Nudger l'entrepreneuriat ? La rationalité limitée et les incitations dans la décision entrepreneuriale

Maya Velmuradova, Sibel Tokatlioglu

▶ **To cite this version:**

Maya Velmuradova, Sibel Tokatlioglu. Nudger l'entrepreneuriat ? La rationalité limitée et les incitations dans la décision entrepreneuriale. Séminaire international sur Le neuro-entrepreneuriat : vers une dimension affective et cognitive de la prise de décision entrepreneuriale, 27 novembre, Laboratoire LED, Université Paris 8, Laboratoire LED, Paris 8, Nov 2021, Paris, France. hal-03523470

HAL Id: hal-03523470
https://hal.science/hal-03523470

Submitted on 17 May 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Journée séminaire Le neuro-entrepreneuriat : vers une dimension affective et cognitive de la prise de décision entrepreneuriale,
Laboratoire LED Paris 8

Nudger l'Entrepreneuriat ?

La rationalité limitée et les incitations dans la décision entrepreneuriale : Pistes de réflexion et de recherches

VELMURADOVA, M.
Dr. SIC Communication sociétale
EC, Chercheuse indépendante associée,
Laboratoire IMSIC AMU/UTLN
Enseignante associée, INHNI
mayavelmuradova@gmail.com

TOKATLIOGLU, S.
Dr. SG Entrepreneuriat
EC, UFR Sci Economiques et de la gestion,
Laboratoire Women Studies,
Université de Kirklareli
sibel.tokalioglu@klu.edu.tr

Maison de la recherche Université Paris 8, 27 novembre 2021

PLAN

Introduction

1. Approche 'nudge' : Communication et psychosociologie de l'incitation douce dans l'action publique et sociale
   - Approche *nudge*, tenants et aboutissants
   - 10 leviers incitatifs principaux
   - Quelques exemples de « nudges » pour le développement durable
   - Elaborer les nudges – projet de recherche-action

2. Applications à la décision entrepreneuriale
   - Comportements voulus et profilage
   - Parcours décisionnel et la rationalité limitée
   - Leviers incitatifs testés et potentiels

- Conclusion

Introduction

- **Pourquoi l'appui à l'entrepreneuriat :**
- Objectif de Développement Durable (ODD n°8, n°9)
- TPE, PME - tissu économique >90%, >45% des emplois, 40% du PIB (France, INSEE)
- Levier de changement sociétal ? Vers la croissance sobre, verte, éthique (Leaders d'innovation sociale, ESS, éco-entrepreneuriat)...

- **Au delà des politiques économiques :**
- Politiques économiques **'**classiques**'** :
  - Appui financier - investissements, crédits, subventions...
  - Appui technique - conseil et accompagnement, éducation/formations, appui au réseau et au commerce régional / local...
- Limites et tournants :
  - Approche par la production - vers la compréhension de l'usager (entrepreneur) dans sa *situation totale* (cognitive, socio structurelle, situationnelle)
  - Approche (encore) 'universalisante' - vers des profils et segments d'"entrepreneur"
  - Approche économique/financière - vers les facteurs non-financiers et une **approche comportementale et communicationnelle** plus ciblée

- **vers l'approche comportementale et communicationnelle plus fine : appliquer l'approche nudge à l'entrepreneuriat ?**

Nudges - « incitations douces »

De-biaisement, Incitations douces : "un coup de pouce" au comportement

- **APPROCHE Nudge** (THALER° & SUNSTEIN°°, 2008)

  promeut l'utilisation des **apports des Sciences comportementales** (*psychologie cognitive, psychologie sociale, économie comportementale, comportement du consommateur, psychologie sociale de la communication…*) **dans l'action publique et sociale**

- Via l'intégration des **leviers psychosociaux** dans la **communication incitative,** visant **changer les comportements sociaux**

- **Nudge** (défi.) « *n'importe quel **aspect de l'architecture de choix** qui modifie le comportement des personnes de manière prévisible, sans interdire aucune option ni modifier de manière significative leurs incitations économiques*» (p.6)

°Pr. en économie comportementale (Prix Nobel 2017). °°Pr. en droit institutionnel.

