

L'entrepreneuriat social, vers une meilleure compréhension du concept

Social entrepreneurship, towards a better understanding of the concept

Adil MGUERAMAN

Docteur, Faculté des sciences Juridiques, Économiques et Sociales - Agdal

Université Mohammed V, Rabat

Laboratoire des sciences de gestion

adil_mgueraman@um5.ac.ma

Date de soumission : 19/11/2022

Date d'acceptation : 07/01/2023

Pour citer cet article :

MGUERAMAN.A.(2023). « L'entrepreneuriat social, vers une meilleure compréhension du concept .», Revue Française d'Economie et de Gestion « Volume 4 : Numéro 1 » pp : 185 - 209 .

Author(s) agree that this article remain permanently open access under the terms of the Creative Commons Attribution License 4.0 International License



Résumé

L'entrepreneuriat social est un sujet qui a fait l'objet de recherche universitaire depuis près de trois décennies. Cependant, il est encore à la recherche d'une définition qui unit plus qu'elle divise. L'utilisation actuelle du terme semble vague, confus et sans limites ; il a besoin de frontières pour délimiter ses contours en conséquence il est encore au stade de la conceptualisation. L'absence d'une définition commune entrave la recherche et soulève des questions quant aux activités sociales ou lucratives qui entrent dans le spectre de l'entrepreneuriat social.

L'article est construit sur l'analyse et la synthèse de la littérature scientifique qui permettent de décrire le phénomène de l'entrepreneuriat social et de ses initiatives. Précisément, une revue de littérature liée au concept de l'entrepreneuriat social, sa définition, son contexte d'émergence et de comparaison avec l'entrepreneuriat classique et avec d'autres concepts similaires, afin de mieux illustrer les différents éléments de ce concept. La recherche théorique a révélé que les différentes conceptions de l'entrepreneuriat social sont profondément ancrées dans les contextes au sein desquels ses organisations naissent et se développent.

Mots Clés : Entrepreneuriat social ; entrepreneuriat classique ; Economie sociale et solidaire ; responsabilité sociale des entreprises ; social business.

Abstract

Social entrepreneurship has been a subject of academic research for almost 3 decades. However, social entrepreneurship is still in search of a definition that unites rather than divides. Current use of the term seems vague and limitless; it needs boundaries to delineate its contours therefore it is still at the stage of conceptualization. The lack of a common definition hampers research and raises questions about what social or profit-making activities fall within the spectrum of social entrepreneurship.

The article is built on the analysis and synthesis of the scientific literature which makes it possible to describe the phenomenon of social entrepreneurship and its initiatives. Specifically, a literature review related to the concept of social entrepreneurship, its definition, its context of emergence and comparison with classical entrepreneurship and with other similar concepts, in order to better illustrate the different elements of this concept. Theoretical research has revealed that the different conceptions of social entrepreneurship are deeply rooted in the contexts within which its organizations are born and develop.

Keywords: Social entrepreneurship; traditional entrepreneurship; social and solidarity economy; corporate social responsibility; social business.

Introduction

L'entrepreneuriat social décrit largement les entreprises qui s'efforcent de créer de la valeur sociale plutôt que de donner la priorité à la génération de profits supérieurs (Weerawardena & Mort, 2001). Les avantages économiques et sociaux générés par ce type d'organisations sont largement reconnus (Christie & Honig 2006 ; Dees, 2001 ; Harding, 2004) ; cependant, la recherche en entrepreneuriat social n'en est encore qu'à ses débuts. Les contributions pionnières à la littérature en matière d'entrepreneuriat social ont été mises en évidence par les travaux de Banks (1972) qui, au cours d'une étude sociologique, a été un des premiers à utiliser le terme « entrepreneurs sociaux ». Le terme ne sera pas employé plus largement dans le monde jusqu'à la fin des années 1990 (Janssen et al., 2012). Depuis, l'entrepreneuriat social et l'entreprise sociale sont devenus des sujets de recherche majeurs (Dacin et al., 2010; Defourny & Nyssens 2008). Dans le numéro inaugural du Journal of Social Entrepreneurship, Nicholls (2010) a déclaré qu'il y avait « encore peu de consensus sur les questions de recherche clés, les méthodologies appropriées, les ensembles de données disponibles ou les perspectives théoriques les plus appropriées pour identifier et analyser l'entrepreneuriat social ». Comme le domaine a évolué, les chercheurs ont proposé une myriade de constructions et de cadres pour expliquer l'entrepreneuriat social. La diversité de la littérature existante sur le sujet est en partie due à la nature complexe de ce phénomène (Lee & Zhang, 2011). De même, les divergences ainsi que les convergences persistantes entre l'entrepreneuriat social avec d'autres concepts correspondants qui évolueront dans la recherche sur l'entrepreneuriat social; elles peuvent être prises en considération et débattues. Austin et al. (2006) confirment que l'évaluation de l'entrepreneuriat social en tant qu'activité, de ses apports et de son impact est un processus complexe, compliqué et non mesuré. Sur la base des arguments ci-dessus, nous proposons la question suivante pour mener cette recherche : qu'est ce qu'ils différencient l'entrepreneuriat social de l'entrepreneuriat classique, de la Responsabilité sociale, du social business et de l'économie sociale et solidaire ?

