



COMMUNIQUE DE PRESSE

Le 27 octobre à 18 h 30, devant un public d'entrepreneurs, l'Institut de l'Entreprise Familiale présentera les conclusions d'une étude scientifique : **« Les entreprises familiales face à la crise »**. Dans la foulée, un débat sera organisé, rassemblant la Ministre Sabine Laruelle, Laurent Weerts (Administrateur Délégué de l'IEF), Philippe Bonhomme (Administrateur Délégué Orthodyne), Marco Vero (Administrateur Délégué Socabelec) et Philippe Mercelis (Directeur Business Center BW Namur Luxembourg ING).

A l'origine du questionnement...

Créé en 2006, l'**Institut de l'Entreprise Familiale** (voir le descriptif plus complet dans les documents annexés) a pour mission d'informer et d'aider les entrepreneurs familiaux quant aux problèmes spécifiques de leur entreprise.

Dans cette optique et au vu du contexte actuel, l'Institut de l'Entreprise Familiale a commandé au Professeur Johan Lambrecht (Professeur d'économie, d'entrepreneuriat et entreprises familiales à HUB et Directeur du Centre d'Etudes pour l'Entrepreneuriat) une étude intitulée **« les entreprises familiales face à la crise »**.

Presque 400 questionnaires remplis par des entrepreneurs de Bruxelles et de Wallonie ont été analysés. Il s'agit d'un échantillon représentatif d'une population d'entreprises tant familiales que non familiales. (Intérêt : groupe test)

Comment les entreprises familiales et non familiales ont-elles résisté ?

Il ressort de l'étude qu'en 2009 (par rapport à 2008), **60 %** des entreprises (familiales et non familiales) ont connu une **diminution de leur CA**. Pour une entreprise sur quatre qui subit une diminution de son CA, la chute se chiffre à plus de 30 % (Slide 1). Le constat pour le bénéfice net est identique à celui du CA, et 40 % des entreprises connaissent une diminution du nombre de travailleurs en 2009.



Les entreprises souffrent jusqu'à maintenant d'une **augmentation du nombre de mauvais payeurs**, d'une **concurrence plus sévère** et d'une **diminution des prix de vente**. Les mêmes inconvénients sont évoqués pour l'avenir (Slide 4).

Les entreprises mentionnent aussi des **conséquences positives de la crise**, qui sont surtout liées aux collaborateurs : meilleure communication avec le personnel, moins de difficultés à trouver des collaborateurs et plus faible rotation de leur personnel.

Les entreprises familiales et non familiales ont pris des **mesures** face à cette crise. D'abord pour réduire et maîtriser leurs coûts (limitation des stocks, pas de nouveau recrutement). Ensuite, elles suivent mieux les paiements des clients (Slide 5).

Comme nous pouvions nous y attendre, il a été démontré l'importance d'une structure financière saine pour limiter l'influence de la crise sur l'entreprise.

Et demain ?

Plus de la moitié des entreprises, 55 % exactement, ressentira les effets négatifs de la crise **jusqu'à 2011 ou plus tard** (Slide 3).

Les entrepreneurs s'attendent à des **faillites de leurs clients** : presque 40 % des entreprises réfèrent à ce problème pour l'avenir, contre 25 % maintenant (Slide 4).

Les entreprises affirment qu'elles prendront des **mesures** pour éviter d'autres crises (ou les conséquences de celle-ci). Par exemple, une meilleure communication avec le personnel et une meilleure maîtrise des coûts (Slide 6).

Mais selon le Professeur Lambrecht, pour bien combattre une crise, les entrepreneurs devraient mettre l'accent plus sur la formulation et l'exécution d'une **stratégie**. En résumé, il faut que le chef d'entreprise se pose la question : en quoi mon entreprise est-elle unique ? Sur cette base, la conduite de l'entreprise trouve son inspiration et les décisions deviennent cohérentes. Des sociétés comme Puma, Duvel Moortgat, Colruyt, Burberry, Armani, ... doivent leur succès à l'adoption et à l'exécution d'une stratégie bien réfléchie.



