



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



## YOU.STAND.OUT

YOUng people STANDing OUT through the promotion of local

**KA220-YOU – partenariats dans le domaine de la jeunesse**

**Projet No. 2021-2-IE01-KA220-000051251**

Recherche (analyse des besoins) sur les  
compétences en marketing des médias sociaux  
chez les NEET dans les zones rurales

RÉSUMÉ EXÉCUTIF

## SOMMAIRE

<b>1. Introduction .....</b>	<b>1</b>
<b>2. Objectifs de la recherche.....</b>	<b>Erreur. Il segnalibro non è definito.</b>
<b>3. Méthodologie de recherche .....</b>	<b>2</b>
<b>4. Résultats de la recherche secondaire .....</b>	<b>Erreur. Il segnalibro non è definito.</b>
4.1 Qui sont les NEET? .....	3
4.2 Écart entre les genres .....	3
4.3 Une fracture rurale .....	4
4.4 Pourquoi les compétences digitales sont importantes pour le travail en milieu rural .....	4
4.5 Obstacles actuels aux capacités digitales de la jeunesse rurale.....	5
4.6 NEET et Marketing Digitale .....	5
4.7 Promouvoir le patrimoine culturel par des pratiques digitales .....	5
4.8 Faire progresser la jeunesse rurale.....	6
<b>5. Résultats de la recherche primaire .....</b>	<b>6</b>
<b>6. Conclusion .....</b>	<b>9</b>

## Consortium du You.Stand.Out

Organisation	Pays	Description	Site web
Meath Community Rural and social Development Partnership Ltd	Irlande	Proposer la participation à des événements dirigés par des jeunes et à des activités de participation des jeunes.	<a href="https://meathpartnership.ie/">https://meathpartnership.ie/</a>
Tandem Plus	France	Un groupe d'organisations européennes et internationales, publiques et privées, qui élaborent des stratégies d'inclusion et d'emploi.	<a href="http://www.tandemplus.org/">http://www.tandemplus.org/</a>
NGO Nest Berlin EV	Allemagne	Une organisation de coordination pour la promotion et l'exécution de projets internationaux visant à créer un impact pour le changement social.	<a href="https://ngonest.de/de/">https://ngonest.de/de/</a>
Rezos Brands Anonymi Emporiki Eteria Idon Diatofis	Grèce	PME agroalimentaire spécialisée dans le domaine "de la ferme à la table".	<a href="https://rezosbrands.com/">https://rezosbrands.com/</a>
The Polish Farm Advisory and Training Centre	Pologne	Promouvoir le développement et l'esprit d'entreprise dans les zones rurales.	<a href="https://farm-advisory.eu/pl/">https://farm-advisory.eu/pl/</a>
Quality Culture SRLS	Italie	Soutenir l'inclusion sociale et promouvoir les valeurs du développement durable.	<a href="https://qualityculture.it/en/home-english/">https://qualityculture.it/en/home-english/</a>
CSI Centre for Social Innovation Ltd	Chypre	Institut de recherche axé sur l'élaboration et l'introduction de solutions novatrices aux problèmes sociaux, éducatifs et économiques systémiques.	<a href="https://csicy.com/">https://csicy.com/</a>

## 1. Introduction

La recherche d'un emploi est un défi dans l'UE pour les jeunes (18 à 20 ans), issus des zones rurales, car l'éducation formelle et informelle n'est pas facilement accessible, ce qui entraîne une augmentation du nombre de personnes qui ne suivent pas d'enseignement, de formation ou d'emploi (NEET). La crise du coût de la vie est également un obstacle à la fréquentation de l'université, qu'il s'agisse du coût des transports ou des loyers. En outre, compte tenu des évolutions techniques constantes dans tous les secteurs du marché du travail, les besoins des employeurs ont également évolué, de sorte que les gens doivent avoir des compétences et une formation numériques. Cette combinaison entraîne un isolement social dans les zones rurales, ce qui laisse les jeunes avec peu d'options et les incite à quitter la région.

