



Bruno Bizalion est le président du [label EFC](#). Créé il y a quatre ans, **ce label permet aux entreprises familiales centenaires de se différencier et de mettre en valeur leur patrimoine économique** mais aussi et surtout **culturel** vis à vis de la concurrence.

1. Quelle serait votre définition d'une entreprise familiale ? Le nombre de générations rentre-t-il en compte ?

Selon le **label EFC**, une entreprise est familiale à partir de moment où la famille qui est à l'origine de sa création **possède encore un minimum de parts** qui lui donne une partie du pouvoir décisionnaire. C'est ce qu'on appelle **la minorité de blocage**.

Cependant, il y a de fortes chances que chaque association d'entreprises familiales ait sa propre définition. **Le nombre de génération rentre bien sûr en compte** puisqu'il faut qu'**au moins deux générations** soit concernées afin qu'il y ait, à un moment, passage de l'une à l'autre.

Dans le cadre du label EFC, c'est plus simple puisque les entreprises concernées existent au moins depuis cent ans. Sur deux cents entreprises interrogées, on retrouve **une moyenne de cent cinquante-cinq années d'activité**, soit environ **cinq générations successives**. Pour une entreprise centenaire, cette question de générations est très importante car il y a **une réelle volonté de perdurer**.

2. Quels sont, selon vous, les avantages qu'a une entreprise familiale sur les autres (Identité, investisseurs, implication des salariés, communication...)?

Il y a **à la fois beaucoup et très peu d'avantages** à être une **entreprise familiale centenaire**.

Selon moi il y a tout de même **plusieurs atouts indéniables** comme notamment l'**ancienneté**. Elle véhicule **un message positif** en évoquant la passion du métier et le savoir-faire. Ces éléments sont généralement **perçus comme rassurants**.

Dans les entreprises membres du label EFC par exemple, la **question de la déontologie est traitée différemment que dans les autres entreprises** car la **volonté de garder une bonne image** pour faire honneur aux générations précédentes est primordiale.

Quant aux **salariés** des entreprises familiales, ils ressentent généralement **plus de sérénité** à travailler dans une entreprise familiale que dans une entreprise qui ne le soit pas car **la vision de pérennité de l'entreprise les rassure quant à leur propre avenir professionnel**.

3. Selon les mêmes critères, quels en seraient les inconvénients principaux ?

Il n'y a **pas vraiment d'inconvénients, juste des différences**. Par exemple, **une entreprise familiale** va mettre la **priorité sur l'adaptation aux besoins des clients** plutôt que sur la recherche d'une réelle innovation. Par ailleurs, la **gestion de la société** sera **plus prudente dans une entreprise familiale** car il y a beaucoup plus à perdre.

Il est intéressant de remarquer que les cycles de direction sont **beaucoup plus importants dans les entreprises familiales** (20 à 30 ans contre 3 à 5 ans pour les autres entreprises). Ainsi, les personnes concernées peuvent voir leurs prises de décisions importantes aboutir, même à longs termes.

Le problème **dans une entreprise familiale** c'est que **chaque décision engage son action mais aussi celles des générations précédentes**. Il faut alors être particulièrement vigilant puisqu'on a reçu l'entreprise et que l'on devra la transmettre un jour.

De ce fait, **la responsabilité est beaucoup plus forte et le sens de l'engagement beaucoup plus pointu**. Dans une simple entreprise, l'employé est productif pour le bien des actionnaires mais dans une entreprise familiale, les actionnaires sont des membres de la famille. Dans ce cas là, **la réussite de la société passe avant la réussite personnelle**.

4. Une entreprise reste-t-elle familiale si la gérance en est confié à un tiers ?

Oui tout a fait ! Dès lors que le **manager n'est là que pour effectuer une transition de quelques mois ou quelques années entre deux générations**. Sinon la famille doit conserver sa minorité de blocage comme expliqué précédemment.

5. Quel est, selon vous, le plus beau succès d'entreprise familiale ? En France ou dans le monde.

Il y a **toutes sortes de points de vue dans la réussite d'une entreprise**. On peut alors parler de succès de **pérennité**, de succès **financier**, de succès de **reconnaissance internationale**, etc.

Mais finalement, il est possible d'expliquer et de justifier **le succès d'une entreprise familiale par son écoute du consommateur et l'adaptation à ses besoins**. Il faut ainsi avoir la force de toujours faire évoluer la production, l'activité afin de **continuer à satisfaire les clients**.

6. Comment est perçue l'ancienneté par les consommateurs aujourd'hui en France ? Les consommateurs vont-ils valoriser le caractère familial et l'ancienneté dans leurs actes d'achat ?

L'ancienneté est un argument très positif car c'est à la fois **rassurant, sécurisant** et **synonyme de fiabilité** dans l'esprit des consommateurs. Cela donne une impression de savoir-faire qui va pousser les gens à se dire « Ils font ça depuis 150 ans, ils ne peuvent pas se tromper ! ».

Aujourd'hui, il y a un **fort développement de l'usage des dates**. Les entreprises mettent de plus en plus en avant leur date de création sans qu'elle soit forcément familiale **pour jouer la carte de l'ancienneté**.

Dans le commerce, **sur environ 3 000 entreprises centenaires seules 1 200 sont réellement familiale**.

Comment le consommateur peut-il distinguer les vraies entreprises familiales des « fausses ».

C'est pourquoi j'ai créé le **label EFC** il y a maintenant quatre ans. **Les clients sont alors fixés en un simple regard avec l'aide du logo**.