

---

# Entreprendre & Innover

**Appel à contribution**  
**Numéro spécial 2025/ 3 (64)**

**Le cœur a ses raisons et pourtant la raison l'emporte (souvent).**  
*Une exploration des neurosciences au service de l'entrepreneuriat et de ses rationalités*

**Éditeurs :**

Thierry Levy-Tadjine<sup>1</sup>, Olga Bourachnikova<sup>2</sup>, Emmanuelle Daparo<sup>3</sup>,  
Mouhoub Hani<sup>4</sup>, Lyna Saleh<sup>5</sup>

## **Objectif de l'appel à contributions**

L'entrepreneur (comme d'ailleurs tout citoyen ou consommateur) est-il d'abord mû par sa raison ou par son émotion ? Le cœur et l'affect l'emportent-ils ? Ou au contraire, y a-t-il rationalisation du choix ? La question qui est au cœur de toute décision importante (un changement de carrière ; une expatriation, un engagement amoureux...) l'est a fortiori pour l'entrepreneur. Un des psychanalystes les plus célèbres et les plus lus (Damasio, 2004) refuse d'ailleurs de trancher le débat en donnant raison à Spinoza pour avoir réussi à rapprocher émotion et raison. Une analyse renforcée par les travaux de Kahneman (2016) qui décrit un paradigme décisionnel basé sur un système binaire : le Système 1 est intuitif (rapide/émotionnel) –c'est le registre de l'émotion- alors que le Système 2 est plutôt basé sur la veille et la planification (lent/réfléchi mais aussi plus fiable puisqu'il repose sur un raisonnement logique et analytique). De fait, comme le note Houdé (2019), notre cerveau privilégie l'un ou l'autre de ces raisonnements suivant les situations. Face à des choses qui semblent routinières, il privilégiera le système 1. Face à des problèmes nouveaux, il pourra valoriser le système 2. Cette 'binarisation' stigmatisée des comportements n'est pas sans rappeler en entrepreneuriat, l'opposition entre logique effectuable et logique causale alors même que les chercheurs et les praticiens montrent que les deux logiques peuvent se combiner en alternance. Sur le fond, l'interaction des deux systèmes a été démontrée. Le système 1 émet des suggestions d'acquisition de règles à destination du système 2 qui pourra les valider et en faire de futures heuristiques (Tourbier, 2022, p.104-105). En outre, Houdé (op.cit., P.13) suggère que l'intelligence émotionnelle (qu'il qualifie de système 3) puisse servir d'arbitre neuronal et permettre le basculement du système 1 au système 2 ou inversement. Ces basculements énigmatiques en contexte entrepreneurial sont naturellement au cœur de ce

---

<sup>1</sup>Maitre de Conférences HDR, Université Paris 8, [thierry.levy02@univ-paris8.fr](mailto:thierry.levy02@univ-paris8.fr)

<sup>2</sup>Chercheure, coach, entrepreneure, co-fondatrice de l'école Stasbourg Team Academy et Mana Mana coopérative, [olga@manamana.fr](mailto:olga@manamana.fr)

<sup>3</sup>Entrepreneure ; Doctorante, Université Paris 8, [emmanuelledaparoboeuf@gmail.com](mailto:emmanuelledaparoboeuf@gmail.com)

<sup>4</sup>Maitre de Conférences, Université Paris 8, [mouhoub.hani@univ-paris8.fr](mailto:mouhoub.hani@univ-paris8.fr)

<sup>5</sup>Enseignant chercheur, ASCENCIA Business School, [lynasaleh@gmail.com](mailto:lynasaleh@gmail.com)

numéro. On peut se demander si avec le développement des recherches en neurosciences, on parvient à dépasser ce dilemme et ce qu'il en résulte pour l'entrepreneur.

