénéficiaires et les envoyer à la technicienne du projet au plus tard le 14 mai 2018.

- Entre le 14 mai et 21 mai 2018, les responsables du projet des deux côtés espagnol et tunisien ont eu l'occasion d'évaluer les fiches envoyées par les candidates et de présenter quelques suggestions d'amélioration.

- Le 21 mai, les différents groupes ont présenté leurs ateliers devant un jury composé des deux coordinatrices tunisiennes, la technicienne et un enseignant de l'équipe des formateurs de la première phase (Voir image 1). Les présentations orales sont suivies de commentaires et suggestions par les membres du jury. Comme les coordinatrices espagnoles n'étaient pas en mesure d'assister à ces présentations, leurs commentaires et suggestions ont été transmises par les coordinatrices tunisiennes.



Présentation orale de la fiche de l'atelier 1

- Les candidates devraient envoyer les fiches définitives des ateliers avant le 28 mai 2018.
- Tous les ateliers devaient se dérouler en juin et juillet 2018.

11.1.2. Objectifs, méthodologie et évaluation des ateliers

Objectifs:

Allant avec l'esprit général du projet qui vise à contribuer au renforcement de capacités des femmes tunisiennes pour l'utilisation des technologies et des pratiques de communication, l'objectif principal de cette phase est de disséminer le savoir acquis par les candidates lors de la première phase à un public plus important. Il s'agit de transférer des parties de savoirs et de compétences acquises par le nombre de candidates à un plus grand nombre de femmes dans le cadre des associations. Par conséquent, deux objectifs spécifiques sont visés:

- Transmettre les connaissances apprises et mettre en œuvre les compétences acquises lors de la première phase à un public hétérogène.

- Adapter cet apprentissage au public cible. Cette adaptation doit se faire sur deux niveaux:

- Sur un premier niveau: une adaptation aux besoins des bénéficiaires, c'est-à-dire sélectionner parmi les matières enseignées celles qui s'adaptent le mieux aux besoins exprimés par l'association lors des réunions de coordination.

- Sur un deuxième niveau: une adaptation au niveau intellectuel des bénéficiaires. En effet, le public cible des ateliers est hétérogène et les bénéficiaires appartiennent à différentes catégories d'apprenants, ce qui implique que les candidates devraient choisir la meilleure méthode d'enseignement qui s'adapte au niveau intellectuel des bénéficiaires.

Méthodologie:

Pour atteindre les objectifs présentés ci-dessus, la conception des ateliers devraient suivre les directives méthodologiques suivantes:

- Concevoir l'atelier de façon à répondre aux besoins de la communauté locale, tout en donnant la priorité aux femmes comme public cible et leurs besoins en termes de technologie et d'innovation sociale.

- Cela implique une méthodologie participative; c'est-à-dire que le contenu et les méthodes d'enseignement devraient répondre aux attentes des bénéficiaires. Cela implique l'importance des réunions avec les membres de l'association, qui constitue un requis de la fiche de l'atelier (voir point n°12 du formulaire de la figure 1), voire même un critère de l'évaluation de l'atelier.

- Tous les membres des groupes devraient participer activement à la conception et l'animation des ateliers.

- Les candidates sont encouragées à utiliser les supports pédagogiques (par exemple, des stickers, des stylos et des marqueurs, des rubans adhésifs, des bâches, des abaisses langues en bois...etc.) qu'elles jugent nécessaires et à demander à la technicienne de fournir le matériel requis.

- En concevant les ateliers, les candidates doivent prendre en considération la variable de la durabilité en ce qui concerne le choix du thème de l'atelier aussi bien que le choix des bénéficiaires.

- A la fin de l'atelier, les candidates devraient faire le faire évaluer par les bénéficiaires. Cette évaluation concerne le contenu aussi bien que les méthodes d'enseignement et se fait selon un

questionnaire d'évaluation qui doit être inclus dans la fiche de l'atelier dont des copies seraient distribuées aux bénéficiaires de l'atelier.

Evaluation:

Les critères d'évaluation des ateliers sont présentés dans le tableau 1, ci-dessous.

Tableau 1: Critères d'évaluation finale des ateliers après réalisation

Ateliers de formation	Critères d'évaluation	Ponctuations (1 sur 10 pour chaque item, cette ponctuation représentant 20 % de la ponctuation finale)
ATELIER X	Pertinence et intérêt de l'atelier par rapport aux objectifs du projet.	
	Adéquation de l'atelier aux contenus de l'apprentissage du cours (phase 1 du projet).	
	Portée du transfert (nombre de participants à l'atelier).	
	Évaluation des bénéficiaires de l'Atelier.	

ATELIER X	Autres indicateurs de qualité (processus participatif pour la conception; méthodologie pédagogique innovatrice; ressources pédagogiques; durabilité).	
	NOTE FINALE	

L'évaluation des ateliers porte sur le contenu et la méthodologie. Concernant le contenu, un des critères de qualité porte sur la pertinence de l'atelier par rapport à deux variables: les objectifs du projet et les besoins de la société civile. Quant à l'évaluation de la méthodologie de l'atelier, elle se base sur le 'feedback' des bénéficiaires comme révélé dans les questionnaires d'évaluation.

Le tableau 2 ci-dessous présente la composition des ateliers et les sections suivantes seront consacrées chacune à la description détaillée de chaque atelier.

Tableau 2: Composition des ateliers

N.º	Etudiantes formatrices	Intitulé de l'atelier	Association bénéficiaire	Nombre de bénéficiaires	Dates de l'atelier
1	- Amal Sehli - Karima Kasdallah	Nouvelle vision en montage d'un projet associatif. Une collecte de fournitures scolaires, tabliers et cartables pour la rentrée scolaires 2018/2019.	Sfax El Mezyena	13	- 05/07/2018 - 09/07/2018 - 10/07/2018 - 11/07/2018 - 12/07/2018
2	- Amel Chihaoui - Mabrouka Ben Sghaier - Sahar Zayeni	Culture Numérique, Protection et Gestion. Emotionnelle dans l'Intervention Sociale.	Majida Boulila pour la modernité	17	- 02/07/2018 - 03/07/2018 - 04/07/2018 - 05/07/2018 - 06/07/2018
3	- Hana ElGhoul - Imen Ayadi - Samar Fehri - Mariem Ben Boubaker	Challenge «Lancer votre propre business sans baisser les bras».	Association WeYouth	15	- 16/07/2018 - 17/07/2018 - 18/07/2018 - 19/07/2018
4-5	- Ameni Chroudi - Jihane Chaabane - Karama Habli - Ranya Frikha - Wiem Nouri	Orner sa roue des compétences avec le management des interactions sociales et la maîtrise des réseaux.	AIESEC Sfax et ENACTUS IHEC SFAX	13	- 22/06/2018 - 23/06/2018 - 24/06/2018

6	- Imen Shel - Inès Sbiha - Marwa Jlidi	Gestion d'Organismes à travers les Nouvelles Technologies.	L'Association Tunisienne des Femmes Démocrates	13	- 02/07/2018 - 03/07/2018 - 04/07/2018
7	- Hamida Belkhiria - Mouna Chtara - Najet Ben Rehaïem - Zeineb Mezghani	Savoir entreprendre en économie sociale et solidaire: appuis à la concrétisation des micro-projets.	Union Nationale de la Femme Tunisienne (UNFT)	14	- 26/06/2018 - 27/06/2018 - 28/06/2018 - 29/06/2018
8	- Wided Brabra - Islem Turki - Mariem Baklouti - Wafa Agrebi	Culture numérique et communication en ligne.	Association du Développement Solidaire de Sfax	16	- 20/06/2018 - 21/06/2018 - 22/06/2018

11.2. Phase 3: Description des ateliers

La description des ateliers qui suit est principalement basée sur les fiches présentées par les candidates.

11.2.1. Atelier 1: Nouvelle vision en montage d'un projet associatif: Une collecte de fournitures scolaires, tabliers et cartables pour la rentrée scolaires 2018/2019

Cet atelier est élaboré par Amal Sehli et Karima Kasdallah.

Objectifs:

L'objectif principal de cet atelier est d'élaborer un plan d'actions qui aide les associations à réaliser la collecte de fournitures scolaires, tabliers et cartables et à identifier les ressources, les bénéficiaires, les méthodes et les partenaires. L'atelier vise également à mettre l'accent sur le concept du développement social et d'innovation technologique dans la réalisation de cette initiative. Ce plan d'actions se base sur les points suivants:

- Etude du concept de la gestion émotionnelle et sa contribution dans l'élaboration des plans d'actions des projets associatifs.
- Développement d'une plateforme de gestion d'input et d'output.

- Utilisation du modèle de Canvas pour structurer le plan d'actions mais aussi pour l'identification des ressources et des objectifs.
- Utilisation des réseaux sociaux pour le marketing, la publicité et la diffusion du projet.

Association bénéficiaire de la formation:

Sfax El Mezyena est une association qui vise à offrir à tous ceux qui aiment Sfax la chance de contribuer à la rendre plus agréable à vivre.

Public destinataire de la formation:

Le public cible de la formation sont les membres de l'association qui avaient déjà manifesté leur intérêt à réaliser cette initiative et à contribuer dans la collecte des fournitures scolaires pour les enfants défavorisés.

Attentes:

- Elaboration d'un plan d'actions pour l'événement.
- Définition de l'empathie dans l'intervention sociale et expliquer les bases de la communication interpersonnelle.
- Mise en place d'une plateforme pour la gestion des ressources pour la réalisation de l'événement tout en mettant l'accent sur l'importance de l'exploitation des logiciels libres pour le développement d'une infrastructure technologique à moindre coût.
- Analyse du projet à la base du Business model CANVAS et l'analyse SWOT.

- Importance des outils de communication online pour les projets associatifs et l'application d'une stratégie de marketing basée sur les réseaux sociaux pour la diffusion du projet.

Contenus:

- Présentation de l'idée de l'événement et sa contribution au développement social et durable.
- Intelligence et gestion émotionnelle.
- Empathie et intervention sociale en adéquation avec l'événement.
- Importance des logiciels libres et de la nouvelle technologie pour la simplification des tâches.
- Mécanismes de développement de la plateforme de gestion et de planification du projet.
- Qu'est-ce qu'un modèle CANVAS?.
- Elaboration du plan d'actions du projet en utilisant le modèle CANVAS.
- Analyse SWOT et mise en place d'un comité d'organisation pour l'événement.
- Introduction et fondements de la Communication Online.
- Importance d'une stratégie de marketing basée sur le CRM et les réseaux sociaux.

Méthodologie pédagogique:

- Salle avec disposition de tables en U.
- Présentation de l'événement et son alignement avec les objectifs de l'association.
- Définition des concepts est une phase de documentation des enjeux et des problématiques. Elle se fait en s'appuyant sur un diaporama et des illustrations audiovisuelles d'une part et un mode interactif invitant les membres à poser des questions d'autre part.
- Travail réalisé par des groupes formés de 4 personnes pour appliquer les atouts acquis tout au long de la formation.
- Implémentation de nouveaux concepts pour la préparation de l'événement.

À la fin de la formation on doit préparer un dossier complet pour la réalisation de l'événement.



Activité pratique de l'atelier 1

Ressources d'infrastructure et matériel didactique:

Les ressources utilisées sont:

- Post-it, feuilles grand-format, papiers blancs (A4), stylos et markers, haut-parleur, fiche de présence, formulaire d'évaluation.

Lieu de l'Atelier:

Siège de l'association Sfax Mezyena; Oued Chaabouni, route de l'aéroport, Sfax 3000.

Dates de l'Atelier:

05–09–10–11–12 Juillet 2018.

Processus d'identification conjointe des besoins:

4 réunions avec Mme Yasmine Ammar et Mr Ahmed Charfi; responsables de l'association Sfax Mezyena ainsi que des échanges par téléphones et par mail.

Processus d'élaboration conjointe de l'atelier:

Les sujets abordés:

- L'environnement et la pollution due à la consommation du papier.
- La rentrée scolaire.

- Besoin en termes de fournitures scolaires au profit des familles défavorisées.
- Trouver des solutions afin de diminuer la consommation du papier et la pollution.
- L'utilisation des NTIC.

L'évolution du travail selon les réunions qui ont eu lieu:

- On a choisi en premier lieu un sujet spécifique pour la formation «création d'entreprise».
- Présentation de l'atelier devant les responsables du projet et changement de sujet.
- Avec l'aide de l'association, on a essayé de préparer le contenu des cours en prenant en considération les objectifs de la formation mais aussi les attentes des bénéficiaires.

La méthodologie participative utilisée:

- Etude de l'existant, la problématique, l'idée du projet, les objectifs, l'évaluation.

Evaluation de l'atelier:

L'évaluation de l'atelier se fait à travers une fiche anonyme avec un système de notation comportant une échelle allant de 1 à 5.

L'évaluation de la formation touche le contenu du cours, la durée, les supports pédagogiques, la logistique et les conditions matérielles ainsi que la qualité des formatrices et l'impact.

11.2.2. Atelier 2: Culture Numérique, Protection et Gestion Emotionnelle dans l'Intervention Sociale

Cet atelier est élaboré par Amel Chihaoui, Mabrouka Ben Sghaier et Sahar Zayeni.

Objectifs:

- Promouvoir les connaissances des femmes dans le secteur du numérique et valoriser son utilité afin d'assurer l'égalité femmes-hommes au cœur de la culture du numérique tant que ce secteur compte plus d'hommes que de femmes.
- Savoir comment gérer nos émotions dans l'intervention sociale afin d'obtenir les meilleurs résultats possibles vu que l'intelligence émotionnelle est corrélée à la vertu civique et aux comportements de citoyenneté.

Association bénéficiaire de la formation:

L'association Majida Boulila pour la modernité est une association ayant pour mission la diffusion de la pensée moderne, la culture de la citoyenneté, la tolérance et l'égalité entre les hommes et les femmes.

Public destinataire de la formation:

Ce sont des femmes, parmi lesquelles on trouve des travailleuses et des étudiantes.

Attente:

De nouvelles connaissances sur la technologie, la protection, les outils numériques de communication et la gestion émotionnelle.

Contenus:

La formation a une durée de 16h. Elle est divisée sur 5 jours (selon la disponibilité des bénéficiaires). Elle comprend les modules suivants:

<p>Utilisation des outils technologiques</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Market Envato, Google Drive, Dropbox, Trello, Slack, Calendrier de Google, Doodle. - Les logiciels d'aide à la lecture et à l'écriture: Audacity, Bon Patron, Scribens, Dicom, D-Speech.
<p>Intérêt: Intelligence émotionnelle</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introduction. 2. Qu'est-ce que l'intelligence émotionnelle? 3. L'intelligence émotionnelle: <ol style="list-style-type: none"> a. Capacités et bénéfices. b. Conséquences d'un manque d'IE. 4. Différents modèles sur l'IE. 5. Gestion émotionnelle. <ol style="list-style-type: none"> a. Gestion des émotions. b. Gestion des émotions et du stress.

<p>Intérêt: Intelligence émotionnelle</p>	<ol style="list-style-type: none"> c. Maîtrise des stratégies de développement des émotions. d. Connaissance des 5 buts typiques d'un travail sur les émotions. <p>6. 7 techniques de gestion des émotions.</p>
<p>Intérêt: internet et culture numérique</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Historique d'internet. 2. Structure d'internet: <ol style="list-style-type: none"> a. Les médias. b. La recherche numérique. c. Web participatif. d. Réseaux sociaux. 3. La blogosphère. <ol style="list-style-type: none"> a. Qu'est-ce qu'un blog. b. Création d'un blog avec Wordpress. c. Twitter. 4. Visibilité en ligne: <ol style="list-style-type: none"> a. Profils professionnels virtuels: LinkedIn. b. Marketing SEO et SEM.

<p style="text-align: center;">Intérêt: Communication en ligne et réseaux sociaux</p>	<p>Blog:</p> <p>Expliquer comment faire un bon Blog?</p> <p>Cas pratique: Ecrire un article concernant un sujet choisi +un tweet+ un post sur Facebook contenant: une image, un lien, une phrase en gras, une numérotation et une vidéo à la fin (Youtube, Vimeo...).</p> <p>Réseaux sociaux et professionnels:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Réseaux sociaux et les émotions. 2. Réseaux sociaux et la viralité. 3. Montrer l'importance de développer la présence d'une organisation dont on se fait le porte-parole (marque, association, personnalité...) sur les médias sociaux tels que: Twitter, Facebook, LinkedIn et autres réseaux sociaux à savoir Google+, Instagram, Snapchat. <p>Outils de communication et marketing online:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Rappel sur: SEO, SEM. 2. Landing Page. 3. Bulletin d'informations/e-mail Marketing. 	<p style="text-align: center;">Intérêt: Communication en ligne et réseaux sociaux</p>	<ol style="list-style-type: none"> 4. Marketing d'affiliation (des résultats). 5. Banners et publicité online. 6. Marketing viral. 7. Études de marché (Google Forms, discussion en ligne, Typeform...).
	<p style="text-align: center;">Intérêt: Vie privée et sécurité numérique</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sécurité numérique. 2. Fonctionnement de l'internet et de la communication mobile. 3. Sécurité et protection de la vie privée. 4. Références des mobiles: <ul style="list-style-type: none"> • Critères pour un téléphone sécurisé. • Comment un mobile se connecte-t-il à internet? • Comment fonctionne l'Internet? Https/http/Tor • Comparaison des navigateurs: Android et iPhone. • Moteurs de recherche. • Chiffrer un téléphone. • Localisation. • Trouver mes applications téléphone/anti-vol. • Applications de sécurité. 	

Méthodologie pédagogique:

Chaque séance correspond à un cours magistral d'une durée de 2 heures et 30 minutes sur le sujet défini. Cela permet aux bénéficiaires d'avoir une base à partir de laquelle on réfléchit et met en pratique les matières étudiées.

Tout au long de la dernière demi-heure, les bénéficiaires sont divisées en groupes de 4 ou 5 personnes pour mettre en place une activité pratique. Cela leur permettrait d'avoir les compétences nécessaires pour l'application pratique de la matière enseignée.



Déroulement de l'atelier 2

Ressources d'infrastructure et matériel didactique:

Tableau, data show, 40 Post-it, 5 feuilles A3, 20 stylos, 100 feuilles A9, 3 stylos feutres permanents (rouge, bleu et noir).

Lieu de l'Atelier:

Au siège de l'association.

Dates et horaire de l'Atelier:

Date	Horaire	Contenus
02/07/2018	15h - 18h	Questionnaire sur les connaissances des bénéficiaires. Bref aperçu sur le contenu de la formation. Utilisation des outils technologiques.
03/07/2018	15h - 18h	Intelligence émotionnelle.
04/07/2018	15h - 18h	Internet et culture numérique.
05/07/2018	15h - 18h	Communication en ligne et réseaux sociaux.
06/07/2018	14h - 18h	Vie privée et sécurité numérique. Evaluation de la formation + Questionnaire sur les nouvelles connaissances.

Processus d'identification conjointe des besoins et comment les besoins ont été identifiés:

- Nous avons fait trois réunions formelles avec la présidente de l'association «Mme Moufida Bahloul» ainsi que plusieurs échanges par téléphone lors desquelles nous avons fixé les attentes de l'association.
- Le 04 mai 2018, nous avons organisé une réunion avec la présidente, les membres de l'association et certaines bénéficiaires.
- Selon les objectifs de l'association et les besoins des bénéficiaires nous avons préparé ensemble le contenu de la formation qui répond à leur besoin.

Processus d'élaboration conjointe de l'atelier:

- Après avoir fixé les objectifs de l'association nous avons préparé une liste des cours qui pourraient être intéressants pour les bénéficiaires.
- Pendant la réunion avec les bénéficiaires le 04 mai, nous avons discuté avec elles leurs occupations et intérêts.
- Nous avons proposé tout le contenu et les cours que nous pouvons leur offrir.
- Nous avons détecté enfin que le secteur de la nouvelle technologie et la culture numérique est un sujet motivant pour elles puisqu'elles n'ont pas assez de connaissances sur ce domaine en comparaison avec les hommes.
- En effet, ces nouvelles connaissances peuvent les aider à suivre des nouvelles stratégies plus modernes dans leurs travaux, études ou activités diverses.

- D'un autre côté, l'intelligence émotionnelle paraît un sujet au cœur des objectifs de l'association puisqu'elle est corrélée aux comportements de citoyenneté et peut aider les bénéficiaires à mieux gérer leurs comportements face aux différents défis rencontrés.

