

# « L'ANCIENNETÉ EST UNE VALEUR EXTRÊMEMENT PORTEUSE »

ENTRETIEN AVEC  
BRUNO BIZALION,  
FONDATEUR DU LABEL  
ENTREPRISES FAMILIALES  
CENTENAIRES

**Les entreprises centenaires ont-elles mieux passé la crise que les autres ?**

Nos adhérents à EFC ont passé l'épreuve. Pour deux raisons : un positionnement marketing mieux ancré auprès de leurs clients et un mode de management plus prudent. Elles sont souvent sur des marchés de niche, plus protégés par nature que les autres, et se caractérisent par une vision à long terme. Habités à faire le gros dos, leurs actionnaires peuvent accepter de se passer de dividendes.

**Une entreprise familiale ne risque-t-elle pas de se replier trop sur la famille ?**

Les jeunes générations qui prennent la direction de ces entreprises ont souvent fait leurs armes ailleurs. C'est vrai que dans les petits groupes, c'est moins facile car le pouvoir se partage moins, mais une certaine ouverture s'opère.

**Existe-t-il une homogénéité culturelle entre les entreprises anciennes ?**

Les responsables de ces entreprises ne s'en sentent pas propriétaires mais dépositaires, avec pour objectif de maintenir la pérennité pour transmettre aux générations futures.

**Les entreprises centenaires préparent-elles bien le moment clé de la transmission ?**

Dans 40 % des cas, les transmissions

ne sont pas anticipées. Certains actionnaires, qui ne sont pas aux commandes, qui ont du capital mais pas ou peu de dividendes, peuvent souhaiter reprendre leur liberté. Des opérations se réalisent alors parfois, comme des scissions d'activité, le rachat d'une branche par une autre, la mise en place d'une holding financière propre...

**Le modèle familial est-il adapté dans un univers où tout s'accélère ?**

On néglige trop le rôle de l'ancienneté. C'est un des éléments de valorisation du capital de l'entreprise. Gérer cette ancienneté consiste à naviguer entre deux écueils : rester immobile ou tomber dans la ringardise. Mais l'ancienneté est considérée par le marché comme une valeur extrêmement porteuse. Et avec un logo très moderne, on peut revitaliser une marque ancienne. Le message sous-jacent, c'est « plus je suis ancien, meilleur je suis ».



## ÉCLAIRAGE

**I**l y a actuellement sur les régions Nord-Pas-de-Calais, Picardie et Haute-Normandie près de 130 entreprises encore familiales et centenaires. La région Nord en abrite plus de 65 %, la Haute-Normandie, 20 % et la Picardie, 15 %. Ces entreprises sont en moyenne dans la même famille depuis près de 140 ans. Cinq le sont depuis plus de 200 ans.

Elles ont un poids économique relativement important, car même si on exclut les très grosses entreprises familiales centenaires

(Bonduelle, Arc International, Lesaffre, le holding Coisne et Lambert...), elles représentent un chiffre d'affaires de près de 1,5 milliard d'euros et emploient encore plus de 5 000 personnes, surtout dans des activités historiques : textile (13 %), agroalimentaire (11 %), distribution et mécanique (9 %).

**Une capacité d'adaptation remarquable**

Ce qui est remarquable, c'est leur capacité d'adaptation, soit en maintenant leur savoir-faire sur des marchés souvent de niche soit en innovant. Plus de 3 000 produits vendus

en France font référence à une expérience centenaire, mais seules 1 200 entreprises familiales centenaires existent encore ! Pour permettre à ces dernières de se différencier et mettre en avant leur caractère familial, gage de qualité et de sécurité, un label exclusif a été déposé, et un site retraçant l'actualité de ces entreprises, créé : [www.efc-centenaires.fr](http://www.efc-centenaires.fr). Il compte déjà plus de 50 000 connexions.

