

Si j'étais dirigeant ... de l'entreprise de ma famille

L'étude Next Gen¹ que la Chaire Familles en Entreprises a menée auprès de 277 jeunes de 28 à 35 ans concernés par une entreprise familiale a apporté son lot d'enseignements.

7 jeunes sur 10 sont spontanément attirés par l'entreprise de leur famille et souhaitent y jouer un rôle.

Confiance dans le potentiel de l'entreprise

La majorité des jeunes (66%) a confiance en la « santé » de son entreprise familiale et en sa capacité à rester aux mains de la famille tout en évoluant dans son marché. Cette confiance porte également sur la santé de leurs clients et du secteur auquel ils appartiennent. Par contre, leur confiance dans l'économie de leur pays ou du monde diminue d'année en année. Ils considèrent leur entreprise familiale comme un acteur économique fort, ayant toujours sa place dans le marché de demain, acteur qui sera capable d'utiliser ses atouts pour maintenir sa place et évoluer.

Une manière de comprendre les critères sur lesquels la Next Gen fonde sa confiance dans le potentiel futur de l'entreprise familiale, consiste à lui demander les valeurs-phares de l'entreprise ainsi que les atouts qui représentent de véritables avantages concurrentiels.

Deux valeurs émergent : la « Qualité » et la « Satisfaction du client ».

L'« excellente connaissance du métier (savoir-faire) partagée dans l'entreprise » est l'atout majeur que la Next Gen souhaite préserver. Le suivi fidèle des clients, le respect des collaborateurs et la bonne gestion financière complètent le quatuor des atouts

de l'entreprise familiale, vus par la Next Gen.

Les 4 atouts managériaux de l'entreprise familiale, vus par les successeurs



Envie d'évolution

La volonté de la Next Gen de préserver et de renforcer le savoir-faire de l'entreprise familiale s'exprime, une fois qu'elle gère l'entreprise, par la **mise en place d'un leadership plus participatif, responsabilisant davantage le personnel opérationnel**. Ce style de leadership implique souvent **un vrai changement culturel de l'entreprise et un renouveau de la communication interne**.

La Next Gen souhaite apporter de nouveaux atouts à l'entreprise, qui concernent essentiellement son management interne. Il s'agit de mettre en place :

- plus de responsabilisation des collaborateurs (empowerment),
- plus de transparence communicationnelle (up-down, down-up et transversale)
- davantage d'équilibre entre intuition et objectivité dans les prises de décision.

La responsabilisation des collaborateurs, à tous les niveaux, est pour la Next Gen un défi majeur. Il s'agit de la volonté de quitter un style de management directif pour glisser vers un mode plus participatif, cette volonté étant directement liée à la question de la « légitimité » de la Next

Gen. « Il m'est impossible de parler à nos contremaîtres de façon directive et autoritaire, étant donné qu'ils ont le savoir-faire et qu'ils m'ont promené dans l'entreprise quand j'étais en culotte courte ».

Fierté d'appartenir à une famille d'entrepreneurs

Ces atouts que la Next Gen perçoit dans l'entreprise familiale sont renforcés par un sentiment très fort : la fierté d'appartenir à une famille d'entrepreneurs, exprimée par 70% d'entre eux.

Cette fierté s'exprime très spontanément, tant dans les mots que dans le non verbal. Quand ces jeunes parlent de leurs parents actifs dans l'entreprise familiale, une étincelle brille dans leurs yeux. **Ce sentiment de fierté constitue une motivation à intégrer un jour l'entreprise familiale pour prolonger l'œuvre réalisée par la génération en charge et les générations qui les ont précédées**. Les jeunes utilisent d'ailleurs plus souvent le terme « chef-d'œuvre » plutôt que « œuvre ».

Dans le même temps, **cette fierté représente un frein quand elle devient « admiration »**. Les jeunes admirent la

génération en charge, son engagement dans l'entreprise et ses résultats. Ils ne se sentent pas tous « à la hauteur », c'est-à-dire aptes à reproduire le même niveau d'engagement et de résultats : « Je n'arriverai pas à la cheville de mes parents ... ce qu'ils ont accompli est extraordinaire ... je ne ferai jamais aussi bien qu'eux ».

La fierté et la motivation à travailler pour l'entreprise familiale sont renforcées par le souhait clairement exprimé de ne pas travailler pour « une autre » entreprise familiale. « Si tu ne devais pas travailler pour « ton » entreprise familiale, aimerais-tu travailler dans une autre entreprise familiale ? ». Pour 63% des jeunes, la réponse est clairement négative. Car plus l'entreprise est « ancienne », plus ce phénomène s'accroît.

« Paroles de Next Gen » sur www.famillesenentreprises.be

Valérie Denis
Directrice de la Chaire ICHEC
« Familles en Entreprises »

www.famillesenentreprises.be
family@ichec.be

¹ Rapport « Paroles de Next Gen » sur www.famillesenentreprises.be



Comme moi, participe à l'Académie d'Été !

Ces 4 jours ont changé ma vision de l'entreprise de ma famille

ACADÉMIE D'ÉTÉ 2015

Filles et fils d'entrepreneurs familiaux à la croisée des chemins

Du 26 au 29 Août 2015

Une initiative de BANQUE DE LUXEMBOURG

Contactez-nous pour avoir plus d'infos ou pour fixer un RDV

+32 02 739 38 72
family@ichec.be