

13^e Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME

RAPPROCHER L'ENTREPRENEUR ET L'ACTION ENTREPRENEURIALE : POUR LE DÉVELOPPEMENT D'UN AGIR ENTREPRENEURIAL



Christophe SCHMITT, professeur

Titulaire de la Chaire Entreprendre
Université de Lorraine
christophe.schmitt@univ-lorraine.fr

Pierre-André JULIEN, professeur émérite

Institut de recherche sur les PME
Université du Québec à Trois-Rivières
pierre-andre.Julien@uqtr.ca

Résumé

L'objet de cette communication est de s'intéresser à la structuration de la recherche en entrepreneuriat. La grille d'analyse proposée est celle des théories de l'action. Nous y montrons la place de l'action dans les recherches en entrepreneuriat depuis les travaux des économistes jusqu'à maintenant. Trois temps sont mis en évidence. Tout d'abord, le temps de la construction de la recherche en entrepreneuriat autour de ce qu'il convient d'appeler l'agir rationnel. En réaction aux limites de cet agir, les recherches en entrepreneuriat se sont développées en tendant vers l'agir normatif, tendance correspondant au deuxième temps, en l'occurrence celui de la dimension normative de l'entrepreneuriat. De nos jours, la recherche en entrepreneuriat évolue pour intégrer, dans un troisième temps, la dimension cognitive corollaire de l'agir entrepreneurial. La communication se termine par une présentation des avenues de la recherche à la lumière du concept d'agir entrepreneurial.

Mots-clés : recherche en entrepreneuriat, agir rationnel, agir normatif, agir entrepreneurial, intentionnalité.

RAPPROCHER L'ENTREPRENEUR ET L'ACTION ENTREPRENEURIALE : POUR LE DEVELOPPEMENT D'UN AGIR ENTREPRENEURIAL

Introduction

La recherche en entrepreneuriat s'est considérablement développée ces vingt dernières années (Lohrke et Landström, 2010; Grégoire, Corbett et McMullen, 2011; Grégoire et al., 2015; Venkataraman et coll., 2012). Un tel foisonnement est une marque indéniable du développement de notre champ de recherche (St-Pierre et Fourcade, 2009). Par contre il n'est pas facile de s'y retrouver même pour un chercheur aguerri. Nous avons besoin de grilles de lecture pour mieux appréhender la richesse de notre champ de recherche. Celle souvent mobilisée est essentiellement historique (Filion, 1999) ou paradigmatique (Verstraete et Fayolle, 2005).

Cela se comprend par la facilité de lecture proposée. Sans renier l'intérêt d'une lecture historique, nous avons souhaité l'enrichir par un point d'entrée, paradoxalement encore peu mobilisé en entrepreneuriat : les théories de l'action. Paradoxalement, parce que si l'action est sous-jacente du champ de recherche de l'entrepreneuriat, elle ne fait toutefois pas l'objet d'une réelle prise de conscience et donc d'une réelle discussion (Sarasvathy, 2003; Bréchet et Desreumaux, 2010). L'action est considérée comme un prérequis qui va de soi. Il nous semble que la recherche en entrepreneuriat est actuellement à un tournant qui peut s'expliquer à travers les théories de l'action (Verstraete, 1999).

Nous entendons par action, dans une posture phénoménologique, la décision d'agir et la direction de l'action selon un but, une finalité, éléments qui ne sont pas nécessairement conscients ni prédéterminés (Lorino, 2005). Ces réflexions renvoient aux différents travaux portant sur l'agir humain dans le domaine des sciences sociales (Mises, 1985; Joas, 1996; Bréchet et Desreumaux, 2010). Nous montrerons dans cette communication comment la recherche en entrepreneuriat s'est structurée autour d'une hypothèse implicite de séparation entre l'action et l'acteur de cette action, l'entrepreneur. Il apparaît avec le temps que chaque approche de l'entrepreneuriat instaure un univers de discours particulier, sans véritable communication avec les approches voisines. Ces approches ne prêtent pas grande attention aux arguments avancés autour de la thématique de l'action au sein des autres disciplines (Hatchuel, 2005). Face aux limites de ces approches, il est possible de proposer une conception plus englobante de l'action autour de ce qu'on se propose d'appeler l'agir entrepreneurial. C'est l'apport ces derniers temps de l'approche cognitive de l'entrepreneuriat (Cossette, 2010; Grégoire, Corbett et McMullen, 2011). Notre conception de l'action vient s'appuyer sur des travaux récents en entrepreneuriat telles que les approches interactionnistes (Johannisson, 1995; Steyaert et Landström, 2011), l'effectuation (Sarasvathy, 2001) ou encore l'action située (Schmitt, 2009; Dew et al, 2015). Cet agir entrepreneurial permet notamment d'assigner aux autres modèles leur logique et leur positionnement dans la recherche en entrepreneuriat, mais aussi de revisiter certaines notions et en faire émerger d'autres – comme les notions de vision, de cohérence, de scénario, de problématisation, d'hypothèses plausibles, de situation, etc. – qui sont intimement liées à l'idée d'action.

1. La recherche en entrepreneuriat : entre conséquences de l'action et acteur de l'action

Il serait très réducteur de dire que la notion d'action n'est pas présente dans les réflexions en entrepreneuriat. Bien au contraire, nous pouvons avancer sans hésitation que l'action est une dimension sous-jacente de l'entrepreneuriat. Par contre, il est important de souligner que la façon dont l'action a été envisagée dans les réflexions en entrepreneuriat conditionne fortement la représentation que nous avons pu avoir de ce concept. Plus que l'action elle-même ce sont les conséquences de l'action et l'acteur de l'action, donc l'entrepreneur, qui ont été largement mobilisés dans les recherches en entrepreneuriat. Ainsi, nous souhaitons montrer dans cette première partie de la communication que les réflexions en entrepreneuriat se sont construites autour d'une hypothèse implicite de séparation entre ces deux aspects : les conséquences de l'action et l'acteur de l'action, l'entrepreneur.

Cette séparation ne semble pas être uniquement le fait de l'entrepreneuriat. En effet, elle se retrouve plus généralement au niveau des sciences de gestion, mais aussi de l'économie ou encore de la psychologie (Joas, 1996). Elle traduit des postures de recherche différentes et relatives à la nature de l'agir. Deux questions dans le domaine de l'entrepreneuriat semblent bien traduire cette hypothèse implicite de séparation entre l'action et l'acteur : que fait l'entrepreneur ? (action) et qui est l'entrepreneur ? (acteur), renvoyant aux approches par les faits et l'approche par les traits. Ces deux questions nous permettent de sortir de la logique purement historique des réflexions en entrepreneuriat.

