

L'esprit de conquête est fondamental dans l'ambiance d'une entreprise. Xavier FONTANET		
<b>Xavier FONTANET</b>	<b>COURS DE STRATEGIE</b>	version : 1 date : 01/2020 page : 1 / 1 auteur : gg
<b>BFM TV</b>	<b>Maturité digitale, quelle position pour la France ?</b>	<b>Cours 73</b>

Par Vanessa LYON, Directrice associée au BCG (Boston Consulting Group)  
Et Christian POYAU, Président du comité transformation numérique du MEDEF

**(1mn) Maturité digitale, quelle position pour la France dans la compétition mondiale ?**

La maturité digitale est un sujet crucial sur le plan économique, une opportunité pour toutes les entreprises. Le levier digital est un enjeu de souveraineté.

Pour ces raisons, nous avons fait une étude qui nous offre une vision complète.

C'est un sujet indispensable pour montrer aux décideurs économiques et politiques qu'il faut agir sur tous les leviers face à un enjeu crucial pour le développement de la France.

**(3mn) La méthode de l'étude**

Nous voulions des indicateurs macroéconomiques, et microéconomiques.

Les actifs du pays : les talents, les infrastructures réseaux, les données

Le cadre : les politiques sont-elles incitatives, quelle cyber-sécurité ?

**(4mn) Les atouts de la France**

Nous sommes dans la course, mais pas en tête :

- 2<sup>ème</sup> dans l'accès aux données publiques : Politiques d'open data
- 3<sup>ème</sup> dans les incitations à la recherche : le CIR (Crédit Impôt Recherche)
- 6<sup>ème</sup> pour la qualité des formations : écoles d'ingénieurs prestigieuses
- 8<sup>ème</sup> en cyber sécurité

**(6mn) Les défis pour être dans le groupe de tête**

La formation : 200 000 personnes à former en plus d'ici 2022

Les réseaux : plan très haut débit et 5G

La donnée : Etre formé à la RGPD, a utilisé les données publiques

**(9mn) La Chine est très omni présente**

Elle incite fortement tous les acteurs

**(10mn) Quelle position pour la France dans la compétition mondiale ?**

Dans les entreprises, il faut investir, investir, investir pour creuser l'écart et ne pas risquer le décrochage.

**(11 mn) Et l'Europe ?**

L'Europe a 500 000 000 de consommateurs, ce qui en fait le plus gros marché.

Les Américains sont moins nombreux.

Les Chinois sont plus nombreux avec des données moins riches.

L'Europe est le plus grand supermarché des données au monde où tout le monde se sert.

Il est impératif de créer des frontières autour de l'Europe et d'harmoniser au sein de l'Europe pour avoir des champions Européens.

Pour écouter ce cours aller sur le site <https://strathena.fr/>

Ou <https://bfmbusiness.bfmtv.com/> Replay BFM Stratégie