La neuroscience est une discipline apparue dans les années 60 aux États-Unis. Son but est de comprendre les mécanismes biologiques des comportements humains des plus simples aux plus élaborés qui mobilisent tous une activité mentale. Chaque acte que nous effectuons (ramasser un crayon, écrire au tableau, sourire, rencontrer un banquier, prospecter un client, etc.) est une performance liée à une partie bien délimitée du cerveau (Cohen, 1993). Dans le prolongement de ce constat et des travaux sur la neuro-économie (Schmidt, 2010), on pourrait alors penser que plusieurs rationalités, aussi bien émotionnelles que cognitives, sont à l'œuvre et parfois en concurrence dans le comportement entrepreneurial. Par exemple, soumis à un jeu expérimental (Levy-Tadjine, 2012), les entrepreneurs font des choix spécifiques en révélant un rapport au risque et à la rationalité différent de l'approche conventionnelle. A ce sujet, la littérature antérieure atteste abondamment d'un relatif sur-optimisme des entrepreneurs (Busenitz et Barney, 1997 ; Townsend, Busenitz & Arthurs, 2010). Dans le même temps, on constate en situation de crise et, chez certains dirigeants de PME, comme de l'aveuglement, voire une incapacité à prendre des décisions qu'ils savent prendre en temps ordinaires. Ils sont alors comme paralysés par l'enjeu, leurs décisions semblent biaisées et empreintes de fatalisme.

Récemment, des recherches ont commencé à adopter une perspective biologique pour appréhender l'entrepreneuriat en examinant les prédispositions génétiques à l'activité entrepreneuriale (Nicolaou et Shane, 2013). En revanche, malgré cet engouement croissant, le recours aux neurosciences (une dimension clé de la perspective biologique) reste toujours limité. Par exemple, de Holan (2014) s'étonne de l'absence de contributions analysant la corrélation entre les mécanismes neuronaux et la prise de décisions entrepreneuriales. Dans cette voie, certains chercheurs s'intéressent à l'approche neuro-entrepreneuriale de la prise de décision (de Holan, 2014 ; Tracey et Schlupeck, 2014 ; Krueger et Welpé, 2014). Certains travaux dans le champ de l'entrepreneuriat s'imprègnent ainsi davantage de la perspective cognitive des neurosciences (Laureiro-Martínez et al., 2015 ; Wiklund et al. 2018 ; Schmitt et Grégoire, 2019 ; Garcia et al., 2019). Toutefois, bien que les recherches mobilisant la dimension cognitive pour expliquer le comportement entrepreneurial soient nombreuses, celles visant à comprendre le rôle que jouent l'affect ou une apparente irrationalité (au regard de la rationalité classique en économie) dans le processus entrepreneurial, demeurent quant à elles très limitées (Arend, 2020 ; Bernoster et al., 2020 ; De Massis, 2012 ; Hayton et Cholakova, 2011 ; Baron, 2008).

Les limites de la théorie classique de la rationalité et de la décision (Bensebaa et Dandelot, 2013) qui se focalisent sur un individu doté de capacités cognitives surdéveloppées ont suscité en nous la curiosité de voir la part du cognitif et de l'affectif dans les décisions entrepreneuriales. Par exemple, dans le domaine de l'entrepreneuriat familial, l'affectif serait un élément non négligeable de la prise de décision. Par ailleurs, des "business angels" témoignent que certaines de leurs décisions de financement, assumées d'ailleurs comme telles, relèvent davantage de l'affect ("coup de cœur") que du rationnel ou du cognitif. Cet appel à contribution vise donc à comprendre le comportement affectif des entrepreneurs qui semble échapper à la rationalité classique (plutôt intuitifs, certains fonctionnent au flair...). Dans la littérature entrepreneuriale, ce questionnement peut renvoyer à l'opposition entre la logique causale et la logique effective telle que proposée par Sarasvathy (2001).

