MINISTÈRE
DE L'ÉCONOMIE,
DES FINANCES
ET DE LA SOUVERAINETÉ
INDUSTRIELLE ET NUMÉRIQUE
Liberté
Égalité
Fraternité

Direction générale des Entreprises

REFERENTIEL DE LABELLISATION DES EXPERTS NUMERIQUE

Version en vigueur : 1.0 – 2025.04.18

Ce référentiel définit un ensemble de critères et une procédure d'évaluation de la satisfaction client TPE PME en vue de valoriser la qualité des prestations d'entreprises du numérique. Le processus d'évaluation proposé dans le cadre de ce référentiel a vocation à aboutir à l'obtention d'un label.

***Le référentiel** a été élaboré par le groupe de travail « **Labellisation** », piloté par la Direction générale des Entreprises, et avec l'assistance d'un prestataire.*
*Ce groupe de travail est composé de **6 Régions** (Auvergne-Rhône-Alpes, Centre-Val de Loire, Grand Est, Hauts-de-France, Nouvelle-Aquitaine, Ile-de-France), de **CCI France** et **CMA France**, de **fédérations professionnelles** (Numeum, Cinov digital, Confédération des Petites et Moyennes Entreprises – CPME, Commerçants et artisans des métropoles de France) ainsi que d'autres **partenaires France Num** (Afnic, GIE Carte Bancaire).*

La DGE a procédé au test du référentiel. 93 entreprises ont répondu à une première enquête sur la pertinence du vocabulaire utilisé pour qualifier les prestations. Ensuite, 43 « Activateurs France Num » (experts du numérique) ont été évalués selon le référentiel. 235 de leurs clients ont été sollicités pour répondre au questionnaire client.

Ce référentiel est publié sur le site www.francenum.fr sous la licence ouverte Etalab. Tout opérateur économique peut s'en saisir pour des projets de labellisation d'experts numériques et le faire évoluer librement.

SOMMAIRE

1. Contexte 1

1.1 Présentation de l'initiative gouvernementale et partenariale France Num 1

1.2 Difficultés rencontrées par les TPE PME pour sélectionner un prestataire pour leurs projets numériques 1

1.3 Comment faciliter le choix d'un expert numérique par une TPE PME pour l'accompagner dans sa numérisation ? 2

2. Elaboration Référentiel de labellisation 4

2.1 Objectif du référentiel de labellisation : Clarté, transparence, équité 4

2.2 Critères d'évaluation du référentiel 6

2.3 Test du référentiel de labellisation : Evaluation du processus de labellisation et pertinence des critères 8

2.3.1 Phase 1 : enquête auprès des entreprises et Activateurs 8

2.3.2 Phase 2 : Test du référentiel consolidé et validation de la procédure évaluation des candidats. 10

2.3.3 Méthodologie de test du référentiel 11

3. Référentiel de labellisation 11

3.1 Critères d'éligibilité 11

3.2 Critères d'évaluation 12

3.3 Questionnaire d'évaluation 12

3.4 Qualification des candidats 14

3.5 Barème et notation des candidats 14

3.6 Contrôle de conformité : Validation des résultats au questionnaire de satisfaction 15

3.6.1 Constitution de l'échantillon clients à contrôler 15

3.6.2 Contrôle de conformité : effectivité des clients et nombres de réponses 16

3.6.3 Contrôle de clients non valides 16

3.7 Validation de l'évaluation 17

3.7.1 Validation de l'évaluation 17

3.7.2 Cas des évaluations non validées 17

3.8 Evolution et révision du référentiel 17

REFERENTIEL DE LABELLISATION DES EXPERTS NUMERIQUES

1. Contexte

1.1 Présentation de l'initiative gouvernementale et partenariale France Num

Au sein du Ministère de l'Economie, des Finances, et de la Souveraineté numérique et industrielle, la Direction générale des Entreprises (DGE) met en œuvre, à travers l'initiative gouvernementale et partenariale France Num, la politique publique de transformation numérique des Très petites et Petites et Moyennes Entreprises françaises (TPE PME).

Cette initiative regroupe 70 partenaires dont les Régions et de nombreuses organisations professionnelles.

France Num met en œuvre les actions suivantes :

- Le site internet **www.francenum.gouv.fr**[1] : ressources pour sensibiliser, acculturer et accompagner les TPE PME au numérique (guides, conseils, magazines, aides financières, formations...)
- **Connecte Ta Boite**[2] : programme TV sur la transformation numérique des entreprises
- **Le Baromètre France Num**[3] : étude annuelle qui permet de mesurer les progrès réalisés par les entreprises pour se numériser et de mieux identifier les freins et leviers pour accélérer leur numérisation.
- **Activateurs France Num**[4] : réseau d'experts numériques répartis sur les territoires (référencés sur le site www.francenum.fr) pour accompagner les dirigeants des TPE PME (conseillers publics/privés, entreprises services numériques, offreurs de solution). L'annuaire des Activateurs regroupe près de 4000 experts en janvier 2025.
- **Actions territoriales** : **Tour France Num**[5] (série d'événements pratiques et concrets, organisés dans les régions, pour favoriser ou accélérer l'adoption du numérique par les dirigeants de petites entreprises afin de développer leur activité), **Café IA France Num**[6] (moments d'échange en présentiel au cours duquel les professionnels peuvent apprendre, expérimenter et débattre sur l'Intelligence Artificielle pour décider de leurs usages numériques, **Cafés Activateurs France Num** (réunions entre les Activateurs d'un département pour développer leurs relations et interactions en faveur de la transformation numériques des TPE PME)

1.2 Difficultés rencontrées par les TPE PME pour sélectionner un prestataire pour leurs projets numériques

Une difficulté rencontrée par les TPE PME pour se numériser est de faire un choix parmi une multitude de prestataires. En consultant les différents annuaires, on recense ainsi :

- annuaire des Activateurs France Num (4000 experts environ)[7] ;