Evaluation de l'atelier:

Un questionnaire d'évaluation qui permet de donner librement l'avis personnel de chaque bénéficiaire sur le contenu des cours, les aspects pédagogiques de la formation ainsi que la pertinence des formatrices. Les réponses demeurent confidentielles.

11.2.3. Atelier 3: Challenge "Lancer votre propre business sans baisser les bras"

Cet atelier est élaboré par Samar Fehri, Imen Ayadi, Hana el Ghoul et Meriem Ben Boubaker.

Après avoir terminé la formation "Genre, Technologie et Innovation Sociale", on a conclu que l'acquisition de toutes les compétences nécessaires pour être bien incrusté dans un environnement entrepreneurial est un défi. Un programme riche, prolongé, et bien détaillé qui a duré 9 semaines nous a aidées à compléter notre puzzle afin de pouvoir lancer nos projets. Pour cette raison, on a décidé que ça serait un défi (Challenge) pour les bénéficiaires et les porteurs d'idées de la société civile d'acquérir le toolkit fondamental de l'entrepreneuriat. L'atelier dure seulement 16 heures, de ce fait, il représente également un challenge car il faut bien choisir le contenu adéquat à enseigner.



Le roll-up de l'atelier 3 conçu par les formatrices

Objectifs:

Ce programme permet de mettre en application les compétences entrepreneuriales acquises. Il permet de fixer une bonne idée d'un projet pertinent, définir l'état des lieux du modèle économique du projet pour être prêt à le présenter correctement selon le besoin soit à un organisme de financement ou à un investisseur.

Association bénéficiaire de la formation:

Association WeYouth: c'est une association de la société civile par excellence. Elle s'engage à renforcer la participation du secteur de la jeunesse dans la prise de décision, l'éducation au leadership, l'engagement social et civique, à promouvoir les opportunités pour les jeunes et à créer des «agents du changement» et des jeunes leaders au sein de la communauté. L'association contribue également au développement des jeunes à travers le renforcement des capacités, les projets dirigés par les jeunes et la mise en œuvre des politiques de jeunesse. Par conséquent, on peut classer

WeYouth en tant qu'un organisme qui opère bien dans le cadre de l'innovation sociale.

Pourquoi WeYouth?

On a choisi cette association pour des raisons multiples. En premier lieu, on peut mentionner le fait que WeYouth est constituée principalement par des jeunes diplômés qui sont à la fois très actifs socialement et aussi motivés. En outre, on a observé que la majorité des membres de cette association n'ont pas encore démarré leurs parcours entrepreneuriaux. Plusieurs d'entre eux visent à créer leurs propres projets. On a donc décidé de joindre les forces de leurs pratiques sociales à nos connaissances entrepreneuriales acquises grâce à la formation "Genre, Technologie et Innovation Sociale" afin qu'ils puissent lancer leurs projets potentiels.

Public destinataire de la formation:

- Promoteurs potentiels (porteurs d'idées de projet), jeunes diplômés.
- Tout d'abord l'entrepreneur doit trouver une bonne idée de projet mais aussi des objectifs SMART: (Spécifique, Mesurable, Accessible, Réaliste et Temporel).
- L'une des clés de la réussite c'est d'être polyvalent, multidisciplinaire ainsi que déterminé.
- L'entreprenariat féminin est l'une des solutions pour dynamiser l'économie du pays et créer une indépendance financière pour la femme tunisienne.

- Ce qui est réellement choquant est le nombre de femmes diplômées des universités par rapport au nombre de femmes chefs d'entreprises. Plus que 60 % des diplômés sont des femmes et moins de 7 % sont entrepreneures. Le problème n'est pas uniquement que la femme tunisienne ne se lance pas dans l'entreprenariat mais elle est incapable de trouver un travail. Selon HUFFPOST dans son article publié le 1 mars, 40 % des femmes diplômées de l'enseignement supérieur sont en chômage. Bien que l'état a mis des encouragements pour les nouveaux promoteurs et des avantages spécifiques aux femmes: des encouragements fiscaux et plusieurs modes de financement, citons par exemple le programme RAÏDA en collaboration avec le ministère de la femme.

Attentes:

- Développement de leurs compétences entrepreneuriales.
- Fixer une idée de projet.
- Comment dresser un état des lieux du modèle économique d'une entreprise.
- Comment présenter leurs projets aux organismes de financement ou aux investisseurs.

Contenus:

Le contenu est développé suite à la formation acquise dans le cadre du projet Genre, Technologie et Innovation Sociale et particulièrement le module «Entrepreneuriat et modèles d'entreprise».

Date	Contenus
<p>1^{er} Jour</p> <p>16/07/2018</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Accueil des participants. - Prise de connaissance des participants, leurs idées de projets et Brise-Glace. - Les attentes des participants par rapport à l'atelier. - Présentation des objectifs, du contexte, du cadre, et du programme de l'atelier. - Inculquer les attitudes et les aptitudes personnelles mais aussi stimuler l'esprit de travail en groupe.
<p>2^{ème} Jour</p> <p>17/07/2018</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mettre en application certaines caractéristiques personnelles d'un entrepreneur, telles que le goût du risque, le respect des engagements, la recherche d'opportunités, la fixation des objectifs, la planification, le suivi systématique ainsi que la confiance en soi. - Elaborer des stratégies individuelles et de groupe et les adapter à des conditions changeantes.
<p>3^{ème} Jour</p> <p>18/07/2018</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Validation des idées de projets. - Présentation du modèle Business Canvas. - Application du modèle Business Canvas sur les projets potentiels des participants.

Date	Contenus
4 ^{ème} Jour 19/07/2018	<ul style="list-style-type: none"> - Comment pitcher par le Modèle Business Canvas. - Simulation de présentations devant les investisseurs et les banques: pitch. - Feedback, évaluation et clôture de l'atelier.

Méthodologie pédagogique:

La méthodologie est mise en place selon le module: Entrepreneuriat et modèles d'entreprise. Les apprenants sont répartis en groupe: chaque groupe travaille pour Identifier, à partir du cours et des cas pratiques, les facteurs clés qui interviennent dans la création de la valeur dans le monde économique. Chaque groupe serait appelé à proposer une idée de projet, de décrire la chaîne de valeur et d'établir le business Model ainsi que les schémas de financement.

Contenus	Méthodologie pédagogique
<p>Accueil des participants.</p> <p>Prise de connaissance des participants et leurs idées de projets et Brise-Glace.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Participatif (en groupe, se partager à chaque fois selon un critère: âge, spécialité, état civil...) C'est nécessaire pour l'entrepreneur de travailler en groupe et développer son réseau entrepreneurial. - Créer une dynamique de groupe.

<p>Les attentes des participants par rapport à l'atelier.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Distribuer des cartes métaplan et leur demander d'écrire une attente principale sur une carte et sur l'autre écrire un apport ou une contribution à l'atelier. - Publication: Présenter les cartes en plénières. Valider les cartes portant les attentes possibles à réaliser au cours du séminaire.
<p>Présentation des objectifs, contexte, cadre, et programme de l'atelier.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Par présentation avec des cartes métaplan. - Mise en place d'un protocole d'accord avec les participants selon leurs exigences pour un cadre favorable.
<p>Inculquer les attitudes et les aptitudes personnelles et stimuler l'esprit de travail en groupe.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Activité «Usine de Ballon» C'est une activité participative à travers un jeu de rôle. - Les participants jouent le rôle des ouvriers dans une usine de ballon.
<ul style="list-style-type: none"> - Mettre en application certaines caractéristiques personnelles d'un entrepreneur tel que le goût du risque, le respect des 	<ul style="list-style-type: none"> - Activité «Jeu de fléchette». - C'est une activité participative: l'apprentissage par l'action.

engagements, la recherche d'opportunités, la fixation des objectifs, la planification et le suivi systématique ainsi que la confiance en soi. - Elaborer des stratégies individuelles et de groupe et les adapter à des conditions changeantes.	- Les participants sont répartis en groupe et chaque groupe présente une société dans le marché des fléchettes.
--	---

Comment pitcher par le moyen: Modèle Business Canvas.	Avoir les outils nécessaires pour réussir son piching à l'aide du Modèle Business Canvas.
Simulation de présentations devant les investisseurs et les banques: pitch.	Chaque participant a 5 min pour présenter son projet. Il est filmé.
Feedback, évaluation et clôture de l'atelier.	- Feedback par rapport à la présentation de chaque participant. - Evaluation de l'atelier par les participants en répondant aux questionnaires anonymes.

Validation des idées de projets	Brainstorming
Présentation du modèle Business Canvas.	Présentation par bloc, explication et présentation d'un modèle.
Application du modèle Business Canvas sur les projets potentiels des participants.	Chaque participant applique le modèle Business Canvas sur son propre projet sur un papier chevalier (chaque participant prend un papier chevalier et présente son modèle business CANVAS).

Ressources d'infrastructure et matériel didactique:

Une grande Salle adaptable à l'activité participative équipée par des chaises en forme de U, un tableau chevalet, un tableau métaplan.

Fourniture:

21 blocs note, 25 stylos ainsi que 25 badges pour les participants, des marqueurs: 24 marqueurs noirs, 10 marqueurs bleus, 10 marqueurs verts, 10 marqueurs rouges, 50 dossiers de quatre couleurs différentes, 200 cartes métaplan de quatre couleurs différentes, Pins, rame papier A4, 100 papiers chevalet, 5 règles plates de 50 cm, 5 rouleaux d'adessif, 3 petits Ballons, jeux de fléchette.

Lieu de l'Atelier:

Le siège de l'université de Sfax: Route de l'aéroport km 0,5 BP 1169 Sfax, Salle polyvalente.

Dates et horaire de l'Atelier:

Date	Horaire	Contenus
Du 16 au 19 Juillet 2018	9h - 10h45	La 1 ^{ère} partie du programme de la journée.
	10h45 - 11h	Pause-café.
	11h - 13h	La 2 ^{ème} partie du programme de la journée.

Processus d'identification conjointe des besoins:

Le premier contact avec les représentants de l'association WeYouth a été fait par téléphone et par e-mail. Lors de ce premier contact, on a expliqué notre choix de leur association tout en demandant leur accord de principe pour l'atelier. On a organisé des réunions afin de se mettre d'accord sur le contenu de la formation qui doit répondre aux besoins de l'association.

Le samedi 28 avril 2018 à 10h30, nous les formatrices, ainsi que les membres de l'association avons eu une réunion au siège de l'association. Pendant cette réunion formelle, nous avons résumé le contenu de la formation «Género e Innovacion». Nous avons également souligné les objectifs de ladite formation afin de valoriser l'atelier. Ensuite, nous avons suggéré un nombre

de modules d'apprentissage qui répondent aux besoins des bénéficiaires, vu que la population cible est constituée de jeunes diplômés qui envisagent de monter leurs propres projets et de commencer leurs chemins dans le monde Entrepreneurial.

Processus d'élaboration conjointe de l'atelier:

Après la réunion formelle avec l'association et la fixation des dates ainsi que les objectifs, nous les membres du groupe 3 avons décidé de rester en contact sur WhatsApp: après plusieurs discussions, nous avons défini le nom de l'atelier, la date de la réunion suivante et la répartition des tâches.

Le 4 mai 2018: Lors d'une réunion dans un café culturel à la médina (Kemour), on a parlé de l'état d'avancement de notre travail ainsi que les méthodes et les idées qu'on doit inclure pour assurer plus de dynamisme au cours de la formation. On s'est mis d'accord sur le déroulement de toutes les activités.

Le 14 mai 2018: Organisation d'une réunion pour finaliser les détails du contenu (Formulaire des présentations des ateliers). Lieu (siège d'Access Performance centre de formation).



Clôture de l'atelier «Challenge»

Evaluation:

Pendant la formation nous avons vu que les participantes ne veulent pas prendre du temps ou répondre à l'évaluation. Vu cette expérience, a conçu une méthode facile pour avoir le feedback des bénéficiaires de l'atelier, en utilisant des émoticônes (Voir figure 2).

Figure 2: Fiche d'évaluation de l'atelier 3

Critères			
1. Formateurs			
2. Echange d'expérience			
3. Ambiance générale			
4. Importance pour mon projet			
5. Réalisation de mes attentes			
6. Cadre général de la formation			
7. Utilité la formation reçue de pour vos activités dans l'association			

REMARQUES.....

11.2.4. Atelier 4-5: Orner sa roue des compétences avec le management des interactions sociales et la maitrise des réseaux

Cet atelier est laboré par Ameni Chroudi, Jihane Chaabane, Karama Habli, Ranya Frikha et Wiem Nouri.

Deux groupes de candidates (groupe 4 et groupe 5) ont choisi d'élaborer conjointement cet atelier au profit de deux associations.

L'atelier est intitulé «Orner sa roue des compétences avec le management des interactions sociales et la maitrise des réseaux». Ce nom est issu des principaux besoins détectés, lors des réunions avec les responsables et les membres des associations, et bien évidemment, en respectant le contenu de notre formation.

Objectifs:

Comme le nom de l'atelier l'indique, l'objectifs de la formation est d'améliorer ses interactions sociales, c'est-à-dire, sa façon de penser, d'agir et de réagir dans un contexte social. Nous visons, tout de même, une meilleure maitrise des réseaux internet, tant au niveau personnel qu'au niveau du groupe, de l'association ou encore de la société.

Associations bénéficiaire de la formation:

Les associations bénéficiaires de la formation sont les suivantes: AIESEC Sfax et ENACTUS IHEC SFAX.

AIESEC est une association internationale qui travaille sur le développement des jeunes. Bien qu'elle ne vise pas particulièrement les femmes, l'association a fait preuve d'un

grand intérêt pour le rôle de la femme dans la société civile ainsi que sa participation dans l'innovation sociale. Ceci, répond à l'objectif n°5 de l'organisation des nations unies visant l'égalité des genres.

La présidente de l'association ENACTUS IHEC Sfax est une femme activiste, féministe. L'association ENACTUS IHEC Sfax est composée majoritairement de membres femmes (plus de 80 % des membres). Sa présidente, Mme Chiraz TAYARI, est connue par son engagement dans des actions solidaires féministes. L'association travaille actuellement sur la résolution d'un problème social et régional (la pollution) à travers des solutions innovantes.

Public destinataire de la formation:

Le public destinataire est représenté principalement par les membres femmes des deux associations. Le pourcentage des hommes participants est limité à 10 %. Ces membres sont tous des étudiants qui suivent leurs études dans différentes disciplines (Anglais, Gestion, Beaux-arts, études préparatoires, ingénierie, etc.). L'âge des participantes varie entre 19 et 23 ans. L'hétérogénéité de l'échantillon est donc une source d'enrichissement lors des discussions et des échanges qui ont eu lieu au cours de l'atelier.

Attentes:

Après la présentation du contenu étudié, nous pouvons souligner que les attentes des membres vont parfaitement avec celles des responsables des associations.

Au niveau du groupe, ces derniers recommandent les points suivants:

- Le développement de l'empathie et de la gestion émotionnelle dans les interventions et les échanges sociaux.
- La présentation de la connaissance ouverte et de certains logiciels libres remplaçant des logiciels payants et pouvant accomplir/faciliter certaines tâches au sein des associations.
- La compréhension du concept de l'innovation sociale et son adaptation aux contextes des associations. Au niveau personnel, l'auditoire est intéressé par:
 - La maîtrise des fondements de présentation d'un contenu/projet.
 - La présentation et la gestion d'un contenu/profil professionnel sur les réseaux sociaux.
 - La protection/sécurité internet et l'optimisation de sa manipulation.

Contenu:

Module	Contenu
Introduction.	Valeur de la femme et son rôle dans la société (dans le passé et actuellement), la femme et la technologie.
Apprendre à se connaître.	Intelligence émotionnelle (la conscience de soi, la maîtrise de soi, la conscience sociale, la gestion des relations).

Apprendre à se connaître.	Self branding: Utilisation de l'internet, Manipulation de l'information, la maîtrise des réseaux sociaux et la production des données.
Sécurité internet.	Présentation des différents risques sur Internet. Recommandations: revoir les stratégies de protection, présenter des logiciels libres assurant la protection des données.
Innovation sociale.	Présentation du concept de l'innovation sociale. Explication de décorticage des problèmes et les différents outils d'analyse d'un problème. Business Model.
Améliorer sa présentation de contenu/projet.	Promotion d'un projet via les réseaux sociaux. Comment présenter un projet devant l'auditoire?.

Méthodologie pédagogique:

Nous visons une méthode interactive; des vidéos à visualiser, des activités basées sur le travail en groupe sont élaborées, des

compétitions, des débats et des échanges sont inclus pour chaque point abordé.

Un contenu théorique est présenté au fur et à mesure de l'avancement de la formation; à travers une projection data show et envoyé par email aux participantes après l'achèvement de chaque journée.

Ressources d'infrastructure et matériel didactique:

Les ressources et matériaux sont:

Un data show; un ordinateur portable; papiers et matériaux pour la réalisation des activités; support numériques pour le contenu théorique.

Lieu de l'atelier:

L'atelier aura lieu au sein du centre de formation «ETAT» (Educational Training Academy of Tunisia) sis au centre-ville de Sfax. Adresse: 49 Rue Taher Sfar-3000 Sfax.

Dates et horaires de l'atelier:

L'atelier se déroule les 22–23–24 Juin 2018.

Processus d'identification conjointe des besoins:

- Réunion du 18/04/2018:

Cette réunion s'est déroulée au même endroit, avec les représentants des bureaux des associations AIESEC Sfax et ENACTUS IHEC Sfax, à savoir; Chiraz TAYARI, présidente de l'ENACTUS IHEC Sfax et Amine ZOUAIDI, responsable des

ressources humaines AIESEC Sfax, et a pris trois heures. Les points abordés étaient les suivants:

1. Les attentes et le contenu recommandé par les bureaux des associations (selon les besoins et leur convergence avec le contenu de la formation).

2. La période durant laquelle les responsables recommandent le déroulement de l'atelier.

3. L'emplacement recommandé pour l'atelier.

4. Le nombre approximatif de participants et les dates des rencontres avec ces derniers.

5. La suggestion d'un nom d'atelier approprié son contenu et à ses objectifs. Ainsi, les idées à retenir sont les suivantes:

- Les modules par lesquels les bureaux des associations sont intéressés sont les suivants: sécurité internet, gestion émotionnelle et gestion des réseaux sociaux, innovation sociale avec quelques sections du module logiciels libres et formation des formatrices.

- La période recommandée pour le déroulement de l'atelier est la deuxième quinzaine de Juin, durant cinq jours et à raison de 3h30min par jour.

- L'emplacement le plus approprié à l'atelier est le centre de formation sis au centre-ville de Sfax.

- Le nombre de participants est entre 15 et 25 personnes, à revoir dans la réunion avec les membres.

- Le nom de l'atelier est: «Orner sa roue des compétences avec le management des interactions sociales et la maîtrise des réseaux».

- Réunion du 22/04/2018:

La réunion s'est déroulée au jardin publique «ETTOUTA», le dimanche 22 Avril vers midi. Elle visait un premier échange avec les membres femmes d'AIESEC Sfax, histoire de leur expliquer le contenu du projet et de la formation, connaître leurs attentes, leurs retours et leurs ambitions. Les points: contenus, dates et emplacement ont été aussi abordés.

Un débat a eu lieu, après la présentation du projet, sur le rôle de la femme dans la société, la légitimité de sa comparaison à l'homme...etc. Après une longue discussion, nous avons remarqué beaucoup d'intérêt manifesté envers le contenu proposé et l'atelier à organiser. Un tour de table a été fait, ensuite, pour avoir une idée sur les matières qui intéressent le plus les participantes et, par chance, les votes ont abouti à celles recommandées par le responsable des ressources humaines. La seule difficulté rencontrée a été celle de l'horaire et de la disponibilité. Pour cela, un groupe Facebook a été créé. A travers ce groupe, les membres (femmes) AIESEC Sfax et ENACTUS IHEC Sfax sont informées de tout événement à venir et ont la possibilité de participer à un sondage afin de fixer la période du déroulement de l'atelier. Le lieu de l'organisation de l'atelier est fixé au centre-ville de Sfax, comme prévu et les horaires sont fixés du Lundi au Vendredi, à partir de 10h du matin et à raison de 3h30min par jour.



