



2018 Global CEO Outlook

Résultats France

Nombre de répondants

Total = 1 300 CEO

France = 75 CEO

Méthodologie

L'étude mondiale menée par KPMG, la « Global CEO Outlook », a interrogé 1 300 CEO de groupes internationaux qui comptent parmi les plus importants dans le monde, pour mieux comprendre et décrypter avec eux les défis et les opportunités qu'ils rencontrent et qui les attendent dans les années à venir.

Les dirigeants qui ont répondu à cette étude sont issus des régions géographiques suivantes : Amériques, Asie-Pacifique, Europe, Moyen-Orient, pays nordiques & Afrique.

Typologie des groupes interrogés :

- 34 % des entreprises de l'étude ont un chiffre d'affaires annuel qui dépasse 10 Milliards US\$; 42 % ont un chiffre d'affaires annuel compris entre 1 et 9,9 Milliards US\$ et 24 %, un CA annuel compris entre 500 et 999 Millions US\$.
- Onze secteurs ont principalement été ciblés dans l'étude : gestion d'actifs, automobile, banque, grande consommation & distribution, énergie, infrastructures, assurances, life sciences, manufacturing, technologie et télécommunications.

Note : Tous les résultats présentés dans les deux pages suivantes concernent uniquement les CEO français.

Perspectives économiques & confiance

- Les CEO français sont confiants dans l'avenir. Neuf CEO sur dix (87 %) ont confiance dans les perspectives de croissance de leur entreprise pour les trois prochaines années et la même proportion a confiance, plus largement, dans les perspectives de croissance de son industrie. Les CEO sont toutefois un peu moins optimistes sur les chiffres de croissance de leur propre pays et sur les chiffres de croissance mondiaux.
- Les CEO anticipent une croissance « modérée » : la majorité d'entre eux s'attend à une augmentation de 0 à 2 % de leur chiffre d'affaires et de 0 à 5 % de leurs effectifs.
- Sept CEO sur dix considèrent les marchés émergents comme leur plus grande priorité en termes d'expansion géographique, en particulier en Europe de l'Est et en Amérique Centrale/du Sud.

Environnement business & géopolitique

- Six CEO sur dix affirment que les acquisitions qu'ils prévoient dans leur entreprise n'auront qu'un impact modéré sur leur organisation ; 27 % d'entre eux considèrent que des acquisitions auront un impact significatif pour leur business. Au cours des trois prochaines années, le principal moteur des fusions & acquisitions amorcées concerne essentiellement des objectifs de réduction des coûts.
- Les alliances stratégiques sont considérées comme l'un des principaux moyens pour générer de la croissance – elles sont citées par 36 % des CEO – suivies par la croissance organique (citée par 28 %).
- Un risque notable identifié par les CEO est le retour au protectionnisme : 71 % d'entre eux considèrent que c'est l'une des principales menaces pour leur croissance.
- L'environnement business actuel exige une organisation agile pour les entreprises : 60 % des CEO considèrent que leur principal défi réside dans cette capacité à être « agiles ».
- Les trois quarts des CEO (73 %) se disent prêts à diriger leurs organisations en menant une transformation en profondeur ; toutefois, ils ne sont pas convaincus d'avoir les capacités de gestion pour conduire cette transformation. Trois dirigeants sur dix (29 %) estiment que l'équipe de direction en place n'est pas suffisamment bien équipée pour la réaliser.

Répondre aux enjeux de transformation

- Même si les défis sont nombreux, la disruption est plutôt bien accueillie par les CEO français. La grande majorité d'entre eux (93 %) reconnaissent qu'il s'agit davantage d'une opportunité que d'une menace ; mais 73 % d'entre eux se considèrent pris par le temps pour progresser.
- Les CEO estiment que leurs organisations ont une compréhension claire de la mesure du retour sur investissement (ROI) de la transformation numérique (77 %) et une grande majorité tiennent ce même discours sur les systèmes d'intelligence artificielle (80 %).
- Ils s'attendent à ce que leur investissement dans la transformation numérique soit réalisé à court terme. Quatre CEO sur dix (44 %) veulent avoir un retour sur investissement significatif dans leur programme de transformation numérique global dans les 12 mois, et 51 % attendent des retours d'ici 1 à 3 ans.
- Reflétant cette attente, ils reconnaissent que l'investissement technologique est vulnérable sur le court terme. Pour six CEO sur dix (60 %), leur board a des attentes trop ambitieuses sur le ROI ; 44 % des CEO estiment que l'investissement technologique est « tactique » plutôt que « stratégique ».