Le projet YOU STAND OUT vise à résoudre ce problème en augmentant les opportunités des NEETS afin de fournir un accès égal au marché du travail pour les jeunes, grâce à la fourniture d'une formation digitale pour renforcer les compétences clés. Cela donnera aux jeunes le choix de rester dans leur communauté plutôt que d'être forcés à la quitter, ce qui réduira finalement les niveaux de "fuite des cerveaux" et de pénurie de compétences. Le projet sensibilisera également aux problèmes auxquels sont confrontés les NEET et engagera les communautés, par exemple les familles, les autorités publiques locales, les PME, les travailleurs sociaux et les organisations de jeunesse, dans l'identification de solutions durables.

Le résumé des résultats de la recherche (PR1), qui a été menée par NGO NEST, Berlin, et réalisée par chacun des partenaires du consortium, est présenté dans ce résumé exécutif.

De plus amples informations sur chacun des partenaires respectifs sont disponibles dans le rapport international complet ou sur le site web [YOU.STAND.OUT](http://YOU.STAND.OUT).

## 2. Objectifs de la recherche

L'objectif de cette recherche est de déterminer les niveaux de compétences en marketing numérique des jeunes vivant dans les zones rurales. Les résultats de cette recherche seront la base sur laquelle toutes les autres activités seront développées, jouant ainsi un rôle essentiel pour une mise en œuvre réussie du projet.

La recherche fournit des données sur le statut actuel de l'emploi des jeunes dans chacun des pays partenaires du consortium (sept au total), offrant des exemples de meilleures pratiques dans chacun d'entre eux, et identifiant les moyens par lesquels ce projet permettra de combler les lacunes dans les compétences numériques pertinentes qui renforceront l'intérêt des jeunes pour leur patrimoine, leurs communautés et leur citoyenneté, en plus des opportunités d'emploi.

3. Enfin, cette analyse permet de bien comprendre les besoins des groupes cibles et de développer les supports de formation appropriés pour apporter une véritable valeur ajoutée qui favorisera l'inclusion, l'emploi et l'esprit d'entreprise dans les zones rurales.

## 4. Méthodologie de recherche

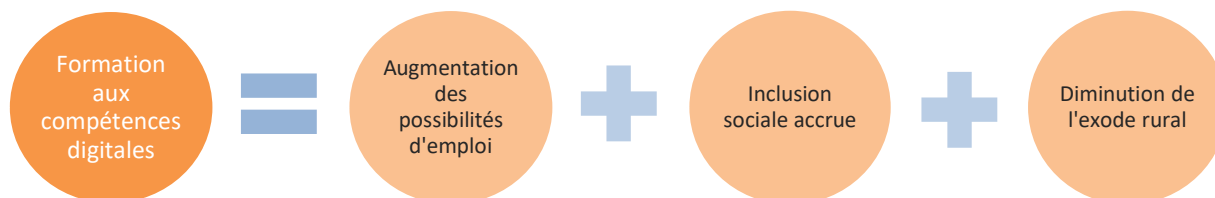
La recherche primaire était basée sur le terrain et a commencé par la collection d'informations par le biais de questionnaires en ligne anonymes distribués à des personnes âgées de 18 à 29 ans. Chaque partenaire a interrogé 20 jeunes de manière anonyme, ce qui a permis de remplir 140 questionnaires. Un questionnaire a été utilisé pour connaître les zones dans lesquelles ils résident, leur familiarité et leurs compétences en matière de marketing des médias sociaux, et s'ils souhaitent approfondir leurs connaissances sur ce sujet. À l'appui, quatre entretiens guidés ont été menés selon un format mixte, c'est-à-dire des entrevues en personne ou des entretiens. 28 de ces dernières ont été réalisés afin de mieux comprendre les réponses fournies et d'obtenir toute information supplémentaire susceptible de soutenir le développement du matériel de formation dans le cadre de ce projet.

Le groupe cible a donc été divisé en deux sous-catégories : les 18 à 23 ans et les 24 à 29 ans. La raison en est que la partie la plus âgée du group peut avoir été employée à un moment ou à un autre ou avoir suivi une forme d'enseignement supérieur, par exemple une formation professionnelle ou un troisième niveau. une forme d'enseignement supérieur, par exemple une formation professionnelle ou un troisième niveau. Alors que la cohorte plus jeune est plus récemment sortie de l'enseignement post-primaire ou à un stade précoce/à la fin de l'enseignement supérieur.

