Mouvement des Entreprises de France

Guide des écosystèmes numériques mondiaux (3/5) – Une vision et une stratégie pour la France

Publié le 11 janvier 2018

La France fait aujourd'hui partie des pays dont l'écosystème est mature, même si elle n'est pas perçue par les autres écosystèmes comme une nation « championne » du numérique. Le Royaume-Uni, la Suède, la Finlande, l'Allemagne, les Etats-Unis, Israël, Singapour ou l'Estonie bénéficient par exemple d'une meilleure image que la nôtre en termes d'innovation et de numérique.

Ainsi, lorsque l'on demande aux acteurs de ces écosystèmes - VC, start-up, agences d'innovation, accélérateurs - les pays qui pour eux sont les plus dynamiques et les plus innovants sur la scène Tech mondiale, la France n'apparait pas spontanément dans les cinq ou six premiers pays cités.
Cela dit, la French Tech joue sans aucun doute un rôle majeur depuis 5 ans pour redonner à la France une image innovante et dynamique et pour conforter son retour sur la scène Tech mondiale. Il n'y a d'ailleurs pas de programme similaire dans d'autres pays.

Des atouts forts et différenciants en terme d'écosystème mais un manque de vision et de stratégie globale
Cependant notre écosystème et les différents acteurs qui le composent - universités, centres de recherche et labos, incubateurs, accélérateurs, clusters, investisseurs – sont tout à fait remarquables au regard de ce que nous avons pu voir dans le reste du monde.
Le problème, comme dans beaucoup d'autres pays comparables à la France sur l'échiquier numérique mondial, est que notre écosystème digital n'est pas vraiment « connecté » avec notre économie traditionnelle et que nous manquons donc actuellement d'une vision et d'une stratégie numérique au service d'une politique industrielle et commerciale globale.

L'enjeu aujourd'hui est donc de parvenir à rassembler l'ensemble des acteurs de notre écosystème autour d'une vision et d'une stratégie à moyen et long terme qui nous permette de nous différencier de nos concurrents sur la scène Tech internationale et de donner un nouvel élan à notre politique commerciale à l'export.

Bâtir notre positionnement autour d'une vision différenciante à long terme (10 à 15 ans) et d'une stratégie claire à moyen terme (3 à 5 ans)

La vision : offrir une réelle alternative face aux puissances technologiques actuelles
Face à l'absence actuelle de réel « leadership » mondial en termes de vision technologique, il y a sans aucun doute aujourd'hui la place pour une troisième voie entre la vision « impérialiste et financière » de la technologie incarnée par certains grands groupes technologiques et la vision « nationaliste et politique » de la technologie incarnée par un certain nombre de pays à travers le monde.
Cette troisième voie, que pourraient incarner la France et l'Europe, repose sur une vision « sociale et durable » de la technologie et un message universel : **« Mettre la technologie au service du développement humain et du bien commun »**.

La stratégie : faire de la france un champion mondial de la smart economy
Nous devrons, d'ici 2025, être collectivement capable de nourrir, transporter, soigner, divertir, loger, protéger,

éduquer, chauffer, éclairer … bref de faire entrer dans une zone de confort 8 milliards d'êtres humains, dont 75% dans des villes, avec moins de ressources naturelles, moins de matières premières et moins de consommation énergétique. En quatre mots : « faire mieux avec moins ».

Il faut donc inventer dès aujourd'hui un monde plus intelligent qui nous permettra de répondre demain aux défis économiques, sociétaux et environnementaux majeurs que la planète devra affronter. Une aubaine pour toutes nos entreprises, si elles parviennent à saisir les enjeux de cette «smart economy » qui émerge partout dans le monde.

Il s'agit donc aujourd'hui de définir une stratégie de conquête à moyen terme pour faire de la France un leader mondial de la « smart economy », c'est-à-dire :

- Dans la R&D, l'ingénierie, la production et l'intégration des différentes briques technologiques liées à l'IoT ;
- Dans le prototypage, la pré-industrialisation et la fabrication des produits et services connectés ;
- Dans la collecte, le traitement et l'exploitation commerciale des données générées.

La France dispose en effet d'atouts indéniables pour être aux avant-postes de la «smart economy» dans le monde grâce à la dynamique globale autour de l'IoT industriel dans notre pays. Forte de ces atouts, la stratégie française pourrait s'articuler autour de 5 grands axes faire de la France un champion de la smart economy d'ici 2025 :

1er axe : Faire de la France la « Silicon Valley de l'Europe » des technologies et des plateformes dédiées à l'IoT.
2e axe : Créer un écosystème de production attractif et compétitif partout en France autour du prototypage, de la pré-industrialisation et de la fabrication de solutions hardware/IoT
3e axe : S'appuyer sur cet écosystème industriel régional pour engager la transformation numérique de 100.000 PME traditionnelles, notamment via l'IoT.
4e axe : Rendre la France attractive et favorable aux affaires pour libérer la croissance des entreprises et attirer les investisseurs et les talents du monde entier dans notre pays.
5e axe : Créer une alliance internationale avec une dizaine de pays stratégiques autour de notre vision et de notre stratégie « Smart Economy ».