Réunion du 22/04/2018

- Réunion du 13/05/2018:

Une heure avant l'assemblée générale de l'AIESEC, nous avons présenté le concept de l'atelier, le projet et le contenu fixé à des nouvelles recrues. La réunion a eu lieu à la salle des enseignants à la Faculté des Sciences Economiques et de Gestion de Sfax (FSEGS). L'information a déjà été transmise par le responsable des ressources humaines. Cependant, nous avons voulu répondre leurs questions et écouter leurs suggestions. Les nouveaux membres ont montré beaucoup d'intérêt quant à l'atelier. Nous avons également parlé de leurs adhésions au groupe Facebook et du sondage à remplir à propos la date de l'atelier.

Processus d'élaboration conjointe de l'atelier:

1. Présentation des membres:

Après la présentation de la deuxième phase du projet, une petite réunion a eu lieu à l'université de Sfax avec les deux représentants d'AIESEC SFAX afin de se faire connaître et de présenter le projet.

2. Réunion du 13/04/2018:

La première réunion a duré 3h30min (de 10h30 à 14h). Elle était consacrée à la coordination entre les membres de l'atelier, à se motiver mutuellement et à bien s'organiser pour réussir cette expérience. Parmi les points abordés, nous avons formulé les recommandations suivantes:

- L'identité de notre groupe; nos principes, nos valeurs et les consignes à respecter jusqu'à la fin de la formation.
- Les activités à réaliser pour atteindre les objectifs de l'atelier.
- Les tâches à effectuer à court et à moyen terme (la recherche d'une thématique qui va avec les modules à enseigner, la recherche d'un nom pour l'atelier, l'organisation des réunions à venir avec les bureaux des associations et avec les bénéficiaires, la création d'un groupe sur Facebook pour faciliter l'intercommunication, la création d'un e-mail professionnel pour plus de visibilité avec les associations et les parties prenantes, etc.).
- Répartition des tâches avec échéancier entre les membres groupe.
- Les points à aborder dans la réunion suivante (celle des représentants des associations).
- Faire des propositions sur les dates et le lieu de l'atelier.

3. Réunion du 28/04/2018:

Cette journée (de 10 à 17h) était consacrée à déterminer le contenu détaillé de l'atelier, à planifier les points à aborder durant les journées et à répartir les tâches entre les membres de notre groupe. La réunion a eu lieu chez Jihane. Nous avons fixé des

dates limites pour la répartition des tâches et la réalisation des travaux (activités, workshops et cours théorique).

Evaluation de l'atelier:

À la fin de chaque séance, nous distribuons des fiches d'évaluation contenant des questions dirigées afin de juger tous les détails de la séance. L'objectif est de nous renseigner sur la qualité de la formation et de prendre en considération les lacunes pour essayer de se rattraper les jours qui suivent. A la fin de l'atelier, les participantes complètent des imprimés ou elles sont tenues de choisir un degré sur une échelle de Likert (pas du tout d'accord – pas d'accord - d'accord – neutre - tout à fait d'accord) pour chaque affirmation décrivant, chacune, un détail de la formation. Ces dernières rédigent en plus leurs impressions de l'expérience vécue, suggestions, critiques à travers des questions dirigées.

11.2.5. Atelier 6: Gestion d'Organismes à travers les Nouvelles Technologies

Cet atelier est élaboré par: Imen Shel, Ines Sbiha et Marwa Jlidi.

Objectifs:

- Faire apprendre aux participantes l'importance des outils numériques pour la gestion de leurs projets et la promotion de leurs idées et activités.
- Montrer aux participantes comment gérer leurs projets sur les réseaux sociaux.
- Comment promouvoir leurs projets sur Internet (création d'un site web, blog..).

L'Association bénéficiaire de la formation:

L'Association Tunisienne des Femmes Démocrates est une organisation indépendante féministe fondée en 1989 qui lutte pour l'égalité réelle et complète entre les hommes et les femmes ainsi que l'éradication de la violence à l'égard des femmes.

Les Bénéficiaires:

- Des femmes qui ont besoin de connaissances numériques pour trouver un emploi ou commencer un projet.
- Des femmes activistes qui ont besoin d'un savoir numérique.

Les attentes:

- Avoir des connaissances sur les nouvelles technologies.
- Booster leurs profils professionnels sur les réseaux sociaux.
- Maîtriser les outils de communication en ligne.

Contenu et méthodologie pédagogique:

Module	Objectif	Contenu	Méthodologie
Internet et culture numérique.	<ul style="list-style-type: none"> - Apprendre comment analyser un site web. - Apprendre à travailler de manière collaborative. - Identifier des secteurs qui pourraient être d'intérêt pour la pratique professionnelle de la communication, internet et culture numérique. - Apprendre comment analyser des sites web et des blogs. 	<ul style="list-style-type: none"> - Origines et Histoire de l'Internet. - Analyse des sitewebs (jamaity.org). - Création et analyse des blogs. - Marketing numérique SEO et SEM. - Activisme sur les réseaux sociaux (surtout YouTube...). 	<ul style="list-style-type: none"> - Poser des questions aux participantes afin qu'elles puissent partager leurs connaissances sur les réseaux sociaux. - Montrer des études de cas afin que les étudiantes seraient capables d'analyser un siteweb ou faire un blog. - Des exercices de réflexion.
Communication en Ligne et Réseaux Sociaux.	<ul style="list-style-type: none"> - Identifier et gérer certaines applications. - Créer un site web ou un blog. - Travailler en équipe. 	<ul style="list-style-type: none"> - Formation sur l'usage professionnel de Facebook. - Session sur le réseau LinkedIn. - Formation sur la maîtrise des applications (Slack, Doodle, Dropbox, Mailchimp...). - Maîtrise de Wordpress, Blogger ...etc. - Les étapes à suivre pour créer un contenu sur le blog. 	<ul style="list-style-type: none"> - Exercice d'introduction pour le but de permettre aux participantes de parler de leurs propres idées (brainstorming, expériences personnelles). - Réflexion générale et discussion à partir de l'exercice (exercice en groupe, discussion à deux...). - Analyse des concepts/modèles (une courte présentation d'un document d'appui...). - Exercice pratique.

<p>Logiciels libres et connaissance ouverte.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Savoir l'histoire des logiciels libres. - Identifier et gérer des applications et sites libres. 	<ul style="list-style-type: none"> - Les systèmes d'exploitation LINUX, l'histoire de Linux et les composants de Linux. - Les logiciels de montage: Openshot et Shotcut. - Les services en ligne libres et éthiques de communication (organisation, échange, promotion, gestion...). 	<ul style="list-style-type: none"> - Brainstorming (Les connaissances des participantes). - Story building (Histoire de Linux). - Chaque participante ramène son ordinateur afin d'explorer ensemble le site. - Atelier (on divise les participantes sur trois groupes et leur demande d'utiliser Canvas pour créer une affiche qui correspond à un de leurs projets).
--	--	---	--

Lieu et date de la formation:

Le lieu est le bureau de l'association. Du 02 au 04 Juillet 2018.

Processus d'élaboration conjointe de l'atelier:

Date	Membres présents	Sujets abordés
<p>19 Avril 2018</p>	<p>Kolsi Salwa/Bouattour Souad/Tahri Rawdha/Ben Mefteh Fatma/Shel Imen/Sbiha Inès</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Présentation du projet de la part de Imen et Inès + discussion. - Les difficultés rencontrées par l'association. - Les attentes de l'association. Les objectifs. Le sujet de l'atelier.
<p>11 Mai 2018</p>	<p>Kolsi Salwa/Tahri Rawdha/Ben Mefteh Fatma/Grine Semia/Ben Hamed Nadia/Sbiha Inès/Shel Imen/Jlidi Marwa</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Récapitulation de la première réunion. - Développement du titre et programme de l'atelier. - Les objectifs. Le choix de la date et la disponibilité des bénéficiaires.

Les besoins:

Stickers, Papier soi, Papier A3, Papier A4, Des cubes en carton, Corde, Pâte à collage, Stylo feutre permanent, Stylo bleu.

Ressources:

Sites web et ressources audiovisuelles d'intérêt:

- Infographie interactive sur l'évolution du Web:

<http://www.evolutionoftheweb.com/>

- Magazine Web tunisien créée après la révolution en Tunisie par une équipe de journalistes, développeurs et graphistes qui utilisent les nouvelles technologies du web au service du contenu journalistique: <https://inkyfada.com/fr/>

- Plateforme collective indépendante fondée en Tunisie par une équipe de journalistes professionnels et de blogueurs en avril 2004 et bloquée jusqu'au 13 janvier 2011 et qui a remporté plusieurs prix pour sa focalisation sur des sujets sous des angles rarement abordés par les médias dominants, y compris la démocratie, la transparence, la liberté et les droits fondamentaux: <http://nawaat.org/portail/>

- Quelques vidéos courtes pour appréhender les enjeux De courtes vidéos qui abordent avec humour et chiffres à l'appui des sujets de société notamment sur les libertés numériques: <https://www.youtube.com/user/datagueule/videos>

- Hootsuite en français. Ce vidéo explique comment utiliser Hootsuite (outil de gestion des réseaux sociaux) de façon professionnelle:

<https://www.youtube.com/watch?v=oNvSTM1Futw>

- Campus virtuel de la UCA



Bénéficiaires de l'atelier 5

Evaluation de l'Atelier:

La méthode d'évaluation qu'on avait choisie se fait juste à la fin de la séance par un exercice interactif. Les questions sont présentées dans des cubes en carton ou des gobelets contenant des réponses sous forme d'émoticônes.

L'évaluation touche les aspects suivants:

1. Contenus de la formation.
2. Méthodologie: la clarté des exposés et des exemples.
3. Participation: communication/Respect de la charte du groupe.
4. Organisation: équipement/horaires/professionnalité des formateurs.
5. Evaluation Globale.

11.2.6. Atelier 7: Savoir entreprendre en économie sociale et solidaire: appuis à la concrétisation des micro-projets

Cet atelier est élaboré par: Hamida Belkhiria, Mouna Chtara, Najet Ben Rhaïem et Zeineb Mezghani.

A l'issu d'une réunion avec certains membres actifs de la délégation de l'UNFT à savoir, Mme. Raoudha KAANICHE (responsable de la délégation régionale de SFAX), Mr. Nadhem FEKIH (responsable de formation à la délégation régionale de SFAX), Mme. Amira HAMDEN (responsable régional des Micro-Crédits à la Banque Tunisienne de Solidarité) et Mme. Najla REKIK (propriétaire de la fameuse pâtisserie tunisienne REKIK) et compte tenu des besoins révélés de leur part ainsi que de leurs recommandations, nous nous sommes mises d'accord comme équipe de travail sur le titre d'atelier suivant: «Savoir entreprendre en économie sociale et solidaire: appuis à la concrétisation des micro-projets».

Association bénéficiaire de la formation:

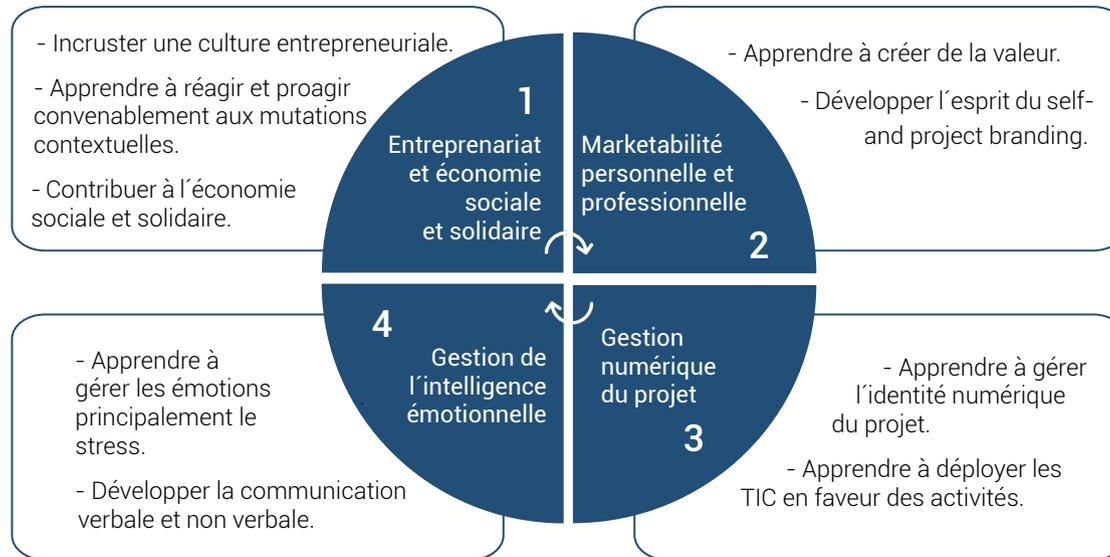
Notre association partenaire est l'union nationale de la femme tunisienne (UNFT). C'est une organisation non gouvernementale fondée en 1956 conjointement avec l'indépendance de la Tunisie. Depuis, l'UNFT milite pour l'amélioration du statut de la femme tunisienne. En fait, à ses débuts, l'UNFT s'est consacrée aux campagnes de sensibilisation qu'elle menait au profit de la femme tunisienne partout dans le pays pour l'amener à prendre conscience de ses droits et de son rôle dans le développement économique et social. Mais de nos jours, l'UNFT s'implique de plus en plus dans la promotion de l'intégration de la femme dans la vie socio-économique.

Objectifs:

L'Union nationale des femmes tunisiennes est une association à but non lucratif qui forme les femmes, essentiellement, celles appartenant aux zones rurales, dans le but de lutter contre toute sorte de pauvreté et de discrimination. Notre atelier agit dans le même cadre afin de promouvoir la création de sources de revenus pour la femme en situation de précarité. A cet égard, nous visons les objectifs suivants (Voir figure 3):

- Améliorer le statut de la femme en améliorant sa participation active à la vie économique et sociale dans un cadre d'abolition discriminatoire.
- Promouvoir les capacités de la femme sur le plan scientifique, social et économique.
- Favoriser l'implication de la femme dans le développement économique en dépit de sa déperdition scolaire.
- Initier la femme à l'utilisation de nouvelles technologies de l'information et de la communication en faveur de la promotion de son projet.

Figure 3: Objectifs de la formation



Public destinataire de la formation:

Nous avons recommandé aux membres actifs de l'UNFT un nombre de personnes variant entre 10 et 15 comme ça était proposé par la technicienne du Projet María Rubio. La responsable de la délégation régionale (UNFT SFAX) a accordé au responsable de formation la mission de coopérer avec la responsable régionale des Micro-Crédits à la Banque Tunisienne de Solidarité. Ainsi, selon l'agrément de la réunion, cette dernière a accès aux bases de données des candidates de l'UNFT, comme elle assiste aux différentes disciplines de formation (couture, pâtisserie et coiffure). Elle contacte directement les candidates et sélectionne celles les plus concernées. Les candidates sont sélectionnées principalement en fonction de leur intérêt porté à la création de projet. A cet effet, elles ont des caractéristiques différentes en termes d'âge, de niveau scolaire et de cycle de formation parcouru.

Attentes:

Les attentes exprimées par les membres actifs de l'UNFT susmentionnés concernent la promotion de l'économie solidaire et sociale à travers la promotion des micro-projets. Ainsi, ils cherchent à initier les bénéficiaires à:

- Adopter une culture entrepreneuriale adaptée au contexte.
- Générer une idée de projet pertinente et porteuse de valeur en fonction de l'étude de leur environnement professionnel.
- Déployer les ressources disponibles en faveur de la mise en place et la mise en œuvre de leur micro-projet.
- Assurer la survie de leurs micro-projets face à la forte concurrence.

Contenu (programme de la formation):

Atelier	Contenu
Entrepreneuriat et économie sociale et solidaire.	<p>1^{er} Jour</p> <ul style="list-style-type: none"> - Initiation à l'économie sociale et solidaire. - Introduction aux opportunités offertes par certaines institutions à l'instar de la BTS. - Développement d'une stratégie d'analyse socialement innovante (SWOT/technique des six chapeaux). - Initiation à un entrepreneuriat créateur de valeur (chaîne de valeurs). - Initiation au profil entrepreneur.
Marketabilité personnelle et professionnelle	<ul style="list-style-type: none"> - Développement d'un curriculum vitae pertinent et attractif. - Développement d'une lettre de motivation convaincante et séduisante. - Développement d'un modèle Canvas.
Gestion de l'intelligence émotionnelle.	<p>2^{ème} Jour</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mise en relief des cercles vicieux et vertueux. - Gestion des émotions. - Génération du sens en positivant le stress. - Initiation au pitch.

Gestion numérique du projet.	<p>4^{ème} Jour</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définir une identité visuelle et numérique tout en développant sa visibilité à travers une: <ul style="list-style-type: none"> • Initiation à l'identité personnelle numérique. • Processus de développement de l'image de marque et la création du logo. • Initiation à la création d'un site web en fonction des CMS. • Initiation à la gestion du compte du projet sur les réseaux sociaux (cas de Facebook). - Evaluation de l'atelier et clôture.
------------------------------	---

Méthodologie pédagogique:

Dans le but de répondre effectivement aux attentes de l'association partenaire et de favoriser l'apprentissage des bénéficiaires nous adoptons une méthodologie participative dont la communication est en arabe vu le niveau scolaire modeste des participantes et dont l'animation est basée sur:

- Une ambiance courtoise pour promouvoir respectivement la communication et l'apprentissage.
- Des brainstormings qu'en fonction les bénéficiaires déduiront elles-mêmes les idées amorcées.

- Des apports à la fois théoriques communiqués à travers des diapositifs animés et peu chargés pour attirer l'attention des bénéficiaires d'une part et pour ne les ennuyer pas d'autre part, mais aussi des pratiques transmises aux bénéficiaires à travers des simulations, des mises en situation concrètes et des activités individuelles et collectives pour stimuler et renforcer l'apprentissage.

Matériel didactique et ressources d'infrastructure:

Nous nous sommes basées essentiellement dans le développement du contenu de l'atelier de la formation sur le matériel didactique subséquent:

- Pesqueux Y. (2011), Entrepreneur, entrepreneuriat (et entreprise): de quoi s'agit-il?.
- Organisation des nations unies pour le développement industriel (2014), Mon projet d'entreprise- pas à pas: guide du jeune entrepreneur.
- Beyond Reform and development. (2013), La dynamisation de l'entrepreneuriat social en Tunisie.
- Burrows, Nancy and Andrée Savard. (2012). Women at the Heart of the Social and Solidarity Economy.
- European Commission. (2013), Guide To Social Innovation.
- Robin M., Julie C.G., Geoff M. (2010), The open book of social innovation.
- Bello R. (2015), Business Model Canvas.
- 99 designs. (2015), Un logo idéal en 4 étapes: Tout ce qu'il faut savoir sur la création de logo.

- Mathieu Vénisse. (2013), Les 4 concepts clés du cercle du succès, Penser et Agir.

- Jean Levain. (2010), Cercle vicieux, cercle vertueux.

- Christophe André. (2006), Peut-on gérer ses émotions? Sciences Humaines.

- Delphine Van Hoorebeke. (2008) La gestion des émotions au travail: une revue vers une nouvelle conception du management, Humanisme et Entreprise.

- Sarah Laîné. (2017), Le bon stress, Doctissimo Psychologie.

- Futurpreneur Canada. (2017), L'art du pitch: comment devenir un as de la vente.

- ATUGE. (2014), Espace Employabilité: Conseils pratiques pour vos recherches d'emploi.

- Richard J. (2010), Réseaux sociaux et Community Management: Quels enjeux pour les entreprises?.

Ressources d'infrastructure et matériel didactique:

Un ordinateur/un data show/des photocopiés/des feuilles vierges format A4/des Stylos.

Lieu de l'Atelier:

Le local de la délégation régionale de l'Union Nationale de la Femme Tunisienne (UNFT) à Rue Mongi Slim - 4000 Sfax.

Dates et horaire de l'Atelier:

Du 26 au 29 Juin 2018. Elle est ainsi répartie sur 4 jours avec une moyenne de 4h par jour.

