

**14<sup>e</sup> Congrès AEI**  
**Aix-Marseille juin 2025**

**Track 8 :**

**« Entrepreneuriat familial et entreprises familiales : bilan et perspectives de recherche »**  
**« Family Entrepreneurship and family firms: Review and Research perspectives »**

**Responsable(s) / Person(s) in Charge:**

- Hedi YEZZA, Université de Sherbrooke – Canada – [Hedi.Yezza@USherbrooke.ca](mailto:Hedi.Yezza@USherbrooke.ca)
- Miruna RADU-LEFEBVRE, Audencia Business School – France- [mradu@audencia.com](mailto:mradu@audencia.com)
- Céline BARREDY, Université Paris Nanterre – France- [c.barredy@parisnanterre.fr](mailto:c.barredy@parisnanterre.fr)
- Didier CHABAUD, IAE Paris-Sorbonne – France [didier.chabaud@iae.pantheonsorbonne.fr](mailto:didier.chabaud@iae.pantheonsorbonne.fr)

**Présentation/ Presentation**

**Présentation du track en français :**

Pendant de longues décennies, les champs de l'entrepreneuriat et des entreprises familiales (EF) se sont structurés et développés séparément, avec leurs propres communautés académiques, leurs journaux et conférences dédiées. Pourtant, la proximité de ces deux champs est certaine (Sharma et al., 2007) et leur dialogue nécessaire (Aldrich et Cliff, 2003 ; Fayolle et Bégin, 2009). Depuis une dizaine d'années, nous assistons à l'émergence de « l'entrepreneuriat familial », un champ de recherche à l'intersection de l'entrepreneuriat, des EF, et des sciences sociales.

Le champ des EF s'intéresse aux entreprises dont la propriété et/ou le contrôle revient majoritairement à une ou des famille(s) dont l'intention est de transmettre l'entreprise de génération en génération (Chua et al., 1999). L'entrepreneuriat familial englobe ce champ tout en le dépassant, et pose comme objectif l'étude du phénomène entrepreneurial dans le cadre des familles en affaires et des EF, avec un focus particulier sur les identités, les pratiques et les parcours entrepreneuriaux des individus, des familles, et des entreprises (Bégin, et al. 2010 ; Bettinelli et al., 2017 ; Chabaud, 2013 ; Chabaud et Sammut, 2014 ; Radu-Lefebvre et al., 2023 ; Radu-Lefebvre et al., 2022 ; Randerson et al., 2015).

L'importance des identités, des attitudes et des comportements entrepreneuriaux dans les entreprises familiales déjà établies et multigénérationnelles est soulignée par les chercheurs qui montrent que la pérennité et la croissance des EF en dépendent (Bergamaschi et Randerson, 2016 ; Radu-Lefebvre et Lefebvre, 2016 ; Randerson et al., 2016 ; Seaman et al., 2015). L'innovation, qui attire de plus en plus l'attention des chercheurs dans les entreprises familiales, est considérée aujourd'hui comme un facteur important qui favorise le développement et la pérennité de ces entreprises (Gouédard et al., 2023 ; Yezza et Barrédy, 2021).

Les contributions récentes en entrepreneuriat familial montrent néanmoins que l'environnement sociodémographique, légal, économique et culturel des familles en affaires évoluent rapidement au travers du monde (Randerson et al., 2020; Yezza et al., 2021). Ces évolutions influencent les valeurs, les croyances, les attitudes et les comportements des EF et des membres des familles en affaires. L'inclusion de valeurs religieuses ou spirituelles transforme la prise de décision et le comportement éthique des entreprises familiales qui priorisent ces valeurs. Les familles propriétaires influencent la formation et la préservation des valeurs, faisant des entreprises familiales des incubateurs de décisions basées sur la foi (Astrachan et al 2020).

Des enjeux de définition de la famille, des questions liées au genre et aux nouvelles ambitions et revendications des femmes, l'intérêt croissant à la fois de la sphère économique et de la sphère politique pour les impacts sociaux et environnementaux des entreprises transforment en profondeur le paysage dans lequel les entreprises familiales opèrent aujourd'hui. Les dispositifs institutionnels de soutien de l'entrepreneuriat et du repreneuriat, ainsi que le cadre institutionnel relatif à la transmission intergénérationnelle de la propriété de l'entreprise familiale affectent les choix relatifs à la création et à la transmission de ces entreprises dans le cadre de la famille ou à un tiers (Barredy, 2016 ; Jaskiewicz et al., 2015). La question de la transmission de l'esprit entrepreneurial de génération en génération au sein de la famille et de l'identification du rôle joué par les figures familiales mythiques dans la construction des schémas mentaux entrepreneuriaux des nouvelles générations revêt une place déterminante pour la longévité de l'engagement familial au sein de l'entreprise (Barrédy et Caspersz 2023 ; Cailluet et al. 2018).

