

5^e ÉDITION ENIG

ENTREPRENEURIAT ET COVID-19 : NOUVELLES OPPORTUNITÉS DE CROISSANCE ?

Date : 23 mai 2023

Lieu : EDC Paris Business School, 74/80 rue Roque de Fillol, 92800 Puteaux

Laboratoire de recherche : OCRE



Appel à contributions

Présentation

Le 11 mars 2020, l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) qualifiait le COVID-19 de pandémie. Depuis cette date, nos vies ont connu des bouleversements majeurs ; couvre-feu, confinement et télétravail ont alors rythmé nos quotidiens respectifs. Si ces conditions ont eu une influence sur notre vie sociale (Mena et al. 2022), elles ont aussi fortement touché la vie économique (Tang et al., 2021; Khlystova et al., 2022). Selon l'OCDE (2021a), la pandémie et les restrictions associées ont entraîné la plus grave récession mondiale depuis près d'un siècle : le PIB des pays de la zone OCDE a par exemple chuté de 1,8% au premier trimestre 2020, puis de 10,6% au cours du deuxième. Cette récession inédite a également eu une influence singulière sur l'activité entrepreneuriale. Effectivement, parmi les PME qui sont restées ouvertes de mai à décembre 2020, entre 55% et 70% ont enregistré une baisse de leur chiffre d'affaires (OCDE, 2021b).

La France a aussi été gravement touchée par cette crise sans précédent. En 2020, le PIB français a diminué de 7,9% alors que la valeur ajoutée des entreprises a connu une diminution de 8,1% (INSEE, 2021). Cette dégradation des indicateurs est notamment expliquée par les confinements et les mesures évolutives (couvre-feux et restrictions de déplacement). Le premier confinement a constitué un choc pour tous les secteurs ; l'arrêt des activités a parfois été brutal et les dirigeants de PME n'ont pas pu l'anticiper. Le second confinement a également eu des répercussions significatives. Toutefois, certains secteurs ont été fortement touchés (hébergement-restauration), alors que d'autres ont profité de cette période pour se développer (livraison à domicile) (INSEE, 2021). Plus largement, en 2020, le nombre total de créations d'entreprises en France a atteint un nouveau record avec 848 200 créations, soit 4% de plus qu'en 2019 – et cela malgré la crise sanitaire liée à la pandémie de COVID-19 (INSEE première, 2021). Ce constat souligne que si la pandémie a été un frein pour l'activité économique, elle a aussi apporté de nouvelles opportunités (Liguori et Winkler, 2020 ; Messeghem et al., 2022) – c'est-à-dire de nouveaux besoins permettant de développer de l'entrepreneuriat alternatif (durable, social, hybride, etc.) et de générer un profit (Hansen et al., 2011).

Les opportunités amenées par la crise sanitaire sont notamment liées à la transition numérique (OCDE, 2021a). Effectivement, de nombreuses PME ont dû rapidement changer leur *business model* (Sharma et al., 2022), en intégrant notamment la dématérialisation et la vente en ligne (OCDE, 2021b). L'exploitation de ces opportunités a alors permis à certaines PME de rebondir et d'utiliser la crise comme un levier de croissance (Calabrò et al., 2021). Dans la littérature en entrepreneuriat, les travaux récents ont également porté sur les conséquences de la crise (Gregurec et al., 2021 ; Belitski et al., 2022 ; Newman et al., 2022) et sur la capacité de résilience des PME (Académie de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation, 2020 ; Janssen et al., 2021 ; Sharma et al., 2022). La question de la poursuite des opportunités a finalement été peu explorée dans ce contexte spécifique (Lungu et al., 2021), alors que les opportunités contribuent au renouveau stratégique et au maintien des avantages concurrentiels (Chabaud et Messegheem, 2010). Pour combler ce manque, nous proposons d'étudier la crise du COVID-19 comme un générateur d'opportunités entrepreneuriales. Au regard des recommandations de Kuckertz et Brändle (2022), nous mettons en évidence trois axes de recherche :

