

PROPOSITION D'UNE SESSION THEMATIQUE

18^{ème} CIFEPM – Bruxelles 2026

« Bâtir une recherche pour Entre-Prendre »

Les porteurs des sessions thématiques sont invités à compléter ce document et à déposer leur proposition complétée sur le site <https://cifepme2026.sciencesconf.org> dans la rubrique « Nouveau dépôt » en sélectionnant le champ « Session thématique » **avant le 11 janvier 2026.**

Consignes générales :

Dans la foulée des deux précédentes éditions du CIFEPM, il est possible de proposer des sessions thématiques, lesquelles laisseront place à un positionnement critique, à des débats contradictoires qui permettent une compréhension plus approfondie et des confrontations fertiles autour d'un sujet idéalement en lien avec la thématique générale du congrès. Les équipes de groupes thématiques AIREPME sont aussi encouragées à proposer des sessions thématiques. Ces sessions pourront permettre d'identifier de nouveaux défis à relever, de nouveaux designs de recherche et d'enseignement à mettre en œuvre, de nouvelles collaborations interdisciplinaires à envisager, voire de nouvelles théories à explorer. Le nombre de session thématique sera limité, afin de faciliter les débats autour de thématiques communes.

1. Titre de la session thématique

L'entreprise familiale est-elle nécessairement humaniste ?

2. Porteurs de la session thématique

Porteur 1 :

NOM : **BASLY** Prénom : **Sami**
Institution/Etablissement/Entreprise : **Université des Antilles**
Fonction : **Professeur**
Laboratoire (pour les enseignants-chercheurs) : **MEMIAD**
Courriel : **sami.basly@univ-antilles.fr**
Principales thématiques de recherche : **Entreprises familiales, stratégies d'internationalisation**

Porteur 2 :

NOM : **CALVEZ** Prénom : **Vincent**
Institution/Etablissement/Entreprise : **ESSCA**
Fonction : **Professeur**
Laboratoire (pour les enseignants-chercheurs) : **Institut des Entreprises Familiales**
Courriel : **vincent.calvez@essca.fr**
Principales thématiques de recherche : **Pédagogie de l'incident critique, Management interculturel, Gestion des crises, Entreprises familiales**

Porteur 3 :

NOM : **CHARLIER** Prénom : **Patrice**
Institution/Etablissement/Entreprise : **EM Strasbourg Business School**
Fonction : **Maître de conférences émérite**
Laboratoire (pour les enseignants-chercheurs) : **LaRGE**
Courriel : **patrice.charlier@em-strasbourg.eu**

Principales thématiques de recherche : **Gouvernance d'entreprise, Entreprises familiales, Transmission d'entreprises**

3. Attendus de la session et principales références bibliographiques

Attendus de la session thématique :

Longtemps considérée comme une forme organisationnelle singulière, l'entreprise familiale occupe une place centrale dans les économies contemporaines (La Porta et al., 1999 ; Faccio et Lang, 2002 ; Anderson et Reeb, 2003). Sa longévité, son ancrage territorial, la stabilité de son actionnariat et la forte implication émotionnelle de ses actionnaires nourrissent l'idée selon laquelle elle porterait une vision plus « humaniste » de l'entreprise, accordant une attention particulière aux personnes, aux relations sociales et au long terme (Miller et Le Breton-Miller, 2005 ; Zellweger, 2017). Cette représentation, largement relayée dans les discours managériaux et institutionnels, mérite toutefois d'être interrogée de manière rigoureuse à la lumière des travaux académiques en sciences de gestion.

