
16^e Congrès RIODD [29 septembre -1 octobre 2021]

Appel à communications dans la session **Entrepreneuriat humaniste et inclusif**

Adresse d'envoi de la proposition :
riodd2021-entrepreneuriat-ih@umontpellier.fr

Titre de la session : **Entrepreneuriat humaniste et inclusif**

Responsable(s) de la session :

Walid A. Nakara (MBS, MRM) – w.nakara@Montpellier-BS.com
Annabelle Jaouen (MBS, MRM) – a.jaouen@Montpellier-BS.com

Présentation de la session

(français ou anglais ; 500 mots max + références bibliographiques 15 max)

Notre société traverse actuellement de profondes mutations sociales, économiques et environnementales telles que l'accroissement des inégalités, augmentation de la pauvreté, exclusion digitale, risque de casse sociale, mais aussi prise de conscience écologique, explosion du besoin de proximité et de nouveaux modèles de société, etc. En sus, la crise du COVID19 fragilise l'ensemble du système économique et social, et accentue les disparités. L'une des conséquences de ces mutations est l'effritement de la société salariale au sens du sociologue Robert Castel, l'entreprise étant pensée uniquement dans un sens de rentabilité et de maximisation de profit en oubliant au passage le sens noble de l'entreprise, celui de la lutte contre la précarité, mais aussi de l'amélioration du bien-être des collaborateurs et de l'Humain au sens général.

Dans ce contexte économique et social difficile, plusieurs comportements émergent. Tout d'abord, de plus en plus de personnes se détournent du travail salarié pour devenir « entrepreneur », qu'il s'agisse d'un entrepreneuriat d'opportunité ou de nécessité. Ainsi, nous observons ces dernières années un intérêt croissant pour l'entrepreneuriat en tant que possible solution pour échapper au chômage de longue durée et à la pauvreté (Nakara et al. 2019 ; Kimmitt et al. 2019).

D'autre part, de plus en plus d'entrepreneurs conscients de la nécessité de changer les modèles d'entreprises et de management, s'engagent dans un management humaniste. Celui-ci met l'accent sur la condition humaine et est orienté vers le développement de la vertu humaine, dans toutes ses formes, et toute sa mesure (Melé, 2003). L'entrepreneuriat humaniste se présente comme une nouvelle approche qui intègre le développement et l'usage durable des ressources naturelles, un meilleur usage de l'outil de production et un investissement plus important dans le capital humain (Kim et al., 2018). Cette nouvelle approche englobe trois domaines de recherche (l'entrepreneuriat, le leadership et la GRH) et se définit comme une intégration vertueuse et durable de l'Entrepreneuriat, le Leadership et la GRH, qui conduit à une amélioration bénéfique dans la création de richesse et d'emplois de qualité, perpétués dans un cycle continu (Kim et al., 2018). En particulier, les auteurs se centrent sur l'idée d'auto-propagation, i.e. un cercle vertueux dans l'implantation de projets répondant à ces critères, où la réussite des premiers induit un désir d'en

implanter de nouveaux, et ainsi de suite suivant une chaîne continue.

L'approche de l'entrepreneuriat humaniste présente de nouvelles perspectives sur la façon de créer des emplois nouveaux et qui adressent les challenges globaux de ce nouveau millénaire (Aguinis, 2011). De façon générale, l'entrepreneuriat humaniste est une posture stratégique qui propose de nouvelles stratégies de création de richesse. Il trouve ses racines dans des domaines d'études bien établis en sciences de gestion : la RSE, qui suppose que les entreprises ont non seulement des obligations économiques (et légales), mais aussi certaines responsabilités éthiques (Carroll, 1991). Il s'intègre dans le courant de pensée philosophique qui fait valoir l'éthique dans les orientations et les comportements des agents économiques. Même si des traces de ce discours se retrouvent déjà dans les œuvres de philosophes de la dernière décennie, il y a depuis un intérêt croissant pour le rôle de l'éthique et la morale dans le management (Carroll, 2001), avec une distinction entre l'orientation égoïste, altruiste et biosphérique de celui-ci (De Groot & Steg, 2008). L'image même de l'entrepreneur et de son rôle sont donc questionnés dans cette nouvelle approche.

