

2025

TACTIQUE

COLLECTIF STRATÉGIQUE

le BAROMÈTRE



Les enjeux des TPE-PME dans le Morbihan

En partenariat avec :



édito



Nous sommes très heureux de vous présenter les résultats de ce **premier baromètre** mené par l'association **Tactique**, en partenariat avec **Vénétis**, le **CJD Vannes**, **Réseau Entreprendre Bretagne** et la **CPME 56**.

Dans un contexte 2025 incertain et exigeant, nous avons voulu **prendre le pouls du terrain** : identifier les **priorités, défis et leviers d'action** des dirigeants de TPE-PME du Morbihan. L'objectif ? Mieux comprendre pour mieux agir — ensemble.

Ce baromètre a été construit sur une double approche :

- Une enquête en ligne à laquelle **114 dirigeant(e)s** ont répondu entre le 26 février et le 6 mai 2025
- **20 entretiens qualitatifs** approfondis menés entre le 10 mars et le 19 mai 2025

Les résultats confirment ce que nous observons au quotidien dans nos accompagnements et formations :

- La **trésorerie** reste un enjeu vital
- La **stratégie**, une boussole encore trop souvent absente des TPE-PME
- Le **commerce** est le nerf de la guerre
- L'envie de se développer, malgré les vents contraires, est bien réelle

Ce baromètre est un outil pour **inspirer, agir et accompagner**, au plus près des réalités du territoire.

Nous vous souhaitons une bonne lecture et sommes disponibles pour échanger !

- *Mélanie Morin, directrice générale de Tactique*



Les dirigeants interviewés

• Un grand merci à

Sandrine Guyot – Friendly Frenchy
Perrine Motte – Bini

Commerce

Pierre-Alexandre Gaudin /Olivier Melina – BZH Immobilier
Régis Dayot – Voilà le Topo
Matthieu Le Goff – Minutes Papillons
Hervé Schluraff – Magnetic Way
Matthieu Le Goff – Transport Maritime Côtier
Damien Kerrand – Morio Groupe

Service

Nicolas-Pierre Poizat – 2tech
Yoann Le Sayec – 40watts

Industrie

Nicolas Dufresnes – Kerian Agencement
Laurent Neveu – Bois & Concepts

Artisanat

Benoît de Place – Entreprise Lavenant
Thibaud du Boisguezheuc – Sérénove
Stéphane Billy & Alexandra Cunin – LDE Axenergie
Hugo de Chavanes – Debays Peinture

BTP

Antoine Rousseau – Pharmacie de Tohanic
Guillaume Lesdos – Medaviz
Aude Lucas – Digi.santé

Santé



bini



voilà
le topo



Minutes
papillons

magneticway

2TECH

40WATTS

Bois
Concepts



Sérénove

DEBAYS

LDE
MAINTENANCE

Pharmacie
DE TOHANIC

M | Medaviz

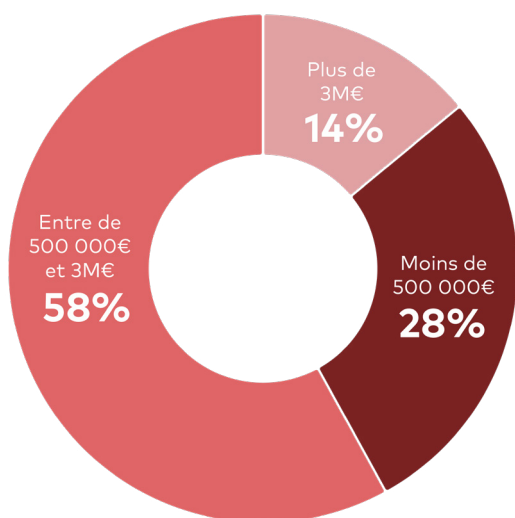
digi.santé

Ainsi qu'à toutes les personnes qui nous ont accordé du temps pour réaliser ce baromètre.

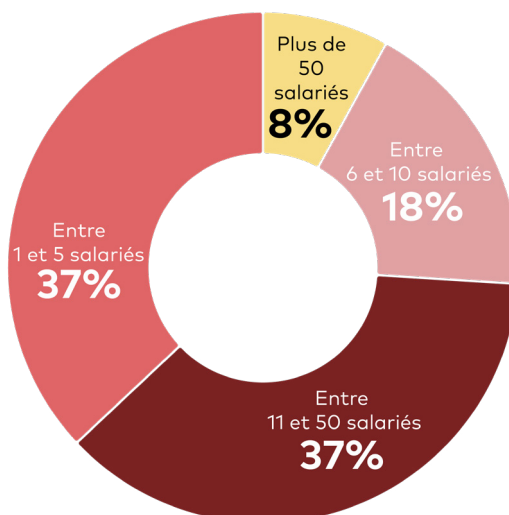
Profil des répondants

L'analyse des réponses démontre une belle représentativité de la diversité des entreprises interrogées même si les services sont très représentés (**38%**) avec derrière, le commerce (**18%**), l'industrie (**16%**) et le BTP (**14%**).