Processus d'identification conjointe des besoins:

Date et lieu de la réunion	Membres	Sujets abordés
Jeudi 05/04/2018 à 14h local la délégation de l'UNFT à SFAX.	Membres de l'équipe + Mr. Nadhem FEKI.	Premier contact avec la délégation de l'UNFT à SFAX. - Présentation de la nature de la visite et initiation au projet "Genre, Technologie et Innovation Sociale". - Invitation du responsable à la réunion du 12 avril à l'université de Sfax. - Sollicitation d'un accord de partenariat.
Mardi 17-04-2018 à 15h local la délégation de l'UNFT à SFAX.	Membres de l'équipe + Mme. Raoudha KAANICHE + Mr.Nadhem FEKI + Mme. Amira HAMDEN+ Mme. Najla REKIK.	Ecoute active des responsables et génération de l'ensemble de leurs besoins et de leurs attentes.
Jeudi 10/05/2018 à 14h local la délégation de l'UNFT à SFAX.	Membres de l'équipe + responsable administratif +Nadhem FEKI.	Communication de la liste des bénéficiaires, leurs caractéristiques et leurs emplois de temps.
Vendredi 11/05/2018 à 10h:30 local la délégation de l'UNFT à SFAX	Membres de l'équipe + certaines institutrices de l'UNFT.	- Premier contact avec les bénéficiaires. - Initiation à la formation et génération de leurs attentes.

Processus d'élaboration conjointe de l'atelier:

Date et lieu de la réunion	Membres	Sujets abordés
04/04/2018 salle polyvalente à l'université de Sfax.	Membres de l'équipe	Choix de l'UNFT comme association partenaire.
Du 17/04/2018 au 18/04/2018 communication virtuelle.	Membres de l'équipe	Identification des besoins de l'UNFT et développement du titre de l'atelier.
27/04/2018 de 15h à 17h laboratoire URGE à l'FSEGS.	Membres de l'équipe	<ul style="list-style-type: none"> - Communication téléphonique avec Mme. Amira HAMDEN pour s'assurer des critères de sélection des bénéficiaires. - Mise en accord sur le contenu de l'atelier et répartition des tâches.
07/05/2018 de 10h à 13h 08/05/2018 de 10h à 13h 09/05/2018 de 10h à 13h laboratoire URGE à l'FSEGS.	Membres de l'équipe	<ul style="list-style-type: none"> - Préparation de la fiche d'atelier. - Développement du contenu de l'atelier.
10/05/2018 de 10h à 12h laboratoire URGE à l'FSEGS.	Membres de l'équipe	<ul style="list-style-type: none"> - Communications téléphoniques avec Mme. Amira HAMDEN et Mr. Nadjem FEKI pour rendre visite à l'association et avoir la liste des bénéficiaires. - Préparation de la fiche d'atelier. - Développement du contenu de l'atelier.

Evaluation de l'atelier:

A la fin de la formation un questionnaire est distribué aux bénéficiaires afin de mesurer leur satisfaction. Il est adapté aux capacités des bénéficiaires (traduit en arabe comme tout le matériel de la formation). Le questionnaire porte sur les méthodes pédagogiques, les conditions matérielles, le contenu de la formation, le niveau des formatrices, leur avis sur les retombés et l'impact de la formation.



Déroulement de l'atelier 6

11.2.7. Atelier 8: Culture numérique et communication en ligne

Cet atelier est élaboré par: Wided Brabra, Islem Turki, Mariem Baklouti et Wafa Agrebi.

Objectifs des ateliers:

- Gestion du contenu web et des réseaux sociaux.
- Comment promouvoir l'image de marque de l'association (Personal Branding).

Association bénéficiaire de la formation:

Association du Développement Solidaire de Sfax «ADSS».

L'ADSS est une association de développement et d'environnement, créée lors de la réunion constitutive en date du 11 Janvier 2014. Elle a pour but de contribuer au développement solidaire local dans la ville de Sfax et d'améliorer le niveau de sensibilisation du citoyen sfaxien pour devenir actif. L'ADSS travaille en collaboration avec les différentes composantes de la société civile, les organisations et les structures nationales et internationales. Ceci, se fait dans le cadre d'une relation dynamique qui a pour but d'élever et d'améliorer la qualité et le niveau de vie. L'ADSS vise également à renforcer la place de la ville de Sfax au niveau régional, national et international. Ladite association a pour objectif de:

- Contribuer au développement de la ville de Sfax, selon une réflexion stratégique et prospective (Sfax 2030) et en partenariat avec les associations de développement de la région.

- Concevoir des idées de projets innovants pour soutenir le développement solidaire et durable de la ville.
- Contribuer à l'amélioration de la qualité de vie.
- Organiser des forums scientifiques pour le développement des outils d'observation et de suivi de l'aménagement urbain de Sfax.
- Promouvoir des coopérations et des partenariats avec des associations et des organismes au niveau national et international pour contribuer au développement solidaire et durable de la ville de Sfax.

Public destinataire de la formation:

Entre 10 et 15 jeunes femmes.
Tranche d'âge: entre 18 et 30 ans.

Attentes:

Former un groupe des jeunes capables de faire la gestion de contenu et du trafic des réseaux sociaux de l'association.

Contenus:

Module	Contenu
1. Introduction à la culture numérique.	<p>1.1. Reconnaissance intra-groupe: cercle d'araignée.</p> <p>1.2. Introduction au contexte actuel médiatique: l'avènement de l'internet dans les médias.</p>

	<p>1.3. Visibilité en ligne: LinkedIn, marketing SEO et SEM.</p>
<p>2. Montage Vidéo, Timeline et les applications en ligne.</p>	<p>2.1. Montage vidéo: Consiste à sélectionner des images ou bien des vidéos qui ont été enregistrées par caméra, puis de les assembler afin que le tout soit cohérent dans une suite logique en utilisant de logiciels spécifiques (Adobe Première Pro (sur PC) et PowerDirector (sur mobile).</p> <p>2.2. Time Line: est une représentation linéaire d'évènements positionnés sur la flèche du temps; elle associe des événements à leurs positions dans le temps le long d'une échelle graduée, ce en quoi elle se rapproche d'une chronologie.</p> <p>2.3. Les applications en ligne: connaissance de quelques applications manipulables directement en ligne grâce à un navigateur web et qui ne nécessite pas d'être installées.</p>
<p>3. Initiation à la création d'un site web.</p>	<p>3.1. Culture générale.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Avoir une culture générale sur l'évolution du web. - Analyser un site web. <p>3.2. Création d'un site web et communication en ligne.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Avoir une stratégie de communication en ligne. - Connaître des techniques basiques de création un site web.

<p>4. Réseaux sociaux (Linkedin et Twitter) et sécurité numérique.</p>	<p>4.1. Visibilité en ligne.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Profils professionnels virtuels: Linkedin. - Linkedin: optimisez votre utilisation. <p>4.2. Twitter et sécurité numérique.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Profils professionnels: Twitter. - Sécurité numérique.
---	--

Méthodologie pédagogique (ressources pédagogiques et description des activités à développer pendant chacune des journées de l'Atelier):

<p>Nom de L'atelier: Culture numérique et communication en ligne (16 heures)</p>	<p>Méthodologie pédagogique</p>
<p>Wided: Jour 1</p> <p>4 heures de formation.</p> <p>Contenus: Introduction à la culture numérique.</p>	<p>Pour réaliser les objectifs déjà fixés en adaptant la méthodologie participative on a mis en place les points suivants:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Deux groupes assistent à une classe magistrale de 2h et demi (répartie sur deux parties) pendant lesquelles les étudiants reçoivent des connaissances et des fondements théoriques sur les sujets déjà annoncés. - 4 groupes participent à des travaux pratiques pour mettre en application les concepts enseignés, favoriser l'échange des informations. <p>Une classe magistrale de 45 minutes sur un sujet spécifique par rapport au réseau social. Cela permet aux étudiantes d'avoir une base théorique du contenu proposé. Ce cours est suivi d'un séminaire d'une heure lors duquel les étudiantes réfléchissent et échangent sur les thèmes proposés.</p>
<p>Wafa: Jour 2</p> <p>4 heures de formation.</p> <p>Contenus:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Montage vidéo et Time line. - Design en ligne. 	

<p>Islem: Jour 3</p> <p>4 heures de formation.</p> <p>Contenus: Création du site web.</p>	<p>L'objectif du séminaire est de s'assurer de la compréhension des concepts théoriques. À partir des questions dirigées, les étudiants, divisés en groupes de 3 ou 4 personnes, auront l'opportunité d'échanger des idées et clarifier des doutes, ainsi qu'illustrer leurs arguments avec des exemples. Finalement, une dernière phase de 15 minutes, les étudiants sont divisés en groupes de 3 ou 4 personnes pour mettre en place une activité pratique, qui permettra aux élèves d'avoir les compétences nécessaires pour l'application pratique des matières enseignées.</p>
<p>Mariam: Jour 4</p> <p>4 heures de formation.</p> <p>Contenus:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les réseaux sociaux. - Sécurité numérique. 	

Ressources d'infrastructure et matériel didactique:

- Salle de formation + Data show: fourni par l'association, 3 Stick nodes (A3) 20 Papiers soies, 5 marqueurs permanents (bleu, noir, vert, rouge), 1 scotch.

Lieu de l'Atelier:

- Locale de l'association ADSS.
- Locale de l'association les aventuriers.
- Hôtel el Yassamine.

Dates et horaire de l'Atelier:

Du 26 au 29 Juin 2018, de 9h à 13h.

Processus d'identification conjointe des besoins:

Lors de la première réunion avec l'association le 14/04/2018 de 16h à 18h, nous avons présenté aux membres de l'association les thèmes qu'on a déjà appris; ensuite on a fait un tour de table pour fixer les modules selon le besoin de l'association. Enfin on a décidé de choisir 2 thèmes: culture numérique et communication en ligne.



Réunion avec l'ADSS

Une deuxième réunion s'est tenue le 28/04/2018 pour fixer: les dates, le lieu et le déroulement logistique de la formation avec le président de l'association ADSS. Nous avons également visité les locaux destinés pour la formation (locale ADSS, locale les aventures et Hôtel el Yassamine).

Processus d'élaboration conjointe de l'atelier:

Nous avons choisi une planification stratégique, notre objectif principal est de former un groupe des jeunes capables de faire la gestion du contenu et du trafic des réseaux sociaux de l'association.

C'est un outil de gestion qui aide à améliorer les compétences des membres. Nous avons également organisé plusieurs réunions afin de préparer l'atelier de formation, la première a eu lieu entre les membres du groupe le 21/04/2018 de 9h à 11H, on a conçu un draft de la fiche atelier ainsi qu'une répartition préliminaire des tâches.

La deuxième réunion a eu lieu le 30/04/2018 pour développer la méthodologie générale du travail (discuter des grands lignes et des thèmes fixés par l'association).

Une troisième réunion s'est tenue le 07/05/2018 pour revoir d'une manière plus détaillée les sous thèmes et le plan de la formation.

Evaluation de l'atelier:

L'évaluation se fait via un questionnaire en ligne envoyé aux étudiants à la fin de la formation.

Il porte sur le contenu de la formation, les outils et moyens pédagogiques ainsi que le niveau des formatrices.

11.3. Quelques remarques pour conclure

Dans ce chapitre, nous avons présenté l'aspect pratique du projet «Genre, technologie et innovation sociale». Dans une première partie, les directives de conception en termes d'objectifs et méthodologie ont été présentées. Quant à la deuxième partie, elle a fourni une description détaillée des différents ateliers. Quoique à la cause de la contrainte d'espace, nous n'avons pas pu inclure beaucoup de photos, nous espérons avoir donné une idée claire sur le déroulement des ateliers à travers les quelques photos incluses et à la documentation fournies par les formatrices.

Le présent chapitre, tout comme les chapitres précédents, laisse voir l'importance de la méthodologie participative et au processus d'évaluation durant l'exécution du projet. En effet, tout au long des trois phases du projet, l'évaluation constitue non seulement un concept, mais aussi une pratique clé nécessaire pour le passage à la phase suivante. Chaque partie impliqué dans le projet évalue et se fait évaluer par les autres parties (les enseignants font l'évaluation des candidates et ces dernières évaluent à leur tour les cours et les enseignants; les ateliers sont évalués par les bénéficiaires... etc.). Ce processus d'évaluation est très important pour faire le bilan du projet et en tirer des recommandations pour des actions futures. Cela constitue l'objet du chapitre suivant.



CHAPITRE 12.

Évaluer le processus et les résultats: la voix des acteurs du projet "Genre, Technologie et Innovation Social en Tunisie"

*Par
Marcela Iglesias-Onofrio*

12.1. Introduction

L'évaluation d'un projet d'intervention social constitue un événement important dans la mesure où elle nous fournit de l'information pertinente sur le degré de succès des résultats de l'intervention. Même si des indicateurs et des critères d'évaluation communément employés pour vérifier el réussite des objectifs envisagés soient appliqués, l'évaluation du succès d'une intervention n'est pas une tâche facile, notamment si nous voulons le faire dès la perspective des personnes et du contexte dans lequel le projet a été développé. En plus, dans ce cas, la difficulté se trouve sur le fait que l'évaluation se fait sur un projet qui a été conçu en combinant l'Approche du Cadre Logique (ACL) avec la Recherche-Action-Participative (RAP), et que grâce à l'utilisation de théories et de stratégies issues de la Communication pour le Développement et le Changement Social, elle a été montrée comme la formule idéale pour combiner les exigences de l'entité finançant le projet avec les besoins et désires de la population bénéficiaire.

Dans ce sens, la réalité du contexte, l'intervention dans un entourage changeant et, surtout, l'encouragement de la participation des femmes dans les processus politiques, économiques et sociaux, ont été pris en compte pour flexibiliser les conditions imposées dès la conception en faveur d'un contexte de prise de décisions en y participant et accordant, en appliquant une méthodologie de IAP.

Ainsi donc, la définition de la méthodologie, les contenus et les procédés à travers desquels ce projet s'est développé, est née d'une coordination collective entre l'Université de Cádiz (UCA) et l'Université de Sfax avec l'action coopérative et le travail en réseau. On a considéré comme agents de ce projet la communauté

universitaire, en priorité les femmes de l'Université de Sfax; le troisième secteur, les associations de différents domaines d'actuation; les municipalités et communautés d'origine des étudiantes qui ont participé dans ce projet; et la population en général. Les femmes bénéficiaires ont fait partie de la prise de décisions, de l'attention aux besoins sociaux et de l'appropriation de la formation et des pratiques technologiques. Dans une logique multidimensionnelle, la perspective de genre a encouragé le leadership des femmes comme agents de développement local et du renforcement social à travers de la coopération avec des organisations de la société civile.

À fin de mener à terme l'évaluation des résultats et une valorisation du processus du projet dans toutes ses phases, on a utilisé comme outils de collecte de données des questionnaires d'évaluation qu'on a distribués aux professeurs, aux étudiantes du cours de formation et aux assistants des ateliers. Ces questionnaires ont été fournis en différents moments du projet de façon qu'on puisse récupérer les opinions de tous les acteurs impliqués pendant la mise en place des activités pour détecter les besoins surgis et les offres d'amélioration et de pouvoir corriger les aspects nécessaires pendant le développement. D'une autre part, on a eu des réunions fréquentes avec tous les collectifs, coordinateurs, enseignants et élèves, à fin d'obtenir une valorisation plus large et un feed-back constant. Cette méthodologie a permis le dépistage de besoins et échange de propositions et solutions de manière conjointe et négociée entre les acteurs impliqués dans le même.

Dans ce chapitre on offre la valorisation des acteurs et participants à propos des différentes activités réalisées et à propos du projet dans son ensemble.

12.2. Outils d'évaluation et suivi du projet

Le bilan général des résultats atteints par le projet et de son processus, se réalise d'accord à la particularité qu'il intègre les approches d'évaluation de deux types de conception de projets. D'un côté, et, en répondant aux conditions requises par l'AACID, sa formulation répond aux ACL et compte sur une Matrice de Planification du Projet (MPP), dans laquelle les objectifs, les activités, les indicateurs et les sources de vérification sont déterminés afin de mener à terme le suivi et son évaluation, en fonction des résultats planifiés. D'un autre côté, on recourt à la RAP pour développer les phases d'intervention dans la communauté locale, pour la réussite d'une perspective réaliste située en contexte et en s'occupant des besoins sociaux et humains des bénéficiaires et des entités. Alors que dans l'ACL l'évaluation est un processus déjà intégré qui se réalise de façon parallèle au projet, il s'applique sur la MPP et s'oriente à l'évaluation des résultats suivant les critères classiques d'efficacité, efficience, impacte et durabilité (parmi d'autres), dans la RAP, l'évaluation se conçoit comme un domaine de plus de la participation et de l'apprentissage, car son niveau de formalisation est beaucoup moins. Dans ce deuxième cas, il s'agit d'un processus continu de réflexion sur l'action qui se mène à terme parmi tous les acteurs du projet (et pas seulement les experts) de façon qu'elle puisse être réorientée s'il y aurait besoin (Callejo y Viedma, 2005: 200).

Dans le but d'offrir une évaluation générale des résultats et du processus on fait appel à l'exploitation de données obtenues à travers des questionnaires d'évaluation qu'on a distribués aux enseignants et aux élèves du cours de formation. À la finalisation de chaque cours de formation, les élèves et les enseignants ont rempli un questionnaire online pour donner son avis et évaluer le

déroulement de l'activité et, au même temps, pouvoir détecter les besoins survenus et les améliorations à faire. De cette façon, selon la méthodologie de participation-action, dynamique, flexible et de feed-back, tous les agents de la formation ont pu participer à l'évaluation et aux propositions d'amélioration (Alguacil, et.al.: 2006).

L'avis des enseignants s'est récupéré dans un bref rapport, avec une rédaction libre et ouverte, à propos de l'expérience de formation dans l'entourage présentiel et virtuel. D'une autre part, on leur a demandé qu'ils remplissent un questionnaire online avec des questions, à échèle Likert, dans lequel il devait évaluer:

- a) **Le développement de l'activité formatrice** (accomplissement des objectifs prévus, adéquation des ressources didactiques, satisfaction du travail réalisé et des résultats, etc.).
- b) **La participation des assistantes au cours** (attitude participative et implication du groupe, communication et relation avec les élèves, intérêts du groupe...).
- c) **L'organisation du cours** (coordination et coopération reçues du personnel technique, information reçue, satisfaction de l'organisation).
- d) **Les installations.** Le taux de réponse du questionnaire aux professeurs a été du 100 %. En plus, les enseignants ont eu des exposés informels à caractère présentiel avec l'équipe technique à Sfax et virtuel avec les coordinateurs du projet à partir desquelles on a relevé les perceptions, commentaires et suggestions d'amélioration.

On a envoyé un questionnaire online à la fin de chacun des 9 cours de formation aux élèves formées avec le but d'obtenir la

valorisation désagrégée de chaque cours et de chaque formateur. Le questionnaire avait des questions à échèle Likert pour évaluer:

- a) **Les contenus du cours** (intérêt des sujets abordés, contenus théoriques, applicabilité des exemples pratiques).
- b) **La méthodologie d'enseignement du professeur** (connaissance des sujets exposés, clarté dans l'explication).
- c) **Le groupe d'élèves** (participation active, intérêt montré, ambiance du cours et communication parmi les élèves).
- d) **L'organisation du cours** (documentation reçue, horaire du cours, installations, l'attention de l'équipe organisateur).
- e) **La valorisation global du cours**, et, finalement, une question ouverte pour faire des commentaires et des propositions.

Au terme du projet, à l'issue de la formation, de la conception et du déroulement des ateliers, on leur a demandé de compléter un questionnaire global qui ajoutait, en plus, des questions ouvertes reliées aux deux phases du projet, la formation reçue, et les ateliers qui ont été faits. Le taux de réponse du questionnaire global aux élèves formées a été du 92 % (23 sur 25 ont répondu).

En ce qui concerne les cours de formation, on leur a demandé à propos de la contribution du même à leur trajectoire personnelle et professionnelle: ce qu'elles avaient appris, dans quel degré elles évaluaient l'accomplissement ou non des expectatives du cours, les points forts et les faibles de la formation reçue, le besoin ou non de compléter la formation avec une autre activité et les bénéfices personnels et professionnels obtenus.

Par rapport aux ateliers conçus et proposés, on voulait connaître

ce que l'expérience, en tant que formatrices, leur avait apporté, si après l'atelier, elles auraient modifié une question en ce qui concerne la démarche initiale du même, et à propos de l'expérience et les résultats du contact qu'elles ont entretenu avec les associations et avec les personnes externes à leur domaine personnel, académique et/ou professionnel.