1.1 L'agir rationnel comme paradigme dominant et structurant de l'entrepreneuriat

À travers l'agir rationnel, nous proposons de regrouper les différentes recherches en entrepreneuriat qui portent sur les faits, c'est-à-dire sur les résultats de l'action de l'entrepreneur. Deux grandes périodes semblent se dégager. La première renvoie à l'approche économique traditionnelle de l'entrepreneuriat, soit l'apparition presque automatique des entrepreneurs lorsque une demande se manifeste¹, et la seconde porte sur ce qu'il est convenu d'appeler l'approche par les faits, mise en exergue par Gartner (1988 et 1990), et qui se résume à travers la question "que fait l'entrepreneur?". Cette notion de fait, se réfère, comme le montre Verstraete (1999), non seulement à la fonction de l'entrepreneur dans la société, mais aussi aux actions que celui-ci met en place. Cette place de l'action au niveau de l'entrepreneuriat se retrouve dès les fondements de la pensée économique classique à travers les travaux de Cantillon (1757) et de Say (1803). Cantillon ne se borne pas à une description macroéconomique des relations entre production, revenu, consommation, emploi et population (Dehem, 1984). Pour lui, fermiers, marchands, artisans, manufacturiers ont en commun d'assumer des risques. En effet, l'incertitude de la demande rend incertains leurs revenus : « On peut établir que, excepté le Prince et les propriétaires de terres, tous les habitants d'un État sont dépendants ; qu'ils peuvent se diviser en deux classes : à savoir en entrepreneurs et en gens à gages ; et que les entrepreneurs sont comme à gages à incertains, et tous les autres à gages certains pour le temps qu'ils en jouissent, bien que leurs fonctions et leur rang soient très disproportionnés » (Cantillon, 1755, p. 31). Say est plus connu pour la loi qui porte son nom, appelée aussi loi des débouchés, que pour sa contribution aux balbutiements de la théorisation de l'entrepreneuriat. Say prolonge la pensée de Cantillon, dans la mesure où il différencie l'entrepreneur et le capitaliste (Filion, 2015). Ainsi, pour

¹ Voir à ce propos en particulier l'analyse Hayek, 1945.

Say, l'entrepreneur n'est pas forcément celui qui détient le capital. Il est celui qui gère des ressources et prend des risques (financiers, techniques et humains). Pour reprendre les termes de Facchini (2007) : « La tradition ouverte par Say est, en ce sens, porteuse d'une forme de positivisme industriel » dans la mesure où entreprendre nécessite essentiellement de gérer les ressources. Ces deux auteurs ont pour particularité de considérer l'entrepreneuriat comme une activité de transformation d'un produit ou d'un service dans le but de le revendre et ce, en supportant le risque inhérent à cette transformation. La fonction reconnue à l'entrepreneur est une fonction charnière au niveau du marché économique. Charnière, car les actions de l'entrepreneur doivent permettre d'organiser et d'équilibrer le marché. Dans cette perspective, l'entrepreneur apparaît comme un régulateur du marché. L'entrepreneur a donc un rôle social. Les rares économistes qui se sont intéressés spécifiquement à l'entrepreneuriat par la suite, Schumpeter, Knight ou encore Kirzner, se sont largement inscrits dans cette perspective de l'action. Ils ont contribué à la sophistication dans la pensée économique de la fonction sociale de l'entrepreneur.

Du point de vue des théories de l'action, nous proposons de regrouper les réflexions portant sur ce que fait l'entrepreneur sous le vocable de l'agir rationnel. Ce vocable permet de compléter les approches de l'entrepreneuriat portant sur les faits « économiques » de l'entrepreneur. Il s'agit plus particulièrement d'insister sur la construction des théories en entrepreneuriat autour d'une abstraction : l'homo oeconomicus. Cette abstraction renvoie donc à une vision rationaliste du choix et de l'agir humain. Cette approche de l'entrepreneuriat a conditionné une grande partie de son développement et le conditionne encore actuellement. Bien souvent, les définitions proposées de l'entrepreneuriat portent sur ce que fait l'entrepreneur. Bien qu'on n'est jamais cessé de débattre du bien-fondé de cette abstraction, et notamment du statut logique de celle-ci, la recherche en entrepreneuriat trouve incontestablement son noyau paradigmatique dans la théorie de l'agir rationnel.

1.2 L'agir normatif : l'entrepreneur comme centre de l'action entrepreneuriale

Sans forcément s'affranchir d'un agir rationnel, les réflexions en entrepreneuriat se sont développées à travers d'autres domaines faisant émerger une posture par rapport à l'action différente d'autres domaines. Ce sont les psychologues qui vont imprégner fortement, à partir des années soixante-dix, la représentation de l'entrepreneuriat autour d'une théorie de l'action centrée essentiellement sur l'entrepreneur. Plus particulièrement, le courant behavioriste en psychologie s'est emparé de la question « qui est l'entrepreneur ? ». Dans les fondements mêmes du behaviorisme, l'objectif est de limiter l'action à des aspects observables et mesurables en réaction aux approches psychanalytiques notamment et le rejet de la conscience dans la compréhension de l'action. Il s'agit d'utiliser, pour comprendre l'entrepreneur, des modèles issus de la psychologie sociale et cognitive (Ajzen, 1991 ; Bandura, 1982 ; Learned, 1992 ; Krueger et Carsud, 1993 ; Boyd et Vozikis, 1994). Les travaux les plus reconnus dans ce domaine renvoient à la connaissance des traits de caractère. Ceux relevant de la théorie du comportement planifié (Ajzen, 1987 et 1991) sont les plus souvent cités. Les traits de caractère sont envisagés bien souvent indépendamment du contexte de l'entrepreneur et de son histoire ancienne et actuelle. Il s'agit de comprendre l'entrepreneur et de développer des approches permettant d'expliquer le profil psychologique de l'entrepreneur qui réussit en repérant notamment

dans une population les personnes qui sont plus susceptibles que les autres de créer une entreprise et donc les caractéristiques des créateurs qui ont réussi².

Ainsi, l'entrepreneuriat et la réussite entrepreneuriale se comprennent essentiellement à travers l'entrepreneur. L'action entrepreneuriale n'apparaît pas comme un facteur déterminant de cette réussite à la différence de l'intention ou des intentions (Bird, 1988 ; Ajzen, 1987 ; Fayolle et Gailly, 2009 ; Emin, 2004). Elle n'est que le résultat par rapport aux caractéristiques des entrepreneurs ; caractéristiques par ailleurs difficiles à préciser et à mesurer et qui changent plus ou moins rapidement avec l'expérience (Chell 2001). De ce fait, on peut penser que l'entrepreneur et son environnement sont largement indépendants. Mieux, que l'entrepreneur a une place dans la société tel un héros mythologique : il est là pour sauver l'économie de tous ses maux. On parlera dans ces conditions d'agir normatif. Cette approche réductrice et réductionniste de l'entrepreneuriat suppose que ces deux éléments doivent être envisagés de façon déconnectée, et que la relation de l'entrepreneur avec son environnement a été largement oubliée dans les travaux des chercheurs. En s'inscrivant dans un déterminisme, ces approches de l'entrepreneuriat ont perdu totalement de vue la liberté de choix et de décision qui caractérise l'homo œconomicus.

