

2^{èmes} Journées Georges Doriot
HEC Paris et Ecole de management de Normandie
en partenariat avec JP Morgan Private Bank et Babson College

15 et 16 mai 2008
Région Parisienne (lieu à déterminer)

L'Entrepreneuriat Familial :
Etat des Lieux et Perspectives de Recherche

Appel à communications

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.

Pourquoi des journées Georges Doriot ?

Tous les deux ans, les journées Georges Doriot sont 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, 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 de Management Stratégique**

L' « entrepreneuriat familial » : thème de la deuxième édition

Quoiqu'on en dise, la place du capitalisme familial dans le tissu économique mondial demeure conséquente, au-delà même des petites et moyennes organisations, et plus encore au sortir des frontières occidentales. L'entreprise familiale fait l'objet d'une attention soutenue ; en témoignent l'organisation des pratiques autour de communautés professionnelles (les Hénokiens, l'ASMEP, etc.) ou bien l'ancrage de publications telles que la *Family Business Review* dans le monde académique. L'examen des conduites à l'articulation de l'entrepreneuriat et de l'entreprise familiale reste quant à lui en devenir.

Dans cette perspective, nous vous invitons à développer des perspectives nouvelles et originales sur les thèmes suivants :

- Comment caractériser l'entrepreneuriat familial ?
- Transmission, reprise et entrepreneuriat familial
- L'entrepreneuriat familial : un accompagnement particulier ?
- Approches économiques de l'entrepreneuriat familial
- L'entrepreneuriat familial au-delà de la petite taille.
- Convergences et divergences internationales autour de l'entrepreneuriat familial
- L'entrepreneuriat : les défis d'une famille en recomposition(s)
- Entrepreneuriat collectif / entrepreneuriat familial
- Le « paradigme familial » : moteur ou frein de la croissance ?
- Entrepreneuriat familial et entrepreneuriat au féminin
- Intraprendre en contexte familial
- Innovation et entrepreneuriat familial
- L'entrepreneuriat familial au cœur des sciences sociales
- Les dimensions psychologiques de l'entrepreneuriat familial
- Entrepreneuriat familial : un oxymore ?
- Entrepreneuriat familial et milieu entrepreneurial (capital et réseaux sociaux)
- Temps de l'entreprise et temps familial
- L'actionnariat familial
- Entrepreneuriat ethnique et familial.
- etc.

COMITE SCIENTIFIQUE PERMANENT

Eugenia Bieto, ESADE
Alain Bloch, CNAM Paris, HEC Paris.
Louise Cadieux, Université du Québec à Trois-Rivières
Didier Chabaud, Ecole de management de Normandie
Alain Fayolle, E.M. Lyon
Tim Habberson, Babson College
Patrick Joffre, IAE de l'Université de Basse-Normandie, Ecole de management de Normandie
Howard Stevenson, Harvard Business School
Thomas Zellweger, Universität St Gallen

COMITE SCIENTIFIQUE DES 2^{EMES} JOURNEES GEORGES DORIoT

Sous la Présidence du Professeur Alain Bienaymé (Université Paris Dauphine)