[1] https://www.francenum.gouv.fr/

[2] https://www.francenum.gouv.fr/magazine-du-numerique/connecte-ta-boite-lemission-qui-aide-les-tpe-passer-au-numerique-revient-le-6

[3] https://www.francenum.gouv.fr/barometre-france-num

[4] https://www.francenum.gouv.fr/experts-du-numerique/trouver-un-expert-du-numerique

[5] https://www.francenum.gouv.fr/magazine-du-numerique/tour-france-num-rendez-vous-rennes-le-10-mars-2025

[6] https://www.francenum.gouv.fr/magazine-du-numerique/participez-un-cafe-ia-travail-avec-france-num

[7] https://www.francenum.gouv.fr/experts-du-numerique/carte-des-activateurs-france-num

- annuaire des Prestataires du numérique en Auvergne-Rhône-Alpes (2800 prestataires environ)[8] ;
- annuaire des solutions et services en ligne CCI Store (800 solutions environ)[9] ;
- annuaire des Prestataires numériques CCI Occitanie (700 prestataires environ)[10] ;
- annuaire des freelances IT Malt (plus de 300 000 freelances référencés)[11] ;

Certaines d'entre elles ont, en outre, un fort besoin de réassurance concernant les investissements numériques, dont elles ne perçoivent pas toujours l'intérêt, ou pour lesquels elles ont eu de mauvaises expériences.

A l'inverse d'autres TPE PME ont choisi d'excellents prestataires qui ont fait leurs preuves : ils connaissant les besoins des TPE PME et sont présents sur ce segment de marché. Ces derniers méritent d'être distingués de la masse des prestataires pour être connus de plus d'entreprises.

Ce constat est partagé avec les partenaires de France Num, acteurs de la transformation numérique, qui ont un réseau de prestataires numériques ou dont les conseillers sont aux prises avec les besoins des TPE/PME.
La problématique est de permettre au dirigeant des TPE PME d'identifier des experts numériques de qualité en un minimum de temps.

1.3 Comment faciliter le choix d'un expert numérique par une TPE PME pour l'accompagner dans sa numérisation ?

Dans le cadre de l'initiative gouvernementale et partenariale France Num, la Direction générale des Entreprises (le pôle de Transformation numérique des TPE PME) a constitué un groupe de travail national (GT labellisation) composé de :

- 6 Régions[12]
- d'une représentation nationale des chambres consulaires[13]
- de fédérations professionnelles[14]
- de représentants des prestataires de services numériques[15]
- ainsi que d'autres partenaires de France Num[16]

Ce groupe de travail a mené une réflexion sur l'identification d'experts numériques de qualité et sur les moyens de les faire connaître aux TPE PME afin qu'elles puissent les choisir dans un cadre de confiance parmi la multitude des prestataires et experts présents sur le marché. A cet effet, le GT labellisation a orienté son analyse sur les dispositifs de certification et de labellisation.

[8] https://www.auvergnerhonealpes.digital/

[9] https://www.ccistore.fr/national/

[10] https://www.prestanumerique.fr/

[11] https://www.malt.fr/

[12] Auvergne-Rhône-Alpes, Centre-Val de Loire, Grand Est, Hauts-de-France, Nouvelle-Aquitaine, Ile-de-France
[13] CCI France, CMA France
[14] Confédération des Petites et Moyennes Entreprises, Commerçants et Artisans des Métropoles de France
[15] GIE Cartes Bancaires, Numeum, Cinov digital
[16] AFNIC

Les enjeux d'une labellisation

Objectifs	• Distinguer des prestataires numériques de qualité • Faciliter le choix des TPE/PME parmi la multitude des prestataires	
Enjeux	TPE/PME	• Faciliter le choix et prendre contact avec un prestataire labellisé pour engager sa transformation. • Donner de la réassurance aux TPE/PME grâce à des signes de confiance tangibles
	Prestataires numériques	• Valoriser et rendre visible leurs savoir-faire • Améliorer leur performance
	Partenaires et acteurs	• Favoriser les actions en faveur de la transformation numérique des entreprises • Augmenter le nombre de TPE/PME engageant leur transformation numérique. • Garantir la qualité de service des prestataires numériques proposés aux TPE/PME

Comparatifs sur des modes de labellisation

Certification/Label Normatif Respect de la réglementation	Label qualité Respect d'engagements fixés	Label Qualité vérifiée Engagements et Evaluation
☹ Pluralités de normes pour de multiples métiers dans le numérique ☹ Inexistence de normes pour certains métiers du numérique. ☹ Processus complexes et couteux en temps ☹ Coût élevé pour le labellisé ☺ La qualité des prestataires est certifiée	☺ Charte d'engagement : décline le service attendu pour lequel le prestataire s'engage ☹ La Charte d'engagement est un engagement de moyen. Les résultats ne sont pas évalués ☺ Processus simple ☺ Coût peu élevé pour le labellisé ☹ Pas de fiabilité sur la qualité des prestataires.	☺ Charte d'engagement : décline le service attendu pour lequel le prestataire s'engage ☺ La mesure de la satisfaction client permet d'évaluer les résultats ☺ Processus simple ☺ Coût peu élevé pour le labellisé ☺ La qualité des prestataires est vérifiée

Suite à l'étude des dispositifs de certification et de la labellisation, la certification n'a pas été retenue car il s'agit de certifier la qualité d'un processus pour un métier donné ce qui présente un coût élevé en raison des audits de contrôle à mener.

Un label qualité vérifié a été privilégié. La mesure de la satisfaction client permet de contrôler ou attester la qualité des prestations réalisées par les experts numériques. Toutefois, ce type de label rend nécessaire de vérifier l'authenticité des données de satisfaction recueillies.

