



CLASSIQUES  
GARNIER

« Résumés », *Entreprise & Société*, n° 7, 2020 – 1, p. 195-197

DOI : [10.15122/isbn.978-2-406-10787-3.p.0195](https://doi.org/10.15122/isbn.978-2-406-10787-3.p.0195)

*La diffusion ou la divulgation de ce document et de son contenu via Internet ou tout autre moyen de communication ne sont pas autorisées hormis dans un cadre privé.*

© 2020. Classiques Garnier, Paris.  
Reproduction et traduction, même partielles, interdites.  
Tous droits réservés pour tous les pays.

## RÉSUMÉS/ABSTRACTS

Jonathan BAUWERAERTS, Olivier COLOT, « Influence du type de CEO et de l'environnement concurrentiel sur la relation entre l'orientation entrepreneuriale et la performance des entreprises familiales »

La présente recherche vise à améliorer la compréhension de la relation entre l'orientation entrepreneuriale et la performance financière des entreprises familiales non cotées. Fondée sur la théorie du patrimoine socio-émotionnel, cette étude propose une approche configurationnelle qui explore l'effet joint et simultané de l'orientation entrepreneuriale, du type de CEO (familial ou non familial) et des caractéristiques de l'environnement concurrentiel. Les résultats montrent que les CEO non familiaux sont plus susceptibles de tirer un avantage pécuniaire de leurs efforts entrepreneuriaux dans un environnement hostile, tandis que l'inverse est observé pour les entreprises familiales gérées par un CEO familial.

Mots-clés : Entreprises familiales, orientation entrepreneuriale, patrimoine socio-émotionnel, configuration, transmission.

Jonathan BAUWERAERTS, Olivier COLOT, “*Influence of the type of CEO and of the competitive environment on the relationship between entrepreneurial orientation and the performance of family businesses*”

*The present research aims to improve scholars' understanding of the relationship between entrepreneurial orientation and financial performance in the context of private family firms. Drawing on the socioemotional wealth perspective, this study proposes a configurational approach that considers the joint and simultaneous performance implications of entrepreneurial orientation, family CEO vs. nonfamily CEO and environmental characteristics. The results from our empirical analysis indicate that nonfamily CEOs are more likely to reap the fruits of their entrepreneurial efforts in hostile environments while the opposite is found when family firms are managed by a family CEO.*

*Keywords: Family firms, entrepreneurial orientation, socioemotional wealth, configuration, transmission.*

Anne-Sophie THELISSON, Olivier MEIER, « Pour une approche “paradoxe” de l’entreprise familiale »

Les entreprises familiales se définissent à la fois par une logique familiale, où les parties prenantes privilégient les liens familiaux, et une logique entrepreneuriale priorisant la recherche de profit. Ces logiques parfois contraires, sont activées lors de la transmission des entreprises. À l’aide de sept cas, l’article propose une lecture des enjeux rencontrés sous le prisme des paradoxes.

Mots-clés : entreprises familiales, transmission, lecture paradoxale, étude qualitative, multi-cas.

Anne-Sophie THELISSON, Olivier MEIER, “*For a ‘paradoxical’ approach to family business*”

*Family businesses are defined both by a family logic – where stakeholders prefer family ties, and an entrepreneurial logic prioritizing the search for profit. These logics, sometimes contrary, are activated during the transmission of family businesses. With the help of seven cases, this article proposes a reading of the challenges encountered during the process from the prism of paradoxes.*

*Keywords: Family business, transmission, paradoxical studies, qualitative research, multi-case research.*

Gérard HIRIGOYEN, Amélie VILLÉGER, « Le territoire conceptuel de l’entreprise. Application au cas de l’entreprise familiale »

En plus de son territoire géographique, l’entreprise familiale possède 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.

Mots-clés : territoire géographique, territoire conceptuel, entreprise familiale, identité, valeur.

Gérard HIRIGOYEN, Amélie VILLÉGER, “*The conceptual territory of the company*”

*In addition to its geographical territory, the family business has a conceptual territory, largely unexplored in the academic literature, and composed of a cultural dimension, a “business” dimension and a social dimension. The proposed conceptual model supports*

*a discussion that shows that the geographic territory and the conceptual territory of the family business interact and create both identity and value for the family business.*

*Keywords: geographic territory, conceptual territory, family business, identity, value.*

Hiam SERHAN, « Structure et dynamique des connaissances de la norme ISO 9001 »

Cet article étudie la norme ISO 9001 comme un outil de gestion structuré par un artefact, une philosophie gestionnaire et une vision simplifiée de l'entreprise. L'objectif est d'identifier les pratiques que douze managers ont mobilisées pour l'approprier ainsi que les tensions, apprentissage et innovations qui ont émergé pendant sa mise en œuvre. Nous montrerons la dynamique des connaissances du management qualité permettant à la norme d'être à la fois un outil de conformation et d'éco-innovation.

Mots-clés : ISO 9001, outil de gestion, innovation managériale, connaissance, innovation.

Hiam SERHAN, "Structure and dynamics of the knowledge of the ISO 9001 standard"

*This article studies the ISO 9001 standard as a management tool structured by an artifact, a management philosophy and a simplified vision of the company. The objective is to identify the practices that twelve managers have mobilized to appropriate it as well as the tensions, learning and innovations that have emerged during its implementation. We will show the dynamics of quality management knowledge allowing the standard to be both a tool for conformation and eco-innovation.*

*Keywords: ISO 9001, management tool, managerial innovation, knowledge, innovation.*