

Louvain School of Management

**Peut-on exploiter la fiction pour
enseigner des processus
entrepreneuriaux ?**

Une étude de cas : One Piece

Auteur : Benoit Muller
Promoteur : Vincent Meurisse

Année académique 2023-2024

Mémoire en vue d'obtenir le titre d'ingénieur de gestion
Master en ingénieur de gestion à finalité spécialisée

Horaire de jour

Declaration Regarding AI Tool Usage in Master's Thesis

We recognize that AI tools might be valuable aids during the master's thesis work, but they are not infallible. Remember that transparency fosters trust, and acknowledging AI's role enhances the credibility of your work.

Therefore, when deciding to use such a tool, you need to adhere to the following principles of responsible use of AI.

1. Critical Evaluation :

- We critically assessed the AI-generated output, ensuring its alignment with our research objectives.
- Any modifications or corrections were made based on our expertise and domain knowledge.

2. Transparency :

- We acknowledge the use of ChatGPT and DeepL transparently, emphasizing that it contributed to our work but did not replace human judgment.
- Our commitment to transparency ensures the integrity of this thesis.

3. Ethical Considerations :

- We actively monitored for biases or unintended consequences introduced by the AI tool.
- Our ethical responsibility guided our decisions throughout the research process.

Declaration

During the preparation of this master's thesis, the author utilized ChatGPT and DeepL for the following purpose:

- 1. Translation:** DeepL was used to translate texts and quotations from English into French
- 2. Correction and improvement of sentences:** ChatGPT was used to correct the grammar and spelling, but also to improve the writing

After using DeepL and ChatGPT, the author diligently reviewed and edited the content produced by the tool. We take full responsibility for the final content presented in this thesis.

By signing this declaration, we affirm that the content of this master's thesis reflects our original work, augmented by the responsible use of AI.

Approved on July 17th 2024,



Benoit Muller

Résumé

L'objectif de cette recherche est d'analyser dans quelle mesure la fiction One Piece peut être exploitée d'un point de vue pédagogique pour enseigner des processus entrepreneuriaux. Nous nous sommes intéressés à la définition de l'entrepreneuriat ainsi qu'aux avantages de l'utilisation de la fiction dans un contexte pédagogique, puis nous avons lié ces deux notions.

Dans un premier temps, nous avons présenté la fiction One Piece. Ensuite nous avons introduit deux modèles entrepreneuriaux : le modèle EntreComp et les principes de l'effectuation. C'est à travers un questionnaire quantitatif que nous avons observé si des compétences entrepreneuriales émergent au sein de cette œuvre. Avec un total de 132 réponses, nous avons observé que 11 des 15 compétences d'EntreComp émergent, ainsi que 4 des 5 principes de l'effectuation. Nous pouvons confirmer qu'en raison de la diversité des thèmes abordés et du grand nombre d'exemples disponibles, One Piece peut être utilisée à des fins pédagogiques pour enseigner des concepts entrepreneuriaux.

Remerciements

Je tiens à remercier mon promoteur, Vincent Meurisse, pour m'avoir encadré et permis d'écrire un mémoire sur un sujet aussi original.

Je tiens également à remercier mon père pour son écoute, son attention et son soutien tout au long de ce mémoire, ainsi que ma mère pour sa relecture avisée.

Ensuite, j'aimerais remercier mes camarades de cours, Juliette de Brouwer et Thomas Durieux, avec qui nous nous sommes serré les coudes depuis les secondaires pour en arriver jusqu'ici, à la fin de notre parcours universitaire.

Enfin, j'aimerais remercier toutes les personnes qui ont répondu à mon questionnaire, sans qui je n'aurais pas pu réaliser ce mémoire.

« The function of fictional literature is not only to evoke or express emotions, but also to put us in cognitive contact with them. Fictional literature, then, can communicate knowledge, for by reading a work of fictional literature, one can come to know what it is like to be human. »

(Schick, 1982, p. 39)

Table des matières

I.	Introduction.....	1
II.	L'entrepreneuriat	2
1)	Concepts phares de l'entrepreneuriat	2
1.1	<i>L'entrepreneur.....</i>	<i>2</i>
1.2	<i>Identification et création d'opportunité</i>	<i>3</i>
1.3	<i>Innovation</i>	<i>3</i>
1.4	<i>La création d'entreprise</i>	<i>3</i>
1.5	<i>Création de valeur.....</i>	<i>3</i>
1.6	<i>Rapport au risque et à l'incertitude</i>	<i>4</i>
2)	La culture entrepreneuriale	4
3)	Types de récits entrepreneuriaux.....	5
3.1	<i>Le récit identitaire</i>	<i>6</i>
3.2	<i>Le récit d'opportunité</i>	<i>6</i>
3.3	<i>Le récit projectif.....</i>	<i>7</i>
3.4	<i>Le récit d'échec.....</i>	<i>7</i>
3.5	<i>Le récit de pivot</i>	<i>8</i>
3.6	<i>Le récit d'ingéniosité</i>	<i>8</i>
4)	Créativité.....	8
4.1	<i>Créativité et entrepreneuriat</i>	<i>9</i>
5)	Cultiver l'esprit d'entreprise.....	10
III.	La fiction.....	11
1)	L'impact de la fiction sur l'apprentissage.....	11
2)	Avantages liés à la fiction.....	13
3)	La fiction dans l'entrepreneuriat.....	13
IV.	Introduction à la fiction	15
1)	One Piece.....	15
V.	Définitions des modèles	17
1)	EntreComp.....	17
2)	Effectuation.....	18
VI.	Méthodologie.....	21
1)	Objectif de la recherche	21
2)	Méthodologie de recherche quantitative	21
3)	Structure du questionnaire.....	22
VII.	Résultats	23

1) Questions liées au modèle EntreComp	23
1.1 Idées et opportunités	24
1.2 Utilisation des ressources	25
1.3 Entreprendre des actions	26
2) Questions liées au principe de l'effectuation.....	27
2.1 Rapport entre le principe de l'effectuation et de causalité.....	28
3) L'entrepreneuriat à travers One Piece.....	29
VIII. Analyse et Discussion	31
1) Esprit Shônen.....	31
2) One Piece et les compétences EntreComp.....	31
2.1 Créativité	31
2.2 Motivation et persévérance	32
2.3 Capacité de mobilisation	32
2.4 Conscience de soi et efficacité personnelle	32
2.5 Prendre des initiatives	33
2.6 Apprendre par l'expérience.....	33
2.7 Faire face à l'incertitude et au risque.....	33
2.8 Travailler avec d'autres.....	33
3) One Piece et les principes de l'effectuation	34
3.1 Former des partenariats	34
3.2 Tirer parti des imprévus	34
3.3 Se concentrer sur sa propre capacité d'action	34
4) Comparaison des modèles.....	35
5) Moment phares d'émergences entrepreneuriales.....	36
5.1 Luffy en tant qu'entrepreneur	36
6) Discussion	37
IX. Conclusion et limites	39
X. Bibliographie.....	41
XI. Annexes.....	52
Annexe 1 : Roue des 15 compétences d'EntreComp.....	52
Annexe 2 : Description des 15 compétences EntreComp.....	53
Annexe 3 : Modèle de progression d'EntreComp	54
Annexe 4 : La théorie de l'effectuation.....	54
Annexe 5 : Approche effectuale en entrepreneuriat.....	55
Annexe 6 : Comparaison entre les principes de la causalité et de l'effectuation	55
Annexe 7 : Questionnaire.....	57

<i>Annexe 7.1 : Questions liées au modèles EntreComp</i>	<i>62</i>
<i>Annexe 7.2 : Questions liées au principe de l'effectuation</i>	<i>73</i>
<i>Annexe 7.3 : Question liée à l'identification de moment entrepreneuriale dans One Piece.....</i>	<i>81</i>

I. Introduction

L'entrepreneuriat est un sujet passionnant, synonyme de nouveautés et d'innovations. Nous connaissons tous les noms des entrepreneurs les plus influents de notre génération tels que Bill Gates ou Steve Jobs. En raison de son impact économique, l'entrepreneuriat suscite beaucoup d'intérêt. Chaque pays aspire à accueillir des entrepreneurs ou à en faire naître de nouveaux. Cependant, il est difficile de définir correctement et complètement ce que représente l'entrepreneuriat ou ce que signifie être entrepreneur. C'est un défi que l'éducation liée à l'entrepreneuriat tente de relever. En effet, si l'entrepreneuriat suscite beaucoup d'intérêt, l'éducation qui y est associée en suscite tout autant.

Ce mémoire se concentre sur la fiction comme outil d'apprentissage dans le but d'enseigner des processus entrepreneuriaux. De nombreuses études ont prouvé l'impact positif de l'utilisation de la fiction dans un cadre pédagogique. La fiction permet d'aborder des notions et des concepts sous une perspective différente, facilitant ainsi une meilleure compréhension.

L'objectif de ce mémoire est de faire émerger des compétences entrepreneuriales à travers une fiction, afin de déterminer si celle-ci peut être exploitée pédagogiquement. Nous allons nous concentrer sur One Piece, le manga le plus vendu de tous les temps, avec une histoire qui a débuté il y a plus de 20 ans et qui n'est toujours pas achevée à ce jour. À travers le manga, nous allons analyser l'émergence de deux approches entrepreneuriales distinctes. Nous allons observer, d'une part, l'émergence du modèle EntreComp et, d'autre part, les principes de l'effectuation.

Ce mémoire comprend une revue de la littérature traitant des thèmes de l'entrepreneuriat et de l'impact de la fiction sur l'apprentissage. Le manga One Piece est ensuite présenté, suivi des modèles entrepreneuriaux d'EntreComp et des principes de l'effectuation. Nous abordons ensuite la méthodologie utilisée pour élaborer un questionnaire. Les résultats et leurs analyses sont ensuite discutés, avant de conclure en mettant en lumière certaines limites de cette recherche.

II. L'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat occupe une place primordiale dans nos sociétés actuelles. Cela s'explique par le fait qu'il constitue un facteur essentiel de croissance économique (Stevenson et Jarillo, 1990, p. 19). Celui-ci contribue à accroître la compétitivité, à créer des emplois et à servir de moteur au fonctionnement des économies de marché. (OECD, 1998, cité dans Ucbasaran, 2008, p. 221). Ainsi, les gouvernements poussent à stimuler l'esprit d'entreprise afin de faire naître de nouveaux entrepreneurs (Bennett, 2006, p. 166) Cependant, la notion d'entrepreneuriat est complexe car ce concept évoque des choses différentes selon les personnes (Bennett, 2006, p. 167). Selon Morris et al. (2001) le concept d'entrepreneuriat est *“a loose collection of ideas rather than a coherent structure with a shared intellectual paradigm”*¹

En effet, le terme "entrepreneuriat" englobe une multitude de définitions car il recouvre de nombreux aspects. La perspective avec laquelle l'entrepreneuriat est étudié influence sa définition. Ainsi, même dans la littérature scientifique, il existe de nombreuses contradictions et désaccords sur ce que représente un entrepreneur (Audretsch et al., 2015, p. 703-704).

1) Concepts phares de l'entrepreneuriat

Afin d'y voir plus clair, nous avons identifié certains aspects clés de l'entrepreneuriat. Ces différents concepts offrent une vue d'ensemble sur ce que représente l'entrepreneuriat. Comme mentionné précédemment, il est difficile de fournir une définition claire et précise de l'entrepreneuriat, car celui-ci englobe de nombreux thèmes dans des contextes et des situations variés, et ces définitions varient selon la perspective adoptée.

1.1 L'entrepreneur

L'entrepreneuriat n'existerait pas sans l'entrepreneur et les caractéristiques qui lui sont propres. Celui-ci est souvent décrit comme un personnage visionnaire et charismatique qui se différencie des autres. Au sein des nombreuses caractéristiques identifiées par les auteurs, nous retrouvons entre autres : la confiance en soi, la prise d'initiative, la persévérance, la débrouillardise, la

¹ *“un ensemble d'idées en vrac plutôt qu'une structure cohérente avec un paradigme intellectuel partagé”* (traduction effectuée avec DeepL).

créativité, l'indépendance, l'ambition, la gestion des risques et la capacité d'adaptation (Bennett, 2006, p. 171).

1.2 Identification et création d'opportunité

De manière générale, l'entrepreneuriat correspond à la découverte et à l'exploitation d'opportunités. Cette idée a été développée par Shane et Venkataraman (2000). Bien que le consensus soit difficile à atteindre sur les différentes définitions de l'entrepreneuriat, cette notion semble largement acceptée. Par conséquent, l'art d'entreprendre réside dans la volonté et la capacité à identifier ou créer des opportunités.

1.3 Innovation

Ce concept se caractérise par la manière de concevoir, de percevoir ou de créer quelque chose de nouveau ou d'une manière différente. Il n'est donc pas étonnant que le concept d'innovation soit intimement lié à celui d'entrepreneuriat. Selon Schumpeter (1934), l'innovation est le mécanisme central de l'entrepreneuriat et correspond à : *“new combinations of existing resources”*² (cité dans Prince et al., 2021, p. 35). Cependant, il est important de noter que c'est le processus d'innovation, et non ses impacts, qui caractérise l'entrepreneuriat. Toutes les innovations ne conduisent pas à des découvertes révolutionnaires (Prince et al., 2021, p. 36).

1.4 La création d'entreprise

Créer et gérer une entreprise est intrinsèque à l'entrepreneur. Pour cela, l'entrepreneur doit être capable de gérer efficacement les ressources mises à sa disposition, que ce soit sur le plan humain, social ou économique. Afin d'atteindre son objectif, le but de l'entrepreneur est de convaincre une majorité de personnes de la faisabilité et de la rentabilité de son idée (Prince et al., 2021, p. 34). De plus, une entreprise est considérée comme entrepreneuriale lorsque celle-ci montre des signes de croissance, ce qui est une caractéristique des nouvelles entreprises (Gartner, 1990, p. 26).

1.5 Création de valeur

Lors de processus de développement d'une idée entrepreneuriale, de la valeur est créée de manière sous-jacente. Selon Lackéus (2018), celle-ci peut se distinguer en cinq catégories :

² *“des nouvelles combinaisons de ressources existantes”* (traduction effectuée avec DeepL).

économique, plaisir, sociale, harmonie et influence (cité dans Prince et al., 2021, p. 37). C'est notamment grâce à cette création de valeur, dont une partie sera mise au service des autres, que les gouvernements poussent à l'entrepreneuriat.

1.6 Rapport au risque et à l'incertitude

Le risque est un facteur inhérent à l'entrepreneuriat. L'entrepreneur est constamment confronté à des situations nouvelles et inédites. Selon Knight (1921), un entrepreneur possède une plus grande propension et une plus grande capacité à prendre des décisions dans des situations marquées par l'incertitude (cité dans Prince et al., 2021, p. 34). De plus, en tant qu'entrepreneur, il n'y a aucune garantie de succès. L'entrepreneur vit donc au jour le jour, sans certitude que son projet atteindra un jour les objectifs souhaités (Prince et al., 2021, p. 35).

Ces différents concepts offrent une compréhension générale de ce que signifie être entrepreneur, bien que la liste ne soit pas exhaustive. Parmi les compétences essentielles des entrepreneurs, il y a celle de faire fructifier une idée. Pour y parvenir, il est nécessaire de la faire connaître, et c'est là que les récits entrepreneuriaux interviennent.

2) La culture entrepreneuriale

Les récits entrepreneuriaux font partie intégrante du monde de l'entrepreneuriat. Selon Fiol (1989, p. 279): *“A narrative consists of the following elements: a narrative subject in search of an object, a destinator and a set of forces that either help or hinder the subject in acquiring the desired object”*³. Les récits entrepreneuriaux partagent une structure similaire, où l'entrepreneur est le protagoniste en quête de succès, la société occupe le rôle de destinataire, et les investisseurs jouent le rôle de forces influençant le parcours de l'entrepreneur. (Lounsbury et Glynn, 2001, p. 549)

De nombreux entrepreneurs à succès ont partagé leurs parcours, révélant les étapes et les stratégies qui leur ont permis d'atteindre leurs objectifs. Ces histoires peuvent inspirer et guider les jeunes entrepreneurs désireux de se lancer dans cette aventure. Cependant, bien que les auditeurs puissent en tirer des enseignements précieux, ce sont souvent avant tout les narrateurs

³ *“les narrations sont composées d'éléments clés tels qu'un sujet narratif en quête d'un objet, un destinataire, et des forces qui influent sur l'acquisition de cet objet”* (traduction effectuée avec DeepL).

qui bénéficient de ce processus. C'est à travers leurs récits que les entrepreneurs ont la capacité de captiver leurs auditeurs, de transmettre un message et de donner un sens à leurs entreprises (Lockwood & Soublière, 2022 cités dans Burnell et al., 2023, p. 325). En effet, en partageant leurs récits, les entrepreneurs acquièrent une légitimité auprès des investisseurs potentiels, des concurrents et des visionnaires, car l'impact de leurs récits influence les actions et les perceptions de ces parties prenantes (Lounsbury et Glynn, 2001, p. 545).

Ainsi, selon Lounsbury et Glynn (2001): *“stories are an integral part of the process by which founders construct new ventures, acquire needed capital, and generate new wealth”*⁴. Les auteurs avancent même l'idée que cette réalité est d'autant plus vraie lorsqu'une entreprise est à ses débuts. En élaborant des récits d'entreprises, les entrepreneurs rendent leurs projets plus accessibles et connus, ce qui a un impact direct sur leur légitimité. Ainsi, il incombe à l'entrepreneur de se montrer le plus convaincant possible, en étant capable de raconter qui il est, d'où il vient, et comment il compte élaborer ses idées pour en tirer des avantages pour les consommateurs et la société (Lounsbury et Glynn, 2001, p. 559). Maîtriser l'art de raconter des récits narratifs est un atout pour les entrepreneurs, car cela leur permet de créer de la valeur là où il n'y en avait pas initialement, et de la faire fructifier avec le temps (Burnell et al., 2023, p. 325).

Pour éviter toute confusion, il est important de préciser que les récits entrepreneuriaux, même s'ils peuvent être embellis, ne sont pas de la fiction. Cependant, ils visent à susciter des émotions, une caractéristique également présente dans les récits fictionnels, comme nous le développerons plus tard.

3) Types de récits entrepreneuriaux

Dans les travaux de Burnell et al., six types de récits entrepreneuriaux ont été identifiés. Nous allons nous pencher sur chacun de ces types individuellement et donner des exemples d'entreprises ou de start-ups pour lesquelles ce genre de récit pourrait correspondre.

⁴ *“les récits font partie intégrante du processus par lequel les fondateurs créent de nouvelles entreprises, acquièrent le capital nécessaire et génèrent de nouvelles richesses”* (traduction effectuée avec DeepL).

3.1 Le récit identitaire

L'identité entrepreneuriale est définie par Navis & Glynn (2011, p. 180) comme étant: “the constellation of claims around the founder, new venture, and market opportunity as to « who we are » and « what we do »”⁵

Ainsi, en décrivant qui ils sont et ce qu'ils font, les entrepreneurs souhaitent, à travers les récits identitaires, convaincre le public de la légitimité et de la singularité de leurs entreprises. Cela s'effectue notamment en développant un lien cohérent avec les antécédents de l'entrepreneur, les idées nouvelles qu'il amène sur le marché, et l'environnement dans lequel il propose ces nouvelles idées (Navis & Glynn, 2011, cité dans Burnell et al., 2023, p. 328). Patagonia est un exemple d'entreprise qui pourrait utiliser ce type de récit. Cette entreprise de vêtement et d'équipement plein air s'est construite une identité solide autour de ses fortes convictions écologiques et environnementales, ainsi que de ses engagement éthiques et durables (*Environmental & Climate Activism | Patagonia BE*).

3.2 Le récit d'opportunité

Dans les récits d'opportunité, l'accent est mis sur un moment ou un événement déterminant qui a incité l'entrepreneur à se lancer dans l'entrepreneuriat. Ce type de récit explore les actions, les éléments et les idées qui ont émergé suite à l'opportunité saisie par l'entrepreneur. En fonction de la situation et du type d'opportunité saisie, l'entrepreneur développe son récit d'opportunité de différentes manières. Soit en mettant l'accent sur la découverte d'un problème, représentant un besoin non satisfait du marché, soit en se concentrant sur la création de solutions optimales permettant à son entreprise de se démarquer (Burnell et al., 2023, p. 329). Cela a été le cas pour Airbnb, une plateforme en ligne permettant aux propriétaires de louer leurs logements à des voyageurs. Airbnb a su saisir une opportunité en réponse à la pénurie de logements abordables pendant les voyages (Airbnb, 2024).

⁵ “la constellation de revendications autour des fondateurs, de l'organisation et des opportunités de marché d'une entité entrepreneuriale qui donne un sens aux questions « qui nous sommes » et « ce que nous faisons »” (traduction effectuée avec DeepL).

3.3 Le récit projectif

L'avenir est incertain et difficile à prévoir. Les entrepreneurs, lorsqu'ils projettent une vision de l'avenir, doivent convaincre leurs interlocuteurs que cet avenir est sûr et compréhensible. Tel est l'objectif des récits projectifs. Selon Garud et al. : *“projective stories set cognitive and pragmatic expectations by “plotting” different social and material elements into a compelling chronological account that invites stakeholders to imagine future venture possibilities”*⁶ (2014, p. 1). En décrivant un avenir favorable pour l'entreprise, l'entrepreneur crée un sentiment d'excitation et d'anticipation autour du projet entrepreneurial (Burnell et al., 2023, p. 331). Les voitures électriques de Tesla en sont un bon exemple. En introduisant des véhicules axés sur les nouvelles avancées technologiques, Tesla suscite un engouement pour ces produits en anticipant l'avenir (Tesla, 2024).