Les travaux du GT Labellisation N°1 ont conduit à recommander un **processus de labellisation** qui permet de distinguer les experts numériques quelques que soient leurs métiers (design graphique, stratégie numérique, intelligence artificielle, éditeurs de solutions…). Ce processus s'articulerait autour d'un **dispositif d'évaluation de la satisfaction client** et d'un **signe de reconnaissance** valorisant leur savoir-faire dans les domaines de la transformation numérique[17].

2. Elaboration Référentiel de labellisation

2.1 Objectif du référentiel de labellisation : Clarté, transparence, équité

Pour consolider les éléments de conception du référentiel, le GT labellisation a consulté 2 500 experts du numérique (Activateurs France Num) pour recueillir leurs avis sur sa pertinence et son intérêt dans le cadre de leur activité, valider ses modalités de mise en œuvre, et définir les indicateurs de succès du label. 690 réponses ont été recueillis (soit 28%).

Méthodologie proposée pour le questionnaire :

- Nombre de questions : 5
- Type de réponses : utilisation des échelles de Likert
- Prise en compte des avantages et inconvénients du label
- Exemples de questions

Type de réponse aux questions

Satisfaction	Engagement	Perception
- Très satisfait **- Plutôt satisfait** **- Ni satisfait, ni insatisfait** **- Plutôt insatisfait** **- Très insatisfait**	**- Tout à fait d'accord** **- D'accord** **- Ni d'accord, ni pas d'accord** **- Pas d'accord** **- Pas du tout d'accord**	**- Extrêmement utiles** **- Très utiles** **- Assez utiles** **- Pas très utiles** **- Pas du tout utiles**

[17] Voir Annexe 1

Avantages et inconvénients du label

Avantages	Inconvénients
- Se démarquer de la concurrence - Rassurer ses clients - Gage de crédibilité et de confiance - Valoriser ses services, son entreprise - Acquérir de la visibilité, de la notoriété - Gain de transparence - Source de communication externe et interne - Source d'amélioration de la qualité de service - Appartenir à une communauté - Facilite l'accès à des marchés règlementés - Assure la pérennité de votre activité - Faire évoluer sa stratégie	- Procédure couteuse (temps, argent, ressources) - Investissement à long terme - Contrôle et audits - Perte d'image dans le cas de la perte du label - Activateurs France peu connu des entreprises - Risque d'associer la notoriété du label à celle des Activateurs France Num

Exemples de questions (experts numériques)

- Vos prospects ont-ils besoin d'être rassurés par un label de satisfaction client ? Réponse : « Type engagement »
- Un label de satisfaction client vous permettrait-il de : => liste (vous démarquer de la concurrence, développer vos ventes, améliorer la qualité de vos services, appartenir à une communauté, mieux communiquer). Trois choix possibles.
- Un label de satisfaction client vous permettrait-il d'avoir une meilleure visibilité notamment sur les plateformes et les sites internet ?
- Pensez-vous qu'il est compliqué pour une TPE de choisir un prestataire pour sa transformation numérique :
  Pourquoi ?
- Avez-vous déjà des certifications ou des labels :
  Lesquels ?
- Un label de satisfaction client vous serait-il utile ?
  Réponse : « Type perception »
- Selon vous, quels seraient les éléments qui constitueraient un frein à vous labelliser ? Réponse : (Non pertinence d'un label, je n'en ai pas besoin, j'ai besoins d'en savoir plus, le coût financier, investissement en temps et ressources)

Résultat de la consultation des experts numériques

- 690 réponses (28% des sondés)
- 88% des répondants estiment que le choix d'un expert numérique est compliqué pour une TPE/PME
- 84% des répondants pensent que le label est un gage de réassurance pour les TPE/PME
- **92%** pensent que le label satisfaction client leur sera utile
- Pour 77%, le label permet en premier lieu de se démarquer de la concurrence.
- Un coût financier supérieur à 400 € serait le principal frein au label pour **68 %** des experts numériques, toutefois le manque de valeurs ajoutées du label pourrait être également un frein pour 52% des sondés
- Un label réussi repose sur l'**accessibilité** (faible coût, simplicité administrative), la **visibilité**, la **lisibilité** et la **qualité de l'évaluation**.

Eléments de succès

Question : Quelles seraient selon vous les conditions de succès de ce label ? (question ouverte)

1-Forte communication

- Promotion et large communication auprès des TPE/PME
- Plus-values du label
- Visible et lisible
- Légitimité, crédibilité, transparence
- Orientation par les CCI et CMA vers les prestataires labellisés et non vers les GAFAM

2-Dispositif

- Simplicité administrative (éviter une usine à gaz)
- Transparence et clarté sur les critères de sélection
- Critères de sélection des candidats : Expériences, ancienneté, diplômes, certifications ou labels, qualité de la prestation
- Evaluation des candidats : Satisfaction ces clients et prospects
- Accès tarifaire : faible coût pour les indépendants (~200€), acceptabilité autour de 400€.
- Crainte sur le ROI, si le label n'a pas de notoriété (Proposition de gratuité en phase de lancement)

Extrait de commentaires :

« Le label apporte de la confiance aux organisations, Impose une qualité de service minimum aux prestataires, aligne les prestations, propose un référentiel commun, vulgarise la transformation numérique par secteur d'activité »

2.2 Critères d'évaluation du référentiel

Les cibles prioritaires : Ce sont les entreprises les plus éloignées du numérique pour lesquelles une transformation numérique contribuerait à développer leur activité ou leur chiffre d'affaires. Parmi les entreprises les plus éloignées du numérique les Très petites entreprises constituent la majorité de la cible. Dans ce contexte, les prestataires de services numériques sélectionnés par les TPE PME doivent être des « **experts** » qui ont su démontrer leurs compétences dans les domaines de la transformation numérique.