Le projet vise également à prolonger des travaux antérieurs ayant mis en avant une dimension intersubjective qui nous paraît aussi importante (Dubocage et Rivaud-Danset, 2002). Dans ce

sens, nous pouvons distinguer une approche de la décision : (1) subjective (en entrepreneuriat, est-ce que ce projet me séduit ? Si je suis banquier, est-ce que je le mets sur la première pile des projets à étudier pour financement ?), (2) objective basée sur des outils et des règles (pour financer ou non, le banquier se fonde sur le business plan et quelques ratios) ou encore (3) intersubjective qui renvoie à la rationalité mimétique (Gomez, 1996) où il y aura un biais de rationalité apparent car on va imiter l'autre (Dubocage, 2006) en se référant aux normes de la société pour prendre la décision (Klennert et al., 1986).

Parallèlement, on pourrait distinguer : (1) la rationalité classique (à la Simon), (2) la rationalité stratégique qui intègre l'interaction (à la Harsanyi) et enfin, (3) la rationalité cognitive qui va au-delà en intégrant les sophismes de composition (Levy-Tadjine, 2008). Comment l'entrepreneur jongle-t-il avec ces niveaux de rationalité ? Comment passe-t-il ou non d'un registre à l'autre ? C'est aux réponses à ces questions, dans le prolongement du colloque *3<sup>rd</sup> Workshop on Neurosciences, Strategy and Entrepreneurship* (<https://2024-ascencia-paris8.sciencesconf.org/>) que le numéro spécial entend contribuer.

### **Thèmes et questions à aborder**

L'objectif du présent numéro spécial de la revue *Entreprendre & Innover* est de construire une passerelle entre les neurosciences et l'entrepreneuriat en encourageant un nouveau regard sur les pratiques entrepreneuriales. Les propositions pourront s'articuler autour des questions ci-dessous (sans être exhaustif) :

- Comment les émotions ou l'affect participent-ils à la prise de décision ? Comment les émotions et la rationalité cognitive s'articulent-elles ou se télescopent-elles ? Par exemple, en situation de crise, de résilience entrepreneuriale, du parcours de l'entrepreneur, sur le chemin de construction du projet entrepreneurial, etc.

- Comment les différentes approches des neurosciences peuvent-elles contribuer à enrichir les connaissances et les pratiques des coaches, des accompagnateurs, des enseignants pour mettre en place des programmes adaptés et personnalisés pour les entrepreneurs ? Comment les différents outils pédagogiques favorisent-ils les apprentissages et l'agir entrepreneurial ? Par exemple, en quoi l'environnement social, la présence des figures et références d'exemplarité, la manière d'accompagner et d'encadrer les entrepreneurs influent-ils sur les résultats attendus (que ce soit sur l'intention d'entreprendre, sur le développement des compétences entrepreneuriales, sur la concrétisation du projet, etc.) ?

- Apprendre c'est se tromper..., l'échec est-il le levier de la réussite ? Si oui, en quoi ? Y-a-t-il des neuro-mythes « à briser » autour de l'entrepreneuriat ? Peut-on faire de l'échec, un levier d'apprentissage ou une source d'opportunité entrepreneuriale ? En quoi les différentes démarches d'accompagnement, les méthodes et les techniques mobilisées en cas d'échec peuvent-elles faciliter le rebond ? Permettent-elles d'éclairer les risques de dérapage ou d'addiction chez certains entrepreneurs ?

**Contact :** [thierry.levy02@univ-paris8.fr](mailto:thierry.levy02@univ-paris8.fr)

### **Colloque du 22 mars 2024**

Comme annoncé dans le texte, le numéro spécial vient en prolongement du colloque organisé le 22/03/24 à Paris-La Défense et au cours duquel ce numéro spécial a été présenté. Certaines

des thématiques présentées ci-dessus ont été discutées par des enseignants-chercheurs issus de différentes disciplines (sciences de gestion, droit, économie, philosophie, psychologie...) et également par des praticiens (entrepreneurs, coachs, accompagnateurs ...).