Nudges - « incitations douces »

De-biaisement, Incitations douces : "un coup de pouce" au comportement

- **Bases théoriques** :

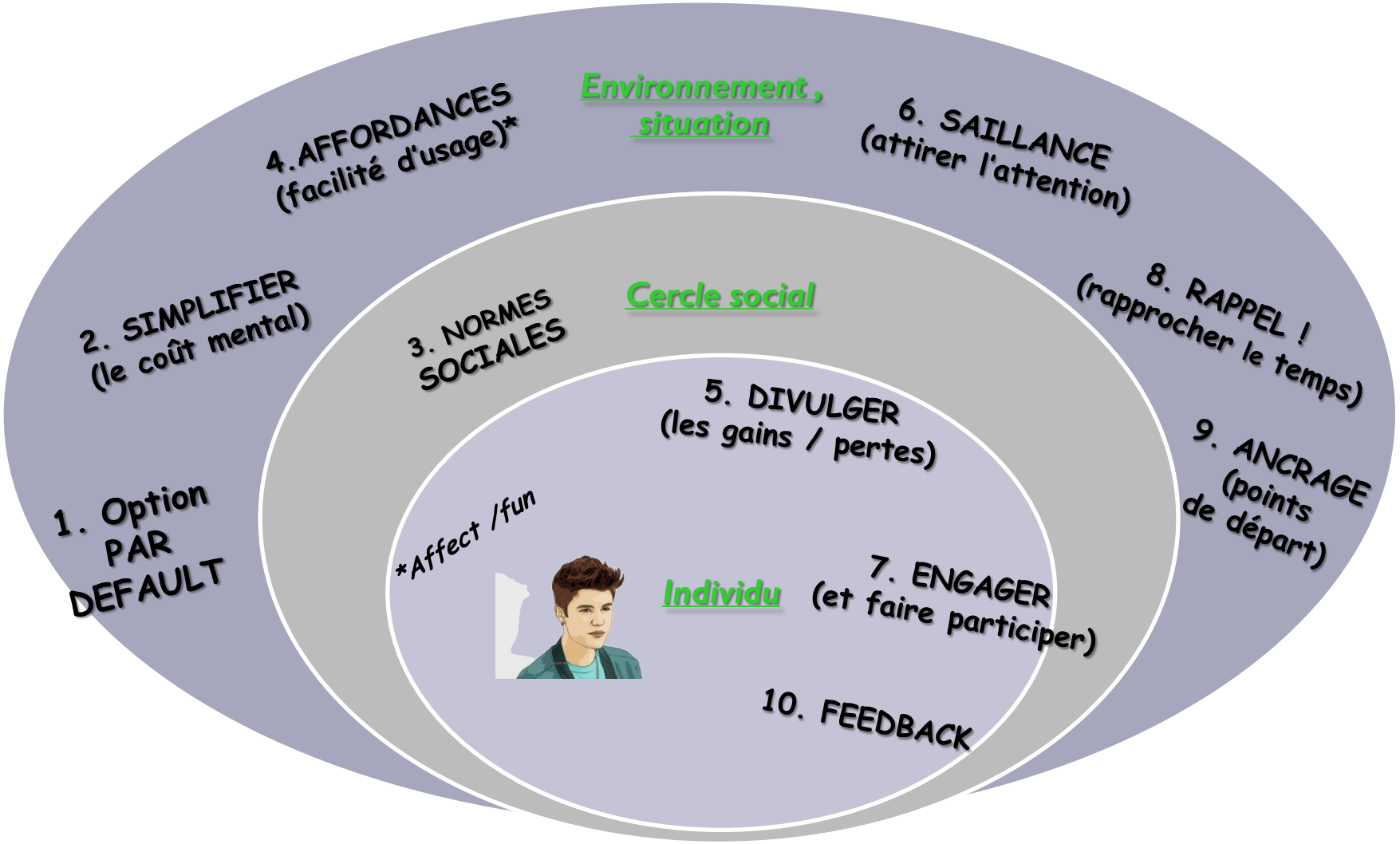
Théories de la rationalité limitée (SIMON, 1955 ; KAHNEMAN°°° & TVERSKY, 1974), et les apports postérieurs des sciences comportementales :
Les heuristiques et les biais cognitifs, le traitement de l'information par le système 1 (délibération automatique) et le système 2 (délibération réfléchie).

