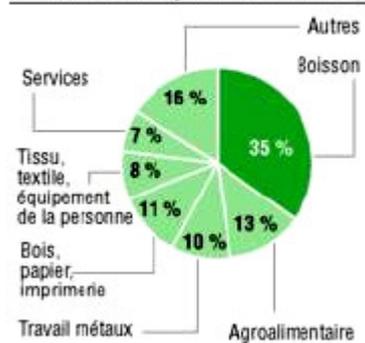


Les entreprises familiales centenaires sont 1.200 en France [14/04/06]

-Selon un recensement, 35 % des sociétés détenues par des dynasties sont antérieures à 1850 et 20 % ont plus de deux cents ans.

L'auteur du recensement a repéré une propriété vinicole remontant à 1230, toujours en activité.

Les entreprises familiales centenaires par secteurs



« Les Echos » / Source : BM & S 2006

On savait que les entreprises familiales étaient deux fois plus rentables que les autres, selon une étude des professeurs des Instituts d'administration des entreprises (IAE) de Paris et de Pau, José Allouche et Bruno Amann, publiée en 2003. Mais que sait-on des entreprises familiales centenaires ? C'est la question que s'est posée Bruno Bizalio, ancien directeur marketing de Marie Brizard. Ce consultant a commencé un travail de recensement, en prenant pour critère la prise de possession par une famille.

Résultat : il existe en France environ 1.200 sociétés dont le capital est entre les mains d'une même famille depuis plus de cent ans. Sur l'ensemble, 65 % sont postérieures à 1850, mais près de 20 %, soit quelque 170 entreprises, appartiennent à la même dynastie depuis plus de deux cents ans. Il est même possible, parfois, de remonter jusqu'à la quinzième génération. « Ce sont à 70 % des entreprises liées au vin, champagne et alcools, mais on trouve aussi des négociants, des confiseurs et des entreprises textiles », indique Bruno Bizalio, qui a repéré une propriété vinicole remontant à 1230, toujours en activité aujourd'hui.

Si bon nombre d'entre elles sont de taille très modeste, dix dépassent le milliard d'euros de chiffre d'affaires et certaines sont des leaders mondiaux. L'Association des moyennes entreprises patrimoniales (Asmep) les met d'ailleurs régulièrement en avant : Dehon (fluides frigorigènes), Lesaffre (levure), Sonepar (matériel électrique), Thuasne (tissus médicaux et sportifs)...

Un argument de communication

« Les dates sont devenues un argument de communication », observe Bruno Bizalio. Mais ceux qui ont compris le plus vite l'intérêt de se référer au passé sont, comme par hasard, ceux qui ont racheté des entreprises familiales. En témoignent Maille, « maître moutardier à Dijon depuis 1747 » (groupe Unilever), et Puget, « depuis 1857 » (Lesieur), ou les enseignes qui ont fait de leur année de fondation le nom d'un produit, comme 1664 de Kronenbourg (Scottish et Newcastle) et 1848 de Poulain (Cadbury).