Améliorer la durabilité (*sustainability*) en poursuivant simultanément des objectifs économiques, écologiques et sociaux est également devenue une exigence clé pour les entreprises de tous les secteurs et de tous les pays. Bien que de nombreuses études se soient concentrées sur de multiples aspects entourant le thème de la durabilité, tels que les mécanismes, les technologies et les modèles économiques innovants, la question de la durabilité dans les entreprises familiales mérite davantage d'attention. Les raisons pour lesquelles les entreprises familiales s'engagent dans la durabilité doivent être approfondies. En particulier, les conditions qui conduisent à une motivation normative en matière de durabilité, où les entreprises sont motivées par un sens de responsabilité éthique, restent une boîte noire théorique (Clauß et al., 2022 ; Ernst et al., 2022).

L'objectif de ce track est de favoriser le dialogue entre les champs de l'entrepreneuriat, des EF, et les sciences sociales, afin d'étudier comment et avec quels effets la dynamique entrepreneuriale se déploie à l'intersection de niveaux de recherche pris trop souvent indépendamment l'un de l'autre et qui, en réalité, s'influencent mutuellement – l'individu, la famille et l'EF.

## Références

- Astrachan, J. H., Binz Astrachan, C., Campopiano, G., & Baù, M. (2020). Values, spirituality and religion: Family business and the roots of sustainable ethical behavior. *Journal of Business Ethics*, 163(4), 637-645.
- Barrédy, C. (2016). In search of future alternatives for family business: Family law contributions through Civil and Common Law comparison. *Futures*, 75, 44-53.
- Barredy, C., & Caspersz, D. (2023). A turn of events: The case of the repurchase of Champagne Taittinger. *Long Range Planning*, 56(5), 102241.
- Bégin, L., Chabaud, D., & Richomme-Huet, K. (2010). Vers une approche contingente des entreprises familiales. *Revue française de gestion*, (1), 79-86.
- Bettinelli, C., Sciascia, S., Randerson, K., & Fayolle, A. (2017). Researching Entrepreneurship in Family Firms. *Journal of Small Business Management*, 55(4), 506-529.
- Cailluet, L., Bernhard, F., & Labaki, R. (2018). Family firms in the long run: the interplay between emotions and history. *Entreprises et histoire*, (2), 5-13.
- Clauß, T., Kraus, S., & Jones, P. (2022). Sustainability in family business: Mechanisms, technologies and business models for achieving economic prosperity, environmental quality and social equity. *Technological Forecasting and Social Change*, 176, 121450.
- Ernst, R. A., Gerken, M., Hack, A., & Hülsbeck, M. (2022). Family firms as agents of sustainable development: A normative perspective. *Technological Forecasting and Social Change*, 174, 121135.
- Fayolle, A., & Bégin, L. (2009). Entrepreneuriat familial: croisement de deux champs ou nouveau champ issu d'un double croisement? *Management international/Gestion Internaciona/International Management*, 14(1), 11-23.
- Gouédard, M., Radu-Lefebvre, M., & Vershinina, N. (2023). Innovative postures in a family business: Family priorities driving resource (re) configuration. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 22(1), 103-132.
- Jaskiewicz, P., Combs, J. G., & Rau, S. B. (2015). Entrepreneurial legacy: Toward a theory of how some family firms nurture transgenerational entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 30(1), 29-49.
- Radu-Lefebvre, M., Ronteau, S., Lefebvre, V., & McAdam, M. (2022). Entrepreneurship as emancipation in family business succession: a story of agony and ecstasy. *Entrepreneurship & Regional Development*, 1-21.
- Radu-Lefebvre, M. R., & Lefebvre, V. (2016). Anticipating intergenerational management transfer of family firms: A typology of next generation's future leadership projections. *Futures*, 75, 66-82.
- Randerson, K., Bettinelli, C., Fayolle, A., & Anderson, A. (2015). Family entrepreneurship as a field of research: Exploring its contours and contents. *Journal of Family Business Strategy*, 6(3), 143-154.
- Randerson, K., Seaman, C., Daspit, J. J., & Barredy, C. (2020). Institutional influences on entrepreneurial behaviours in the family entrepreneurship context: towards an integrative framework. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(1), 1-13.
- Yezza, H., & Barrédy, C. (2022). Thinking about future research on entrepreneurship and innovation in the family business field. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 1m-XIII m.
- Yezza, H., Chabaud, D., & Calabrò, A. (2021). Conflict dynamics and emotional dissonance during the family business succession process: Evidence from the Tunisian context. *Entrepreneurship Research Journal*, 11(3), 219-244.