*"Le **cadrage de la décision** de l'individu - ce que Thaler et Sunstein appellent l'architecture du choix - a un effet considerable sur le résultat. Le "coup de coude" repose sur la psychologie intéllegente, que j'ai déjà décrite ici."* (*Système 1, Système 2*, Kahneman, 2012, p639).

°°°*Pr. en économie comportementale et psychologie cognitive (Prix Nobel 2002)*

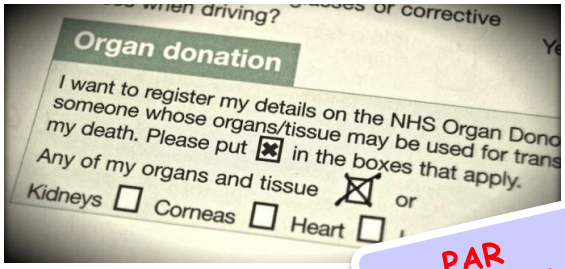
Nudges - « incitations douces »

Les 10 nudges principaux (Sunstein, 2014)



Nudges - « incitations douces »

Quelques exemples de leviers et dispositifs incitatifs



PAR DEFAULT

SAILLANCE

ANCRAGE

ANCRAGE

AFFORDANCE

Affect /fun

Gains / pertes

Gains / pertes

Normes sociales

SAILLANCE

Affect /fun

SAILLANCE

Nudges - « incitations douces »

Elaborer les nudges - projet de recherche-action

- Besoin de preuves empiriques et de tests

  « Pour toutes les politiques, y compris les nudges, il est extrêmement important de s'appuyer sur des preuves plutôt que sur des intuitions […]. … Les tests empiriques, y compris des essais contrôlés randomisés, sont indispensables.» *(Sunstein, 2014, p585)*

  - **Etat des recherches** existantes pour un contexte donné
  - **Exploration** des caractéristiques, des choix de l'usager, des facteurs (cognitifs, sociaux, situés)
  - **Développement** des prototypes de nudges (existants, potentiels)
  - **Tests expérimentaux** en milieu naturel