L'entrepreneuriat inclusif remet également en question l'image de l'entrepreneur innovant, moderne et héroïque, et demande un intérêt tout particulier de la part de la communauté académique. Plusieurs auteurs ont montré la nécessité de prendre en compte les porteurs de projets dits invisibles : contraints d'entreprendre et vivant dans la précarité, souffrant de l'exclusion digitale qui leur permettrait pourtant de développer leur réseau, ou encore ceux pour qui l'entrepreneuriat se transforme en salariat déguisé, amenant par là-même la précarité de l'emploi sous prétexte de plus d'autonomie et d'indépendance (Fayolle et Nakara, 2012). Un autre type de risque concerne la santé de ces entrepreneurs pauvres vivant dans un stress permanent (Nakara, 2020). Dans ce contexte, il est primordial d'adopter une démarche inclusive de l'entrepreneuriat veillant au respect des individus et de leur travail. Ceci ne se fera pas sans un accompagnement adéquat et personnalisé (Nakara et Fayolle, 2012).

Prendre en considération la diversité de l'entrepreneuriat et des entrepreneurs est primordial eu regard du contexte actuel. A titre d'exemple, nous avons assisté ces dernières années à une forte croissance des travaux de recherche tels que l'entrepreneuriat de nécessité (O'Donnell et al. 2020), l'entrepreneuriat immigrés (e.g. Dabić et al., 2020), l'entrepreneuriat parmi les réfugiés (e.g. Desai et al. 2020) ou l'entrepreneuriat des séniors (e.g. Maalaoui et al. 2020). Par ailleurs ces thématiques en lien avec l'inclusion, et plus largement l'humanisme en entrepreneuriat appellent les chercheurs à explorer de nouvelles approches théoriques telles que l'approche par le bricolage, l'effectuation ou le vide institutionnel pour n'en citer que quelques-unes. L'entrepreneuriat humaniste, en tant que posture stratégique, n'en est en effet qu'à ses balbutiements et nécessite un effort de clarifications (Kantur, 2016). Ces clarifications peuvent notamment porter sur les approches épistémologiques (Parente et al., 2018), l'opérationnalisation (Parente et al., 2020), etc.

L'objectif de cette session est d'inviter les chercheurs à se saisir de ces thématiques pour favoriser un entrepreneuriat inclusif, humaniste avec un impact sur nos territoires et notre économie de demain. Ceci est primordial pour contribuer à la mise en place d'une transition, économique, sociale et environnementale.

Références bibliographiques

Aguinis, H. (2011). Organizational responsibility: Doing good and doing well. In S. Zedeck (Ed.), *APA handbooks in psychology®. APA handbook of industrial and organizational psychology, Vol. 3. Maintaining, expanding, and contracting the organization* (p. 855–879). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/12171-024>

- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business horizons*, 34(4), 39-48.
- Carroll, A. B. (2001). Models of management morality for the new millennium. *Business Ethics Quarterly*, 365-371.
- Dabić, M., Vlačić, B., Paul, J., Dana, L. P., Sahasranamam, S., & Glinka, B. (2020). Immigrant entrepreneurship: A review and research agenda. *Journal of Business Research*, 113, 25-38.
- De Groot, J. I., & Steg, L. (2008). Value orientations to explain beliefs related to environmental significant behavior: How to measure egoistic, altruistic, and biospheric value orientations. *Environment and Behavior*, 40(3), 330-354.
- Desai, S., Naudé, W., & Stel, N. (2020). Refugee entrepreneurship: context and directions for future research. *Small Business Economics*, 1-13.
- Fayolle, A., & Nakara, W. A. (2012). Création par nécessité et précarité : la face cachée de l'entrepreneuriat. *Economies et sociétés*, 46(9), 1729-1764.
- Kantur, D. (2016). Strategic entrepreneurship: mediating the entrepreneurial orientation-performance link. *Management Decision*.
- Kim, K. C., El Tarabishy, A., & Bae, Z. T. (2018). Humane entrepreneurship: How focusing on people can drive a new era of wealth and quality job creation in a sustainable world. *Journal of Small Business Management*, 56(sup1), 10-29.
- Kimmitt, J., Muñoz, P., & Newbery, R. (2019). Poverty and the varieties of entrepreneurship in the pursuit of prosperity. *Journal of Business Venturing*, 37(4).
- Maalaoui, A., Tornikoski, E., Partouche-Sebban, J., & Safraou, I. (2020). Why some third age individuals develop entrepreneurial intentions: Exploring the psychological effects of posterity. *Journal of Small Business Management*, 58(3), 447-473.
- Melé, D. (2003). The challenge of humanistic management. *Journal of Business Ethics*, 44(1), 77-88.
- Nakara, W. A., & Fayolle, A. (2012). Les «bad» pratiques d'accompagnement à la création d'entreprise. *Revue française de gestion*, 9, 231-251.
- Nakara, W. A., Messeghem, K., & Ramaroson, A. (2019). Innovation and entrepreneurship in a context of poverty: a multilevel approach. *Small Business Economics*, 1-17.
- Nakara, W. A. (2020). *La précarité chez les femmes entrepreneures de nécessité dans les pays développés*. In Torrès O. et Fimbel E., *Les faces cachées de l'entrepreneuriat*, Paris, Editions EMS.
- O'Donnell, P., O'Gorman, C., & Clinton, E. (2020). Rethinking the 'Necessity' in Necessity Entrepreneurship. *Academy of Management Review*, <https://doi.org/10.5465/amr.2020.0143>
- Parente, R., El Tarabishy, A., Vesci, M., & Botti, A. (2018). The epistemology of humane entrepreneurship: Theory and proposal for future research agenda. *Journal of Small Business Management*, 56(sup1), 30-52.
- Parente, R., El Tarabishy, A., Botti, A., Vesci, M., & Feola, R. (2020). Humane entrepreneurship: Some steps in the development of a measurement scale. *Journal of Small Business Management*, 1-25.

Instructions aux auteurs

Types de soumissions acceptées :

- papiers longs (papiers complets)
- papiers courts (3 000 mots max., sous-rubriques imposées : Introduction/Objectifs (500 mots max.) ; Revue de littérature (500 mots max.) ; Approche/méthodologie (500 mots max.) ; Résultats (500 mots max.) ; Discussion (500 mots max.) ; Implications et limites (500 mots max.).

Les papiers doivent être originaux (non publiés, non en processus d'évaluation dans une revue ou un colloque).

Les auteurs sont invités à respecter les consignes de présentation suivantes :

En Microsoft Word format A4-;

Interligne 1,5 incluant les notes bibliographiques (en interligne simple) ;

Police : Times New Roman, corps 12 points ;

Titres et sous-titres en caractères 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 de 2,5 cm ;

Références bibliographiques rappelées en fin de document ;

Noms des auteurs référencés dans le corps du texte entre parenthèses et suivis de l'année d'édition. Les articles non conformes à ces exigences de mise en page seront renvoyés à leurs auteurs.

La proposition de communication sera structurée comme suit :

- Titre (en français et anglais)
- Auteurs (Prénom, NOM, établissement, laboratoire, email)
- Résumé (français ou anglais – 300 mots max)
- Texte de la communication (papier court ou long)

Calendrier

26/04/2021 : réception des communications (papiers courts – max 3000 mots – ou longs)

28/06/2021 : notification aux auteurs

02/09/2021 : réception des papiers révisés, courts ou longs, dans leur version définitive