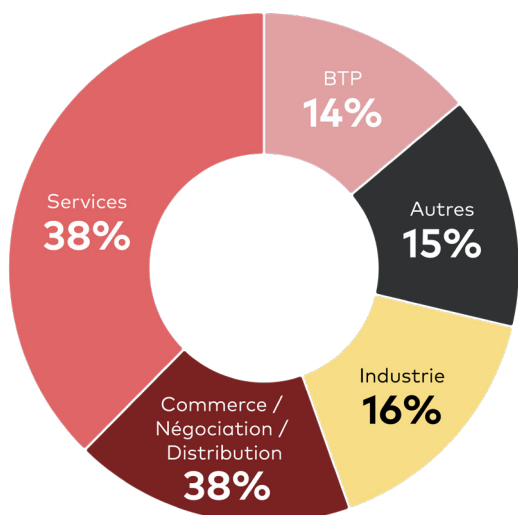
Répartition CA



Répartition taille d'entreprise



Répartition secteur



GENRE

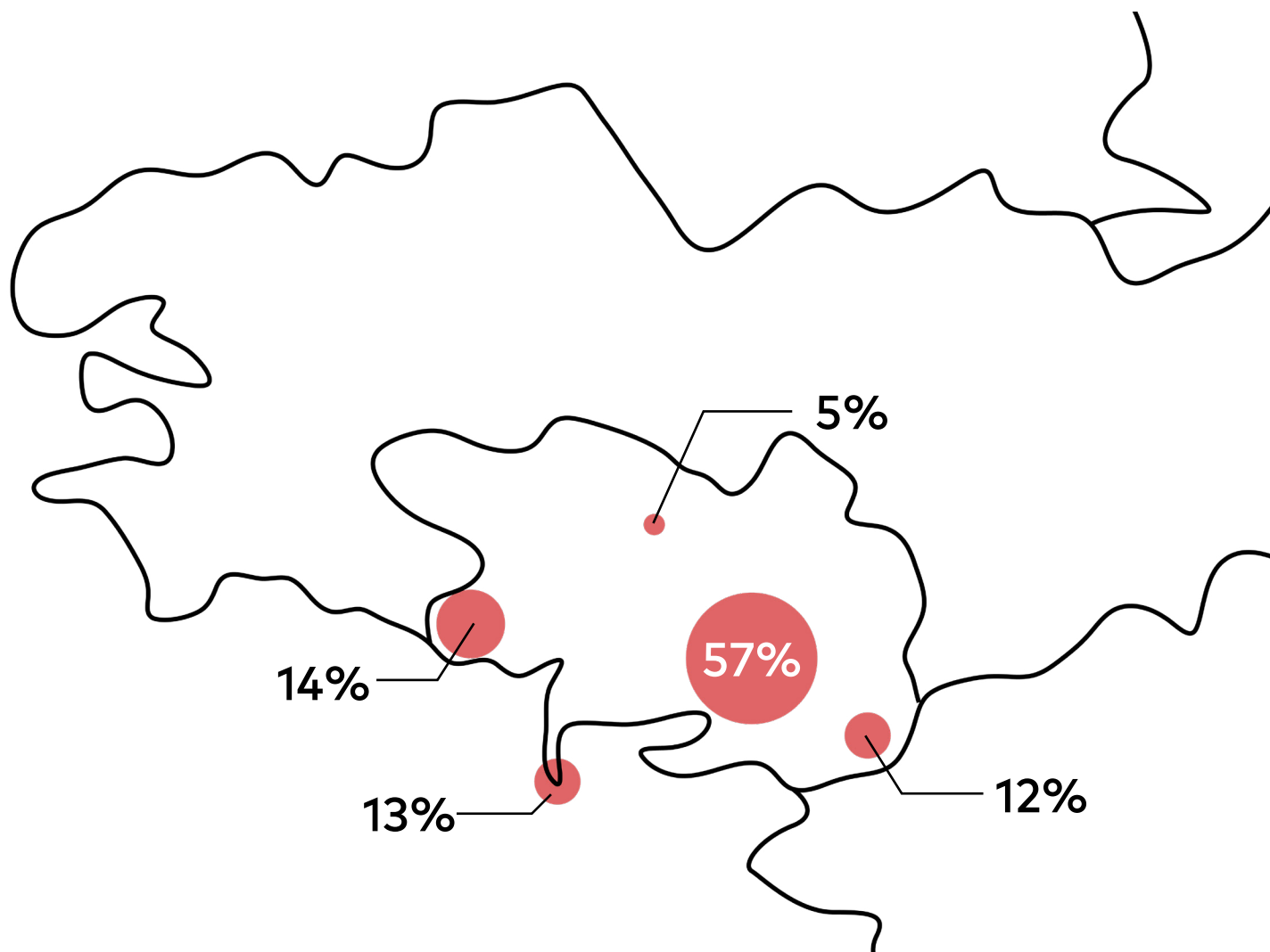
Femmes	21%
Hommes	79%

ÂGE

30-39 ans	18%
40-49 ans	41%
50-59 ans	34%
60 ans et plus	7%

Profil des répondants

D'un point de vue géographique il y a une forte concentration des répondants sur l'agglomération vannetaise du fait de notre implantation et de celle de nos partenaires.



Auray Quiberon Terre Atlantique	13%
Golfe du Morbihan – Vannes agglomération	57%
Morbihan Sud-Est	12%
Centre Morbihan Communauté	5%
Lorient agglo	14%

Le moral face au contexte



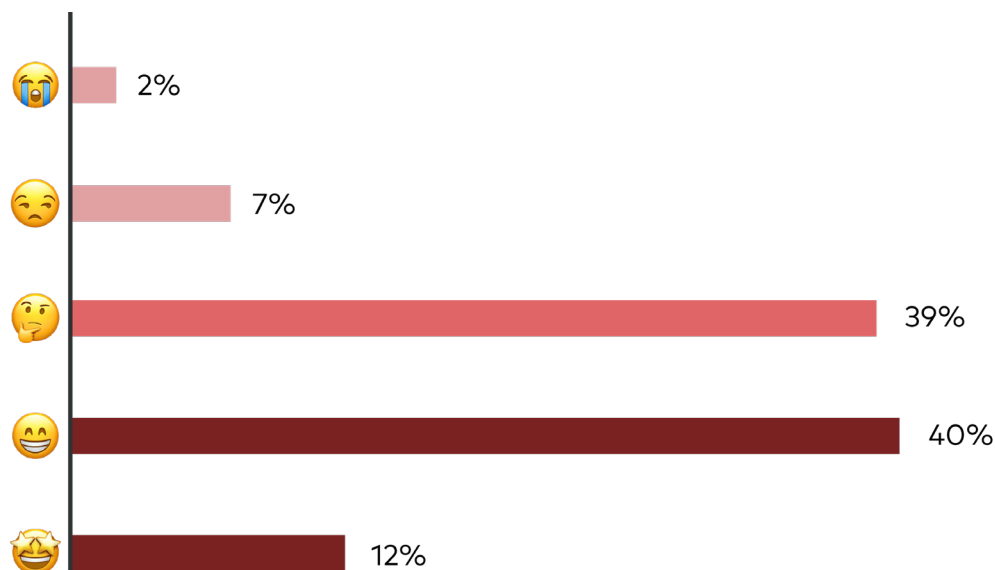
Comment les dirigeants vivent-ils la
conjoncture actuelle ?
Quel est leur état d'esprit ?

Un moral globalement positif malgré la conjoncture

Le niveau moyen du moral des dirigeants

3,5/5

État d'esprit



Les dirigeants interrogés restent majoritairement optimistes (ils sont **plus de 50%** à avoir évalué leur moral à 4 ou 5 sur 5).

Les pessimistes sont minoritaires (**9%** ont évalué leur moral à 1 ou 2).

Les interviews réalisées confirment cet état d'esprit résolument positif malgré un contexte morose et instable qui rend difficile une projection et un travail sur sa stratégie. Les dirigeants ont intégré cette instabilité comme une nouvelle norme et font preuve de résilience pour garder le cap.

Ils nous ont dit

« On regarde le positif »

« Un quotidien de plus en plus semé d'embûches »

« Un contexte toujours mouvant, qui rend difficile l'exercice de la stratégie »

« Il faut vivre avec : le contexte actuel »

« Le plan ne se déroule jamais comme prévu »



Les défis & enjeux

A black and white photograph of a person walking away from the camera on a narrow suspension bridge. The bridge has a wooden plank deck and metal mesh railings. The person is wearing a light-colored jacket, dark pants, and a backpack. The bridge spans a deep valley filled with dense evergreen trees. In the background, rugged mountains with patches of snow rise against a cloudy sky. A small red dot is visible in the upper left corner of the image.

Quels sont les principaux
challenges qui les occupent ?
Sur quoi portent leurs inquiétudes ?

