

# Les clés de la relance en 10 points

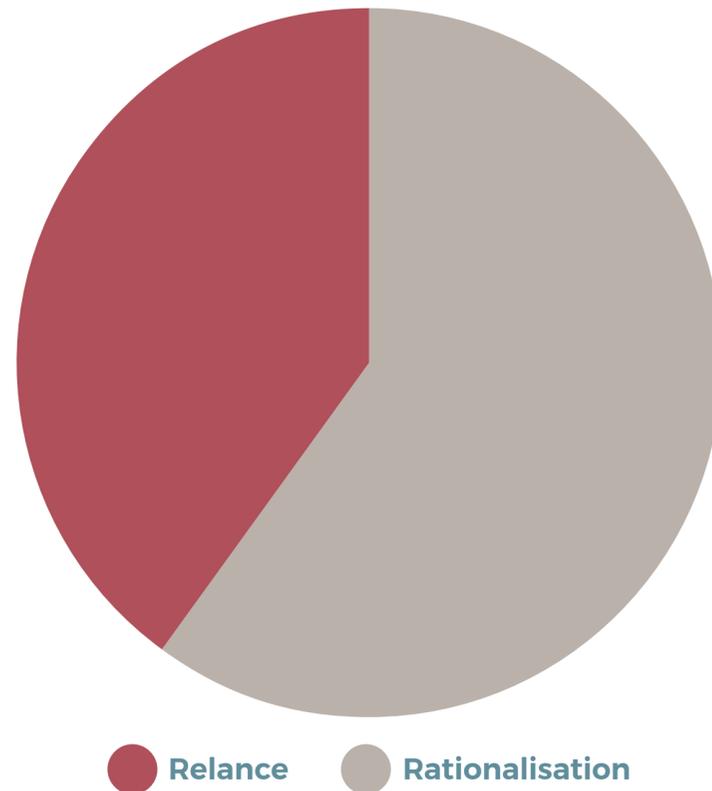
Quelles actions prioritaires initier, et dans quel domaine ? Entre rationalisation et relance de l'activité, quel objectif ? Sur quel horizon de temps raisonner ? Si chaque entreprise se pose aujourd'hui les mêmes questions, les réponses sont protéiformes.

Mawenzi Partners dresse aujourd'hui un premier bilan des actions initiées pendant cette crise, nourri par les retours de 150 entreprises récoltés entre le 1er et le 20 avril.



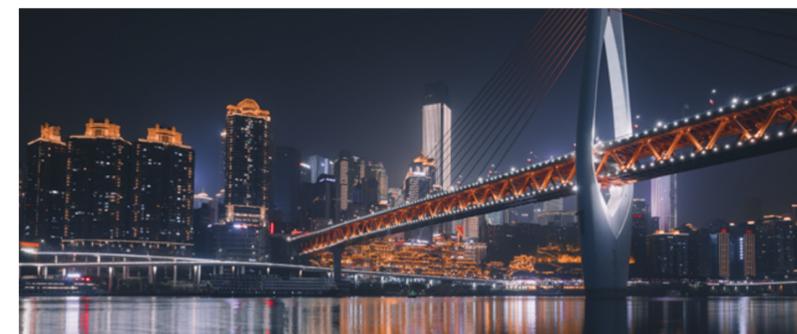
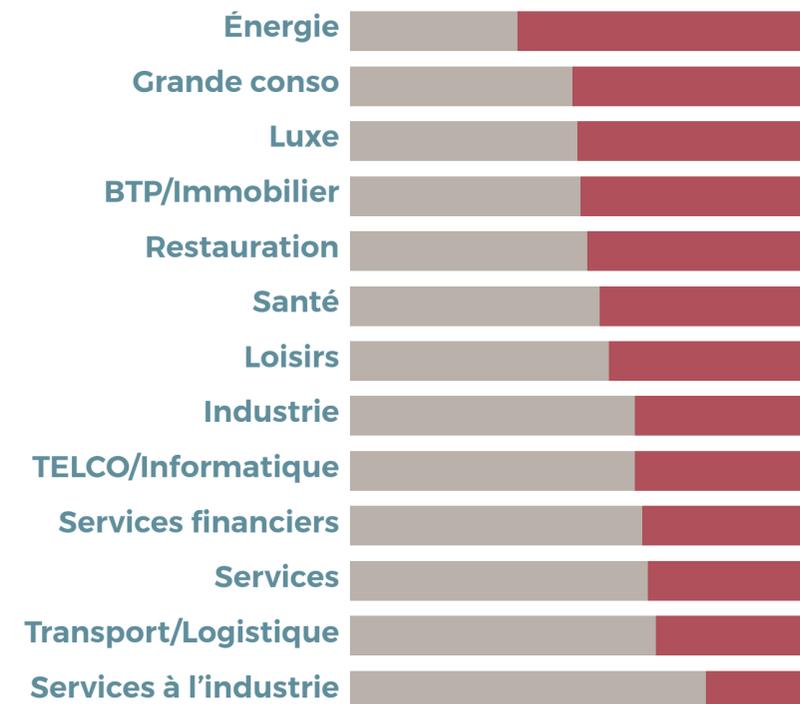
L'étude complète est disponible sur demande.