Applications à la décision entrepreneuriale

Comportements voulus et profilage

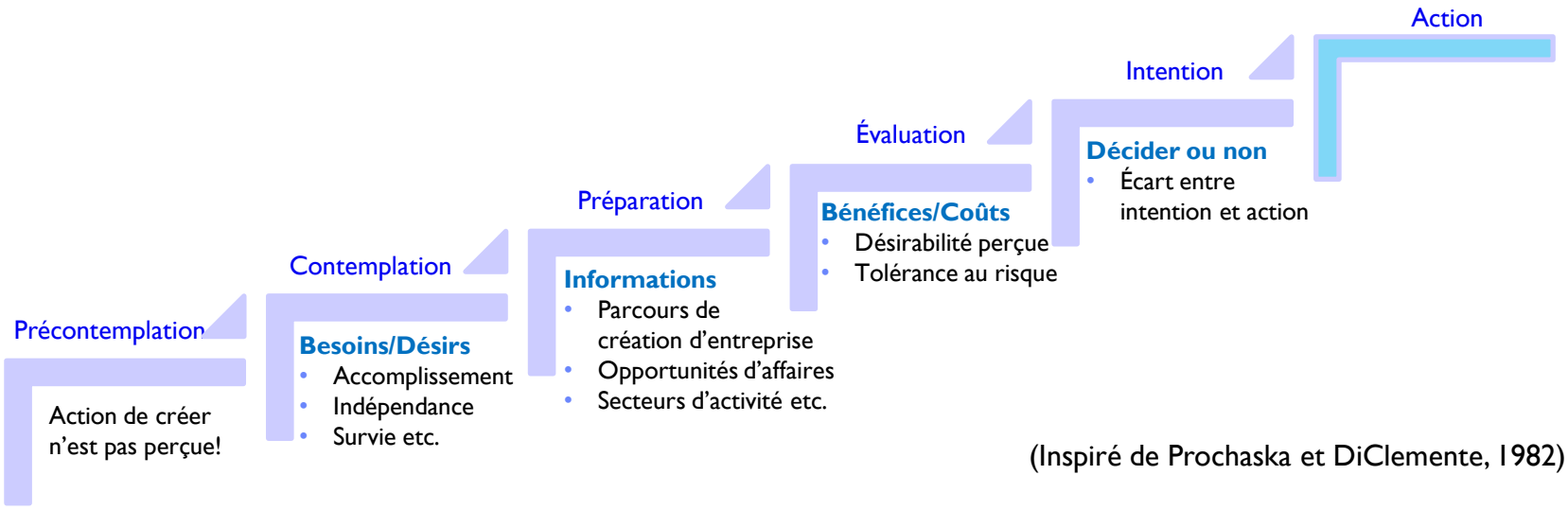
- Au moins 2 types de comportement:
  - **Créer** une entreprise
  - Se faire **accompagner**

- Plusieurs profils d'entrepreneurs (/potentiels):
  - **Les NEC (**les entrepreneurs par nécessité**) et les OPP (**les entrepreneurs par opportunité**)**
  - **Les PIC (**Pérennité, Indépendance, Croissance**) et les CAP (**Croissance, Autonomie, Pérennité**)**
  - **Les artisans** vs. **les innovateurs**

- Plusieurs segments et sous-segments:
  - **Femmes, jeunes, séniors, académiciens, chômeurs, étudiants etc.**
  - **P.ex.** étudiants en ingénierie, étudiants en insertion professionnelle, étudiants de 3ème cycle etc.

Applications à la décision entrepreneuriale

Parcours décisionnel et la rationalité limitée



(Inspiré de Prochaska et DiClemente, 1982)

- Facteurs **cognitifs** (heuristiques et biais de l'entrepreneur)
  - Heuristique de représentativité; Biais de surconfiance; d'optimisme; d'illusion de contrôle; d'escalade de l'engagement; de planification; de rétrospection
- Facteurs **sociaux et structurels**
  - Valeurs culturelles et religieuses; influence des "autres importants" (réseaux soc./pro.); idéologie économique; politiques publiques; éducation (créativité); accès aux ressources financières etc.
- Facteurs de l'**environnement situé**
  - Conditions d'accompagnement; événement de rupture (divorce, licenciement, graduation etc.); insertion professionnelle

Applications à la décision entrepreneuriale

Leviers incitatifs testés et potentiels

- Leviers incitatifs testés

Nudges pédagogiques liée à l'éducation entrepreneuriale – Effectuale & Transformative

- Identité entrepreneuriale (Günzel-Jensen et Robinson, 2017)
- Identité entrepreneuriale & Habitus entrepreneurial (Neergaard et al., 2021)

Nudges pour promouvoir l'entrepreneuriat agricole – Célébrités en agriculture

- Niveau d'estime et préférence sociale (Dobryagina, 2017)
- Débiaisement de la perception d'une carrière dans l'agriculture (Dobryagina, 2020)

Nudges pour rationaliser la décision entrepreneuriale – Recommandation & Premortem

- Meilleurs décisions entrepreneuriales (Böhm et al., 2021)
- Réduction du biais de surconfiance (Klein, 2007 cité par York et Danes, 2014)