Dans ce contexte, l'objectif principal de cet article est de faire le point sur le concept d'entrepreneuriat social afin de mieux le connaître. Il est principalement basé sur une étude de la littérature et vise essentiellement à contribuer à la compréhension du terme entrepreneuriat social en le définissant, en examinant ses composantes, et en le comparant avec l'entrepreneuriat classique et des concepts qui lui sont similaires et, sur la base des résultats, un modèle conceptuel a été proposé pour illustrer les composantes du concept.

La suite du présent article se divise en quatre sections. La première est consacrée à la définition du concept d'entrepreneuriat social, d'entreprise sociale et d'entrepreneur social. La seconde section met en évidence le contexte dans lequel cette notion a été développée. La troisième section établit une comparaison entre le concept d'entrepreneuriat social et d'autres concepts différents, complémentaires ou contradictoires. Et enfin la quatrième section expose le cadre conceptuel permettant d'illustrer les principaux éléments de l'entrepreneuriat social. Une conclusion termine le tout.

1. Définitions des concepts

1.1. Définition de l'entrepreneuriat social

La délimitation et la définition d'un concept constituent les premières étapes de la compréhension de celui-ci. Comme on peut s'y attendre d'un concept émergent, il est normal qu'il n'existe pas de définition généralement admise (Peredo & Mclean, 2006). Plus précisément, de nombreuses tentatives ont été menées pour mieux comprendre l'entrepreneuriat social en le définissant. Ces définitions ont été utilisées dans des études antérieures ayant des objectifs différents (Voir tableau 1). Malgré l'existence de plusieurs définitions (Zahra et al., 2006), il existe un consensus sur le caractère multidimensionnel du concept et la présence d'une double allégeance (Peredo & Mclean, 2006 ; Mort et al., 2003). En effet, il s'agit d'un concept à la fois entrepreneurial et social. (Mair & Marti, 2006).

La première dimension est la composante entrepreneuriat (Peredo & Mclean, 2006 ; Mort et al., 2003). Quand on évoque le terme d'entrepreneuriat, il nous vient à l'esprit certaines caractéristiques. La création d'entreprise, la création de la valeur économique et du profit, pour arriver à cela il faut saisir des occasions d'affaire avec l'utilisation de l'innovation et la mobilisation de ressources pour atteindre les objectifs déclarés.

La deuxième dimension est la composante sociale (Brickerhoff, 2000 ; Tan et al., 2005 ; Ulhoi, 2005). Le noyau dur qui caractérise l'entrepreneuriat social est la mission sociale à remplir. Sans cette mission, il n'y aurait certainement pas d'entrepreneuriat social. Une mission sociale peut se combiner avec une mission économique, et l'organisation sociale agit comme catalyseur du changement. Ce rôle est un rôle conscient et non un rôle accidentel (Mort et al., 2003).