Doctrines qui privilégient l'homme et sa dignité par rapport à toute autre préoccupation, l'humanisme renvoie, dans les organisations, à une conception de l'entreprise comme communauté de personnes, et non comme simple instrument de maximisation du profit. Il suppose une reconnaissance de la dignité des parties prenantes (Freeman, 1984 ; Donaldson et Preston, 1995), notamment à travers une attention portée au bien-être des salariés (Pfeffer, 1998), une responsabilité vis-à-vis de la société et des générations futures (Bansal et DesJardine, 2014), ainsi qu'une articulation entre performance économique et finalités sociales (Porter et Kramer, 2011). À cet égard, l'entreprise familiale semble constituer un terrain privilégié d'analyse. Plusieurs travaux soulignent en effet sa forte orientation partenariale, son inscription dans le temps long (Calvez, 2025) et son attachement à des valeurs telles que la loyauté, la confiance ou la responsabilité sociale (Tagiuri et Davis, 1996 ; Hirigoyen 2009 ; Berrone et al., 2012).

Les recherches mettent aussi en évidence le rôle central des valeurs familiales, de la transmission intergénérationnelle et du projet patrimonial dans la construction de comportements managériaux spécifiques, souvent marqués par une logique de durabilité et de responsabilité (Gómez-Mejía et al., 2007 ; Hirigoyen 2009 ; Miller et al., 2008). Dans le même esprit, les recherches soulignent que les entreprises familiales peuvent développer des pratiques de gouvernance et de responsabilité sociétale distinctives (Hirigoyen et Poulain-Rehm, 2018), liées à la préservation du capital familial et à la recherche d'une légitimité sociale de long terme. Ces caractéristiques favorisent une approche plus humaniste de la gestion, notamment en matière de relations sociales, d'ancrage territorial et de prise en compte des parties prenantes.

Cependant, cette vision positive est loin de faire consensus. La littérature souligne également les ambiguïtés, voire les dérives potentielles, du modèle familial : paternalisme excessif (Dyer, 1986 ; Kets de Vries, 1993), confusion entre intérêts familiaux et intérêts de

l'entreprise (Schulze et al., 2003), favoritisme (Padgett et Morris, 2005), conflits intrafamiliaux (Kellermanns et Eddleston, 2004 ; Charlier et Lambert, 2013), corruption (Hammouda et Basly, 2025) ou comportements opportunistes (Faccio, 2006) ou encore atteintes aux droits de certaines parties prenantes (Morck et Yeung, 2003). L'entreprise familiale apparaît ainsi comme une organisation aux attributs « bivalents » (Tagiuri et Davis, 1996), susceptible de générer des comportements à la fois socialement responsables et socialement problématiques (Berrone et al., 2012 ; Miller et Le Breton-Miller, 2008). L'humanisme affiché peut alors relever davantage d'un discours ou d'une construction symbolique que d'une réalité organisationnelle homogène.

Dans ce contexte, cette session thématique vise à interroger de manière critique et pluridisciplinaire la question suivante : l'entreprise familiale est-elle intrinsèquement humaniste, ou seulement potentiellement humaniste selon les contextes, les configurations de gouvernance et les trajectoires familiales ? Les communications attendues pourront mobiliser des approches théoriques variées (théorie des parties prenantes, socio-emotional wealth, éthique des affaires, gouvernance, responsabilité sociétale, approches critiques) et s'appuyer sur des méthodologies qualitatives, quantitatives ou mixtes.

Sans être exhaustifs, les axes suivants pourront être explorés :

- Valeurs familiales, humanisme et pratiques managériales ;
- Gouvernance des entreprises familiales et respect des parties prenantes ;
- Responsabilité sociétale, éthique et ancrage territorial des entreprises familiales ;
- Ambivalences et limites de l'humanisme dans les entreprises familiales ;
- Comparaisons entre entreprises familiales et non familiales sous l'angle de l'humanisme organisationnel ;
- Contextes culturels, institutionnels et générationnels et humanisme dans l'entreprise familiale.

Cette session ambitionne ainsi de contribuer à un débat essentiel sur la nature profonde de l'entreprise familiale et sur sa capacité réelle à incarner une forme d'humanisme organisationnel au-delà des représentations idéalisées.

