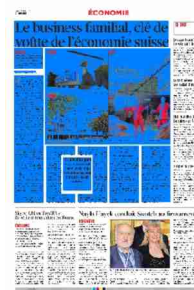


Lausanne

24 Heures
1001 Lausanne
021/ 349 44 44
www.24heures.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 40'000
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich



Themen-Nr.: 377.9
Abo-Nr.: 377009
Seite: 9
Fläche: 64'884 mm²

Le business familial, clé de voûte de l'économie suisse



SUCCESS STORIES Kudelski, Rolex, Swatch ou le Cirque Knie, autant d'exemples d'entreprises familiales qui ont réussi à s'implanter dans le temps, à travers les générations.

ÉPOPÉES

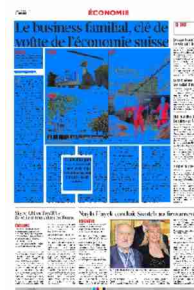
Près de deux tiers des Suisses travaillent dans une entreprise familiale. Un livre retrace la saga d'une centaine de PME ayant marqué l'histoire du pays.

ÉLISABETH NICLOUD ZÜRICH

Lausanne

24 Heures
1001 Lausanne
021/ 349 44 44
www.24heures.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 40'000
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich



Themen-Nr.: 377.9
Abo-Nr.: 377009
Seite: 9
Fläche: 64'884 mm²

Jamais les entreprises familiales n'ont eu autant la cote. En témoigne le récent ouvrage distribué par les éditions Neue Zürcher Zeitung* – en allemand et en français –, retraçant l'épopée de 100 firmes suisses dirigées par la dixième génération ayant repris le flambeau à la suite de l'ancêtre fondateur. Et les auteurs de rappeler l'importance du *family business* dans notre pays.

Ainsi, note Thomas Zellweger, de l'Université de Saint-Gall, 88% des firmes helvétiques peuvent être considérées comme familiales. «Et bien qu'une grande majorité d'entre elles soient des PME, pas moins de 50% des grandes entreprises, et même 37% des sociétés cotées en Bourse, sont des entreprises familiales», écrit-il. Autres données cruciales: celles-ci emploient presque deux tiers des travailleurs en Suisse, soit 2,6 millions de personnes, et produisent plus de 60% du PIB!

Pas d'archétype

Reste que s'il n'existe aucun archétype de l'entreprise familiale, quelques recettes éprouvées par le temps ont fait leurs preuves. «Les Medici, Fugger, Rothschild, Carnegie et Rockefeller, les entreprises comme Daimler et Benz, Aldi, Ikea, Gates et Google: ils doivent leur grand succès non pas au fait d'avoir suivi les règles de leurs marchés, mais parce qu'ils les ont modifiées. Cela vaut également pour des entreprises suisses comme Hans Wilsdorf avec Rolex, Hans Zweifel avec ses pommes frites, ou plus récemment Nicolas Hayek avec Swatch ou André Kudelski», ajoute dans la préface Peter May, un ancien de l'IMD à Lausanne.

Les exemples choisis dans le

livre vont des plus connus en Suisse romande – Bobst à Prilly (4e génération), Lombard Odier Darier Hentsch à Genève (7e génération), Vetropack à Saint-Prex (4e génération) ou Kudelski Group à Cheseaux (2e génération) – à quelques «mythes» bien helvétiques tels les biscuiteries de l'Emmenthal Kambly (3e génération), les bonbons bâlois Ricola (3e génération), les cousteaux schwytzois Victorinox (4e génération) et, plus étonnant, le Cirque Knie (6e génération), une PME qui emploie près de 200 personnes en tournée. Et si les banques privées et les marques horlogères

«Ils doivent leur grand succès non pas au fait d'avoir suivi les règles de leurs marchés, mais parce qu'ils les ont modifiées»

PETER MAY
DANS LA PRÉFACE
DE *STANDARDS SUISSE*
sont bien représentées, l'ouvrage s'attelle également à faire découvrir d'autres trésors d'ingéniosité, moins célèbres aux yeux du grand public. Telle la manufacture lucernoise de brosses Trisa, née en 1887, qui fabrique aujourd'hui plus

d'un million de brosses à dents chaque jour, dirigée par les 3e et 4e générations. Ou encore la maison Fischbacher,

400 collaborateurs et 90 millions de francs de chiffre d'affaires, réputée pour ses étoffes précieuses, dont le fondateur, Christian Fischbacher, parcourait le Toggenburg dès 1819 avec ses tissus sous le bras.

Prévoir sa succession

Chaque *success story* à la sauce helvétique montre aussi que, à l'origine de toute société, il y a des valeurs fortes que l'entrepreneur cherche à faire perdurer. Chez Motorex, leader dans les produits lubrifiants, la philosophie familiale est écrite dans une charte où figurent notamment la sauvegarde de l'indépendance de la firme et la responsabilité sociale de ses dirigeants. Quant à Habasit (fabrication de bandes transporteuses pour les usines), créé en 1946, il a toujours accordé une place particulière à l'art et à la culture.

Enfin, si les entreprises familiales constituent l'épine dorsale de l'économie suisse, elles ne sont toutefois pas synonymes de pérennité. Pierre-Alain Cardinaux et Viktor Bucher, de l'agence Ernst & Young, soulignent que deux tiers des successions échouent déjà à la deuxième génération. «A la troisième génération, il ne reste plus que 10% à 15% des entreprises familiales et seules 3% à 5% d'entre elles atteignent la quatrième génération.» En cause: souvent le manque de préparation à la relève, un problème qui concerne bon nombre de patrons de PME familiales,

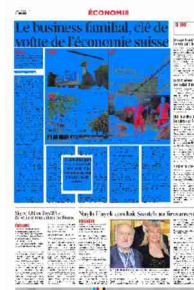
Datum: 23.08.2010



Lausanne

24 Heures
1001 Lausanne
021/ 349 44 44
www.24heures.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 40'000
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich



Themen-Nr.: 377.9
Abo-Nr.: 377009
Seite: 9
Fläche: 64'884 mm²

dont plus de la moitié sont
actuellement âgés de 51 à
60 ans... ■

* *Standards Suisse - Les grandes
familles d'entrepreneurs*, 2010,
Edition Standards Suisse,
distribution NZZ Libro.