

Communiqué de presse

Contact : Isabel Box
Presse et communication
Tél. : + 32 2 302 25 51
GSM : + 32 485 31 79 63
E-mail : ibox@deloitte.com

Les chefs d'entreprises familiales de la nouvelle génération adoptent une attitude plus ouverte aux partenariats, ne s'efforcent pas de la mettre en pratique

Les entreprises familiales préfèrent les acquisitions aux coentreprises et aux alliances pour assurer leur croissance

Bruxelles, le 27 juin 2018

Les chefs d'entreprises familiales de la nouvelle génération sont plus enclins à créer des partenariats commerciaux non traditionnels que leurs prédécesseurs, mais ils préfèrent en réalité toujours les acquisitions aux coentreprises. C'est ce que révèle une nouvelle étude de Deloitte Private « Next-generation family businesses: Exploring business ecosystems »¹.

Pour prospérer dans les écosystèmes d'entreprises dynamiques et complexes d'aujourd'hui, de nombreuses entreprises familiales devront changer d'optique et adopter une vision plus large des types de relations commerciales dont elles disposent pour gagner des parts de marché. Un engagement plus vaste pourrait, par exemple, aider les entreprises familiales à concevoir plus rapidement une stratégie numérique, qui, selon ce rapport et un sondage précédent de [Deloitte Global Private](#), est absente ou inachevée chez près de 40% d'entre elles.

Quatre-vingt-neuf pour cent des répondants, soit 575 actuels et futurs chefs d'entreprises familiales de 52 pays, dont la Belgique, reconnaissent la plus-value des écosystèmes d'affaires, mais ont du mal à y prendre part et à conserver leur identité en tant qu'entreprise ainsi que leur cohésion et leurs valeurs en tant que famille. Il est encourageant de constater qu'au cours des 3 dernières années, 65% d'entre eux ont augmenté leurs interactions avec des tierces parties. Les dirigeants d'entreprise interrogés accordent de l'importance à la détention d'actifs et de propriété intellectuelle (PI), faisant les acquisitions, et non les partenariats, le type le plus fréquent d'expansion pour tirer profit des écosystèmes.

Les écosystèmes offrent des opportunités en matière d'innovation

Une vaste majorité (89%) des répondants sont d'avis que les écosystèmes d'entreprises permettent à leur organisation d'innover au-delà de ses capacités individuelles. Cependant, interrogés sur leur participation réelle à des projets d'innovation, plus de la moitié d'entre eux (53%) déclarent ne s'être que rarement ou jamais alliés à d'autres organisations ces trois dernières années. Cette situation souligne la réticence persistante de certaines entreprises familiales à s'engager avec des parties externes. En outre, 32% des répondants ont indiqué que leurs entreprises proposent de nouveaux services et/ou produits uniquement en collaboration avec des organisations avec lesquelles ils entretiennent déjà une relation de longue date.

Les interactions se multiplient

¹ « Entreprises familiales de la nouvelle génération : Exploration des écosystèmes d'entreprises »

Durant ces 3 dernières années, 65% des chefs d'entreprises familiales de la dernière génération ont augmenté leurs interactions avec des tiers. En dehors des clients et fournisseurs directs, les entreprises familiales interagissent le plus souvent avec les clients de leurs clients. En effet, 47% des répondants ont déclaré le faire une fois par semaine ou par mois. Il est intéressant de noter que 42% d'entre eux disent interagir avec des concurrents à la même fréquence. Ce phénomène pourrait indiquer que les entreprises familiales participent – intentionnellement ou non – aux écosystèmes d'entreprises plus vastes que ceux qu'elles ont connus traditionnellement.

Des acquisitions pour accéder à l'innovation

Les acquisitions constituent la sorte de combinaison commerciale la plus fréquemment entreprise par les répondants ces trois dernières années (46%). Ils prévoient également de s'engager plus dans des acquisitions que dans tout autre type de combinaison dans les 3 prochaines années à venir. Pour justifier ces combinaisons commerciales, les répondants ont avancé des raisons diverses, dont la plupart portaient sur la croissance ou les économies d'échelle.

« L'étude a également révélé que les entreprises familiales accordent une grande valeur à la possession de propriété intellectuelle (PI). Soixante-trois pour cent des répondants ont en effet déclaré que la possession de PI était "très" ou "plutôt" importante pour leur organisation. Dans les écosystèmes d'entreprises, les participants ne doivent pas forcément posséder des actifs ou une PI, ils peuvent en tirer profit puisque les écosystèmes rassemblent les compétences et permettent de mieux disperser les riches », estime Nikolaas Tahon, Managing Partner de Deloitte Private.