1. **Opportunités entrepreneuriales et COVID-19** : la crise sanitaire a amené de nouvelles opportunités dans la mesure où de nouveaux besoins sont apparus. Toutefois, les conditions d'émergence de ces opportunités restent encore floues. L'objectif est de mettre en évidence les déterminants contextuels qui ont favorisé la création ou la découverte (Alvarez and Barney, 2007) de nouvelles opportunités. Cela met par exemple en lumière le rôle des pouvoirs publics (Narula, 2020). En France, quelle a été l'influence des mesures restrictives (restrictions de déplacements et couvre-feux) sur l'entrepreneuriat ? Les deux confinements ont-ils modifié l'engagement entrepreneurial ? La question des opportunités conduit également à adopter une approche processuelle en trois étapes : identification, évaluation et exploitation (Shane et Venkataraman, 2000). Depuis les années 2000, ce processus a été largement étudié en entrepreneuriat général (Chen et Liu, 2020 ; De Massis et al. 2021 ; Healey et al. 2021). Les chercheurs ont ainsi mis en évidence des éléments essentiels pour mieux comprendre les ressorts de la poursuite des opportunités. Toutefois, peu de travaux ont été menés dans un contexte particulièrement incertain, comme celui de la crise de COVID-19. L'idée est alors de mieux comprendre comment un entrepreneur identifie, évalue et exploite des opportunités entrepreneuriales dans une situation de crise. La phase amont (identification et évaluation) peut amener à explorer la vigilance entrepreneuriale, (Kirzner, 1973 ; Tang et al., 2012 ; Bilal et al., 2022), alors que la phase aval (exploitation) peut conduire à une réflexion sur l'orientation entrepreneuriale (Covin and Slevin, 1989 ; Wales et al., 2020 ; Liu and Xi, 2022).
2. **Nouveaux modes d'entrepreneuriat en temps de crise** : la crise sanitaire a amplifié des dynamiques entrepreneuriales. Elle a par exemple dynamisé l'entrepreneuriat numérique (Ratten, 2021), en poussant de nombreuses PME sur la voie de la digitalisation (OCDE, 2021a). L'entrepreneuriat social (Bacq and Lumpkin, 2021) a également connu un essor, dans la mesure où la majorité des entrepreneurs français ont donné la priorité à l'impact social et/ou environnemental de leur entreprise. Enfin, l'entrepreneuriat de nécessité (Kuratko and Audretsch, 2022) et l'entrepreneuriat hybride (Demir et al., 2022) ont également été relancés, car le premier confinement a entraîné la mise en place du chômage partiel dans tous les secteurs (DARES, 2021). Si l'entrepreneuriat féminin doit encore être stimulé, l'activité entrepreneuriale en général a connu un essor pendant la crise sanitaire. Dans ce contexte, doit-on faire face à un

renouvellement de l'engagement entrepreneurial ? Observe-t-on de nouvelles stratégies d'entrées ou de sorties en entrepreneuriat ? Les entrepreneurs doivent-ils revisiter leurs postures pour créer de la valeur (économique, sociale ou environnementale) ? Ces questions invitent à explorer les nouveaux profils d'entrepreneurs, le rôle de la créativité ou encore les nouvelles stratégies qui sont mises en place en période de crise. Il serait également pertinent d'analyser plus en détails les différents modes d'entrepreneuriat, en insistant sur leurs conditions d'émergence et/ou de développement au sein d'un écosystème.

