

1^{ères} Journées Georges Doriot
HEC Paris et Ecole de management de Normandie
en partenariat avec Babson College, CRG Ecole Polytechnique,
et OSEO

16 et 17 mars 2006
Centre International de Deauville

**Les conduites de « Repreneuriat » :
réussir la reprise et la transmission de l'entreprise**

Appel à communications

<p>Georges Doriot fut à Harvard un pionnier de l'enseignement et de la recherche en gestion et introduisit en France au début des années 30 la méthode des cas au CPA, devenu l'Executive MBA du groupe HEC. Il fut aussi un des « inventeurs » du capital risque après guerre aux USA et fit fortune en participant à la création de DEC.</p>

Pourquoi des journées Georges Doriot ?

Chaque année, les journées Georges Doriot seront l'occasion de mettre en pratique trois principes forts :

- ***l'intelligence pratique*** : l'entrepreneuriat est un champ où l'imbrication entre les pratiques et les réflexions académiques est nécessaire et fructueuse.
- ***une vocation transdisciplinaire*** : ces journées doivent permettre d'aborder les phénomènes entrepreneuriaux sous diverses facettes : managériale, juridique, psychologique, historique, etc... Outre les sciences de gestion, les journées sont ouvertes aux spécialistes des sciences économiques, des sciences juridiques, des sciences cognitives, et plus largement des sciences humaines et sociales.
- ***une ouverture aux professionnels*** : ces journées se veulent enfin un lieu d'échanges entre communauté académique et monde professionnel. A l'image de Georges Doriot qui fut tout à la fois un pionnier dans la recherche et l'enseignement de gestion et une figure majeure du capital risque et de l'entrepreneuriat.

Dans le cadre des journées, outre les tables rondes et ateliers traditionnels, aura lieu la cérémonie, le 16 mars au soir, de remise aux entreprises lauréates des « Trophées de l'Entrepreneuriat familial », décernés par JP Morgan et HEC Paris.

**Avec les soutiens de l'Académie de l'Entrepreneuriat et
de l'Association Internationale du Management Stratégique**

Le « repreneuriat » : premier thème

La reprise et la transmission d'entreprise sont des marchés en fort devenir si l'on s'en tient aux statistiques de la démographie d'entreprise. Cela renforce significativement le besoin d'études théoriques et empiriques sur les projets de cession et de transmission du point de vue du cédant, du repreneur et de l'accompagnateur.

Plusieurs études ont été conduites en France sur le sujet par OSEO¹, partenaire des journées Georges Doriot, dont il ressort que la transmission est une phase très risquée de la vie des entreprises, plus d'une transmission sur cinq échouant avant 6 ans, les dernières données disponibles semblant en outre montrer que ce risque est reparti dans une phase haussière. Dans le même temps l'enjeu économique des transmissions est crucial, plus de 300000 emplois étant en jeu chaque année : si les facteurs financiers restent déterminants dans l'analyse du risque, ces études démontrent que les circonstances qui entourent l'opération de transmission le sont tout autant et permettent ainsi de dégager des thèmes de recherche susceptibles d'intéresser la communauté professionnelle du « repreneuriat ».

C'est pourquoi nous vous invitons à développer des perspectives nouvelles et originales sur les thèmes suivants :

- comment caractériser un champ spécifique du « repreneuriat » ?
- convergences et divergences internationales du « repreneuriat »
- les typologies d'acteurs ou d'opérations
- les particularités des projets de reprise et/ou de transmission
- le management et l'anticipation du processus de cession
- les dimensions psychologiques de la reprise
- les procédures et mécanismes d'accompagnement de la reprise et/ou de la transmission
- le financement de la reprise ou de la transmission
- l'approche juridique de la reprise et de la transmission
- gouvernance de la reprise ou de la transmission : le rôle des parties prenantes
- le management des RH après la cession : maintenir les personnes clés
- la reprise par les cadres de l'entreprise
- quelles compétences managériales ou relationnelles pour les repreneurs ?
- connaissances tacites, apprentissage organisationnel et reprise d'entreprise
- innovation, conduite du changement et reprise d'entreprise
- reprise et marketing relationnel : comment maintenir le lien avec le client ?
- les facteurs de résistance à la cession
- l'après-reprise : de l'audit à la prise de fonction
- continuité ou rupture dans le management du réseau social à l'occasion de la reprise ?
- etc.