Tableau 1 : Définition de l'entrepreneuriat social selon différents auteurs

Auteurs	Définitions
Mort et al. (2002)	Définie en termes de reconnaissance des opportunités créatrices de valeur sociale conjuguées avec l'innovation, la proactivité et la prise de risques.
Alvord et al. (2004)	Définie en termes des solutions novatrices aux problèmes sociaux immédiats et des transformations sociales durables.
Austin et al. (2006)	Définie en termes en tant qu'activité innovante et créatrice de valeur sociale.
Mair and Martí (2006)	Définie en termes d'utilisation innovante de ressources pour explorer et exploiter des opportunités et changement social.
Weerawardena J., Mort G. (2006)	Définie comme un phénomène comportemental visant à apporter une valeur sociale par le biais de l'exploitation des opportunités perçues...
Nicholls (2006),	Définie en tant qu'activités novatrices pour la résolution sociale des défaillances du marché en créent de la valeur sociale pour maximiser l'impact social et le changement.
Dees G. (2007)	Définie en termes de résolution de problèmes locales et de recherche de solutions innovantes.
Martin and Osberg (2007)	Définie en termes de trois composantes suivantes: (1) identification d'un équilibre injuste qui provoque l'exclusion, la marginalisation ou les souffrances, (2) identification d'une opportunité dans cet équilibre injuste, développer une proposition de valeur sociale et (3) établissements d'un nouvel équilibre stable garantissant un meilleur avenir au groupe ciblé.
Certo T., Miller T. (2008)	Définie en termes de reconnaissance, l'évaluation et l'exploitation des opportunités qui créent une valeur sociale.
Zahra S. et al. (2009)	Définie en termes de découverte, détermination et exploitation des opportunités en les transformant en source de création de la valeur sociale.
Bacq S., Janssen F. (2011)	Définie en tant que processus d'identification, d'évaluation et d'exploitation des opportunités visant à créer de la valeur sociale.
Dacin T., Dacin P., Tracey P. (2011)	Définie en termes de création de valeur sociale et d'apport des solutions aux problèmes sociaux.
Santos F. (2012)	Définie en termes externalités positives grâce à des solutions efficaces et durables visant à résoudre les problèmes sociaux.
Fondation Ashoka (2008)	Définie en termes d'utilisation de solutions innovantes pour résoudre les problèmes sociaux de la société
Drayton (2002)	Défini en termes de changement qui résoudra les problèmes sociaux de la société
Fondation Schwab pour l'entrepreneuriat social (2008)	Défini en termes d'innovation par la recherche d'un nouveau produit, Service, ou approche pour faire des choses qui sont socialement responsables

Source : élaboration personnelle

Le concept de l'entrepreneuriat social signifie différentes choses pour différentes personnes, y compris les chercheurs (Dees, 1998). Comme indiqué précédemment, le concept de l'entrepreneuriat social est ambigu car il est large et ne se limite pas à un domaine spécifique.

L'entrepreneuriat social relève de divers domaines de l'entrepreneuriat commercial, de la sociologie et de l'économie (Smith-Hunter, 2008).

La définition de l'entrepreneuriat social est controversée. En raison de la diversité dans l'application de l'entrepreneuriat social, diverses parties adoptent différentes définitions basées sur des critères adaptés à leurs objectifs et à leurs domaines de recherche. Les définitions existantes vont du long au large (Austin et al., 2006).

Malgré ces débats définitionnels en cours, de nombreuses caractéristiques déterminantes de l'entrepreneuriat social semblent faire l'objet d'un large consensus (Martin & Osberg 2007 ; Nicholls, 2006). Ces définitions mettent en évidence l'importance de la création de valeur sociale et de l'innovation en entrepreneuriat social.

De notre part, nous définissons l'entrepreneuriat social, premièrement, comme un processus de création de valeur sociale en combinant les ressources d'une façon innovante. Deuxièmement, ces combinaisons de ressources visent principalement à explorer et à exploiter les opportunités de création de valeur sociale en stimulant le changement social ou en répondant à des besoins sociaux. Et troisièmement, lorsqu'il est considéré comme un processus, l'entrepreneuriat social implique l'offre de services ou de biens adaptés aux besoins des populations marginalisées ciblées.

1.2.Définition de l'entreprise sociale

La littérature sur les entreprises sociales s'accorde sur la primauté de la dimension sociale au sein de leurs stratégies et de leurs activités économiques (Ormiston & Seymour, 2011, p. 127). La coexistence des aspects économiques et sociaux est une condition préalable pour qu'une entreprise soit considérée comme une entreprise sociale. Les entreprises sociales veulent donc aborder des questions sociales, mais cela ne peut se faire qu'à travers une activité économique. Il est essentiel que la valeur sociale créée par les entreprises profite aux communautés et à des groupes spécifiques de personnes et sensibilise à la responsabilité sociale au niveau local (Defourney & Nyssens, 2012).