Les perceptions et estimations des élèves concernant le développement des trois phases du projet (la formation, conception et proposition des ateliers) se sont complétés avec trois réunions formelles avec l'équipe technique et les coordinateurs du projet; une première, au début du même, à fin de présenter les objectifs et les phases du projet et connaître les attentes des étudiantes; une autre, à la fin du cours de formation, avec les élèves et les associations locales dans le but de éclaircir des doutes sur la deuxième et troisième phase de la conception et proposition des ateliers; et une troisième, pour l'exposition des programmes des ateliers faites par les élèves et de l'estimation et recommandations d'amélioration de l'équipe coordinateur. En plus, plusieurs exposés informels ont eu lieu pendant le développement de tout le projet. Tous ces automatismes ont permis une communication fluide et constante parmi les participants du projet, garantissant le suivi du processus de recherche-action pour se convertir à l'essence du cycle de réflexion-action-réflexion. Comme l'indique Latorre (2005: 82):

La réflexion constitue un des moments le plus important du processus de recherche-action et ce n'est pas une phase isolée ni quelque chose qui arrive à la fin du projet, mais une tâche qui se réalise pendant toute sa mise en œuvre.

Pendant la conception des ateliers, les élèves qui ont joué le

rôle de formatrices ont eu l'autonomie pour travailler de façon collaborative et conjointe avec les associations des communautés locales à propos des besoins et intérêts à fin d'orienter les contenus de cette formation. Ceci leur a permis faire face au défi de la cession, de l'appropriation et de l'autonomisation des femmes face aux technologies et les pratiques sociales interactives et ouvertes, et en plus, de réussir à avoir un rôle remarquable en tant qu'interlocutrices face aux associations civiles de grande importance, au sens du genre. C'est à cette phase quand les élèves formatrices encouragent, stimulent et s'approprient du processus de recherche-action, par concevoir et dérouler les ateliers à partir de la relation avec le collectif de l'association choisie. C'est pourquoi la RAP se comprend à la fois comme une méthode de recherche et un processus d'intervention sociale, qui a, pour objectif, fournir à la communauté des recours pour mettre en place des actions qui contribuent à résoudre des besoins identifiés, par la propre population, comme pertinents.

«Tout le long de ce processus des procédés convenus et participatifs s'articulent en permettant aux gens atteindre trois objectifs principaux: faire des recherches à propos de leurs problèmes, formuler des interprétations et analyses sur leur situation, et, finalement, élaborer des programmes pour les résoudre» (Francés, 2015: 57).

Los ateliers ont été évalués par les assistants sur la base d'un questionnaire conçu *ad-hoc* par chaque groupe de formatrices sur l'activité qui s'était développée. De cette façon, le feed-back des assistants aux ateliers a permis, aux bénéficiaires de premier ordre, de compter sur un autre élément de plus pour la réflexion et l'apprentissage, question qui se visualise en analysant ses estimations à la fin du projet.

12.3. Résultats, limitations et estimation du processus

La première phase du projet, la formation des femmes étudiantes et entrepreneuses tunisiennes à partir de la formation de 216 heures afin d'obtenir le diplôme d'«Agent de dynamisation sociale, gestion de technologies et innovation sociale», a eu lieu selon la conception initiale. Les 9 cours de formation ont été menés à terme et évalués en temps et forme et on a obtenu une estimation satisfaisante tant pour les élèves que les formatrices, tel qu'on peut le constater dans les sections suivantes. En tant qu'une des principales réussites du projet, il faut souligner la cohésion du groupe de élèves, son esprit d'équipe et implication dans le projet, qui ont possibilité une très bonne ambiance en cours et une relation de confiance mutuelle avec la technicienne sur le terrain et avec l'équipe de coordination locale.

Pendant la mise en œuvre du projet, on a détecté quelques limitations qui ont dérivé en légères modifications de ce qu'on avait planifié et que nous expliquons à continuation. Dans le processus de sélection des élèves comme premières bénéficiaires de la formation, si bien initialement on avait prévu une proportion 50 %-50 % entre élèves de DEA/DESS de l'Université et jeunes entrepreneuses et/ou chefs d'entreprises, les dossiers reçus ont motivé que la grande majorité des élèves soient de l'Université de Sfax. Des 30 élèves qui ont commencé le cours, 25 l'ont achevé, 21 étudiantes et 4 entrepreneuses. Pendant la première semaine de formation quelques élèves ont abandonné le cours en raison de la difficulté de concilier les cours et la vie familiale et, dans certains cas, professionnelle.

Certains des inconvénients techniques et de gestion détectés et résolus de la meilleure façon possible ont été: des problèmes de connexion à Internet sans fil dans la salle de cours, qui s'est réglé

grâce à un modem, même si, parfois, la connexion était très lente; la difficulté au contact direct avec les fournisseurs tunisiens pour les réserves d'hôtel et l'achat de fourniture de bureau par la technicienne espagnole sur le terrain, ce qui a obligé à compter sur un intermédiaire tunisien de l'Université de Sfax; et une certaine lenteur lors l'assignation des paiements par l'administration économique de l'UCA, dû aux conditions normatives requises en ce qui concerne la gestion des factures avec des fournisseurs à l'étranger. On a dû aussi faire face au défi de gérer de façon conjointe le temps disponible pour la réalisation du projet et les "temps de la bureaucratie" des institutions impliquées, dans ce cas, les Universités et l'AAECI, au moment de faire les démarches pour les autorisations pertinentes pour certaines modifications d'activités et des postes budgétaires qui ont survécu au fur et à mesure du déroulement du projet.

Du point de vue formatif, on a fait référence que certains enseignants auraient pu faire un peu plus d'effort afin d'adapter le contenu de leurs cours au contexte tunisien dans le but de saisir un plus grand intérêt de quelques élèves:

«Quelques formateurs-trices n'ont pas fait de petites recherches sur la réalité en Tunisie (digitale, sociale et entrepreneuriale) donc quelques théories et exemples ont été inutiles».

D'un autre côté, le manque de ponctualité des élèves en certaines sessions a obligé à quelques professeurs de commencer les cours plus tard de l'horaire prévu ou à devoir faire une révision de ce qu'ils avaient expliqué à première heure, pour que les élèves retardataires ne se sentent pas perdus. La solution adoptée, dans ce dernier cas, a été de demander des volontaires pour qu'elles expliquent brièvement à leurs collègues les contenus abordés, qui a permis de les réviser et les mieux assimiler et mettre en pratique la compétence pédagogique.

Il faut mettre en avance que la présence de l'équipe technique sur le terrain et de l'équipe de coordination local chaque jour de la formation, a permis recueillir et trouver solution aux besoins issues, ce qui se relève des estimations et du remerciement tant des élèves que des enseignants.

Dans la deuxième phase du projet, la conception des ateliers négociés avec les associations locales était prévue à travers un processus de recherche-action participatif. Les élèves formées ont constitué 8 groupes. Deux groupes (Groupes 4 y 5) ont décidé de collaborer pour la conception d'un même atelier qu'elles feraient dans deux associations locales différentes, puisqu'elles ont repéré des besoins similaires pendant leurs rencontres avec ces entités. Après l'évaluation appropriée du projet par les coordinateurs, on a décidé que les 8 ateliers répondaient aux conditions exigées de qualité et, pourtant, ils ont été réalisés dans des associations locales de Sfax pendant les mois de juin et juillet 2018.

Dans le Chapitre 11, on peut constater le processus participatif mené à terme par chaque groupe d'élèves avec les entités locales, ainsi que la thématique des ateliers, la méthodologie et les ressources pédagogiques utilisés, etc. Les ateliers ont eu comme publique destinataire, dans la majorité, des femmes, de différents âges et niveau socio-éducatif, des groupes de jeunes aux femmes âgées. La formation, à travers les ateliers, a atteint 101 personnes. Une moyenne de 15 personnes a assisté à chaque atelier, ce qui a rendu facile un travail et un suivi plus personnalisé. Les ateliers ont intégré, principalement, des contenus reliés à la communication et à la culture digitale appliqués à l'entrepreneuriat et à l'innovation sociale, la promotion de projets associatifs dans le cadre de l'économie collaborative et solidaire et la gestion des émotions dans l'intervention sociale.

12.4. La voix des enseignantes

L'opinion des enseignantes s'est recueillie à travers une enquête et un rapport d'enseignement rendu à la fin du cours qu'elles ont donné. Leur évaluation a été très positive car elles ont affirmé avoir pu atteindre les objectifs prévus dans chaque cours (6 des 9 formatrices ont qualifié cette section comme "excellente" et 3 comme "satisfaisante") et développer de la méthodologie d'une manière adéquate. À l'égard des résultats obtenus, pour quatre d'elles ont été "excellents", pour autres quatre "satisfaisants" et une l'a qualifié d'insuffisant, en expliquant qu'elle fait allusion au niveau de quelques travaux d'évaluation collective que les élèves ont présenté dans sa matière, en insinuant que la raison puisse être la faute de temps pour s'y employer.

En termes généraux, les professeurs pensent que le degré de participation et d'implication du groupe d'élèves a été élevé: cinq le considèrent "excellent" et quatre, "satisfaisant". La même estimation est reflétée, quant à leur perception du degré d'intérêt des élèves pour les matières apprises et dans la partie à propos de la communication et de la relation de l'enseignant avec les étudiantes. Une des enseignantes explique:

«Grande motivation de grande part des élèves ainsi qu'un grand niveau de réflexion, connaissances et compétences. Bon ambiance et encouragement entre elles pour mener à bien la tâche».

En quelques sessions ponctuelles, une enseignante a expliqué que la diversité linguistique compliquait l'accomplissement des exercices pratiques, question qui s'est résolue en utilisant le français, l'anglais et l'arabe alternativement, puisque l'objectif était de pratiquer les compétences pédagogiques.

La méthodologie de l'enseignement, dynamique et participative, a amélioré dans un majeur degré l'interaction des élèves, ce qui a renforcé le travail en équipe et l'apprentissage collaboratif. Comme l'affirment deux professeures:

«Les résultats ont été très satisfaisants, étant donné que le degré de motivation et la pluralité des voix au moment de participer ont augmenté au fur et à mesure des quatre sessions. Pour ceci, la méthodologie participative, interactive et collaborative a été clef. Méthodologie suggérée par la professeure, cohérente avec le propre langage digital, interactif et multifonctionnel, une idée clef que les étudiantes ont appris, tel que le montrent leurs travaux respectifs d'évaluation. Ceux-ci présentent des idées brillantes, conforme avec celles qui émergeaient des exercices et débats en cours. Chaque session finissait avec des conclusions tirées des élèves mêmes à partir des questions dirigées et les exercices pratiques, qui étaient, après, intégrées à la présentation Power Point de la professeure et téléchargées sur le Campus Virtuel, en faisant des élèves des agents actives de la production de connaissance et en inspirant un esprit collaboratif d'échange. Les élèves ont mis de relief qu'elles se sentaient écoutées et que leurs opinions et commentaires étaient pris en compte, contrairement au système où elles ne peuvent pas faire de critiques de ce que les professeurs enseignent».

«La formation a été développée de façon très participative. Les activités ont été faites en groupe en tout moment, en promouvant le travail en équipe et le leadership horizontal».

Un des enseignants souligne la plateforme virtuelle comme une ressource de grande utilité pour se coordonner avec le reste des professeurs à propos du contenu à dispenser et éviter des chevauchements:

«L'utilisation de la plateforme en ligne était, pour ma part, plutôt efficace, notamment, à travers la possibilité d'aller consulter les cours des autres intervenants afin d'accorder les contenus et éviter les redondances».

Une autre professeure a conseillé d'incorporer dans le cours un plus grand contenu de genre et des théories féministes, puisqu'elle considère que c'est une connaissance nécessaire pour aborder les sujets de discrimination et de violence de genre. Elle a aussi proposé que la matière «Vie privée et sécurité des TIC au sens du genre» devrait se dispenser juste après du cours «Software libre et culture digitale», tous deux au début du cours de formation, car ils sont thématiquement proches et c'est une façon de que les élèves connaissent les risques et dangers de l'utilisation des TIC et la façon de les prévenir dès le début.

En ce qui concerne à la coopération reçue de part du personnel technique et le degré de satisfaction avec l'organisation en général, huit enseignants l'évaluent comme «excellent» et un, comme «satisfaisant».

Quant à l'évaluation des installations, une professeure a proposé de disposer d'une salle d'informatique pour faire des exercices pratiques sur ordinateurs fixes, avec les programmes software adéquats et une connexion Internet plus rapide. Deux autres professeurs ont remarqué qu'il serait intéressant que chaque élève ait un ordinateur connecté à Internet afin qu'elles puissent faire des exercices pratiques et des recherches individuelles et collectives en cours. Une autre enseignante a pointé le besoin, en cours, de haut-parleurs plus puissants pour assurer une correcte réception des ressources audiovisuelles. Par rapport au confort des installations, à la disposition du mobilier, la clarté, l'aération, le silence et la sécurité, ils sont tous évalués comme très adéquats.

12.5. La voix des élèves formées: les femmes protagonistes du projet

Dans un projet d'intervention social et transfert comme celui qui s'est développé ici, en suivant une méthodologie de RAP, la voix des femmes bénéficiaires de premier ordre, protagonistes du projet dans son ensemble, s'est fait entendre dès le premier jour. Dans le cadre de l'Acte d'inauguration et présentation du projet à l'Université de Sfax, un atelier pratique avec dynamiques de groupes a eu lieu afin de connaître leurs attentes personnelles et professionnelles, individuelles et en ce qui concerne le groupe et ce dont elles avaient pensé apporter au projet. Les coordinatrices espagnoles et tunisiennes ont dynamisé l'atelier avec l'appui de la technicienne sur le terrain.

Concernant les attentes individuelles, les élèves ont manifesté l'intérêt d'obtenir une excellente formation, acquérir et développer de nouvelles compétences techniques et professionnelles et générer de nouvelles idées reliées au monde associatif et des affaires. D'une autre part, il faut souligner, qu'elles expriment le désir de devenir des femmes d'affaires, entreprendre leur propre projet, être des leaders dans la vie associative, des femmes à succès au niveau professionnel et personnel, des femmes libres et actives dans leur société. Dans leurs propres mots:

«Devenir une femme d'affaires», «Je veux être une femme de pouvoir ayant ma propre entreprise», «Une femme entrepreneure (leader) dans la vie associative», «Réussir à créer mon propre projet», «Être une femme libre et active dans la vie sociale», «Réussir ma vie professionnelle et familiale».

Leurs mots montrent le niveau d'autonomisation que la majorité d'élèves présentent, même avant de commencer le projet et de leur intention de se projeter professionnellement comme entrepreneuses avec un fort compromis avec la vie associative de leur communauté.

Les attentes de groupes font référence, d'un côté, au désir d'apprendre des expériences de leurs collègues et, d'un autre, à partager leurs propres idées et connaissances, le tout, dans un contexte d'apprentissage collectif et interactif, de travail en équipe. Beaucoup d'étudiantes indiquent comme attentes celle de générer un réseau de contacts professionnel mais aussi personnel, de nouvelles amitiés. Quelques-unes expriment aussi le désir de contribuer au changement de mentalité et de mettre en place des projets qui mènent à un changement significatif avec un impact à long terme. Ainsi l'expriment-elles:

«Je veux partager mes idées avec le groupe, apprendre des expériences des autres», «Avoir une nouvelle famille de nouveaux amis, un groupe des femmes d'affaires en force», «Faire mon réseau professionnel avec les étudiantes aussi que les associations», «J'aimerais avoir un impact à long terme et changer les mentalités».

Quant à ce qu'elles comptent apporter au projet, elles sont d'accord de souligner: la collaboration, le dynamisme, la motivation, le travail en équipe, l'esprit de leadership, l'énergie positive, les connaissances et les expériences.

L'enquête finale réalisée par les élèves à la fin du projet, nous donne de l'information très pertinente afin de vérifier dans quelle mesure leurs attentes ont été accomplies. Selon les données obtenues, le projet complet a été évalué en moyenne avec un 8,5 sur 10 points. Par rapport aux attentes initiales, un 43,5 % montre que le projet a été à la hauteur des attentes alors que pour un 21,7 % elles ont été par-dessus et pour un 26,1 %, bien au-delà.

La formation reçue dans la première phase du projet a été évalué par les élèves dans les enquêtes en fonction de l'intérêt des sujets abordés avec un 8 de moyenne et la proximité des contenus à la réalité reçoit 7,9 sur 10 points. Les élèves ont évalué les formatrices par le niveau de connaissance des matières abordés avec 7,9 points en moyenne, la clarté de l'exposé, avec 7,7 et la clarté des exemples, avec 8,1 sur 10 points.

Face à la question sur ce qu'elles ont appris dans le cours de formation, plusieurs des élèves font référence à l'obtention de nouveaux concepts reliés à la technologie, en particulier à la cybersécurité, l'économie collaborative et l'innovation sociale: «J'ai eu la chance d'apprendre de nouvelles notions (développement et innovation sociale) et surtout j'ai acquis de nouveaux outils pour un agent de dynamisation sociale», «Des informations nouvelles par rapport aux technologies et surtout le cyber security», ce qui démontre le besoin d'incorporer de la formation à propos de ces thématiques dans le domaine universitaire. En plus, elles disent avoir appris et travaillé plusieurs compétences professionnelles comme les aptitudes communicatives, le travail en équipe, la capacité d'analyse critique, le gestion des émotions et de nouvelles stratégies d'enseignement:

«Un toolkit complet pour s'avancer dans la vie entrepreneuriale», «Parler en public, comment être sécurisée, comment utiliser l'internet positivement, comment accepter mes émotions pour développer une intelligence nouvelle». «La communication et le travail en groupe», «Développement de l'esprit analytique et communicatif».

Comme points forts de la formation les élèves ont identifié:

«La majorité des enseignants était expert en leurs matières

ce qui a augmenté notre concentration, motivation (...) la méthode d'enseignement active (...) les formateurs étaient globalement trop sympa et avaient le don d'enseigner!», «contenu varié», «les ateliers innovants», «la diversité des profils des participantes», «l'organisation et la mise à jour de la plateforme, les ateliers pratiques», «la construction de nouvelles relations». «Un programme extensif qui couvre tous les aspects requis dans la vie entrepreneuriale (compétences sociales, techniques, personnelles...) basé sur une répartition très efficace (4 jours/9 semaines). Un autre point fort c'est la diversité hebdomadaire des formateurs aussi que le travail professionnel de la coordination y compris la technicienne qui a pris en charge presque tous les détails qui concernent les participantes».

Parmi les points faibles, les élèves ont indiqué que la méthodologie appliquée par certains enseignants n'a pas été interactive ni dynamique comme on l'attendait, ainsi qu'elles auraient voulu une plus grande coordination parmi les professeurs du cours pour éviter une certaine répétition du contenu.

Une des élèves a commenté qu'elle aurait aimé concevoir un projet d'intervention avec l'association civile et pas seulement un atelier formatif, ce qui nous fait réfléchir sur la possibilité de faire une place à cette activité dans des futurs projets.

«L'organisation de projet était parfaite la qualité des formateurs-trices était superbe (au-delà de mes attentes) la seule part qui n'a pas atteint mes attentes, c'est après la formation. Je pensais qu'on ferait un vrai projet avec les associations et pas seulement une formation. Malgré ceci, ça a été une incroyable expérience».

Une autre élève a mis l'accent sur l'importance de continuer à se former de façon continue sur les sujets du cours et, dans ce sens,

elle considère qu'un deuxième cours de formation devrait être proposé un an plus tard destiné aux premières bénéficiaires:

«La formation me semble parfaite, sauf que pour certains thèmes il faut penser à la formation continue. L'évolution et l'innovation se joue à long terme. Donc je propose une deuxième session de formation dans un an, par exemple, pour les bénéficiaires du projet».

Parmi les avantages personnels et professionnels obtenus pendant le cours de formation, elles mettent en avance l'acquisition de nouvelles connaissances et expériences, de compétences professionnelles comme le travail en équipe, la gestion du temps, la communication orale, la gestion des groupes, les nouvelles techniques d'enseignement, l'ouverture culturelle et l'intégration dans le monde associatif.

«Au niveau personnel, j'ai fait beaucoup de nouvelles connaissances, une sélection d'étudiantes hyper sympas. J'ai aussi connu de nouvelles associations et je me suis intégrée plus dans la vie associative, je pense même à un stage d'échange professionnel avec eux. Au niveau professionnel, les modules qu'on a eu correspondent parfaitement à mes besoins. Je sens déjà la différence avant-après la formation!».

«Eh bien, la formation résume un tas de choses que je voulais étudier à l'université, mais n'ai jamais fait. Sur un plan personnel, j'ai atteint le point où je sais que l'entrepreneurship social est mon truc. Donc je suis totalement satisfaite sur le plan personnel et professionnel».