**1/** Un mix **relativement équilibré** entre **actions défensives et offensives**, avec à peu près autant d'actions de relances (40%) que de rationalisation (60%).



**4/** L'Asie (et plus spécifiquement la Chine) est la seule **zone géographique évoquée de façon optimiste** lorsque l'on parle de relance.

**2/** Un constat qui ne se retrouve pas de la même façon dans tous les secteurs d'activité. Les secteurs très *Capital Intensive* (énergie, BTP) se disent très concernés par l'augmentation du CA, **là où les services consolident davantage leurs positions.**



**3/** Les grands groupes, plus présents dans ces industries fortement capitalistiques, sont donc légèrement plus enclins à relancer : 45% d'action de relance dans les grandes entreprises, pour 40% dans les PME / ETI. Un acteur du contrôle qualité, évoquait de possibles opportunités d'acquisition à la suite de la crise, **illustrant tout de même le fort volontarisme des petites et moyennes structures malgré le contexte.**

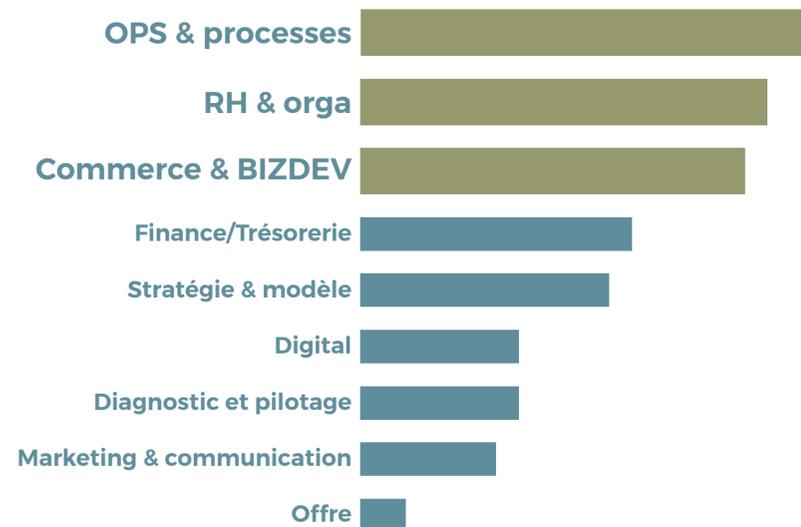
**5/** Près de 10% des actions ont un caractère de diagnostic ou de mise en place d'outils de pilotage : **le temps disponible est utilisé pour améliorer le suivi en post crise** ; ou identifier à quel moment les efforts commerciaux devront être relancés.