L'analyse des données qui suit est basée sur les réponses de 168 répondants au total. Des informations supplémentaires provenant de rapports nationaux sont fournies selon les besoins.

Une recherche secondaire, ou recherche documentaire, a été effectuée par chaque partenaire pour identifier les projets et les initiatives actuelles ayant des objectifs similaires et reconnaître les exemples de meilleures pratiques. Les résultats de la recherche secondaire ont permis d'approfondir l'analyse et le contexte national des problèmes qui conduisent aux NEET dans les communautés rurales, la relation avec les niveaux de chômage, le besoin de formation en marketing numérique.

## 5. Résultats de la recherche secondaire



### 4.1 Qui sont les NEET??

Le "phénomène" des NEETs est un groupe social vulnérable, qui risque l'exclusion et des niveaux variables de pauvreté en fonction du système de protection sociale de leur pays respectif. Le nombre de personnes classées comme "NEET" a encore augmenté en raison de la pandémie de Covid-19. C'est-à-dire que le chômage des 15-29 ans a augmenté de 1,4 point de pourcentage à 13,3 % au cours de la première année de la pandémie par rapport à 2019, et le taux de NEET a augmenté de 1,2 point de pourcentage à 13,6 %. En raison de la pandémie de Covid-19, l'UE a étendu en 2020 sa définition des "jeunes" dans sa stratégie pour la jeunesse aux personnes âgées de 15 à 29 ans (auparavant de 15 à 24 ans). À ce titre, elle s'efforce d'abaisser le taux de jeunes NEET pour les personnes âgées de 15 à 29 ans à 9 % d'ici 2030.

Notre recherche montre qu'il y a des différences dans les caractéristiques des NEET dans chaque pays partenaire, à savoir le sexe, l'âge et l'endroit où la majorité d'entre eux vivent, que ce soit dans des zones urbaines ou rurales.

Dans toute l'Europe, les jeunes étaient, et sont, parmi les plus durement touchés par les conséquences de la pandémie. En 2020, un cinquième des 14 millions de personnes sans emploi dans l'UE avait moins de 25 ans. Le groupe cible du projet You.Stand.Out est défini jusqu'à l'âge de 29 ans inclus. Par conséquent, selon Eurostat, 13,1 % des 15-29 ans de l'UE en 2021 peuvent être classés dans le groupe des "NEET".

### 4.2 Écart entre les genres

Dans l'UE, le risque d'être NEET est généralement plus élevé pour les femmes que pour les hommes. Toutefois, dans des pays comme l'Irlande, l'Espagne, la Lituanie, le Portugal, la Slovénie, la Slovaquie, Chypre, le Luxembourg et la France, la proportion de jeunes hommes dans le groupe NEET est plus élevée que celle des jeunes femmes. Des pays comme l'Autriche, la Belgique, la Bulgarie, le Danemark, la Finlande, la Suède et l'Italie présentent des proportions égales.

Les données concernant les NEET en Pologne sont déterminées par un schéma de: femmes, inactifs, inexpérimentés, hautement qualifiés, "travailleurs découragés", qui est similaire à celui des pays partenaires de You.Stand.Out Grèce et l'Italie. Ce schéma est évident dans les pays ayant une proportion

élevée de NEETs, qui font face à des obstacles structurels à la transition des jeunes de l'éducation au marché du travail.

En Pologne, par exemple, la proportion de femmes, de personnes économiquement inactives et de personnes sans expérience professionnelle (ou ayant une expérience professionnelle inférieure à la moyenne européenne) est beaucoup plus élevée dans cette catégorie, bien qu'il s'agisse souvent de personnes hautement qualifiées. La recherche montre qu'il n'y a pas de correspondance entre les personnes ayant un niveau d'éducation inférieur et celles qui sont NEETs.