Faible conscience numérique

Vingt-six pour cent des sondés disposent d'une stratégie développée en matière de transformation numérique. En revanche, 35 % ont signalé que leur stratégie numérique était relativement récente. Près de 40 % n'ont pas de stratégie numérique ou y travaillent encore.

La nouvelle génération de dirigeants est plus consciente de l'impact de la numérisation que les autres membres de sa famille actifs au sein de l'entreprise. Certains devraient, par ailleurs, informer ces derniers quant à la valeur de la technologie numérique. Toutefois, étant donné que la majorité des répondants (52%) ont indiqué être « conscients dans une certaine mesure » de la technologie numérique, ils devraient consacrer plus de temps et d'efforts à dépister eux-mêmes l'utilisation et les implications des technologies numériques.

Une mentalité ouverte est nécessaire

Plus de la moitié des sondés sont d'avis qu'ils doivent changer l'approche de leur entreprise en matière de collaboration, de fusions et acquisitions et d'alliances, soit dans une certaine mesure (53%) soit fortement (17%).

« Pour exploiter pleinement les opportunités offertes par les écosystèmes d'entreprises modernes, les chefs d'entreprises familiales de la nouvelle génération doivent envisager d'adopter une attitude flexible et ouverte vers l'extérieur, qui permette une certaine variation dans les types de relations qu'ils entretiennent », souligne Nikolaas Tahon. *« La plupart des dirigeants savent qu'il est indispensable de changer, même si certains d'entre eux ne réalisent pas encore l'ampleur des changements. Ils feraient bien d'examiner la manière dont leur modèle d'entreprise peut fonctionner de manière efficace dans un écosystème d'entreprises changeant, sans négliger l'histoire et les traditions familiales. »*

À propos de l'étude « Next generation family businesses »

Du 8 janvier au 28 février 2018, Deloitte Private a interrogé 575 chefs d'entreprises familiales de la nouvelle génération (dont 27 dirigeants d'entreprises belges) dans 52 pays via un sondage en ligne. Les dirigeants de la « nouvelle génération » sont ceux qui ont repris la direction de leur entreprise au cours des trois dernières années ou qui devraient le faire dans les trois prochaines années.

Parmi les entreprises familiales qui ont participé au sondage, 51% avaient un chiffre d'affaires annuel de moins de 50 millions d'euros, 33% entre 50 millions et 250 millions d'euros et 16% de plus de 250 millions d'euros.

Seuls 11% des entreprises ont été créées il y a moins de 10 ans. Près de 36% ont été fondées il y 20 à 49 ans, 37% il y 50 à 100 ans et 15% il y a plus d'un siècle.

La majorité des répondants (53 %) représentaient la deuxième génération de chefs d'entreprises familiales, 29 % la troisième génération et 18 % la quatrième génération ou plus.

###

Deloitte en Belgique

Deloitte, cabinet d'audit et de conseil de premier plan en Belgique, offre des services à haute valeur ajoutée en matière d'audit, d'expertise comptable, de conseil fiscal, juridique et financier et de consultance.

En Belgique, plus de 3 800 collaborateurs répartis dans 12 bureaux conseillent des entreprises nationales et internationales, des PME, des institutions publiques et des ASBL. Le chiffre d'affaires pour l'exercice fiscal 2017 s'élève à 480 millions d'euros.

Deloitte Belgium SCRL est la société affiliée belge de Deloitte NWE LLP, une firme membre de Deloitte Touche Tohmatsu Limited. Nous concentrons nos efforts sur notre service à la clientèle à travers une stratégie mondiale menée au niveau local dans plus de 150 pays. Fortes d'un capital intellectuel composé de plus de 263 900 personnes dans le monde, nos sociétés membres (et leurs filiales) fournissent des services dans divers domaines professionnels couvrant l'audit, la fiscalité, la consultance et le conseil financier. Nos services ont déjà conquis plus de la moitié des grandes enseignes internationales et nationales, publiques comme privées, et des entreprises prospères en plein essor opérant à l'échelle mondiale. Le groupe DTTL a réalisé un chiffre d'affaires de 38,8 milliards de dollars en 2017.

Deloitte fait référence à un ou plusieurs cabinets membres de Deloitte Touche Tohmatsu Limited, société de droit britannique (« private company limited by guarantee »), et à son réseau de cabinets membres constitués en entités indépendantes et juridiquement distinctes. Pour en savoir plus sur la structure légale de Deloitte Touche Tohmatsu Limited et de ses cabinets membres, consultez <http://www.deloitte.com/about>.