Pour conclure sur ces deux approches de l'action au niveau de l'entrepreneuriat, il faut souligner qu'elles agissent comme un phénomène de balancier où l'on passe des conséquences de l'action à l'acteur, l'entrepreneur. Toutefois, ces deux regards disciplinaires sur l'action sont restés largement séparés. Cela peut se comprendre par le fait que ce sont deux disciplines différentes qui ont porté la recherche en entrepreneuriat : l'économie et la psychologie. La recherche en entrepreneuriat s'est développée dans une clôture épistémologique par rapport à l'action. Elle s'est construite historiquement en écartant délibérément la question de l'action, dans une perspective de clôture épistémologique afin de simplifier l'objet et le champ de recherche (Lorino, 2005). Bien que cette fermeture puisse être, sur différents points, considérée comme féconde et structurante, elle n'en demeure pas moins à l'origine de séparations fortes et d'une vision mutilante de l'entrepreneuriat. La capacité de la recherche de s'affranchir de ces cadres paradigmatiques dominants est la clé d'une meilleure compréhension du phénomène complexe qu'est ce dernier. Il s'agit de donner droit de cité à l'action, à son interprétation par les acteurs et à la construction du sens de l'action dans l'action.

2. La révolution cognitive au service de l'action entrepreneuriale

Si aujourd'hui il est possible de proposer une approche plus englobante de l'entrepreneuriat, il a fallu pour cela attendre que le tournant « cognitiviste » eut suffisamment transformé ou dépassé l'agir rationnel et l'agir normatif pour que la recherche permette l'évolution notionnelle du concept de comportement au concept d'action et de sortir de l'abstraction de l'homo œconomicus. Trop longtemps, nous avons agi comme l'ivrogne qui cherche ses clés sous le lampadaire, car c'est le seul endroit où il y a de la lumière. L'action de l'entrepreneur apparaissait comme une boîte noire inaccessible. Il existe déjà des recherches qui s'inscrivent dans cette perspective de l'action. Elles sont toutefois partielles (Johannisson, 1995 ; Sarasvathy, 2001 ; Schmitt, 2009 ; Bréchet et Desreumaux, 2010 ; Steyaert et Landström, 2011). Ce qui nous permet de proposer un cadre plus large pour les

² Ajoutons que cette façon de voir l'entrepreneur répond encore à une forte demande des investisseurs et des politiques qui voudraient bien avoir des clefs pour mieux choisir ou pour mieux soutenir les entrepreneurs qui ont les meilleures chances de réussites de manière à diminuer leurs risques.

rassembler permettant d'avoir une vision plus englobante d'une théorie de l'action en entrepreneuriat. Comme le montrent Grégoire, Corbett & McMullen (2011) et Fillion (2012), la cognition entrepreneuriale est l'une des voies de recherche les plus prometteuses pour aborder l'entrepreneuriat (Filion, 2008 ; Jacquemin et Janssen, 2013). La recherche en entrepreneuriat à travers cette perspective cognitiviste est une voie d'affranchissement des approches portant sur les traits de l'entrepreneur et de celles liées aux faits de l'entrepreneur (Mitchell, et coll. 2002 ; Baron, 2004).

2.1 La cognition *située* de l'action entrepreneuriale

Le point de départ de cette remise en cause des approches rationnelles peut se situer au niveau des interactionnistes qui introduisent la dimension interprétative d'une action (Blumer, 1969). Ainsi, les entrepreneurs traitent les actions en fonction de ce qu'ils pensent qu'elles sont et seront et du sens subjectif qu'elles ont pour eux. Le sens n'est pas préétabli dans l'action. Ce sens des actions entrepreneuriales est introduit par des actes d'interprétation. À travers cette orientation interactionniste, des éléments de réponse par rapport au débat qui anime la communauté de recherche en entrepreneuriat sur l'origine des opportunités apparaissent (Alvarez et Barnay, 2007 ; Chabaud et Messeghem, 2010 ; Sarasvathy, 2014). Dans une perspective interactionniste, les opportunités sont construites³ par l'entrepreneur en fonction de l'environnement dans lequel il se trouve et de sa vision du futur plus ou moins partagée par son organisation et les parties prenantes (Vaghely et Julien, 2010) ; puisque ces opportunités s'appliqueront justement sur ce futur qui n'existe pas encore. L'approche phénoménologique est venue préciser cette orientation : l'entrepreneur n'analyse pas la situation dans laquelle il se situe ; il la constitue véritablement et la projette pour l'action et les résultats souhaités à venir. Ainsi agir équivaldrait à bien traiter une situation (Girin, 2011). À la différence de l'approche rationnelle, cela ne nécessite pas forcément une prise de conscience de la part de l'entrepreneur. À la question : comment agit l'entrepreneur ? la réponse, sans être explicite, s'incarne dans la manière dont l'entrepreneur fait ce qu'il a à faire, renvoyant à son expérience de la situation, expérience qui a nécessairement évolué. Parker (2006) explique d'ailleurs que l'entrepreneur s'appuie avant tout sur cette expérience pour continuer à agir, étant donné que l'information nouvelle est non seulement difficile à trouver mais demeure souvent encore plus difficile à évaluer.

L'ethnométhodologie (Garfinkel, 1967) permet d'aller encore plus loin dans la compréhension de la notion de l'action entrepreneuriale. Elle met en avant l'aspect situé de l'action. Les chercheurs ayant travaillé dans cette perspective considèrent que l'action n'est que très rarement clairement définie (Blumer, 1969 ; Berger et Luckmann, 1986). Elles demeurent en grande partie indéterminées, cette indétermination n'étant pas pour autant un handicap du point de vue pratique. Être situé, ce n'est pas être dans un système de possibilités, de limites et de contraintes que l'entrepreneur peut objectiver. Il s'agit plutôt de caractériser « l'attitude naturelle » de l'entrepreneur qui agit dans une dépendance à un contexte et une temporalité autour d'une finalité implicite.

L'action entrepreneuriale s'inscrit ainsi dans une théorie relationnelle (Goffman, 1974). C'est en ce sens que l'action est dite située, elle dépend des circonstances de l'activité. Ainsi « situé » s'oppose à

³ Et même si elles sont « trouvées » selon la vision de Kirzner, elles finissent nécessairement par être au moins en partie construites dans son application qui les fait évoluer à mesure que celle-ci se déroule.

« rationnel » : dans une perspective rationnelle et causale (Watson, 2013), l'action est déconnectée des circonstances liées à celles-ci. Dans une perspective entrepreneuriale située, les actions et leur contexte sont changeants, fugaces et uniques et surtout liés aux représentations. En ce sens, les représentations faites de l'action entrepreneuriale ne sont pas rationnelles (liées aux moyens par rapport aux causes), mais effectives (liées à la finalité par rapport aux conséquences possibles). Se retrouvent ici la notion de vision entrepreneuriale développée notamment par Fillion (1991) et les prémisses de l'approche effectuale développée notamment par Sarasvathy (2001 ; 2014)⁴. À partir des travaux de Suchman (1987), la problématique de la notion d'action a évolué. Son application aux recherches en entrepreneuriat amène, non plus à développer des recherches essayant d'abstraire l'action de ses circonstances et de la représenter comme un plan rationnel, mais plutôt d'appréhender la manière dont les entrepreneurs utilisent leurs situations pour effectuer une action intelligente (Fillion, 2004). Ce regard amène à concevoir, de manière nouvelle, la relation entre entrepreneur et action, battant en brèche encore une fois les modèles rationnels.

