

Les Hénokiens dirigent des entreprises bicentennaires



Responsabilité. Etre en mesure de s'effacer devant l'intérêt de l'entreprise, prendre cet héritage comme un bien à transmettre... Les trente-huit entreprises réunies au sein de l'association "Les Hénokiens" savent ce que "pérennité" signifie : des familles en tiennent les rênes depuis deux siècles au moins. Deux cents ans de remise en question permanente et d'esprit d'innovation. Un message fort pour les créateurs et repreneurs d'aujourd'hui...

■ Patrick Chateau

Que partagent donc la société Akafuku, grand nom de la pâtisserie nipponne, et la banque suisse Pictet et Compagnie, première banque privée au monde, fondée en 1805 ? Tout simplement le fait d'être membres de l'association *Les Hénokiens*, en référence à Hénok, ce patriarche qui vécut 365 années et fut enlevé dans les cieux. En 1981, les fondateurs – français – de l'association présidée par l'Allemand Peter Von Möller, de Möller Group, ont ainsi marqué leur souhait de mettre en lumière la pérennité des entreprises familiales. Avant de compter au nombre des 38 adhérents, les deux nouveaux promus cités précédemment ont dû répondre aux quatre stricts critères de sélection : l'ancienneté de l'entreprise (au moins deux cents ans d'existence), la filiation (un membre de la famille du fondateur doit être à la direction générale ou au

conseil d'administration), au moins 50 % du capital détenu par la famille et, enfin, dynamisme et bonne santé financière (être un acteur du tissu économique de son pays et de son marché). Pour autant, cumuler près de 90 siècles d'existence et faire partie de l'une des associations les plus fermées au monde n'empêchent pas les membres de marier tradition bicentenaire et esprit d'innovation.

Longévité. D'ailleurs, c'est probablement cette capacité à se remettre en cause au fil des générations qui explique, notamment, leur longévité. On ne devient pas un modèle de l'entreprise familiale européenne ou d'Asie du sud-est par hasard, et ce, dans des domaines très différents les uns des autres... "Ces sociétés n'auraient eu aucun avenir si elles n'avaient pas été en avance sur leur temps, affirme Gérard

Lipovitch, responsable du secrétariat général de l'association. *Au travers de leur association, elles font moins la promotion de la tradition que de leur solidité et de la confiance qu'elles inspirent à leurs clients.* Le message est on ne peut plus clair : pour durer, pas question de s'endormir sur ses lauriers. Il est donc impératif de se remettre en cause en permanence. Il semblerait alors que les Hénokiens ont su échapper à cette sentence qui voudrait que la première génération d'entrepreneurs crée, la seconde fait croître, et la troisième dilapide ? "Cela tient un peu du miracle d'être encore là après avoir traversé les siècles et leurs soubresauts, s'étonne François Mellerio, président directeur-général de la Joaillerie parisienne Mellerio dits Meller. *Plus concrètement, je crois que notre longévité tient au fait que l'intérêt de l'entreprise a toujours primé sur l'intérêt personnel.*" On serait tenté de le croire en découvrant cette "maison" familiale qui a vu défiler quatorze générations de Mellerio à sa tête ; l'une des dernières 100 % familiales dans un secteur où la plupart des concurrents sont tombés dans le giron de grands groupes.

Stabilité sociale. Finalement, en s'adaptant à tous les soubresauts des mouvements de l'économie, les Hénokiens se posent comme garants de la stabilité sociale. Ne se situeraient-ils pas à contre-courant d'une pensée économique qui ne voit dans l'entreprise qu'une source de profits immédiats ? "Etant les seuls actionnaires, nous ne subissons pas de contraintes extérieures, explique Jean Hugel, viticulteur alsacien de la maison Hugel & fils et l'un des membres fonda-