¹ Notamment *La transmission des petites et moyennes entreprises*, OSEO bdpme, juin 2005 ; *La transmission d'entreprise en Bretagne*, OSEO batiroc, juillet 2005

Comité Scientifique définitif

André Abraham (HEC Liège)
Bruno Amann (Université de Pau)
Erkko Autio (HEC Lausanne)
Marie-Christine Barbot (Université Henri Poincaré Nancy)
Laurent Batsch (Université de Paris Dauphine)
Alain Bienaymé (Université de Paris Dauphine)
Alain Bloch (HEC Paris; CNAM)
Hamid Bouchikhi (ESSEC)
Louise Cadieux (Université de Québec Trois-Rivières)
Camille Carrier (Université de Québec Trois-Rivières)
Didier Chabaud (Université de Cergy-Pontoise ; Ecole de Management de Normandie)
Roland Condor (Ecole de Management de Normandie)
Philippe Corruble (HEC Paris)
Bertrand Déchery (BIPE)
Bérengère Deschamps (Université Pierre Mendès-France Grenoble)
Marcel Deruy (OSEO)
Sylvie Ehlinger (Université de Cergy Pontoise)
Alain Fayolle (INP de Grenoble, E-M Lyon)
Louis-Jacques Fillion (HEC Montréal)
Cécile Fonrouge (Université d'Evry)
Yvon Gasse (Université de Laval)
Emile-Michel Hernandez (Université de Reims)
Gérard Hirigoyen (Université de Bordeaux 4)
Patrick Joffre (Université de Basse-Normandie ; Ecole de Management de Normandie ; Président du comité scientifique)
Sihem Jouini (HEC Paris ; CRG)
Catherine Léger-Jarniou (Université Paris Dauphine)
Karim Messeghem (Université d'Avignon)
Véronique Perret (Université de Tours)
Louise Saint-Cyr (HEC Montréal)
Michel Santi (HEC Paris)
Howard Stevenson (Harvard Business School)
Olivier Torrès (Université de Montpellier 3, E.-M. Lyon)

Comité d'Organisation

Jean-Guy Bernard, Alain Bloch, Didier Chabaud, Philippe Corruble, Nazik Fadil, Ludovic François, Olivier Germain, Virginie Hachard, Patrick Joffre, Gilles Lescat, Michel Santi, Frédéric Vallaud.

Dates à retenir

- date limite d'envoi des intentions de communication (2 pages) : 15 novembre 2005

Les 2 pages d'intention préciseront la problématique, l'orientation théorique, la méthodologie, le type de résultats envisagés.

- réponse sur l'intention : 30 novembre 2005
- date limite d'envoi des versions finales : 15 février 2006

Informations

Le comité scientifique procèdera à la sélection des meilleures contributions qui feront l'objet d'une publication au sein d'un numéro spécial de la revue Economies et Sociétés – Série K « Economie de l'entreprise ».

Format des intentions de communication

Proposition :

Format Word RTF

Deux pages maximum

Times New Roman

Caractère 12

Interligne simple

Cinq références bibliographiques essentielles

Sur page séparée, vous indiquerez les nom(s), prénom(s), institution(s) complète(s), téléphone, fax, adresse électronique du ou des auteurs.

Vos projets de communication nous parviendront par courriel aux adresses suivantes :

doriot2006@ecole-management-normandie.fr

bloch@cnam.fr

francois@hec.fr