L'action apparaît comme une situation, autrement dit, comme une chose en devenir, se déroulant dans le temps, graduellement, orientée vers un état final futur, à travers un travail interne d'organisation et de corrections ou d'ajustements en cours de route. Elle n'est donc pas représentable à l'avance, car elle implique le traitement d'une infinité de contingences actuelles et futures liées au développement même des circonstances, et de la façon que l'entrepreneur les conçoit à partir de son expérience et de l'information qu'il obtient à mesure que l'action avance et se corrige (Parker, 2006). Ainsi l'idée de planification en entrepreneuriat perd de sa pertinence. Concrètement, cela se traduit par une remise en cause plus large de l'utilisation traditionnelle du plan d'affaires. Le plan d'affaires apparaît comme une action rationnelle alors que l'entrepreneur se trouve dans une action entrepreneuriale située. Ce qui requiert une improvisation (Julien et Brunelle, 2001). D'ailleurs, c'est l'engagement dans cet accomplissement qui fait apparaître, au fur et à mesure, les possibilités ou les alternatives effectives (Bird Schoohhoven et Romanelli, 2001). Ce caractère incertain et imprévisible de l'action impose une analyse en contexte. Celle-ci n'est pas de même nature que celle de l'entrepreneur au repos, avant ou après son engagement dans l'action. Alors que l'entrepreneur peut construire des plans de ce qu'il souhaite faire ou des comptes rendus rationnels de l'action, quand l'action se développe, cela n'est d'aucune utilité.

2.2 La cognition *distribuée* de l'action entrepreneuriale

De son côté, le développement de la cognition distribuée (Hutchins, 1995) met en lumière le fait que des individus travaillant en coopération sont susceptibles d'avoir des connaissances différentes. Pour les tenants de la théorie de l'action, une action entrepreneuriale se produit dès que deux ou plusieurs individus se trouvent liés de façon mutuelle et immédiate. Il n'en demeure pas moins que les pratiques entrepreneuriales amènent l'entrepreneur à être en présence d'individus nommés aussi parties prenantes (fournisseurs, clients, cadres et employés, partenaires, familles, financeurs,

⁴ Ajoutons que ce concept d'effectuation utilisé déjà par Gilles Deleuze (1953), remonterait à Merleau-Ponty. Deleuze (2002) l'utilise en particulier avec l'exemple de Francis Bacon qui, voulant pénétrer à l'intérieur du personnage qu'il veut peindre (donc avec un objectif clair), mais sans trop savoir comment, le construit chemin faisant à mesure qu'il avance dans sa peinture (selon les ressources qu'il possède), de manière à pouvoir, finalement, partager une *sensation* sur ce dernier entre lui et le spectateur (l'acheteur ou le consommateur dans le cas des PME, comme nous le montrons dans les parties qui suivent)

réseaux à signaux forts...). Il s'agit d'y voir l'apport de la cognition distribuée. La cognition distribuée vient compléter les travaux sur la vision entrepreneuriale (Filion, 1991) en introduisant la nécessité de traduire la vision de l'entrepreneur auprès des parties prenantes de l'action entrepreneuriale. La cognition distribuée met en lumière le fait que des individus travaillant en coopération sont susceptibles d'avoir des représentations différentes par rapport à une même action entrepreneuriale. Par exemple, les échanges permettent l'idéation (Vygotsky, 1978), c'est-à-dire de préciser une intuition ou une idée floue par les questions et réponses favorisant la réflexion. Et c'est la synthèse de l'effet de ces représentations les unes sur les autres tirées des discussions qui finalement aboutit à cette vision qui entraîne l'action et la justifie par la confiance que ce partage donne (que cela va marcher, puisque tous ou la plupart des participants y croient). D'autant plus que dans ce partage ou l'intercommunication, l'action est déjà présente, en marche, comme l'explique Habermas (1987). La théorie de la traduction (Callon et Latour, 1991) permet d'entrevoir l'action en fonction de la multiplicité de ces relations qui le constituent sous forme d'un réseau. Toutefois, si l'action nécessite la présence d'individus, une action n'est pas pour autant « ce dont un individu est conscient à un moment donné » (de Fornel et Quéré, 1999). Comme le précise Goffman (1974), « si toute situation demande à être définie, en règle générale, cette définition n'est pas inventée par ceux qui sont impliqués ». Cette définition peut ne pas passer par une réponse explicite, mais être incarnée dans l'action. L'entrepreneur construit une action entrepreneuriale et y participe sans toutefois en avoir conscience de façon claire et exhaustive. À partir des travaux de Le Moigne (1990) et de Morin (2008), il est possible de qualifier l'action entrepreneuriale de complexe, c'est-à-dire qu'elle se caractérise par un grand nombre d'interactions et d'incertitudes par rapport à leurs interactions mêmes et à leur évolution, ce qui nécessite un travail de représentation humaine. Il n'est donc pas possible de prendre en compte tous les éléments liés à l'action entrepreneuriale. Se met alors en place un travail d'intelligibilité de l'action par l'entrepreneur, l'amenant à se construire sa représentation de l'action. Bien souvent, l'entrepreneur se contente d'estimer correctement ce que l'action devrait être pour lui et d'agir en conséquence. Il s'agit de s'orienter vers des représentations et des actions satisfaisantes – au sens du « *satisficing* » (Simon, 1969). C'est l'aspect écologique de l'action entrepreneuriale qui s'ajuste en fonction de l'environnement interne et externe. Ce mécanisme d'adaptation, pour reprendre les travaux de ce dernier chercheur, correspond à une démarche de conception.

3. L'agir entrepreneurial pour comprendre l'action entrepreneuriale

Parler d'agir entrepreneurial, revient à envisager l'entrepreneur non plus de façon isolée, mais en relation avec son milieu ou son écosystème comme le suggèrent notamment Johannisson (1995) et Steyaert et Landström (2011). Selon cette approche, il ne s'agit pas de se concentrer sur l'entrepreneur, ce qui reviendrait à prolonger l'approche par les traits qui a dominé les travaux dans le domaine de l'entrepreneuriat dans les années 1980 comme nous l'avons expliqué. S'orienter vers l'agir entrepreneuriale a notamment pour intérêt d'envisager l'entrepreneur dans sa globalité et ses interactions à travers notamment ses pratiques. Ainsi, l'entrepreneur ne se définit pas par lui-même et il n'est pas plus un attribut de l'entrepreneuriat. Il se définit par les relations avec les autres dans un contexte d'interdépendance enrichissante à travers ses pratiques en action. Il s'agit donc bien de construire une représentation globale et dynamique de l'entrepreneuriat (Bygrave et Hofer, 1991).

3.1 Définition et déterminants de l'agir entrepreneurial

L'agir entrepreneurial pourrait se définir par des actions dans lesquelles un entrepreneur évolue de façon adaptative ou chemin faisant et auxquelles il a accès à travers ses représentations en relation avec son contexte à partir d'un futur souhaité en fonction de ses moyens et de ses fins. Cette conception considère l'agir entrepreneuriale comme un construit humain finalisé à travers les représentations des humains, en l'occurrence des entrepreneurs. L'agir entrepreneurial est vu comme une construction ciblée, façonnée par l'entrepreneur et ses relations avec son environnement et ses contacts ou ses réseaux ; il est ainsi le fruit d'une relation plus large que le sujet entretient avec le monde par ses actes. Au travers de cette relation, le sujet se construit, construit des artefacts, comme le projet entrepreneurial (Bréchet et Schieb-Bienfait, 2011), construit du sens et participe à la construction d'autrui en relation avec l'action. La relation à autrui est une notion importante d'agir entrepreneurial. Comme toute personne, l'entrepreneur ne peut se dissocier ni de lui-même, ni de son action en situation. L'entrepreneur et l'action participe au développement de l'agir de l'entrepreneur par adaptation de son intentionnalité (Berglund, 2007) et de ses actions à ses différents environnements. Comme évoqué précédemment, le sens n'est donc pas dans l'action ; il est introduit par des actes d'interprétation au fur et à mesure de l'évolution de l'action entrepreneuriale. L'agir entrepreneurial peut apparaître comme un maillon manquant dans la compréhension du phénomène entrepreneurial. Il s'inscrit dans ce que Venkataraman, et coll. (2012) appellent le développement « d'un nouveau lien autour de sens actions et de ses interactions »⁵.