### **Ligne éditoriale de la revue *Entreprendre & Innover***

La revue *Entreprendre & Innover* est une revue de vulgarisation de haut niveau dans le domaine de l'entrepreneuriat et de l'innovation éditée par DeBoeck Université. Son ambition est de mettre à la portée d'un lectorat de cadres, entrepreneurs, professionnels des réseaux de création d'entreprises et dirigeants d'entreprises, des articles originaux, solides sur le plan scientifique et innovants sur le plan des idées exprimées.

La revue est ouverte à TOUTES les disciplines et à TOUS les points de vue qui s'intéressent à l'entrepreneuriat et à l'innovation. Dans la mesure où cette revue s'adresse en priorité à des praticiens, nous restons attentifs à ce que les contributions aient une préoccupation d'applications pratiques, d'implications entrepreneuriales et/ou de recommandations en matière politique. Dans cet esprit, les contributions devront :

- avoir une section faisant explicitement référence à ces préoccupations : le lecteur doit toujours pouvoir se dire en fin de lecture : et alors ? en quoi cet article m'aide-t-il à agir ou à mieux réfléchir pour mon action future ? Adopter un langage plus concret et opérationnel qu'il n'est d'usage dans les revues académiques : la théorie ne doit pas être absente mais vulgarisée, c'est-à-dire traduite en termes simples. Les concepts abstraits doivent être explicités et/ou illustrés par des exemples pratiques.

- ne pas accumuler les références scientifiques : le but est de choisir quelques auteurs de référence utiles pour comprendre le propos, non de montrer l'exhaustivité de la littérature académique sur le sujet

Le détail des consignes aux auteurs est disponible sur le site de la revue (<https://entreprenreetinnover.com/>) dans la rubrique « Comment contribuer ». Il est impératif de les respecter lorsque vous envoyez votre soumission.

Merci d'envoyer votre soumission sur la plateforme de soumission de la revue : (<https://eeti.manuscriptmanager.net>)

#### **Calendrier et dates clefs :**

1. **Soumission des manuscrits (Version 1)** : 15 novembre 2024
2. **Décision des éditeurs invités - desk reject** : 01 décembre 2024
3. **Premier tour d'évaluation** : du 01 décembre 2024 au 15 janvier 2025
4. **Reprise des manuscrits par les auteurs (version 2)** : du 30 janvier 2025 au 20 avril 2025
5. **Second tour d'évaluation** : du 30 avril 2025 au 10 juin 2025
6. **Finalisation de détail (15 jours)** : du 15 juin 2025 au 30 juin 2025
7. **Edition et publication** : septembre 2025