Mode d'animation envisagé : format traditionnel (présentations et échanges avec l'auditoire)

Durée attendue : 1h30

Références bibliographiques clés :

- Anderson, R. C., & Reeb, D. M. (2003). Founding-family ownership and firm performance: Evidence from the S&P 500. *Journal of Finance*, 58(3), 1301–1328. <https://doi.org/10.1111/1540-6261.00567>
- Bansal, P., & DesJardine, M. R. (2014). Business sustainability: It is about time. *Strategic Organization*, 12(1), 70–78. <https://doi.org/10.1177/1476127013520265>
- Berrone, P., Cruz, C., & Gómez-Mejía, L. R. (2012). Socioemotional wealth in family firms: Theoretical dimensions, assessment approaches, and agenda for future research. *Family Business Review*, 25(3), 258–279. <https://doi.org/10.1177/0894486511435355>
- Calvez, V. (2025). Mellerio dits Meller, la plus ancienne joaillerie familiale du monde: comprendre les défis, enjeux et éléments clés de sa pérennité. *Question (s) de management*, 54(2), 91-106.
- Charlier, P., & Lambert, G. (2013). Modes de gouvernance et performances des entreprises familiales françaises en fonction des conflits d'agence. *Finance Contrôle Stratégie*, (16-2).

- Donaldson, T., & Preston, L. E. (1995). The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications. *Academy of Management Review*, 20(1), 65–91. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9503271992>
- Dyer, W. G. (1988). Culture and continuity in family firms. *Family Business Review*, 1(1), 37–50. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.1988.00037.x>
- Faccio, M. (2006). Politically connected firms. *American Economic Review*, 96(1), 369–386. <https://doi.org/10.1257/000282806776157704>
- Faccio, M., & Lang, L. H. P. (2002). The ultimate ownership of Western European corporations. *Journal of Financial Economics*, 65(3), 365–395. [https://doi.org/10.1016/S0304-405X\(02\)00146-0](https://doi.org/10.1016/S0304-405X(02)00146-0)
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman.
- Gómez-Mejía, L. R., Haynes, K. T., Núñez-Nickel, M., Jacobson, K. J., & Moyano-Fuentes, J. (2007). Socioemotional wealth and business risks in family-controlled firms: Evidence from Spanish olive oil mills. *Administrative Science Quarterly*, 52(1), 106–137. <https://doi.org/10.2189/asqu.52.1.106>
- Hammouda, A., & Basly, S. (2025). Political Corruption and Family Businesses: An Empirical Study of Bribery Payments in Tunisia. *The Journal of Entrepreneurship*, 09713557251398247.
- Hirigoyen, G. (2009). Concilier finance et management dans les entreprises familiales. *Revue française de gestion*, 198199(8), 393–411.
- Hirigoyen, G., & Poulain-Rehm, T. (2018). Chapitre 13. La responsabilité sociétale des entreprises familiales: les leçons d’une approche comparative internationale. In *Une vision des ressources humaines sans frontières* (pp. 155–179). EMS Editions.
- Hirigoyen, G. (2024). *Gouvernance de l’entreprise familiale: Entre rationalité et émotion (s)*. Éditions EMS.
- Kellermanns, F. W., & Eddleston, K. A. (2004). Feuding families: When conflict does a family firm good. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(3), 209–228. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2004.00040.x>
- De Vries, M. F. K. (1993). The dynamics of family controlled firms: The good and the bad news. *Organizational dynamics*, 21(3), 59–71.
- La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., & Shleifer, A. (1999). Corporate ownership around the world. *Journal of Finance*, 54(2), 471–517. <https://doi.org/10.1111/0022-1082.00115>
- Miller, D., & Le Breton-Miller, I. (2005). *Managing for the long run: Lessons in competitive advantage from great family businesses*. Harvard Business School Press.
- Miller, D., Le Breton-Miller, I., Lester, R. H., & Cannella, A. A. (2007). Are family firms really superior performers? *Journal of Corporate Finance*, 13(5), 829–858. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2007.03.004>
- Miller, D., Le Breton-Miller, I., & Scholnick, B. (2008). Stewardship vs. stagnation: An empirical comparison of small family and non-family businesses. *Journal of Management Studies*, 45(1), 51–78. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2007.00718.x>
- Morck, R., & Yeung, B. (2003). Agency problems in large family business groups. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(4), 367–382. <https://doi.org/10.1111/1540-8520.t01-1-00015>
- Padgett, M. Y., & Morris, K. A. (2005). Keeping it "all in the family": Does nepotism in the hiring process really benefit the beneficiary? *Journal of Business Ethics*, 61(2), 183–194. <https://doi.org/10.1007/s10551-005-7905-0>
- Pfeffer, J. (1998). *The human equation: Building profits by putting people first*. Harvard Business School Press.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 89(1–2), 62–77.

