

Revue de l'Entrepreneuriat



CONSIGNES AUX AUTEURS POUR SOUMETTRE UNE NOTE DE RECHERCHE

Les notes de recherche sont des textes courts (4 pages, 2000 mots – annexes non comprises). Il s'agit de revues de littérature qui portent sur des thèmes d'actualité en entrepreneuriat qui n'ont pas encore fait l'objet d'articles de synthèse.

Il peut s'agir de controverses ou question sensible, de sujets à l'intersection de champs existants, de (nouvelles ?) méthodes dont les chercheurs en entrepreneuriat commencent à s'emparer. L'idée est de faire une revue de littérature la plus complète afin de constituer un texte de référence en entrepreneuriat.

Dans les notes de recherche, les auteurs recensent de manière exhaustive des recherches clefs, des débats, des courants de pensée sur un sujet ou une question sensible (« hot topic »). On reconnaît ce type de sujet aux débats et discussions non encore stabilisés dans la communauté internationale des chercheurs en entrepreneuriat, mais aussi à l'absence d'un ou plusieurs articles consensuels en entrepreneuriat déjà publiés sur le sujet. Il peut s'agir de questions provenant d'autres champs disciplinaires, qui n'ont pas encore été intégrées dans le champ de l'entrepreneuriat ou de sujets croisant deux thématiques dont les intersections n'ont pas encore été bien définies.

Les soumissions de notes de recherche sont évaluées en double aveugle selon les critères suivants :

1. L'objet de recherche : actualité, originalité, pertinence par rapport aux pratiques actuelles et futures des chercheurs en entrepreneuriat ;
2. La revue de littérature : exhaustivité, qualité de la restitution des concepts et des débats, applications possibles aux recherches actuelles et futures en entrepreneuriat ;
3. L'impact : complétude, compréhension, potentiel à être cité comme texte de référence car faisant le tour d'une question particulière.

Le texte complet de l'article soumis est en version Word et complètement rendu anonyme. Il comprend un résumé en français de 100 mots maximum et 5 mots

clés (en Times New Roman corps 12), également un résumé en anglais de 100 mots et 5 mots clés (en Times New Roman corps 12).

– Les auteur-es veillent à ce qu'ils ne puissent pas être identifié-es dans le corps du texte.

– Les textes sont dactylographiés en Times New Roman corps 12 avec un interligne 1,5 et des marges de 2,5 cm (en haut, en bas, sur la droite et sur la gauche) en format A4 recto seulement.

– Les paragraphes sont justifiés des deux côtés. Le document est paginé (au centre du pied de page).

– Les rares notes de bas de page sont au caractère Times 10 ; elles sont numérotées.

– L'article ne doit pas dépasser 4 pages, hors bibliographie.

– Les tableaux, graphiques ou schémas doivent être noirs sur fond blanc ; ils figurent dans le corps du texte ; ils sont numérotés de manière indépendante au titre ou sous-titre dans lesquels ils s'insèrent. Chaque tableau (ou figure) est précédé d'un titre court et de la source, s'il est emprunté. Ce titre est centré.

– Les titres et sous-titres sont numérotés de façon numérique : 1 puis 1.1, 1.2 pour les sous-titres etc. Ils sont en caractère gras. Un saut de ligne précède et suit chaque titre ou sous-titre. Chaque titre ou sous-titre est annoncé. Un « chapeau » de quelques lignes sous un titre principal (1 ou 2) présente les sous-titres. Ainsi, il ne peut y avoir un titre 2.1 suivant directement un titre 2 sans que quelques lignes ne s'intercalent à des fins de présentation et de structuration de la section.

– L'introduction et la conclusion ne sont pas numérotées. Elles sont en caractère gras.

– Les références bibliographiques situées dans le texte comportent, entre parenthèses, le nom de tous les auteurs lors de la première citation (et pas seulement celui du premier auteur lorsque la référence est une œuvre collective ou une coordination collective), ainsi que l'année de la publication et, éventuellement, la page citée sous la forme suivante : (Albert, 1991 : 351). A partir de la deuxième citation, le texte fait référence au nom du premier auteur suivi de « et al., ». Quand la citation comporte deux auteurs, les deux auteurs cités sont espacés de (et) dans la version française du texte ou (and) dans sa version anglaise. L'utilisation du signe & n'est pas autorisée.

> CONSIGNES RELATIVES AUX REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- La bibliographie, classée par ordre alphabétique, est située à la fin du document ; elle est en police Times New Roman corps 12. Elle comporte un retrait à la deuxième ligne.

Références d'articles selon la méthode APA :

Barnes, L.B. (1988). Incongruent hierarchies: Daughters and younger sons as company CEOs. *Family Business Review*, 1(1), 9-21.

Garcia, P. R. J. M., Sharma, P., De Massis, A., Wright, M., and 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

Références d'ouvrages

Gersick, K.E., Davis, J.A., McCollom-Hampton, M., and Lansberg, I. (1997). *Generation to Generation: Life cycles of the family business*. Boston: Harvard Business School Press.

Références de chapitres d'ouvrages

Memili, E., Eddleston, K.A., Zellweger, T.M., Kellermans, F.W., and Barnett, T. (2010). The importance of looking toward the future and building on the past: entrepreneurial risk taking and image in family firms. In A. Stewart, G.T. Lumpkin, and J.A. Katz (Eds.), *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth: Entrepreneurship and Family Business (Volume 12, pp. 3-29)*. Bingley, UK: Emerald Group Publishing.

Références issues d'un site Internet

Les auteur-es veillent à ce que la référence soit effectivement accessible et que l'adresse ait une sérieuse chance de perdurer :

Allouche, J. et Amann, B. (1997). *Le second marché au coeur de l'aventure entrepreneuriale française*. Plaquette officielle de l'anniversaire du Comité du second marché, décembre (<http://www.univ-pau.fr/~amann/efmain.html>).