

Ces champions de la transmission réussie

Le club des entreprises familiales bicentennaires ne regroupe que 38 sociétés à travers le monde, dont 10 en France.

NOM DE CODE : les Hénokiens, en référence au patriarche Hénok qui vécut 365 ans avant d'être soustrait à la vie terrestre. Derrière cette appellation se cache l'un des clubs les plus sélects de la planète. Pour le rejoindre, les conditions sont drastiques : il faut être une entreprise familiale depuis plus de 200 ans, dont la majorité du capital est détenu par la famille d'origine, le dirigeant doit être un descendant du fondateur et la société rester en bonne santé financière. Pas étonnant que l'association ne regroupe qu'une quarantaine d'élus à travers le monde.

Et pourtant ceux-ci n'ont rien de dinosaures. L'idée des Hénokiens est d'ailleurs de



La famille Hugel, viticulteurs alsaciens depuis 1639. DR

prouver que l'on peut concilier un sens de la tradition et de la continuité sans oublier la modernité. Tous ont su faire évoluer leur périmètre d'activité ou leur façon de travailler pour perdurer. La maison Hugel l'un des dix Hénokiens français, en est une parfaite illustration. Ces vigneron alsaciens, présents à Riquewihr (Haut-Rhin) depuis 1639, ont su tirer le meilleur parti des marchés américain ou japonais et s'appuient sur Internet pour développer leur notoriété.

« Notre force, c'est surtout d'avoir le sens de l'intérêt commun avant l'intérêt personnel », souligne Étienne Hugel.

Avec son frère Marc et son cousin Jean-Philippe, il préside aux destinées de l'entreprise familiale. « Notre grand-père nous avait déjà pratiquement choisis et prévu les droits de succession par anticipation », rappelle-t-il. À chacun sa spécialité : la vinification pour Marc, la gestion pour Jean-Philippe, la communication et l'export pour Étienne. À les écouter, tout paraît simple : « Nous nous retrouvons tous les lundis à 17 heures pour discuter. En 24 ans de maison, nous avons toujours réussi à tomber d'accord. » Leur secret tient aussi à deux autres recettes : « À implication égale, nous touchons tous les trois rigoureusement le même salaire. » Quant aux épouses, « elles n'interfèrent pas dans la société car elles n'ont pas baigné dans le même creuset familial ». Un regret, cependant, les droits de succession français, bien trop élevés, qui obligent à dégager

pour chaque génération 30 % de la valeur de la société.

« Cet acharnement à continuer nous distingue », estime pour sa part Bertrand Passot, PDG de Revol. Cet autre Hénokien poursuit la saga de ce fabricant de porcelaine installé à Saint-Uze (Drôme) et lancé en 1789. « C'est aussi un gage de stabilité et de sérieux pour de nombreux clients. » Depuis sept ans déjà, il travaille à sa succession avec son fils Olivier, actuel directeur commercial. « Les choses sont beaucoup plus faciles lorsqu'elles sont bien préparées, estime Bertrand Passot. Il suffit ensuite d'avoir assez d'humilité pour transmettre le pouvoir et ne pas se cramponner. »

Tous peuvent méditer l'exemple du vétéran de l'association. La famille Hoshi au Japon tient ainsi sa vaste auberge depuis l'an 718, la direction en est actuellement assurée par la 46^e génération.

J.-B. L.