La définition de l'entreprise sociale dans la littérature ne semble pas limiter l'importance de l'activité économique dans sa stratégie. Les activités économiques peuvent ainsi être au cœur du fonctionnement des entreprises sociales, tout comme elles peuvent être des activités secondaires mises en place pour atteindre des objectifs sociaux et assurer leur pérennité (Peattie & Morley 2008).

La définition de l'entreprise sociale établie dans le cadre de « l'Initiative pour l'entrepreneuriat social » semble toujours faire référence aujourd'hui auprès de la Commission européenne. L'entreprise sociale y est définie ainsi (RTES¹, 2018) :

- Entreprise dont le principal objectif est d'avoir une incidence sociale plutôt que de générer du profit pour ses propriétaires ou ses partenaires,
- Entreprise qui utilise ses excédents principalement pour réaliser ses objectifs sociaux,
- Entreprise qui est gérée par un entrepreneur social de manière responsable, transparente et innovante, notamment en associant les employés, les clients et les parties prenantes concernées par ses activités.

Selon le réseau de recherche EMES², le premier pourvoyeur de connaissances théoriques et empiriques sur l'économie sociale et l'entrepreneuriat social en Europe, l'approche d'entreprise sociale développée poursuit de multiples objectifs, notamment sociaux, économiques et sociopolitiques (Nyssens, 2007). Cette approche, décrite par EMES, met l'accent sur la dimension collective, contrairement à l'approche américaine qui met l'accent sur la figure de l'entrepreneur social.

1.3. Définition de l'entrepreneur social

Selon Pederer et Mclean (2006), les entrepreneurs sociaux dont l'objectif principal est de créer de la valeur sociale présentent certaines caractéristiques qu'il convient d'identifier. Les entrepreneurs sociaux peuvent identifier des opportunités commerciales et les utiliser de manière innovante pour atteindre des objectifs sociaux. Deuxièmement, ils sont bien placés pour découvrir et développer des approches novatrices pour résoudre les problèmes sociaux, et sont donc conscients des difficultés auxquelles fait face sa communauté. Finalement, les entrepreneurs sociaux doivent avoir un degré d'acceptation de risque et refuser de s'incliner face aux limites de financement. Par ailleurs, Perrini (2006) estime que les entrepreneurs sociaux sont soucieux de créer une nouvelle valeur à travers un processus de changement.

L'intérêt pour les entrepreneurs sociaux découle de leur rôle dans la résolution des problèmes sociaux critiques et du dévouement dont ils font preuve pour améliorer le bien-être de la société (Zahra et al., 2008). Le public tient souvent les entrepreneurs sociaux en haute estime en raison de la multitude de besoins sociaux qu'ils satisfont et de l'amélioration de la qualité de vie qu'ils apportent aux populations défavorisées.

¹ Le Réseau des collectivités Territoriales pour une Économie Solidaire (RTES) réunit des collectivités territoriales qui s'engagent pour le développement de l'Économie Sociale et Solidaire (ESS) sur leur territoire.

² EMES est un acronyme d' « émergence des entreprises sociales »

Comme mentionné au début de cet article, l'une des premières personnes à proposer la définition de l'entrepreneur social a été le fondateur de l'un des premiers réseaux mondiaux d'entrepreneurs sociaux : Bill Drayton, qui est membre de l'école de pensée américaine de l'innovation et qui définit l'entrepreneur social ainsi : « c'est un individu qui met ses qualités entrepreneuriales au service de la résolution d'un problème sociétal à grande échelle » (Brossard, 2009). L'entrepreneur social innove principalement pour répondre aux besoins sociaux, pas seulement pour générer du développement économique. Ainsi, en plus son profit psychologique d'entrepreneur, il est sensible aux enjeux sociaux, ce qui se traduit par son désir d'engagement social (Jackson et al., 2017).

Afin d'éviter toute confusion, il est également important de clarifier la distinction entre les trois termes associés au phénomène, entreprise sociale, entrepreneur social et entrepreneuriat social (Bielefeld, 2009). Mair et Marti (2006) ont séparé les trois termes en indiquant que même si l'entrepreneuriat social fait référence au processus ou au comportement, l'entreprise sociale se réfère à son résultat tangible et l'entrepreneur social s'identifie comme le fondateur de l'initiative. Selon Bielefeld (2009) s'il existe une confusion quant à la définition de l'entrepreneuriat social, le terme d'entreprise sociale a abouti à un accord général sur sa définition. Malgré de nombreuses définitions, un consensus a pu être atteint, notamment sur la multidimensionnalité du terme, car il représente une double perspective, entrepreneuriale et sociale (Mair & Marti, 2006).