3.4 Le récit d'échec

La vie est parsemée de réussite et d'échecs, et les parcours d'entrepreneurs n'y font pas exception. Au cours de leur aventure, les entrepreneurs rencontrent des défis et des obstacles, certains plus conséquents que d'autres. C'est dans ce contexte que naît le récit d'échec. Selon Shepherd et al. (2016), le récit d'échec est un compte-rendu détaillant un échec entrepreneurial survenu (cité dans Burnell et al., 2023, p. 332). Il est crucial de reconnaître ses erreurs et d'identifier les causes de cet échec particulier. Ce processus forge l'entrepreneur, qui apprend de ses erreurs. Ainsi, le récit d'échec démontre que l'entrepreneur sait se remettre en question et repartir du bon pied malgré les difficultés (Burnell et al., 2023, p. 332). Apple, qui jouit maintenant d'un succès immense, est un bon exemple de ce genre de récit car l'entreprise a traversé de nombreuses phases d'échecs. Des produits infructueux comme l'Apple III, des tensions en interne, ainsi que des scandales comme le Batterygate ont été des défis importants pour Apple. Cependant, l'entreprise a su tirer des leçons de ses phases d'échecs et est devenue l'entreprise qu'elle est aujourd'hui (Isaacson, 2011).

⁶ *“Les récits projectifs créent des attentes cognitives et pragmatiques en « mettant en scène » différents éléments sociaux et matériels dans un récit chronologique convaincant qui invite les parties prenantes à imaginer de futures possibilités d'entreprise”* (traduction effectuée avec DeepL).

3.5 *Le récit de pivot*

Le parcours d'un entrepreneur peut parfois nécessiter un changement de direction. Cependant, cela doit être fait de manière judicieuse, car la constance est un facteur clé de succès pour les entrepreneurs, contribuant à leur légitimité. C'est dans ce contexte que les récits de pivot prennent toute leur importance, lorsque le projet entrepreneurial emprunte une nouvelle trajectoire. Ces récits visent à rassurer et à convaincre les parties prenantes des changements apportés, que ce soit dans la stratégie d'entreprise ou dans le modèle commercial. Les modifications doivent être soigneusement justifiées, tout en réaffirmant l'engagement envers les objectifs initiaux (Burnell et al., 2023, pp. 333-334). La start-up DiscoveRent pourrait bénéficier de ce type de récit. Initialement centrée sur la location de matériel d'extérieur, elle a évolué pour devenir une agence de voyage responsable spécialisée dans les expéditions d'aventure (DiscoveRent, 2024).

3.6 *Le récit d'ingéniosité*

À la base de chaque projet entrepreneurial se trouve une idée créative et innovante qui résout un problème jusque-là sans solution. C'est ce qui constitue le récit d'ingéniosité. Dans ce type de récit, l'entrepreneur met en avant sa capacité de réflexion et la créativité dont il a fait preuve pour surmonter un obstacle apparemment insurmontable. L'entrepreneur surprend et impressionne en abordant un problème et en proposant une solution originale et inattendue (Burnell et al., 2023, p. 335). L'entreprise Velcro serait idéale pour ce type de récit. Ce système de fixation, nommé Velcro, a surpris par sa méthode de fermeture simple, efficace et ingénieuse (*VELCRO® Brand Fastening Solutions* | *Velcro Companies*, 2024).

Ces différents récits sont utilisés à divers moments du parcours entrepreneurial, en fonction des expériences vécues et des objectifs visés. Ils constituent une véritable force pour l'entrepreneur, lui permettant d'en tirer le meilleur pour lui-même et son projet.

4) **Créativité**

Avant de pouvoir raconter son histoire, un entrepreneur doit d'abord avoir une histoire à raconter. Pour cela, il doit avoir développé une idée, un procédé ou un modèle émergent. Dans

un contexte entrepreneurial, le développement de nouvelles idées innovantes est un facteur clé de succès (Schumpeter, 1934). Afin d'y parvenir, les entrepreneurs doivent faire preuve de créativité pour développer ce qui n'a pas encore été créé, ou améliorer des choses préexistantes. Le service ou le produit vendu doit savoir se différencier de ses concurrents, tout en apportant une plus-value. C'est dans ce contexte que la dimension de créativité prend toute son importance.

La créativité, même si les deux concepts sont intimement liés, se différencie de l'imagination. L'imagination est la capacité de former des images, des idées et des sensations dans l'esprit sans nécessiter une stimulation sensorielle directe. C'est le pouvoir de visualiser des choses qui ne sont pas présentes ou qui n'existent pas encore. Elle permet de concevoir des mondes alternatifs, des scénarios hypothétiques et des concepts abstraits. Par exemple, l'imagination permet de rêver à de nouvelles réalités ou de penser à des situations inédites (Fendi 2016, cité dans Alghamdi et Alotaibi, 2022, p. 528). La créativité quant à elle, est la capacité de générer des idées, des solutions ou des œuvres originales. Elle implique souvent la réalisation pratique d'idées nouvelles quel que soit le domaine. Elle consiste à utiliser l'imagination pour résoudre des problèmes, produire de l'art, innover dans divers domaines et appliquer des idées de manière pratique et tangible (Amabile, 1997, p. 40).

Selon Fendi (2016), l'imagination est le point de départ de toute activité créative (cité dans Alghamdi et Alotaibi, 2022, p. 528). L'imagination est une composante essentielle de la créativité, mais la créativité va au-delà en appliquant ces idées de manière pratique et souvent novatrice.

4.1 Créativité et entrepreneuriat

L'utilisation de la créativité est un atout pour les entrepreneurs. Lorsque l'avenir est incertain et qu'il est nécessaire de se défaire des paradigmes existants pour explorer de nouvelles idées, le processus créatif peut aider à surmonter la peur du changement (Reboud et Mazzarol, 2023, p. 713). De plus, une étude menée par Zampetakis et al. en 2011 sur des étudiants en école de commerce démontre que, plus les jeunes se considèrent comme créatifs, plus leurs intentions entrepreneuriales sont élevées. Cela souligne l'importance et l'impact de la créativité dans le domaine entrepreneurial.

5) Cultiver l'esprit d'entreprise

Étant donné l'impact positif de l'entrepreneuriat sur l'économie d'un pays, les gouvernements cherchent logiquement à le stimuler au maximum. Ainsi, il existe de nombreux cours d'entrepreneuriat enseignés dans différentes écoles qui abordent les compétences ainsi que les clés de succès de l'entrepreneuriat. Il va de soi que l'apprentissage de ces compétences augmente le savoir et l'expertise dans ce domaine, entraînant ainsi un taux de réussite plus élevé dans la création de projets entrepreneuriaux. Or, la connaissance ne suffit pas pour être un entrepreneur, il faut également posséder un esprit entrepreneurial (Souitaris et al., 2007, p. 587). Ainsi, afin de cultiver cet esprit, il est nécessaire de se concentrer sur l'aspect inspirant de l'enseignement.

Nous avons discuté précédemment de l'impact des récits entrepreneuriaux, en établissant que ceux-ci mettent en lumière à la fois les motivations à l'origine des projets entrepreneuriaux, et renforcent par la même occasion leurs légitimités. Or, l'impact de ces récits ont également la capacité de susciter l'inspiration chez d'autres personnes pour se lancer également dans l'entrepreneuriat (Isenberg 2010, cité dans Hubner et al., 2022, p. 214). Dans un contexte académique, les récits entrepreneuriaux deviennent une source d'inspiration pour les étudiants en entrepreneuriat. De plus, des études montrent que les élèves éprouvent un grand taux de satisfaction grâce à un apprentissage informel, qui correspond dans ce cas-ci à un apprentissage suivant une méthodologie narrative (Pašić et al., 2023, p. 177). La méthodologie narrative implique que les auditeurs analysent les récits qui leur sont racontés. Plus concrètement, cela incite les auditeurs à effectuer un travail de réflexivité sur eux-mêmes, en établissant des liens et en analysant leurs propres expériences en comparaison avec les récits partagés par le narrateur (Gartner, 2007, p. 616)

L'apprentissage selon une méthodologie narrative peut se faire lorsque quelqu'un présente son projet en personne, mais cela peut également se faire à travers un récit sous une autre forme, y compris fictionnel. C'est ce que nous allons examiner dans les points suivants. Nous allons analyser dans quelle mesure la fiction influence l'apprentissage et les avantages qui en découlent.

III. La fiction

La fiction englobe toutes les œuvres et récits issus de l'imaginaire. Ce sont des créations inventées qui racontent une histoire à travers des personnages fictifs. Bien que les fictions soient généralement utilisées à des fins récréatives, elles recèlent des avantages et des utilisations insoupçonnées.

1) L'impact de la fiction sur l'apprentissage

Erikson et al. se basent sur les travaux de Schick (1982) pour affirmer que: “*Reading fictional literature can be a way of learning about the world and the human condition*”⁷ (Erikson et al., 2020, p. 171). En effet, la fiction s'inscrit souvent dans un cadre ou le contexte politique, géographique et historique s'inspire de notre monde actuel (Marsh, 2003, p. 519). Des études ont été menées afin de démontrer que la fiction aide des étudiants à apprendre des informations précises sur le monde (Marsh et al., 2012, p. 449). De plus, la lecture de fiction sollicite notre imagination pour rendre tangibles diverses situations et scénarios. Certaines œuvres nous permettent de nous glisser dans la peau d'un personnage, d'explorer son intimité et de ressentir les émotions qui le traversent. La fiction nous permet d'explorer et de mieux comprendre diverses émotions et sentiments à travers une perspective différente de la nôtre, élargissant notre empathie et notre connaissance de l'humain. A travers la fiction nous pouvons avoir un aperçu de ce que cela représente d'être une certaine personne, ou de se retrouver dans une situation particulière (Schick, 1982, p. 37). Il existe de nombreuses expériences que nous préférons ne pas vivre, mais cela ne signifie pas qu'il ne soit pas intéressant d'en apprendre davantage. La fiction nous offre la possibilité d'explorer ces événements sans y être directement impliqués, tout en acquérant une compréhension de ce que cela représente de se retrouver dans ce genre de situation (Currie et al., 2023, p. 7).

En suivant l'histoire ou le parcours d'un personnage fictif, nous ne restons pas indifférents. La fiction a la capacité d'activer la dimension émotionnelle de l'apprentissage, ce qui peut entraîner un engagement cognitif plus profond. Cela rend les apprentissages liés à la fiction plus efficaces. De nombreuses études ont confirmé que la fiction améliore la compréhension de

⁷ “*La lecture de littérature de fiction peut être un moyen d'apprendre sur le monde et la condition humaine*” (traduction effectuée avec DeepL).

concepts étudiés. (Vallée, 2020, p. 220, 223, 225). Cela s'explique par l'augmentation de l'intérêt et, par conséquent, le temps consacré à la tâche, ainsi que par les avantages mémoriels qu'offre la fiction (Marsh et al., 2012, p. 451).

Historiquement, l'utilisation de sources fictives pour enseigner des concepts importants est une tradition ancienne. Par exemple, dans la Grèce antique, des poèmes épiques comme l'Iliade étaient utilisés pour enseigner des matières telles que l'histoire, la géographie et la morale (Rubin, 1995). Ce phénomène n'était pas limité à la Grèce, car des cultures comme les Romains, les Anglais et les Indiens utilisaient également des épopées telles que l'Énéide, Beowulf et le Mahabharata pour transmettre des récits historiques mêlés à des éléments mythiques (Marsh et al., 2012, p. 450).

L'utilisation de la fiction dans les processus d'apprentissage permet de développer des compétences qui n'ont pas été observées par les méthodes traditionnelles. La fiction sert de véhicule d'expression pour une idée, illustrée par les personnages et leur environnement, montrant ainsi l'évolution de ces idées et leurs conséquences pratiques (Currie et al., 2023, p. 4). En abordant les sujets ou les thèmes sous un angle différent, la fiction permet une compréhension plus large et plus complète. De plus, la fiction est également un bon moyen pour susciter des discussions ou des réflexions sur les concepts abordés (Cohen, 1998, p. 166).

Toutefois, il est crucial de reconnaître que la fiction peut contenir des informations erronées, et qu'il est difficile d'évaluer comment chaque personne perçoit ces informations (Erikson et al., p. 172). En somme, la fiction peut être un outil précieux dans le processus d'apprentissage, mais toutes les œuvres de fiction ne sont pas nécessairement adaptées à cet objectif (Currie et al., 2023, p. 1). De plus, la fiction ne devrait pas être la seule source d'apprentissage. Elle devrait être utilisée de manière complémentaire aux enseignements théoriques pour en tirer le meilleur parti.

Lorsque la fiction est utilisée à bon escient, ses apports dans l'apprentissage sont multiples. Elle permet, entre autres, une meilleure compréhension des concepts étudiés, de stimuler les discussions et de favoriser l'analyse des concepts sous des perspectives différentes (Marsh et al., 2012, p. 450).

2) Avantages liés à la fiction

De nombreux auteurs ont confirmé l'hypothèse que la fiction littéraire peut servir de base au développement de connaissances académiques (Nordqvist et Gartner, 2020, p. 123). Quel que soit le domaine, la fiction améliore la compréhension des concepts étudiés. En effet, grâce à ses personnages et à leurs récits, la fiction établit une connexion émotionnelle avec son public. Cette connexion renforce l'engagement cognitif, favorisant ainsi une meilleure concentration et une compréhension globale accrue.

Ensuite, la fiction stimule la créativité, comme le confirment des études sur l'impact de la science-fiction, un genre de fiction spéculative basé sur des concepts scientifiques et technologiques (Alghamdi et Alotaibi, 2022, p. 528). Selon Abdel-Kader (2018), la science-fiction favorise une ouverture d'esprit plus large (cité dans Alghamdi et Alotaibi, 2022, p. 529). En explorant des concepts scientifiques et technologiques sous un autre angle et en imaginant les progrès futurs, elle offre un espace où la créativité peut s'exprimer librement (Alghamdi et Alotaibi, 2022, p. 526).

Enfin, la fiction nous permet d'accroître notre empathie et notre compréhension de l'autre. En effet, en observant des situations nouvelles ou en nous plongeant dans la peau d'autrui, la fiction nous permet d'en apprendre davantage sur l'humain et ses différents états mentaux (Nordqvist et Gartner, 2020, p. 123). Cette acquisition d'empathie n'est pas réalisable par le biais de textes scientifiques, mais bien par l'immersion dans des expériences fictives mettant en scène des situations et des personnages (Erikson et al., p. 171).

3) La fiction dans l'entrepreneuriat

Afin d'analyser l'impact de la fiction sur l'entrepreneuriat, nous pouvons nous appuyer sur les travaux de Cardow et Smith, qui ont mené en 2015 une étude sur l'impact de la fiction sur l'esprit d'entreprise d'un groupe d'étudiants. Dans leur étude, Cardow et Smith utilisent la série télévisée pour adolescents "Buffy the Vampire Slayer" pour susciter l'intérêt et l'engouement entrepreneurial chez les étudiants. Leurs recherches ont montré que la compréhension des concepts entrepreneuriaux a augmenté car, en utilisant la fiction, les concepts jusque-là inconnus et incompris ont pris un nouveau sens lorsqu'ils ont été illustrés à travers des personnages familiers. Les concepts deviennent plus accessibles et faciles à comprendre car ils

sont expliqués à travers une compréhension commune établie grâce à la fiction (Cardow et Smith, 2015, p. 370). De plus, l'identification aux personnages fictifs renforce l'engagement émotionnel, ce qui entraîne un plus grand intérêt et, par conséquent, une meilleure compréhension. Cela rend le sujet de l'entrepreneuriat plus attrayant. En plus d'acquérir des compétences liées à l'entrepreneuriat, cela encourage également le développement de l'esprit entrepreneurial (Cardow et Smith, 2015, p. 361), un élément clé dans ce domaine.

Ensuite, en partant du postulat que les œuvres fictionnelles influencent la culture, nous pouvons établir un lien avec les entrepreneurs car, selon Storr et Butkevich : *"Entrepreneurs are cultural creatures and culture affects how they conceive their opportunities and how they determine and pursue their interests"*⁸ (2007, p. 251).

Enfin, une des clés de réussite de l'entrepreneuriat est de réussir à développer des idées nouvelles et innovantes. Or, lorsqu'il s'agit de s'imaginer le futur, l'humain a tendance à se reposer sur ses acquis (Reboud et Mazzarol, 2023, p. 697). Il est difficile de sortir de sa zone de confort et de prendre des risques sans en avoir eu l'expérience auparavant. D'autant plus qu'il est difficile de s'imaginer ce que l'on n'a pas encore expérimenté (Nagel, 1974 cité dans Reboud et Mazzarol, 2023, p. 697). La stimulation de créativité offerte par la fiction constitue une solution à ce problème. Certaines œuvres de fiction, libérées des contraintes du monde réel, permettent de développer des idées nouvelles et de faire émerger de nouveaux processus créatifs. En adoptant des perspectives différentes et en abordant des problèmes et des situations sous l'angle de la fiction, cela peut déclencher l'étincelle de créativité manquante chez un entrepreneur.

⁸ *"Les entrepreneurs sont des créatures culturelles et la culture influe sur la façon dont ils conçoivent leurs opportunités et sur la façon dont ils déterminent et poursuivent leurs intérêts"* (traduction effectuée avec DeepL).

IV. Introduction à la fiction

L'objectif de ce mémoire est d'observer si la fiction est exploitable pour enseigner des processus entrepreneuriaux. Comme vu précédemment, la fiction peut permettre une meilleure compréhension de concepts complexes, stimuler la créativité, accroître notre empathie et améliorer notre compréhension du monde qui nous entoure. Cependant, cela ne signifie pas que toutes les fictions soient exploitables à des fins pédagogiques. Il est important de vérifier les informations et d'étudier correctement une fiction avant de l'utiliser dans un cadre pédagogique, car certaines informations liées à celle-ci peuvent être erronées. La fiction, n'ayant pas un but éducatif à la base, doit être utilisée comme source complémentaire pour améliorer la compréhension des sujets étudiés, et non comme source principale.

Le choix de la fiction pour cette recherche s'est porté sur *One Piece*, une œuvre qui n'a aucun but pédagogique ou d'implications entrepreneuriales. *One Piece* existe depuis une vingtaine d'années et continue de susciter un engouement considérable. En raison de sa longévité, *One Piece* possède un public large et diversifié. Avec plus d'une centaine de tomes, plus de mille épisodes en version animée, et une série en live-action sur Netflix, *One Piece* offre une grande quantité de matière à exploiter.

1) *One Piece*

L'histoire de *One Piece* commence en 1997, lorsque le premier chapitre est publié par Eiichiro Oda dans le magazine hebdomadaire nommé le *Weekly Shōnen Jump*. Ce chapitre a su convaincre le public, car l'histoire de Monkey D. Luffy, le personnage principal de *One Piece*, continue encore plus de 25 ans plus tard. Ce manga est le plus vendu de tous les temps, dépassant notamment la barre des 500 millions de vente d'exemplaires en 2022 (Lebigre, 2023). Celui-ci appartient au genre Shōnen, qui signifie "jeune garçon" en japonais, ciblant principalement les adolescents masculins (Mélanie, 2021). Les Shōnen se caractérisent par des thèmes comme le dépassement de soi, les amitiés profondes et la poursuite d'un rêve ou d'un objectif (Thomas, 2023).

Le manga *One Piece* suit les péripéties de Luffy, un adolescent qui rêve d'aventures et qui a pour objectif de devenir le roi des pirates. Pour atteindre son objectif, Luffy doit mettre la main sur le *One Piece*, le trésor que le premier roi des pirates, Gold D. Roger a laissé derrière lui

après sa mort. Une mort qui n'a pas laissé le monde de One Piece indifférent, car elle est à l'origine du lancement de la grande ère de la piraterie. En effet, avant de se faire exécuter sur une place publique, Gold D. Roger a incité de nombreux pirates à se lancer en mer en prononçant ces mots : *“Mon trésor ? Je vous le laisse avec plaisir... Débrouillez-vous pour mettre la main dessus, il est tout ce dont un homme peut rêver”*, en faisant allusion au One Piece. Personne ne sait exactement ce à quoi il correspond, ni ce qu'il représente, mais cela n'a pas empêché des centaines de pirates de se mettre à sa recherche.

L'univers dans lequel évoluent les personnages du manga possède une particularité remarquable car il contient des fruits du démon. Lorsqu'une personne mange l'un de ces fruits, elle obtient les pouvoirs associés au fruit en question. C'est ainsi que nous suivons les aventures de Luffy, devenu un homme élastique après avoir ingéré par inadvertance le "Fruit du Gomu" lorsqu'il était enfant.