«Bénéfices personnels: La patience, persévérance, et l'esprit de groupe; bénéfices professionnels: comment

pitcher son projet, notions de l'économie collaborative, stratégies de marketing numériques...».

«L'ouverture sur d'autres cultures et les nouvelles connaissances».

«De nouvelles connaissances qui m'ont formé et m'ont aidé à former d'autres personnes».

Le fait que plusieurs élèves disent que le cours formatif leur a permis d'obtenir une plus grande auto-connaissance et renforcer en elles-mêmes est intéressant:

«Une autre expérience et une autre aventure qui m'a aidé de plus découvrir moi-même, mes faiblesses et mes forces».

Les étudiantes ont souligné la participation active et l'intérêt manifesté du groupe avec un 7,5 respectivement et l'ambiance dans la classe avec 7,7 points de moyenne, tandis que la communication parmi les propres étudiantes a reçu un 7,8. Par rapport aux installations et l'équipe technique, ils ont été ponctués avec 8,4 points de moyenne et l'horaire du cours avec 7,8 points. Lorsqu'un 60,9 % des étudiantes considère que la durée du cours a été suffisante, le 26,1 % pense qu'elle a été longue et un 13 % qu'elle a été courte. Finalement, elles ponctuent avec 8,9 de moyenne l'attention reçue par le personnel de l'organisation.

12.6. La voix des élèves dans leur rôle de formatrices: leur expérience aux ateliers déroulés dans les associations locales

Pendant la deuxième phase du projet, les élèves formées devaient concevoir, de façon participative et avec l'association locale qu'elles avaient choisie, un atelier de formation pour les membres de l'association ou d'autres collectifs bénéficiaires des activités de l'entité. Elles ont conçu 8 ateliers qui se sont développés pendant les mois de juin et juillet 2018, notamment, la troisième et dernière phase du projet.

Les étudiantes, en tant que bénéficiaires de premier niveau et dans cette étape comme formatrices, elles ont évalué les ateliers qu'elles ont désignés et dispensés à partir de l'expérience vécue. En termes des objectifs atteints à chaque atelier, 8 des élèves formatrices se sont montrées très satisfaites, 10 satisfaites et 5 normal. À propos du niveau de satisfaction avec le travail réalisé, 9 se sont montrées très satisfaites, 11 satisfaites et 3 normal. En ce qui concerne le degré de satisfaction avec les résultats obtenus, 10 ont été très satisfaites, 9 satisfaites et 4 normal.

Dans l'évaluation du groupe des participants aux ateliers, 11 ont dit qu'elles étaient satisfaites de l'intérêt montré par les assistantes, 8 satisfaites, 3 normal et 1 moyen. Elles ont évalué l'implication des assistantes dans des termes similaires: 7 ont exprimé qu'elles étaient très satisfaites, 12 satisfaites et 4 normal.

L'expérience, en tant que formatrices des ateliers, leur a rapporté des bénéfices en termes de:

«Gestion du temps au cours de l'atelier», «Savoir

être flexible et s'attendre à des imprévus tels que les disponibilités des autres, les horaires, etc.», «Maîtriser la classe surtout quand on introduit un débat», «Maîtriser ses réactions et son comportement [des participants]», «Savoir gagner l'attention de l'auditoire, aborder des exemples réels et qui les touchent de près, utiliser des méthodes actives pour enseigner, des activités, des ice breakers au début des séances, des débats, etc.».

Mais elle a aussi contribué à l'autonomisation en tant que femmes professionnelles, capables de transférer leurs connaissances techniques aux collectifs destinataires qu'à priori peuvent être plus complexes, comme des âgées ou de classes sociales différentes. Après l'expérience, elles assurent s'être senties satisfaites d'avoir pu faire face avec succès les difficultés, en consolidant leur assurance, la capacité d'autogestion et d'autocritique. Selon les mots des étudiantes:

«L'opportunité d'être une formatrice m'a aidée d'avoir plus de confiance en moi-même et de ne pas hésiter de faire quelque chose de nouveau pour acquérir de l'expérience même s'il avait des difficultés. C'est nécessaire de voir l'opportunité dans toutes difficultés».

«Et j'ai appris comment former des personnes d'âges et catégories différents que moi».

«Enseigner des femmes âgées et bleu en informatique».

«Confiance en soi, je me sens capable de faire des formations avec succès sans aucun doute. Un sentiment de satisfaction et une expérience qui développe la confiance en soi».

«Le développement de l'écoute active et de la capacité de relance, l'autogestion et l'auto-amélioration en positivant l'autocritique».

Du contact avec les associations et avec des personnes étrangères au contexte personnel, académique et/ou professionnel, elles reconnaissent comme principales contributions: connaître de près le travail des associations et leur potentiel en tant qu'acteurs qui contribuent au développement local, la possibilité d'éprouver l'innovation sociale dans le domaine associatif, en interagissant avec leurs membres de façon collaborative et empathique, augmenter leur réseau de contacts personnels et professionnels et faire de nouvelles amitiés. Elles l'ont exprimé ainsi:

«Nouvelles idées, une grande opportunité du travail avec les associations sur des sujets innovants».

«Ça m'a permis de pouvoir toucher le besoin des membres de l'association ce qui nous a aidé à préparer un atelier bien ciblé».

«À travers les associations aussi, j'ai eu plusieurs contacts de leurs membres, je pense même à un stage avec eux!».

«Savoir plus sur le domaine associatif».

«Implanter le concept d'innovation sociale dans l'association».

«Beaucoup de tolérance, patience et sens d'écoute».

«La nécessité de sortir de ma zone de confort pour élargir mon réseau personnel aussi que professionnel».

«Plus de réseaux de contact et échange».

«Plus de capital relationnel, et même l'amélioration de la langue».

«De nouvelles amitiés».

12.7. La voix des coordinatrices et de l'équipe technique du projet

Le genre d'activités prévues au projet et la période de mise en œuvre du même, nécessitait le contact quotidien des membres de l'équipe coordinateur et technique en Espagne et en Tunisie. Afin de faire plus facile la communication quotidienne et d'accélérer le processus de prise de décisions et de résolutions des questions au fur et à mesure qu'elles se présentaient, l'application Slack a été utilisée comme canal de communication interne, et Google Drive comme espace pour l'édition conjointe de documents et pour l'archive de toute la documentation du projet. Des réunions présentielles et virtuelles se sont aussi menées à terme, essentiellement au début de chacune des trois phases du projet et à la fin du même.

L'équipe de coordination et technique hispano-tunisienne s'est montrée très satisfaite avec les résultats du projet. L'équipe espagnole a vu dépasser les attentes d'amélioration par rapport au projet qui s'est déroulé au Maroc l'année précédente. Évidemment, le changement du contexte et des acteurs ont fait survenir un autre genre de difficultés et restrictions qui ont été résolues au fur et à mesure et qu'elles font part de l'apprentissage permanent.

Tous les membres de l'équipe de coordination et technique conviennent que développer le projet dans une ambiance de travail collaboratif de soutien mutuel a été gratifiant; et dans lequel, la présence de la technicienne espagnole à l'Université de Sfax, María Rubio, a eu un rôle important. Et pas seulement en ce qui concerne le soutien apporté aux enseignantes et aux élèves

pendant le cours formatif, mais aussi d'avoir été le lien avec d'autres entités qui ont manifesté leur intérêt au projet pendant son déroulement.

La diffusion quotidienne des activités du projet aux réseaux sociaux et la participation aux événements auxquels nous avons été invités, comme le «Salon des Femmes Chefs d'Entreprise - Journée Forum Économique», organisé par l'Association des Femmes Chefs d'Entreprise le 14 février à Sfax, et UNIVEXPO, organisé par l'Université de Sfax, le 9 et 10 juillet, ont contribué à générer des synergies pour la possible collaboration aux futurs projets avec d'autres acteurs. En effet, le Ministère de la Femme, de la Famille, de l'Enfance et des Seniors de Tunisie a offert son soutien afin de collaborer au projet et a envoyé une technicienne pour présenter le programme d'entrepreneuriat des femmes RAÏDA aux élèves du cours à l'Université de Sfax le 4 avril 2018.

En plus, l'Ambassade espagnole en Tunisie a été présente à la session de clôture de la première phase du projet le 5 avril et, tant le Responsable de Programmes de la Coopération espagnole comme le Consul espagnol, ont montré leur intérêt au projet. Tel que remarquent les coordinatrices tunisiennes, tous ces contacts ont permis «une ouverture d'horizons pour l'Université de Sfax». Il faut aussi recenser l'intérêt montré par d'autres Universités tunisiennes qui, en connaissant le projet, ont demandé qu'il se réalise dans leurs centres. Dans ce sens, l'UCA et l'Université de Sfax travaillent, en ce moment, à la proposition d'un projet plus large et ambitieux, y compris d'autres Universités et entités gouvernementales, pour la présenter à une procédure de sélection de l'Union européenne.

L'équipe de coordination tunisienne a aussi insisté que le projet a permis non seulement consolider le travail collaboratif académique parmi les deux Universités à travers la formation, mais aussi, il a rendu possibles le rapprochement et le transfert à la société civile en comptant sur les actions développées avec et pour les associations locales.

12.8. Un projet amélioré et répliquable

La réalisation du projet à l'Université de Sfax (Tunisie) pendant l'année scolaire 2017-2018 prouve le succès de sa replicabilité étant donné qu'elle constitue la deuxième mise en place du projet original, adapté et amélioré, qui s'était mis en œuvre à l'Université Abdelmalek Essaâdi, à Tanger (Maroc) pendant l'année scolaire 2016-2017.

Comme nous avons vu, l'intérêt suscité chez d'autres acteurs locaux et centraux tant en Tunisie qu'en Espagne, ouvre une nouvelle voie de collaboration pour concevoir un projet plus large, qu'intégrera les apprentissages et l'expérience acquises pendant le déroulement des deux premières éditions aussi que de nouvelles propositions qui viennent de la main de nouveaux agents qui participeront au partenariat.

C'est clair que la coopération internationale interuniversitaire établie à partir d'une approche intégrale qui inclut des actions de formation, recherche et transfert, et qui, à son tour, inclut à ses projets d'autres acteurs publics, privés et du troisième secteur, constitue un pilier afin de promouvoir l'innovation et la transformation sociale. Dans ce sens, nous sommes d'accord avec Melero & Fleitas (2015: 223) quand ils soulignent le rôle des Universités en tant qu'agents qui contribuent à soutenir le

processus de RAP, en encourageant l'échange des enseignants, méthodologiques et de bonnes pratiques -comme nous l'avons pu constater le long du cours de formation- et encore plus important, leurs actions se projettent au-delà des murs universitaires afin de servir d'accompagnement dans la transformation des communautés locales- dans notre cas, à travers l'identification de besoins, la conception participative et la diffusion des ateliers dans les associations locales-.

Les résultats du projet en Tunisie nous réaffirment, dans la méthodologie, combiner les deux approches de projets: l'ACL et la RAP. D'une part, parce que l'autonomisation des femmes n'aurait pas eu lieu si on ne les reconnaissait pas en tant qu'agent actifs dans le processus, avec autonomie pour la prise de décisions et l'action. Cela a entraîné avoir un niveau d'incertitude dans la conception du projet, et donc, a obligé à réaliser une évaluation du processus. Comme le disent Preskill & Beer (2012: 21):

«Les connaissances et la clarté fournies par l'évaluation développementale-sur l'influence et les effets d'une innovation sociale- font beaucoup plus probable que les objectifs de l'intervention soient atteints».

D'une autre part, le projet s'est transformé en un processus constant d'enseignement-apprentissage, tant dans le domaine de l'éducation formelle que dans les domaines non-formels et informels de l'éducation, que, comme le signalent Paredes & Castillo (2018: 46), il inclut des aspects de l'éducation populaire et d'adultes, ce qui on a pu observer aux ateliers que les élèves formées ont donné à des femmes âgées et peu alphabétisées digitalement. Le sentiment d'accomplissement, la satisfaction et le changement personnel et collectif ressenti et reconnu par les premières bénéficiaires montrent le succès de l'application d'un processus de RAP:

«Le point le plus important, c'est l'impact de l'atelier réalisé sur les candidats et le fait de toucher leur satisfaction est très motivant».

Même si c'est relativement tôt pour évaluer l'impact du projet en termes de transformation sociale, le transfert et la diffusion de connaissances et de ressources de communication, autonomisation et innovation sociale est un fait irréfutable: la ville de Sfax compte maintenant sur 25 femmes professionnelles «agentes de dynamisation sociale, gestion de technologies et innovation sociale», qui ont, à leur tour, formé 101 citoyennes de la collectivité locale. Voici une des principales valeurs ajoutées du projet: son effet multiplicateur, qu'on espère qu'elle mène à la durabilité des premiers résultats et actions amorcés dans le cadre de ce projet.

12.9. Bibliographie

- Alguacil Gómez, J. et. al. (2006). Investigación-acción participativa en el barrio de San Cristóbal de los Ángeles (distrito de Villaverde, Madrid). *Cuadernos de Trabajo Social* (19) 331-346. URL: <https://goo.gl/syRD3s>
- Callejo Gallego, J. & Viedma Rojas, A. (2006). *Proyectos y estrategias de Investigación Social: la perspectiva de la intervención*. Madrid: McGRAW-Hill/Interamericana de España S.A.U.
- Francés García, F. J. et.al. (2015). *La investigación participativa: métodos y técnicas*. Universidad de Cuenca, Ecuador, PYDLOS Ediciones. URL: <https://goo.gl/qh2XQT>
- Latorre, A. (2005). *La investigación-acción. Conocer y cambiar la práctica educativa*. Barcelona, Editorial Graó. URL: <https://goo.gl/rbXatp>

- Melero Aguilar, N. & Fleitas Ruíz, R. (2015). Investigación acción participativa en procesos de desarrollo comunitario: una experiencia de cooperación interuniversitaria en el barrio de Jesús María, La Habana Vieja (Cuba). *Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria* (26), 203-228. URL: <https://goo.gl/2n5yAc>
- Paredes Chi, A. A. & Castillo Burguete, M.T. (2018). Caminante no hay [un solo] camino, se hace camino al andar”: Investigación Acción Participativa y sus repercusiones en la práctica. *Revista coolombiana de Sociología* 41 (1), 31-50.
URL: <https://goo.gl/PFZ1k3>
- Preskill, H. & Beer, T. (2012). *Evaluating Social Innovation*. Center for Evaluation Innovation.
URL: <https://goo.gl/P4qfbJ>



CHAPITRE 13.

Coopération Internationale entre l'Université de Sfax et les Universités Espagnoles

Par
FatmaGhorbel

13.1. Introduction

La coopération internationale a toujours été la locomotive des échanges dans divers domaines comme le domaine scientifique, économique, social et culturel. Jouant un rôle primordial dans l'évolution et le développement des sociétés, la collaboration entre les pays nord-africains, les pays européens et plus particulièrement méditerranéens a toujours été instinctive. En effet quelle que soit la langue pratiquée, les divergences culturelles, les problèmes sociopolitiques et les obstacles matériels, les différents acteurs actifs dans ces pays ont toujours mis en place des partenariats qui touchent à plusieurs secteurs.

La Tunisie, caractérisée par sa très bonne position géographique, se situe au centre des pays méditerranéens de l'Afrique du Nord. Sa proximité de différents pays européens comme l'Espagne, l'Italie, la France, la Grèce, la Slovénie et la Croatie facilite ce brassage. C'est dans ce cadre précis que plusieurs collaborations ont vu le jour entre la Tunisie et l'Espagne. Allant à la rencontre de plusieurs compétences, que ce soit culturelles, économiques, sociales, historiques, politiques mais aussi éducatives et scientifiques, plusieurs projets ont été réalisés entre, d'une part, le ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique tunisien, représenté par ses différentes Universités et plus spécialement l'Université de Sfax et les universités espagnoles, d'autre part.

Dans ce chapitre, nous allons présenter un éventail des différentes coopérations internationales réalisées entre l'Université de Sfax et ses homologues espagnoles, notamment l'Université de Cadix. En commençant par les différents accords-cadres de coopération, des cotutelles de thèse tout en passant par les différents projets Tempus jusqu'aux derniers Erasmus Plus qui sont encore en cours. Plusieurs résultats scientifiques ont couronné les différents travaux bilatéraux.



13.2. Accords-cadres de coopération

Afin d'ancrer, de renforcer et de concrétiser les liens de collaboration entre la Tunisie et l'Espagne, l'Université de Sfax a établi plusieurs conventions de coopération avec des universités espagnoles dans les différents champs d'intérêt commun. Ces accords s'intéressent aux axes suivants:

- L'échange de chercheurs (enseignants, post-doc...etc.), d'étudiants (licence, master et doctorat), d'administratifs et de techniciens des deux universités.
- Le transfert des connaissances et des compétences sans oublier la dissémination de la culture scientifique et technique.
- La publication mutuelle des résultats de recherche, bien évidemment, tout en respectant les règles de la propriété intellectuelle.
- Le montage de projets de coopération pour la recherche et la formation.

- La participation dans les différents programmes de mobilité d'étudiants et de Staff (enseignements et formation).

Ils ont permis à plusieurs enseignants, chercheurs et structures de recherche de travailler ensemble et de réaliser des résultats scientifiques importants, et ce, à travers le biais des cotutelles de thèse (Cette partie sera bien détaillée dans la rubrique Cotutelles de thèse).

Le tableau 1 récapitule l'état des lieux des conventions cadres de coopération entre l'Université de Sfax et les universités espagnoles:

Tableau 1. Accords-cadres de coopération

Université	Date de la signature
Université de Cantabrie	08/06/2011
Université de Gérone	16/09/2011
Université Rovira i Virgili	09/07/2012
Université de Vigo	24/07/2012
Université de Valladolid	28/11/2012
Université Complutense de Madrid	17/05/2013
Université de Cadix	25/05/2015
Université d'Oviedo	03/10/2017

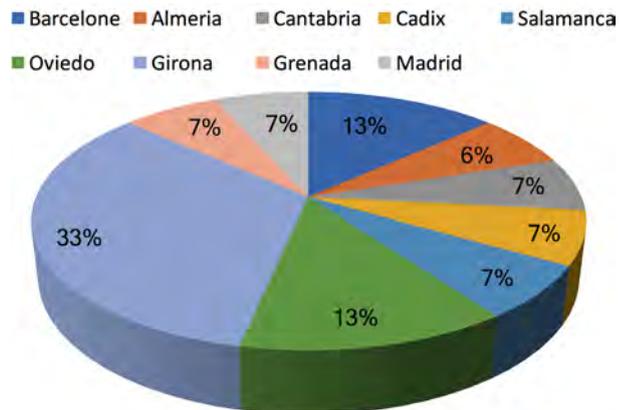
Thèses en cotutelle:

Le fruit de la collaboration entre l'université de Sfax et les différentes universités espagnoles, par le biais de leurs différentes structures de recherche, a donné naissance à plusieurs partenariats scientifiques et à des thèses en cotutelle.

La Faculté des Lettres et Sciences Humaines de Sfax a réalisé une seule cotutelle avec l'université de Cadix avec la thèse de l'étudiante Fatma Ben Dhaou intitulée «Les locutions prépositives dans les textes juridiques: aspects de la prédication» sous la direction de Mr. Mohamed Bouattour (Université de Sfax) et de Mr. Juan Manuel López Muñoz (Université de Cadix).

Pour résumer, avec une thèse annulée, et deux achevées, 15 collaborations ont été réalisées entre l'université de Sfax et 8 universités espagnoles.

Fig. 1: Répartition des thèses en cotutelle avec les universités espagnoles



La figure 1 récapitule la répartition des thèses en cotutelle qui ont été entamées entre l'université de Sfax et les différentes universités espagnoles.

13.3. Projets de recherche dans le cadre de la coopération bilatérale

En 2011 et dans le cadre de la coopération Tuniso-Espagnole, deux projets ont été retenus le premier à l'Ecole Nationale d'Ingénieurs de Sfax, il s'intitule «Action préparatoires pour

le renforcement de la Capacité de Recherche et la Capacité Innovation du Laboratoire **RE**search **G**roups on **I**ntelligent **M**achines (REGIM)» et le deuxième à l'Institut Supérieur de Biotechnologie de Sfax qui porte sur Développement des Machines Frigorifiques à Absorption/Diffusion Actionnées à l'Energie Solaire. L'Objectif de ces projets est de promouvoir les échanges scientifiques entre les structures de recherche des deux pays, ce qui permet d'encourager les doctorants et les jeunes chercheurs à réaliser leurs travaux de recherche.