2. Contexte de développement de l'entrepreneuriat social

2.1.L'émergence et le développement de l'entrepreneuriat social aux Etats-Unis

Aux États-Unis, l'apparition du concept de l'entrepreneuriat social peut être située durant les années 80. Deux séries d'événements ont été derrière l'amorçage du développement du concept. Premièrement, la baisse des financements publics a contraint les organisations à but non lucratif à chercher de nouvelles ressources en se tournant vers des organismes philanthropiques ou en développant des activités commerciales (Eikenberry & Kluver, 2004). Deuxièmement, en 1993, la Harvard Business School a lancé la « Social Enterprise Initiative », et la mise en place des programmes de formation et de soutien à l'entrepreneuriat social par d'autres grandes universités (Columbia, Berkeley, Duke, Yale, New York, etc.) et des fondations telles que l'organisation Ashoka, fondée par Bill Drayton en 1981, qu'est une ONG internationale dédiée à l'entrepreneuriat social, visant à persuader les entrepreneurs fortunés d'investir dans du "capital-risque philanthropique" au service d'entrepreneurs sociaux visionnaires. (Allemand, 2010). Alternativement, le Center for Social Innovation, créé à l'Université de Stanford en 1999, a

également contribué à sa croissance aux États-Unis et plus tard dans le monde (Defoumy & Nyssens, 2010).

Ces facteurs contextuels ont conduit à l'émergence de deux écoles de pensée. À savoir, l'École de l'innovation sociale et l'École des ressources marchandes. Dans cette dernière, le concept d'entreprise sociale est défini comme un ensemble d'activités de marché libre entreprises par des institutions privées à but non lucratif dans le but de répondre à des besoins sociaux (Kerlin, 2006). Ici, les entreprises sociales sont vues comme une solution innovante au problème de financement des organisations à but non lucratif ayant une mission sociale déjà établie, qui ont souvent des difficultés à collecter des dons privés ou à rechercher des financements publics (Mair & Marti, 2006). Fondée en 1980, la société de conseil « New Ventures » est parmi les premières initiatives de ce mouvement. Spécialisée dans le tiers secteur, cette compagnie était motivée par l'intérêt croissant manifesté par les entreprises à but non lucratif à trouver de nouvelles sources de revenus, outre les dons et les subventions du gouvernement (Bacq & Janssen, 2008). Dans une deuxième vague de travaux, au sein de cette même école, un large éventail d'organisations sont considérées comme des entreprises sociales, qu'elles soient à but lucratif ou non dans la mesure où elles pratiquent des activités marchandes à des fins sociales, (Austin et al., 2006). L'accent n'est pas seulement mis sur l'importance des ressources du marché, mais aussi sur diverses méthodes de gestion du secteur privé à but lucratif (Emerson & Twersky, 1996).

L'École de l'innovation, quant à elle, se concentre sur la performance sociale et l'innovation. Elle souligne que ce sont, et en fait eux seuls, les acteurs privés qui semblent façonner le paysage de l'entreprise sociale et de l'entrepreneuriat social. Selon Dees et Anderson (2006), l'innovation sociale est au cœur de cette école. Cet aspect du concept américain repose en grande partie sur ce à quoi ressemble l'entrepreneur social. Les entrepreneurs sociaux ont été décrits comme des individus qui apportent des solutions innovantes en identifiant de nouvelles approches pour résoudre les problèmes pressants de la société (Barthélémy & Slitine, 2014). Alors que de nombreuses personnes ont contribué à la création de l'École d'innovation sociale, une personne et son organisation ont été à l'origine de cette initiative: Bill Drayton à travers sa fondation Ashoka (Dees & Anderson, 2006). Pour les fondateurs, les entrepreneurs sont des héros. Ils doivent conduire un changement social majeur avec pour mission de changer le monde, ni plus ni moins. (Allemand, 2010).