#### 4.3 Une fracture rurale

Les possibilités d'emploi sont plus nombreuses dans les villes et les zones urbaines et c'est l'un des principaux facteurs qui poussent les gens à quitter la campagne pour s'installer dans les villes. Cependant, cela crée aussi une plus grande densité de concurrence, ce qui fait qu'un plus grand nombre de personnes n'ont que de faibles possibilités d'emploi, et si c'est le cas, seulement des emplois peu qualifiés dans le secteur des bas salaires.

En Allemagne et en Italie, le nombre de NEET dans les villes est plus élevé qu'en 2021 (Italie : 24,5% ; Allemagne : 10,2%), et ce rapport est inversé dans le cas de la Pologne et de la Grèce. La différence est ici de plus de 4 % pour la Pologne et de près de 10 % dans le cas des zones rurales en Grèce (zones rurales : 22,8 % ; villes : 13,9 %). Les deux pays se situent donc nettement au-dessus de la moyenne de l'UE, qui affiche une proportion de 13,7 % de NEET dans les zones rurales. En Irlande, en France et à Chypre, les différences dans la comparaison entre zones urbaines et rurales sont plutôt faibles, l'Irlande et la France se situant en dessous de la moyenne européenne.

De toute évidence, il est nécessaire d'explorer les proportions plus importantes des NEET ruraux qui se produisent dans les pays européens dont les régimes d'aide sociale sont sous-protecteurs et qui ne parviennent pas à soutenir la transition école-travail chez les jeunes les plus vulnérables (Schoon & Heckhausen, 2019).

#### 4.4 Pourquoi les compétences digitales sont importantes pour le travail en milieu rural

Les technologies de l'information et de la communication (TIC) contribuent à réduire l'exode rural car elles permettent à la jeunesse rurale d'atteindre leurs objectifs personnels grâce à des plateformes digitales pour l'éducation en ligne, l'emploi, la santé, l'administration, le tourisme et le commerce.

Les technologies digitales font des zones rurales des lieux où les jeunes peuvent se réaliser (Neagu et. al, 2021). Elles offrent davantage de possibilités d'emploi, d'éducation et de formation aux jeunes, ainsi que la possibilité de bénéficier d'une communauté mondiale de personnes ayant des intérêts similaires aux leurs grâce à des plateformes telles que les classes virtuelles, les webinaires et diverses autres ressources (Molefe, 2020).

#### 4.5 Obstacles actuels aux capacités digitales de la jeunesse rurale

Certains des pays partenaires affichent des taux de chômage des jeunes parmi les plus bas de l'UE. Toutefois, les jeunes des zones rurales n'ont pas le même accès à l'éducation et à l'emploi que les jeunes des zones urbaines en raison du manque d'infrastructures appropriées dans les zones rurales, telles que la fourniture équitable de services publics, les transports publics, la connectivité des données, et du manque d'opportunités d'emploi.

Notre recherche montre que les zones rurales irlandaises sont plus faiblement engagées dans la technologie digitale, et ont des niveaux d'éducation et des revenus plus faibles. À Chypre, il existe peu de programmes qui s'adressent au groupe cible spécifique des NEET dans les zones rurales.

En Italie, la majorité des participants à une enquête menée par Salesforce ne se sentent pas prêts à évoluer dans un monde digital. En d'autres termes, la perception des jeunes est que l'utilisation généralisée de la technologie et des outils digitales utilisés dans la vie privée ne les dote pas automatiquement de ces compétences en ce qui concerne le monde du travail. Ainsi, une formation bien adaptée ne fera pas qu'accroître les capacités de nombreux jeunes, elle renforcera également leur confiance en eux.

#### 4.6 NEET et Marketing Digitale

La plupart des communications modernes se font par internet, notamment sur les réseaux sociaux, rendant ainsi indispensable de savoir les utiliser, notamment sur le lieu de travail. Le marketing numérique est donc un outil puissant pour former les nouvelles générations et réduire le déséquilibre de l'emploi. Le projet You.Stand.Out met l'accent sur le marketing des médias sociaux dans le but de promouvoir le patrimoine culturel local.