Aude d'Andria (Université d'Evry)
Pierre Angel (Université de Paris 8)
Bruno Amann (Université de Toulouse)
Jean-Luc Arrègle (EDHEC)
Lucie Bégin (HEG Genève)
Jean-Pierre Boissin (Université Pierre Mendès-France de Grenoble)
Hamid Bouchikhi (ESSEC)
Jean-Pierre Bréchet (IAE de l'Université de Nantes)
Pascale Bueno Merino (ESSCA Angers)
François Brouard (Carleton University)
Camille Carrier (Université du Québec à Trois-Rivières)
Luis Felipe Cisneros Martínez (HEC Montreal)
Régis Coeurderoy (Université Catholique de Louvain)
Raphael Cohen (HEC Genève)
Annie Cornet (HEC, Université de Liège)
Bérangère Deschamps (Université Pierre Mendès-France)
Michel Dietsch (Université Robert Schuman de Strasbourg)
Sylvie Ehlinger (Université de Cergy Pontoise)
Philippe Escande (Les Echos)
Nazik Fadil (Ecole de management de Normandie)
Louis-Jacques Fillion (HEC Montréal)
Patrick Fridenson (EHESS)
Bernard Ganne (Université de Lyon 2)
Yvon Gasse (Université de Laval)
Alberto Gimeno (ESADE)
Emile-Michel Hernandez (Université de Reims)
Gérard Hirigoyen (Université de Bordeaux 4)
Sihem Jouini (HEC Paris)
Katsuyuki Kamei (Kansai University)
Isabelle Le Breton-Miller (University of Alberta)
Julien Lévy (HEC Paris)
Michel Marchesnay (Université de Montpellier 1)
Ulrike Mayrhofer (IAE de Université Lyon 3 et Groupe ESC Rouen)
Karim Messeghem (Université d'Avignon)
Véronique Perret (Université de Tours)
Louise Saint-Cyr (HEC Montréal)
Olivier Torrès (Université de Montpellier 3, E.-M. Lyon)
Guy Van Loye (Université de Lille 1)
Thierry Verstraete (Université de Bordeaux 4)

DATES A RETENIR

- date limite d'envoi des intentions de communication (2 pages) : **15 octobre 2007**

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

- date limite d'envoi des propositions de communication : **15 février 2008**
- réponse du comité scientifique : **15 mars 2008**
- envoi des versions finalisées : **15 avril 2008** (à respecter en raison du délai de conception et d'impression des CDROM)

FORMATS DE CONTRIBUTION

Aux côtés des **papiers à caractère académique**, les communications à **fortes implications managériales** ainsi que **les études de cas** seront examinées avec la plus grande attention.

Il est également demandé aux auteurs de tenir compte, dès l'écriture de leur communication, du fait que les 1ères Journées Georges Doriot ont accueilli un large public de praticiens.

PROJETS DE PUBLICATION

- L'appel à communications sera jumelé à un appel à contributions au sein d'une revue francophone de haut niveau selon les procédures habituelles de cette revue (soumission des articles en juin 2008).

Seules les communications n'ayant fait l'objet d'aucune autre forme de publication en colloque ou revue pourront être retenues.

- De même le Comité Scientifique sélectionnera les meilleures contributions qui feront l'objet d'une publication au sein d'un grand quotidien économique français.

L'annonce définitive de ces partenariats interviendra en juillet 2007.

COMITE D'ORGANISATION PROVISoire

Alain Bloch, Didier Chabaud, Olivier Germain, Jérôme Guédon, Emilie Breuil, Geneviève Poulingue.

Format des intentions de communication

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 à l'adresse suivante :

doriot2008@ecole-management-normandie.fr

Format des communications complètes

Les **communications complètes**, rédigées en français ou en anglais, doivent être présentées :

- en format Microsoft Word (.rtf) sur papier A4 ;
- **Tenir en 25 pages au plus** incluant les schémas et tableaux numérotés ;
- Interligne 1,5 incluant les notes bibliographiques (en interligne simple) ;
- Police: Times New Roman, corps 12 points;
- Titres et sous-titres en caractère gras, numérotés sous la forme 1, 1.1 et 1.1.1. ;
- Numérotation des pages au centre et en bas de page ;
- Marges haute, basse, droite et gauche sont de 2,5 cm ;
- Références bibliographiques sont rappelées en fin de document ;
- Les noms des auteurs référencés dans le corps du texte sont mis entre parenthèses et suivis de l'année d'édition et des pages en cas de citation ;

Les **résumés** doivent être présentés ainsi:

- Une page **maximum** précède la communication écrite proprement dite et résumant la problématique de la communication ;

Forme générale

La première page rappelle le titre, les noms, statuts et coordonnées complètes des auteurs et un résumé de la communication. La seconde reprend les mêmes éléments à l'exception des noms, statuts et coordonnées des auteurs (respect du processus d'évaluation anonyme). Les pages suivantes, dont la première porte le numéro 1, présentent la communication.