La santé financière : priorité n°1

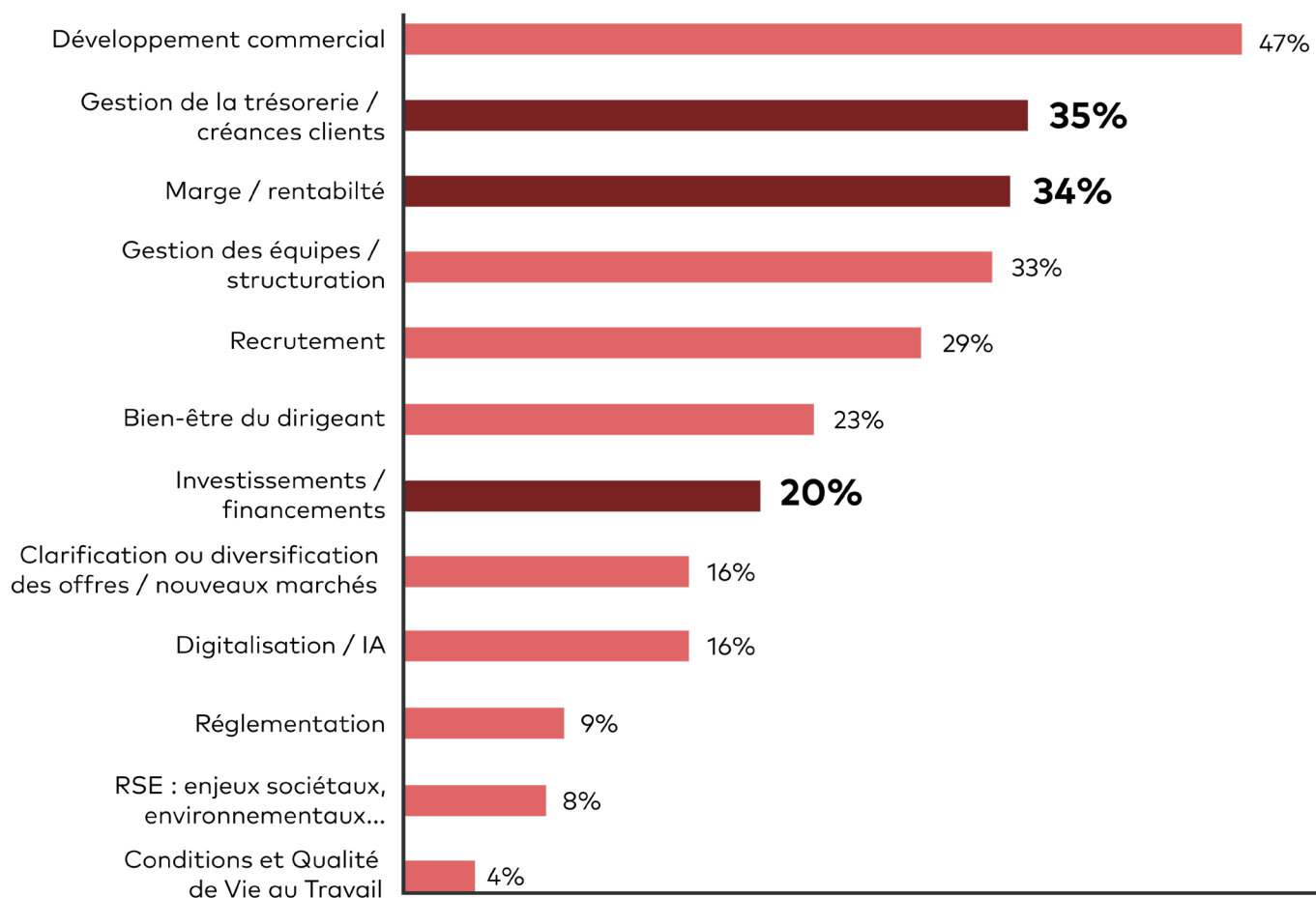
Les enjeux financiers sont au cœur des préoccupations des dirigeants (**gestion de la trésorerie, marge, rentabilité et investissement** dans le graphique) avec comme nerf de la guerre, la trésorerie.

Comme c'est systématiquement le cas dans une période où le contexte se tend, le **commerce** est également un défi central. Près d'**1 dirigeant sur 2** place le **développement commercial** au cœur de ses priorités du moment.

Les **enjeux humains** (la structuration d'équipe et le recrutement) sont comme toujours un des enjeux clés pour les dirigeants de TPE-PME.

Ces derniers ont, en revanche, tendance à mettre leur bien-être comme un enjeu de seconde zone, loin devant cependant les 2 sujets qui sont clairement mis de côté sous la pression économique actuelle : la QVT et la RSE.

Les défis du moment



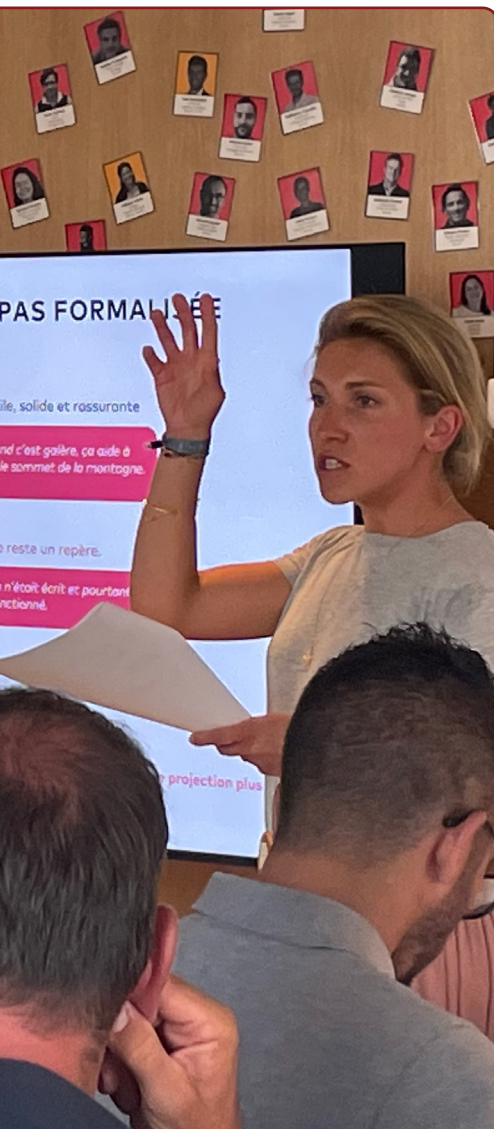
■ Sujets financiers

La trésorerie, vitale voire obsessionnelle



La trésorerie, fragilisée ces derniers temps, est l'indicateur phare des dirigeants, parfois le seul. Elle est source de stress (« et d'insomnies »). Les causes de cette trésorerie mise à mal sont nombreuses et diffèrent d'une entreprise à l'autre :

- Les crises successives (Covid, inflation, énergie, salaires, gilets jaunes) qui ont laissé des traces. Pour certains, c'est un vrai traumatisme
- Une demande qui s'érode et moins prévisible, des ventes plus longues et plus complexes
- Des marchés publics ou privés moins soutenus, avec des aides ou subventions en recul
- Les délais de règlement qui s'allongent, avec parfois des clients en difficulté
- La volonté de poursuivre les investissements pour assurer une agilité plus forte demain et maîtriser sa chaîne de valeur



Ils nous ont dit

« Quand la trésorerie va, tout va, c'est un adage de dirigeants de PME mais c'est vrai »

« La tréso, tous les matins je regarde le niveau de tréso »

« Avant Tactique on pilotait à vue maintenant on suit la trésorerie »

« Mon banquier peut m'appeler à n'importe quel moment, je connais ma tréso »

« Quand tout s'arrête et que ta tréso fond à vue d'œil c'est flippant, tu te demandes comment tu vas rémunérer les équipes »



Le développement commercial, le nerf de la guerre



Il y a aujourd'hui une tension forte entre :

- **La pression du chiffre d'affaires** (accentuée par **une concurrence plus vive** : concurrence étrangère, zones de chalandise qui s'étendent, réglementations qui évoluent).
- **La nécessité de se poser pour réinterroger sa stratégie commerciale.**

Faire en sorte de rendre l'entreprise plus résiliente devient un enjeu au cœur des réflexions commerciales pour les dirigeants de TPE-PME :

- Comment être moins dépendant d'un marché ou d'une typologie de clientèle ?
- Comment se positionner sur d'autres secteurs d'activité ?
- Peut-on trouver un modèle économique avec de la récurrence ?

etc.



Ils nous ont dit

« Toujours plus de marchés »

« Le CA reste une épée de Damoclès »

« On est dans le brouillard, on doit se poser sur une stratégie commerciale : Quelles cibles ? Quels autres marchés ? »

« Diversifier son portefeuille pour rester résilient »

« Il faut tout le temps rester connecté à son marché »

« Toujours tester, tester »



La gestion de l'humain : essentielle mais parfois complexe



Le rôle de manager est vu pour beaucoup comme quelque chose de subi. Les dirigeants ne se sentent pas assez outillés et expriment le besoin d'être formés, d'autant plus dans un contexte de plus en plus complexe : intergénération, différence culturelle, sociale...