3. **Capacité de résilience des PME et adaptation au choc** : la crise sanitaire a entraîné un arrêt brutal des activités et un recul du chiffre d'affaires pour les PME. Toutefois, si certaines entreprises ont fermé, d'autres ont rapidement pivoté et ont fait preuve de résilience (Santoro et al., 2020) ; cela leur a permis de maintenir un niveau de performance suffisant pour financer l'activité courante et déployer une nouvelle stratégie entrepreneuriale. Dans ce contexte, quels ont été les leviers stratégiques permettant de pivoter ? Comment les modèles économiques classiques ont-ils été repensés ? Certains modèles ont-ils particulièrement résisté à la crise ? Pour aider les PME à résister et à rebondir, les structures d'accompagnement (comme les incubateurs) ont joué un rôle clé. Toutefois, ces structures ont également dû faire face à un challenge dans la mesure où elles ont parfois été amenées à repenser leur propres *business model*. Par conséquent, comment les structures d'accompagnement ont-elles abordé ce virage stratégique ? Quel a été leur rôle pendant et après les confinements ? Comment ont-elles aidé les entrepreneurs à repenser leurs *business model* et à rebondir à long terme ? La question du rebond est centrale, autant pour les entreprises classiques que pour les entreprises familiales. Ces dernières, avec leurs caractéristiques si singulières, sont connues pour avoir un fort capital social (*familiness*) pouvant permettre de résister aux chocs externes (Hadjielias et al., 2022). Alors, les entreprises familiales ont-elles mieux résisté au choc, comparé aux entreprises traditionnelles ? Ont-elles rebondi ? Comment caractériser ce rebond ?

Pour discuter de ces questions, nous vous proposons de participer à la 5^e conférence ENIG. Tous les sujets en entrepreneuriat sont bienvenus. Vous pouvez par exemple évoquer les thèmes suivants (liste non exhaustive) :

- Entrepreneuriat agricole
- Entrepreneuriat familial
- Entrepreneuriat et innovation
- Entrepreneuriat international
- Entrepreneuriat, intrapreneuriat et santé
- Entrepreneuriat numérique
- Entrepreneuriat et performance
- Reprise d'entreprise
- Écosystème entrepreneurial
- Légitimité entrepreneuriale
- Opportunité entrepreneuriale
- Cognition en entrepreneuriat
- Financement de l'entrepreneuriat
- Accompagnement entrepreneurial

Appel à publications

Les meilleurs papiers de la conférence seront présélectionnés pour être publiés dans une revue classée par la FNEGE. Par ailleurs, nous avons donné des pistes de recherche mais toutes les contributions traitant de la thématique globale seront examinées.

Vous pouvez consulter l'appel à publications pour plus de précisions.

Modalités de soumission

Trois types de papiers peuvent être soumis :

- Résumé long (500 mots max)
- Papier court (3000 mots max)
- Papier complet

Processus de soumission et inscriptions

Les soumissions et les inscriptions se feront sur [SciencesConf](https://www.sciencesconf.org/). Le prix d'une inscription est de 80 euros pour tous les participants.

Si vous avez des questions, vous pouvez contacter Dorian Boumedjaoud à l'adresse suivante : dboumedjaoud@edcparis.edu.

Consignes aux auteurs

Les soumissions peuvent être rédigées en anglais ou en français.

Les papiers courts devront respecter la structure suivante :

- Introduction (750 mots max)
- Cadre théorique (500 mots max)
- Cadre méthodologique (500 mots max)
- Résultats (500 mots max)
- Discussion (750 mots max)

Tous les papiers devront respecter les critères suivants :

- Interligne simple et marges de 2,5cm
- Times New Roman 12
- Tous les auteurs devront transmettre deux versions de leur papier : **une version complète et une version anonymisée**

Dates importantes

Réception des communications : 15 mai 2023

Pour toutes questions, vous pouvez envoyer un message à dboumedjaoud@edcparis.edu.

Comité d'organisation

Dorian Boumedjaoud, EDC Paris Business School
Jihène Cherbib, EDC Paris Business School
Zied Ftiti, EDC Paris Business School
Nizar Ghamgui, EDC Paris Business School
Allane Madanamoothoo, EDC Paris Business School
Waleed Omri, EDC Paris Business School

Comité scientifique

Bénédicte Aldebert, Aix-Marseille Université
Thierno Bah, Université de Rouen
Annie Bellier, CY Cergy Paris University,
Yosr Ben Tahar, Paris School of Business
Younès Ben Zaïed, EDC Paris Business School
Maali Benhissi, EDC Paris Business School
Dorian Boumedjaoud, EDC Paris Business School
Sonia Boussaguet, NEOMA Business School
Sophie Casanova, Université de Montpellier
Didier Chabaud, IAE Paris
Jihène Cherbib, EDC Paris Business School
Jean-Marie Current, Université de Montpellier
Julien De Freyman, South Champagne Business School
Nadr El Hana, EDC Paris Business School
Colette Fourcade, Université de Montpellier
Zied Ftiti, EDC Paris Business School
Nizar Ghamgui, EDC Paris Business School