Le Professeur Johan Lambrecht a également dressé le **portrait des entreprises qui risquent le plus** d'être touchées par la crise : ce sont celles qui sont actives dans le secteur du service et qui n'ont pas innové/investi avant la crise (elles connaissent une chute du CA en 2009 et 2010). Dans le cas où l'entreprise est active dans le secteur du service, mais n'a pas innové avant la crise, la probabilité d'être touchée par la crise est de 40 %. Cette probabilité chute à 10 % pour les entreprises des autres secteurs et qui ont bien innové avant la crise.

Qui survit le mieux à la crise ? L'entreprise familiale ou non familiale ?

A en croire le sens commun, l'entreprise familiale aurait plus de spécificités pour survivre à une crise.

Par spécificités, on entend généralement : un travail à plus long terme, un financement plus prudent et un lien affectif entre la direction et les collaborateurs : des « caractéristiques vaccins » contre la crise.

Il ressort de l'enquête que les **entreprises familiales**, en termes d'évolution du CA, du bénéfice net et du nombre de travailleurs, **n'ont pas mieux résisté** à la crise ! En 2008, un plus grand nombre d'entreprises familiales a même connu une diminution du chiffre d'affaires et du nombre de travailleurs que les entreprises non familiales. En plus, quand une entreprise non familiale ou familiale connaît une augmentation de son chiffre d'affaires, un plus grand nombre d'entreprises non familiales engage. Cela s'explique par le fait que les entreprises familiales sont plus prudentes, un peu plus conservatrices, et préfèrent rester stables en termes d'emploi.

Le point sur les mesures gouvernementales

À l'exception de la mesure '**chômage économique des employés**', la majorité des mesures gouvernementales pour affronter la crise n'est pas bien connue (Slide 8).

Les taux d'utilisation de ces mesures sont actuellement assez faibles et cela n'augmente pas pour le futur (Slide 9).



Dans le Slide 9, le **delta (8 % points) en face de la catégorie chômage économique des employés** signifie que les entrepreneurs ont indiqué qu'ils souhaitent utiliser davantage cette mesure à l'avenir. Excellente initiative du gouvernement fédéral qui l'a prolongée jusqu'à mi 2010 !

Lorsque nous interrogeons les entrepreneurs sur ce qu'ils souhaiteraient comme nouvelle mesure, ils proposent avant tout une **diminution du coût salarial**.

Selon Johan Lambrecht, si les **entreprises familiales réclament plus cette mesure que les non familiales**, c'est parce que les entreprises familiales travaillent avec leurs propres moyens financiers et veulent avant tout des mesures qui ne nécessitent pas de formalités administratives lourdes.

En deux mots...

- 1) **La crise n'est pas finie et a un très grand impact sur la majorité des entreprises. Le profil des entreprises les plus touchées : les entreprises actives dans le secteur du service n'ayant pas investi ou innové avant la crise.**
- 2) **Le non-paiement des clients est un grand problème. Et dans l'avenir, la peur de la faillite des clients s'ajoute.**
- 3) **Les entreprises doivent travailler plus sur l'efficacité, c'est-à-dire formuler et exécuter une vraie stratégie.**
- 4) **Les entreprises familiales n'ont pas mieux résisté à la crise que les entreprises non familiales. Elles doivent vraiment faire de leurs spécificités des atouts.**
- 5) **Les entreprises connaissent mal et utilisent mal les mesures gouvernementales. Elles veulent des mesures simples, avant tout une diminution du coût salarial.**
- 6) **Pour terminer sur une note positive, la crise a quand même un impact positif : une meilleure entente avec le personnel.**

Pour plus d'informations sur l'étude, vous pouvez contacter le Professeur Johan Lambrecht (GSM : 0473/83 46 64, email : johan.lambrecht@hubrussel.be) ou Monsieur Laurent Weerts (Administrateur Délégué IEF, GSM : 0495/59 48 97, email : lweerts@deloitte.com).