L'entreprise connectée

- Un peu moins de la moitié des CEO français estiment qu'ils seront ciblés par une cyberattaque : 47 % s'accordent d'ailleurs pour dire qu'il s'agit avant tout de savoir « quand » et non de savoir « si » il seront touchés.
- 47 % d'entre eux considèrent que leurs organisations sont globalement préparées face à une future cyberattaque.
- Les CEO voient dans la mise en place d'une cyber-stratégie réussie un enjeu « personnel » : 55 % considèrent la protection des données des clients comme l'une de leurs responsabilités personnelles les plus importantes, afin d'assurer une croissance à long terme et pérenne de sa clientèle.

Prendre des décisions dans la confiance

- Les CEO émettent des réserves sur l'utilisation de l'analyse prédictive dans la prise de décision stratégique. Six sur dix (60 %) sont moins sûrs de l'exactitude de l'analyse prédictive que des données historiques. Ils sont d'ailleurs moins de la moitié d'entre eux à déclarer avoir l'intention d'augmenter l'utilisation des modèles prédictifs ou analytiques (45 %) au cours des trois prochaines années.

- Les médias sociaux contribuent, à l'instar des sources traditionnelles, à la prise de décision stratégique. Trois quarts des CEO ont un niveau de confiance élevé dans les médias traditionnels (76 %) ; ils sont un peu moins confiants dans les médias sociaux (72 %).
- Les CEO font preuve d'une certaine prudence sur l'analyse des données : la moitié d'entre eux (51 %) n'ont pas pris en compte les recommandations des analyses de données sur les trois dernières années, car les résultats apparaissaient comme contraires à leur propre expérience/intuition personnelle.

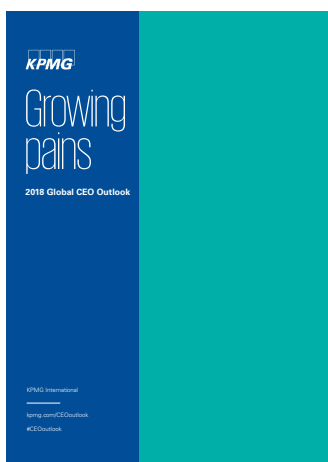
Les équipes à l'heure du digital

- Pour soutenir leur croissance, les CEO considèrent le recrutement de spécialistes des données comme prioritaire (61 %). Concernant les annonces de recrutement sur les trois prochaines années, ils prévoient toutefois d'atteindre d'abord leurs objectifs de croissance avant d'embaucher de nouvelles compétences.
- Sur les recrutements, 53 % des CEO reste dans un certain attentisme ; et 47 % d'entre eux embauchent de façon préventive, s'appuyant sur leur vision de leur organisation future.
- La majorité des CEO (67 %) estime que l'IA et la robotique permettront de générer davantage d'emplois qu'ils n'en supprimeront.

Investir dans les écosystèmes

- Les investissements prioritaires pour les CEO dans les trois ans à venir se concentrent sur trois axes majeurs :
- proposer aux clients des produits/services via des fournisseurs de plateformes en ligne (60 %)
- mettre en place des accélérateurs ou incubateurs de start-up (55 %)
- investir dans les technologies disruptives et l'innovation (55 %)
- Si plus de la moitié des CEO (59 %) considèrent les partenariats comme essentiels pour l'agilité de leur organisation, ils veulent faire le bon choix : 51 % d'entre eux indiquent avoir eu à reconsidérer des partenariats avec des tiers, qui ne correspondaient pas avec la culture ou les objectifs de leur entreprise.
- Selon eux, le principal obstacle sur les partenariats est la difficulté à pouvoir mesurer le retour sur investissement (25 %).

Retrouvez l'étude complète sur kpmg.fr



Contact :

Marie Guillemot

Associée KPMG, membre du Comex

E-mail : mguillemot@kpmg.fr

Les informations contenues dans ce document sont d'ordre général et ne sont pas destinées à traiter les particularités d'une personne ou d'une entité. Bien que nous fassions tout notre possible pour fournir des informations exactes et appropriées, nous ne pouvons garantir que ces informations seront toujours exactes à une date ultérieure. Elles ne peuvent ni ne doivent servir de support à des décisions sans validation par les professionnels ad hoc. KPMG S.A. est le membre français du réseau KPMG International constitué de cabinets indépendants adhérents de KPMG International Cooperative, une entité de droit suisse (« KPMG International »). KPMG International ne propose pas de services aux clients. Aucun cabinet membre n'a le droit d'engager KPMG International ou les autres cabinets membres vis-à-vis des tiers. KPMG International n'a le droit d'engager aucun cabinet membre.

© 2018 KPMG S.A., société anonyme d'expertise comptable et de commissariat aux comptes, membre français du réseau KPMG constitué de cabinets indépendants adhérents de KPMG International Cooperative, une entité de droit suisse. Tous droits réservés. Le nom KPMG et le logo sont des marques déposées ou des marques de KPMG International. Imprimé en France. Conception - Réalisation : Markets - OLIVER - Juillet 2018.