Le candidat au label est un « **expert** » numérique. C'est une entreprise ou une association dont l'activité principale est en lien de façon significative avec la transformation numérique des TPE/PME françaises. Il exerce une activité économique. A titre d'exemple, un consultant indépendant, une agence web, une entreprise de services numériques, un éditeur de solution, un expert-comptable. Il peut proposer des services de conseil, un accompagnement à la mise en œuvre, des solutions ou des formations sur des domaines tels que l'élaboration d'une stratégie numérique, la création, l'animation ou la gestion de services en ligne (site internet, réseaux sociaux…), la gestion des données, la numérisation de la gestion interne, la cybersécurité. Les Activateurs France Num sont éligibles au dispositif de labellisation.

- **Exigences au niveau du candidat :**
  - Une expérience significative supérieure à 2 ans. Soit l'entreprise doit avoir une antériorité de 2 ans minimum, soit, pour les entreprises plus récentes, elles doivent justifier d'une existence de plus de 6 mois et leurs dirigeants et experts numériques devront attester une expertise dans le domaine de la transformation numérique d'au moins deux ans.

- Un taux d'activité significatif (nombre de clients/prestations ou chiffre d'affaires de l'année précédente)

Taille entreprise (Nb. Salariés)	Nb. Clients/Prestations	CA
0	> 10	> 10 000 €
1 à 2	> 20	> 20 000 €
3 à 5	> 30	> 30 000 €
6 à 9	> 50	> 50 000 €
10 à 19	> 100	> 100 000 €
20 à 49	> 100	> 250 000 €
> 50	> 100	> 500 000 €

Critères d'évaluation : Les critères d'évaluation sont des axes sur lesquels une mesure objective de la satisfaction clients est réalisée. Ces axes regroupent les thématiques suivantes :

- **compétence** (expertise métier),
- **respects des engagements** (qualité de la prestation, coût de la prestation, respect des délais),
- **satisfaction** (relation et communication, SAV, satisfaction globale).

Ces critères seront traduits dans un questionnaire de 8 à 10 questions adressé aux clients du candidat.

Mesure et résultats de l'évaluation : **Une échelle de graduation** de 1 à 10 est proposée pour chaque critère évalué. Un mode de calcul est proposé à la section (3.5. Barème et notation) pour établir une note globale. La note obtenue permettra d'obtenir un résultat binaire (obtention ou non obtention du label). Cette note ne pourra pas être utilisée pour établir un classement des candidats labellisés. L'**échantillon** est le deuxième composant de la mesure. Il représente le nombre de clients ou prestations sur lequel repose l'évaluation. Il est proposé que cet échantillon soit affiché comme élément distinctif du label obtenu par le candidat. **Le quorum** est le troisième élément de la mesure. Il s'agit du pourcentage de l'échantillon pour lequel le résultat de l'évaluation sera pertinent. Le taux est dégressif en fonction de la taille entreprise/ nombre de clients ou prestations.

Taille entreprise (Nb. Salariés)	Nb. Clients/Prestations	CA	Quorum
0	> 10	> 10 000 €	80%
1 à 2	> 20	> 20 000 €	80%
3 à 5	> 30	> 30 000 €	70%
6 à 9	> 50	> 50 000 €	50%
10 à 19	> 100	> 100 000 €	20%
20 à 49	> 100	> 250 000 €	20%
> 50	> 100	> 500 000 €	20%

2.3 Test du référentiel de labellisation : Evaluation du processus de labellisation et pertinence des critères

Pour effectuer le test du référentiel, La DGE a réalisé deux opérations :

- Phase 1
  - Enquête auprès d'un échantillon d'entreprises pour valider l'usage d'un label pour choisir un prestataire et pour vérifier l'adéquation du vocabulaire utilisé pour qualifier les prestations. Un questionnaire de test répondant aux meilleures pratiques en matière d'évaluation de la satisfaction client en environnement numérique leur est proposé.
  - Enquête auprès d'un échantillon d'activateurs pour valider les éléments de conception du label, dont les critères d'éligibilité. En outre leur adhésion et leur engagement à ce label a été mesuré.
  - A l'issue des enquêtes, le questionnaire a été adapté en une seconde version afin de recueillir la satisfaction clients
- Phase 2
  - Test du référentiel auprès des Activateurs candidats au label

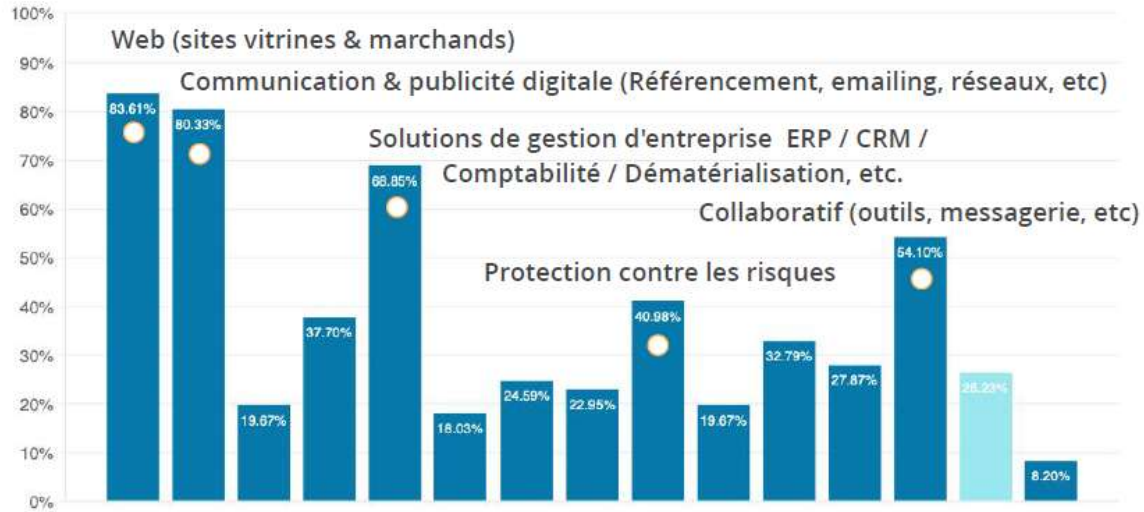
2.3.1 Phase 1 : enquête auprès des entreprises et Activateurs

- **Résultats des enquêtes auprès d'un échantillon d'entreprises (90 consultées, 61 réponses)**
  - 86,9% valident le concept. Elles confirment le besoin d'un label facilitant et sécurisant leurs investissements IT.
  - 72,13% déclarent qu'elles répondront si leur prestataire les sollicite pour une labellisation telle que proposée par le référentiel
  - 90,16% priorisent la qualité de la prestation, 75,41% la dimension conseil, 57,38% le respect des budgets et 57,38% la qualité de la relation humaine.