# Les clés de la relance en 10 points

Quelles actions prioritaires initier, et dans quel domaine ? Entre rationalisation et relance de l'activité, quel objectif ? Sur quel horizon de temps raisonner ? Si chaque entreprise se pose aujourd'hui les mêmes questions, les réponses sont protéiformes.

Mawenzi Partners dresse aujourd'hui un premier bilan des actions initiées pendant cette crise, nourri par les retours de 150 entreprises récoltés entre le 1er et le 20 avril.

**6/** Les opérations, à court terme, sont **la première préoccupation des interviewés** (+20% des réponses totales, dont +50% ont attrait à la sécurité des employés). 3% des réponses concernent la seule problématique de gestion des stocks.



**9/** 15% des actions concernent des inflexions de stratégie. La crise mène à reprioriser les chantiers, et à **construire des scénarios qui doivent être évolutifs selon les modalités de reprise** de l'activité, comme le suggère un transporteur.

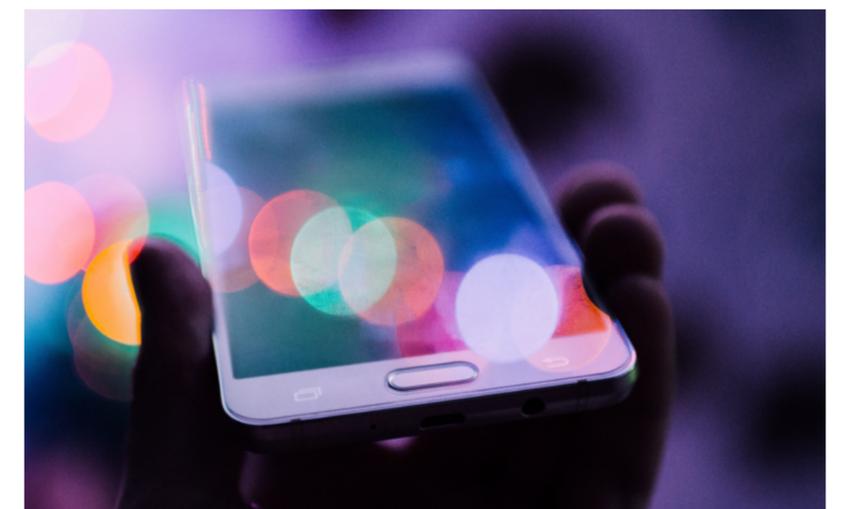
A la marge, certains s'interrogent sur le dimensionnement de leur entreprise vs les besoins auxquels ils répondent, et sur la raison d'être même de l'entreprise.

**7/** Nombreux sont ceux qui anticipent de forts besoins humains lors de la reprise, ce qui se traduit par **deux grands types d'initiatives RH** :

- La moitié porte sur la confiance des salariés : plan de remobilisation, communication, séminaires.
- L'autre moitié des initiatives RH portent sur l'organisation du travail à long terme : quelle place pour le télétravail ? Quels ajustements à la baisse des effectifs, quelle réorganisation ?

**8/** Le 3° levier d'action est le commerce : **nombreux sont les répondants mentionnant le besoin d'une relation client soutenue**, vue comme une façon de soutenir les ventes lors du rebond, et d'ainsi compenser les ventes non réalisées pendant la période. Un acteur du conseil en assurance, mentionnait par exemple la mise en place de réunion « mirroring » avec leurs principaux clients, afin de cerner les principaux impacts que la crise a sur eux.

**10/** Dans de nombreux domaines, le digital est perçu comme l'un des principaux leviers d'action, et est explicitement mentionné dans 10% des actions. **Bien plus qu'un soutien de ventes à court terme, il est perçu comme le levier transverse** permettant de faire évoluer le modèle économique.



[L'étude complète est disponible sur demande.](#)