#### 4.7 Promouvoir le patrimoine culturel par des pratiques digitales

Les politiques de promotion de l'industrie culturelle ouvrent les portes non seulement à de nouveaux secteurs d'activités et à de nouveaux emplois étroitement liés au modèle d'entreprise 4.0, mais aussi à un cadre de compétences innovantes, les compétences étant de caractère transversal et transformationnel liées à la digitalisation, à l'internet des objets et à l'intelligence artificielle. Le tout dans un modèle d'économie circulaire visant la conservation et la valorisation du patrimoine naturel et culturel dans un contexte de développement circulaire et durable.

En élargissant l'accès à la formation aux compétences digitales, il est possible d'autonomiser les jeunes en tant que bénéficiaires de l'emploi rural numérique et de contribuer à la durabilité des communautés rurales.



#### 4.8 Faire progresser la jeunesse rurale

Le projet You.Stand.Out a pris en compte les objectifs européens de la jeunesse qui visent à soutenir spécifiquement la jeune génération. Les 11 objectifs européens pour la jeunesse mettent en lumière les problèmes qui touchent les jeunes en Europe et identifient leurs priorités pour un avenir durable et fructueux, notamment "une éducation de qualité" et "un emploi de qualité pour tous". C'est l'objectif jeunesse n°6 "Faire progresser la jeunesse rurale" qui correspond le mieux au projet, car il vise à améliorer les conditions des jeunes dans les zones rurales et à lutter contre le déclin démographique et socio-économique en libérant le potentiel de la jeunesse rurale.

## 5. Résultats de la recherche primaire

L'analyse des données qui suit est basée sur les réponses de 168 répondants au total.

### Question 1 – Gender

Parmi les répondants des sept pays partenaires, une légère majorité s'est identifiée comme "femme" (51,9%). 44,9% des répondants se sont identifiés comme des "hommes", tandis que 2,5% se sont identifiés comme "non binaires". Ce n'est qu'en Pologne et en France que le nombre de répondants "masculins" est supérieur à celui des "femmes".

### Question 2 – Age

Environ deux tiers des répondants à notre étude sont âgés de 24 à 29 ans (64,5%), tandis que 35,5% ont déclaré avoir entre 18 et 23 ans lorsqu'on leur a posé la question. La majorité des répondants étaient citoyens de leur pays, cependant, dans quelques cas, les réponses ont montré des nationalités différentes (espagnol, équatorien, égyptien).

### Question 3 – Population

Nous avons demandé aux personnes interrogées si elles vivaient dans un lieu comptant :

- moins de 1 000 habitants
- de 1 000 à 4 999 habitants
- de 5 000 à 9 999 habitants
- 10 000 à 19 999 habitants
- de 20 000 à 50 000 habitants
- plus de 50 000 habitants

Environ 70 % de nos répondants vivent dans des petites villes et des régions rurales, et seulement 29,7 % des répondants vivent dans des lieux de plus de 50 000 habitants. Il faut toutefois préciser qu'un nombre supérieur à la moyenne de participants italiens ayant pris part à cette recherche a dû être affecté à cette

catégorie (c'est-à-dire la zone métropolitaine de Rome), même si les espaces et les conditions de vie réels sur place correspondent davantage aux milieux des petites villes et des banlieues.

#### Question 4 – Niveau d'éducation

Un peu plus de la moitié des personnes interrogées (51,7%) ont suivi une forme d'enseignement supérieur et ont obtenu un diplôme universitaire, c'est-à-dire une licence ou une maîtrise. 37,9% ont terminé l'école secondaire/post primaire. Seuls environ 10% de nos répondants ont indiqué avoir quitté le système éducatif après l'école secondaire ou avant d'avoir terminé. Les données montrent en outre qu'il n'y a pas de correspondance entre les personnes ayant un niveau d'éducation inférieur et celles qui sont NEETs.

#### Question 5 – Situation professionnelle/NEET

Au total, 19,6 % des répondants se sont identifiés comme NEET, soit un répondant sur cinq de l'étude. 30,4 % sont actuellement employés ; 17,4 % sont actuellement en formation ; 12,7 % travaillent comme indépendants ; 11,4 % travaillent actuellement à temps partiel ; 5,1 % font un stage ; et 3,8 % suivent une formation quelconque sur les compétences professionnelles.

