

**Consultants seniors ayant un vécu en entreprise, impliqués sur l'ensemble de nos missions, nous revendiquons une «marque de fabrique» Grand Angle**

Regarder les problématiques en mode «grand angle», en liant «soft» (la culture d'une entreprise, ses modes de fonctionnement, la place de l'humain...) et «hard» (la stratégie, l'organisation, les process, les résultats).

Aborder le «soft» avec l'exigence et la rigueur du «hard», en puisant dans notre connaissance des sciences humaines et sociales – et dans nos expériences opérationnelles et de conseil – les ressources pour aider nos clients à réussir leurs projets.

Passer en permanence du stratégique à l'opérationnel, afin de rendre opérantes ces deux dimensions indissociables. Mobiliser ainsi différents registres d'intervention, en fonction des besoins (consultant, facilitateur, coach) en pariant sur la puissance de l'empathie, du décalage et du collectif.



## **Alain Trinckvel**

### **Co-fondateur**

- Cofondateur de Grand Angle
- Fondateur et dirigeant de Internet Quest (stratégie Internet).
- Responsable de la « Banque à Accès Multiple » au Crédit Agricole (CNCA).
- Associate Principal chez McKinsey & Co.
- Manager à France Telecom.
- Ecole Polytechnique (Telecom), Telecom Paris, INSEAD (MBA).

## Interview

### Alain Trinckvel

#### 1. Quels sont les temps forts de votre parcours, ceux qui vous inspirent encore aujourd'hui ?

J'en citerais trois.

Tout juste sorti de Polytechnique, je rejoins France Telecom, comme responsable des infrastructures pour la région de Marseille. Une équipe de 900 personnes, une responsabilité financière, technique, managériale...; bref l'école de la vraie vie en (grande) entreprise.

Quelques années plus tard, mon job au Crédit Agricole : créer la banque en ligne... dans un monde ultra décentralisé : 50 caisses régionales, 50 visions, 50 systèmes d'information ! J'ai pu mesurer l'importance du facteur humain dans un tel projet !

Puis ma première expérience d'entrepreneur, avec la création d'une agence de conseil en stratégie digitale. Une croissance exponentielle, coupée nette par le trou d'air des années 2000.

Trois expériences intenses, des succès et des échecs, qui me permettent aujourd'hui d'appréhender le vécu et le point de vue des dirigeants et des équipes chez nos clients.

#### 2. Comment avez-vous découvert le conseil ?

AChez Mc Kinsey. Juste après mon premier emploi chez France Telecom, c'était la découverte du monde des entreprises privées, de la finance et du marketing... univers exotique pour un ingénieur Télécom !

#### 3/ Pourquoi Grand Angle ?

Parce que, bien sûr, l'envie de liberté que procure la création de sa propre entreprise.

Parce que la rencontre avec la sociologie des organisations, et particulièrement François Dupuy, une source d'inspiration déterminante.

Parce que la conviction qu'il faut aujourd'hui développer une approche qui « hybride » la rigueur des méthodes d'analyse traditionnelles du conseil, avec les éclairages des sciences sociales et de la psychologie.

#### 4/ Qu'est ce qui vous motive / mobilise aujourd'hui ?

Le sentiment de renouer avec ma vocation contrariée... de médecin !

La réussite d'une mission réside davantage dans le chemin que dans le but. Ou plus précisément : au delà des « livrables », le but est aussi dans le chemin.

Car quand on permet aux équipes de penser leur fonctionnement, leur vie professionnelle; quand on ouvre un espace de clarification et de compréhension... on produit un surcroit de motivation et de qualité au sein de l'entreprise.

Et au fond, bien plus que les arguments rationnels, c'est cette écoute qui fait bouger les lignes.