



ÉCONOMIE & ENTREPRISES



François Saint Bris, Karl Heinz Fischer, Marisa Schiestl-Swarovski et Willem van Eeghen.
Un prix qui récompense l'une des plus belles entreprises familiales au monde.

Les Hénokiens, ces héros

Les entreprises familiales bicentennaires sont regroupées dans une association internationale discrète : les Hénokiens. Réunies pour leur congrès annuel à Vienne, en Autriche, elles ont livré une partie des secrets de leur réussite.

En Autriche, le souvenir de Sissi s'impose toujours. Alors, fin juin, l'association des Hénokiens, qui réunit 47 entreprises mondiales de plus de 200 ans, a naturellement choisi le somptueux palais d'hiver des Liechtenstein que fréquentait l'impératrice, pour remettre son prix annuel Léonard de Vinci. Une récompense attribuée cette année à l'entreprise autrichienne de cristal Swarovski, créée sur les bords du Tyrol en 1895, qui est devenue un joyau mondial de

3,4 milliards de chiffre d'affaires et qui emploie pas moins de 32000 salariés. Une fois encore, il s'agissait de vanter les mérites de ces entreprises familiales qui bâtissent leur croissance sur la tradition et l'innovation.

Une association née en France en 1981

« On pourrait croire que les sociétés familiales sont poussiéreuses et qu'elles ne vivent pas avec leur temps. Mais elles sont en réalité très dynamiques et agiles », s'enthousiasme François

Saint Bris, héritier de la sixième génération du château du Clos Lucé, qui a créé le prix Léonard de Vinci en 2011 en partenariat avec les Hénokiens. Cette association, dont le nom vient d'Hénoch, patriarche de la Bible, père de Mathusalem, a été créée en France en 1981 par Marie Brizard pour regrouper toutes les entreprises bicentennaires internationales. Elle compte parmi ses sociétés les plus réputées le constructeur automobile Peugeot, qui a vu le jour en 1810, Mellerio (1613), tout pre-



mier joaillier à s'être installé rue de la Paix, les soieries Jean Roze, fondées en 1650, ou encore l'armurier Beretta, créé en 1526. Le dernier entrant est la coutellerie Beligné, fondée en 1610 et qui fut coutelier du roi au XVIII^e siècle. Pour intégrer ce club ultrasélect, les entreprises doivent être indépendantes depuis leur création, afficher de bons résultats financiers et partager « *certaines valeurs* ».

« *Le point commun à toutes ces entreprises, c'est la fidélité à un produit, à ses ouvriers, à un territoire, et bien sûr à la famille actionnaire* », s'enthousiasme Christophe Viellard, président de Viellard Migeon & Compagnie (VMC), dont l'origine remonte à 1679. L'entreprise a débuté dans la forge et l'étirage de fil machine avant de se diversifier dans la visserie-boulonnerie et dans la production d'hameçons de pêche jusqu'à devenir numéro un mondial du secteur. « *À travers les siècles, notre entreprise n'a pas seulement transmis des machines, des stocks ou des produits, mais des valeurs qui créent un environnement financièrement sain* », ajoute-t-il. Peu endettés, les Hénokiens préfèrent réinvestir chaque année une part importante de leur bénéfice (20 % en moyenne) plutôt que de distribuer des dividendes à leurs actionnaires.

Présent à la remise du prix Léonard de Vinci, l'archevêque de Vienne, Christoph Schönborn, a évoqué son passé dans l'entreprise familiale de textile à Freiberg, en Allemagne, insistant sur la nécessité, pour durer, d'un subtil équilibre entre tradition et modernité. « *Sans tradition, il n'y a pas d'avenir possible. Mais trop de tradition peut aussi devenir un obstacle* », a déclaré l'homme d'Église. Il faut aussi de solides règles familiales pour que l'empathie envers les salariés soit très forte. Et l'archevêque de partager ses souvenirs d'une discussion avec François Michelin, lorsqu'il résidait en France: « *Un jour, je lui ai demandé les clés du succès de son entreprise. Il m'a répondu que Michelin était une*

**"POUR DURER,
L'ENTREPRISE DOIT
TROUVER UN SUTIL
ÉQUILIBRE ENTRE
TRADITION ET
MODERNITÉ, AVEC
DES VALEURS HUMAINES
TRÈS FORTES."**

grande famille; qu'il respectait la personne qui balayait la cour autant qu'un directeur de département. » Les valeurs humaines sont aussi la clé d'une entreprise bicentenaire.

Parmi la centaine de dirigeants présents au palais viennois, tous se préoccupent du développement de leur entreprise. À l'heure de la mondialisation, la course à la taille n'est pas, à leurs yeux, un gage de réussite. Le succès de ces entreprises est justement d'avoir su résister aux appétits des géants de leur secteur pour transmettre le flambeau de génération en génération. « *La transmission est notre objectif ultime* », poursuit François Saint Bris.

Pour séduire la nouvelle génération, les Hénokiens ont créé le groupe Next Generation. Des journées de travail sont organisées en lien avec le MBA de l'Insead, les cours étant ouverts à la fois aux jeunes issus des Hénokiens mais aussi à tous les étudiants du MBA. Dans le cadre de ce partenariat, l'Insead a développé un cours sur les problématiques de patrimoine, de succession et d'innovation des entreprises familiales. Pour faire entendre leurs voix, les Hénokiens font aussi du lobbying à Bruxelles au sein de l'association European Family Businesses. Ils réclament une simplification et une harmonisation des règles fiscales de transmission des entreprises dans l'Union européenne. « *Nous voulons que la famille soit le canal de transmission le moins coûteux* », insiste François

Saint Bris, pour qui « *il faut beaucoup de modestie pour bien transmettre* ».

Chez les Hénokiens, les femmes sont de première importance. « *Ce sont elles qui vont donner la priorité à l'entreprise familiale plutôt qu'à leur propre famille* », insiste Christophe Viellard. Mme Berreta confirme: « *Nous avons toutes les mêmes problèmes: jeune, c'est très difficile de se faire une place dans sa belle-famille. Ensuite, c'est aussi très compliqué de convaincre les belles-filles de poursuivre l'aventure familiale.* » Son mari et elle ont transmis le flambeau à leurs fils, soit la dix-septième génération des Berreta! La matière première des Hénokiens, c'est le long terme. Loin de la problématique des cours de Bourse. ●

**De notre envoyée spéciale,
Marie de Greef-Madelin**