Annabelle Jaouen, Montpellier Business School

Mohamed Karim Kefi, EDC Paris Business School

Muhammad Atif Khan, EDC Paris Business School

Anis Khedhaouria, Montpellier Business School

Galina Kondrateva, EDC Paris Business School

Catherine Léger-Jarniou, Université Paris-Dauphine, PSL

Allane Madanamoothoo, EDC Paris Business School

Amandine Maus, Aix-Marseille Université

Karim Messeghem, Université de Montpellier

Waleed Omri, EDC Paris Business School

Mohamed Sellami, EDC Paris Business School

Étienne St-Jean, Université du Québec à Trois-Rivières

Nous remercions chaleureusement nos partenaires. Pour plus d'informations, vous pouvez consulter leurs sites respectifs :

- [Académie de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation](#)
- [AIREPME](#)
- [FNEGE](#)
- [Labex Entreprendre](#)

Bibliographie

Académie de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation. (2020). La résilience entrepreneuriale, un nouvel enjeu de formation ? *Revue Française de Gestion*, 46(293), 219–231.

Alvarez, S. A., & Barney, J. B. (2007). Discovery and creation: alternative theories of entrepreneurial action. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(1–2), 11–26.

Bacq, S., & Lumpkin, G. T. (2021). Social Entrepreneurship and COVID-19. *Journal of Management Studies*, 58(1), 285–288.

Belitski, M., Guenther, C., Kritikos, A. S., & Thurik, R. (2022). Economic effects of the COVID-19 pandemic on entrepreneurship and small businesses. *Small Business Economics*, 58(2), 593–609.

Bilal, A. R., Fatima, T., Iqbal, S., & Imran, M. K. (2022). I can see the opportunity that you cannot! A nexus between individual entrepreneurial orientation, alertness, and access to finance. *European Business Review*, 34(4), 556–577.

Calabrò, A., Frank, H., Minichilli, A., & Suess-Reyes, J. (2021). Business families in times of crises: The backbone of family firm resilience and continuity. *Journal of Family Business Strategy*, 12(2).

Chabaud, D., & Messeghem, K. (2010). Le paradigme de l'opportunité. Des fondements à la refondation. *Revue française de gestion*, 36(206), 93–112.

Chen, J., & Liu, L. (2020). Customer participation, and green product innovation in SMEs: The mediating role of opportunity recognition and exploitation. *Journal of Business Research*, 119, 151–162.

Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10(1), 75–87.

DARES. (2021). *En 2020, l'activité partielle a concerné tous les secteurs et tous les profils de salariés.*

De Massis, A., Eddleston, K. A., & Rovelli, P. (2021). Entrepreneurial by Design: How Organizational Design Affects Family and Non-family Firms' Opportunity Exploitation. *Journal of Management Studies*, 58(1), 27–62.

Demir, C., Werner, A., Kraus, S., & Jones, P. (2022). Hybrid entrepreneurship: a systematic literature review. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 34(1), 29–52.

Gregurec, I., Tomičić Furjan, M., & Tomičić-Pupek, K. (2021). The Impact of COVID-19 on Sustainable Business Models in SMEs. *Sustainability*, 13(3).

Hadjielias, E., Hughes, M., & Scholes, L. (2022). External Crises and Family Social Capital Reconfiguration: Insights From the European Debt Crisis and the Covid-19 Pandemic. *Family Business Review*, 35(3), 275-305.

Hansen, D. J., Shrader, R., & Monllor, J. (2011). Defragmenting Definitions of Entrepreneurial Opportunity. *Journal of Small Business Management*, 49(2), 283–304.

Healey, M. P., Bleda, M., & Querbes, A. (2021). Opportunity evaluation in teams: A social cognitive model. *Journal of Business Venturing*, 36(4).