- Schulze, W. S., Lubatkin, M. H., & Dino, R. N. (2003). Toward a theory of agency and altruism in family firms. *Journal of Business Venturing*, 18(4), 473–490. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(03\)00054-5](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00054-5)
- Tagiuri, R., & Davis, J. A. (1996). Bivalent attributes of the family firm. *Family Business Review*, 9(2), 199–208. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.1996.00199.x>
- Zellweger, T. (2017). *Managing the family business: Theory and practice*. Edward Elgar Publishing.

4. Instructions et informations aux auteurs

Procédure de soumission dans une session thématique

Les auteurs souhaitant inscrire leur soumission dans le cadre d'une session thématique prendront soin de faire le dépôt sur le site Internet du congrès dans la rubrique de la session thématique visée : <https://cifepme2026.sciencesconf.org>

Le format des soumissions aux sessions thématiques est identique à celui des autres communications. Les auteur(e)s qui souhaitent inscrire leur soumission dans le cadre d'une session thématique prendront soin de faire le dépôt dans la rubrique "Nouveau dépôt" et dans la session thématique visée.

Les articles soumis dans le cadre d'une session thématique doivent répondre au cahier des charges général en matière de format, de langue et de déontologie (voir l'appel à communication général du CIFEPM 2026).

Processus de sélection

Les communications proposées en session thématique sont évaluées par des évaluateurs identifiés par les responsables de la session thématique, et sur les mêmes critères que pour l'évaluation générale :

- Intérêt, pertinence et importance du sujet
- Qualité de la documentation
- Cadre conceptuel
- Méthodologie et cohérence entre le cadre conceptuel et la méthodologie
- Présentation et analyse des résultats
- Contribution théorique et managériale
- Qualité du style et de la langue
- Présentation d'ensemble

Les papiers présentés dans le cadre d'une session thématique peuvent concourir à l'ensemble des prix du CIFEPM.

Si les communications reçues par les responsables de la session thématique ne s'inscrivent pas parfaitement dans le thème de la session, elles seront réintégrées dans le régime général du congrès en sessions classiques, et seront donc soumises à l'évaluation comme les autres communications.

Si le nombre de propositions de communications est trop important par rapport au format de la session thématique, tout papier ayant reçu une double évaluation positive, mais écarté pour des raisons de contingentement, sera accepté au CIFEPME. En cas d'évaluation divergente (1 avis positif et 1 avis négatif), l'arbitrage se fera selon les modalités habituelles de la procédure d'évaluation du CIFEPME. En cas de double évaluation négative, le papier sera rejeté et ne pourra pas être présenté, ni dans la session, ni dans le congrès.

5. Calendrier

2 février 2026 : date de notification d'acceptation ou de refus des propositions de sessions thématiques.

1^{er} avril 2026 : date limite de soumission des communications par les auteurs (résumés longs)

1^{er} juin 2026 : date limite de notification d'acceptation ou de refus

7 septembre 2026 : date limite de réception des communications finales (format papier long en version définitive)