Par ailleurs, des études particulières aux États-Unis (Emerson, 2006) ont remarqué que ces deux approches partagent une vision commune de l'entrepreneuriat social centrée autour de plusieurs

critères clés : la recherche d'impact social, l'innovation sociale, la mobilisation de ressources marchandes ainsi que l'usage de méthodes managériales, et ce quel que soit le statut légal de l'organisation – à but lucratif ou non lucratif, privé ou public.

Avec l'émergence du terme d'entrepreneuriat social en Amérique, le modèle européen de ce concept a également évolué.

2.2. L'émergence et le développement de l'entrepreneuriat social en Europe

Le modèle européen d'entrepreneuriat social (Defourny & Nyssens, 2010 ; Bacq & Janssen, 2011) a mis l'accent sur l'entrepreneuriat collectif et la spécificité des organisations qui assurent la primauté de leur mission sociale (Defourny & Nyssens, 2008 ; Kerlin , 2006). Pour comprendre son évolution, il faut remonter aux raisons qui ont favorisé son émergence. En Europe, depuis les années 1970, on assiste à une transformation de l'État-providence dans les pays développés. Ces changements ont entraîné, entre autres, des coupes constantes dans les budgets alloués à l'aide sociale. Ce désengagement des États se traduit par une baisse du pouvoir d'action des organismes sociaux et par conséquent d'amplifier les besoins sociaux (Barthélémy & Slitine, 2014). Ce qui laisse de l'espace au secteur privé de prendre l'initiative et donner des réponses qu'elles auraient souvent organisées par les pouvoirs publics si la conjoncture avait été celle des trente glorieuses (1945-1975). La plupart des États membres de l'UE ont connu les mêmes tendances à différents niveaux (Defourny & Nyssens, 2008). Ce contexte a favorisé le développement progressif d'un tiers secteur composé d'organisations n'appartenant ni au secteur privé ni au secteur public et dont la vocation était de répondre à des besoins non satisfaits sur le marché.

Defourny et Nyssens (2008) mettent en évidence trois événements majeurs qui ont impulsé l'émergence des entreprises sociales en Europe. Sur le plan institutionnel, la principale impulsion est d'abord venue d'Italie, où le Parlement italien a voté, dès 1991, une loi offrant un statut spécifique celui de « coopérative de solidarité sociale » - aux entreprises sociales qui se multipliaient au fil des ans en menant des activités économiques au service d'objectifs sociaux. Par la suite, un réseau européen de chercheurs a été créé au niveau universitaire pour étudier « l'émergence des entreprises sociales » en Europe. Sous le nom d'EMES³, acronyme de ce thème de recherche, le réseau a progressivement développé une approche commune de l'entreprise sociale. C'est aujourd'hui une référence importante au niveau européen et même mondial. La

³ Il s'agit du réseau européen « EMES » fondé en 1996 avec l'appui de l'Union européenne par l'économiste belge Jacques Defourny, directeur du Centre d'économie sociale à l'université de Liège (Belgique) avec huit autres centres de recherche dans le but de développer une approche conjointe de l'entreprise sociale. (Allemand, 2010). Voir www.emes.net.

troisième initiative fut une législation instituant la société d'intérêt communautaire (community interest company) a été votée au Royaume-Uni en 2004 (Defourny & Nyssens, 2011). En effet, le gouvernement de Tony Blair a mis en place cette loi juste après avoir lancé en 2002 une Coalition d'entreprise social (*Social Enterprise Coalition*) afin de promouvoir le développement des entreprises sociales en Angleterre (Allemand, 2010).

Ces événements ont servi de point de départ pour tracer les contours de la définition de l'entreprise sociale sur le continent européen. Cependant, si on examine le contexte européen, on s'aperçoit que la notion d'entreprise sociale y est apparue tout aussi précoce qu'aux États-Unis. Par ailleurs, il est important de noter que les travaux de l'EMES en particulier ont joué un rôle fondamental dans l'extension au niveau européen du concept de l'entrepreneuriat social (Bacq & Janssen, 2008). En analysant les entreprises sociales en Europe, Les indicateurs adoptés par le réseau EMES ont jusqu'ici été présentés en deux sous-ensembles : quatre indicateurs à caractère économique et 5 indicateurs à caractère social (Borzaga & Defourny, 2001). Ces neuf mesures ne prétendent pas saisir toute la réalité des entreprises sociales, mais elles sont un tas d'indices. (Draperi, 2010).

