

zoom

MANGHINI CONSULTING



MANGHINI CONSULTING

Simplifier pour mieux décider dans l'incertitude

L'entrepreneuriat philanthrope est la motivation intrinsèque de MANGHINI Consulting pour assister ses clients dans leur prise de décision stratégique et opérationnelle.

MANGHINI Consulting reverse pour la troisième année consécutive depuis sa création 1% de son chiffre d'affaires sous forme d'un don à plusieurs associations d'utilité publique sélectionnées par ses clients.

Toutes les 219 fondations et 8'281 associations, dont 107 reconnues d'utilité publique ont d'abord été analysées par un algorithme développé en interne qui combine « Compliance », le respect du RGPD et les autres éléments incontournables d'une association professionnelle. Ensuite les clients ont voté dans un scrutin numérique parmi les 15 associations restantes les cinq gagnants. Cette démarche structurée assure d'une part l'indépendance de MANGHINI et évite d'autre part d'exposer la réputation des clients à celle des associations en voie de professionnalisation.

25 représentants de clients en provenance de différents secteurs public et privé se sont retrouvés le 17 juin 2021 au Domaine viticole Mathis Bastian pour célébrer les cinq associations œuvrant pour les valeurs sociétales communes telles que la promotion des jeunes pour les sciences, la protection de l'environnement et la solidarité avec ceux et celles atteints d'une maladie rare.

Parmi les clients de MANGHINI Consulting figurent des entreprises de l'industrie, du secteur alimentaire, de l'énergie, du secteur pharmaceutique, du génie civil, des banques, des instituts de R&D et de santé, des établissements hospitaliers, des administrations publiques et communales.

Pierre Mangers, le CEO de MANGHINI Consulting a hébergé sa société de conseil au « Luxembourg House of Finance and Technology » (LHOFT) afin de nouer des contacts avec les start-ups innovant dans le domaine des données numériques. Cette combinaison entre son parcours

professionnel solide de plus de 25 ans et les jeunes pousses du LHOFT représente un réel atout pour innover au-delà du conseil. C'est pourquoi le « claim » de la firme « beyond advisory. » représente le clin d'œil de l'innovation sur mesure qui persiste au-delà de la mission de conseil.

MANGHINI essaie de répondre à la question « Comment planifier le succès à long terme ? » précisément à cause de l'incertitude. « Le futur, nous le créons ! » affirme Pierre Mangers en s'appuyant sur une méthodologie participative avec ses clients pour estimer l'impact des événements futurs sur la viabilité de l'entreprise et le degré de préparation des clients face à l'incertitude d'événements difficilement prévisibles, voire imprévisibles du type « cygne noir » comme une pandémie ou une crise financière. La qualité des données liées aux options d'actions devient ensuite cruciale en vue de faire des prévisions fiables.

« Une pandémie ou une crise financière représentent des événements complexes qui ne peuvent pas être gérés seulement par un modèle complexe car il existe trop de paramètres pour assurer une prise de décision transparente », tel est le verdict de MANGHINI ayant supporté des comités de gestion de crise. En revanche, face à l'incertitude de l'environnement, il faudra tester la viabilité des modèles algorithmiques d'intelligence artificielle par des modèles suffisamment simplifiés mais pas trop afin de rendre plausible les prévisions par deux ou trois paramètres clefs.

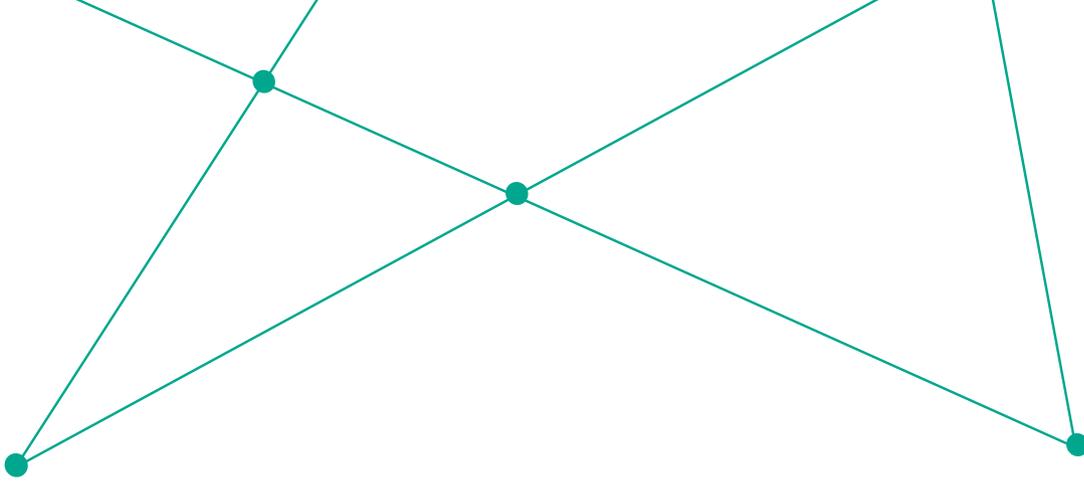
Face à une crise, l'être humain prend dans la plupart des cas une décision en se basant sur des données récentes et non sur l'ensemble des données disponibles du passé, peu importe si nous vivons une crise sanitaire ou financière. Si le gouvernement souhaite gérer la pandémie du COVID-19, il faut anticiper la mobilité de la population, sa volonté de se faire vacciner et le taux d'occupation des lits dans les hôpitaux. Une entreprise industrielle doit comprendre si ses clients vont continuer à faire des commandes et si ses fournisseurs sont capables de livrer la matière première.