Certaines grandes puissances dominent le monde de One Piece. Parmi elles, le Gouvernement Mondial et sa branche militaire, la Marine. Celle-ci a pour mission de maintenir l'ordre et de faire respecter la loi. Par définition, la Marine est en opposition avec les pirates, qui sont considérés comme des hors-la-loi. Au sein de la Marine, il existe également des pirates qui collaborent avec elle suite à un accord avec le Gouvernement Mondial. Ils sont appelés les Shichibukai, ou Grands Corsaires en français, et sont au nombre de sept. En échange de leur aide, ces pirates sont impunis par la Marine. Enfin, du côté des pirates, les mers sont dominées par les quatre grands Empereurs, qui représentent les pirates les plus puissants et les plus influents du monde. La Marine, les Shichibukai et les Grands Empereurs représentent les trois grandes puissances qui régissent l'univers de One Piece.

Dans sa quête pour trouver le One Piece, Luffy rencontre de nombreuses personnes. Parmi elles, certains deviendront ses amis et accepteront de rejoindre son équipage pour naviguer à ses côtés. Ils forment ainsi l'équipage des Mugiwaras, ce qui signifie "Chapeau de Paille" en français, en référence au chapeau que Luffy porte toujours. Ainsi, les Mugiwaras explorent le monde entier en naviguant d'île en île. Cela leur permet de vivre une multitude de péripéties et de surmonter de nombreux obstacles. L'univers vaste de One Piece offre l'occasion d'aborder divers thèmes. Des sujets tels que le racisme, l'injustice et les inégalités sont explorés et combattus par les protagonistes. Dans cet univers de pirates en quête d'aventure, de nombreux liens peuvent être établis avec l'entrepreneuriat. De plus la richesse de l'univers de One Piece ainsi que sa popularité, en font un sujet d'étude idéal pour notre question de recherche.

V. Définitions des modèles

Dans la suite de notre recherche, nous allons analyser deux modèles entrepreneuriaux différents que nous allons ensuite mettre en lien avec la fiction. Nous présentons ainsi le modèle EntreComp et le modèle de l'effectuation. L'utilisation de ces deux modèles permet une exploration plus étendue de l'émergence des concepts entrepreneuriaux à travers la fiction.

1) EntreComp

C'est en 2016 que le "European Entrepreneurship Competence framework" a vu le jour. Ce modèle que nous appellerons EntreComp a été créé suite à la volonté de la commission européenne d'établir une référence commune des compétences de base de l'entrepreneuriat (Pašić et al., 2023, p. 165). Ce modèle a pour but d'aborder les notions de l'entrepreneuriat de manière claire et précise, et de permettre à quiconque de s'en servir à sa guise. Selon Pašić et al. : *"EntreComp stands out as a comprehensive outline of the essential knowledge, skills, and attitudes necessary for fostering an entrepreneurship mindset"*⁹ (2023, p. 165). Ce modèle permet de faire des liens entre le monde de l'éducation et celui du travail. Il s'agit donc d'un modèle flexible qui s'adapte à des utilisations différentes, avec la volonté sous-jacente de promouvoir l'entrepreneuriat en Europe (European Commission. Joint Research Centre., 2016, p. 5).

La définition de l'entrepreneuriat au sein du modèle EntreComp est la suivante : *"Entrepreneurship is when you act upon opportunities and ideas and transform them into value for others. The value that is created can be financial, cultural, or social"*¹⁰ (FFE-YE, 2012 cité dans Bacigalupo et European Commission Joint Research Centre, 2019, p. 39). Ainsi l'entrepreneuriat est perçu comme une compétence transversale dans le modèle EntreComp, qui s'appliquerait à toutes les sphères de la vie (Dinning, 2019, p. 434)

⁹ *"EntreComp se distingue par un aperçu complet des connaissances, compétences et attitudes essentielles pour favoriser l'esprit d'entreprise"* (traduction effectuée avec DeepL).

¹⁰ *"l'esprit d'entreprise consiste à saisir des opportunités et des idées et à les transformer en valeur pour les autres. La valeur créée peut être financière, culturelle ou sociale"* (traduction effectuée avec DeepL).

Trois domaines de compétences sont explorés au sein du modèle EntreComp. Chaque domaine résulte en 5 sous-compétences pour un total de 15 compétences¹¹. Ces domaines sont : “Idées et opportunités”, “Ressources” et “En action”¹². C’est en prenant en compte les 15 compétences du modèle que nous pouvons apercevoir la capacité et la volonté d’un individu ou d’un groupe d’entreprendre. En effet, cela mesure la capacité d’un individu à transformer des idées et des opportunités en action à travers des ressources mobilisées (Bacigalupo et European Commission Joint Research Centre, 2019, p. 40).

Le modèle EntreComp développe ces 15 compétences à travers un modèle de progression en 8 étapes¹³. Ces différentes étapes ont pour but d’accompagner le groupe ou l’individu dans son parcours d’entrepreneuriat. En plus du modèle de progression, EntreComp fournit une liste de 442 acquis d’apprentissage en lien avec les différentes compétences et leurs niveaux de progression. (European Commission. Joint Research Centre., 2016)

De nombreuses études ont confirmées l’apport du modèle EntreComp sur le développement des compétences entrepreneuriales. Le but du modèle n’est pas de pousser chaque individu à développer chacune des 15 compétences au maximum, mais de donner des clés et un aperçu de l’entrepreneuriat que chaque personne peut utiliser dans son meilleur intérêt. (Bacigalupo et European Commission Joint Research Centre, 2019, p. 44). Cependant son manque de vision ainsi que de consignes quant à sa mise en œuvre, sont des limites du modèle, car cela peut nuire à son utilisation. (Pašić et al., 2023, p. 163)

2) Effectuation

Lorsqu’on observe les différents modèles entrepreneuriaux qui existent, on peut remarquer que la plupart se basent sur des modèles prédictifs. Ces modèles reposent sur l’idée que plus on est capable de prédire l’avenir, plus on peut le maîtriser (Sarasvathy et Germain, 2011, p. 68). Ceux-ci se concentrent sur divers aspects tels que l’analyse de la concurrence, les calculs de rendements escomptés ou encore l’élaboration de plans d’affaires, avec comme volonté d’éviter l’inattendu (Wenwen et al., 2020, p. 844). C’est en 2001 que Saras D. Sarasvathy propose le principe de l’effectuation¹⁴, une théorie entrepreneuriale qui prend à contre-pied les modèles

¹¹ Voir annexe 1

¹² Voir annexe 2

¹³ Voir annexe 3

¹⁴ Voir annexe 4

prédictifs. La théorie de l'effectuation part du postulat que l'avenir est non prédictible et que les objectifs émergent chemin faisant. L'entrepreneuriat est ainsi perçu comme un processus de transformation des ressources disponibles pour atteindre des objectifs (Sarasvathy et Germain, 2011).

En effet, le principe de l'effectuation met en avant le contrôle et non la prédiction car selon Sarasvathy : *“to the extent we can control future, we do not need to predict it”*¹⁵ (2001, p 251). Ainsi, au lieu de se concentrer sur des objectifs à atteindre, ceux-ci vont se former progressivement au cours du développement du projet, influencés par l'identité, les connaissances et le réseau social de l'entrepreneur, ainsi que des éléments imprévisibles (Sarasvathy et Germain, 2011, p. 67). C'est en se reposant sur ces éléments qui constituent les ressources initiales, que les objectifs et les idées vont émerger¹⁶ (Chandler et al., 2011, p. 377).

L'effectuation se base sur cinq principes clés : (1) démarrer avec les moyens à disposition, c'est-à-dire l'identité, les connaissances et les relations de l'entrepreneur ; (2) raisonner en termes de perte acceptable plutôt que de maximisation des gains attendus ; (3) former des partenariats avec des acteurs sélectionnés qui s'engagent à co-crée le futur ; (4) tirer parti des surprises et des contingences comme sources d'opportunités ; et (5) agir en pilote dans l'avion, se concentrant sur ses propre capacité d'action et de décision plutôt que d'exploiter des facteurs externes préexistants. (Sarasvathy, 2008; Gallego-Roquelaure, 2021).

Ainsi, l'effectuation se différencie des approches plus traditionnelles que Saras D. Sarasvathy a défini comme étant des modèles suivant un principe de causalité¹⁷. Nous pouvons observer les différences entre la causalité et l'effectuation selon quatre principes différents. Tout d'abord, selon Sarasvathy:

*“Causation processes take a particular effect as given and focus on selecting between means to create that effect. Effectuation processes take a set of means as given and focus on selecting between possible effects that can be created with that set of means”*¹⁸ (2001, p. 245)

¹⁵ *“dans la mesure où nous pouvons contrôler l'avenir, nous n'avons pas besoin de le prédire”*
(traduction effectuée avec DeepL)

¹⁶ Voir annexe 5

¹⁷ Voir annexe 6

¹⁸ *“Les processus de causalité considèrent un objectif particulier comme base de départ et se concentrent sur le choix des moyens pour atteindre cet objectif. Les processus de l'effectuation prennent un ensemble*

En effet, le principe de l'effectuation va se concentrer sur l'entrepreneur et les ressources mises à sa disposition pour établir des objectifs réalisables, tandis que le principe de causalité va se concentrer sur un objectif à atteindre et les moyens pour y parvenir. Ensuite, l'effectuation perçoit les imprévus et les contingences comme des sources d'opportunités, tandis que les processus de causalité tentent de les éviter au maximum en essayant de prévoir le futur, et en se concentrant sur l'exploitation des connaissances préexistantes. De plus, ces principes diffèrent quant à leurs relations vis-à-vis des investissements. L'effectuation minimise le risque en se concentrant sur des scénarios pour lesquels la perte maximale est acceptable, tandis que la causalité maximise les scénarios avec le meilleur rendement. Pour finir, l'effectuation cherche à établir des alliances stratégiques et des arrangements préalables avec des partenaires potentiels, dans l'optique de contrôler un futur imprévisible, tandis que la causalité se concentre sur des analyses de marché et la compétition afin de prédire un futur incertain (Chandler et al., 2011).

de moyens comme base de départ et se concentrent sur le choix des objectifs possibles pouvant être atteints avec cet ensemble de moyens” (traduction effectuée avec DeepL)

VI. Méthodologie

1) Objectif de la recherche

Nous souhaitons évaluer la possibilité d'exploitation de la fiction pour enseigner des processus entrepreneuriaux. C'est pourquoi nous avons choisis de nous concentrer sur One Piece, et sur deux approches entrepreneuriales différentes, celui d'EntreComp, et le principe de l'effectuation. En utilisant le modèle EntreComp nous avons la certitude d'avoir une perspective large des concepts entrepreneuriaux, quant au principe de l'effectuation, celui-ci a été choisi pour son approche innovante de l'entrepreneuriat. L'utilisation de ces deux modèles permet une exploration plus étendue de l'émergence des concepts entrepreneuriaux à travers la fiction. Afin de répondre à la question de recherche, nous devons vérifier si les compétences entrepreneuriales de ces modèles se manifestent dans One Piece.

Ainsi, nous souhaitons déterminer si ces processus entrepreneuriaux sont identifiables dans One Piece, indépendamment du profil du lecteur ou du spectateur. En effet, l'objectif est d'évaluer l'émergence de ces concepts entrepreneuriaux sans que le lecteur ou spectateur ait besoin de prérequis pour les reconnaître. Par conséquent, l'avis de quiconque ayant lu ou visionné One Piece devient pertinent. Une méthodologie de recherche quantitative semble être le meilleur choix dans ce cas-ci.

2) Méthodologie de recherche quantitative

Dans le cadre d'une recherche quantitative, l'accent est mis sur des chiffres précis et sur l'analyse de données mesurables. Ce type de recherche permet de tester des hypothèses (Grad Coach, 2021). C'est donc à travers un formulaire Google Docs que nous avons exploré comment les actions et les décisions du personnage principale de One Piece peuvent illustrer des principes clés de l'entrepreneuriat. Afin de récolter un maximum de réponses et de diversifier les profils, nous avons diffusé ce formulaire auprès d'un large public, notamment à travers des forums et des blogs de fans de One Piece. Au total, 132 personnes ont répondu au questionnaire.

3) Structure du questionnaire

Le questionnaire se divise en un total de 8 sections.

Section 1 : Des informations sont recueillies sur le profil des répondants.

Section 2 : Des questions sont posées aux répondants concernant leur connaissance de One Piece. Ils sont ensuite invités à évaluer si, selon eux, le monde de One Piece est comparable au nôtre et à quel degré ils s'identifient au personnage de Luffy.

Section 3 : Cinq questions sont posées pour évaluer l'émergence des compétences EntreComp dans la catégorie "Idées et Opportunités".

Section 4 : Cinq questions sont posées pour évaluer l'émergence des compétences EntreComp dans la catégorie "Utilisation des ressources".

Section 5 : Cinq questions sont posées pour évaluer l'émergence des compétences EntreComp dans la catégorie "Entreprendre des actions".

Section 6 : Cinq questions sont posées pour évaluer l'émergence du principe de l'effectuation.

Section 7 : Quatre questions sont posées pour évaluer le principe qui émerge le plus entre celui de l'effectuation ou celui de causalité

Section 8 : Les répondants doivent évaluer à quel moment Luffy s'est montré le plus entreprenant dans ses aventures et expliquer pourquoi.

À la fin de chaque section, un espace est réservé aux répondants pour développer leurs réponses s'ils le souhaitent.

Ainsi, l'objectif de ce formulaire est de vérifier l'émergence des concepts d'EntreComp et de l'effectuation, et d'analyser comment ces concepts apparaissent dans le manga One Piece.

VII. Résultats

Parmi les 132 personnes qui ont répondu, nous constatons que le public est assez jeune, avec 80,3% de personnes entre 18 et 24 ans et 15,9% entre 25 et 34 ans, ce qui correspond à la quasi-totalité des réponses recueillies. De plus, le public est majoritairement composé d'étudiants à 83,3% pour 15,9% de travailleurs, comme cela est visible en observant les graphiques de l'annexe 7.

Ensuite, nous constatons que One Piece est connu aussi bien par la lecture du manga que par le visionnage de l'animé, avec seulement une légère différence de 2.2% entre les deux. Nous remarquons également qu'un peu moins d'un tiers des participants connaissent One Piece grâce à la série Netflix.

En ce qui concerne la connaissance des participants à One Piece, nous observons que 44,7% sont à jour dans l'animé, et 51,5% le sont dans les scans. Les scans sont des chapitres du manga dans un format numérisé. Habituellement, un nouveau chapitre est publié chaque semaine et comporte environ une quinzaine de pages. Ce sont ces chapitres qui constituent un tome du manga, un tome regroupant généralement 9 à 10 chapitres. À titre d'information, l'animé compte 1106 épisodes fin mai 2024, avec la sortie d'un épisode hebdomadaire depuis le 20 octobre 1999, sauf cas exceptionnel. Pour ce qui est des scans, nous sommes actuellement à la sortie du chapitre 1116 pour la même période concernée.

1) Questions liées au modèle EntreComp

Le questionnaire a été conçu pour identifier l'émergence des compétences d'EntreComp. Ainsi, les répondants ont dû évaluer des affirmations concernant Luffy et ses comportements, en utilisant une échelle de 1 à 5, où 1 correspond à "pas du tout en accord" et 5 à "tout à fait d'accord". Le modèle EntreComp se base sur 15 compétences divisées en trois domaines différents. Les premières questions concernent le domaine des compétences liées aux idées et aux opportunités. Les réponses et les graphiques correspondants sont disponibles à l'annexe 7.1.

1.1 Idées et opportunités

Le tableau ci-dessous reprend les réponses des participants aux cinq questions qui ont été posées.

	Pas du tout en accord	Pas d'accord	Neutre	D'accord	Tout à fait d'accord
Créativité	1	10	14	48	59
Vision	5	12	31	52	32
Valoriser les idées	3	18	38	45	28
Repérer les opportunités	11	19	30	50	22
Réflexion éthique et durable	40	31	16	24	21

Tableau 1 : Réponses aux questions concernant le domaine « Idées et opportunités » du modèle EntreComp

Nous constatons que la créativité est la compétence la plus reconnue par les lecteurs et les spectateurs. Ensuite, nous remarquons que la vision, la valorisation des idées, et la capacité à repérer des opportunités sont des compétences qui émergent également, mais de manière moins prononcée. Enfin, la seule compétence qui ne semble pas marquer les répondants est celle de la réflexion éthique et durable, avec plus de la moitié des réponses qui sont en défaveur de l'émergence de cette compétence.

1.2 Utilisation des ressources

Les questions suivantes portent sur l'utilisation des ressources disponibles. Nous constatons que ces questions ont suscité des réponses plus claires que dans le domaine précédent. Ainsi, nous observons que la motivation et la persévérance, la capacité de mobilisation et la conscience de soi et l'efficacité personnelle sont des compétences de Luffy qui émergent de manière flagrante.

	Pas du tout en accord	Pas d'accord	Neutre	D'accord	Tout à fait d'accord
Motivation et persévérance	1	0	1	11	119
Capacité de mobilisation	1	1	4	19	107
Conscience de soi et efficacité personnelle	2	4	6	31	89
Mobilisation des ressources	18	26	42	30	16
Culture financière et économique	85	27	14	3	3

Tableau 2 : Réponses aux questions concernant le domaine « Utilisation des ressources » du modèle EntreComp

Ce n'est pas le cas de la capacité de mobilisation des ressources, qui ne suscite pas beaucoup d'intérêt chez les répondants, avec des réponses majoritairement neutres. Pour finir, la compétence en culture financière et économique émerge très peu.

1.3 Entreprendre des actions

Dans cette dernière section, nous nous intéressons à la catégorie “Entreprendre des actions” du modèle EntreComp. Nous constatons que la prise d’initiative, l’apprentissage par l’expérience, la capacité à faire face à l’incertitude et au risque, et enfin la capacité à travailler avec les autres sont des compétences que les répondants ont identifiées comme émergentes chez Luffy.

	Pas du tout en accord	Pas d'accord	Neutre	D'accord	Tout à fait d'accord
Prendre des initiatives	2	0	2	36	92
Apprendre par l'expérience	2	0	12	39	79
Faire face à l'incertitude et au risque	4	8	14	40	66
Travailler avec d'autres	6	6	24	47	49
Planifier et gérer	24	35	32	25	16

Tableau 3 : Réponses aux questions concernant le domaine « Entreprendre des actions » du modèle EntreComp

Ce n’est pas le cas de la planification et de la gestion, avec des réponses variées qui tendent vers une position neutre.

Ainsi, sur les 15 compétences d'EntreComp, nous observons que onze ont été identifiées par les lecteurs et les spectateurs comme étant des compétences émergentes et inhérentes au comportement de Luffy.

2) Questions liées au principe de l'effectuation

A l'instar des questions posées sur le modèle EntreComp, le même type de question a été posé pour évaluer l'émergence des principes de l'effectuation. Les réponses et les graphiques correspondants sont disponibles à l'annexe 7.2. Pour rappel, le principe de l'effectuation se base sur 5 principes clés. Nous observons que l'émergence de ces principes est perçue favorablement, à l'exception du principe concernant les pertes acceptables, où les réponses tendent à indiquer une faible émergence.

	Pas du tout en accord	Pas d'accord	Neutre	D'accord	Tout à fait d'accord
Forment des partenariats	5	5	15	36	71
Tirent parti des imprévus	3	6	15	47	61
Se concentrent sur leur propre capacité d'action	2	2	21	48	59
Démarrent avec les moyens à disposition	2	7	15	59	49
Raisonnent en termes de pertes acceptables	35	39	26	21	11

Tableau 4 : Réponses aux questions concernant les principes de l'effectuation

2.1 Rapport entre le principe de l'effectuation et de causalité

Des questions ont été posées pour opposer les principes de l'effectuation à ceux de causalité. Les répondants ont dû évaluer sur une échelle quelle proposition correspondait le mieux au comportement de l'équipage de Luffy, avec les réponses à gauche suivant les principes de l'effectuation et celles à droite les principes de causalité.

Dans la section précédente, nous avons constaté que l'idée de perte acceptable n'émergeait pas selon les répondants. Cette observation se renforce lorsqu'on compare le principe de causalité à celui de l'effectuation. Dans ce contexte, c'est le principe de causalité qui prévaut, axé sur la maximisation du rendement.

Effectuation			Neutre			Causalité
Perte acceptable	14	13	32	37	36	Maximisation du rendement
Maximisation de ressources	10	19	18	39	46	Objectifs prédéfinis
Événement inattendu = Opportunités	36	22	19	30	25	Événement inattendu = Obstacles
Alliances stratégiques	28	42	30	15	17	Partenariat structuré

Tableau 5 : Réponses aux questions mettant en rapport le principe de l'effectuation et de causalité

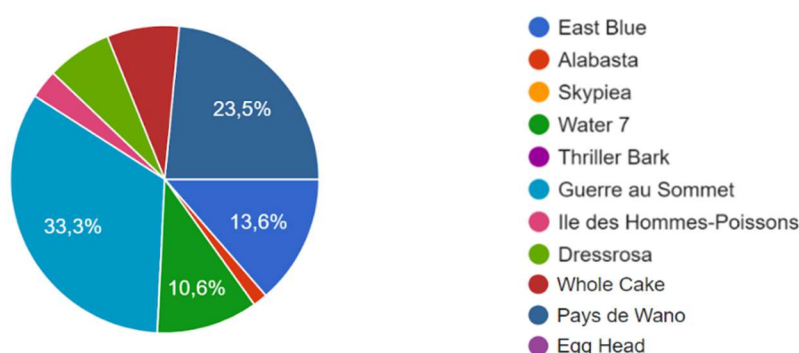
Ensuite, le principe de causalité, caractérisé par des objectifs prédéfinis, se fait plus sentir que celui de l'effectuation, qui vise à maximiser l'utilisation des ressources. En ce qui concerne la perception des événements inattendus, les opinions penchent légèrement en faveur du principe de l'effectuation, où ces événements sont perçus comme des opportunités, contrairement au principe de causalité où ils sont considérés comme des obstacles. Enfin, les notions de collaboration tendent plus nettement vers le principe de l'effectuation que vers celui de causalité.