Une caractéristique de l'agir entrepreneurial correspond à l'approche temporelle (Urban & Zuchella, 2011). Du point de vue temporel, la particularité de l'action entrepreneuriale est le lien fait entre la situation actuelle et la situation souhaitée future. Derrière ce lien, se retrouve la notion de conception développée par Simon (1969), où concevoir correspond à la capacité d'imaginer des dispositions visant à changer une situation existante en une situation préférée et où la capacité d'imaginer est le point de départ de l'agir entrepreneurial. À travers la relation entre le présent et le futur, l'action entrepreneuriale est envisagée comme l'ensemble des circonstances dans lesquelles l'entrepreneur se trouve, mais aussi des desseins de l'entrepreneur, notamment au travers de sa vision (Filion, 1991). Se retrouve ici l'importance de l'intentionnalité⁶ évoquée par Berglund (2007), c'est-à-dire à la prise de conscience de l'entrepreneur de sa capacité d'orienter ses actions vers un objet à construire à partir d'un écosystème constitué des parties prenantes de son projet. Cette notion renvoie à l'expérience de l'action de l'entrepreneur. Les travaux portant sur l'entrepreneurat envisagent de façon implicite une relation entre le présent et le futur de façon chronologique et linéaire. Cette façon d'aborder la temporalité provient d'une approche conventionnelle du temps allant du présent au futur. En agissant de la sorte, la démarche entrepreneuriale s'en trouve affectée : les études de marché sont faites dans cette perspective, dans une logique de transposition du présent au futur, voire du passé au futur.

⁵ Notre traduction de « a new nexus around actions and interactions ».

⁶ Il convient de ne pas confondre l'intention entrepreneuriale qui renvoie à une approche behavioriste de l'entrepreneurat où le comportement de l'entrepreneur peut être prédit (Shapero et Sokol, 1982 ; Bird, 1988 ; Krueger et Carsrud, 1993), relevant de l'agir normatif.

Le discours des entrepreneurs montre pourtant une tout autre relation au temps : le temps va du futur au présent dans une perspective itérative, de l'intentionnalité à l'action de façon itérative. L'entrepreneur décrit d'abord ce qu'ils souhaitent faire. Le point de départ, c'est le futur, plus exactement, la projection d'un produit ou d'un service dans un futur. Il est possible d'avancer que ce n'est pas le passé, mais le futur, qui détermine le présent, celui-ci déterminant lui-même le futur de façon interactive, comme l'explique la démarche prospective (Julien, Lamonde et Latouche, 1974).

Dans une perspective cognitive, l'agir entrepreneurial peut être considéré « comme la mise en ordre et l'organisation d'un monde constitué par nos expériences » (Glaserfeld, 1984). Il s'agit pour l'entrepreneur de construire du sens pour reprendre la terminologie employée par Weick (1989), ou encore de construire un problème, selon Dewey (1938). L'agir entrepreneurial apparaît comme une démarche néguentropique consistant à chercher, à organiser les choses par rapport à du désordre ou à des problèmes ressentis et, par conséquent, à leur donner du sens. C'est le cas de la vision construite par l'entrepreneur qui cherche à donner du sens à son présent par la projection d'un futur possible. Si, dans une approche rationnelle des situations entrepreneuriale, c'est une logique de résolution de problèmes qui prévaut, dans une approche située des situations entrepreneuriales, c'est une logique de problématisation qui est mise en place.

Toutefois, force est de constater le peu d'importance accordée aux outils dédiés à la problématisation, face à l'abondance de ceux dédiés à la résolution de problèmes. Or, problématiser ne s'improvise pas. Ces différents constats amènent à avancer qu'une grande partie des difficultés rencontrées par les entrepreneurs est plus liée à la problématisation qu'à la résolution de problèmes.

Les représentations jouent donc un rôle important, voire essentiel, dans l'agir entrepreneurial. Le rôle du chercheur s'en trouve modifié où l'objectif est de pouvoir « accéder » à l'expérience de l'entrepreneur à travers notamment ses représentations. L'entrepreneur, comme toute personne, « exprime sa connaissance de son expérience du réel sous la forme de constructions symboliques appelées représentations » (Avenier et Schmitt, 2007). Pour Simon (1996), les représentations que nous construisons de notre expérience dépendent à la fois du but recherché par cette construction de représentation (autrement dit de la manière dont nous avons formulé le problème à résoudre, c'est-à-dire d'une intentionnalité), et du contexte particulier dans lequel s'inscrit cette construction de représentation.

3.2 Agir entrepreneurial et nouvelles avenues de la recherche en entrepreneuriat

Le recours à l'agir entrepreneurial permet d'engager la recherche en entrepreneuriat dans de nouvelles voies. Ces voies pourraient porter sur la rationalité en jeu dans les situations entrepreneuriales et l'émergence de notions encore très peu mobilisées dans la recherche en entrepreneuriat. En ce qui concerne le type de rationalité en jeu, il ne s'agit pas de développer des rationalités substantielles portant sur le contenu et engendrant des outils à utiliser dans une situation déterminée, mais de développer des rationalités procédurales (Simon, 1969) voire une rationalité projective (Bréchet & Prouteau, 2010) plus aptes à modifier la manière d'agir au sens effectuel du terme (Sarasvathy, 2001 ; 2014). Cette notion est d'autant plus pertinente dans le domaine de l'entrepreneuriat que les actions entrepreneuriales sont des situations dites ouvertes, où il n'y a pas de solutions prédéterminées et encore moins de solutions optimales. Certains auteurs comme

Venkataraman et coll. (2012) vont jusqu'à proposer d'envisager l'entrepreneuriat comme une méthode de raisonnement à part entière.