Applications à la décision entrepreneuriale

Leviers incitatifs testés et potentiels

- Leviers incitatifs potentiels

Nudges à l'étape de pré-contemplation / contemplation

- **Incitations:** Carnet d'innovation avec un certain nombre de crédits pour des projets innovants ("mini-entrepreneur" créatif)
- **Conformité aux normes sociales:** Modèles d'entrepreneurs accomplis appartenant au "même groupe social" de référence
- **Options par défaut:** Cours sur l'entrepreneuriat coché "par défaut" parmi les optionnels

Nudges à l'étape de préparation / évaluation

- **Divulguer:** Partager des informations sur les revenus des entrepreneurs; leur part dans le PIB ou dans les impôts
- **Structurer les choix complexes:** Simplifier les informations sur les aides et les programmes d'accompagnement

Nudges à l'étape de l'intention

- **Donner du feedback:** Plateforme de "vote" pour les projets entrepreneuriaux sur l'intérêt de tel ou tel projet
- **Affordances:** Procédures simples à la portée de tous

Conclusion

- **Questionnements, critiques :**
- **Influence sociale *versus* manipulation ? (psychologie, éthique, droit)**
- **Quid des facteurs structurels ? (école critique)**
- **Qui décide ce qui est 'vertueux' ? (éthique, philosophie, droit)**
- **...**

- **Au delà de l'application, l'éthique et l'épistémologie du nudge :**
- **Paradigme de paternalisme libertaire** : « paternalisme doux », intervention incitative sans contraindre le libre choix, transparence
  Principes de l'influence sociale :
  - Transparence
  - Choix libre entre les options (ex. GPS)
  - Intérêt de l'influencé, intérêt sociétal (psychologie clinique)

- Principes épistémologiques et de l'action :
  - Exploration de la **situation totale** / influence sur les facteurs 'upstream'
  - Décisions collégiales, analyses et **observateurs indépendants**

Bibliographie

- Böhm K., Müller M., Renz E. (2021). "When nudges enhance rationality - Experiments of entrepreneurial decisions under risk and uncertainty". *Academy of Management Annual Meeting Proceedings*, No.1 https://doi.org/10.5465/AMBPP.2021.11726abstract
- Dobryagina N. (2017). "Decision theory application in agricultural entrepreneurship promotion". Working Paper No 11/2017, Sapienza University of Rome, 42p.
- Dobryagina N. (2020). "Agricultural entrepreneurship fostering from behavioral decision theory perspective. Celebrity branding impact on financial and non-financial motivation". *The European Journal of Finance*, https://doi.org/10.1080/1351847X.2020.1841663
- Günzel-Jensen F., Robinson S. (2017). "Effectuation in the undergraduate classroom: Three barriers to entrepreneurial learning". *Education + Training*, 59(7/8), pp 780-796
- Kahneman, D. (2012). *Système 1/Système 2: Les deux vitesses de la pensée*. Flammarion.
- Kahneman, D., Tversky, A. (1974), "Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases", *Science*, 185(4157), pp 1124-31
- Klein G. (2007). "Performing a project *p*remortem". *Harvard Business Review*, 85(9), pp 18-19
- Neergaard H., Robinson S., Jones S. (2021). "Transformative learning in the entrepreneurship education process: The role of pedagogical nudging and reflection". *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(1), pp 251-277
- Prochaska, J. O., Di Clemente C. (1982). "Transtheoretical therapy: Toward a more integrative model of change". *Psychotherapy: Theory, Research and Practice*, 19(3), pp 276-288
- Simon, H. (1955). "A behavioral model of rational choice." *The Quarterly Journal of Economics,* 69(1), pp 99-118
- Sunstein, C. R. (2014). "Nudging: A Very Short Guide". *Journal of Consumer Policy*, *37*(4), pp 583-588
- Thaler R.H, Sunstein C.R (2010), *Nudge. La méthode douce pour inspirer la bonne décision*, Vuibert
(En version originale : Thaler R.H, Sunstein C.R. (2008), *Nudge: Improving decisions about health, wealth and happiness*, Yale University Press)
- York J.L., Danes J.E. (2014). "Customer development, innovation, and decision-making biases in the lean startup". *Journal of Small Business Strategy*, 24(2), pp 21-40