3) L'entrepreneuriat à travers One Piece

Pour conclure le questionnaire, les répondants ont dû estimer dans quelle saga de One Piece Luffy a, selon eux, développé le plus de compétences entrepreneuriales. Les résultats sont illustrés dans le graphique ci-dessous.

Selon vous, quel est la saga de One Piece, ou Luffy s'est montré être le plus entreprenant ?

132 réponses



Nous constatons que la saga de la Guerre au sommet suscite le plus d'engouement avec 33.3% de réponses, suivie par la saga du Pays de Wano (23,5%) et la saga de East Blue (13,6%). Voici un bref résumé des sagas pour que ce soit plus clair :

Guerre au Sommet : Le grand frère de Luffy, Portgas D. Ace, un pirate de l'équipage de Barbe Blanche, a été capturé par la Marine et son exécution est prévue à MarineFord, le quartier général de la Marine. Accompagné de l'équipage de Barbe Blanche et d'autres protagonistes, Luffy met tout en œuvre pour sauver la vie de son frère. En agissant ainsi, Luffy se confronte aux plus grandes puissances de la Marine.

Pays de Wano : L'équipage de Luffy a conclu une alliance avec celui de Trafalgar Law afin d'abattre l'un des Quatre Empereurs des mers, Kaido. Ils se rendent donc sur l'île dominée par Kaido pour l'affronter. Cela aboutit à un grand affrontement impliquant de nombreux protagonistes, dont Big Mom, une autre Empereur des mers.

East Blue : Cette saga correspond à la toute première de la série, où Luffy déclare son ambition de devenir le Roi des Pirates et prend la mer pour réaliser son rêve.

VIII. Analyse et Discussion

Les résultats du questionnaire ont démontré que de nombreuses compétences entrepreneuriales émergeaient du point de vue des répondants.

1) Esprit Shônen

Le manga appartient au genre Shônen, qui pour rappel, se caractérisent par des thèmes comme le dépassement de soi, les amitiés profondes et la poursuite d'un rêve ou d'un objectif (Thomas, 2023). Monkey D. Luffy incarne parfaitement cet esprit Shônen. Dès le premier chapitre, son rêve de devenir le Roi des Pirates est clair et sa détermination ne faiblit jamais. En quête de ce rêve, Luffy forger de nombreuses amitiés. Ses aventures le poussent à lutter pour ses amis et à défendre ses valeurs. Le goût de l'effort et le dépassement de soi sont des notions essentielles dans le manga. Luffy se bat sans relâche pour défendre ses convictions, et cela sans répit. C'est à travers cet esprit Shônen que transparaissent des compétences entrepreneuriales.

2) One Piece et les compétences EntreComp

Le questionnaire a mis en lumière les compétences entrepreneuriales présentes dans One Piece, notamment à travers les comportements de Luffy. Ces compétences seront illustrées par des exemples du manga pour mieux comprendre leur émergence. Nous nous concentrons sur les compétences ayant reçu une majorité de réponses indiquant une forte émergence dans le cadre des compétences EntreComp.

2.1 Créativité

Dans la catégorie "Idées et opportunités", la créativité de Luffy est la seule compétence qui se distingue clairement. Cette créativité se remarque particulièrement lors de ses combats. Ayant ingéré un fruit du démon, Luffy est devenu un homme élastique, ce qui l'amène à se battre de manière inventive et innovante. Par exemple, avec la technique Gear 2, Luffy utilise l'élasticité de son corps pour augmenter sa pression sanguine, améliorant ainsi l'apport en nutriments et en oxygène à ses muscles, ce qui accroît sa puissance et sa vitesse sans endommager ses vaisseaux

sanguins ou ses organes. L'utilisation de l'élasticité de son corps laisse une grande place à la créativité de Luffy, ce qui a également été perçu par les répondants.

2.2 Motivation et persévérance

Selon les répondants, la compétence la plus inhérente à Luffy, quelle que soit la catégorie de compétences, est sa motivation et sa persévérance. En effet, cette compétence incarne parfaitement ce que représente l'esprit Shônen. Luffy a un objectif en tête, devenir le Roi des Pirates, et rien ne peut l'arrêter. Il le répète sans cesse et ne doute jamais d'y parvenir. De plus, Luffy se bat corps et âme pour des causes qu'il estime juste, ou pour défendre ses proches. C'est notamment le cas lorsqu'il se bat contre des pirates qui sèment la terreur et s'en prennent aux plus faibles, ou lorsqu'il affronte les plus grandes puissances de la Marine pour tenter de sauver son frère d'une exécution imminente. Il n'y a jamais de demi-mesure avec Luffy, il ne connaît pas l'abandon et se donne toujours à fond pour atteindre ses objectifs.

2.3 Capacité de mobilisation

Luffy est un personnage profondément empathique et bienveillant, se battant pour des causes justes et aspirant à créer un monde meilleur. Grâce à sa personnalité fédératrice, il rassemble les gens autour de ses ambitions et de ses convictions. Sa détermination et sa puissance sont des atouts notables, renforçant sa capacité de mobilisation. À travers ses péripéties, Luffy gagne en renommée, au point de former la Grande Flotte du Chapeau de Paille, composée de sept capitaines qui lui ont juré allégeance, le hissant ainsi au rang d'Empereur des Mers.

2.4 Conscience de soi et efficacité personnelle

Luffy ne doute jamais de ses propres capacités ou de sa capacité à influencer le cours des événements. Il se mobilise face à tous les obstacles ou défis, sans jamais perdre foi en son potentiel. Même lorsque ses tentatives échouent, il se relève toujours et poursuit sa route. Lors de la Guerre au Sommet, Luffy tente désespérément de sauver son frère de l'exécution, affrontant des soldats de la Marine de plus en plus puissants. Bien qu'il soit repoussé à plusieurs reprises, il persiste, convaincu de pouvoir réussir à le sauver malgré les échecs répétés.

2.5 Prendre des initiatives

Dans la catégorie "Entreprendre des actions", la compétence de prise d'initiative se distingue particulièrement. Luffy est un esprit libre qui suit ses envies et ce que son cœur lui dicte. Il vogue au gré des vents et entreprend toutes sortes de péripéties, ne craignant pas l'inconnu, des défis, et de se surpasser à chaque nouvelle aventure. Lorsqu'ils arrivent sur une nouvelle île, Luffy est toujours dans les premiers à foncer tête baissée pour en découvrir ses mystères. En tant que capitaine, il prend également les décisions cruciales pour son équipage.

2.6 Apprendre par l'expérience

Une des clés du manga Shônen est l'évolution constante de ses personnages pour atteindre leurs objectifs ou réaliser leurs rêves, et One Piece n'y fait pas exception. Luffy évolue sans cesse, devenant de plus en plus fort au fil de ses nombreux combats. Alors qu'au début du manga, il avait du mal face à de simples officiers de la marine, il se bat désormais d'égal à égal avec des Empereurs des Mers et des Amiraux, les plus grandes puissances du monde de One Piece.

2.7 Faire face à l'incertitude et au risque

Lors de ses aventures, Luffy est pratiquement à chaque fois amené à se battre, ce qui entraîne de nombreuses incertitudes et risques, car son intégrité physique est mise en jeu lors de ses combats. Cependant, cela ne l'effraie pas, et il est prêt à affronter n'importe quel adversaire s'il a de bonnes raisons de le faire.

2.8 Travailler avec d'autres

L'équipage des Chapeaux de Paille a souvent formé des alliances. Par exemple, ils se sont alliés à l'équipage du Firetank, dirigé par Capone Bege, pour tenter de vaincre Big Mom, une des Empereurs des Mers. Une alliance similaire s'est formée avec l'équipage du Heart, dirigé par Trafalgar D. Law, pour abattre Kaido, un autre Empereur des Mers. Luffy n'hésite pas à collaborer avec d'autres si leurs intentions et convictions sont alignées.

3) One Piece et les principes de l'effectuation

Trois des principes de l'effectuation se sont distingués dans le manga, selon les réponses majoritaires des participants au questionnaire.

3.1 Former des partenariats

Luffy est une personne simple qui accorde facilement sa confiance aux autres. Il ne réfléchit pas toujours aux conséquences de ses actions, préférant suivre son instinct et ce qui lui semble juste. Il en va de même pour ses alliances et celles de son équipage. Ces alliances naissent de la confiance que Luffy place en ses partenaires, sachant qu'il peut compter sur eux pour le soutenir dans la poursuite de ses objectifs. C'est notamment le cas pour les membres de son équipage, les différentes alliances de pirates qui se sont formées, ainsi que pour la Grande Flotte des Chapeaux de Paille, composée de sept capitaines qui lui ont juré allégeance.

3.2 Tirer parti des imprévus

Luffy est capable de tirer parti des imprévus, et cela dès son plus jeune âge. En effet, c'est lorsque Luffy est un enfant qu'il mange par inadvertance un fruit du démon. L'acquisition de son pouvoir de devenir un homme-caoutchouc est donc un imprévu, mais tout au long du manga, Luffy nous prouve qu'il sait en tirer avantage. Cette capacité se prolonge également à son équipage. Cela est clairement illustré par l'événement de l'Archipel Sabaody, où l'entièreté de l'équipage des Chapeaux de Paille est défait par Kuma, l'un des Grands Corsaires. Le pouvoir du fruit du démon de Kuma lui permet de propulser les gens sur des milliers de kilomètres. Ainsi, chaque membre de l'équipage s'est retrouvé isolé sur une île. Chacun profite de cet imprévu pour s'améliorer et s'entraîner, afin de revenir encore plus fort et éviter que ce genre de scénario ne se reproduise.

3.3 Se concentrer sur sa propre capacité d'action

Les pouvoirs conférés par les différents fruits du démon dans l'univers de One Piece rendent les capacités de leurs détenteurs uniques et personnelles, comme c'est le cas pour Luffy et son élasticité. Bien que cela permette de se démarquer facilement, chaque membre de l'équipage

des Chapeaux de Paille possède également son propre style de combat unique, qu'il soit détenteur d'un pouvoir de fruit du démon ou non. C'est notamment le cas de Zoro, qui se bat avec trois sabres, ou de Nami, qui utilise un outil contrôlant les éléments météorologiques. Ainsi, l'équipage des Chapeaux de Paille ne se limite pas à exploiter des facteurs externes préexistants, mais s'appuie principalement sur ses propres compétences et aptitudes.

4) Comparaison des modèles

Au travers du questionnaire, nous avons voulu analyser l'émergence de deux modèles entrepreneuriaux différents. Au total, 11 des 15 compétences d'EntreComp et 4 des 5 principes de l'effectuation ont été évalués comme émergents.

Nous pouvons ainsi déduire que les deux modèles entrepreneuriaux émergent malgré leurs approches différentes. Cependant, nous observons que le principe de l'effectuation émerge en fonction de la perspective adoptée. Pour rappel, selon le principe de l'effectuation, les objectifs à atteindre se forment progressivement au cours du développement du projet, influencés par l'identité, les connaissances et le réseau social de l'entrepreneur, ainsi que par des éléments imprévisibles (Sarasvathy et Germain, 2011, p. 67). Or, si l'on analyse One Piece dans son ensemble, ce concept est mis à mal car l'histoire de One Piece repose sur l'objectif prédéfini de Luffy de devenir le Roi des Pirates. Cette idée suit une logique de causalité, et non de l'effectuation. Cependant, si l'on s'intéresse aux différentes péripéties menées par Luffy et son équipage lors de leur parcours, on réalise qu'il y a de nombreux exemples où le principe de l'effectuation, avec cette idée d'objectifs qui se forment progressivement, s'illustre. C'est notamment le cas lorsque l'équipage échoue sur une nouvelle île, sans avoir aucune idée de ce qui les attend. Les objectifs se définissent au fur et à mesure de leur progression sur cette nouvelle île, en fonction des événements qui surviennent. Par exemple, lorsque Luffy et son équipage se rendent au Village Sirop à la recherche d'un navire, leur objectif évolue en apprenant qu'un pirate s'apprête à prendre le contrôle de l'île en tuant la maîtresse des lieux. Finalement, Luffy affronte le capitaine Kuro, sauve le village, et repart avec un navire.

Ainsi, nous confirmons que One Piece regorge d'exemples et de situations propices à l'émergence de diverses compétences, comme l'émergence de ces deux modèles entrepreneuriaux le démontre.

5) Moment phares d'émergences entrepreneuriales

En se plongeant dans l'histoire de One Piece, on se rend rapidement compte de son immensité, riche en récits et en aventures. Cependant, malgré la longueur du manga, on peut observer une stabilité dans la construction des personnages. Ainsi, Luffy incarne depuis le début ce personnage attachant et fonceur, qui suit ses idées et ses envies. Ces caractéristiques propres à Luffy ne changent pas. Néanmoins, certains moments du manga sont plus propices que d'autres pour mettre en lumière les aspects entrepreneuriaux de Luffy.

Cela a été confirmé par le questionnaire demandant aux répondants de choisir, parmi 11 sagas, celle dans laquelle Luffy s'est montré le plus entreprenant. Trois d'entre elles sortent du lot. La saga qui a le plus marqué les esprits est celle de la Guerre au Sommet, où Luffy a entrepris tout ce qu'il pouvait, affrontant les plus grandes puissances de la Marine, pour tenter de sauver son frère. Cette saga illustre la détermination et la persévérance de Luffy pour atteindre ses objectifs. Il ne recule devant rien et se relève après chaque échec.

Ensuite, la saga du pays de Wano est celle où Luffy et son équipage affrontent deux Empereurs des Mers, accompagnés de leurs alliés. Dans cette saga, Luffy fait preuve d'entrepreneuriat en élaborant un plan avec ses alliés et en mettant tout en place pour y parvenir. En se battant contre Kaido, Luffy se bat également contre l'injustice avec laquelle Kaido régnait sur le pays de Wano.

Enfin, la saga d'East Blue est celle qui marque le début de l'histoire de Luffy. En prenant la mer, Luffy se lance dans son aventure entrepreneuriale de devenir le Roi des Pirates. Il se jette à l'eau, prêt à affronter et surmonter les épreuves qui l'attendent.

5.1 Luffy en tant qu'entrepreneur

À travers ces observations et analyses, pouvons-nous conclure que Luffy est un entrepreneur ? Pas exactement. Luffy possède des compétences entrepreneuriales telles que la persévérance, la détermination, la capacité de mobiliser les autres et l'apprentissage par l'expérience, des qualités typiques de l'esprit Shônen. Luffy démontre ces compétences tout au long du manga. Cependant, quiconque connaît One Piece et le personnage de Luffy aurait du mal à le qualifier d'entrepreneur. Il n'a aucune compétence en gestion ou en planification. Il laisse très peu de place à la réflexion et agit principalement avec le cœur. En réalité, le profil de Luffy ne fait pas

de lui un entrepreneur, mais ce sont les aventures et les péripéties qu'il traverse qui font émerger des compétences entrepreneuriales malgré lui. Luffy ne cherche pas à diriger les autres, ce sont les autres qui se rangent naturellement à ses côtés.

6) Discussion

Au travers des résultats du questionnaire et de l'analyse des compétences émergentes, nous pouvons constater que One Piece peut être utilisé pour mettre en lumière des compétences entrepreneuriales. En effet, bien que One Piece soit une œuvre de fiction récréative, les lecteurs et spectateurs ont été en mesure d'identifier des concepts clés de l'entrepreneuriat à travers les actions et les comportements de Luffy.

Les compétences qui se distinguent le plus sont caractéristiques d'un manga Shônen. Ainsi, la motivation et la persévérance, l'identification d'un objectif clair et précis, ainsi que la détermination à utiliser tous les moyens pour l'atteindre, sont des éléments qui sont mis en avant dans le manga. Au total, 11 des 15 compétences EntreComp ont été qualifiées comme émergentes selon les répondants du questionnaire.

En revanche, certaines compétences se distinguent plus difficilement. Avec un personnage principal qui suit ses impulsions et ce que dicte son cœur, la réflexion et la planification sont très peu présentes. Les compétences d'EntreComp telles que la réflexion éthique et durable, la culture financière et économique, ainsi que la gestion et la planification, n'émergent pas dans One Piece.

En ce qui concerne les principes de l'effectuation, à l'exception du principe de perte acceptable, tous les autres semblent émerger dans One Piece. Il est intéressant de noter que ces principes peuvent émerger, bien qu'ils proviennent d'une théorie qui prend à contrepied des théories entrepreneuriales plus "traditionnelles". Cependant, cette émergence ne signifie pas que ces théories sont plus significatives que les autres, comme le montrent les résultats qui mettent en relation les principes de l'effectuation et de causalité. Il est toutefois difficile de juger ces théories et de les comparer dans une œuvre de fiction aussi vaste. Les relations entre ces théories peuvent varier si l'on se concentre sur des éléments ou des passages précis du manga.

Ainsi, nous pouvons confirmer que la fiction peut être un outil pédagogique efficace, à condition qu'elle soit utilisée de manière appropriée et cohérente. Toutes les œuvres de fiction ne sont pas destinées à avoir un impact pédagogique et ne sont pas exploitables en ce sens, mais

lorsque celles-ci abordent des thèmes ou des concepts complexes, l'utilisation de la fiction peut faciliter une meilleure compréhension de ces sujets. Dans le cas du manga One Piece, nous avons constaté que des éléments clés de l'entrepreneuriat émergeaient sans pour autant avoir mis l'accent sur un passage ou un moment précis du manga. Ainsi, le travail de compréhension des concepts peut être approfondi en identifiant les passages spécifiques où ces concepts sont illustrés dans One Piece.

IX. Conclusion et limites

À travers cette recherche, nous avons analysé l'émergence de concepts entrepreneuriaux dans One Piece afin de confirmer la faisabilité d'une exploitation pédagogique. L'entrepreneuriat est un sujet qui suscite beaucoup d'engouement en raison de son impact et de son influence sur l'économie. Cet engouement se reflète également dans les processus d'apprentissage de l'entrepreneuriat. Parmi ces processus, nous nous sommes intéressés à l'apprentissage à travers la fiction.

De nombreuses études ont déjà été menées sur l'impact de la fiction dans l'apprentissage, démontrant notamment une amélioration de la compréhension des concepts, une stimulation de la créativité et un accroissement de l'empathie. Ces avantages sont attribués à l'engagement émotionnel qui se crée entre la fiction et son public.

La recherche a été menée en utilisant la fiction One Piece, le manga le plus vendu de tous les temps, pour déterminer s'il est possible d'exploiter cette œuvre afin d'enseigner des processus entrepreneuriaux. À travers un questionnaire, nous avons étudié l'émergence des concepts entrepreneuriaux d'EntreComp et des principes de l'effectuation dans One Piece. Le modèle EntreComp a été proposée par la Commission européenne pour établir une référence commune des compétences de base de l'entrepreneuriat. Ce modèle comprend un total de 15 compétences réparties en 3 domaines différents. Le principe de l'effectuation, quant à lui, a été introduit par Saras D. Sarasvathy et constitue un modèle qui prend à contre-pied les modèles prédictifs présents dans la plupart des théories entrepreneuriales "traditionnelles". Les résultats du questionnaire, qui a recueilli 132 réponses, ont confirmé l'émergence de 11 compétences sur 15 du modèle EntreComp et de 4 principes sur 5 de la théorie de l'effectuation. One Piece appartient au genre Shônen, et nous constatons que de nombreuses caractéristiques de ce genre émergent en tant que compétences entrepreneuriales, telles que la motivation et la persévérance, la détermination à ne jamais abandonner, et l'apprentissage par l'expérience. Suite aux réponses du questionnaire, nous pouvons confirmer l'émergence de concepts entrepreneuriaux dans One Piece. Ainsi, One Piece peut être utilisée à des fins pédagogiques pour enseigner ces concepts, en raison de la diversité des thèmes abordés et du grand nombre d'exemples disponibles.

Cependant, la recherche présente quelques limites. En effet, en tant que manga Shônen, One Piece cible principalement un public jeune et majoritairement masculin. Il serait intéressant de mener cette étude avec une fiction ayant un public plus hétérogène. De plus, l'enquête a été

réalisée sur l'ensemble de la fiction et non sur des passages précis. Étant donné la longueur de l'œuvre, il existe de nombreux exemples et situations qui peuvent faire émerger différents concepts entrepreneuriaux selon la perspective adoptée.

Nous nous sommes concentrés sur le personnage de Monkey D. Luffy, mais l'univers de One Piece compte une multitude de personnages qui pourraient révéler d'autres aspects entrepreneuriaux. Dans le cas de Luffy, nous avons constaté qu'il présentait des capacités et des compétences d'entrepreneur, mais pas de manière réfléchie et structurée. C'est l'esprit Shônen qui l'anime qui fait émerger ces compétences entrepreneuriales.

Ensuite, le questionnaire utilisé dans cette étude s'adressait à toute personne connaissant le manga One Piece, indépendamment de leur profil et de leurs connaissances entrepreneuriales. Il serait pertinent de mener cette enquête en ciblant des individus liés à l'entrepreneuriat, afin d'établir des liens plus directs entre les valeurs transmises à travers One Piece et l'entrepreneuriat.

