

Curriculum Vitae



Amélie Villéger est maître de conférences HDR en sciences de gestion à l'IAE de Bordeaux.

Elle enseigne principalement le management stratégique et la théorie des organisations.

Ses recherches portent sur les entreprises familiales.

Elle a soutenu une thèse de doctorat sur les couples entrepreneurs, appelés, dans la littérature anglo-saxonne, « copreneurs » ainsi qu'une Habilitation à Diriger les Recherches sur l'approche comportementale du travail en famille.

Elle est l'auteur ou coauteur de plusieurs articles publiés dans des revues scientifiques. Elle s'intéresse particulièrement aux aspects sociologiques et psychologiques de la gouvernance.

Elle est évaluatrice d'articles pour plusieurs revues scientifiques à comité de lecture (M@n@gement, Gestion 2000, Entreprendre et Innover, Entreprise et Société, Revue de l'Entrepreneuriat).

Elle est membre du CREFE (Centre de Recherche sur les Entreprises Familiales et Entrepreneuriales).

Principales publications

Publications dans des revues académiques à comité scientifique

- Villéger, A. (2023), Entreprendre en couple : qui m'aime me suit, M@n@gement, 3(26), 16-35.**

En mobilisant le champ théorique de la prise de décision et l'étude empirique de quinze cas, cet article met en lumière et analyse la récurrence des interactions conjugales conduisant à la décision d'entreprendre en couple. Les résultats montrent que le conjoint qui initie le projet devient le « meneur », tandis que l'autre se positionne, de manière plus ou moins volontaire, en tant que « suiveur ». Cette configuration décisionnelle induit un renoncement de la part du suiveur, suiveur qui reste, encore aujourd'hui, très majoritairement la femme. La discussion envisage le potentiel impact de ce processus décisionnel spécifique sur la gouvernance future de l'entreprise, en termes de répartition des rôles et des pouvoirs, de satisfaction des conjoints, mais aussi de choix du partenaire. Le déplacement du curseur réflexif dans une période antérieure à l'installation copreneuriale enrichit le champ de recherche, quasiment inexploré, de la décision d'entreprendre en couple, ouvre la voie à l'étude de problématiques du copreneuriat au prisme novateur d'évènements survenus avant sa mise en œuvre, et offre aux praticiens de nouvelles clés de compréhension des dynamiques complexes au sein desquelles ils évoluent.

2. Villéger, A. (2020), Les évolutions digitales dans l'entreprise familiale : obstacle ou pentacle de la coopération intergénérationnelle ?, *Gestion* 2000, 37(5), 67-83.

Les évolutions digitales peuvent aussi bien être un obstacle à la coopération intergénérationnelle, qu'un pentacle, talisman précieux qui apporte paix et harmonie, entre les générations. Les résultats de cette étude montrent que dans les entreprises familiales, elles sont majoritairement vues comme un obstacle. Les évolutions digitales induiraient, selon les répondants, un transfert de savoirs moins important, aussi bien des générations les plus anciennes vers les plus jeunes, que des générations les plus jeunes vers les plus anciennes. Elles seraient aussi, de manière plus générale, un frein à la communication. Les causes et les implications de ces constatations théoriques et empiriques sont analysées. Pour finir, des préconisations à destination des praticiens sont proposées.

3. Villéger, A. (2020), Attachement conjugal et succès de l'entreprise copreneuriale : une approche conceptuelle, *Recherches en Sciences de Gestion*, 139(4), 299-332.

Les copreneurs sont des couples partageant à la fois un engagement matrimonial et un engagement entrepreneurial. Malgré leur poids économique, leur étude scientifique a longtemps été négligée et l'appréhension de l'impact de la nature du lien conjugal sur le succès de l'entreprise a été oubliée. Cette recherche conceptuelle propose de participer au comblement de cette lacune en appliquant, pour la première fois, les préceptes de la théorie de l'attachement au contexte copreneurial. Les propositions et la discussion qui en résultent montrent que, pour les copreneurs, le style d'attachement conjugal est un facteur de réussite entrepreneuriale.