---

### Presentation of the track in English:

For many decades, the fields of entrepreneurship and family businesses (FB) have structured and developed separately, with their own academic communities, dedicated journals, and conferences. However, the proximity of these two fields is certain (Sharma et al., 2007) and their dialogue necessary (Aldrich and Cliff, 2003; Fayolle and Bégin, 2009). In the last decade, we have witnessed the emergence of "family entrepreneurship," a new research field at the intersection of entrepreneurship, FB, and social sciences.

The field of FB focuses on businesses where ownership and/or control is primarily held by one or more families whose intention is to pass the business down from generation to generation (Chua et al., 1999). Family entrepreneurship encompasses this field while going beyond it, aiming to study the entrepreneurial phenomenon within family businesses and FBs, with a particular focus on the entrepreneurial identities, practices and trajectories of individuals, families, and companies (Bégin et al., 2010; Bettinelli et al., 2014; Chabaud, 2013; Chabaud and Sammut, 2014; Radu-Lefebvre et al., 2023; Radu-Lefebvre et al., 2022; Randerson et al., 2015). The importance of entrepreneurial identities, attitudes and behaviors in already established and multigenerational family businesses is highlighted by researchers who show that the longevity and growth of FBs depend on it (Bergamaschi and Randerson, 2016; Radu-Lefebvre and Lefebvre, 2016; Randerson et al., 2016; Seaman et al., 2015). Innovation, which is increasingly attracting researchers' attention in family businesses, is now considered an important factor that promotes the development and sustainability of these businesses (Yezza and Barrédy, 2021). Recent contributions in family entrepreneurship, however, show that the socio-demographic, legal, economic, and cultural environment of business families is rapidly evolving worldwide (Randerson et al., 2020; Yezza et al., 2021). These changes influence the behavior of FBs and members of business families. The inclusion of religious or spiritual values transforms decision-making and the ethical behavior of family businesses that are focused on these values. Family owners influence the formation and preservation of values, making family businesses incubators for faith-based decisions (Astrachan et al., 2020). Issues of family definition, gender-related questions, and the new ambitions and demands of women, as well as the growing interest of both the economic and political spheres in the social and environmental impacts of businesses, are profoundly transforming the landscape in which family businesses operate today. Institutional support mechanisms for entrepreneurship and re-entrepreneurship, as well as the institutional framework related to the intergenerational transfer of family business ownership, affect choices regarding the creation and transmission of these businesses within the family or to a third party (Barredy, 2016; Jaskiewicz et al., 2015).

The issue of entrepreneurial spirit transfer from one generation to the next within families, and identifying the role played by iconic family figures in shaping the entrepreneurial mental frameworks of new generations, is critical for the sustained family engagement in the business (Barrédy and Caspersz 2023; Cailluet et al. 2018).

Enhancing sustainability by simultaneously pursuing economic, ecological, and social goals has become a key requirement for businesses in all sectors and countries. Although many studies have focused on various aspects surrounding the theme of sustainability, such as mechanisms, technologies, and innovative business models, the issue of sustainability in family businesses deserves more attention. The reasons why family businesses engage in sustainability need to be explored further. In particular, the conditions leading to a normative motivation for sustainability, where businesses are motivated by a sense of ethical responsibility, remain a theoretical black box (Clauß et al., 2022; Ernst et al., 2022).

The aim of this track is to promote dialogue between the three fields of entrepreneurship, FB, and family specialists, to study how and with what effects the entrepreneurial dynamic unfolds at the intersection of research levels that are too often taken independently of each other and which, in reality, mutually influence each other – the individual, the family, and the FB.