Enfin, concernant les modèles entrepreneuriaux abordés, nous nous sommes limités à ceux d'EntreComp et au principe de l'effectuation. Des recherches complémentaires utilisant d'autres modèles permettraient d'enrichir cette étude.

X. Bibliographie

- Ağlarıcı Özdemir, O., & Önen Öztürk, F. (2023). Science Fiction as an Instructional Strategy : Foundations, Procedures, and Results for Pre-service Teachers. *International Journal of Science and Mathematics Education*, 21(1), 187-209.
<https://doi.org/10.1007/s10763-021-10244-4>
- Airbnb. (2024, 16 mai). *About us - Airbnb Newsroom*. Airbnb Newsroom.
<https://news.airbnb.com/about-us/>
- Alghamdi, A. K. H., & Alotaibi, W. H. (2022). Bringing Science Fiction Story Writing to Saudi Science Education. *Science & Education*, 31(2), 525-541.
<https://doi.org/10.1007/s11191-021-00254-7>
- Amabile, T. M. (1997). *Motivating creativity in organizations : On doing what you love and loving what you do*. 40(1), 39-58.
- Audretsch, D. B., Kuratko, D. F., & Link, A. N. (2015). Making sense of the elusive paradigm of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 45(4), 703-712.
- Bacigalupo, M. & European Commission Joint Research Centre. (2019). The European Entrepreneurship Competence Framework (EntreComp) : A Conceptual Model Built and Tested by the European Commission's Joint Research Centre. *Journal of Creative Industries and Cultural Studies*, 4(Journal Article), 38-53.
<https://doi.org/10.56140/JOCIS-v4-2>
- Baron, R. A., & Ensley, M. D. (2006). *Opportunity Recognition as the Detection of Meaningful Patterns : Evidence from Comparisons of Novice and Experienced Entrepreneurs*. 52(9), 1331-1344.

- Baron, R. A., & Tang, J. (2011). The role of entrepreneurs in firm-level innovation : Joint effects of positive affect, creativity, and environmental dynamism. *Journal of Business Venturing*, 26(1), 49-60. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.06.002>
- Bennett, R. (2006). Business lecturers' perceptions of the nature of entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 12(3), 165-188. <https://doi.org/10.1108/13552550610667440>
- Bourlot, G. (2018). Qu'est-ce qu'une narration ? Les fonctions psychiques de la narration. *L'Évolution Psychiatrique*, 83(4), 627-645. <https://doi.org/10.1016/j.evopsy.2018.04.009>
- Brettel, M., Mauer, R., Engelen, A., & Küpper, D. (2012). Corporate effectuation : Entrepreneurial action and its impact on R&D project performance. *Journal of Business Venturing*, 27(2), 167-184. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2011.01.001>
- Burnell, D., Neubert, E., & Fisher, G. (2023). Venture tales : Practical storytelling strategies underpinning entrepreneurial narratives. *Business Horizons*, 66(3), 325-346. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2023.01.003>
- Cardow, A., & Smith, R. (2015). Using Innovative Pedagogies in the Classroom : Re-Storying Gothic Tales as Entrepreneur Stories. *Industry and Higher Education*, 29(5), 361-374. <https://doi.org/10.5367/ihe.2015.0268>
- Castellano, U., DeAngelis, J., & Clark-Ibáñez, M. (2008). *Cultivating a Sociological Perspective Using Nontraditional Texts**. 36(3), 240-253.
- Chandler, G. N., DeTienne, D. R., McKelvie, A., & Mumford, T. V. (2011). Causation and effectuation processes : A validation study. *Journal of Business Venturing*, 26(3), 375-390. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.10.006>
- Cosbey, J. (1997). Using Contemporary Fiction to Teach Family Issues. *Teaching Sociology*, 25(3), 227. <https://doi.org/10.2307/1319399>

- Currie, G., Ferguson, H., Frascaroli, J., Friend, S., Green, K., & Wimmer, L. (2023). Learning from fiction 1. In *The Routledge Handbook of Fiction and Belief* (p. 126-138). Taylor and Francis. <https://doi.org/10.4324/9781003119456-12>
- Dahlstrom, M. F. (2014). Using narratives and storytelling to communicate science with nonexpert audiences. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 111(supplement_4), 13614-13620. <https://doi.org/10.1073/pnas.1320645111>
- Dilli, S., Elert, N., & Herrmann, A. M. (2018). *Varieties of entrepreneurship : Exploring the institutional foundations of different entrepreneurship types through 'Varieties-of-Capitalism' arguments*. 51(2), 293-320. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-0002-z>
- Dinning, T. (2019). Articulating entrepreneurial competencies in the undergraduate curricular. *Education + Training*, 61(4), 432-444. <https://doi.org/10.1108/ET-09-2018-0197>
- DiscoveRent. (2024, 2 mars). *A propos - DiscoveRent*. <https://discoverent.com/a-propos/#valeurs>
- Discuss Everything About One Piece Encyclopédie | Fandom*. (2024, juin 2). <https://onepiece.fandom.com/fr/fr?catId=2562288846372865695>
- Environmental & Climate Activism | Patagonia BE*. (s. d.). <https://eu.patagonia.com/be/en/activism/>
- Erikson, M., Erikson, M. G., & Punzi, E. (s. d.). *Reading Fiction as a Learning Activity in Clinical Psychology Education : Students' Perspectives*.
- European Commission. Joint Research Centre. (2016). *EntreComp : The entrepreneurship competence framework*. Publications Office. <https://data.europa.eu/doi/10.2791/593884>
- Fiol, C. M. (1989). A Semiotic Analysis of Corporate Language : Organizational Boundaries and Joint Venturing. *Administrative Science Quarterly*, 34(2), 277-303. <https://doi.org/10.2307/2989899>

- Fisher, G. (2012). Effectuation, Causation, and Bricolage : A Behavioral Comparison of Emerging Theories in Entrepreneurship Research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(5), 1019-1051. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00537.x>
- Fritsch, M., & Wyrwich, M. (2017). The effect of entrepreneurship on economic development—An empirical analysis using regional entrepreneurship culture. *Journal of Economic Geography*, 17(1), 157-190.
- Gallego-Roquelaure, V. (2021). *Ouvrir la boîte noire de l'innovation en start-up—Quand la logique du don enrichit l'effectuation*. 47(300), 35-47.
<https://doi.org/10.3166/rfg.2021.00582>
- Gartner, W. B. (1990). What are we talking about when we talk about entrepreneurship? *Journal of Business Venturing*, 5(1), 15-28. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(90\)90023-M](https://doi.org/10.1016/0883-9026(90)90023-M)
- Gartner, W. B. (2007). Entrepreneurial narrative and a science of the imagination. *Journal of Business Venturing*, 22(5), 613-627. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2006.10.003>
- Gartner, W. B. (2010). A new path to the waterfall : A narrative on a use of entrepreneurial narrative. *International Small Business Journal*, 28(1), 6-19.
<https://doi.org/10.1177/0266242609351448>
- Garud, R., Schildt, H. A., & Lant, T. K. (2014). Entrepreneurial Storytelling, Future Expectations, and the Paradox of Legitimacy. *Organization Science*, 25(5), 1479-1492. <https://doi.org/10.1287/orsc.2014.0915>
- Goleman, D. (2006). *Social intelligence : The new science of human relationships* (p. 405). Bantam Books.
- Grad Coach. (2021, 27 septembre). *Qualitative vs Quantitative vs Mixed Methods Research : How To Choose Research Methodology* [Vidéo]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=hECPeKv5tPM>

- Hartman, C. J. (2005). *Enriching Sociology 100 : Using the Novel Things Fall Apart**. 33(3), 317-322. <https://doi.org/10.1177/0092055X0503300312>
- Henrekson, M., & Sanandaji, T. (2019). *Measuring Entrepreneurship : Do Established Metrics Capture High-Impact Schumpeterian Entrepreneurship?* (SSRN Scholarly Paper 3364472). <https://papers.ssrn.com/abstract=3364472>
- Hubner, S., Most, F., Wirtz, J., & Auer, C. (2022). *Narratives in entrepreneurial ecosystems : Drivers of effectuation versus causation*. 59(1), 211-242. <https://doi.org/10.1007/s11187-021-00531-3>
- Introduction : Recent Debates on Learning from Fiction*. (2024).
- Isaacson, W. (2011). *Steve Jobs*. Simon & Schuster.
- Isenberg, D. J. (2010). How to Start an Entrepreneurial Revolution. *Harvard Business Review*.
- Jacquemin, A., & Lesage, X. (2016). *Comment l'entrepreneur peut-il surmonter le doute ? Apport de la théorie de l'effectuation 1/How Can Entrepreneurs Overcome Their Doubts? Effectuation Theory's Contribution/¿Cómo puede el empresario superar la duda? Aportes de la teoría de « la efectución »?* 20(2), 29-41,168,170,172.
- Japon, L. (2022, juillet 27). 📖 One Piece : Chronologie, liste et résumés de tous les arcs et sagas. *Dondon Media*. <https://dondon.media/one-piece-chronologie-liste-resumes-arcs/>
- Joensuu-Salo, S., Viljamaa, A., & Varamäki, E. (2022). *Testing the EntreComp framework and its relation to start-up behaviour in seven European countries*. 29(6), 920-939. <https://doi.org/10.1108/JSBED-04-2021-0156>
- Jones, R. A. (1975). The Use of Literature in Teaching Introductory Sociology : A Case Study. *Teaching Sociology*, 2(2), 177. <https://doi.org/10.2307/1316870>
- Jones, T. (2019). Will students gain knowledge of the world by reading fiction? *Theory and Research in Education*, 17(1), 3-18. <https://doi.org/10.1177/1477878519832675>

- Larousse, É. (s. d.). *Définitions : Imagination, imaginations - Dictionnaire de français Larousse*. Consulté 17 juin 2024, à l'adresse
<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/imagination/41617>
- Larty, J., & Hamilton, E. (2011). Structural approaches to narrative analysis in entrepreneurship research : Exemplars from two researchers. *International Small Business Journal*, 29(3), 220-237. <https://doi.org/10.1177/0266242611401796>
- Lebigre, E. (2023, août 31). *One Piece : Trois chiffres records sur le manga phénomène*. L'Éclaireur Fnac. <https://leclaireur.fnac.com/article/343093-one-piece-trois-chiffres-records-sur-le-manga-phenomene/>
- Liste des épisodes de *One Piece*. (2024). In *Wikipédia*.
https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Liste_des_%C3%A9pisodes_de_One_Piece&oldid=215315303
- Lounsbury, M., & Glynn, M. (2001). Cultural Entrepreneurship : Stories, Legitimacy and the Acquisition of Resources. *Strategic Management Journal*, 22, 545-564.
<https://doi.org/10.1002/smj.188>
- Lv, Y., Chen, Y., Sha, Y., Wang, J., An, L., Chen, T., Huang, X., Huang, Y., & Huang, L. (2021). How Entrepreneurship Education at Universities Influences Entrepreneurial Intention : Mediating Effect Based on Entrepreneurial Competence. *Frontiers in Psychology*, 12, 655868. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.655868>
- Maresch, D., Harms, R., Kailer, N., & Wimmer-Wurm, B. (2016). The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial intention of students in science and engineering versus business studies university programs. *Technological Forecasting and Social Change*, 104, 172-179. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2015.11.006>
- Marsh, E. (2003). Learning facts from fiction. *Journal of Memory and Language*, 49(4), 519-536. [https://doi.org/10.1016/S0749-596X\(03\)00092-5](https://doi.org/10.1016/S0749-596X(03)00092-5)

- Marsh, E. J., Butler, A. C., & Umanath, S. (2012). Using Fictional Sources in the Classroom : Applications from Cognitive Psychology. *Educational Psychology Review*, 24(3), 449-469. <https://doi.org/10.1007/s10648-012-9204-0>
- Matalamäki, M. J. (2017). Effectuation, an emerging theory of entrepreneurship – towards a mature stage of the development. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(4), 928-949. <https://doi.org/10.1108/JSBED-02-2017-0030>
- Matlay, H. (2005). *Researching entrepreneurship and education : Part I: what is entrepreneurship and does it matter?* 47(8/9), 665-677.
<https://doi.org/10.1108/00400910510633198>
- Morris, M., Kuratko, D., & Schindehutte, M. (2001). Towards Integration : Understanding Entrepreneurship through Frameworks. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 2, 35-49. <https://doi.org/10.5367/000000001101298765>
- Nagel, T. (1974). What Is It Like to Be a Bat? *The Philosophical Review*, 83(4), 435-450.
<https://doi.org/10.2307/2183914>
- Navis, C., & Glynn, M. A. (s. d.). LEGITIMATE DISTINCTIVENESS AND THE ENTREPRENEURIAL IDENTITY: INFLUENCE ON INVESTOR JUDGMENTS OF NEW VENTURE PLAUSIBILITY. *Academy of Management Review*.
- Navis, C., & Glynn, M. A. (2011). Legitimate Distinctiveness and The Entrepreneurial Identity : Influence on Investor Judgments of New Venture Plausibility. *Academy of Management Review*, 36(3), 479-499. <https://doi.org/10.5465/amr.2008.0361>
- Nordqvist, M., & Gartner, W. B. (2020). Literature, Fiction, and the Family Business. *Family Business Review*, 33(2), 122-129. <https://doi.org/10.1177/0894486520924856>
- One Piece Encyclopédie*. (s. d.). Consulté 21 juin 2024, à l'adresse
https://onepiece.fandom.com/fr/wiki/One_Piece_Encyclop%C3%A9die

- Pašić, M., Vatreš, A., & Bijelonja, I. (2023). *Analysis of Development of Entrepreneurship Competences of Engineering Students Based on EntreComp Framework*. 14(2), 162-182. <https://doi.org/10.24867/IJEM-2023-2-331>
- Phillips, M., & Knowles, D. (2012). Performance and Performativity : Undoing Fictions of Women Business Owners. *Gender, Work & Organization*, 19(4), 416-437. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0432.2010.00528.x>
- Pinheiro, M. A., & Simão, L. M. (2021). Creativity and Fiction : Interpretative Horizons on the Emergence of the New in the Relationship Between Individual and Culture. *Integrative Psychological and Behavioral Science*, 55(1), 1-17. <https://doi.org/10.1007/s12124-020-09583-8>
- Prince, S., Chapman, S., & Cassey, P. (2021). The definition of entrepreneurship : Is it less complex than we think? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(9), 26-47. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-11-2019-0634>
- Rațiu, A., Maniu, I., & Pop, E.-L. (2023). *EntreComp Framework : A Bibliometric Review and Research Trends*. 15(2), 1285. <https://doi.org/10.3390/su15021285>
- Read, S. (Éd.). (2011). *Effectual entrepreneurship*. Routledge.
- Reboud, S., & Mazzarol, T. (2023). Stimulating Entrepreneurial Students' Imagination to Think About the Future : The Benefits of Science-Fiction Writing. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 6(4), 696-720. <https://doi.org/10.1177/25151274231168389>
- Rubin, D. C. (1995). *Memory In Oral Traditions : The Cognitive Psychology of Epic, Ballads, and Counting-out Rhymes*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780195082111.001.0001>
- Sarasvathy, S. (2008). Effectuation : Elements of Entrepreneurial Expertise. *Effectuation: Elements of Entrepreneurial Expertise*, 243. <https://doi.org/10.4337/9781848440197>

- Sarasvathy, S. D. (2001). *Causation and effectuation : Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency*. 26(2), 243-263.
- Sarasvathy, S., & Germain, O. (2011). "L'effectuation, une approche pragmatique et pragmatiste de l'entrepreneuriat". *Revue de l'Entrepreneuriat / Review of Entrepreneurship*, 10(3), 67-72. <https://doi.org/10.3917/entre.103.0067>
- Schick, T. W. (1982). Can Fictional Literature Communicate Knowledge? *Journal of Aesthetic Education*, 16(2), 31-39. <https://doi.org/10.2307/3332275>
- Servantie, V., & Hlady-Rispal, M. (2019). *Bricolage, effectuation et planification : Le cas de la démarche entrepreneuriale d'une EIRP*. 32(3-4), 261-290.
<https://doi.org/10.7202/1067740ar>
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *The Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
<https://doi.org/10.2307/259271>
- Shepherd, D. A., Williams, T., Wolfe, M., & Patzelt, H. (s. d.). *LEARNING FROM ENTREPRENEURIAL FAILURE: EMOTIONS, COGNITIONS, AND ACTIONS*.
- Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 566-591.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2006.05.002>
- Stenholm, P., Ramström, J., Franzén, R., & Nieminen, L. (2021). Unintentional teaching of entrepreneurial competences. *Industry and Higher Education*, 35(4), 505-517.
<https://doi.org/10.1177/09504222211018068>
- Stevenson, H. H., & Jarillo, J. C. (1990). A Paradigm of Entrepreneurship : Entrepreneurial Management. *Strategic Management Journal*, 11, 17-27.

- Storr, V. H., & Butkevich, B. (2007). Subalternity and Entrepreneurship : Tales of Marginalized but Enterprising Characters, Oppressive Settings and Haunting Plots. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 8(4), 251-260.
<https://doi.org/10.5367/000000007782433231>
- Story Arcs. (2024, mai 23). One Piece Wiki. https://onepiece.fandom.com/wiki/Story_Arcs
- Stroe, S., Parida, V., & Wincent, J. (2018). Effectuation or causation : An fsQCA analysis of entrepreneurial passion, risk perception, and self-efficacy. *Journal of Business Research*, 89, 265-272. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.01.035>
- Tesla. (2024). *À propos de Tesla*. https://www.tesla.com/fr_fr/about
- Ucbasaran, D. (2008). The Fine ‘Science’ of Entrepreneurial Decision-Making. *Journal of Management Studies*, 45(1), 221-237. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2007.00751.x>
- Using narrative fiction within management education—ProQuest*. (s. d.). Consulté 8 mai 2024, à l’adresse
<https://www.proquest.com/docview/209881735?parentSessionId=%2B9tIH0OhOcPW%2FBareXwuO9uW%2BMEI1xY4tB8XG2YgWqU%3D&pq-origsite=summon&accountid=12156&sourcetype=Scholarly%20Journals>
- Vallée, M. (2020). Using fiction to enhance learning in environmental sociology courses. *Environmental Sociology*, 6(2), 219-229.
<https://doi.org/10.1080/23251042.2019.1690727>
- VELCRO® Brand Fastening Solutions | Velcro Companies. (2024, 15 février). International Velcro. <https://www.velcro.fr/>
- Wenwen, A., Charles-Clemens, R., Zheng, X., & Zhang, J. (2020). *Configurations of effectuation, causation, and bricolage : Implications for firm growth paths*. 54(3), 843-864. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00155-8>

Williams, C. T., & Rudge, D. W. (2019). Effects of Historical Story Telling on Student Understanding of Nature of Science. *Science & Education*, 28(9), 1105-1133.