4. Hirigoyen, G. et Villéger, A. (2020), Le territoire conceptuel de l'entreprise : application au cas de l'entreprise familiale, *Entreprise et Société*, 7(1), 89-129.

En plus de son territoire géographique, l'entreprise familiale possède aussi un territoire conceptuel, largement inexploré dans la littérature académique, et composé d'une dimension culturelle, d'une dimension « business » et d'une dimension sociale. Le modèle conceptuel proposé soutient une discussion qui montre que le territoire géographique et le territoire conceptuel de l'entreprise familiale sont en interaction et qu'ils créent à la fois une identité et de la valeur pour l'entreprise familiale.

5. Hirigoyen, G. et Villéger, A. (2019), C'est qui le vrai patron ? La place de la femme dans la PME copreneuriale : une approche conceptuelle, *Revue Internationale PME*, 32(2), 85-111.

Aujourd'hui, en France, plus de 800 000 entreprises sont « des affaires de couple » et 5% des entreprises nouvellement créées le sont « en couple ». La littérature académique a pris acte de cet essor et a commencé à s'intéresser à ce phénomène que les anglo-saxons nomment « copreneuriat ».

Dans le contexte de la PME copreneuriale, l'invisibilité de la femme est souvent relevée par la littérature sans que ses effets quant à la performance de l'entreprise ne soient interrogés. Cet article montre comment la femme copreneur exerce, sur la base d'un contrat psychologique, un pouvoir qui impacte positivement la performance de la firme copreneuriale, sous contrainte d'un sentiment d'équité.

6. Villéger, A. (2019), Pourquoi un droit du travail ? Libres propos du point de vue des sciences de gestion (Première partie), *Droit social*, 4, 344-352.

De manière aussi prégnante que singulière, le droit du travail utilise la justification comme un outil juridique et rhétorique majeur pour signifier et renforcer sa légitimité. Cet article interroge la pertinence

de cette méthode, en montrant que si la justification peut permettre d'accéder à davantage de légitimité, elle peut aussi se révéler contre-productive.

7. Villéger, A. (2019), Pourquoi un droit du travail ? Libres propos du point de vue des sciences de gestion (Seconde partie), *Droit social*, 5, 426-431.

Dans sa recherche de légitimité, et particulièrement pour ne pas être suspecté de collusion capitaliste, le droit du travail mobilise largement, et avec une certaine efficacité, la justification. Elle est d'abord, explicitement et dans des domaines décisifs, très fréquemment exigée par la loi. Elle est ensuite, implicitement, obtenue par la négociation collective. Enfin, la doctrine l'utilise couramment comme outil rhétorique. Pourtant, le pouvoir légitimant de la justification reste partiel, car elle souffre d'une connotation sémantique ambiguë autant que d'une association problématique à une vision punitive du travail. Pour pallier ces faiblesses, d'autres mécanismes légitimants, issus notamment des sciences de gestion, peuvent être envisagés.

8. Villéger, A. (2019). Du paternalisme au patronhumanisme, *Annales des Mines - Gérer et Comprendre*, 135(1), 53-63.

Que ce soit dans les écrits populaires ou dans la littérature académique, le paternalisme est souvent présenté comme un mode de gouvernance pernicieux et rétrograde. Partant de la mise en évidence de deux antagonismes qui le sous-tendent, cet article propose d'envisager une approche moins manichéenne du phénomène. D'abord, dans le cas du paternalisme originel, le traditionalisme s'est finalement révélé être au service du progressisme. Ensuite, tiraillé entre la nécessaire organisation du lien de subordination au travail et la juste reconnaissance des droits et libertés de chacun, le paternalisme a évolué jusqu'à trouver un équilibre dans la mise en place d'un néo-paternalisme fortement influencé par les valeurs humanistes et pouvant, à ce titre, être qualifié de « patronhumanisme ».

9. Hirigoyen, G. et Villéger, A. (2018), L'apport de la pensée d'Emile Durkheim à la connaissance de l'entreprise familiale, *Revue Française de Gestion*, 275(6), 113-130.