L'agir entrepreneurial engendre aussi de nouvelles notions qu'il convient de s'en emparer pour faire avancer la connaissance dans ce domaine. Ainsi, la recherche d'actions satisfaisantes amène dans un premier temps la construction d'hypothèses, qui peuvent être qualifiées de plausibles pour l'entrepreneur. Comme le souligne Sarasvathy (2001), cette position est en accord avec celle du philosophe pragmatiste James. Dans la mesure où les réalités ne sont pas vraies, elles sont. Pour guider son action et construire sa vision, l'entrepreneur construit un scénario qui s'organise autour d'un jeu d'hypothèses plausibles liées à son expérience et aux potentialités offertes par ses réseaux, et cela par rapport au contexte dans lequel il se projette. Problématiser, c'est alors construire des hypothèses plausibles qui fournissent des « repères heuristiques destinés à éclairer l'entrepreneur dans sa réflexion et son action »⁷. La validation ou non de ces hypothèses plausibles amène à « tester » la robustesse de la vision. Cela revient à intégrer la vision entrepreneuriale dans un contexte présent pour voir sa validité par rapport aux représentations des parties prenantes et à la confiance en elle qu'elles fournissent. Cette robustesse ne peut pas s'envisager sans le lien avec la sérendipité d'un projet entrepreneurial (Dew, 2009). L'agir entrepreneurial favorise la confrontation des représentations des parties prenantes par rapport au « bricolage » dont les entrepreneurs font souvent preuve, notamment au début d'un projet (Tomasino, 2007; Fisher, 2012). La vision entrepreneuriale évolue en fonction de ces confrontations et de la robustesse du scénario proposé.

D'ailleurs, plus l'entrepreneur tarde à « tester » la robustesse de sa vision entrepreneuriale auprès des parties prenantes de son contexte, plus les problèmes rencontrés risquent d'être difficilement surmontables par rapport à la situation dans laquelle il se trouve. L'entrepreneur sera déjà bien avancé dans sa démarche, et la désillusion risque d'être grande. La robustesse apparaît alors comme une qualité qui peut et doit s'évaluer en amont de tout projet entrepreneurial. Cela correspond au management de projet à l'avant-projet (Asquin, et coll., 2012). Ce pan de la littérature reste encore largement absent de la recherche en entrepreneuriat. Encore une avenue de recherche possible introduite par l'agir entrepreneurial : la cohérence de l'action entrepreneuriale et, par la suite, le synchronisme envisagé. Trop souvent, l'évaluation d'une action entrepreneuriale porte sur la faisabilité ou non d'un projet entrepreneurial, mais rarement sur sa cohérence. Étant donné que l'action entrepreneuriale est un construit humain, il ne s'agit pas d'évaluer ce construit, mais sa cohérence et ce synchronisme. Sinon, le risque est grand de brider le projet non réalisable à première vue, quand bien même il serait porteur d'un fort potentiel. Comme l'action entrepreneuriale s'inscrit dans une logique située, il est important de développer des systèmes d'évaluation appropriés, plutôt que d'utiliser des systèmes d'évaluation basés sur une causalité linéaire (Sarasvathy, 2001).

Conclusion

Ces dernières années correspondent à un glissement au niveau de la façon d'aborder l'entrepreneuriat. Aborder l'entrepreneuriat par l'action permet de bien se rendre compte de ce glissement. Traditionnellement, les réflexions en entrepreneuriat se sont orientées vers

⁷ Une autre avenue de recherche qu'il serait intéressante à explorer serait la robustesse du scénario plus ou moins réfléchi et organisé ou plus ou moins intuitivement que l'entrepreneur construit en envisageant, par exemple, les conditions et les possibilités d'occurrence d'une opportunité importante qu'il prévoit appliquer.

l'entrepreneur et les conséquences de ses actions. Ainsi, l'entrepreneuriat pouvait se comprendre à travers soit l'agir rationnel qui a été le paradigme dominant de la recherche dans ce domaine depuis son début en se focalisant sur les conséquences de l'action de l'entrepreneur, soit l'agir normatif, les chercheurs ont cherché à définir les déterminants de l'entrepreneur. Face aux limites de ces différentes approches de l'entrepreneuriat, émerge depuis quelques années une approche qui peut être qualifiée d'agir entrepreneurial. Il s'agit de prendre en considération la dimension cognitive de l'entrepreneur à travers son action.

La volonté de (ré)introduire l'action au sein de la recherche en entrepreneuriat correspond à un besoin, sortir d'un angle mort (Bréchet, Desreumaux et Schieb-Bienfait, 2009), où les pratiques entrepreneuriales font les frais d'une recherche cloisonnée et cloisonnante. L'objectif est bien de s'intéresser à ces pratiques permettant de faire du lien entre l'action individuelle autour du sujet connaissant et l'action collective comme élément constitutif de la pensée et des actions individuelles (Hatchuel, 2005, Bréchet et Schieb-Bienfait, 2011).

L'objectif n'est pas de nier les approches qui ont structuré les recherches en entrepreneuriat jusqu'à aujourd'hui, mais plutôt de les compléter et de les faire cohabiter dans un ensemble plus global. Découle alors un certain nombre de questions : « Comment l'entrepreneur conçoit-il son projet général⁸ ? », « Comment envisage-t-il ses activités par rapport à son environnement ? », « Comment pense-t-il son devenir ? ». Ces différentes questions témoignent d'un glissement sémantique allant de la question du « quoi ? » à celle du « comment ? », en tenant compte aussi du « quand », soit le temps court et long ou encore le temps actuel et le temps futur.

Au final, ce glissement n'est pas neutre. Il ne s'agit pas de savoir ce que nous connaissons, mais plutôt de savoir comment nous connaissons, et agissons par la suite. En s'inscrivant dans le prolongement de l'approche effectuale en entrepreneuriat (Sarasvathy, 2001 ; 2014) et des sciences de l'artificiel (Sarasvathy, 2003 ; Venkataraman, et coll. 2012), la notion d'agir entrepreneurial permet de dégager des voies de recherche intéressantes pour la recherche en entrepreneuriat.

Reste aussi à vérifier si ces comportements sont généralisables à tous les entrepreneurs, quels que soient leur taille et le secteur dans lequel ils œuvrent (Arend, Hessamoddin et Burkemper, 2015) et surtout, dépendant du type d'entreprise créé et développé (Bruyat et Julien, 2001). Puisqu'en cela, Sarasvathy n'applique son analyse qu'à ce qu'elle appelle des « experts ». Nous avons travaillé avec de tels entrepreneurs qui inventent continuellement à mesure qu'ils avancent, notamment dans le cadre des travaux de la Chaire Bombardier (Julien et coll., 2003). Mais nous avons aussi rencontré d'autres entrepreneurs, notamment un qui œuvrait dans les produits publicitaires et un autre dans le domaine du façonnage de jambon, qui calculaient et planifiaient à peu près tout et qui géraient leurs employés d'une façon presque taylorienne. Ce dont Chandler et al. (2011) ou Alsos, et al. (2016) en expliquant que les deux processus sont possibles et peuvent même se compléter selon le type et l'importance des actions, mais aussi, par exemple, selon la personnalité de l'entrepreneur (Leitch et Harrison, 2016). Ce qui veut dire encore beaucoup de travail afin d'arriver à quelque chose de pleinement satisfaisant.

⁸ Au-delà des projets particuliers dont certains peuvent reposer sur une projection causale.