<https://doi.org/10.1007/s11191-019-00073-x>

Zampetakis, L. A., Gotsi, M., Andriopoulos, C., & Moustakis, V. (2011). Creativity and Entrepreneurial Intention in Young People : Empirical Insights from Business School Students. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 12(3),

189-199. <https://doi.org/10.5367/ijei.2011.0037>

XI. Annexes

Annexe 1 : Roue des 15 compétences d'EntreComp

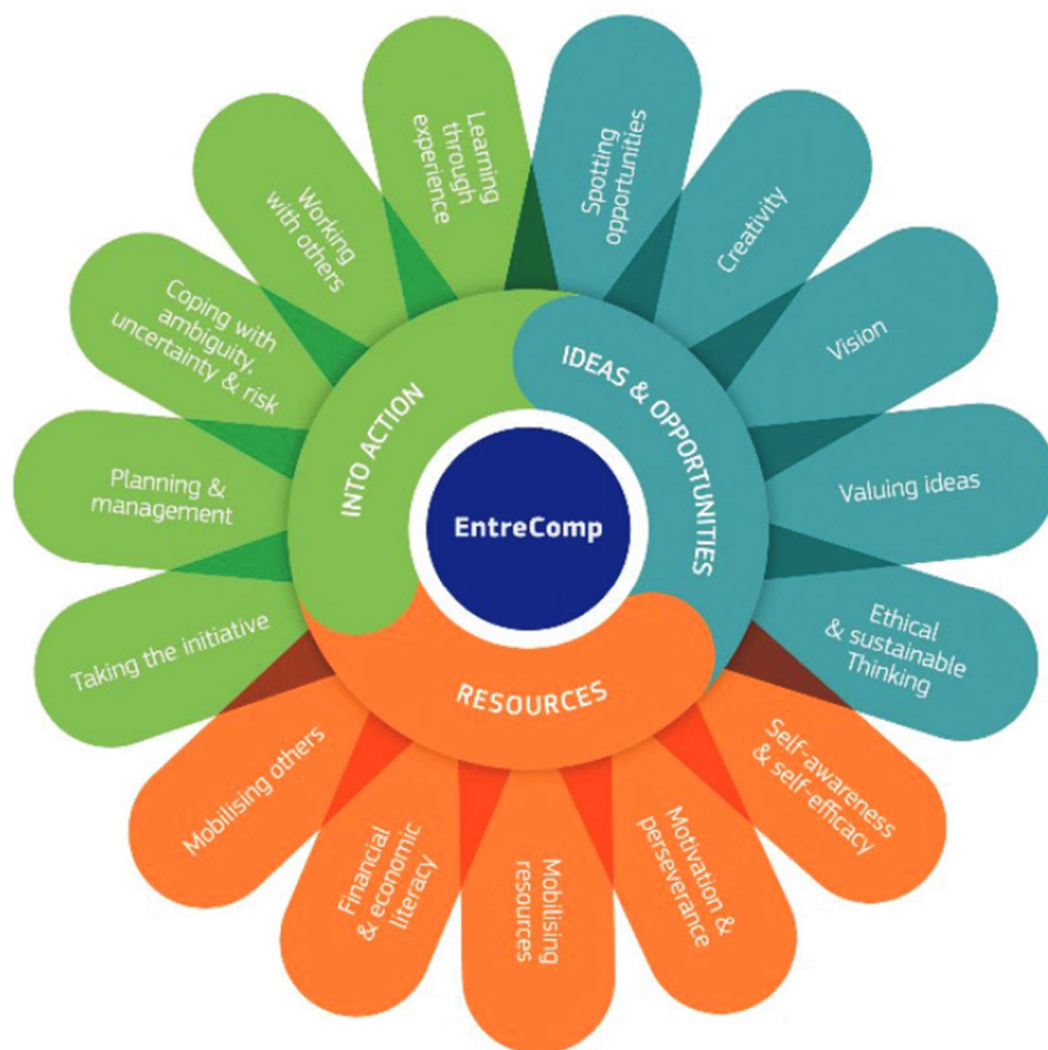


Figure 1. EntreComp Framework (source: Bacigalupo, M. et al. 2016, [3])

(Source : Rațiu et al., 2023, p. 166)

Annexe 2 : Description des 15 compétences EntreComp

Areas	Competences	Hints	Descriptors
1. Ideas and opportunities	1.1 Spotting opportunities	Use your ¹ imagination and abilities to identify opportunities for creating value	- Identify and seize opportunities to create value by exploring the social, cultural and economic landscape - Identify needs and challenges that need to be met - Establish new connections and bring together scattered elements of the landscape to create opportunities to create value
	1.2 Creativity	Develop creative and purposeful ideas	- Develop several ideas and opportunities to create value, including better solutions to existing and new challenges - Explore and experiment with innovative approaches - Combine knowledge and resources to achieve valuable effects
	1.3. Vision	Work towards your vision of the future	- Imagine the future - Develop a vision to turn ideas into action - Visualise future scenarios to help guide effort and action
	1.4 Valuing ideas	Make the most of ideas and opportunities	- Judge what value is in social, cultural and economic terms - Recognise the potential an idea has for creating value and identify suitable ways of making the most out of it
	1.5 Ethical and sustainable thinking	Assess the consequences and impact of ideas, opportunities and actions	- Assess the consequences of ideas that bring value and the effect of entrepreneurial action on the target community, the market, society and the environment - Reflect on how sustainable long-term social, cultural and economic goals are, and the course of action chosen - Act responsibly
2. Resources	2.1 Self-awareness and self-efficacy	Believe in yourself and keep developing	- Reflect on your needs, aspirations and wants in the short, medium and long term - Identify and assess your individual and group strengths and weaknesses - Believe in your ability to influence the course of events, despite uncertainty, setbacks and temporary failures
	2.2 Motivation and perseverance	Stay focused and don't give up	- Be determined to turn ideas into action and satisfy your need to achieve - Be prepared to be patient and keep trying to achieve your long-term individual or group aims - Be resilient under pressure, adversity, and temporary failure
	2.3 Mobilizing resources	Gather and manage the resources you need	- Get and manage the material, non-material and digital resources needed to turn ideas into action - Make the most of limited resources - Get and manage the competences needed at any stage, including technical, legal, tax and digital competences
	2.4 Financial and economic literacy	Develop financial and economic know how	- Estimate the cost of turning an idea into a value-creating activity - Plan, put in place and evaluate financial decisions over time - Manage financing to make sure my value-creating activity can last over the long term
	2.5. Mobilizing others	Inspire, enthuse and get others on board	- Inspire and enthuse relevant stakeholders - Get the support needed to achieve valuable outcomes - Demonstrate effective communication, persuasion, negotiation and leadership
3. Into action	3.1 Taking the Initiative	Go for it	- Initiate processes that create value - Take up challenges - Act and work independently to achieve goals, stick to intentions and carry out planned tasks
	3.2 Planning and management	Prioritize, organize and follow-up	- Set long, medium and short-term goals - Define priorities and action plans - Adapt to unforeseen changes
	3.3 Coping with uncertainty, ambiguity and risk	Make decisions dealing with uncertainty, ambiguity and risk	- Make decisions when the result of that decision is uncertain, when the information available is partial or ambiguous, or when there is a risk of unintended outcomes - Within the value-creating process, include structured ways of testing ideas and prototypes from the early stages, to reduce risks of failing - Handle fast-moving situations promptly and flexibly
	3.4 Working with others	Team up, collaborate and network	- Work together and co-operate with others to develop ideas and turn them into action - Network - Solve conflicts and face up to competition positively when necessary
	3.5. Learning through experience	Learn by doing	- Use any initiative for value creation as a learning opportunity - Learn with others, including peers and mentors - Reflect and learn from both success and failure (your own and other people's)

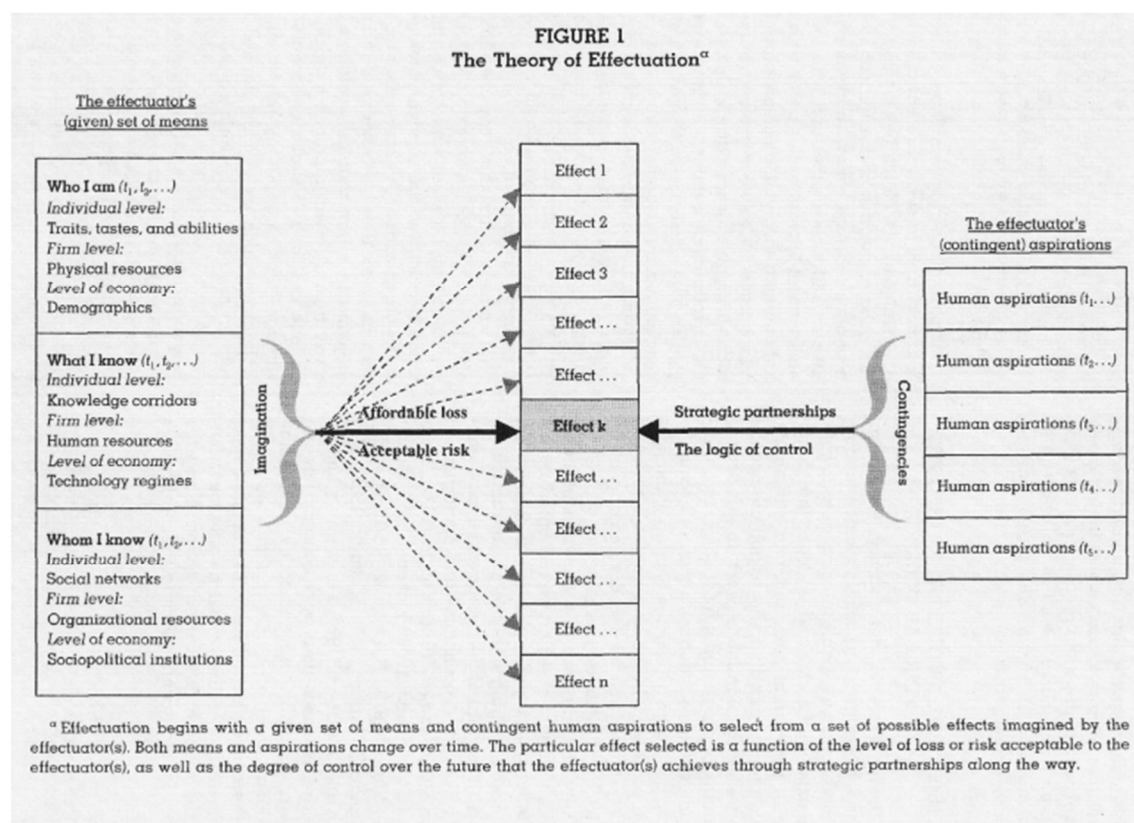
(Source : Bacigalupo et European Commission Joint Research Centre, 2019, pp. 41-42)

Annexe 3 : Modèle de progression d'EntreComp

Foundation		Intermediate		Advanced		Expert	
Relying on support ⁶ from others		Building independence		Taking responsibility		Driving transformation, innovation and growth	
Under direct supervision.	With reduced support from others, some autonomy and together with my peers.	On my own and together with my peers.	Taking and sharing some responsibilities.	With some guidance and together with others.	Taking responsibility for making decisions and working with others.	Taking responsibility for contributing to complex developments in a specific field.	Contributing substantially to the development of a specific field.
Discover	Explore	Experiment	Dare	Improve	Reinforce	Expand	Transform
Level 1 focuses mainly on discovering your qualities, potential, interests and wishes. It also focuses on recognising different types of problems and needs that can be solved creatively, and on developing individual skills and attitudes.	Level 2 focuses on exploring different approaches to problems, concentrating on diversity and developing social skills and attitudes.	Level 3 focuses on critical thinking and on experimenting with creating value, for instance through practical entrepreneurial experiences.	Level 4 focuses on turning ideas into action in 'real life' and on taking responsibility for this.	Level 5 focuses on improving your skills for turning ideas into action, taking increasing responsibility for creating value, and developing knowledge about entrepreneurship.	Level 6 focuses on working with others, using the knowledge you have to generate value, dealing with increasingly complex challenges.	Level 7 focuses on the competences needed to deal with complex challenges, handling a constantly changing environment where the degree of uncertainty is high.	Level 8 focuses on emerging challenges by developing new knowledge, through research and development and innovation capabilities to achieve excellence and transform the ways things are done.

(Source : European Commission. Joint Research Centre., 2016, p. 16)

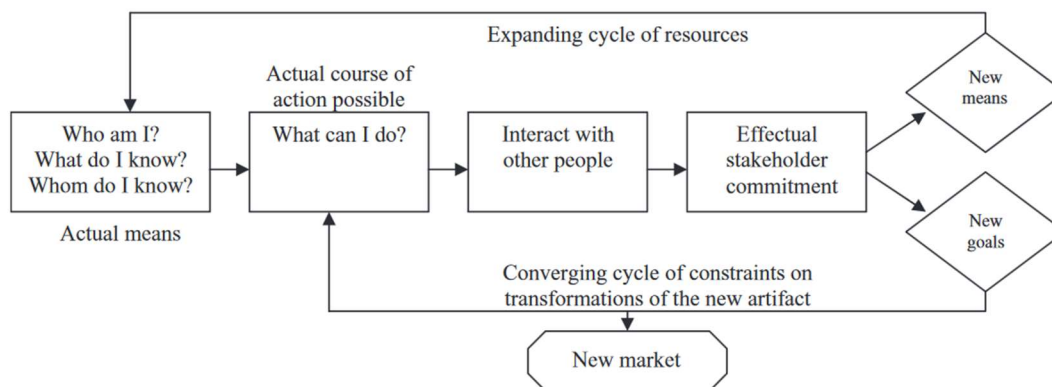
Annexe 4 : La théorie de l'effectuation



(Source : Sarasvathy, 2001, p. 253)

Annexe 5 : Approche effectuale en entrepreneuriat

Effectual Approach to Entrepreneurship (Sarasvathy & Dew, 2005)



(Source : Fisher, 2012, p. 1025)

Annexe 6 : Comparaison entre les principes de la causalité et de l'effectuation

TABLE 1
Contrasting Causation and Effectuation

Categories of Differentiation	Causation Processes	Effectuation Processes
Givens	Effect is given	Only some means or tools are given
Decision-making selection criteria	Help choose between means to achieve the given effect Selection criteria based on expected return Effect dependent: Choice of means is driven by characteristics of the effect the decision maker wants to create and his or her knowledge of possible means	Help choose between possible effects that can be created with given means Selection criteria based on affordable loss or acceptable risk Actor dependent: Given specific means, choice of effect is driven by characteristics of the actor and his or her ability to discover and use contingencies
Competencies employed	Excellent at exploiting knowledge	Excellent at exploiting contingencies
Context of relevance	More ubiquitous in nature More useful in static, linear, and independent environments	More ubiquitous in human action Explicit assumption of dynamic, nonlinear, and ecological environments
Nature of unknowns	Focus on the predictable aspects of an uncertain future	Focus on the controllable aspects of an unpredictable future
Underlying logic	To the extent we can predict future, we can control it	To the extent we can control future, we do not need to predict it
Outcomes	Market share in existent markets through competitive strategies	New markets created through alliances and other cooperative strategies

(Source : Sarasvathy, 2001, p. 251)

CONTRASTING VIEWS ON THE SOURCE OF OPPORTUNITY

The difference between:	The market	The logic	The process
Search and select (causation)	Search and select normally assumes, either explicitly or implicitly, a conscious intent to capture a new, underserved, or latent market. In the literature on entrepreneurship, this normally takes the form of visionary individuals searching for and exploiting market opportunities.	In the search logic, the entrepreneur has a finite set of possibilities that he/she can look into, generally at the local level. The logic does not say how such a search is actually conducted, only that it leads to a given set of possibilities.	Because the goal is predetermined at the start of the venture, the search and select process is a static process that does not evolve over the course of the venture. Surprises are seen as bad.
Creation and transformation (effectuation)	In the concept of transformation, the creation of a new market need not be intentional or even the result of foresight or imagination of possible new markets. It could simply be one way to fulfill an individual's motivations and/or an unanticipated consequence of people just doing things they think are possible and worth doing.	Transformation also begins with very local possibilities. However, rather than looking to select these, entrepreneurial action is seen as involving the transformation of possibilities into opportunities.	Transformation is dynamic and interactive—it is the actions and interactions with committed stakeholders who self-select into the entrepreneurial process that leads to particular transformations that may or may not lead to new markets. Surprises are good.

(Source : Read, Sarasvathy et al., 2011, p. 6)

TABLEAU 1 Les principes de l'effectuation vs. la causation	
CAUSATION	EFFECTUATION
Collecter les moyens utiles après avoir déterminer un objectif	<i>Principe 1 : « Un tiens vaut mieux que deux tu l'auras »</i> Démarrer avec les moyens dont on dispose (qui on est, qui on connaît et ce que l'on connaît)
Commencer par déterminer le profit attendu, puis travailler pour minimiser les risques associés à cette recherche de profit	<i>Principe 2 : Raisonner en perte acceptable</i> Limiter les risques en déterminant à chaque étape du projet ce que l'on est prêt à perdre
Considérer les autres acteurs comme des concurrents auxquels il faut faire face	<i>Principe 3 : Patchwork fou</i> Co-construire le projet en suscitant l'engagement de parties prenantes
Tenter de minimiser les surprises en effectuant des scénarios pessimistes (« et si ... »)	<i>Principe 4 : Limonade</i> Regarder et utiliser les surprises comme autant de nouvelles ressources
Considérer l'environnement comme une force exogène que je ne peux pas maîtriser, mais que je peux comprendre et prédire sur la base des tendances passées et actuelles	<i>Principe 5 : Pilote dans l'avion</i> Regarder son environnement non pas comme il est ou a été, mais comme je voudrais qu'il soit, et prendre conscience que je peux le faire évoluer dans le sens désiré de par mes actions

Source : Silberzhan (2014) adapté de Sarasvathy (2001, 2008)

(Source : Jacquemin et Lesage, 2016, p. 31)

Annexe 7 : Questionnaire



L'entrepreneuriat à travers One Piece

Bienvenue dans notre enquête sur les aventures de l'équipage de Luffy dans One Piece et les concepts entrepreneuriaux qui en émergent. Dans le cadre de mon mémoire, je cherche à étudier l'impact de la fiction sur l'apprentissage de concepts entrepreneuriaux. De nombreuses études ont démontré l'impact pédagogique des récits d'entrepreneurs sur la compréhension et l'identification des concepts entrepreneuriaux. J'aimerais donc voir si un résultat similaire peut être atteint à travers une œuvre de fiction qui n'est pas conçue à cet effet.

À travers ce formulaire, je cherche à explorer comment les actions et les décisions des personnages de One Piece peuvent illustrer des principes clés de l'entrepreneuriat.

Votre participation m'aidera à comprendre comment ces concepts sont perçus et appliqués dans l'univers de One Piece.

Merci de prendre quelques minutes pour répondre à ces questions ! Veuillez compter entre 10 et 15 minutes pour répondre à l'entièreté du formulaire qui contient un total de 8 sections. Vos réponses sont précieuses et seront traitées de manière confidentielle.

mullerbenoitmb@hotmail.com [Changer de compte](#)



 Non partagé

* Indique une question obligatoire

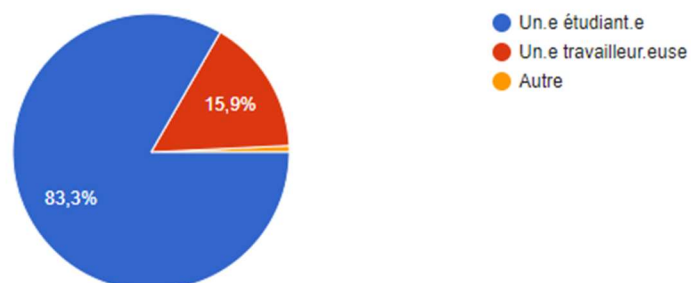
Je suis *

- ☐ Un.e étudiant.e
- ☐ Un.e travailleur.euse
- ☐ Autre

Je suis

132 réponses

 Copier

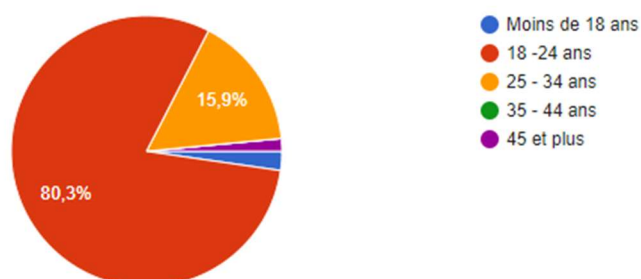


J'ai *

- ☐ Moins de 18 ans
- ☐ 18 - 24 ans
- ☐ 25 - 34 ans
- ☐ 35 - 44 ans
- ☐ 45 et plus

J'ai

132 réponses

 Copier

One Piece

Pour la suite du questionnaire, il est nécessaire de connaître One Piece. Si ce n'est pas votre cas, merci pour votre enthousiasme à vouloir répondre au formulaire, mais vous ne pourrez malheureusement pas répondre de manière pertinente aux questions suivantes.

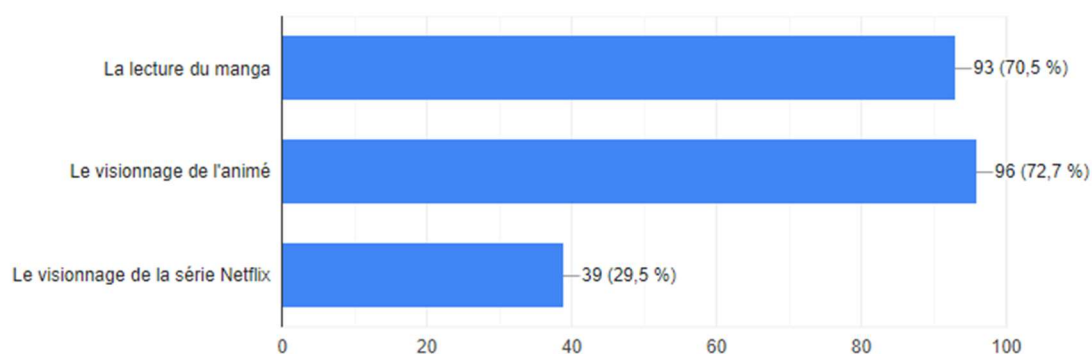
Je connais One Piece via *

- ☐ La lecture du manga
- ☐ Le visionnage de l'animé
- ☐ Le visionnage de la série Netflix

One Piece

Je connais One Piece via

132 réponses

 Copier

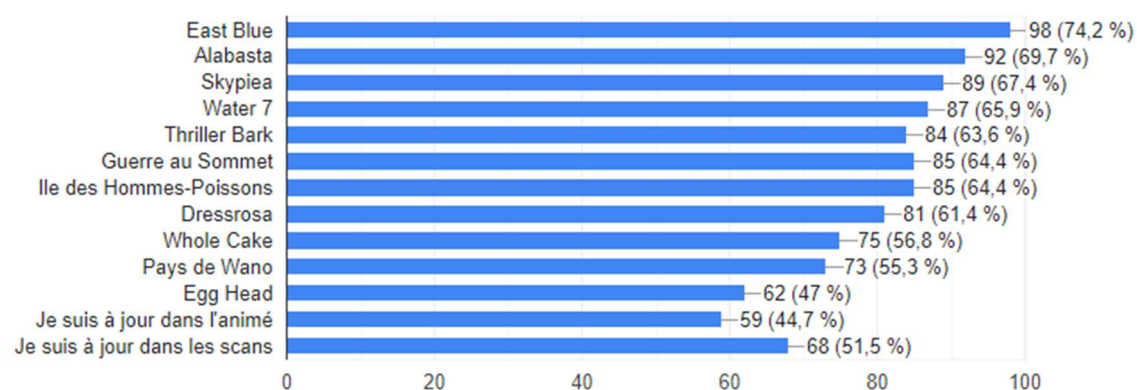
J'ai lu/ visionné les sagas de One Piece suivantes *

- ☐ East Blue
- ☐ Alabasta
- ☐ Skypiea
- ☐ Water 7
- ☐ Thriller Bark
- ☐ Guerre au Sommet
- ☐ Ile des Hommes-Poissons
- ☐ Dressrosa
- ☐ Whole Cake
- ☐ Pays de Wano
- ☐ Egg Head
- ☐ Je suis à jour dans l'animé
- ☐ Je suis à jour dans les scans

J'ai lu/ visionné les sagas de One Piece suivantes

 Copier

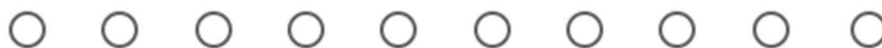
132 réponses



Sur une échelle de 1 à 10, à combien est-ce que j'estime que le monde de One Piece peut être comparé à notre monde actuel ?



