

Les entreprises familiales se développent plus que les autres entreprises mais restent fragiles du fait de leur prudence

KPMG publie sa deuxième étude sur les entreprises familiales, réalisée pour le MEDEF

- L'entreprise familiale représente selon les pays 70 % à 90 % des entreprises actives dans l'économie.
- Certains expliquent la « surperformance » de l'entreprise familiale par un management axé sur le long terme, une meilleure adéquation entre les intérêts du management et ceux des actionnaires, une concentration sur les activités de base... Qu'en est-il réellement ?
- KPMG a interrogé un échantillon de 240 entreprises familiales et étudié un panel de 3 600 entreprises répondant aux critères suivants : famille fondatrice détenant plus de 33% du capital, CA compris entre 7,5 et 100 millions €, création antérieure à 1995.

Les entreprises familiales se développent plus que les autres entreprises

- Sur la période 2001 /2005 leur CA s'est accru de près de 20% alors que les sociétés cotées sur le SBF 250 ne l'ont fait que de 6%.
- Elles sont créatrices d'emploi en France +6% sur la même période contre -4% pour le SBF 250 ou les autres PME.

Les entreprises familiales sont prudentes : le capital patient

- Elles privilégient le **développement dans la durée** : elles recrutent dans leur proche réseau, fidélisent le personnel, travaillent avec des fournisseurs attirés et des clients fidèles.
- 80% de ces entreprises ont un turn-over de moins de 5%. 52% des recrutements se font dans le réseau du chef d'entreprise. 77% de leurs fournisseurs sont français et le critère principal de choix est la qualité.
- Leurs **investissements sont réguliers mais prudents** : elles investissent en fonction de leurs moyens, moins que les autres entreprises et sans prise de risque.
- Les investissements à caractère stratégique et de risque ne représentent que 14% du total des investissements. Peu d'opérations de diversifications sont réalisées. L'entreprise familiale réagit aux contraintes de son environnement en raisonnant sur un horizon inchangé.
- Elles ont des capitaux propres encore faibles mais en augmentation.
- Ceux-ci ne représentent que 24% de leur CA contre 52% pour le SBF 250 mais ils sont en augmentation de 6% sur 4 ans. Pour ce faire les entreprises distribuent peu, et l'augmentation des dividendes n'est un objectif que pour 14% des chefs d'entreprises.
- Elles ont peu recours à l'emprunt et se sont désendettées.
- Leur endettement ne représente que 32% de leurs fonds propres CA contre 78% pour les autres entreprises.
- **Le plafond de verre** : au-delà d'un CA de 75 M€, les familles majoritaires ont rarement les moyens de financer le développement. Mais le souhait de rester indépendant freine l'endettement et l'entrée d'investisseurs.

Les entreprises familiales restent fragiles

- **Insuffisance d'investissements de recherche et d'innovation** : pas de recherche systématique d'innovation dans la politique d'investissement.
- **Insuffisance d'internationalisation** : en privilégiant le développement et la création d'emplois en France, elles servent l'économie nationale mais se privent d'opportunités.
- **Risque de « consanguinité »** : le fonctionnement en réseau fermé peut freiner le renouveau culturel et l'innovation. Ainsi 52% des recrutements sont effectués dans le réseau du dirigeant.

Conclusion

La prudence visant à assurer la pérennité et protéger l'indépendance limite l'ambition de développement par crainte de ne pas avoir (seul) les ressources financières nécessaires.

- La « performance financière » d'une entreprise ne doit pas être opposée à « un développement et une croissance dans la durée » et, à ce titre, les raisonnements financiers autour de l'optimisation de l'actif économique investi (ROE, ROCE) sont plus que pertinents, y compris pour l'entreprise familiale.
- Le recours à l'endettement, voire l'ouverture du capital, ne doivent pas être des sujets tabous et ils sont souvent d'excellentes solutions au financement de projets ambitieux et en particulier de l'innovation.

Pour que ces comportements évoluent il faut une plus grande confiance dans le moyen terme ainsi qu'une plus grande fluidité des modèles de financement tant bancaires que de la part des fonds d'investissement.

Contact

Marie-Béatrice de Crespin – Direction de la Communication – Tel : 01 55 68 86 89 – E-mail : mdecrespindebilly@kpmg.com