

Écoutons la Next Gen ...

La Next Gen dans tous ses états : les 18-35 ans en entreprises de lucidité ... et d'énergies nouvelles

Visionnaires, conquérants, rationnels, intégrateurs, communicateurs... les représentants de la « Génération Montante » dans les entreprises familiales ont tous un ADN d'entrepreneurs et l'exercent dans ou en dehors de l'entreprise qui porte leur nom. Le travail en famille et la transmission se font naturellement ou pas du tout, par sens du devoir ou par réelle motivation... Cela dépend moins de la taille de l'entreprise que de la personnalité du jeune et de celle de ses prédécesseurs et de leur capacité à ... se parler.

Jeudi 3 mai, la Chaire « Familles en Entreprises » a organisé le 1^{er} colloque consacré à la vision de la Génération Montante. 9 jeunes de 18 à 35 ans y ont partagé leurs vécus en tant que représentants de la 2^{ème} ou ... 11^{ème} génération et ont apporté un éclairage sincère et très pragmatique. Ils ont été chaleureusement applaudis et sollicités durant le cocktail car bon nombre de participants se retrouvaient dans leur témoignage. Il a fallu beaucoup d'audace, de dépassement de soi et de sens de l'essentiel pour partager des chapitres de l'histoire de leur entreprise et de leur famille. Parmi les 9 témoins 3 sont des ICHECIENS : Fabrice Winandy, 27 ans, étudiant en horaire décalé à l'ICHEC, Alexandre Berthe, 33 ans et Marie Crombé, 29 ans, tous 2 Diplômés ICHEC.

La Next Gen fait preuve de lucidité et d'authenticité !

Le thème principal du colloque était la difficulté de communiquer entre génération. Mathilde Brasseur (14 ans), 3^{ème} Génération d'une famille active dans la distribution alimentaire, l'a très bien résumé et répété avec force : « Je pense



Les orateurs : 7 jeunes de 18 à 35 ans et les membres du Comité de Recherche de la Chaire « Familles en Entreprises »

que le public doit repartir avec un message : il faut **oser COMMUNIQUER, oser prendre le temps de se parler et s'écouter entre parents et enfants.** C'est trop important. J'en ai toujours été convaincue.»

C'est le besoin exprimé par les témoins au colloque : COMMUNIQUER avec leurs parents dirigeants d'entreprises, prendre le temps de poser les questions-clés : quel avenir veut-on pour soi-même ? Quel avenir veut-on pour l'entreprise ?

Si la Next Gen est en demande de communication, l'initiative ne viendra néanmoins pas d'elle et ce, par loyauté et respect envers les parents. C'est donc à ces derniers à prendre l'initiative, sans quoi ... la Next Gen peut quitter le navire. C'est ce que Capucine Debuyser a exprimé : « Pendant cinq ans, j'ai espéré reprendre le Cabinet d'avocats de mes parents. Nous en discussions, mais dans



Mathilde Brasseur (14 ans, 3^{ème} génération, Distribution alimentaire) est interrogée par Valérie Denis

les faits, rien de concret n'allait dans ce sens. J'ai décidé alors de ne pas attendre et d'entreprendre mon chemin professionnel en-dehors de la structure familiale. Avec le recul, je réalise que nous n'étions pas vraiment prêts, ni mes parents ni moi pour en discuter. Aujourd'hui ils seraient prêts, mais ce n'est pas mon actualité.»

« Communiquer, même avec ses propres enfants, est quelque chose de difficile dans notre famille », a révélé Henri Brasseur, dirigeant -fondateur d'un magasin d'alimentation qui a grandi avec l'arrivée de son fils. Cette

familiales : un colloque plein de bon sens, d'authenticité,

phrase a fait sourire les participants au colloque car ce constat de difficulté de communication intergénérationnelle est bien souvent présent et représente le frein principal à la transmission de l'entreprise.

Mais pour COMMUNIQUER, il faut être « Deux » : deux à le vouloir et deux à le faire - deux à s'exprimer et deux à s'écouter. Marie Crombé a quitté une fonction de cadre pour rejoindre les 2 entreprises familiales gérées par son père, dont l'une traversait des difficultés importantes. Elle a témoigné de sa passion et de sa loyauté, de son envie de soutenir l'acte entrepreneurial de son père et de la famille, ... Mais pris dans le day-to-day, il n'est pas facile de trouver les moments pour s'arrêter et prendre le temps de discuter de l'avenir « Or je me rends compte que c'est primordial sinon nous allons reproduire les mêmes schémas pendant longtemps sans tirer les leçons du passé ».



Mathilde Brasseur, 14 ans, née de 2 familles d'entrepreneurs, entourée ici de son papa (Distribution alimentaire) et de son grand-père maternel (Construction générale)



Amaury Gilliot, 20 ans, désireux de rejoindre l'entreprise Amtoy's créée par ses parents

Être fils ou fille de dirigeant d'entreprise familiale : un privilège ? Ingrid Nolet de Brauwere, étudiante en Communication, nous a fait part de son avis : « Je déteste le mot « privilège ». C'est une chance, sans doute, à plusieurs égards. Mais quand, comme moi, on a été le témoin des désaccords familiaux suscités par la vie de l'entreprise et la trop grande perméabilité entre le cercle de l'entreprise et le cercle de la famille ... on se pose des questions. Ce n'est pas un privilège, mais cela nous donne une très grande conscience des enjeux multiples du métier d'entrepreneur ».

Après les témoignages, ce fut au tour des 7 membres du Comité de Recherche de la Chaire « Familles en Entreprises » d'apporter une analyse et des pistes pour mieux communiquer entre génération. Chaque intervention a également été résumée par Mathilde. Quand on vous dit qu'on a donné la parole à la Next Gen ...



Les participants étaient venus en famille : ici Monsieur et Madame Servé (Société Sipla) et leurs 2 filles : Olivia (diplômée ICHEC 2011, à droite) et Laura, étudiante ICHEC

Et que faire quand il y a plusieurs générations concernées ?

La famille Mulliez est actionnaire majoritaire dans quelques très grandes entreprises telles que Auchan, Décathlon, Leroy Merlin, Kiabi, Auchan, Norauto, Boulanger, Saint Maclou, 3 Suisses, Flunch, ... Ce « chaudron galactique » représente 360.000 collaborateurs de par le monde et 631 actionnaires familiaux. Diplômé de l'ICHEC (1969), Régis Mulliez a expliqué les outils et les processus internes mis en place pour gérer l'Affectio Societatis et la préparation des générations montantes à l'entrepreneuriat, en accord avec les valeurs défendues par l'Association Familiale : le Partage du savoir, le Partage du pouvoir et le Partage de l'avoir.

Le DVD du colloque sera en vente à partir de septembre 2012.



Valérie Denis
Directrice de la Chaire
« Familles en Entreprises »
Valerie.denis@icheck.be
02 739 38 61

ICHEC-FUND

AVEC LE SOUTIEN DE LA FONDATION ROI BAUDOIN