Les quatre indicateurs économiques sont :

- Une activité continue de production de biens ou de services ;
- Haut degré d'autonomie.
- Risque économique important
- Niveau minimum d'emploi rémunéré

Les indicateurs sociaux consistent en :

- Une initiative émanant d'un groupe de citoyens ;
- Un pouvoir décisionnel non basé sur la propriété du capital.
- une dynamique participative impliquant différents acteurs concernés par l'activité ;
- Une restriction de la distribution des bénéfices ;
- Un objectif explicite de service à la communauté.

Comme une boussole, ces indicateurs aident les observateurs à relier les entités observées les unes aux autres, à les classer dans des catégories spécifiques et à tracer certaines limites pour définir des groupes d'entreprises sociales (Defourny & Nyssens, 2011).

Par ailleurs, étant donné l'engouement qu'a connu le domaine de recherche scientifique autour de l'entrepreneuriat social, il demeure très important de revenir sur ce qui caractérise ce type d'entrepreneuriat en particulier d'une part, et ce qui le différencie d'autres concepts similaires d'autre part.

3. Vision comparative des concepts

Les entreprises sociales se présentent sous plusieurs formes (Alter, 2006) Pour convenablement comprendre les détails de ce concept, il est nécessaire de le comparer à d'autres formes d'entreprises plus familières. Il est entendu que de telles comparaisons sont uniquement à des fins d'illustration et ne cherchent pas à être exhaustives. De plus, dans l'économie de l'entrepreneuriat social, l'entreprise sociale est parfois assimilée à des concepts adjacents tels que le social business, la RSE, l'innovation sociale et l'ESS. Cette section continue d'expliquer le concept d'entrepreneuriat social, en fournissant des définitions des concepts d'entrepreneuriat social connexes. De plus, dans l'économie de l'entrepreneuriat social, l'entreprise sociale est parfois assimilée à des concepts adjacents tels que l'entreprise sociale, la RSE, l'innovation sociale et l'ESS. Cette section continue d'expliquer le concept d'entrepreneuriat social, en fournissant des définitions des concepts connexes de l'entreprise sociale.

3.1.L'entreprise sociale versus l'entreprise classique selon trois angles d'analyse

L'entreprise sociale innove principalement pour répondre aux besoins sociaux, pas seulement pour générer du développement économique. Comme l'indique le tableau 2, la mission et l'objectif des entreprises classiques s'attardent à deux dimensions : la génération du profit d'une part et sa répartition entre les actionnaires d'autre part. Les entreprises sociales doivent accorder à leur mission et objectif un caractère exclusivement ou majoritairement social. Le caractère économique est accessoire. Les entreprises sociales se distinguent donc des entreprises conventionnelles principalement par la priorité accordée à la mission sociale de leurs activités. La création de valeur économique est un moyen pour elles d'assurer cette mission.

Tableau 2 : comparaison des missions et des objectifs

	Entreprise classique	Entreprise sociale
Mission	Maximiser le profit des actionnaires	Créer du changement social
Objectif	Créer de la valeur économique	Créer de la valeur économique et sociale
Critères de réussite	Profit dégagé	Utilité sociale créée et viabilité économique

Sources : Adapté d'Austin et al., 2006 ; Brossard, 2009 ; Brouard, 2007 ; Sibieude 2007.

L'entreprise sociale n'émerge pas de la même manière que l'entreprise classique (Boutillier, 2010). La recherche décrit les entrepreneurs sociaux comme des individus capables de reconnaître un problème social et utilisant des stratégies entrepreneuriales pour créer un changement social par le biais d'une entreprise (Dees, 1998). De ce fait, les entreprises sociales

sont considérées comme des maillons de transformation des défaillances du marché en opportunités économiques et sociales destinées à des classes sociales marginalisées.

Tableau 3 : comparaison d'opportunité

	Entreprise classique	Entreprise sociale
Marché	Répondre à des besoins rentables.	Répondre à des besoins non couverts ni par l'Etat, ni par le marché.
Positionnement	Logique concurrentielle.	Logique de complémentarité, de partenariat et éventuellement concurrentielle.
Démarche	Mettre tous les moyens au service de l'objectif.	Moyens nécessairement cohérents avec les principes d'actions.
Cibles	Actionnaires et clients à statut socio-économique élevé.	Bénéficiaires directs et indirects, à faible statut socio-économique, à distinguer parfois du client (celui qui paie effectivement le produit/service).

