



UNIVERSITÉ PARIS 1 PANTHÉON SORBONNE
CHAIRE ETI
ENTREPRENEURIAT TERRITOIRE INNOVATION
IAE PARIS SORBONNE BUSINESS SCHOOL BUSINESS SCHOOL



12^{ème} Congrès AEI [13-15 Octobre 2021]

L'entrepreneuriat humaniste – Human entrepreneurship

Responsable(s) : Annabelle Jaouen & Walid A. Nakara

Annabelle Jaouen (Montpellier Business School, MRM-Université de Montpellier) –
a.jaouen@Montpellier-BS.com

Walid Nakara (Montpellier Business School, MRM-Université de Montpellier) –
w.nakara@Montpellier-BS.com

Présentation

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 (Ireland et al., 2001). 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). Le management humaniste se définit ainsi comme un management qui 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).

Au vu des mutations sociétales actuelles, l'entrepreneuriat n'est-il pas en train de devenir humaniste, inclusif et durable, centré à la fois sur la création de valeur et sur les besoins des individus ? L'entrepreneuriat humaniste, en tant que posture stratégique, n'en est pourtant 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.

C'est pourquoi nous proposons que le track AEI traite des questions suivantes (liste non exhaustive) :



- Quelle approche épistémologique, théorique et méthodologique de l'entrepreneuriat humaniste ?
- Entrepreneuriat humaniste et les paradigmes de l'entrepreneuriat : saisie d'opportunités, création de valeur, création d'organisation et innovation ?
- Quelles conditions de faisabilité et prérequis organisationnels ?
- Approche critique de l'entrepreneuriat humaniste
- Place du salarié dans l'entreprise humaniste / Quel leadership ?
- Qu'est-ce qui motive les entrepreneurs à adopter cette philosophie ?
- Quels sont les traits caractéristiques de ces entrepreneurs ?
- Quels sont les antécédents de l'entrepreneuriat humaniste ?
- Dans quelle mesure l'entrepreneur humaniste est capable de créer de nouvelles ressources ou capacités dynamiques ?
- Comportements stratégiques et organisationnels des entrepreneurs humanistes ?
- Entrepreneuriat humaniste, Green entrepreneurship, Entrepreneuriat inclusif, ESS, quelles différences ?
- Opérationnalisation et échelles de mesure de l'entrepreneuriat humaniste.

Version anglaise

Human entrepreneurship is a new approach that integrates the sustainable development and use of natural resources, better use of the production tool and greater investment in human capital (Kim et al., 2018). This new theory encompasses three areas of research (Entrepreneurship, Leadership and HRM) and is defined as a virtuous and sustainable integration of Entrepreneurship, Leadership and HRM that leads to beneficial improvement in the creation of wealth and quality jobs, perpetuated in a continuous cycle (Kim et al., 2018). In particular, the authors focus on the idea of self-propagation, i.e. a virtuous circle in the implementation of projects meeting these criteria, where the success of the first induces a desire to implement new ones, and so on following a continuous chain.

The human entrepreneurship approach presents new perspectives on how to create new jobs that address the global challenges of the new millennium (Aguinis, 2011). In general, humanist entrepreneurship is a strategic posture that proposes new strategies for wealth creation (Ireland et al., 2001). It is rooted in well-established fields of study in management sciences: CSR, which assumes that companies have not only economic (and legal) obligations, but also certain ethical responsibilities (Carroll, 1991). It is part of the philosophical current of thought that emphasizes ethics in the orientations and behaviours of economic agents. Although traces of this discourse can be found in the works of last decade philosophers, there has since been a growing interest in the role of ethics and morality in management (Carroll, 2001), with a distinction between selfish, altruistic and biospheric orientation (De Groot & Steg, 2008). Humanist management is defined as management that focuses on the human condition and is oriented towards the development of human virtue, in all its forms and to the fullest extent (Melé, 2003).

In view of current societal changes, entrepreneurship must become humanistic, inclusive and sustainable, centered both on value creation and on the needs of individuals. However, humanistic entrepreneurship, as a strategic posture, is still in its infancy and needs to be clarified (Kantur, 2016). This is why we propose that the AEI Track address the following issues (non-exhaustive list):

- What epistemological, theoretical and methodological approach to humanist entrepreneurship?



- Humanist entrepreneurship and the paradigms of entrepreneurship: opportunity seizing, value creation, organisation creation and innovation?
- What are the feasibility conditions and organisational prerequisites?
- A critical approach to humanist entrepreneurship
- The place of the employee in the humanist company / What leadership?
- What motivates entrepreneurs to adopt this philosophy?
- What are the characteristics of these entrepreneurs?
- What are the antecedents of humanist entrepreneurship?
- To what extent is the humanist entrepreneur capable of creating new dynamic resources or capacities?
- Strategic and organizational behaviours of humanist entrepreneurs?
- Humanist entrepreneurship, Green entrepreneurship, Inclusive entrepreneurship, SSE, what are the differences?

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.

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.

Ireland, R. D., Hitt, M. A., Camp, S. M., & Sexton, D. L. (2001). Integrating entrepreneurship and strategic management actions to create firm wealth. *Academy of Management Perspectives*, 15(1), 49-63.

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.

Melé, D. (2003). The challenge of humanistic management. *Journal of Business Ethics*, 44(1), 77-88.

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., Vesce, M., & Feola, R. (2020). Humane entrepreneurship: Some steps in the development of a measurement scale. *Journal of Small Business Management*, 1-25.

Ramírez, A. R., Orejuela, A. R., & Vargas, G. M. (2010). New perspectives for the managerial entrepreneurship. *International entrepreneurship and management journal*, 6(2), 203-219.

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 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.

Calendrier

Réception des communications (papiers courts/longs)	Avant le 15/02/2021
Avis du comité scientifique	Avant le 15/04/2021
Soumission des versions définitives	Avant le 30/06/2021
Inscription au colloque	Avant le 15/09/2021
Dates du Congrès	13-15 Octobre 2021