Ils nous ont dit

« Ce qui peut m'empêcher de dormir : des histoires de relations humaines »

« Je n'avais pas imaginé avoir autant de management »

« Être dirigeant de petite entreprise ça s'apprend »



Une des problématiques de management est de réussir à embarquer son équipe et donner du sens.

Ils nous ont dit

« Il ne suffit pas de mettre des hommes derrière des machines, il faut donner du sens quotidiennement »



Certains expriment la volonté de sortir les salariés de leur rôle d'exécution (pour les responsabiliser, faciliter la prise d'initiative) en mettant en place des dispositifs d'incitation (prime, etc.). Pour ceux qui l'ont déjà fait, ils évoquent des niveaux de réussite variés d'une entreprise à l'autre.

Trouver la bonne organisation est un autre enjeu clé pour permettre au dirigeant de moins subir. Ils sont systématiquement la variable d'ajustement (en cas d'absence, de hausse d'activité, etc.) et souhaitent trouver des solutions pour que ce ne soit plus le cas.

Ils nous ont dit

« Structurer pour simplifier, y voir plus clair »

« Il est clé d'investir dans les RH dès le début »



Enfin, le dernier enjeu lié aux personnes est celui du recrutement. Les dirigeants mentionnent notamment des tensions fortes sur des profils spécifiques : métiers techniques, postes de technico-commerciaux, expertise de niche.

Posture, rôle & quotidien du dirigeant



Quel est leur positionnement
au sein de l'entreprise ?
Comment vivent-ils leur fonction ?

Dirigeant : entre pompier et chef d'orchestre

Le rôle du dirigeant est très variable en fonction de son secteur, son histoire, la taille de l'entreprise. Ils sont en revanche tous **multi-casquettes** et **gèrent en direct de nombreux sujets** : production, commerce, RH, gestion... sans oublier le rôle le plus prenant qui est de gérer les opérations au quotidien.

Ils nous ont dit

« Tu passes ta journée à éteindre des incendies »

Le dirigeant est un fort contributeur de l'entreprise. Il développe le chiffre d'affaires et va chercher les marchés. Il aime gérer les projets structurants de l'entreprise et la prise de risque associée.

Ils nous ont dit

« De l'intuition, le goût du risque et un peu de bonne étoile »

Beaucoup expriment leur difficulté à **changer de posture**, à **prendre de la hauteur**. Une minorité a réussi à trouver l'équilibre entre l'opérationnel et la prise de recul pour s'occuper des sujets stratégiques (mais beaucoup y aspirent).

Ils nous ont dit

« Mon but c'est de me rendre inutile »

« Je réfléchis plus souvent que je n'agis »

« Mon objectif c'est que je ne serve à rien »

« On est des joueurs alors qu'il faut passer entraîneurs »

La posture du dirigeant : un équilibre à trouver

D'après les dirigeants interrogés, **adopter la posture de dirigeant n'est pas innée**. Elle s'apprend sur le terrain et grandit par les expériences (les bonnes comme les mauvaises).

Ils nous ont dit

« Le terrain te forme, il faut faire confiance au terrain »

« Ce qui m'a fait avancer ce sont les échecs »

« La 1ère qualité qu'il faut avoir en tant que dirigeants c'est la résilience »

Les dirigeants avec qui nous avons échangé, font preuve d'humilité. Ils sont **conscients qu'ils ne peuvent pas tout maîtriser** et qu'il est clé de bien s'entourer.

Ils nous ont dit

« Un chef d'entreprise c'est un chef d'orchestre et pas un messie »

« Un chef d'entreprise ne fait pas tout parfaitement, il faut s'entourer »

« L'humilité, j'ai appris à en avoir »

Le recrutement est aussi vu comme un facteur clé pour réussir. Il permet de bien s'entourer pour être à sa bonne place de dirigeant et sortir de l'opérationnel.

Ils nous ont dit

« Ne pas avoir peur de recruter meilleur que soi »

« Mon enjeu est de responsabiliser mes salariés et d'être dans le collectif »

Enfin, certains sont épuisés par la solitude du dirigeant et se sentent impuissants. Ils sont convaincus que la richesse de leur entreprise réside dans l'humain et sont nombreux à avoir le sentiment de faire beaucoup pour leurs salariés (avec parfois de la déception sur les résultats des avantages et conditions proposées).

Une envie de prise de recul... mais peu d'espace pour le faire

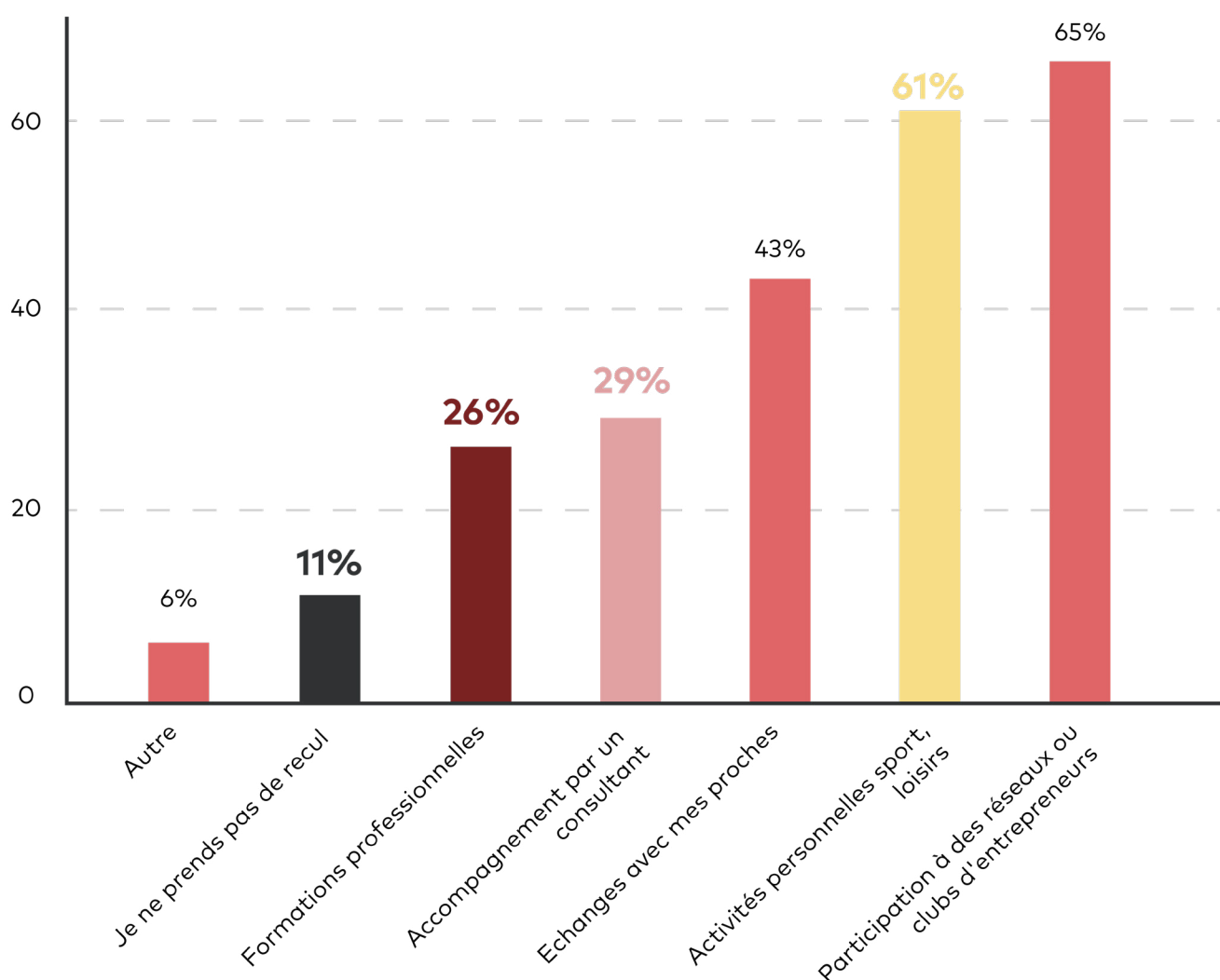
Pour beaucoup, la notion de prise de recul n'est pas simple à appréhender. Qu'est-ce que ça veut vraiment dire ? Comment s'y prendre ?

