

26.05.2016 - 11:00 Uhr

Etudé de PwC «next generation survey 2016»

Zurich (ots) -

Les entreprises familiales traditionnelles se heurtent au progrès technologique, à Facebook, Twitter et autres réseaux sociaux. L'ère du numérique place les successeurs face à de nouveaux défis au sein de l'entreprise familiale. Comment entendent-ils poursuivre cette voie ? C'est la question que PwC a posée dans 31 pays.

La «next generation survey 2016» révèle que la nouvelle génération de dirigeants fait face à des défis majeurs. Les progrès de la technologie numérique requièrent de la part des chefs d'entreprises familiales de demain un délicat équilibre entre tradition familiale et propre identité numérique.

Une politique familiale à plein temps

Les entreprises familiales consacrent beaucoup de temps aux relations professionnelles et privées, ces dernières requérant une attention et un tact tout particuliers. En effet, l'implication de la famille dans l'entreprise peut être source de conflits, surtout lorsqu'il s'agit de prendre des décisions. Parmi les entrepreneurs interrogés, 52 % estiment devoir consacrer trop de temps à la politique familiale. Souvent, les entreprises familiales n'ont pas de « Family Governance ». Il s'agit d'une sorte de charte familiale qui régit la collaboration et répond aux questions fondamentales. « Il est important pour les parents des héritiers de se souvenir que la réussite n'est pas un événement isolé mais un processus de longue durée », précise Marcel Widrig, responsable Clients privés, PwC Suisse, en parlant de la succession dans les entreprises familiales. « La nouvelle génération doit être préparée à reprendre les rênes - avec le soutien des parents. Des parents qui devraient rester présents avec leur savoir-faire y compris après le passage de témoin officiel, sans toutefois intervenir dans les décisions. Leur seule mission consiste désormais à épauler leurs enfants qui, eux, sont devenus les seuls décideurs. »

Génération Y

L'avancée du numérique et les offres d'une société à options multiples ouvrent au-jour'd'hui aux jeunes membres de la famille des opportunités que la génération de leurs parents n'ont pas connues. Bien que le numérique progresse dans toutes les branches, la nouvelle génération hérite souvent de structures et d'un mode de pensée qui la freinent dans la mise en oeuvre des changements nécessaires. Norbert Kühnis, responsable Entreprises familiales, PwC Suisse : « Le domaine du 'numérique' révèle clairement le fossé entre les générations. Bien des héritiers peinent à convaincre leurs parents d'exploiter les possibilités numériques. Ils ne sont que 41 % à penser que leur affaire familiale est bien armée face au monde numérique et à ses exigences. Un tiers estime que les entreprises familiales sont beaucoup plus réticentes face aux nouvelles technologies que d'autres entreprises. »

<https://www.pwc.com/nextgen>

Contact:

Claudia Sauter, Head of PR & Communications, PwC Suisse
[ch.linkedin.com/in/claudiasauter](https://www.linkedin.com/in/claudiasauter)
claudia.sauter@ch.pwc.com

Norbert Kühnis, associé Audit et responsable Entreprises familiales,
PwC Suisse
[ch.linkedin.com/in/norbertkuehnis](https://www.linkedin.com/in/norbertkuehnis)
norbert.kuehnis@ch.pwc.com

Dr. Marcel Widrig, associé TLS et responsable Private Clients, PwC
Suisse
[ch.linkedin.com/in/marcelwidrig](https://www.linkedin.com/in/marcelwidrig)
marcel.widrig@ch.pwc.com