INSEE. (2021). *Pandémie de Covid-19 et pertes d'activité : évaluation de l'impact de la crise sur les trajectoires des entreprises françaises en 2020*.

INSEE première. (2021). *Un nouveau record de créations d'entreprises en 2020 malgré la crise sanitaire*.

Janssen, F., Tremblay, M., St-Pierre, J., Thurik, R., & Maalaoui, A. (2021). L'entrepreneuriat et la PME à l'heure de la Covid-19... et après. *Revue internationale P.M.E.: Économie et gestion de la petite et moyenne entreprise*, 34(2).

Khlystova, O., Kalyuzhnova, Y., & Belitski, M. (2022). The impact of the COVID-19 pandemic on the creative industries: A literature review and future research agenda. *Journal of Business Research*, 139, 1192–1210.

Kirzner, I. (1973). *Competition and Entrepreneurship*, University of Chicago Press, Chicago.

Kuckertz, A., & Brändle, L. (2022). Creative reconstruction: a structured literature review of the early empirical research on the COVID-19 crisis and entrepreneurship. *Management Review Quarterly*, 72(2), 281–307.

Kuratko, D. F., & Audretsch, D. B. (2022). The future of entrepreneurship: the few or the many? *Small Business Economics*, 59(1), 269–278.

Liguori, E., & Winkler, C. (2020). From Offline to Online: Challenges and Opportunities for Entrepreneurship Education Following the COVID-19 Pandemic. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 3(4), 346–351.

Liu, Y., & Xi, M. (2022). Linking CEO Entrepreneurial Orientation to Firm Performance: The Perspective of Middle Managers' Cognition. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 46(6), 1756–1781.

Lungu, A. E., Bogoslov, I. A., Stoica, E. A., & Georgescu, M. R. (2021). From Decision to Survival—Shifting the Paradigm in Entrepreneurship during the COVID-19 Pandemic. *Sustainability*, 13(14), 7674.

Mena, C., Karatzas, A., & Hansen, C. (2022). International trade resilience and the Covid-19 pandemic. *Journal of Business Research*, 138, 77–91.

Messeghem, K., Lasch, F., Valette, J., Casanova, S., Courrent, J.-M., Nakara, W., et al. (2022). *Situation de l'activité entrepreneuriale en France : Rapport 2020-2021 du Global Entrepreneurship Monitor* (p. 74). Montpellier, Labex Entreprendre.

Narula, R. (2020). Policy opportunities and challenges from the COVID-19 pandemic for economies with large informal sectors. *Journal of International Business Policy*, 3, 302–310.

Newman, A., Obschonka, M., & Block, J. (2022). Small Businesses and Entrepreneurship in Times of Crises: The Renaissance of Entrepreneur-Focused Micro Perspectives. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 40(2), 119–129.

OCDE. (2021a). *Le dynamisme des entreprises pendant la pandémie de COVID-19 : quelles politiques pour une reprise inclusive ?* Lutte contre le coronavirus (COVID-19) pour un effort mondial.

OCDE. (2021b). *Perspectives de l'OCDE sur les PME et l'entrepreneuriat 2021*, Éditions OCDE, Paris.

Ratten, V. (2021). COVID-19 and entrepreneurship: Future research directions. *Strategic Change*, 30(2), 91–98.

Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of study. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.

Sharma, G. D., Kraus, S., Liguori, E., Bamel, U. K., & Chopra, R. (2022). Entrepreneurial challenges of COVID-19: Re-thinking entrepreneurship after the crisis. *Journal of Small Business Management*, 1–23.

Tang, J., Baron, R. A., & Yu, A. (2021). Entrepreneurial alertness: Exploring its psychological antecedents and effects on firm outcomes. *Journal of Small Business Management*, 1–30.

Tang, J., Kacmar, K. M. (Micki), & Busenitz, L. (2012). Entrepreneurial alertness in the pursuit of new opportunities. *Journal of Business Venturing*, 27(1), 77–94.

Wales, W. J., Covin, J. G., & Monsen, E. (2020). Entrepreneurial orientation: The necessity of a multilevel conceptualization. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 14(4), 639–660.