Ils nous ont dit

« Le recul : je ne sais pas si j'en prends beaucoup »

« C'est une bonne question...je ne sais pas »

Comment prenez-vous du recul par rapport à votre activité ?



Là où certains ont du mal à assumer la prise de recul (qui est vue comme du temps non productif), d'autres considèrent que prendre du temps est un moyen d'investir sur son entreprise. **26%** se forment, cherchent à monter en compétences quand **29%** vont chercher l'appui d'un consultant.

Une envie de prise de recul... mais peu d'espace pour le faire

Le sport et plus largement les loisirs ont par ailleurs une place centrale pour 61% des dirigeants interrogés.

Ils nous ont dit

« Le sport m'a sauvé »

« Du sport tous les jours »

« Je ne suis pas réseau, mais mon sport c'est important pour me ressourcer, chacun son truc »

Pour prendre du recul, le réseau est souvent un soutien. Parfois juste pour partager, évoquer ses problématiques ou encore s'inspirer des histoires des autres. Les réseaux/clubs sont un facteur clé pour prendre du recul (65%).

Ils nous ont dit

« Le Réseau Entreprendre : recul, partage, voir ce qui se fait ailleurs »

« Juste discuter et voir qu'on a les même sujets »

« Par exemple participer à l'atelier plan d'action Tactique »

« Le réseau c'est important, ça fait du bien dans nos journées qui ne sont pas toujours positives »

Parfois, la prise de recul ne tient pas à grand-chose. Une discussion, une remarque peuvent permettre le pas de côté dont les dirigeants manquent parfois.

Ils nous ont dit

« Rien que de discuter, partager 5-10 minutes avec un conseil, ça permet de dédramatiser »

« Par exemple juste avoir accepté cet entretien, ça permet de réfléchir »

11 % avouent ne jamais lever la tête, et nous disent que c'est compliqué de se dégager du temps. Ces dirigeants savent que cela serait bénéfique mais ils sont accaparés par leur quotidien et ne trouvent pas les clés.

La place de la stratégie

A black and white photograph of three cyclists racing on a road. The cyclist in the foreground is wearing a dark jersey, shorts, a helmet, and sunglasses, and is looking directly at the camera. Two other cyclists are visible behind him, slightly out of focus. The background shows a road with a guardrail and some trees.

Comment gardent-ils le cap ?

Ce que les dirigeants mettent derrière le mot « stratégie »

Un cap à tenir

Vision, objectifs, direction, cap, ambition

Une prise de recul pour mieux décider

Réflexion, anticipation, discernement, choix, risque

Un cadre pour piloter

Plan d'action, structuration, moyens, pilotage, performance

Un facteur de sérénité

Rassurant, bien entouré, associés, conviction

Une posture d'audace

Développement, ambition, différenciation, optimisme, audace

Différenciant Anticiper Vision Associés
Recul Risque Structure Sérénité Conviction
Choix Moyens **Pilotage** Direction à prendre **Bien entourés**
Performance Rassurant Cap Développement
Audace Objectifs But Anticipation Réflexion
Avenir Plan d'action Court et moyen terme
Discernement Vision long terme Optimisme **Prévoir**

Ils nous ont dit

« La stratégie, pour moi, c'est 10% et 90% d'opérationnel »

« La vision est indispensable, en continu. La stratégie n'est pas écrite, mais très claire dans ma tête »

« Savoir où on va, qui on veut devenir, quels moyens on se donne »

« Avoir une vision ça rassure, ça donne un cap à suivre »

« Regarder loin et faire des choix »



Tous convaincus de la valeur d'une stratégie



Utile, solide, rassurante

C'est ainsi que les dirigeants voient la stratégie. Ils sont même **97%** à juger utile d'avoir une stratégie claire.

Ils nous ont dit

« La vision c'est rassurant pour tout le monde (pour le DG et les salariés) »

« Quand c'est galère, ça aide à voir le sommet de la montagne »

« Ça aide à se projeter pour être ambitieux »

« Je serais incapable d'avancer sans ma vision, ce qui me questionne c'est ceux qui n'en ont pas »



Et la formalisation ?

S'ils sont nombreux à avoir une stratégie, ils sont beaucoup moins nombreux à la formaliser (57%). Pour celles et ceux qui l'ont fait, c'est un véritable levier, une ancre, un outil de projection. Pour les autres, même si elle n'est que dans leur tête, la stratégie sert de repère.

Ils nous ont dit

« Une stratégie en tête mais pas formalisée »

« Rien n'était écrit et pourtant ça a fonctionné »

« On a le cap mais pas le chemin »

« J'ai ma vision en tête mais je n'arrive pas encore à la déployer »



Ils sont cependant nombreux à vouloir passer le cap de la formalisation pour en faire un outil encore plus actionnable. Ils émettent cependant 2 freins majeurs :

- **Manque de temps (44 %)** : la formalisation stratégique passe après les urgences du quotidien. La survie ou la trésorerie à court terme priment systématiquement sur le projet long terme.
- **Manque de méthode (39 %)** : ils n'osent pas le faire car ils ne savent pas comment, manquent d'outils ou de méthode.

L'implication des équipes

Il est difficile pour les dirigeants d'embarquer autour des projets et de la stratégie : les collaborateurs ne s'impliquent pas ou ne comprennent pas forcément la direction prise.

Plusieurs raisons à cela :

- Une stratégie qui n'est pas toujours partagée ou qui peut manquer de clarté. Les dirigeants n'explicitent pas toujours leurs décisions.
- Les rituels de communication internes sont peu ou pas présents (réunions d'information, partage de tableaux de bord, objectifs clairs).
- Les équipes ne voient pas leur rôle concret dans le projet global.

Les conséquences sont un manque d'adhésion au projet, une absence de prise d'initiative et plus globalement un manque d'intérêt pour la stratégie et le projet d'entreprise. De manière générale, les salariés considèrent (du point de vue des dirigeants) que la stratégie de l'entreprise est un sujet abstrait ou qui ne concerne que la direction.

À l'inverse, ceux qui ont fait de l'implication des équipes une vraie force ont trouvé les moyens de rendre la stratégie concrète en la traduisant en objectifs clairs et concrets grâce à la formalisation de leur stratégie.

Ils insistent sur l'importance et l'impact d'avoir embarqué les équipes et en font un des facteurs clés du succès de leur entreprise. Ils l'ont fait à leur manière et assument cette approche basée sur la transparence et le collectif. Cela permet à tout le monde d'être aligné, d'aller dans la même direction et de créer de la cohésion, même quand la stratégie est imparfaite.