1 - Peter Von Möller • 2 - François Mellerio • 3 - Bertrand Passot • 4 - Antoinette Roze • 5 - Jean Hugel

teurs de l'association. *Pour nous donc, le bénéfice immédiat n'est pas l'essentiel. Fatalement, nous résistons mieux aux aléas. Encore faut-il trouver la personne capable de s'investir quotidiennement, de tenir durant les années difficiles, bref de faire des sacrifices. Jusque-là, nous y sommes parvenus, et je suis optimiste en ce qui concerne la douzième génération.*" A Tours, Antoinette Roze partage également ce point de vue : *"L'entreprise a une autre finalité que celle de cracher le maximum de liquidités en un minimum de temps, assure-t-elle. Prendre les rênes d'une telle affaire, c'est d'abord être détenteur d'un usage. Notre devoir consiste à la trans-*

mettre au suivant avec les moyens dont nous disposons. Pour passer les caps difficiles, il faut la bonne personne au bon moment pour prendre les bonnes décisions ; sans oublier cette capacité à avoir une vision à long terme..."

Course de relais. Bertrand Passot revendique cette notion de "course de relais" entre les générations. Président de la société Revol depuis 1980, il passera justement les rênes de l'entreprise familiale à son fils l'an prochain. *"Enfant, j'ai couru en culottes-courtes dans l'usine, et mes parents, ma famille, en parlaient quotidiennement, se souvient-il. Quand j'y suis entré en 1972, j'avais l'impres-*

sion d'arriver chez moi. Mes fils et les leurs partagent également ce sentiment." Néanmoins, le passage du flambeau doit se préparer consciencieusement. *"L'anticipation participe de la pérennité de l'entreprise, insiste-t-il. A 54 ans, j'ai donc transmis la nue-propriété de mes parts. La réduction de droits lors d'une transmission anticipée est suffisamment attractive pour que l'on s'y intéresse".* Pourtant, avant d'en arriver là, Bertrand Passot pense aux créateurs d'aujourd'hui en leur soumettant ce conseil : *"Outre un projet solide, il faut s'entourer d'une bonne équipe et savoir écouter ce qu'elle a à vous dire, car seul, un patron n'est rien".* ■

Quelques exemples de longévité...

Roze, la soierie tourangelle

L'arrivée de Jean-Baptiste Roze à Tours remonte au milieu du XVII^e siècle. Dès lors, la passion de cette famille pour le métier de la soierie ne va jamais s'interrompre. Pas plus les révolutions que les guerres ou les crises économiques ne parviendront à rompre le fil reliant douze générations jusqu'à l'actuelle détentrice de la destinée de cette entreprise : Antoinette Roze. Celle-ci continue à développer sa spécificité dans le tissage de soierie d'ameublement pour une clientèle de professionnels français et étrangers.

Hugel & fils, viticulteurs depuis 1639

La famille Hugel possède 28 hectares de vignes sur le territoire de Riquewihr. Les premiers cepes ont été travaillés par Hans en 1639. En 1918, le retour de l'Alsace dans le giron français coïncide avec le désir des Hugel de miser sur la qualité. Les années suivantes seront synonymes d'accroissement régulier des ventes à l'export (actuellement 85 %). Avant tout viticulteurs, les Hugel ont également appris à développer une activité de négoce, sous forme de raisins uniquement, provenant de viticulteurs sous contrat.

Revol, la porcelaine culinaire

Revol Porcelaine est considérée comme le spécialiste français des articles à façon et se positionne comme le leader de la porcelaine culinaire auprès des cafés, hôtels, restaurants. Depuis 1789, l'entreprise innove sur les pas de François et de son frère Joseph Revol qui ont fondé la première manufacture de poterie artisanale à Saint-Uze dans la Drôme. Aujourd'hui, Revol est l'un des derniers porcelainiers à fabriquer lui-même sa pâte pour gagner en souplesse de production.

Mellerio dits Meller, quatre siècles de joaillerie

Le joaillier Mellerio dits Meller est installé rue de la Paix à Paris depuis 1815. Mais c'est en 1613 que Marie de Médicis accorda à Jean-Marie Mellerio et à la colonie lombarde le privilège de "porter et vendre du cristal taillé, de la quincaillerie et autres menues marchandises" sur tout le royaume de France. Aujourd'hui, l'entreprise est présente à Paris, au Luxembourg et au Japon, où les amateurs peuvent admirer et acquérir les créations de joaillerie, d'horlogerie et d'orfèvrerie du plus français des joailliers, qui est aussi le plus ancien.

Site : www.henokiens.com