#### Question 6 – Activités digitales

87% des personnes interrogées utilisent à la fois un PC de bureau ou un ordinateur portable et un appareil mobile tel que leur smartphone ou leur tablette pour accéder à l'internet. Plus de 90 % utilisent l'internet à des fins privées ; deux tiers l'utilisent également à des fins professionnelles, notamment pour la recherche d'emploi et la formation ; et plus de la moitié des répondants ont déclaré l'utiliser dans le cadre de la formation (études) ou à l'école.

Les questions ont été subdivisées pour tenir compte du cadre de compétence numérique 2.0 de l'UE, à savoir :

- Information
- Communication
- Création de contenu
- Résolution de problèmes

Dans l'ensemble, la majorité des personnes interrogées dans tous les pays ont l'habitude d'effectuer des activités telles que l'utilisation de moteurs de recherche, l'envoi d'e-mails, la participation à des réseaux sociaux et le partage de contenu médiatique. Ils sont familiers d'une utilisation quotidienne simple de la technologie numérique.

#### Question 7 - Le digital au travail

Près de deux tiers des personnes interrogées ont indiqué qu'elles avaient déjà une certaine expérience de l'utilisation de certains outils digitaux au travail (63,1%). L'utilisation des médias sociaux sur un lieu de travail maintient un pourcentage assez élevé (par exemple - 38,1% en Italie); ils sont donc considérés comme des outils professionnels. Le stockage en ligne, les appels vidéo, les moteurs de recherche résultent en des outils fondamentaux sur le plan personnel et au travail ont été identifiés comme des

activités fréquentes réalisées par les répondants. La création et le partage de contenus tels que des images et des vidéos sont principalement liés à l'utilisation privée du web plutôt qu'à l'utilisation professionnelle. On peut dire que la plupart des organisations font appel à des services professionnels pour créer et partager leur contenu en ligne.

Pour les participants grecs, l'utilisation régulière de divers outils numériques, tels que la sauvegarde de fichiers sur des serveurs en nuage et l'envoi d'e-mails, n'est pas difficile. Les résultats obtenus en Grèce et en Pologne indiquent que l'utilisation de moteurs de recherche, la communication par e-mail et par les médias sociaux, et l'édition d'images font également partie de l'expérience professionnelle et sont utilisés pour la promotion du travail sur les médias sociaux. À Chypre, l'une des personnes interrogées a déclaré qu'elle produisait ses propres vidéos pour promouvoir ses produits et services.

### Question 8 – Intérêt pour la formation

37,9 % des répondants ont indiqué qu'ils seraient "très intéressés" par une formation sur les compétences en marketing digital et en médias sociaux. 31,1% des répondants ont indiqué qu'ils participeraient "probablement", tandis que 23,5% ont répondu "peut-être". Seuls 4,5 % des répondants ont déclaré que leur participation était improbable ou qu'ils ne montraient aucun intérêt pour ce type de formation. Ces résultats ont conduit à la neuvième question.

### Question 9 – Exigences d'apprentissage

Étant donné que plus de deux tiers des répondants sont intéressés, ou même très intéressés par les formations digitales, les répondants ont eu la possibilité de sélectionner leurs préférences dans une liste d'options.

La majorité d'entre eux ont exprimé leur intérêt pour des formations basées sur la création d'un site web, suivies par la création de contenu vidéo et la promotion à l'aide d'Instagram et de Youtube, et l'utilisation de photoshop pour modifier des images. Les sujets qui ont suscité le moins d'intérêt sont l'apprentissage de la conception graphique de logos, les droits d'auteur sur Internet et la compréhension d'Excel. Même si les droits d'auteur sur Internet n'étaient pas une exigence d'apprentissage prioritaire, ils seront tout de même inclus dans la formation car ils font partie intégrante du marketing digital.

Essentiellement, tous les répondants sont conscients que les compétences digitales sont fondamentales pour l'emploi.