MANGHINI

SEGNORILE GIOIELLERIA



Chaque entreprise est donc exposée à différents risques qui ne sont pas nécessairement évalués dans un rapport d'activité. MANGHINI évalue ces risques en utilisant des méthodes pour quantifier les effets de leur impact financier, économique, social, environnemental, voire sur la réputation. Il s'agit de comprendre à quel moment et dans quelles circonstances la situation pourrait devenir vraiment délicat pour sa propre entreprise, le fameux point de non-retour. Les dirigeants sont p.ex. assistés pour arbitrer les avantages de délocaliser une usine avec les risques tels que la rupture de la chaîne logistique, que nous avons pu observer pendant la pandémie.

La capacité d'agir dans une crise dépend avant tout de la préparation à celle-ci. Les murs coupe-feu doivent être relevés à l'avance, et pas seulement lorsque la maison brûle. L'objectif devrait être une gestion de résilience proactive, suffisamment flexible et agile pour s'adapter à des développements imprévus. Il existe différents instruments pour rendre une entreprise plus résiliente. MANGHINI opte pour l'analyse stratégique pendant un atelier créatif. Une journée de réflexion structurée est souvent suffisante pour identifier les principales opportunités et menaces. Les hypothèses incertaines de la planification stratégique et opérationnelle peuvent être analysées de manière très systématique par des modélisations et par des exercices de créativité. En fait l'astuce d'un atelier de travail créatif n'est pas de regarder vers l'avenir, mais de regarder de demain vers aujourd'hui. Une affirmation revient souvent : « C'est bien que nous ayons décidé en 2021 que... ». C'est de l'auto-renforcement, car nous en avons tous besoin pour pouvoir nous projeter dans l'avenir. Cette seule rencontre est précieuse car dans la vie quotidienne, beaucoup n'ont guère l'occasion de discuter sur l'avenir.

Les questions clefs que les dirigeants d'entreprise devront préparer pour cette journée de travail sont : Qu'est-ce qui est important pour le succès de l'entreprise ? Quelles sont les dépendances critiques et les changements dans l'environnement ? Quelles sont les nouvelles technologies qui toucheraient l'entreprise de plein fouet ? De quelles parties de l'entreprise pourrions-nous nous séparer ? Et comment pouvons-nous prévenir les principales menaces ? Une fois que les dirigeants ont répondu à ces questions et à d'autres, il est temps de passer à l'action...

Et à ce moment que commence le véritable travail encadré par le plan de transformation : les structures de fournisseurs, de clients et de financement doivent être réajustées si nécessaire. Les investissements en technologie, les acquisitions d'entreprises cibles et les fonds propres doivent être examinés et adaptés de manière à naviguer vers le cap de croissance pérenne. Afin d'arriver à bon port, il faudra mesurer l'état d'avancement par un tableau de bord et faire adhérer les acteurs sur le terrain à implémenter le plan grâce à une communication interne réussie. Créer le futur de l'entreprise ensemble est le véritable projet d'entreprise qui rassemble les gens.

MANGHINI travaille comme entrepreneur philanthrope avec ses clients ayant la même fibre de partage. Il s'agit de développer ensemble la stratégie d'entreprise afin de la rendre plus solide et de renforcer les compétences du dirigeant comme entrepreneur pour identifier des opportunités et prendre des risques dans un écosystème incertain qui devient plus gouvernable.

Article :

GASTON TRAUFFLER

Responsable politique industrielle auprès de la FEDIL

gaston.trauffer@fedil.lu

Photos :

ANN SOPHIE LINDSTRÖM