1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

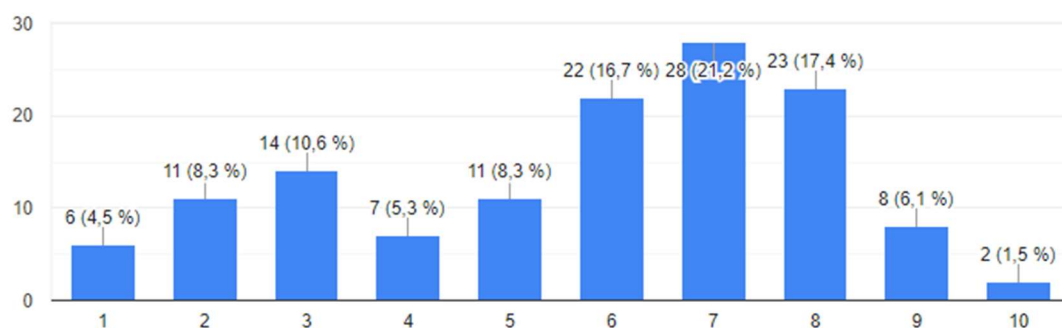


Sur une échelle de 1 à 10, à combien est-ce que j'estime que le monde de One Piece peut être comparé à notre monde actuel ?



Copier

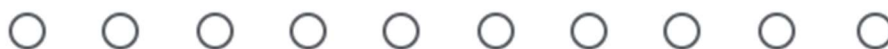
132 réponses



Sur une échelle de 1 à 10, à combien est-ce que j'estime pouvoir m'identifier au personnage de Luffy ?



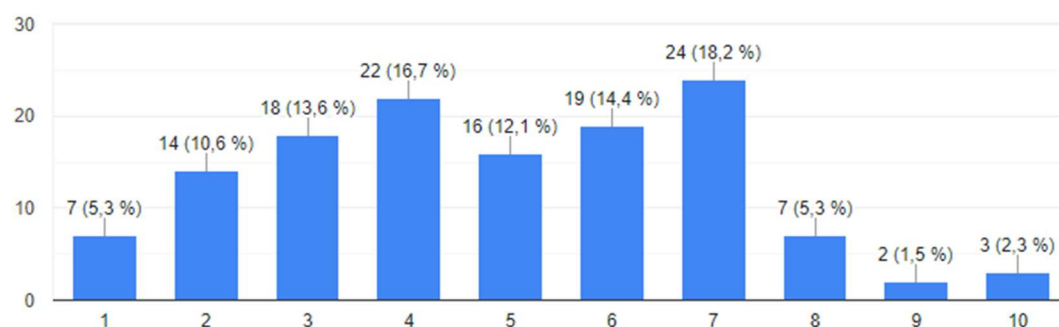
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10



Sur une échelle de 1 à 10, à combien est-ce que j'estime pouvoir m'identifier au personnage de Luffy ?

 Copier

132 réponses



Annexe 7.1 : Questions liées au modèles EntreComp

Idées et opportunités

Concernant le rapport de Luffy face aux idées nouvelles et aux opportunités, j'estime qu'il est capable de

Repérer les opportunités (être capable d'identifier et de saisir les opportunités) *

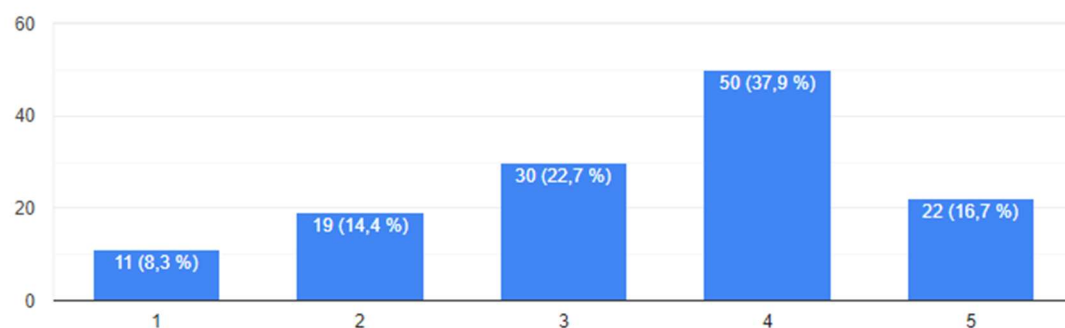
1 2 3 4 5
 Pas du tout en accord ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tout à fait d'accord

Idées et opportunités

Repérer les opportunités (être capable d'identifier et de saisir les opportunités)

 Copier

132 réponses



Créativité (développer des idées créatives et utiles) *

1 2 3 4 5

Pas du tout en accord

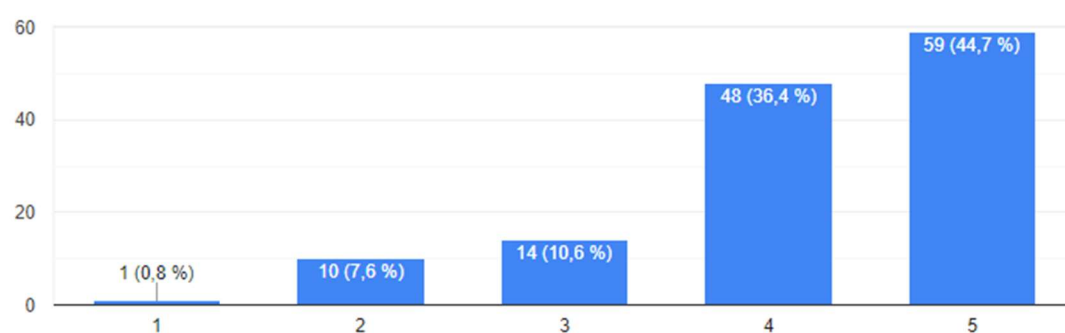


Tout à fait d'accord

Créativité (développer des idées créatives et utiles)

 Copier

132 réponses



Vision (développer une vision pour transformer les idées en actions) *

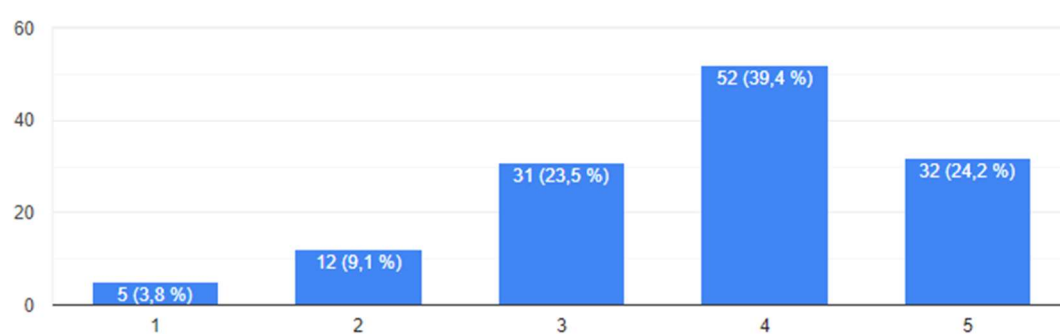
1 2 3 4 5

Pas du tout en accord ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tout à fait d'accord

Vision (développer une vision pour transformer les idées en actions)

 Copier

132 réponses



Valoriser les idées (tirer le meilleur parti des idées et des opportunités) *

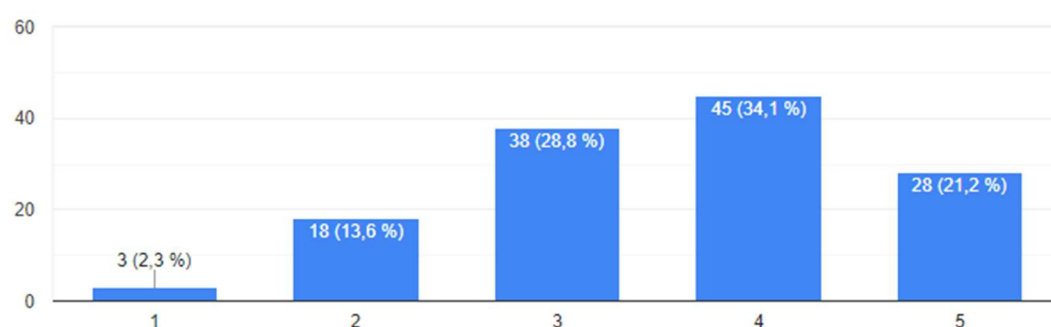
1 2 3 4 5

Pas du tout en accord ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tout à fait d'accord

Valoriser les idées (tirer le meilleur parti des idées et des opportunités)

 Copier

132 réponses



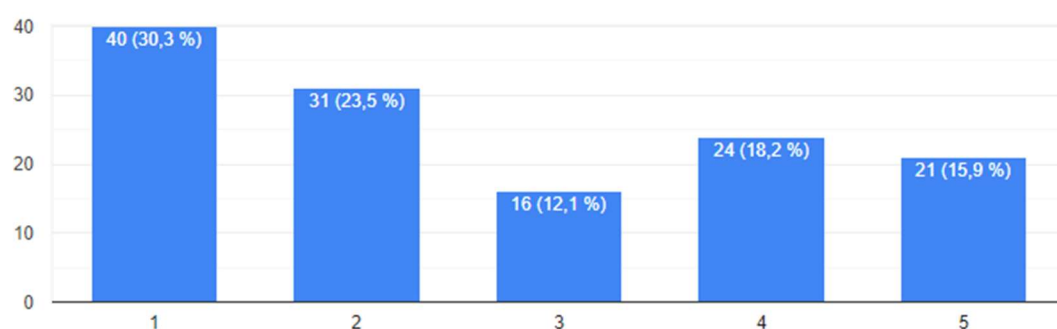
Réflexion éthique et durable (évaluer les conséquences et l'impact des idées, des opportunités et des actions) *

1 2 3 4 5
 Pas du tout en accord ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tout à fait d'accord

Réflexion éthique et durable (évaluer les conséquences et l'impact des idées, des opportunités et des actions)

 Copier

132 réponses



Utilisation des ressources

Concernant le comportement de Luffy quant aux ressources mises à sa disposition, j'estime qu'il correspond aux compétences suivantes :

Conscience de soi et efficacité personnelle (croire en sa capacité à influencer le cours des événements, malgré l'incertitude, les revers et les échecs temporaires) *

1 2 3 4 5

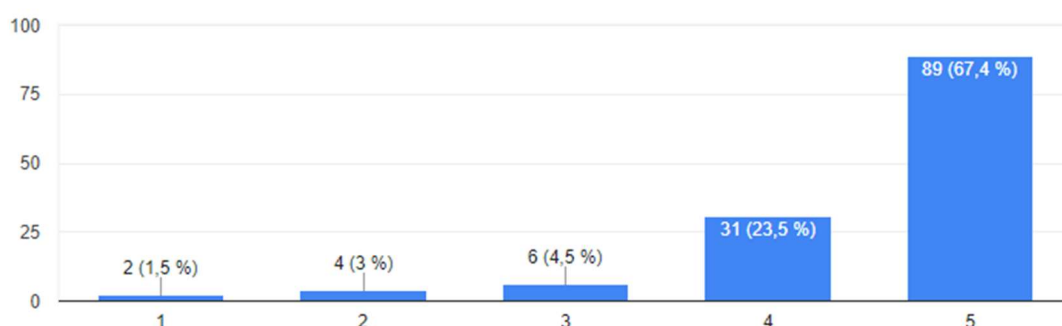
Pas du tout en accord ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tout à fait d'accord

Utilisation des ressources

Conscience de soi et efficacité personnelle (croire en sa capacité à influencer le cours des événements, malgré l'incertitude, les revers et les échecs temporaires)

 Copier

132 réponses



Motivation et persévérance (rester concentré et ne pas abandonner - être déterminé à passer des idées à l'action et satisfaire son besoin de réussite) *

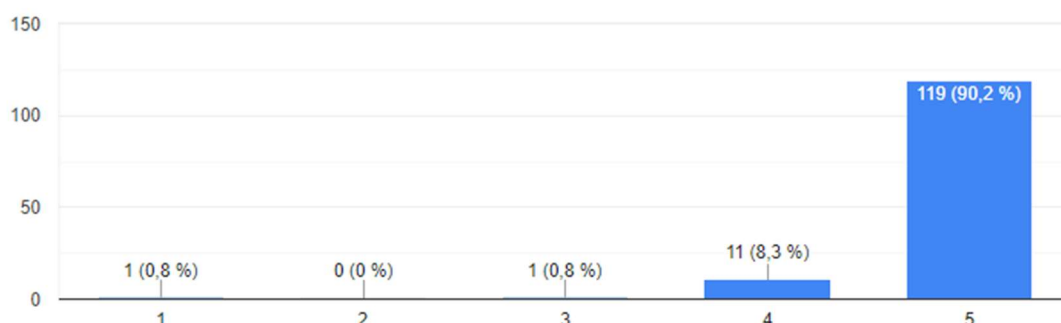
1 2 3 4 5

Pas du tout en accord ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tout à fait d'accord

Motivation et persévérance (rester concentré et ne pas abandonner - être déterminé à passer des idées à l'action et satisfaire son besoin de réussite)

 Copier

132 réponses



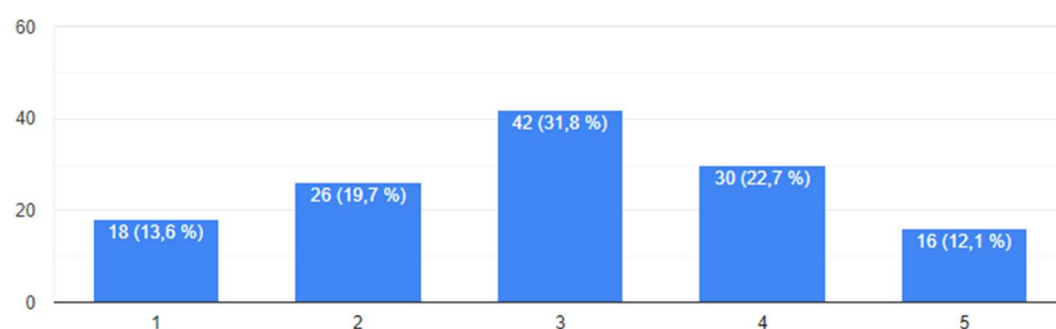
Mobilisation des ressources (obtenir et gérer les ressources matérielles, immatérielles et numériques nécessaires pour passer des idées à l'action) *

1 2 3 4 5
 Pas du tout en accord ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tout à fait d'accord

Mobilisation des ressources (obtenir et gérer les ressources matérielles, immatérielles et numériques nécessaires pour passer des idées à l'action)

 Copier

132 réponses



Culture financière et économique (connaissance et mise en œuvre d'un savoir-faire financier et économique) *

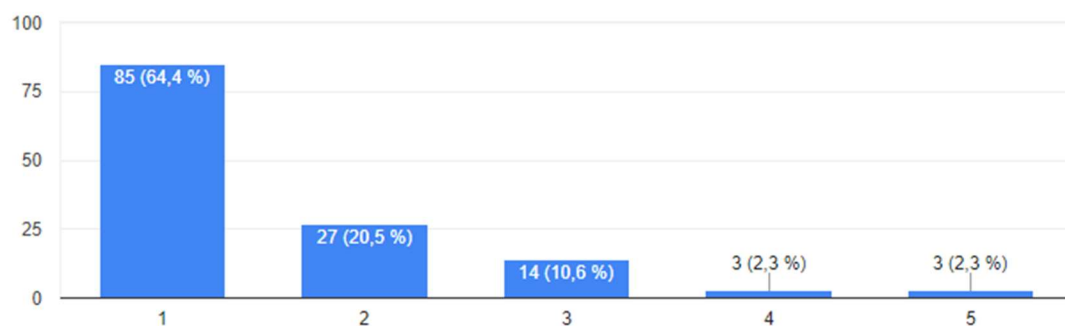
1 2 3 4 5

Pas du tout en accord ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tout à fait d'accord

Culture financière et économique (connaissance et mise en œuvre d'un savoir-faire financier et économique)

[Copier](#)

132 réponses



Capacité de mobilisation (inspirer, enthousiasmer et obtenir l'adhésion des autres) *

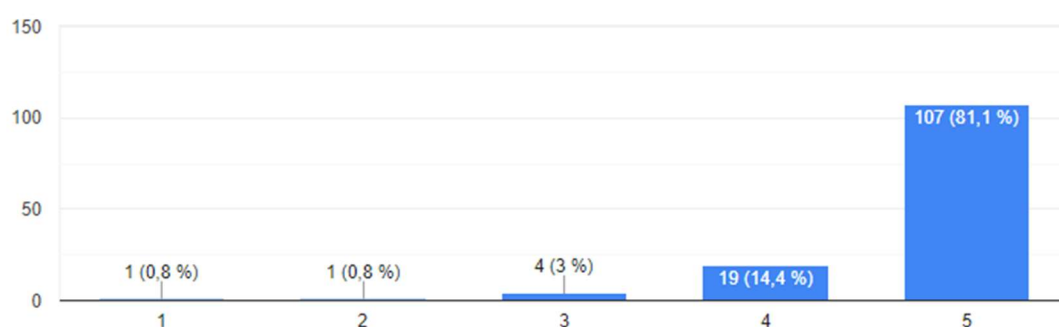
1 2 3 4 5

Pas du tout en accord ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tout à fait d'accord

Capacité de mobilisation (inspirer, enthousiasmer et obtenir l'adhésion des autres)

 Copier

132 réponses



Entreprendre des actions

Concernant les actions entreprises par Luffy, j'estime qu'elles mettent en œuvre les compétences suivantes :

Prendre des initiatives (relever des défis, agir de manière indépendante pour atteindre des objectifs) *

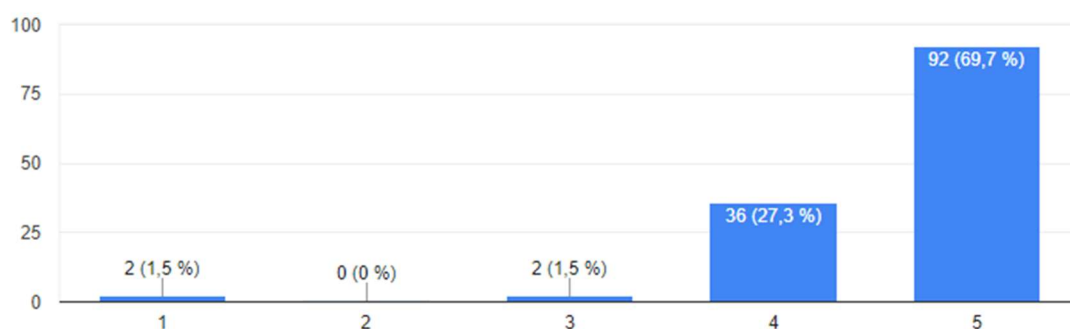
1 2 3 4 5
 Pas du tout en accord ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tout à fait d'accord

Entreprendre des actions

Prendre des initiatives (relever des défis, agir de manière indépendante pour atteindre des objectifs)

 Copier

132 réponses



Planifier et gérer (fixer des objectifs à long, moyen et court terme, définir des priorités et des plans d'action, s'adapter à des changements imprévus)

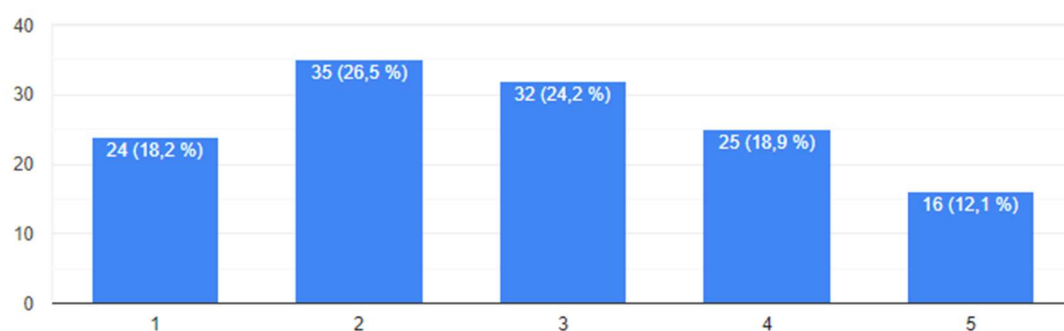
*

1 2 3 4 5
 Pas du tout en accord ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tout à fait d'accord