## References

- Astrachan, J. H., Binz Astrachan, C., Campopiano, G., & Baù, M. (2020). Values, spirituality and religion: Family business and the roots of sustainable ethical behavior. *Journal of Business Ethics*, 163(4), 637-645.
- Barrédy, C. (2016). In search of future alternatives for family business: Family law contributions through Civil and Common Law comparison. *Futures*, 75, 44-53.
- Barredy, C., & Caspersz, D. (2023). A turn of events: The case of the repurchase of Champagne Taittinger. *Long Range Planning*, 56(5), 102241.
- Bégin, L., Chabaud, D., & Richomme-Huet, K. (2010). Vers une approche contingente des entreprises familiales. *Revue française de gestion*, (1), 79-86.
- Bettinelli, C., Sciascia, S., Randerson, K., & Fayolle, A. (2017). Researching Entrepreneurship in Family Firms. *Journal of Small Business Management*, 55(4), 506-529.
- Cailluet, L., Bernhard, F., & Labaki, R. (2018). Family firms in the long run: the interplay between emotions and history. *Entreprises et histoire*, (2), 5-13.
- Clauß, T., Kraus, S., & Jones, P. (2022). Sustainability in family business: Mechanisms, technologies and business models for achieving economic prosperity, environmental quality and social equity. *Technological Forecasting and Social Change*, 176, 121450.
- Ernst, R. A., Gerken, M., Hack, A., & Hülsbeck, M. (2022). Family firms as agents of sustainable development: A normative perspective. *Technological Forecasting and Social Change*, 174, 121135.
- Fayolle, A., & Bégin, L. (2009). Entrepreneuriat familial: croisement de deux champs ou nouveau champ issu d'un double croisement? *Management international/Gestion Internaciona/International Management*, 14(1), 11-23.
- Gouédard, M., Radu-Lefebvre, M., & Vershinina, N. (2023). Innovative postures in a family business: Family priorities driving resource (re) configuration. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 22(1), 103-132.
- Jaskiewicz, P., Combs, J. G., & Rau, S. B. (2015). Entrepreneurial legacy: Toward a theory of how some family firms nurture transgenerational entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 30(1), 29-49.
- Radu-Lefebvre, M., Davis, J. H., & Gartner, W. B. (2024). Legacy in Family Business: A Systematic Literature Review and Future Research Agenda. *Family Business Review*, 37(1), 18-59.
- Radu-Lefebvre, M., Ronteau, S., Lefebvre, V., & McAdam, M. (2022). Entrepreneurship as emancipation in family business succession: a story of agony and ecstasy. *Entrepreneurship &*



*Regional Development*, 1-21.

Radu-Lefebvre, M. R., & Lefebvre, V. (2016). Anticipating intergenerational management transfer of family firms: A typology of next generation's future leadership projections. *Futures*, 75, 66-82.

Randerson, K., Bettinelli, C., Fayolle, A., & Anderson, A. (2015). Family entrepreneurship as a field of research: Exploring its contours and contents. *Journal of Family Business Strategy*, 6(3), 143-154.

Randerson, K., Seaman, C., Daspit, J. J., & Barredy, C. (2020). Institutional influences on entrepreneurial behaviours in the family entrepreneurship context: towards an integrative framework. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(1), 1-13.

Yeza, H., & Barrédy, C. (2022). Thinking about future research on entrepreneurship and innovation in the family business field. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 1m-XIII m.

Yeza, H., Chabaud, D., & Calabrò, A. (2021). Conflict dynamics and emotional dissonance during the family business succession process: Evidence from the Tunisian context. *Entrepreneurship Research Journal*, 11(3), 219-244.

---

### Instructions aux auteurs / Instructions to authors

---

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. Un contrôle anti-plagiat des papiers sera effectué.**

*Types of submissions accepted:*

*- long papers (full papers)*

*- short papers (3,000 words max., required subheadings: Introduction/Objectives (500 words max.); Literature review (500 words max.); Approach/methodology (500 words max.); Results (500 words max.); Discussion (500 words max.); Implications and limitations (500 words max.).*

***Papers must be original. An anti-plagiarism check of the papers will be carried out.***

---

### Calendrier / Deadlines

---

**15/01/2025** : réception des communications (papiers courts – max 3000 mots – ou longs) / *receipt of papers (short - max 3000 words - or long)*

**01/03/2025** : notification aux auteurs / *notification to authors*

**15/04/2025** : réception des papiers révisés, courts ou longs, dans leur version définitive /  
*reception of the revised papers, short or long, in their final version*

### Processus de soumission / Submission process

Les soumissions se feront sur la plateforme de la conférence :  
<https://aei2025.sciencesconf.org/>

Pour soumettre un papier vous devez préalablement vous enregistrer sur la plateforme.

Ensuite la procédure est la suivante :

- 1) Cliquer sur « Mes dépôts »
- 2) Cliquer sur « Déposer la communication » dans la rubrique nouveau dépôt
- 3) Remplissez les différents champs (titre , résumé...)
- 4) Dans « Thématique » sélectionnez le track dans lequel vous souhaitez soumettre
- 5) Pensez à renseigner l'ensemble des auteurs
- 6) Charger votre fichier (word ou PDF) en veillant **à ce qu'il soit anonymisé**

*Submissions will be made on the conference platform: <https://aei2025.sciencesconf.org/>*

*To submit a paper you must first register on the platform.*

*Then the procedure is as follows:*

- 1) *Click on " My submissions "*
- 2) *Click on " Submit the paper " in the new submission section*
- 3) *Fill in the different fields (title, abstract...)*
- 4) *In " Topic filter" select the track in which you wish to submit your paper*
- 5) *Remember to fill in all the authors*
- 6) *Upload your file (word or PDF) **making sure that it is anonymized***