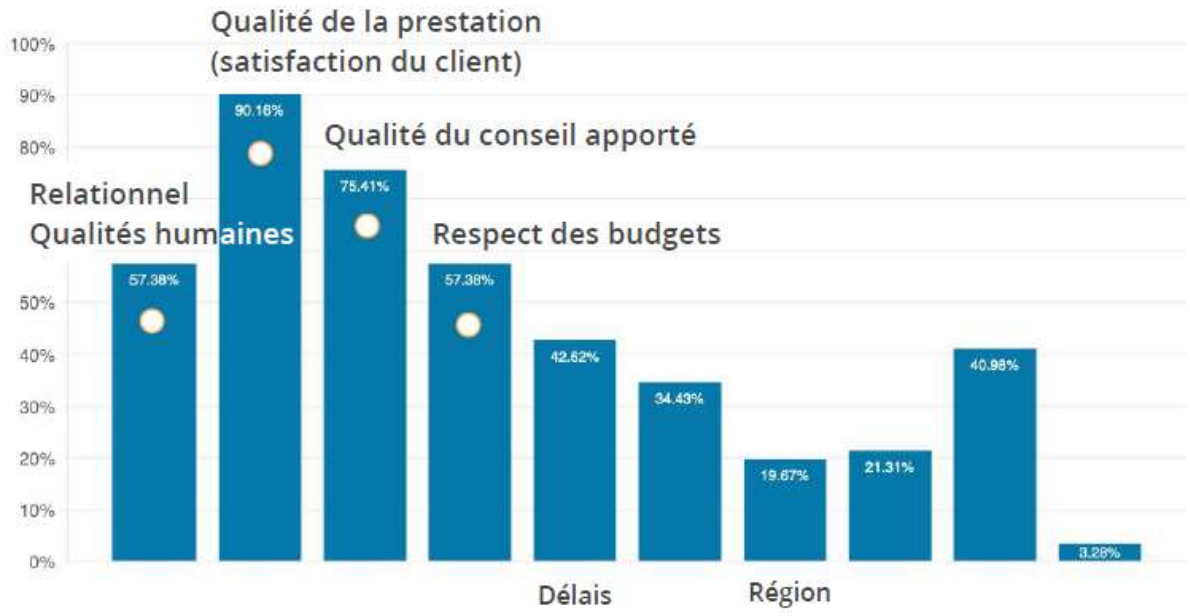
Résultats sur la catégorisation des prestations

Pour évaluer la « compétence », la satisfaction du client a été mesurée sur le « type de compétence » qu'a réalisé la structure. Les grandes catégories de prestations issues du premier test sont énumérées ci-dessous :

- Web (sites vitrines et marchands)
- Communication & publicité digitale (Référencement, emailing, réseaux, etc)
- Gestion, analyse et traitement de données
- Accompagnement global d'une TPE/PME (personne de confiance multi compétences)
- Solution de gestion d'entreprise ERP / CRM / Comptabilité / Dématérialisation, etc.
- Développement sur mesure
- Ressources humaines (travail, coworking, Paie, etc.)
- Conseil sur la transformation numérique
- Protection contre les risques (Cyber, RGPD, e-réputation, Assurance, etc.)
- Formation
- Financement des projets de transformation numérique
- Infrastructure / stockage des données
- Collaboratif (outils, messagerie, etc.)
- Agence de design (logo, charte graphique, etc.)



Les critères d'évaluation retenus :



Résultats sur les critères d'évaluation des prestations

L'évaluation porte sur 5 critères :

- Qualité des prestations (note de 1 à 10)
- Évaluation de la dimension conseil (note de 1 à 10)
- Respect des engagements de délais (note de 1 à 10)
- Respect des engagements de budget (note de 1 à 10)
- Appréciation du contact humain lors de la prestation (note de 1 à 5)

- **Résultats des enquêtes auprès d'un échantillon d'Activateurs**
  - 75% valide le concept. Ils confirment leur besoin d'un label facilitant leur différentiation.
  - 50% s'engageront dans leur labellisation. 37,5% supplémentaires l'envisagent « probablement ».
  - 96,88% priorisent la qualité de la prestation, 68,75% la dimension conseil, 65,63% la qualité de la relation humaine et 59,38% le respect des budgets

Résultats sur les critères d'éligibilité des candidats

- Au moins deux ans d'expertise
- Réaliser un CA supérieur à 30 000€
- Avoir facturé sur les 12 derniers mois au moins 4 clients, pour un montant individuel supérieur à 1 500€.

2.3.2 Phase 2 : Test du référentiel consolidé et validation de la procédure évaluation des candidats.

Les participants au test du référentiels

Sous-échantillon d'Activateurs : composé de 20 Activateurs volontaires, soit 46,51% de l'échantillon Activateurs. Le profil majoritaire est constitué d'acteurs de la numérisation des TPE et PME, de 0 (indépendants ou gérants) à 3 salariés, avec un chiffre d'affaires moyen de 35 à 90K€. Les plus importants représentent 450 000€ de chiffre d'affaires et 8 salariés.

Participants au test : 16. Causes : 1 activateur non qualifié (chiffres d'affaire insuffisant), 3 n'ont pas eu le temps de solliciter leurs clients (non atteinte du quorum de réponses).