Ils nous ont dit

« À tort ou à raison, je partage les bonnes ou mauvaises situations auprès des équipes. J'assume ma manière de faire. Je pense que c'est une qualité »

« Mes salariés, ils savent pourquoi ils sont chez nous »

« Confiance et transparence : mon maître mot avec mes équipes »

« Il faut savoir accepter les contradictions en interne »

« Je veux impliquer mes équipes dans le processus de réflexion sur la stratégie »



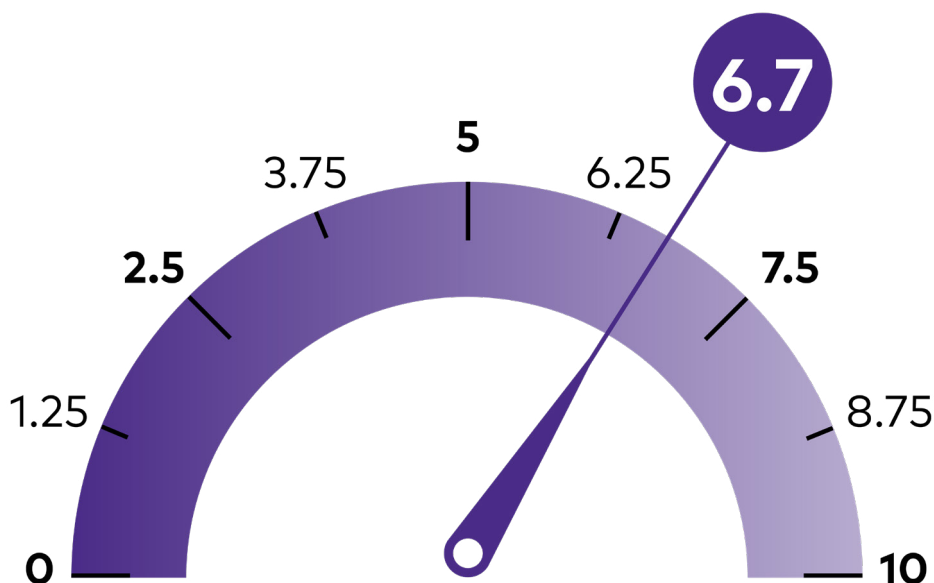
Projection



Comment se projettent-ils
dans 3 ans ?

De l'ambition malgré une projection maussade

- Confiance en l'avenir



Malgré une vision plutôt maussade de l'avenir, les dirigeants se projettent avec ambition **(6,7/10)** : de la croissance pour près de 70% des répondants (45% en croissance organique et 23% en croissance externe) tandis qu'ils sont plus d'un quart à envisager une diversification de leur offre.

Une autre de leur ambition est de gagner en sérénité dans ce contexte d'incertitude et de complexité **40%**.

À la question « où voyez-vous votre entreprise dans 3 ans ? » ils sont tout de même **20%** à avoir coché « on aura survécu et c'est déjà bien » tandis que **13%** des répondants pensent vendre leur société d'ici là.

Ils nous ont dit

« Continuer à se développer »

« Déployer des points de vente »

« Avoir toujours plus de marché »

« L'importance de diversifier son portefeuille pour être résilient »

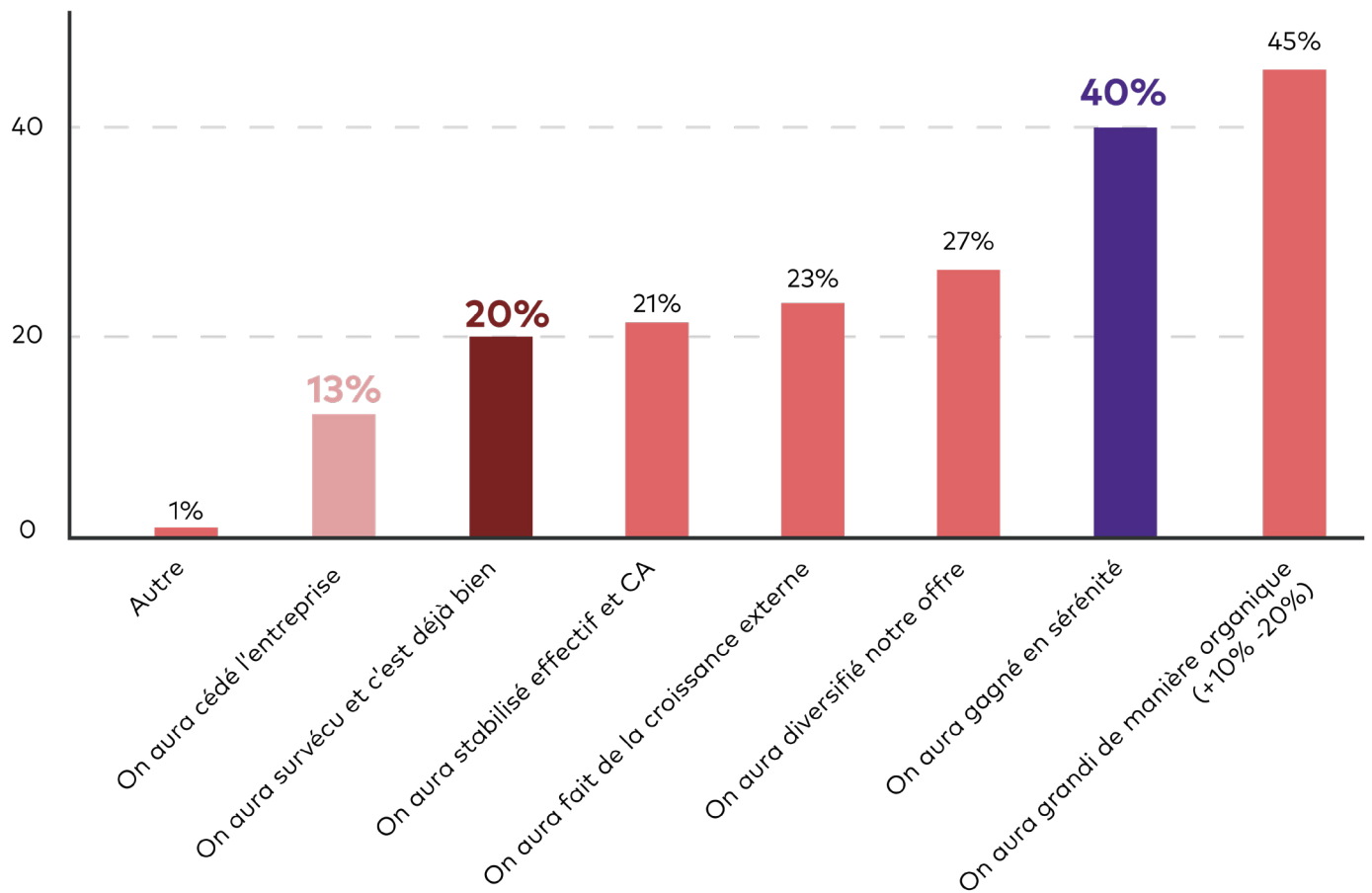
« Multiplication des sites et développement sur d'autres pays »

« Le principal est de stabiliser puis de faire de la croissance externe »



De l'ambition malgré une projection maussade

- Où voyez-vous votre entreprise dans 3 ans ?



Outils & alliés



Quels outils pour piloter ?
Sur qui peuvent-ils vraiment
compter ?