A partir de 2008 et avec l'arrivée des différents programmes européens de mobilité, de renforcement des capacités et de recherche tels que Tempus, Erasmus Mundus, Erasmus + KA1 et KA2, H2020, CBC-MED...etc. Mais aussi suite à l'implication des pays du sud de la méditerranée dans ces programmes, la coopération internationale à l'Université de Sfax a connu à la fois un saut qualitatif et quantitatif considérable dans le développement de ses activités. Les sections suivantes traduisent l'importance et l'impact des projets qui s'inscrivent dans le cadre de ces programmes et dont la plupart sont financés par la commission européenne.

Programme Tempus:

Tempus est l'un des programmes très fructueux de la Commission Européenne, il tend à encourager la réforme de l'enseignement supérieur d'une manière générale et à booster la qualité des établissements d'enseignement supérieur (EES) en particulier. Ce programme aide à élargir le spectre de coopération de la quasi-totalité des universités de la rive sud, il crée une synergie très efficace entre les pays de l'union européenne et leurs voisins.

L'Université de Sfax a eu l'opportunité de participer à plusieurs projets émanant de ce programme. Elle est partenaire dans 22 projets portant sur des thématiques diverses telles que

l'amélioration de l'assurance qualité des EES, l'insertion professionnelle, la réforme de la formation doctorale, la création des licences et des masters innovants... etc. Tous ces projets ont favorisé le transfert de bonnes pratiques du nord vers le sud et ont également contribué au renforcement des capacités et des compétences.

Parmi ces projets, quatorze ont contribué au renforcement des liens de collaboration entre les universités espagnoles et l'Université de Sfax dont cinq projets coordonnés par des établissements d'enseignement supérieur espagnols.

Le tableau 2 est une récapitulation des différents projets Tempus auxquels l'Université de Sfax a pris part entre 2008 et 2016.

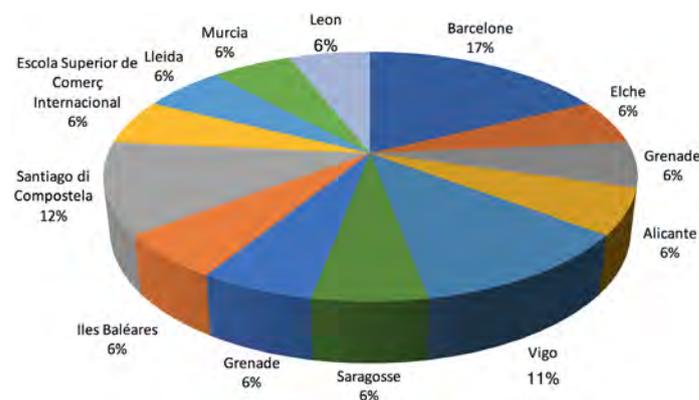
Tableau 2. Projets TEMPUS Université de Sfax- Tunisie/ Espagne

N.°	Partenaire Espagnol	Référence du projet	Coordinateur du projet	Titre du Projet/ Site Web
1	Université de Barcelone	144533-TEMPUS-1-2008-1-FR-TEMPUS-JPHES	Université Pierre et Marie-Curie	Appui aux réformes de la formation doctorale au Maghreb.
2	Université de Grenade	145145-TEMPUS-1-2008-1-ES-TEMPUS-SMHES	Université de Grenade	Mesures d'Accompagnement des Diplômés à l'Insertion Professionnelle.
3	Université Miguel Hernandez d'Elche	158889-TEMPUS-FR-TEMPUS-SMGR	Centre International d'Etudes Pédagogiques	Renforcement de l'Assurance Qualité Interne dans des Universités de la Méditerranée Algérie –Maroc-Tunisie.

4	Université d'Alicante	159218-TEMPUS-ES-TEMPUS-JPGR	Université d'Alicante	Towards an internationalisation of Higher Education Network for MEDA Region (TIES). ties-project.eu
5	L'Université de Vigo	511151-TEMPUS-2010-1-FR-TEMPUS-JPHES	Université Bordeaux 1- Sciences et Technologie	Ouverture Structurée Université Monde Socio-Economique. osmose.uca.ma
6	Zaragoza Logistics Center	510997-TEMPUS-2010-1-DE-TEMPUS-JPHES	Hamburg University of Technology	Development and Implementation of a Program Advancing Research Education and Exploitation for the Support of National Innovation Systems. parenis.eu
7	Université de Grenade Université des Iles Baléares	516885-TEMPUS-1-2011-1-ES-TEMPUS-JPHES	Université de Grenade	Entrepreneuriat et Valorisation de la Recherche. tempusevarech.uae.ma
8	Compostela Group Université de Santiago de Compostela	516982-TEMPUS-1-2011-BE-TEMPUS-JPGR	Erasmushoge School Brussel	Université du Maghreb: Enseignement inclusif-UMEI.
9	Escola Superior de Comerç Internacional	530260-TEMPUS-1-2012-DE-TEMPUS-JPCR	Oldenburg University	Exporting Master Programme in Enterprise Systems Engineering to Jordan, Syria, Tunisia and Egypt. tempus-msc-ese.eu

10	Université de Santiago de Compostela Université de Lleida	530312-TEMPUS-1-2012-1-FR-TEMPUS-JPHES	Agrocampus ouest	Développement de partenariats Universités-entreprises du domaine des Sciences et Technologies du Vivant en TN. goo.gl/pUrXVS
11	Université de Murcia Erasmus Student Network Murcia	543690-TEMPUS-1-2013-1-ES-TEMPUS-JPGR	Université de Murcia	Le développement des services de soutiens aux étudiants. goo.gl/8wQg9y
12	Université de Léon Université de Vigo	543713-TEMPUS-1-2013-1-ES-TEMPUS-JPHES	Université de Léon	Moderniser la formation sur les Energies Renouvelables (ER) au Maghreb. Transfert de l'expérience UE "MOMATE". goo.gl/MG2zxW
13	Université de Barcelone	544186-TEMPUS-1-2013-1-IT-TEMPUS-JPCR	Mediterranean Universities Union	A bottom-up approach for the design and development of a joint Master Course in Cross-Media Journalism. www.emediaproject.eu
14	Université de Barcelone	544350-TEMPUS-1-2013-1-IT-TEMPUS-JPCR	Université des études de Urbino "Carlo BO"	L'innovation dans la formation pour les biens culturels: un nouveau curriculum euro-méditerranéen pour la préservation de biens culturels. www.infobc.eu

Fig. 2: Répartition du pourcentage des projets Tempus avec les différentes universités espagnoles



La figure 2 représente la répartition des projets dans le cadre du programme Tempus entre les différentes universités Espagnoles et l'université de Sfax. L'université de Barcelone est leader avec 3 projets.

Le programme Erasmus Mundus:

Le programme Erasmus Mundus est un programme de mobilité, financé par la commission européenne, qui a pour but d'améliorer la qualité de l'enseignement supérieur et de promouvoir les échanges, la recherche et l'interculturalité entre l'Europe et le reste du monde. L'Université de Sfax a participé à 8 projets de mobilité dans le cadre de ce programme. Ces 8 consortiums regroupent plusieurs universités espagnoles et tunisiennes et favorisent la mobilité des étudiants (Licence, Master, Doctorat et Post-doc), des enseignants et du personnel administratif.

Le tableau 3 indique les différents projets de mobilité Erasmus Mundus qui lient l'université de Sfax et ses partenaires espagnoles.

Tableau 3. Erasmus Mundus

N.°	Université Espagnole partenaire	Projet	Université Coordinatrice	Titre du projet
1	Université de Barcelone	Imageen	Nice Sophia Antipolis	International Maghreb-Europe Education Network
2	Université des îles Baléares	Averroe	Montpellier 2	Averroes
3	Université de Vigo Carlos III de Madrid	Green IT	Université de Vigo	Green IT for the benefit of Civil Society (informatique éco-responsible) goo.gl/kvE1Db
4	Université de Santiago de Compostela	EU-Métalic	Cardiff Metropolitan University	EU-METALIC Mobility Program in the field of higher education goo.gl/iETHsY
5	Université de Saint Jacques de Compostelle, Université polytechnique de Valence	EMMAG	Université Pierre et Marie Curie	EMMAG Mobility Program in the field of higher education
6	Université de Las Palmas Université des îles Baléares	UNETBA	Université Las Palmas	The University Network for Business and Administration unetba.ulpgc.es
7	Université Autonome de Madrid	BATTUTA	Université de Rouen	Mobility Program in the field of higher education battuta.eu
8	Université de Vigo	EGOVTN	Université de Nantes	Mobility Program in the field of higher education

Erasmus+ KA1 Mobilité Internationale de Crédits:

L'Université de Sfax a signé plusieurs accords interinstitutionnels avec différentes universités européennes comme la France, l'Italie, le Portugal, la Suède, la Lettonie, la Lituanie, la Pologne, la Belgique, la Turquie...etc. Mais le plus grand nombre de ces accords a été signé avec des universités espagnoles; citons à titre d'exemple les universités suivantes: Cadix, Gérone, Valladolid, Coruña, Santiago de Compostela, Murcia, Barcelone, Madrid, Jaén, Iles Baléares, Almeria, Grenade, Malaga. Ces projets ont permis l'échange d'étudiants, de staff académique et administratif. Ils offrent également aux bénéficiaires l'opportunité de promouvoir leurs connaissances, compétences, et l'employabilité des étudiants. Ces projets aident aussi à promouvoir l'interculturalité et le dialogue dans un monde où la globalisation a banni les frontières.

Le programme Erasmus + KA2 (renforcement des capacités):

Un autre programme qui unit l'université de Sfax et les universités espagnoles et qui permet aux bénéficiaires de collaborer ensemble pour améliorer, partager et mettre en place de bonnes pratiques et de nouvelles approches dans le domaine de l'enseignement supérieur, de la formation et de la jeunesse.

Depuis le début de ce programme en 2015, l'Université de Sfax prend part aux différents projets et actions qui en découlent. La participation des universités espagnoles dans ces projets est très importante. Ci-après un petit aperçu du projet développé avec l'Université de Cadix- et le tableau 4 avec l'information des différents projets et leurs partenaires.

L'Université de Cadix et l'Université de Murcia participent à un projet qui s'appelle «Solutions Académiques pour le

Territoire Euro-méditerranéen Leader d'Innovations et Transferts technologiques d'excellence SATELIT». SATELIT œuvre à tisser les liens entre l'enseignement supérieur et son environnement socio-économique en favorisant la recherche et l'innovation et en renforçant les capacités des universités impliquées dans le projet à travers des concepts qui permettent le développement de l'employabilité des doctorants.

Le tableau 4 résume les projets de renforcement de capacités qui ont été retenus en 2015, 2016 et 2017.

Tableau 4

Université Espagnole partenaire	Référence du projet	Coordinateur du projet	Titre du projet
Université de Léon	561786-EPP-1-2015-1-SE-EPPKA2-CBHE-JP	Kungliga tekniska hoegskolan	South Mediterranean Welding Center for Education, Training and Quality Control goo.gl/KSh2TJ
Université de Barcelone	561988-EPP-1-2015-1-IT-EPPKA2-CBHE-SP	Unimed unione delle universita del mediterraneo associazione	Réseau Méditerranéen pour l'Employabilité resumeproject.eu
Université des Îles Baléares Université d'Almeria	561614-EPP-1-2015-1-ES-EPPKA2-CBHE-JP	Universitat de Les Illes Balears	Information Technology Governance for Tunisian Universities itg4tu.uib.eu

Université de Cadix Université de Murcia	574015-EPP-1-2016-1-FR-EPPKA2-CBHE-SP	Universite d'aix Marseille	Solutions Académiques pour le Territoire Euro-méditerranéen Leader d'Innovations et Transferts technologiques d'excellence satelit-project.com
Université de Las Palmas	573967-EPP-1-2016-1-ES-EPPKA2-CBHE-JP	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Euro-African Network of excellence for entrepreneurship and innovation
Université de Grenade	573778-EPP-1-2016-1-IT-EPPKA2-CBHE-SP	Consorzio interuniversitario Almalaura	Tunisian Network for Employability and Development of Graduates' Skills tuned-project.eu
Université de Valladolid	586039-EPP-1-2017-1-ESEPPKA2-CBHE-JP	Universidad de Valladolid	Wind engineering skills in egypt and tunisia weset-project.eu
Université de Barcelone	586339-EPP-1-2017-1-IT-EPPKA2-CBHE-SP	UNIMED Unione delle Universita del Meditteraneo	Amélioration de la gouvernance dans le système de l'enseignement supérieur en tunisie-sagesse
L'Université de Gérone	586170-EPP-1-2017-1-IT-EPPKA2-CBHE-JP	Universita degli Studi di Sassari	Master in agricultural and hydrological approaches to a better sustainable development-maya



Réunion de coordination du projet

13.4. Projet genre, Technologie et Innovation Sociale au Tunisie

Le projet Genre, Technologie et Innovation Sociale est le fruit d'une fructueuse collaboration entre l'Université de Sfax et l'Université de Cadix. Il est financé par l'Agence Andalouse de Coopération Internationale et de Développement (AACID) de la Junta de Andalucía en Espagne.

Le projet est considéré comme une expérience pilote qui renforce les liens de coopération et d'amitié entre l'Espagne et la Tunisie. Il regroupe l'Université de Cadix (UCA), l'Aula Universitaria del Estrecho et l'Université de Sfax. Ledit projet a pour objectif de renforcer les capacités des jeunes femmes tunisiennes afin d'acquérir des compétences qui leur permettent d'utiliser des technologies innovantes de communication pour pouvoir suivre le rythme d'évolution actuelle.

Ce qui fait le charme d'une collaboration ce sont les échanges et les liens forts qui se tissent entre les membres impliqués. On a entamé ce projet par une visite à l'Université de Cadix du 30 Octobre au 03 Novembre 2017. Préalablement prévue dans le cadre du programme de mobilité entre l'université de Cadix et l'Université de Sfax, les deux représentantes du côté tunisien ont rencontré leurs homologues espagnols. Les différentes activités du projet ainsi que leur réalisation ont été discutées au cours des réunions de travail tenues lors de cette visite.

Une réunion de présentation du projet et ses différentes activités a eu lieu le 30 Janvier 2018 au siège de l'Université de Sfax. Mme Lucia Benítez et Mme Marcela Iglesias; coordinatrices du projet côté espagnol étaient présentes. Elles ont présenté le projet et ses différentes phases aux étudiantes bénéficiaires et aux représentants de la société civile. Cette rencontre a été très fructueuse et elle a permis aux parties prenantes de bien comprendre les activités ainsi que les retombés du projet. Cette

d'action a suscité l'attention des ONG. On a reçu plusieurs demandes de dupliquer cette expérience et de disséminer ses résultats afin de cibler une population plus large.

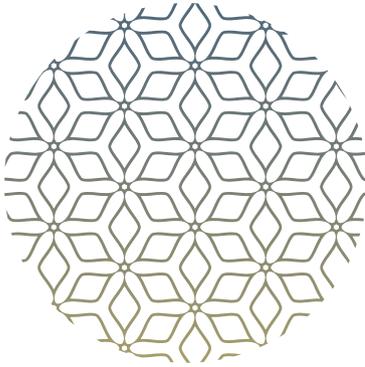
Un projet pourrait ouvrir de nouvelles perspectives. Une délégation espagnole présidée par son Excellence, Mr. Luis María Marina Bravo; Conseiller et Consul d'Espagne en Tunisie nous a honoré de sa visite à l'Université de Sfax, et ce, en vue de discuter de l'état d'avancement du projet *Genre, Technologie et Innovation sociale*. Cette visite a été couronnée par des négociations sur d'autres possibilités de coopération entre l'Espagne et la Tunisie en général et entre l'Espagne et l'Université de Sfax en particulier.

Cette occasion a ouvert les portes d'une nouvelle ère d'un partenariat prometteur. Monsieur le Consul a exprimé le soutien de l'Ambassade d'Espagne en Tunisie et son appui afin d'assurer le bon déroulement de notre projet et a également souligné l'appui de l'Ambassade dans les nouveaux projets avec l'Espagne. Un projet de convention reliant l'Université de Sfax à la représentation culturelle et scientifique de l'Ambassade du Royaume d'Espagne est en cours de préparation, un appui spécifique sera accordé à l'Université de Sfax.

Le recrutement d'un coopérant affecté à l'Université de Sfax est prévu pour la rentrée 2019-2020.



Visite d'une délégation de l'Ambassade Espagnole en Tunisie pour assister à la séance de clôture de la première phase du projet à l'Université de Sfax



CONCLUSIONS

Par
Lucía Benítez-Eyzaguirre

Le Projet Genre, Technologie et Innovation social s'est conçu pour renforcer le rôle des femmes dans le développement local à travers un itinéraire qui les prépare et qualifie pour qu'elles aient la position nécessaire d'autonomisation. La perspective de genre du projet a cherché la réussite d'une opportunité réelle pour avancer dans un itinéraire propre, lié aux besoins sociaux du contexte, sans imposer une vision de genre ou féministe. Précisément, la perspective de genre est une ouverture à la diversité et aux renforcements du rôle des femmes dans la société, grâce à sa vision collective mais certainement pas à travers l'imposition de valeurs culturelles. Pour cela, c'est une satisfaction constater l'acceptation et les avancées qui, à partir de cette initiative, ont été observées depuis. D'un côté, et peut-être le plus important, la valorisation du projet et de l'intervention de la part des bénéficiaires est assez élevée mais, de l'autre côté, l'intérêt montré par le Ministère de la Femme, la Famille et l'Enfance de Tunisie pour ce programme et sa proposition pour l'étendre à d'autres universités du pays nous semble très stimulant. En plus, l'Ambassade espagnole en Tunisie considère cette expérience comme très intéressante et elle veut s'adhérer à l'initiative que probablement aboutisse à un projet de financement européen genre Capacity Building.

Le projet est la continuation de l'intervention que tout au long du 2016/2017 s'est enregistré au Maroc, qui a obtenu une très bonne reconnaissance et un impact au chiffre des personnes bénéficiaires qui s'est avéré inusuel, en atteignant 360 %, et dont l'expérience nous avons appris pour obtenir, à ce moment, une meilleure mise en valeur du côté des étudiantes et des destinataires finales. Le développement du projet, selon la méthodologie de la Recherche Action Participative, se montre sur le terrain très efficace afin de détecter les besoins, les difficultés et les carences auxquelles il faut répondre au moment de planifier une intervention qui essaye d'encourager le changement social. Connaître à l'avance des

expériences et des initiatives menées par des femmes, orientées par leur croissance personnelle et professionnelle est d'un énorme intérêt au moment de parvenir à que les femmes soient, à nouveau, le centre de la transformation familiale, collective et sociale.

Au moment de la clôture du projet, il n'est possible que de faire une évaluation qualitative provisoire des résultats à partir de l'information à propos des bénéfices formatifs, d'autonomie et de la création de capital social, de l'alphabétisation numérique et de l'appropriation des TIC, ainsi que de l'exécution d'actions destinées à l'amélioration d'opportunités dans le développement professionnel parmi les femmes. Il ne s'agit pas d'une estimation en termes économiques, puisque sa nature est transformatrice aux questions (dimensions) de genre, du social, des entités et d'organisation civile, dans une approche du développement qui se comprend comme multidimensionnel. Même si la valorisation de ces résultats est prématurée, on peut affirmer que des changements se sont produits pendant l'intervention de ce projet, dans la position des femmes comme sujets principaux sociaux qui ont assumé les défis proposés dans les actions en montrant leur capacité d'organisation, avec leur intervention directe et leur représentation aux domaines institutionnels, ainsi que dans le rôle d'interlocutrices à la communauté.

Au sens du genre, le procès participatif a orienté le développement des actions et sa planification dans toutes les étapes. Avec un esprit de coopération, avec propre initiative, les femmes bénéficiaires ont su gérer les objectifs du projet quand elles ont réussi à concrétiser leur domaine d'intervention dans leurs propositions d'ateliers dirigées à des associations civiles, avec un procès collaboratif et négociateur, avec lequel elles ont accordé les propositions formatives. Et, dans la plupart des cas, mieux que prévu. Dans une première analyse qualitative, l'impact

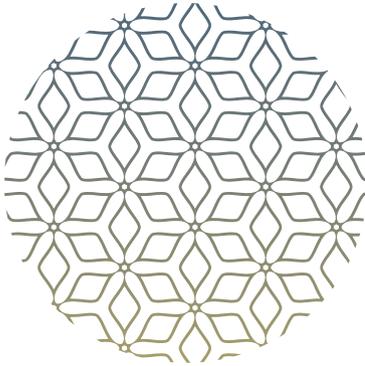
peut être considéré positif si on comprend que la position de ces femmes s'est renforcée et comparée avec les structures des entités sociales, mais, surtout, grâce à la formation proposée pour former prioritairement aux femmes, dans la connaissance et les aptitudes reliées à la technologie, comme agent du changement et de l'alphabétisation digitale dans leurs communautés d'origine, à travers de la mise en place de réseaux et de communautés dirigées aussi par des femmes.