Clients (Entreprises) : Le sous-échantillon participant au test dispose de 293 clients dont 237 ont pu être sollicités et 153 ont répondu sous 9 jours calendaires au questionnaire, soit 64,6%.

Test du questionnaire auprès des entreprises. 153 entreprises ont répondu sur 237 sollicitées par les Activateurs, soit 64,6%.

Résultats à l'issu du processus de labellisation

- 60% de réussite
- 20 activateurs engagés dans le processus
    - 4 exclus (non qualifié car le nombre 4 clients requis au minimum n'a pas été confirmé)
    - 3 non labellisables (le quorum, soit le volume de réponse des clients au questionnaire n'a pas été atteint)
    - 12 Labellisables

2.3.3 Méthodologie de test du référentiel

La méthodologie suivante a été appliquée :

Phase 1 : Validation conceptuelle. Implication en amont de la constitution du référentiel d'un échantillon de candidats potentiels à la labellisation et d'un échantillon d'entreprises pouvant être amenées à contribuer à la labellisation de leurs prestataires-candidats (par la réponse à un formulaire d'évaluation).

Puis, constitution du référentiel. Basé sur les meilleurs pratiques et les données générées par les échantillons consultés en phase 1, le référentiel de labellisation a été optimisé, pour favoriser son déploiement et son adoption.

Phase 2 : Test en conditions réelles. Un prototype du processus de labellisation a été mis en œuvre. Un sous-échantillon de candidats a simulé sa candidature à la labellisation, impliquant ses propres clients. Les données recueillies ont permis la finalisation du référentiel.

Moyens mis en œuvre : emailing, environnement d'enquête et contact téléphonique

Constitution d'un sous-échantillon d'Activateurs par appel à candidature auprès de l'échantillon d'Activateurs. 46,51% des Activateurs ont accepté de participer au test, dans un délai particulièrement contraint et très inférieurs à ceux prévus par le référentiel.

Le test du référentiel comprend l'envoi du questionnaire aux clients du candidats. 153 entreprises ont répondu sur 237 sollicitées par les Activateurs, soit 64,6%. Considérant les contraintes du test, ce chiffre apparait cohérent avec ceux collectés lors du premier test.

3. Référentiel de labellisation

3.1 Critères d'éligibilité

Les experts numériques qui souhaiteraient s'engager dans ce processus de labellisation devront répondre aux critères d'éligibilité suivants :

- L'entreprise candidate est une structure intervenant dans le domaine concurrentiel du numérique dont le **siège est établi dans l'Union européenne**. Ses **prestations sont réalisées sur le territoire français**.
- L'activité principale est exercée dans les domaines de transformation numérique.
- L'entreprise a une **antériorité de 2 ans minimum** ou son dirigeant et ses experts numériques devront attester une expertise dans le domaine de la transformation numérique d'au moins deux ans.
- L'entreprise a réalisé plus de **30 000 HT** de chiffre d'affaires pour **plus de 4 clients** sur les **12 derniers mois**.
- L'entreprise est référencée **« Activateurs France Num** ». Ce critère, non obligatoire constitue un premier niveau de contrôle sur le professionnalisme du candidat (localisation de l'entreprise, type d'entreprise, état d'activité, ancienneté, pertinence de l'offre de service).

3.2 Critères d'évaluation

L'attribution du label est basée sur l'évaluation objective de la qualité de service des prestations des experts numériques par leurs propres clients. Ces derniers évaluent les compétences, la gestion et la réussite du projet, le respect des engagements en budget et délais, la relation clients-fournisseurs. Ils témoignent ainsi de leur satisfaction globale vis-à-vis de la prestation, en regard de leurs de besoins.

Le critère « **Qualité** » traduit le niveau de réponse apporté par une prestation ou une solution au besoin exprimé du client. Il témoigne du niveau des compétences (expertise métier) du candidat.

Le critère « **Conseil** », n'est pas lié à une prestation de conseil. Il caractérise l'écoute du client, la prise compte du besoin et sa traduction. Le cas échéant, il peut prendre en compte les modalités de suivi de la prestation et de l'utilisation d'un logiciel. Dans cas d'une solution, le conseil prendra en compte toutes les modalités d'accompagnement pour la mise en œuvre et l'utilisation de la solution.

Le critère « **Contact** » traduit la qualité du rapport humain entre le client et le prestataire (confiance et qualités humaines). Les critères **« Délais, Budget, Contact »** sont des éléments importants pour le client lors d'une prestation, toutefois ils ont un degré de moindre importance par rapport aux deux premiers critères.

Ces critères permettent de recueillir la satisfaction client sur l'ensemble de la chaine de valeur.

3.3 Questionnaire d'évaluation

Le recueil de la satisfaction s'effectue via questionnaire. Le candidat sollicite ses clients pour obtenir un nombre suffisant de réponses

Le questionnaire (adressé aux clients)
Le questionnaire contient **7 questions,** ainsi que le nom de l'entreprise, email et téléphone**.**

- **5 questions évaluatives :**
  - Qualité des prestations (note de 1 à 10)
  - Évaluation de la dimension conseil (note de 1 à 10)
  - Respect des engagements de délais (note de 1 à 10)
  - Respect des engagements de budget (note de 1 à 10)
  - Appréciation du contact humain et de la relation client-fournisseur lors de la prestation (note de 1 à 5)
- **2 informations complémentaires :**
  - Catégories des prestations sur lesquelles les clients ont constaté une expertise méritant d'être recommandée.
  - Région dans laquelle la prestation a été réalisée

Exemple de questionnaire

Q1. Merci de me confirmer le nom de votre entreprise (Vos réponses seront anonymisées)

Q2. Votre région

Q3. Confirmez-vous répondre aux critères suivants

1) vous avez été facturé par le prestataire durant les 12 derniers mois
2) pour un montant supérieur à 1500 € ht
3) sur son cœur de compétences

Q4. QUALITE DES PRESTATIONS
Comment évaluez-vous le prestataire ?