Des outils de suivi de l'entreprise orientés majoritairement autour de la dimension financière



Les 4 outils de suivi les plus mentionnés sont :

- Tableaux de bord/indicateurs : **67%**
- Bilan comptable : **61%**
- Suivi bancaire : **53%**
- Reporting mensuel : **50%**

Ils nous ont dit

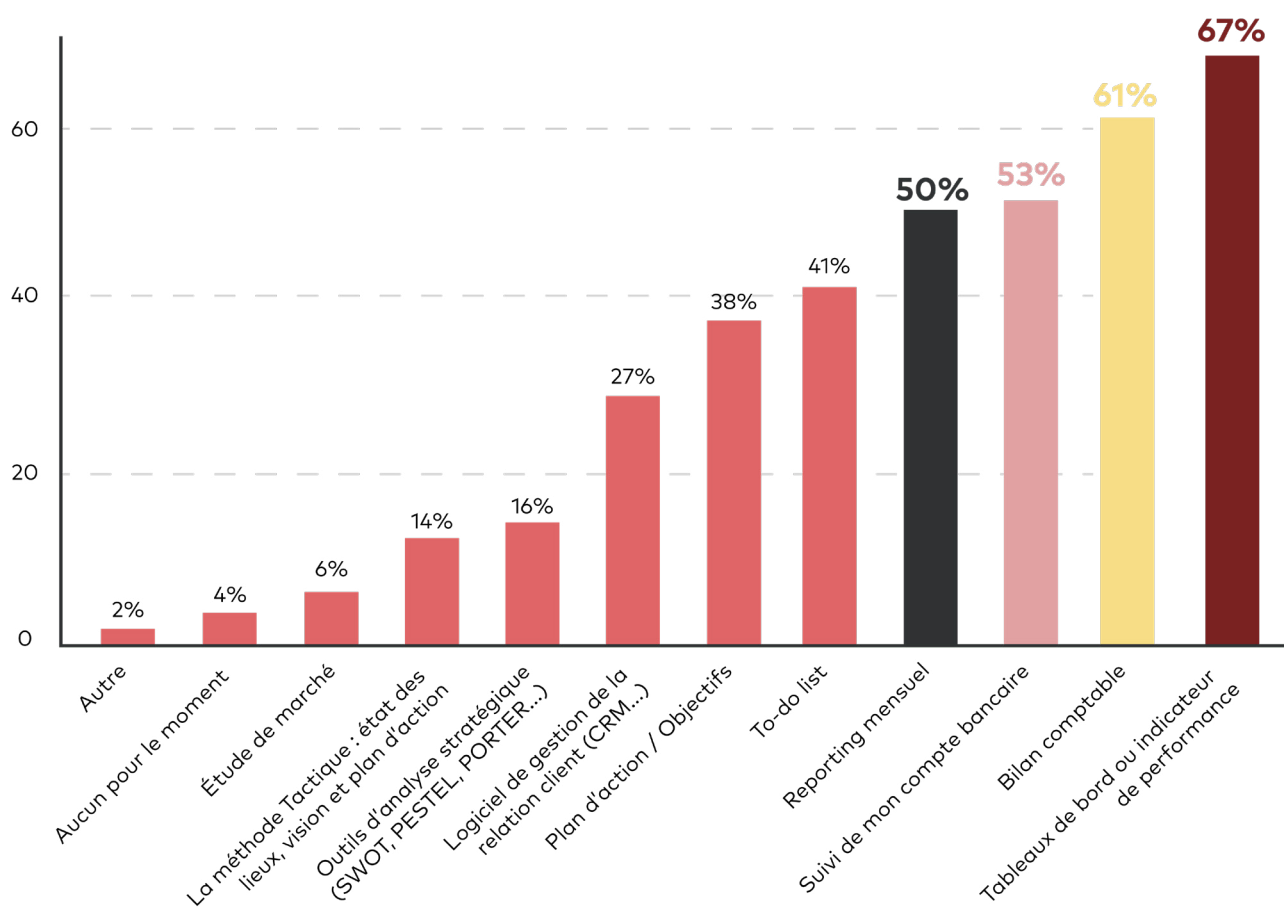
« 10 ratios clés chaque trimestre »

« J'ai mis 2 ans à savoir quels indicateurs je devais suivre »

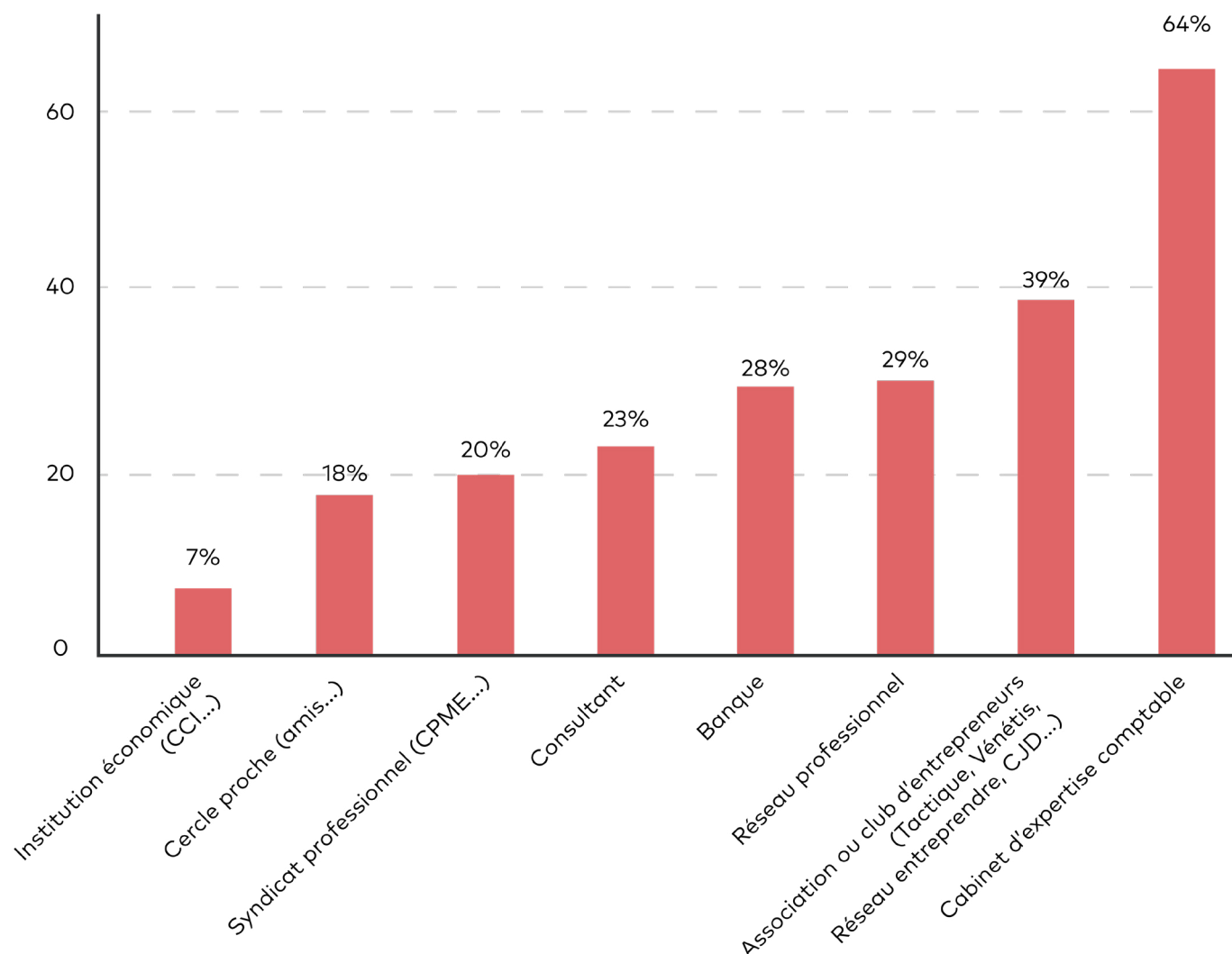


Seulement **38%** ont un plan d'action pour dérouler leur stratégie.