Références

- Ajzen, L. (1991). The theory of planned behaviour. *Organisational Behaviour and Human Decision Processes*, 50 (2), p. 179-211.
- Ajzen, I. (1987). Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of behavior in personality and social psychology. *Advances in experimental social psychology*, 20 (1), p. 2-63.
- Alvarez, S.A. et Barnay, J.B. (2007). Discovery and creation: Alternative theories of entrepreneurial action. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1 (1-2), p. 11-26.
- Arend, R.J., Hessamoddin S. et Burkemper, A. (2015). Effectuation as Ineffectual? Applying the 3E Theory-Assessment Framework to a Proposed New Theory of Entrepreneurship. *Academy of Management Review*, 40 (6), p. 630-651.
- Asquin, A., Condor, R. et Schmitt, C. (2012). Pour la mobilisation de la notion de projet dans la recherche en entrepreneuriat. *Revue de l'entrepreneuriat*, 10 (2), p. 7-14.
- Bandura, A. (1982). Self efficacy mechanism in human agency. *American Psychologist*, 37 (2), p. 122-147.
- Baron, R.A. (2004). The cognitive perspective: a valuable tool for answering entrepreneurship's basic why questions. *Journal of Business Venturing*, 19 (2), p. 221-239.
- Berger, P. et Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality*. New-York, Doubleday.
- Berglund, H. (2007). Researching entrepreneurship as lived experience. Dans Neergaard, H. et Ulhøi, J. (dir.), *Handbook of Qualitative Research Methods in Entrepreneurship*, Cheltenham, Edward Elgar, p. 75-93.
- Bird Schoohhoven, C. et E. Romanelli. (2001). *The entrepreneurship dynamic*, Stanford University Press.
- Bird, B.J. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention. *Academy of Management Review*, 13 (3), p. 442-453.
- Bruyat, C. et P.A. Julien. (2001), Defining the field of research in entrepreneurship », *Journal of Business Venturing*, 16 (2), p. 17-27.
- Blumer, H. (1969), *Symbolic Interactionism*. Berkley, University of California Press.
- Boyd, N.G. & Vozikis, G.S. (1994). The Influence of Self-Efficacy on the Development of Entrepreneurial Intentions and Actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18 (4), p. 63-77.
- Bréchet, J.-P. et A. Desreumaux (2010). Agir projectif, action collective et autonomie. *Management International*, 14 (4), p. 11-21.
- Brechet, J.-P. et L. Prouteau (2010). À la recherche de l'entrepreneur. Au-delà du modèle du choix rationnel, une figure de l'agir projectif. *Revue française de socio-économie*, n° 6, 109-130.
- Brechet, J.-P. et N. Schieb-Bienfait (2011). Logique d'action et projet dans l'action collective; réflexions théoriques comparées. *Revue Finance, Contrôle, Stratégie*, 14(1), p. 101-129
- Bréchet, J.-P. et N. Schieb-Bienfait (2011). L'entrepreneuriat confronté au pluralisme théorique. La nécessité d'une project-based view. *Revue de l'entrepreneuriat*, 10 (2), p. 24-44.
- Brechet, J.-P., A. Desreumaux, et N. Schieb-Bienfait (2009). Les figures de l'entrepreneur dans une théorie de l'action fondée sur le projet. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 8(1), 37-54
- Bygrave, W.D. et C.W. Hofer (1991). Theorizing about entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16 (2), p. 13-22.
- Callon, M. et B. Latour (1991). *La science telle qu'elle se fait*. Paris, La Découverte.
- Cantillon, R. (1755/1997). *Essai sur la nature du commerce en général*. Nouvelle impression basée sur le texte original, Paris, Institut national d'études démographiques.
- Chabaud, D. et K. Messeghem (2010). Le paradigme de l'opportunité. *Revue française de gestion*, 206(7), p. 93-112.
- Chell, E. 2001). *Entrepreneurship: Globalization, Innovation and Development*. Londres, Thompson Learning.
- Cossette, P. (2010). Usages du concept de cognition dans les travaux de recherche sur l'entrepreneuriat. *Revue internationale PME*, 23 (1), p. 9-32.
- Dehem, R. (1984). *Histoire de la pensée économique*, Paris, Dunod, 1984.
- Deleuze, G. (1953). *Empirisme et subjectivité. Essai sur la nature humaine selon Hume*. Paris, PUF.
- Deleuze, G. (2002). *Francis Bacon, logique de la sensation*. Réédition, Paris, Seuil.
- Dew, N. (2009). Serendipity in entrepreneurship. *Organization Studies*, 30, p.735-753.

- Dew, N., D. Grichnik, K. Mayer-Haug, S. Read et J. Brinckmann (2015). Situated Entrepreneurial Cognition. *International Journal of Management Reviews*, 17 (2), p. 143-164.
- Dewey, J. (1938). *Logic : the theory of inquiry*. Holt, Rinehart and Winston, New York.
- Emin, S. (2004). Les facteurs déterminant la création d'entreprise par les chercheurs publics : application des modèles d'intention. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 3 (1), p. 1-20.
- Facchini, F. (2007). L'entrepreneur comme un homme prudent. *Revue des Sciences de Gestion*, n° 226-227, p. 29-39.
- Fayolle, A. et B. Gailly (2009). Evaluation d'une formation en entrepreneuriat : prédispositions et impact sur l'intention. *M@n@gement*, 12(3), p. 176-203.
- Filion, L.-J. (1999). *Tintin, Minville, l'entrepreneur et la potion magique*. Les grandes conférences, Presses HEC.
- Filion, L.J. (2004). Operators and visionaries: differences in the entrepreneurial and managerial systems of two types of entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 1 (1/2), p. 35-55.
- Filion, L.J. (2015). Jean-Baptiste Say. Les premiers fondements de l'exercice du métier d'entrepreneur. Dans K. Messeghem et O. Torrès, *Les grands auteurs en entrepreneuriat et PME*. Paris, Éditions EMS, p. 67-85.
- Fisher, G. (2012). Effectuation, causation, and bricolage: A behavioral comparison of emerging theories in entrepreneurship research, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36 (5), p. 1019-1051
- Fornel, M. et L. de Quéré (1999). *La logique des situations, nouveaux regards sur l'écologie des activités sociales*. Paris, Éditions de l'École des Hautes Études en sciences sociales.
- Garfinkel, H. (1967). *Studies in Ethnomethodology*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs (NJ).
- Gartner, W.B. (1988). Who is an Entrepreneur? Is the Wrong Question. *American Journal of Small Business* 12 (1), p. 11-22.
- Gartner, W.B. (1990). What are we are Talking about when we Talk about Entrepreneurship. *Journal of Business Venturing* 5 (1), p. 15-29.
- Girin, J. (2011). Empirical analysis of management situations: Elements of theory and method, *European Management Review*, 8 (2), p. 197-212.
- Glaserfeld, E. von, (1984). An introduction to radical constructivism. Dans P. Watzlawick, P. (Ed.) *The invented reality*, Norton, New York, p.17-40.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. London, Harper and Row.
- Grégoire, D.A., A.C. Corbett et J.S McMullen (2011). The cognitive perspective in entrepreneurship: an agenda for future research. *Journal of Management Studies*, 48 (6), p. 1443-1477.
- Grégoire, D.A., J. Cornelissen, D. Dimov et E. van Burg (2015). The mind in the middle: Taking stock of affect and cognition research in entrepreneurship. *International Journal of Management Reviews*, 17 (2), p. 125-142.
- Habermas, J. (1987). *Théorie de l'agir communicationnel*. Paris: Fayard.
- Hatchuel, A. (2005). Pour une épistémologie de l'action. L'expérience des sciences de gestion. Dans Teulier R. et Lorino P., *Entre connaissances et organisation : l'activité collective*, p. 73-92.
- Hayek, F. (1945). The use of knowledge in society. *American Economic Review*, 35(4), p. 519-530.
- Hutchins, E. (1995). *Cognition in the Wild*. Cambridge, MA, MIT Press.
- Jacquemin, E. et F. Janssen (2013). La cognition de l'entrepreneur: Recherche interdisciplinaire et pratiques d'enseignement. Une interview du professeur Norris F. Krueger, Jr.. *Revue de l'entrepreneuriat*, 12 (1-2), p. 171-177.
- Joas, H. (1996). *The Creativity of Action*. Chicago, Chicago University press.
- Johannisson, B. (1995). Entrepreneurship networking in the Scandinavian context: theoretical and empirical positioning. *Entrepreneurship and Regional Development* 7 (2), p. 189-192.
- Johannisson, B. (2011). Towards a practice theory of entrepreneuring. *Small Business Economics*, 36(2), p. 135-150.
- Julien, P.-A. et Brunelle, L. (2001). The gazelles, the jazz band metaphor and further: a case study, Portorož, Ljubljana, Slovénie. *2nd International Conference on Dynamic Enterprises*.
- Julien, P.A., L. Raymond, R. Jacob et Abdul-Nour, G. (2003), *L'entreprise-réseau. Dix ans d'expérience de la Chaire Bombardier*. Québec, Presses de l'Université du Québec.
- Julien, P.A., P. Lamonde et D. Latouche (1974). *La méthode des scénarios. Une réflexion sur la démarche et la théorie de la prospective*. Paris, La documentation française.