Q5. CONSEILS ET ACCOMPAGNEMENT
Comment évaluez-vous le prestataire ?

Q6. DELAIS
Le prestataire a-t-il respecté ses engagements ?

Q7. BUDGET
Le prestataire a-t-il respecté ses engagements ?

Q8. Sur quelles compétences majeures est intervenu avec succès le prestataire ?
Cochez UNIQUEMENT le ou les domaines sur lesquels vous avez constaté lors de votre projet une réelle compétence du prestataire, justifiant de le recommander.

Q9. Enfin, avez-vous apprécié le contact humain avec le prestataire ?

3.4 Qualification des candidats

Le « **quorum** » est le volume de réponses clients que doit obtenir le candidat pour sa qualification. Celui-ci est **proportionné** au **nombre de clients déclarés** lors de l'engagement du candidat.
Le candidat est qualifié pour la phase de notation si le quorum est atteint pour des prestations supérieures à 1 500 € HT *(les clients confirment sur le questionnaire que la prestation est supérieure à 1 500 € HT, qu'elle date de moins de 12 mois, et précisent quelles sont les compétences principales du candidat).*

Quorum de réponse en fonction du nombre de clients déclaré

Nbre clients	Quorum	Volume réponses
4-10	80%	3-8
10-25	70%	8-17
26-55	45%	17-24
56-100	40%	24-40
101-200	35%	40-70
201-500	30%	70-150
501-1000	25%	150-250
1001-2000	20%	250-400
2001-5000	17%	400-850
>5000	15%	>850

*Exemple : **Pour la tranche « Nombres de clients (4-10) »***

*Un candidat qui a déclaré 4 clients doit obtenir un minimum de **3 réponses** clients.*

*Un candidat qui a déclaré 10 clients doit obtenir un minimum de **8 réponses** clients.*

***Remarque** : Le volume de réponse est calculé à partir du pourcentage de nombre de clients puis arrondi au supérieur ou inférieur pour obtenir un nombre entier.*

Remarque :

Les candidats qui n'auront pas atteint le quorum ne seront **non qualifié** pour la phase de notation *(cf. section 4.5).*

3.5 Barème et notation des candidats

Le barème de notation a été établi en fonction des avis et besoins des entreprises clientes. Les critères d'évaluation ont été pondérés en fonction leur degré d'importance.

Tableau de NOTATION

Critères d'évaluation	Echelle de notation	Coefficient de pondération	Echelle pondérée	Barème admission
QUALITE*	10	15	150	**80%**
CONSEIL	10	10	100	
DELAIS	10	5	50	
BUDGET	10	5	50	
CONTACT	10	5	50	
Total			**400** points	**320** points

Remarque sur le critère « **Qualité** ».
Ce critère possède le coefficient le plus élevé. Dans le cadre du système de pondération proposé ci-dessus, obtenir une note de 5 ou 6 en qualité et avec un barème de 80%, ne permet quasiment pas d'être admissible à la labellisation à moins d'avoir la note maximale à tous les autres critères.

La note du candidat est calculée en fonction de la note obtenue pour chaque critères (qualité, conseil, délais, budget, contact) multipliée par le coefficient de pondération correspondant. Le candidat est sélectionné pour l'obtention du label si la note obtenue est supérieure ou égale au barème d'admission fixé dans le cadre de ce référentiel. Le **barème initial d'admission est fixé à 80% du total de points**. Le taux du barème d'admission est librement fixé, toutefois il est conseillé de fixer un taux compris entre 75% et 90% des points totaux (400 points) pour une exigence de qualité.

Exemple 1 : Candidat admissible à la labellisation

Tableau de NOTATION

Critères d'évaluation	Echelle de notation	Coefficient de pondération	Echelle pondérée	Nombre points du candidat
QUALITE	8	15	150	**120**
CONSEIL	9	10	100	**90**
DELAIS	8	5	50	**40**
BUDGET	8	5	50	**40**
CONTACT	8	5	50	**40**
Total			**400** points	**330** points

> 320 points, barème de référence

Exemple 2 : Candidat nom admissible

Tableau de NOTATION

Critères d'évaluation	Echelle de notation	Coefficient de pondération	Echelle pondérée	Nombre points du candidat
QUALITE	7	15	150	**105**
CONSEIL	9	10	100	**90**
DELAIS	8	5	50	**40**
BUDGET	7	5	50	**35**
CONTACT	9	5	50	**45**
Total			**400** points	**315** points

< 320 points, barème de référence

Remarque :

Le processus notation sera interrompu pour les candidats qui n'obtiendront pas une note suffisante pour être proposés à la labellisation.

Les candidats qui n'obtiendront pas la note suffisante pour être proposés à la labellisation se verront proposer un dispositif d'accompagnement à l'amélioration de la qualité. Ce dispositif, peut-être articulé autour de sessions de conseils et de formations. En aucun cas, ce dispositif ne pourrait compenser ou compléter une insuffisance dans l'expertise métier du candidat pour changer le résultat obtenu

3.6 Contrôle de conformité : Validation des résultats au questionnaire de satisfaction

3.6.1 Constitution de l'échantillon clients à contrôler

Pour les candidats proposés à la labellisation (note d'évaluation supérieure ou égale à la note d'admission), un échantillon de leurs clients ayant répondu au questionnaire sera constitué pour effectuer un contrôle de conformité. Les contrôles permettront de vérifier que les clients sont bien des entreprises en activité qui ont bénéficié d'une prestation d'un montant de 1 500 Euros HT de la part du prestataire candidat au label. L'échantillon de clients à contrôler est constitué a **minima de 20% du quorum** qui a été nécessaire à la qualification du candidat.