Sur les méthodes, 16% utilisent des outils d'analyse stratégique (SWOT, PESTEL, etc.) et 14% mentionnent la méthode Tactique (état des lieux, vision et plan d'action).



Les alliés



Les alliés financiers

- L'expert-comptable est incontournable. Cependant, il n'est pas toujours aussi réactif que ce qu'en attendent les dirigeants. Il peut être un véritable pilier du développement, de la croissance tout comme il peut être « subi » car obligatoire mais sans valeur ajoutée. Ils sont cependant tous convaincus du rôle clé qu'il peut avoir à leur côté.
- Moins souvent mentionnée (28%), la banque peut pour certains devenir un vrai partenaire en fonction de la relation que les dirigeants ont réussi à construire avec elle.

Les alliés homologues

Souvent mentionné, le soutien entre pairs au sein d'un réseau professionnel ou d'une association / d'un club d'entrepreneurs est un incontournable.

Ce « réseau » permet la prise de recul et s'inscrit comme un partenaire solide, de confiance, qui vient répondre au besoin d'échange et de partage pour des dirigeants souvent isolés.

Les alliés

Les alliés de la profession

Les syndicats professionnels sont vus comme de véritables alliés (20%) tant dans les ressources à disposition que dans le quotidien de dirigeants, en particulier dans les secteurs du BTP et de l'artisanat.

Enfin, mentionné dans 23% des réponses, l'appel à un consultant sur une problématique spécifique fait aussi partie des usages pour les dirigeants de TPE-PME lorsqu'il s'agit d'aller chercher à l'extérieur des ressources ou du soutien.

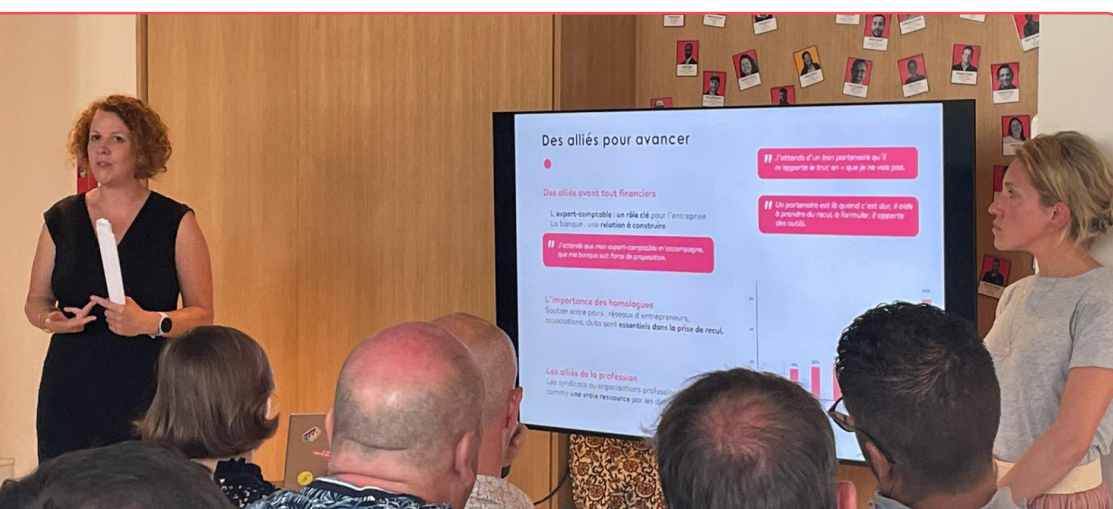
Ils nous ont dit

« Écouter un patron qui a un problème, cela dépose une graine dans ton cerveau, qui va germer »

« Un bon allié stratégique est celui qui apporte une vraie prise de recul, quelqu'un qui vous bouscule, vous challenge »

« Un partenaire est là quand c'est dur, il aide à prendre du recul, à formuler, il apporte des outils »

« Grâce aux alliés qui m'entourent, j'ai accepté de me faire aider »



Les bonnes pratiques repérées



Bonnes pratiques

De par leur engagement et leur envie de réussir ou parfois juste de s'en sortir, les dirigeants sont « orientés solutions ». Ils essayent, expérimentent, se trompent parfois. Parmi les dirigeants que nous avons interrogés, ils ont mis en place certaines bonnes pratiques réussies qu'ils nous ont partagées.

En voici quelques exemples :

- Inviter un salarié à chaque CODIR
- Faire un plan de primes
- Passer 1 jour à l'extérieur de l'entreprise chaque trimestre pour travailler sa stratégie
- Avoir un engagement en dehors de l'entreprise pour s'extraire
- Se faire accompagner par Tactique
- Partager entre dirigeants pour avoir des retours d'expérience
- Faire preuve de transparence avec les équipes, partager sa stratégie
- Partager les chiffres, des indicateurs aux équipes
- Écouter des podcasts (exemple : Génération Do It Yourself)



Qui sommes-nous ?

Tactique Collectif Stratégique est une association, créée en 2019, par Ivan Quenardel, expert-comptable et fondateur du cabinet l'Optimiste.

C'est un collectif de dirigeants et dirigeantes d'entreprise, engagés pour les entreprises de leur territoire et qui misent sur 2 clés pour accompagner le développement des TPE-PME :

- Se concentrer sur les sujets stratégiques, pour amener les dirigeants à prendre du recul et de la hauteur sur leur activité.
- Travailler collectivement avec des expertises et des expériences complémentaires, réunies sous le même maillot, avec les mêmes valeurs.

Nos propositions :

L'accompagnement individualisé

L'accompagnement vient questionner le dirigeant, l'aider à réfléchir, à être entouré et à avancer. A travers 6 RDV dans l'année, il travaille avec un chargé d'accompagnement pour construire une stratégie claire (état des lieux, vision, plan d'actions) et en phase avec ses aspirations. « Où j'en suis, où est-ce que je veux aller et comment y aller ? » En fonction des sujets qui émergent, le dirigeant est entouré d'1 ou plusieurs experts du collectif (management, commerce,...) pour l'aider à prendre les bonnes décisions et lever les angles morts.

La formation dédiée aux dirigeants

Être dirigeant, ça s'apprend. Sur le terrain oui, mais aussi en se formant et en partageant. Les formations Tactique, animées par des dirigeants expérimentés, apportent des outils concrets et applicables sur la stratégie, le pilotage, le commerce, la RH, le management... Le format phare : un parcours de 8 jours sur 8 mois pour permettre à 10 dirigeant(e)s d'être plus performants, plus sereins et être prêts pour les prochaines phases à vivre de leur entreprise.

L'animation de séminaires stratégiques

Un temps entre associés, avec son CODIR ou ses équipes pour construire et partager. Que ce soit pour définir sa feuille de route, formaliser les valeurs de l'entreprise ou améliorer sa gouvernance, les séminaires permettent de structurer des décisions collectives et créent de l'engagement. Tactique aide à embarquer le collectif dans son projet grâce à des outils de stratégie et des techniques d'intelligence collective.

Et bientôt le financement

Tout au long de l'année, nous organisons des événements (ateliers thématiques, afterworks...) pour les dirigeant(e)s de TPE-PME et diffusons des contenus (articles, webinaires...).

Nos prochaines dates clés à Vannes :

18

SEPTEMBRE

Afterwork découverte de Tactique

26

SEPTEMBRE

Déjeuner des dirigeants

10

OCTOBRE

Lancement parcours de formation pour dirigeants

TACTIQUE

COLLECTIF STRATÉGIQUE

27, rue de Brizeux
35700 Rennes



Contactez-nous

www.collectif-tactique.fr
bonjour@collectif-tactique.fr
07 80 91 00 78