Les trois domaines prioritaires identifiés par les répondants sont les suivants :

**Compétences techniques :** les compétences en matière de codage et de gestion de sites web ont été demandées par nos répondants car peu d'entre eux ont des connaissances dans ces domaines mais sont conscients que ces compétences peuvent améliorer leurs opportunités d'emploi. La connaissance des algorithmes des médias sociaux, des flux d'utilisateurs et de la programmation des plans de publication a également été jugée utile.

**Compétences en communication :** les répondants sont conscients de l'importance de pouvoir créer et gérer un contact en ligne avec les clients et les collaborateurs. La gestion de canaux et de plateformes tels que YouTube ou Instagram suscite un vif intérêt. Des outils spécifiques pour différents groupes cibles, des techniques de communication et des approches pour créer et gérer une communauté, sont nécessaires.

**Compétences en matière de médias sociaux :** presque tous les participants sont conscients que l'utilisation et la participation aux médias sociaux sont presque omniprésentes. De nombreux répondants peuvent manquer de connaissances sur la manière d'exploiter et de gérer correctement, efficacement et en toute sécurité les médias sociaux. Presque tous les participants partagent du contenu par le biais des médias et réseaux sociaux, et cela est considéré comme l'une des compétences les plus importantes à acquérir pour l'environnement de travail.

### Question 10 Représentation des zones rurales locales dans les médias sociaux

Dans l'ensemble, 42,1 % des personnes interrogées jugent que l'image de leur région sur les médias sociaux n'est pas bonne, tandis que 31,7 % affirment que leurs zones sont bien représentées, des exemples et des justifications ont été fournis lors des entretiens. 26,2 % ont déclaré qu'ils ne savaient pas si leur région était bien représentée, ce qui contraste avec les répondants de Chypre, dont 75 % pensent que leur région locale n'est pas bien représentée sur les médias sociaux.

Étant donné que le projet You.Stand.Out se concentre sur le marketing des médias sociaux dans le but de promouvoir le patrimoine culturel local, il était important de déterminer la relation des jeunes avec leur région et la façon dont ils déterminent la représentation de leur région respective sur les médias sociaux.

Un manque de compétences de base et de formation correspondante en matière de compétences numériques, notamment chez les jeunes et en particulier dans les zones rurales, montre clairement le grand besoin de formation continue en matière de transformation numérique de presque tous les domaines de la société et du travail.

## 6. Conclusion

Comme la technologie fait désormais partie de presque tous les emplois, le fait de posséder des compétences numériques, même de base, ouvrira beaucoup plus de possibilités d'emploi, en particulier pour les jeunes résidant dans les zones rurales.

Le projet You.Stand.Out fait partie d'une série de projets et d'initiatives qui visent à lutter contre le chômage des jeunes et à leur offrir des perspectives de carrière et un avenir autodéterminé digne d'être vécu grâce à diverses mesures de formation professionnelle et de formation continue. Le projet You.Stand.Out est clairement axé sur les jeunes des régions rurales et offre aux jeunes Européens des

possibilités de formation digitale, en mettant l'accent sur les compétences en marketing des médias sociaux.

L'inclusion sociale est étroitement liée à la participation sociale et socio-économique. La diminution de l'attachement à la campagne et à la région se traduit par un "exode rural" dû à un manque de perspectives d'avenir et à un manque de confiance, deux facteurs qui peuvent être renforcés "localement".

La digitalisation qui englobe tous les domaines de la société ne peut être sous-estimée pour la revalorisation des régions rurales et des espaces de vie. Avec une infrastructure numérique fonctionnelle dans les zones rurales, la participation à la vie professionnelle y est possible car les possibilités de travail ne sont plus exclusivement limitées à la présence sur place, ce qui permet aux jeunes d'avoir le choix de vivre et de travailler dans les zones rurales. Il est donc impératif que les jeunes reçoivent une formation adéquate en matière de compétences digitales pour avoir un meilleur accès à un emploi durable.

D'après les préférences des répondants en matière de formation, les compétences digitales demandées vont de la conception de sites web, du codage et de l'édition d'images au développement du commerce électronique et au marketing en ligne. Ces compétences devraient être au cœur du programme d'apprentissage en ligne de You.Stand.Out.