Le travail en réseau, de façon connective avec la société et avec les femmes, a veillé à donner de la visibilité à ses actions pour être une voie de transfert de la connaissance pour le développement local communautaire, ainsi que pour le changement social et l'innovation. On a cherché l'obtention de meilleures opportunités et services pour la citoyenneté, en promouvant le renforcement de ses structures internes et des organisations de la société civile de son entourage. De son côté, l'équipe de travail a porté son attention sur l'établissement d'un dialogue avec les parties pour atteindre le consensus dans la prise de décisions à propos des actions, dans la planification et l'organisation des activités.

Avec une stratégie de développement endogène de compromis social, attentif aux besoins des personnes et, notamment, des femmes dès une pratique solidaire on a encouragé l'autonomie, avec la pratique de l'appui mutuel et la vision collective face à leur d'autonomisation. Ainsi on peut comprendre l'intervention comme pertinente puisque la population bénéficiaire a déterminé les besoins et les priorités au sens collaboratif de travail, comme efficaces et effectives, grâce aussi à sa conception qui a multiplié les actions et leur capacité pour connecter avec la société. À son tour, on peut la considérer cohérente avec le contexte vu qu'on a essayé d'aligner les objectifs sur les problèmes détectés en favorisant des synergies. Il semble indiquer que l'initiative aura une continuité et qu'elle sera durable, surtout après les

manifestations d'intérêt des différents acteurs qui ont intériorisés les valeurs socioculturelles associées au projet, face à la création d'opportunités collaboratives d'activités économiques, sociales et de participation politique.

Rien de ceci serait possible sans l'implication des femmes bénéficiaires, leur autonomie personnelle, le travail constant en cherchant des changements dans la réalité quotidienne, le jeu de rôles du social, en connaissant leurs droits et en travaillant pour eux, en entreprenant des affaires et en acquérant de l'autonomie économique et personnelle, pour comprendre que le bénéfice de tous est déjà, en soi même, une forme de richesse.



CURRICULUM VITAE DES AUTEURS

Mohamed Belhaj

Ingénieur, Docteur en Economie et Gestion à l'Université de Sfax dans le domaine du management de l'innovation et de l'Entrepreneuriat. Il occupe actuellement le poste de Directeur du centre d'Innovation d'entrepreneuriat. Il dirige les trois structures; le centre de carrière et de certification des compétences, le bureau universitaire de transfert technologique et le pôle de l'entrepreneuriat étudiant. Par le passé, il a occupé les fonctions de directeur du centre d'innovation et transfert technologique, directeur du Centre d'Insertion et d'Essaimage à l'université de Sfax, où il a assuré la coordination de plusieurs projets dont le Projet Culture Entrepreneuriale et Création d'Entreprises, qui visait le développement et la généralisation des premiers modules d'enseignement de la culture entrepreneuriale et création d'entreprises à l'Université. Co-auteur de la mallette pédagogique «modules d'enseignement de la Culture Entrepreneuriale et Création d'Entreprises». Il accompagne des créateurs de startups dans la structuration de leur projet et dans la réalisation de leur plan d'affaires.

Lucía Benítez-Eyzaguirre

Enseignante à l'Université de Cadix et journaliste à grande expérience en médias audiovisuels. Elle a enseigné des matières comme communication numérique pour ONL, marketing social, communication numérique et innovation au master et aux études universitaires et encore dans des organisations sociales sous forme d'ateliers à travers l'audiovisuel en tant qu'outil de transformation sociale, à partir des stratégies de genre pour le changement social. Elle a participé à dix projets d'innovation de l'enseignement dans de différentes facultés de l'Université de Cadix, ainsi qu'à d'autres de réseaux interuniversitaires

basés sur the *flipped classroom*. La Communication pour le Développement et le changement social est présente dans tous les projets de coopération auxquels elle a participé et qu'elle a dirigé. Actuellement, elle fait partie de l'équipe des Réseaux de connaissance et de coopération décentralisée pour le développement humain local et au projet Laovo Cande, en Guinée Bissau. Suite à une précédente expérience au Maroc, elle dirige aussi le projet de coopération Genre, Technologie et Innovation Sociale en Tunisie, ainsi que d'autres sur la recherche et l'enseignement des nouvelles technologies et la communication dans des pays comme la Guinée Equatoriale, le Cap-Vert, le Maroc ou le Salvador. Concernant la recherche, elle participe au projet Cyberativisme, citoyenneté numérique et Nouveaux Mouvements Urbains

Benjamin Cadon

D'un point de vue professionnel, il est coordinateur de [La Labomedia](#), association à but non lucratif basée à Orléans/France qui regroupe un medialab, un fablab et un hackerspace pour aider les individus et collectifs à réaliser des projets artistiques, culturels et sociaux impliquant une dimension technologique. Il oeuvre également dans le champs des arts et des cultures numériques depuis 1999. Il y mène des temps collectifs d'expérimentation et de recherche en réalisant des ateliers, des formations, des conférences, des installations et performances audiovisuelles en utilisant notamment des logiciels et des matériels libres. Il est également impliqué dans des dynamiques de recherche autour d'une approche critique du monde technologique et dogmatique qui nous entoure. Récemment, il a participé à la création de *l'Association de Maintien de l'Informatique Paysanne Orléanaise* qui propose des services informatiques libres et éthiques à une échelle locale.

Lucía Del Moral-Espín

Enseignante à la Faculté des Sciences du Travail de l'Université de Cadix (Espagne). Elle est titulaire d'une Maîtrise en Sciences Politiques et Sociologie de l'Université de Grenade et docteur par l'Université Pablo de Olavide, elle a consacré une grande partie de sa recherche à l'étude des initiatives de l'économie sociale et solidaire. Elle a participé au programme COST Action ISI 202 Dynamics of Virtual Work, coordonnée par l'Université de Hertfordshire. Elle a effectué des séjours de recherche à l'Université de Leeds, Oxford et Manchester (Royaume Uni) et à l'Université Catholique du Sacro Cuore (Milan), ainsi qu'à l'Université de Modène et Reggio d'Emilie (Italie). Elle fait partie de l'Observatorio de Género, Economía, Políticas y Desarrollo (Gep&Do) et du réseau Ibéro-américain TRAGEVIC. Ses champs d'intérêt sont le genre, les travaux et les temps; le bien-être, l'enfance et les capacités.

Fatma Ghorbel

Chef de service des Relations Internationales, Direction des Affaires Académiques et de Partenariat Scientifique à l'Université de Sfax, Administrateur conseiller, point de contact Erasmus+ & H2020. Titulaire d'une Maîtrise en traduction. Depuis 2008, elle est responsable de la Coopération Internationales à l'Université de Sfax notamment les accords de coopération (MoU), les conventions de co-diplomation, les conventions de cotutelle de thèse...etc. Elle a également participé à la gestion des projets d'assurance qualité de l'université de Sfax et de ses institutions. Elle traite les projets de coopération dans le cadre des différents programmes européens (Erasmus Mundus, Tempus, Erasmus+ KA1 & KA2, H2020...etc.) et contribue au montage et à la gestion de plusieurs projets européens d'échange

et de renforcement des capacités. Elle a participé à la coordination des projets de mobilité Erasmus Mundus: Averroes, Battuta, Emmag et UNetBA. Actuellement, elle coordonne 32 projets de mobilité internationale de crédits dont 12 projets avec l'Espagne. Dans le cadre du programme européen Tempus, elle a contribué au management des différents projets dans le cadre dudit programme: «AQI-UMED» pour le Renforcement de l'Assurance Qualité Interne dans des Universités de la Méditerranée: Algérie-Maroc-Tunisie, «EOLES» Electronic and Optic e-learning for Embedded Systems, «E-MEDIA» Master en Journalisme Cross-Média et «INFOBC» L'Innovation dans la Formation pour les Biens Culturels. A présent, elle est coordinatrice et responsable scientifique du projet Erasmus+ CONFIDE “Strengthening Public Health Research Capacity to Inform Evidence Based Policies in Tunisia” projet coordonné par l'université Babeş-Bolyai-Roumanie et gère le projet Maya “Master in Agricultural and Hydrological Approaches to a Better Sustainable Development” un projet coordonné par l'Université de Sassari-Italie. Elle est également membre dans les projets de renforcement des capacités Erasmus+ suivant:

- South Mediterranean Welding Center for Education, Training and Quality Control, proyecto coordinado por Royal Institute of Technology–Suecia.
- RESUME “Réseau Méditerranéen pour l'Employabilité”. Projet coordonné par l'UNIMED.
- SPAAT4FOOD “Strategic Platform for Ameliorating Tunisian Higher Education on Food Sciences and Technology” “projet coordonné par l'Université de Sfax.
- WESET “Wind Engineering Skills in Egypt and Tunisia” projet coordonné par l'Université de Valladolid - Espagne.

- SAGESSE “Amélioration de la Gouvernance dans le Système de l'Enseignement Supérieur en Tunisie”, projet coordonné par l'UNIMED- Italie.

Alexandra Haché

Sociologue, docteure en économie sociale et solidaire et elle développe de la recherche pour le bien public sur le potentiel transformateur des TIC et internet. Elle développe aussi des analyses et des formations sur les risques des TIC et concrètement comment celles-ci affectent les femmes et les minorités discriminées. Elle a fondé en 2006 un collectif de recherche, action et formation sur les relations entre le genre et les technologies (www.donestech.net). Elle coordonne actuellement un programme international orienté vers les femmes et qui porte sur la protection des données et la sécurité numérique. Elle vient d'éditer un nouveau livre sur la question de la souveraineté technologique disponible en français, espagnol et anglais.

Aurora Hidalgo Benítez

Sociologue et Master en Relations Internationales, elle a concentrée sa spécialisation sur la coopération internationale, le développement et la solidarité avec l'Afrique, avec une perspective de genre, attention des enfants et de l'éducation pour le développement et l'innovation sociale. Elle a été volontaire de différentes entités au Maroc comme *Yananga* à Inchaden et *Hanan* à Tétouan, ainsi qu'au Sénégal, à la *Pouponnière* à Dakar. Elle a effectuée des stages à la Fondation Agua de Coco (Grenade, Espagne) et à la Délégation de la Junta de Andalucía à Bruxelles (Belgique). Elle étudie actuellement un Master en coopération internationale. Elle a de l'expérience dans l'élaboration de projets

et dans la méthodologie du cadre logique et de la recherche-action participative pour des projets de coopération.

Marcela Iglesias-Onofrio

Enseignante du Département de Sociologie et chercheuse au [Groupe Travail, Politique et Genre \(SEJ-545\)](#) à l'Université de Cadix (UCA). Titulaire d'une Maîtrise en Relations Internationales de l'Université Nationale du Centre de la Province de Buenos Aires (Argentine) et Docteur par l'UCA. Depuis 2005 elle a participé à plusieurs projets de coopération internationale au développement, dans les domaines de la recherche et de la formation, en collaboration avec des universités de l'Argentine, de l'Equateur, de l'Uruguay, du Maroc et de la Tunisie. Elle a été coordinatrice et enseignante du Master en Coopération au Développement et Gestion des Projets (2005-2011), de l'Expert Universitaire en Politiques Sociales et Développement Local de l'UCA, de l'Expert en Développement Local dispensé à l'Université Abdelmalek Essaâdi à Tétouan, Maroc (2007) et du Master en Gestion Sociale de l'Habitat de l'Université de Séville (2009-2011). Actuellement elle est enseignante du Master en Médiation et du Master en Culture de Paix, Conflits, Education et Droits de l'Homme, tous deux à l'UCA. Elle a coordonné plusieurs projets d'innovation d'enseignement sur les méthodologies participatives au site 2.0 et les TIC appliquées au processus de l'enseignement- apprentissage à la salle universitaire. Elle a été Coordinatrice d'Orientation à la Faculté des Sciences du Travail depuis 2012 jusqu'à 2016 et responsable du projet d'innovation de l'enseignement <http://orbitados.uca.es> site d'orientation professionnelle depuis 2014. Elle est co-coordinatrice du Réseau Ibéro-américain de Recherche en Travail, Genre et Vie Quotidienne (TRAGEVIC) <http://redtragevic.uca.es/web/> de l'Association Universitaire Ibéro-américaine du Troisième Cycle (AUIP).

Violeta Luque Ribelles

Docteur avec distinction en Psychologie et titulaire d'une Maîtrise en Psychologie par l'Université de Séville. En outre, elle est titulaire d'un Master en Médiation Sociale et Communautaire en Contextes interculturels et d'un Diplôme d'Etudes de Troisième Cycle en Troubles de Genre. Actuellement, elle travaille en tant qu'enseignante au Département de Psychologie Sociale de l'Université de Cadix en dispensant des matières comme la Psychologie de l'Intervention Sociale et Communautaire, la Psychologie Sociale ou la Perspective de Genre chez le Travail Social. Auparavant, elle a été enseignante à l'Université de Huelva et à l'Université de Xaen. Elle développe ses travaux de recherche dans le champ de la connaissance de la Psychologie Communautaire en appliquant la Théorie Féministe, la Perspective de Genre et la Psychologie de la Libération. Ses principales lignes de recherche sont: le genre, la santé et le pouvoir. Au niveau méthodologique, elle travaille à partir des méthodologies participatives et qualitatives. Elle a participé à des projets de recherche financés à niveau autonome, national et international. Les derniers auxquels elle a participé sont «Analyse de l'Impact des Groupe Socioéducatifs des Premiers Soins (Gruse) sur la Santé Mentale des Femmes et sur le Système Sanitaire Public de l'Andalousie», «Etude de Démocratie Délibérative chez les Femmes Participantes au Programme de Criblage Mammographique» et «En Facilitant la Formation des Futurs et Futures Professionnels de la Psychologie avec Perspective de Genre et Féministe par moyen du Travail Collectif». Elle a publié des articles dans des revues d'impact et des chapitres de livre.

Leire Martín-Berdinos López

Assistante sociale, Sociologue et Master en Égalité de Genre. Elle a suivi également des cours d'expertise en Coopération Internationale pour le Développement et en Formation de Formateurs. Elle a une grande expérience dans le secteur social en Espagne en organisations comme la Croix Rouge (le Croissant Rouge) ou Caritas. Depuis quelques années elle s'est spécialisée en coopération internationale, en projets de formation sur l'égalité de genre, les droits sexuelles et reproductifs, la protection des enfants et le développement locale en pays comme la Tunisie, le Mali, la Mauritanie et le siège en Espagne en Save the Children, Medicus Mundi et Médecins du Monde. Passionnée de la formation, elle considère qu'il y a beaucoup de matières intéressantes pour y apprendre et elle continue à se former en psychologie et éducation émotionnelle. Actuellement elle coordonne un projet d'intégration social à Madrid et gère son propre projet de formation en genre.

Akila Sellami Baklouti

Professeure en linguistique anglaise à la Faculté des Lettres et Sciences Humaines (Université de Sfax). Elle est titulaire d'une maîtrise en langue et littérature anglaises de l'Ecole Normale Supérieure de Sousse, d'un Diplôme d'Etudes Approfondies (DEA) en Sciences du Langage, d'un Doctorat en linguistique comparative à l'Université de Metz (France) et d'une Habilitation Universitaire à l'Université de Carthage. Elle a aussi eu des formations en traitement automatique des langues naturelles (Concordeurs, bases de données, compilation et gestion de corpus, Traduction Automatique Assistée, etc.) au Centre d'Analyses Syntaxiques (CAS) de l'Université de Metz. Elle est

la coordinatrice du programme de Master en linguistique anglaise à la Faculté des Lettres et Sciences Humaines de Sfax, membre des comités de lecture de plusieurs revues académiques, membre des commissions de doctorat en Etudes Anglaise dans plusieurs universités tunisiennes et à l'Université de Macquarie à Sydney (Australie). Elle est membre de l'équipe des Experts en Réforme de l'Enseignement Supérieur (HERE) entre 2015 et 2017.

Membre actif et chef d'équipe de recherche en «Applications des Théories Linguistiques à l'Analyse (Critique) du Discours» au sein du «Laboratoire Approches du Discours» (LAD) à l'Université de Sfax, elle a publié des travaux sur les techniques de communication interpersonnelle, le langage d'évaluation et les discours de spécialité: discours juridique, discours académique et discours des médias. Elle a aussi encadré des thèses de doctorat portant sur ces mêmes thématiques. L'objectif de ces recherches est d'appliquer les théories de linguistique formelle et fonctionnelle à l'analyse de différents types de discours utilisés dans des contextes de communication (inter)-culturelle en vue de développer l'esprit critique et de promouvoir un discours de tolérance. Le fruit le plus récent de ces recherches est le recueil qu'elle a coédité avec Lise Fontaine, intitulé «*Perspectives from Systemic Functional Linguistics*» et publié en 2018 par Routledge. Etant persuadée du lien entre l'activité académique et la vie associative, elle a fondé en 2014 avec un groupe de femmes chercheuses, l'Association Tunisienne de Linguistique Systémique Fonctionnelle (SYFLAT) dont elle est la présidente. Le but de l'association est promouvoir l'esprit de collaboration et de former les jeunes chercheurs en techniques de communication orale et en méthodologie de recherche.

Estrella Sendra Fernández

Elle est née à Sevilla, où elle a obtenu son diplôme en Communication Audiovisuelle en 2010 et en Journalisme en 2011, tous les deux avec le Prix d'Excellence de l'Université de Sevilla. Elle a continué sa formation à *School of Oriental and African Studies* (SOAS, Université de Londres), avec un Master en Critical Media and Cultural Studies (Médias Critiques et Études Culturelles) en 2012, où elle a obtenu la bourse du Département des Langues et Cultures Africaines pour faire sa thèse doctorat sur les festivals culturelles au Sénégal, et dont la soutenance a eu lieu en mars 2018. Actuellement, elle enseigne à King's College, Université de Londres, dans le Département des Études de Cinéma et le Département de Culture, Médias et Industries Créatives. Estrella Sendra combine ses recherches et expérience pédagogique avec la pratique professionnelle dans le monde audiovisuelle. Elle est réalisatrice des plusieurs documentaires, tels que *Témoignages de l'autre côté* (2011), *Témoignages... «waa suñu gaal»* (2016) et *Diabel Cissokho: l'histoire d'un griot* (2014). Elle est aussi organisatrice des festivals de cinéma africain, ayant dirigé le Festival de cinéma africain de Cambridge (CAFF) en 2014 et 2015, et où elle est programmatrice. Pour plus d'info, veuillez visiter son site personnelle: www.estrellasendra.com

Teresa Suárez Martín

Journaliste spécialisée en communication corporative 360° et marketing en Social Media. Consultante indépendante. Enseignante en universités et écoles de commerce (Université de Séville, Université de Cadix, Chambre du Commerce et Institut Cajasol parmi des autres) de planification et gestion des réseaux sociaux, marketing online, journalisme 2.0, environnement

digital pour les affaires et la marque personnelle. Elle a fondé l'association de technologie et entrepreneuriat Sevilla UP. Elle est mentor dans les différentes associations de la Séville Startup Weekend de Up Global. Plus de dix ans d'expérience au monde de la communication et le marketing, elle a été aussi présentatrice et conférencier en différents événements et dans l'équipe d'organisation de EBE (Événement Blog Espagne). Par rapport sa formation, elle a obtenu sa licence en journalisme, a réussi son DEA (Diplôme des Études Avancées) et a étudié un Master en Journalisme Global à l'Université de Séville. En plus, elle a fait un cours de spécialiste en Communication Entrepreneurial pour la Confédération des Chefs d'Entreprise d'Andalousie.



2018



Agencia Andaluza de Cooperación Internacional para el Desarrollo
CONSEJERÍA DE IGUALDAD Y POLÍTICAS SOCIALES



UCA
Universidad
de Cádiz



A U E
Aula Universitaria
del Estrecho