L'article met en lumière la modernité et l'actualité de la pensée du sociologue Emile Durkheim (1858-1917) dans son analyse de la famille et des liens familiaux. Une application de son approche à l'entreprise familiale permet d'enrichir la compréhension de l'atténuation des liens familiaux dans le temps, d'une part, et de l'importance de la cellule conjugale, d'autre part.

10. Villéger, A. (2018), The relation to time in the family business and in the start-up company: A comparative study, *The Journal of High Technology Management Research*, 29(2), 247-255.

Le "rapport au temps" fait référence à la manière dont le temps est appréhendé. Malgré les appels à intégrer davantage la variable temporelle dans la recherche sur les entreprises familiales, les études restent peu nombreuses et ne comparent pas l'entreprise familiale aux autres formes d'organisation. Cette étude conceptuelle met en évidence un rapport au temps antithétique entre entreprises familiales et start-ups, pour en déduire des propositions en termes de gouvernance, d'investissement, d'innovation et de richesse socio-émotionnelle. La discussion examine les impacts positifs et négatifs de ces deux types de rapport au temps et suggère que les dirigeants développent « la capacité

d'absorption » de leurs entreprises pour enrichir leurs pratiques grâce aux approches éprouvées dans d'autres formes d'organisations.

11. Hirigoyen, G. et Villéger, A. (2017), Le pouvoir dans l'entreprise copreneuriale. Implications théoriques et managériales, *Gestion 2000*, 34(5-6), 227-248.

Les copreneurs sont des couples dirigeant conjointement une entreprise. Cette reconnaissance officielle des femmes dans la gouvernance devrait leur conférer une visibilité accrue. Pourtant, la littérature académique relève unanimement qu'elles sont, le plus souvent, en retrait par rapport à leur conjoint. Cet article conceptuel se propose d'appréhender ce paradoxe en analysant l'organisation du pouvoir copreneurial. Il fait apparaître une distinction entre pouvoir formel et pouvoir informel, le second étant majoritairement détenu par les femmes mais n'étant pas nécessairement moins influent. Cette affectation sexuée diminue les coûts d'opposition entre conjoints ainsi que les coûts de non-conformité sociale. Elle favorise en outre la lisibilité de la structure entrepreneuriale, la satisfaction des copreneurs et le sentiment d'équité entre conjoints.

12. Hirigoyen, G. et Villéger, A. (2017), Women and Power: A Theoretical Approach. The Example of Copreneurial Business, *Palgrave Communications Humanities Social Sciences*, 3(16100), 1-12.

Malgré la reconnaissance progressive des enjeux stratégiques de l'intégration des femmes dans le tissu économique, l'entrepreneuriat féminin reste peu étudié. Les recherches sur les entreprises familiales attribuent cette carence au peu de reconnaissance accordée au rôle, pourtant décisif, des femmes dans ces organisations. Cet article conceptuel met en lumière la place de la femme dans le contexte copreneurial, c'est-à-dire dans le contexte de la gouvernance de l'entreprise par un couple de conjoints. Les résultats peuvent être généralisés et apporter un éclairage sur la place des femmes dans d'autres contextes entrepreneuriaux et sociaux.

Rédaction d'ouvrages et participation à des ouvrages

1. Villéger, A. (2021), *Les indispensables du management*, Paris : Ellipses.
2. Villéger, A. (2021), *Noblesse oblige ! Les entreprises familiales, acteurs majeurs du secteur du luxe*, dans *Vers le haut de gamme made in France*, Paris : Ministère de l'économie, des finances et de la relance, 155-166.
3. Villéger, A. (2019), *Du paternalisme*. Variations autour des PME et entreprises de taille intermédiaire, dans *Mélanges en l'honneur du Professeur Gérard Hirigoyen*, Paris : EMS Management et Société, 225-233.
4. Hirigoyen, G. et Villéger, A. (2017), *Durkheim à Bordeaux*, Phaéton, Bordeaux : L'Ire des Marges, 119-129.

Publications dans des périodiques

Villéger, A. (2019), *Du paternalisme vilipendé à la RSE idolâtrée*, Les Echos Entrepreneurs, 24/12/2019.