- Krueger, N.F. et A.L. Carsrud (1993). Entrepreneurial intentions: Applying theory of planned behaviour, *Entrepreneurship and Regional Development*, 5 (3), p. 315-330.
- Le Moigne J.-L. (1990). *La modélisation des systèmes complexes*. Dunod, Paris.
- Leitch, C.M. et R.T. Harrisson (2016), Identity, identity formation and identity work in entrepreneurship: conceptual development and empirical application, *Entrepreneurship and Regional Development*, 28 (3-4), p. 177-188.
- Learned, K.E. (1992). What happened before the organization? A model of organization formation. *Entrepreneurship Theory Practice*, 17(1), p. 39-48.
- Lohrke, F. et H. Landström (2010). History matters in entrepreneurship research. Dans Landström, H. et F. Lohrke, *Historical Foundations of entrepreneurship research*. Edward Elgar, p. 1-11.
- Lorino, P. (2005). Théories des organisations, sens et action : le cheminement historique, du rationalisme à la genèse instrumentale des organisations. Dans Teulier R. et Lorino P., *Entre connaissances et organisation : l'activité collective*, p. 54-71.
- Mises, L., von (1985). *L'action humaine, traité d'économie*, Paris, Presses universitaires de France.
- Mitchell, R.K., L.W. Busenitz, T. Lant, T., P.P. McDougall, E.A. Morse et J.B. Smith (2002). Toward a theory of entrepreneurial cognition: rethinking the people side of entrepreneurship research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27 (1), p. 93-104.
- Morin, E. (2008). *On Complexity*. Cresskill, NJ, Hampton Press.
- Parker, S.C. (2006). Learning about the unknow: How fast do entrepreneurs adjust their belief ?. *Journal of Business Venturing*, vol. 21 (1), p. 1-26.
- Sarasvathy, S. (2001). Causation and Effectuation: Toward a Theoretical Shift from Economic Inevitability to Entrepreneurial Contingency. *Academy of Management Review*, 26(2), p. 243-263.
- Sarasvathy, S.D. (2003). Entrepreneurship as a science of the artificial. *Journal of Economic Psychology*, 24 (2), p. 203-220.
- Sarasvathy, S.D. (2014). The downside of entrepreneurial opportunities. *M@n@gement*, 17(4), p. 305-315.
- Say, J.B. (1803). *Traité d'économie politique ou simple exposition de la manière dont se forment, se distribuent et se composent les richesses*. 1^{ère} édition, Paris, Imprimerie de Crapelet.
- Schmitt, C. (2009). Les situations entrepreneuriales: proposition d'une nouvelle grille d'analyse pour aborder le phénomène entrepreneurial. *Revue économie et sociale*, no 3, p. 11-25.
- Schmitt, C. (2015), *L'agir entrepreneurial, repenser l'action des entrepreneurs*. Presses de l'Université du Québec, Québec.
- Shapero, A., et L. Sokol (1982). The Social Dimensions of Entrepreneurship. Dans C. Kent, et al. (Dir.) *The Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice -Hall, p. 72-90.
- Simon, H. A. (1996). *The sciences of the artificial*. Cambridge: MIT Press.
- Steyaert, C. (2007). Entrepreneurship as a conceptual attractor? A review of process theories in 20 years of entrepreneurship studies. *Entrepreneurship & Regional Development*, 19 (6), p. 453-477.
- Steyaert, C., et H. Landström (2011). Enacting entrepreneurship research in a pioneering, provocative and participative way: On the work of Bengt Johannisson. *Small Business Economics*, 36(2), p. 123-134.
- St-Pierre, J. et Fourcade, C. (2010). Réflexion sur la recherche en PME et sa légitimité dans le domaine des sciences sociales, *Economie et Société, Série K*, n°20, p. 221-250.
- Suchman, L.A. (1987). *Plans and situated actions: The problem of human-machine communications*. Cambridge, UK, 1987.
- Tomasino, D. (2007). The psychophysiological basis of creativity and intuition: accessing 'the zone' of entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 4 (5), p.528 - 542.
- Urban, S. et Zucchella, A. (2011). Building the future through real value creation and innovation: achieving competitiveness in a chaotic world. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 13 (2), p.126 - 149.
- Vaghely, I.P. et P.A. Julien (2010), Are opportunities recognized or constructed? An information perspective on entrepreneurial opportunity recognition, *Journal of Business Venturing*, 25 (1), p. 73-86.
- Venkataraman, S., Sarasvathy, S. D., Dew, N. et Forster, W. (2012). Whither the promise? Moving forward with entrepreneurship as a science of the artificial. *Academy of Management Review*, 37 (1), p. 21-33.
- Verstraete, T. (1999). *Entrepreneuriat, connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes*. Paris, L'Harmattan.
- Verstraete, T. et Fayolle, A. (2005). Paradigmes et entrepreneuriat. *Revue de l'entrepreneuriat*, 4 (1), p. 33-52.

- Vygotsky, L.S. (1978). *Mind in society : The development of higher psychological process*. Cambridge, Presses de l'Université Harvard, cité par Magarian, J.L. (2012). L'entrepreneur et l'activité d'idéation. Dans C. Schmitt et Lièvre P. (coll.). *Nouvelles perspectives en entrepreneuriat*. Nancy, Presses universitaires de Lorraine.
- Watson. T.J. (2013), Entrepreneurship in action. Bridging together the individual, organization and institutional dimension of entrepreneurial action », *Entrepreneurship and Regional Development*, 25 (5-6), p. 177-188.
- Weick, K. E., (1999). Theory Construction as Disciplined Reflexivity: Tradeoffs in the 90's. *Academy of Management Review*, 24 (4), p. 797-806.