## Références bibliographiques

- Arend, R. J. (2020). The roles of thought and affect on entrepreneurship—A new hope. *Journal of Business Venturing Insights*, 14, e00188.
- Baron, R. A. (2008). The role of affect in the entrepreneurial process. *Academy of management Review*, 33(2), 328-340.
- Bensebaa, F., & Dandelot, D. (2013). A-t-on vraiment besoin de plus de rationnel dans l'organisation?. *Revue internationale de psychosociologie et de gestion des comportements organisationnels*, 19(48), 291-311.
- Bernoster, I., Mukerjee, J., & Thurik, R. (2020). The role of affect in entrepreneurial orientation. *Small Business Economics*, 54(1), 235-256.
- Busenitz LW, Barney J.B. (1997). Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: biases and heuristics in strategic decision-making. *Journal of Business Venturing*, 12(1): 9–30.
- Cohen H. (Ed). (1993). *Neuropsychologie expérimentale et clinique*. Paris : Gaétan Morin éditeur.
- Damasio A.R. (2004) *Spinoza avait raison*, Odile Jacob, Paris.
- De Holan, P. M. (2014). It's all in your head: Why we need neuroentrepreneurship. *Journal of Management Inquiry*, 23(1), 93-97.
- De Massis A. (2012). Family Involvement and Procedural Justice Climate among Non-Family Managers: The Effects of Affect, Social Identities, Trust and Risk of Non-Reciprocity. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 36(6): 1227-1234.
- Dubocage, E. (2006). L'évaluation de la "start-up" par le capital-risqueur entre objectivité, jugement et mimétisme. *Vie Sciences de l'Entreprise*, (4), 9-18.
- Dubocage, E., & Rivaud-Danset, D. (2002). L'organisation des échanges sur le marché du capital-risque. *Revue d'Economie Industrielle*, 101(1), 31-46.
- Garcia, P. R. J. M., Sharma, P., De Massis, A., Wright, M., & Scholes, L. (2019). Perceived parental behaviors and next-generation engagement in family firms: A social cognitive perspective. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(2), 224-243.
- Gomez P.Y. (1996), *Le gouvernement de l'entreprise*, InterEditions, Paris.
- Hayton, J. C., & Cholakova, M. (2012). The role of affect in the creation and intentional pursuit of entrepreneurial ideas. *Entrepreneurship theory and practice*, 36(1), 41-67.
- Houdé O. (2019), *Comment raisonne notre cerveau*, PUF, Paris.
- Kahneman D. (2016), *Système 1, Système 2, les deux vitesses de la pensée*, Flammarion, Paris.
- Klinnert, M. D., Emde, R. N., Butterfield, P., & Campos, J. J. (1986). Social referencing: The infant's use of emotional signals from a friendly adult with mother present. *Developmental Psychology*, 22(4), 427–432. <https://doi.org/10.1037/0012-1649.22.4.427>
- Krueger, N., & Welpe, I. (2014). Neuroentrepreneurship: what can entrepreneurship learn from neuroscience?. In *Annals of Entrepreneurship Education and Pedagogy*, Edward Elgar Publishing.
- Laureiro-Martínez, D., Venkatraman, V., Cappa, S., Zollo, M., & Brusoni, S. (2015). Cognitive neurosciences and strategic management: Challenges and opportunities in tying the knot. In *Cognition and Strategy* (Vol. 32, pp. 351-370). Emerald.
- Levy-Tadjine, T. (2008). *Intersubjectivité et singularités en entrepreneuriat et en sciences de gestion*, Document de HDR, Université de Bretagne Occidentale-Brest.
- [Intersubjectivité et Singularités en Entrepreneuriat et en Sciences de Gestion - TEL - Thèses en ligne \(hal.science\)](#)
- Levy-Tadjine T. (2012). Entrepreneuriat et vision stratégique...: Descente au pays des "borgnes" et des "myopes" en compagnie de David Galula, *Colloque International Francophone de recherches en Entrepreneuriat et sur la PME (CIFEPME)*, Brest, France.

- Nicolaou, N., & Shane, S. (2013). Biology, neuroscience, and entrepreneurship. *Journal of Management Inquiry*, 23(1), 98-100.
- Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of management Review*, 26(2), 243-263.
- Schmidt C. (2010). *Neuroéconomie*. Paris, France :Odile Jacob.
- Schmitt, C., & Grégoire, D. A. (2019). La Cognition entrepreneuriale. Enjeux et perspectives pour la recherche en entrepreneuriat. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 18(1), 7-22.
- Tourbier G. (2022), *Sommes nous condamnés à vivre sans avoir le temps ?*, Blackelephant éditions, Auray, France.
- Townsend, D. M., Busenitz, L. W., & Arthurs, J. D. (2010). To start or not to start: Outcome and ability expectations in the decision to start a new venture. *Journal of Business Venturing*, 25(2), 192-202.
- Tracey, P., & Schluppeck, D. (2014). Neuroentrepreneurs: “Brain Pornography” or New Frontier in Entrepreneurship Research?. *Journal of Management Inquiry*, 23(1), 101-103.
- Wiklund, J., Hatak, I., Patzelt, H., & Shepherd, D. A. (2018). Mental disorders in the entrepreneurship context: When being different can be an advantage. *Academy of Management Perspectives*, 32(2), 182-206.