

Fiers d'être dans l'entreprise familiale

Une enquête auprès de la génération montante en entreprise familiale a permis de tirer de précieux enseignements quant à la transmission.

• René DAMIOY

Cette enquête est en fait une première. De 2010 à 2012, elle s'est déroulée dans l'ensemble des provinces wallonnes et à Bruxelles. Elle s'est adressée aux fils et filles de patrons de PME et ce, pour la tranche d'âge de 18 à 35 ans. Et ils ont été 277 jeunes à accepter de participer à cette étude. L'heure est désormais aux conclusions et celles-ci apparaissent dans un rapport détaillé relevant la synthèse des différents résultats.

Le bien-fondé d'une telle enquête se justifie amplement, rien que par le fait, par exemple, qu'en Belgique, trois jeunes sur cinq évoquent pas avec leurs parents leur avenir dans le monde du travail.

Mais, ici, nous sommes dans l'univers des PME où il apparaît qu'un jeune sur quatre est imprégné de l'entreprise et qu'un sur deux seulement évoque la transmission intergénérationnelle. Céline Laloux, elle-même entrepreneur, a enquêté sur le sujet et elle a rencontré une cinquantaine de

ces jeunes. Ils sont loin de se conduire en fils à papa. « *Aucun d'entre eux ne s'est montré prétentieux, bien au contraire, nous avons pu relever leur modestie, mais ils nous ont fait part également de la pression qu'ils ressentent* », explique-t-elle. L'enquête a donc porté sur différents aspects : la perception de l'entreprise familiale par la jeune génération, ses motivations, sa préparation à l'entreprise.

Une conférence, ce soir

Mais encore l'enquête a-t-elle porté sur les différences entre les sexes, entre les tailles des entreprises. L'étude s'est également intéressée à l'influence de la présence des parents. Première conclusion : la jeune génération

éprouve un sentiment de fierté en travaillant dans l'entreprise familiale tout en se révélant très soucieuse d'un management accru, comme en ont d'ailleurs témoigné deux participants.

Mais on constate aussi que le manque de communication avec les parents représente le principal frein à la transmission de la direction de la PME.

Ce qui fait dire à Valérie Denis, directrice de l'ICHEC, une école de management bruxelloise : « *J'inviterais les parents à questionner d'abord leurs enfants avant de faire appel à des consultants*. »

Et, en fin de compte pour la jeune génération, la mise, cela doit être l'entreprise et l'enjeu, c'est devenir qui on est vraiment.

Ceux de la génération montante en entreprise familiale ont accepté de répondre à l'enquête.

Ces jeunes de 18 à 35 ans communiqueront leur vision de l'entreprise familiale et de sa transmission intergénérationnelle lors d'une conférence qui aura lieu le 24 avril au Libramont Exhibition and Congress. Ce sera de 17 à 19 h et 5 d'entre eux prendront ainsi la parole.

De 19 à 20 h, se dérouleront des ateliers de réflexion sur les frontières entre la famille et l'entreprise, la communication intergénérationnelle, le droit de (re) commencer ou de continuer autrement.

Et la journée se poursuivra à 20 h par un *walking dinner* qui permettra de poursuivre la discussion avec d'autres familles en entreprises. ■

Important

L'importance du marketing : voilà ce que l'on retiendra du témoignage de deux jeunes qui ont participé à l'étude. Sandy Cogniaux qui est entrée, voici un an, dans la marbrerie paternelle à Libramont à l'âge de 28 ans. « *J'avais opté pour l'événementiel, mais je me suis rendu compte que cela ne me convenait pas. Et j'ai alors suivi une formation de marketing. Puis mon frère, qui est dans l'entreprise depuis la fin de ses études secondaires, m'a demandé de le rejoindre. Et c'est ainsi que j'ai créé la fonction de marketing dans notre PME où je m'occupe de la communication* », explique-t-elle.

David Fruytier avait 24 ans lorsqu'il est entré dans l'entreprise d'exploitation forestière de son père à Marché. Lui aussi est passé par la case marketing. « *J'ai fait tous les métiers, prenant même mes repas avec le personnel. Et je complète ma formation, notamment en comptabilité car j'estime que j'ai des devoirs envers mes travailleurs* », témoigne-t-il. Lui aussi accorde beaucoup d'importance à la communication et il avoue son envie de pérenniser l'entreprise familiale. ■