Planifier et gérer (fixer des objectifs à long, moyen et court terme, définir des priorités et des plans d'action, s'adapter à des changements imprévus)

 Copier

132 réponses



Faire face à l'incertitude, à l'ambiguïté et au risque *

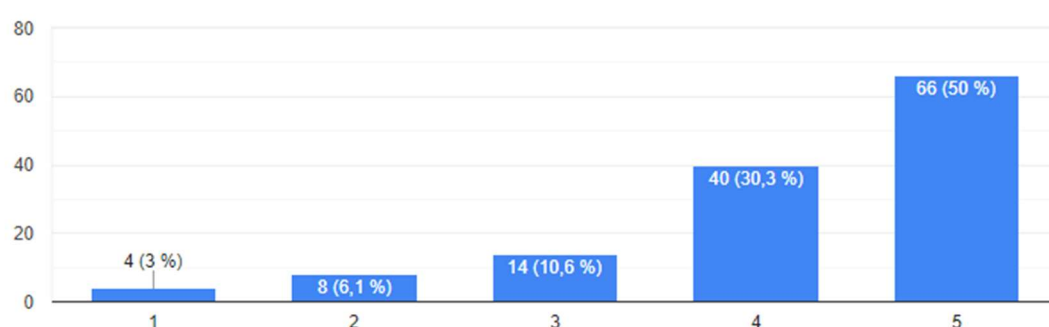
1 2 3 4 5

Pas du tout en accord ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tout à fait d'accord

Faire face à l'incertitude, à l'ambiguïté et au risque

[Copier](#)

132 réponses



Travailler avec d'autres (coopérer pour développer des idées et les transformer en actions) *

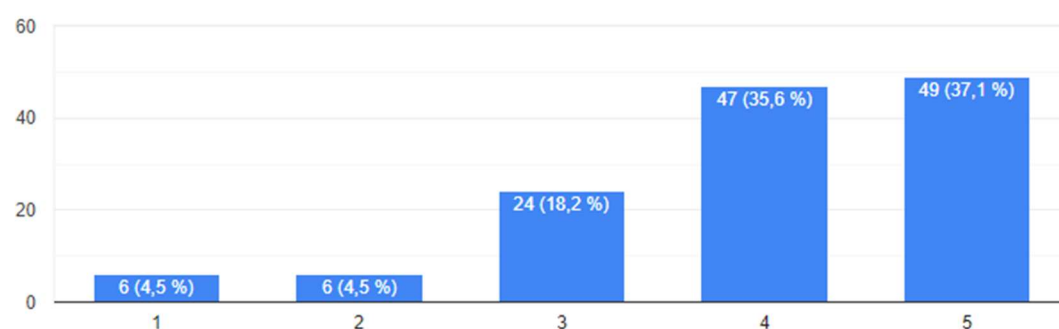
1 2 3 4 5

Pas du tout en accord ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tout à fait d'accord

Travailler avec d'autres (coopérer pour développer des idées et les transformer en actions)

 Copier

132 réponses



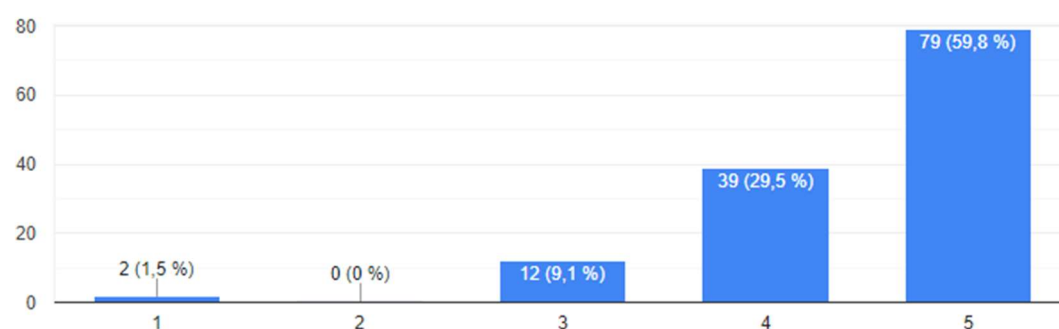
Apprendre par l'expérience (apprendre par la pratique) *



Apprendre par l'expérience (apprendre par la pratique)

 Copier

132 réponses



Annexe 7.2 : Questions liées au principe de l'effectuation

L'entrepreneuriat au sein de l'équipage

Lorsque Luffy et son équipage se lancent dans une nouvelle aventure, j'estime qu'ils :

Commencent à agir, en se basant sur ce qu'ils ont à portée de main (qui ils sont, ce qu'ils savent et qui ils connaissent) et démarrent sans attendre l'occasion idéale. *

1 2 3 4 5

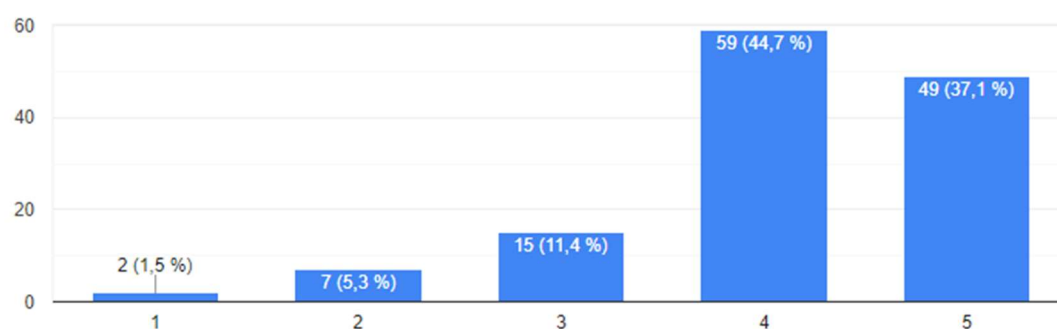
Pas du tout en accord ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tout à fait d'accord

L'entrepreneuriat au sein de l'équipage

Commencent à agir, en se basant sur ce qu'ils ont à portée de main (qui ils sont, ce qu'ils savent et qui ils connaissent) et démarrent sans attendre l'occasion idéale.

 Copier

132 réponses



Se fixent des pertes acceptables (ils évaluent les opportunités en fonction de l'acceptabilité de la perte, plutôt qu'en fonction du profit qu'ils pourraient en tirer). *

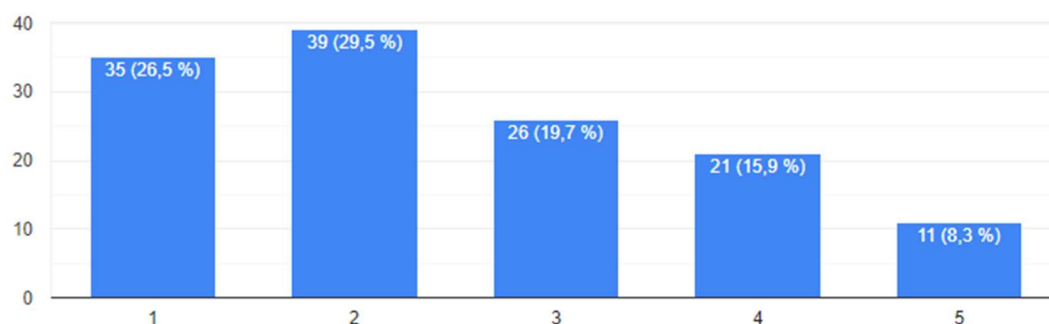
1 2 3 4 5

Pas du tout en accord ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tout à fait d'accord

Se fixent des pertes acceptables (ils évaluent les opportunités en fonction de l'acceptabilité de la perte, plutôt qu'en fonction du profit qu'ils pourraient en tirer).

 Copier

132 réponses



Tirent parti des imprévus (ils acceptent les surprises qui découlent des situations incertaines, en restant flexibles plutôt qu'attachés aux objectifs initiaux). *

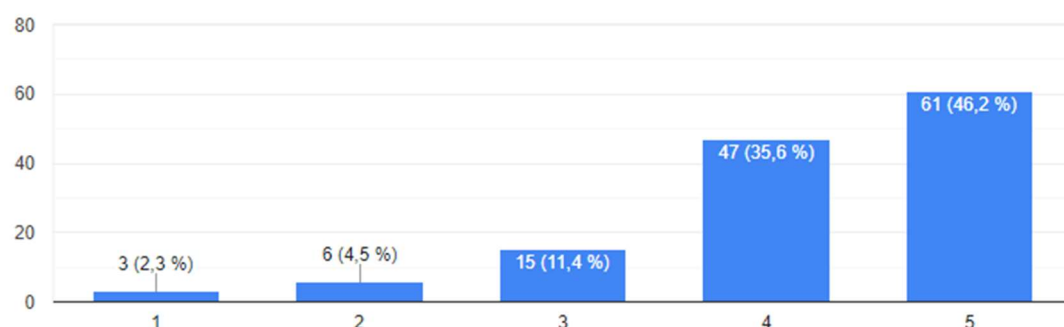
1 2 3 4 5

Pas du tout en accord ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tout à fait d'accord

Tirent parti des imprévus (ils acceptent les surprises qui découlent des situations incertaines, en restant flexibles plutôt qu'attachés aux objectifs initiaux).

 Copier

132 réponses



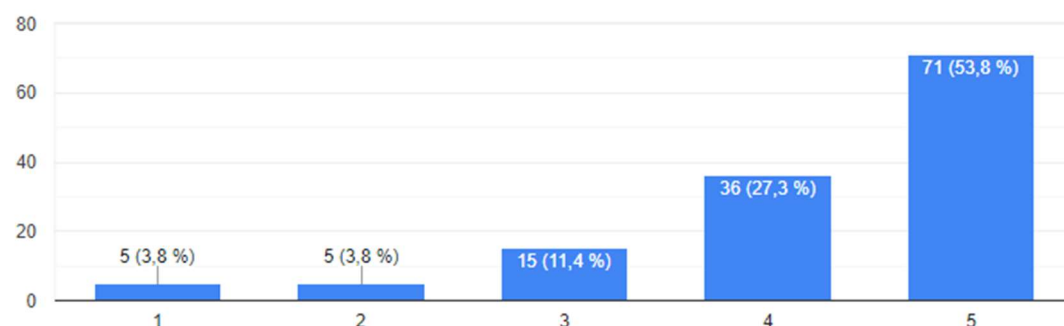
Forment des partenariats avec des personnes et des organisations désireuses de s'engager réellement à créer l'avenir avec eux. *



Forment des partenariats avec des personnes et des organisations désireuses de s'engager réellement à créer l'avenir avec eux.

 Copier

132 réponses



Créent des opportunités en se concentrant sur leur propre capacité d'action et de décision plutôt que de se limiter à une exploitation de facteurs externes préexistants. *

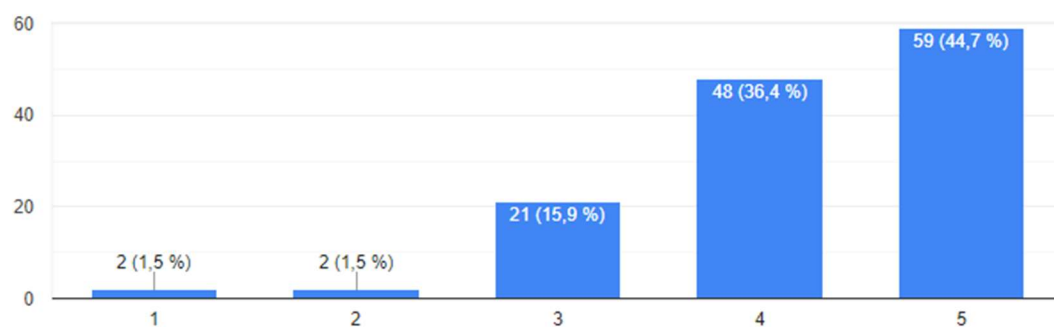
1 2 3 4 5

Pas du tout en accord ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tout à fait d'accord

Créent des opportunités en se concentrant sur leur propre capacité d'action et de décision plutôt que de se limiter à une exploitation de facteurs externes préexistants.

 Copier

132 réponses



Comportement entrepreneurial de l'équipage

Dans les questions suivantes, veuillez indiquer sur l'échelle les propositions qui caractérisent le mieux l'équipage de Luffy.

Perte abordable : l'équipage de Luffy adopte une approche prudente face aux risques, en évitant les actions qui pourraient entraîner des conséquences excessivement négatives.

*

Maximisation du rendement: l'équipage est plus enclin à prendre des risques calculés lorsqu'il estime que les gains potentiels en valent la peine.

1 2 3 4 5

Perte abordable ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Maximisation du rendement

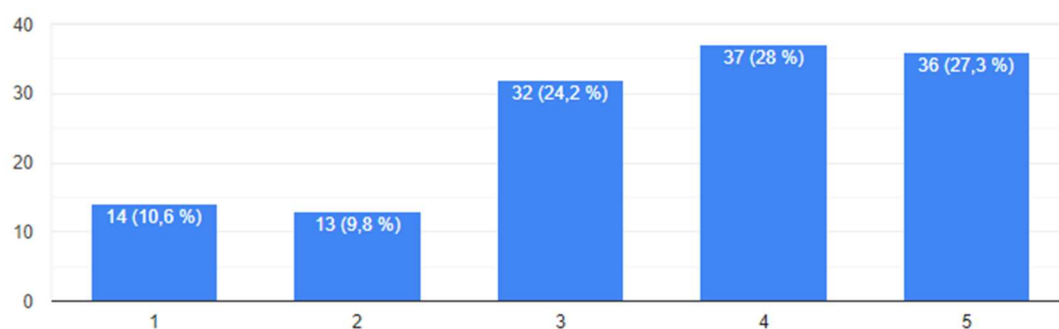
Comportement entrepreneurial de l'équipage

Perte abordable : l'équipage de Luffy adopte une approche prudente face aux risques, en évitant les actions qui pourraient entraîner des conséquences excessivement négatives.

 Copier

Maximisation du rendement: l'équipage est plus enclin à prendre des risques calculés lorsqu'il estime que les gains potentiels en valent la peine.

132 réponses



Alliances stratégiques : l'équipage de Luffy travaille en étroite collaboration avec d'autres personnages ou forme des alliances stratégiques pour atteindre leurs objectifs communs et/ou en créer des nouveaux, et ce dès le début de nouvelles aventures. *

Partenariat structuré : l'équipage s'associe de manière réfléchie à des partenaires, en analysant la plus-value de ces partenariats et en ne se laissant pas influencer par ceux-ci pour dévier de leurs objectifs.

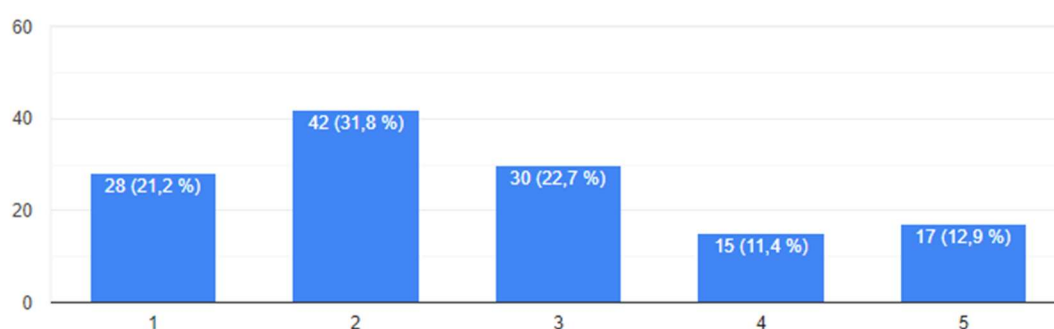


Alliances stratégiques : l'équipage de Luffy travaille en étroite collaboration avec d'autres personnages ou forme des alliances stratégiques pour atteindre leurs objectifs communs et/ou en créer des nouveaux, et ce dès le début de nouvelles aventures.

 Copier

Partenariat structuré : l'équipage s'associe de manière réfléchie à des partenaires, en analysant la plus-value de ces partenariats et en ne se laissant pas influencer par ceux-ci pour dévier de leurs objectifs.

132 réponses



Opportunité : dans les aventures de l'équipage de Luffy, lorsqu'un événement inattendu survient, il est perçu comme une opportunité pour évoluer et progresser. *

Obstacle : lorsqu'un événement inattendu survient, il est perçu comme un obstacle à surmonter, sans dévier de l'objectif.

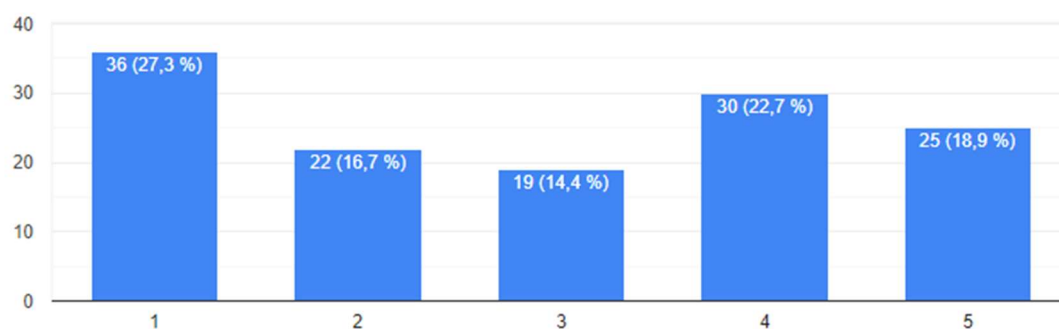
	1	2	3	4	5	
Opportunité	☐	☐	☐	☐	☐	Obstacle

Opportunité : dans les aventures de l'équipage de Luffy, lorsqu'un événement inattendu survient, il est perçu comme une opportunité pour évoluer et progresser.

 Copier

Obstacle : lorsqu'un événement inattendu survient, il est perçu comme un obstacle à surmonter, sans dévier de l'objectif.

132 réponses



Maximisation des ressources : dans les aventures de Luffy, l'équipage se fixe de nouveaux objectifs au fur et à mesure, en partant des ressources à leur disposition. *

Objectifs prédéfinis : le fonctionnement de l'équipage repose sur le fait de se fixer des objectifs, puis de chercher les moyens de les réaliser.

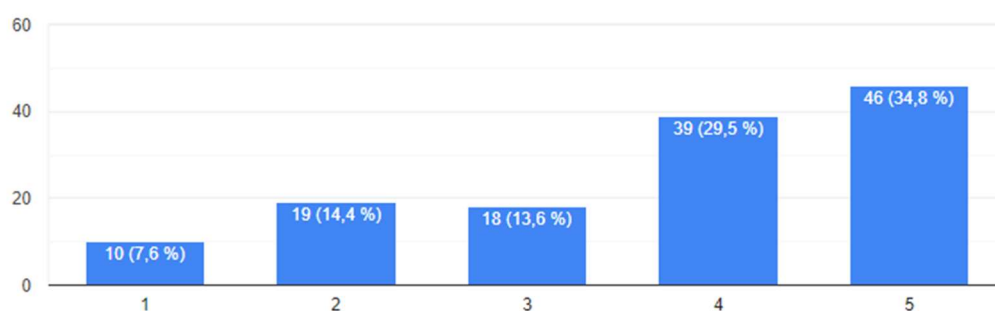


Maximisation des ressources : dans les aventures de Luffy, l'équipage se fixe de nouveaux objectifs au fur et à mesure, en partant des ressources à leur disposition.

 Copier

Objectifs prédéfinis : le fonctionnement de l'équipage repose sur le fait de se fixer des objectifs, puis de chercher les moyens de les réaliser.

132 réponses



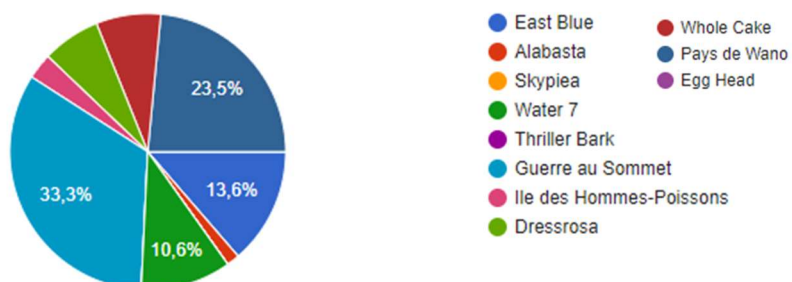
Annexe 7.3 : Question liée à l'identification de moment entrepreneuriale dans One Piece

Pour finir

Selon vous, quel est la saga de One Piece, ou Luffy s'est montré être le plus entreprenant ?

 Copier

132 réponses



Pour finir

Selon vous, quel est la saga de One Piece, ou Luffy s'est montré être le plus entreprenant ? *

- ☐ East Blue
- ☐ Alabasta
- ☐ Skypiea
- ☐ Water 7
- ☐ Thriller Bark
- ☐ Guerre au Sommet
- ☐ Ile des Hommes-Poissons
- ☐ Dressrosa
- ☐ Whole Cake
- ☐ Pays de Wano
- ☐ Egg Head

UNIVERSITÉ CATHOLIQUE DE LOUVAIN
Louvain School of Management

Place des Doyens, 1 bte L2.01.01, 1348 Louvain-la-Neuve
Boulevard Emile Devreux 6, 6000 Charleroi, Belgique
Chaussée de Binche 151, 7000 Mons, Belgique

www.uclouvain.be/lsm