Volume de l'échantillon à contrôler

Nbre clients	Quorum	Volume réponses nécessaires	% du volume de réponses	Nombre de clients contrôlés
4-10	80%	3-8	20%	**1-2**
10-25	70%	8-17	20%	**2-4**
26-55	45%	17-24	20%	**4-5**
56-100	40%	24-40	20%	**5-8**
101-200	35%	40-70	20%	**9-14**
201-500	30%	70-150	20%	**15-30**
501-1000	25%	150-250	20%	**31-50**
1001-2000	20%	250-400	20%	**51-80**
2001-5000	17%	400-850	20%	**81-170**
>5000	15%	>850	20%	**>170**

*Exemple : **Pour la tranche « Nombre de clients (56-100) »***
*Un candidat qui a déclaré 56 clients doit obtenir **au moins 24 réponses** clients pour le processus de notation. Sur ces 24 clients, **5 clients** doivent faire l'objet de contrôle effectif de conformité.*
*Un candidat qui a déclaré 100 clients**, 8 clients** doivent faire l'objet de contrôle effectif de conformité.*
***Remarque** : Le volume de clients à contrôler est égale à l'arrondi supérieure ou inférieure de 20% du volume de réponses.*

3.6.2 Contrôle de conformité : effectivité des clients et nombres de réponses

Le contrôle de conformité doit permettre de valider le nombre de réponses au questionnaire (nécessaire à la qualification du candidat pour la notation) et la qualité des réponses (nécessaire à la notation du candidat).

Pour réaliser le contrôle de conformité, les clients seront contactés par voie numérique ou téléphonique à partir des coordonnées indiquées sur le questionnaire d'évaluation. Ils devront confirmer :

a) Qu'ils ont bien complété un questionnaire de satisfaction dans le cadre de la labellisation du candidat concerné.
b) Qu'ils soient des entreprises en activité : le numéro SIRET sera communiqué pour vérification
c) Qu'ils aient reçu une ou ensemble de prestations numériques pour un montant supérieur ou égal à 1 500 € HT de la part du candidat concerné. En cas de doute les factures des prestations pourront être exigées pour vérification.

Le contrôle est validé et comptabilisé lorsque les 3 points ci-dessus auront été validés. Ces 3 points sont cumulatifs.

3.6.3 Contrôle de clients non valides

a) **Non confirmation du remplissage du questionnaire :** Les clients qui n'auront pas confirmé qu'ils ont bien rempli le questionnaire ne seront pas validés. Ils seront décomptés du volume du quorum et de l'échantillon de contrôle.
b) **Etablissement fermé :** Pour un client qui aura son établissement fermé à la date du contrôle, une analyse approfondie sera réalisée avec preuve à l'appui que l'établissement était bien en activité lors de la réalisation de la prestation. La prestation aura été réalisée en totalité. Dans le cas contraire, les clients ne seront pas validés et seront décomptés du volume du quorum et de l'échantillon de contrôle.

c) **Client injoignable :** Les clients injoignables après les relances (2 au maximum) seront considérés comme des clients inexistants et non valides. Ils seront décomptés du volume du quorum et de l'échantillon de contrôle. Une nouvelle sélection de clients devra compléter le volume de l'échantillon de contrôle.

d) **Inéligibilité et disqualification :** Dans les cas ci-dessus où les clients auront été invalidé, si la décompte des clients invalide le palier nécessaire à la qualification du candidat et le volume nécessaire de l'échantillon de contrôle, le candidat sera disqualifié et deviendra inéligible à la labellisation.
Exemple : Pour le candidat qui a déclaré 56 clients, il doit obtenir au moins 24 réponses clients et 5 contrôles de conformité de ses clients validés. Initialement le candidats envoi le questionnaire à son nombre de clients déclarer (56 clients). Nous prenons le cas où il obtient **32 réponses au questionnaire**. Ce nombre de réponses (supérieur à **24**) lui permet d'être qualifié pour la notation. Puis il obtient une note de 330 points, il est donc proposé à la labellisation. Lors de la phase de contrôle il doit valider 5 contrôles de conformité. Un échantillon de 5 sur les 32 clients qui ont répondu au questionnaire est constitué au hasard. Pour ce premier échantillon, tous les contrôles réalisés sont non valides. Dès lors une nouvelle sélection de 5 clients est constituée sur le volume des **27 clients restants**. Lors de la deuxième itération du contrôle, **1 seul contrôle est validé**. A ce stade il y a **potentiellement** 23 réponses (27 – 4 non valides) au questionnaire **valides.** Ce nombre est en-dessus du palier de 24 réponses nécessaires. **Le candidat sera disqualifié.** ***(Cf. section 4.3.2.c).***

3.7 Validation de l'évaluation

3.7.1 Validation de l'évaluation

La phase de validation de l'évaluation des candidats permet sélectionner les candidats qui seront labellisés. Pour ces derniers, la **note de leur prestation est supérieure ou égale au barème d'admission** et les **réponses de leurs clients ont été validées**.

3.7.2 Cas des évaluations non validées

a) **Disqualification :** La disqualification d'un candidat intervient lors de la phase de contrôle des clients des candidats, lorsque le décompte d'un nombre de clients non valides ne permet pas d'atteindre le quorum ou le volume de l'échantillon nécessaire pour la conformité. Un nombre important de clients non valides peut révéler des tentatives de fraude à labellisation avec des clients inexistants ou une relation client-fournisseur de moindre qualité. Dans ces deux cas, le candidat ne peut être labellisé. Une disqualification entraine l'interruption immédiate du processus de labellisation et la clôture du dossier du candidat.

3.8 Evolution et révision du référentiel

Le référentiel de labellisation des experts numériques a été élaboré par le GT labellisation, piloté par la Direction Générale des Entreprises (DGE). Il vise faciliter le choix des TPE PME dans la sélection d'un expert numérique pour les accompagner dans leur projet de numérisation.

Ce référentiel, publié sur le site www.francenum.fr est libre de droit. Tout opérateur économique peut se saisir de ce référentiel pour des projets de labellisation d'experts numériques et le faire évoluer.