Source: Adapté de Brossard, 2009 ; Brouard, 2007 et Sibieude, 2007.

Il peut aussi être intéressant de comparer les stratégies empruntées par les entreprises classiques et sociales afin de mieux saisir la nature de ces dernières. Comme l'illustre le tableau 3, la stratégie des entreprises sociales est axée sur des combinaisons mutuelles à tous les niveaux du processus de production de leurs biens et/ou services. Il ne s'agit pas d'introduire de nouveaux produits et/ou services ou d'explorer de nouveaux marchés, mais bien de combler de nouveaux besoins délaissés à la fois, par le marché et l'Etat. Les entreprises sociales font appel à des ressources financières et/ou humaines hybrides. Ainsi, les entreprises sociales peuvent prendre plusieurs formes. Une autre dimension est le mode de gouvernance pratiqué qui exprime la démocratisation de l'émergence des solutions et de la prise de décision répondant aux enjeux actuels de la société.

Tableau 4 : comparaison des stratégies

	Entreprise classique	Entreprise sociale
Mode de financement	Apport en capitaux des actionnaires et réinvestissement des profits après rémunération des actionnaires	-financeurs solidaires : dons des particuliers, mécénat des entreprises et des fondations ; -financeurs publics : État et collectivité locales ; -financeurs privés classiques ; -Mixité des financements ; -réinvestissement à 100% des bénéfices financiers.
Formes juridiques	Société à but lucratif	Panoplie de formes juridiques en fonction de la mission, principes d'action et objectifs.
Gouvernance	Modèle relativement standardisé	Gestion démocratique, généralement une action = une voie
Ressources humaines	Salariales	Bénévoles, salariés, volontiers, etc

Source : Adapté de Defourny et Nyssens, 2006 ; Brossard, 2009 ; Brouard, 2007 ; Sibieude 2007

3.2.L'entrepreneuriat social et la responsabilité sociale de l'entreprise (RSE)

RSE et entrepreneuriat social sont souvent confondus (Stokkink et al., 2012). Les entreprises sociales ne doivent pas être confondues avec les entreprises socialement responsables. Ces dernières ne placent pas le rôle social au centre de ses inquiétudes, mais sont néanmoins conscientes de la société et de ses rôles dans celle-ci.

Cependant, un examen plus approfondi révèle une différence fondamentale. Si la finalité et la raison d'être de l'entreprise sociale sont clairement sociales, alors l'entreprise à but lucratif ne s'intéressera qu'à adopter une démarche sociale annexe à son activité de base. L'entreprise traditionnelle conserve sa vocation lucrative. La RSE peut alors être intégrée dans le cadre de la stratégie. Par ailleurs, le poids des parties prenantes dans la mise en œuvre de cette démarche n'est pas considéré de la même manière dans les deux types de structures.

Tableau 5 : la responsabilité sociale versus l'entrepreneuriat social

	RSE	Entrepreneuriat social
caractéristiques	Prise en considération de l'impact de ses activités sur la société	Réaction de la société à un problème social.
Nature sociétale	Fait partie de la démarche de RSE	Mission sociale prioritaire
Logiques	Commerciale centrée sur la concurrence, l'intérêt personnel et l'opportunisme	Civique centrée sur le bien collectif, la conscience sociale, la démocratie et le renoncement à l'individualisme
Approches	Ethique : philanthropie et mécénat Utilitariste : lien entre performance sociale et performance économique Soutenabilité : contribution au bien commun	Marchande : autofinancement par ressources marchandes Innovation sociale : caractère systémique de l'innovation et l'importance des répercussions sociales. Démocrate : spécificité sociale est fondée sur la gestion démocratique.

Source : Hervieux et al. (2013)

3.3.L'entrepreneuriat social et le social business

Bien que le terme « social business » ait été utilisé plus tôt que celui d'entrepreneuriat social, sa popularité est récente et en grande partie grâce au lauréat du prix Nobel de la paix Muhammad Yunus, fondateur de la Grameen Bank (Huybrechts & Nicholls, 2012).

Muhammad Yunus décrit « le social business » d'une manière semblable aux principes d'une entreprise sociale : « une entreprise qui est davantage axée sur la cause que sur le profit, avec le potentiel d'agir comme un agent de changement pour le monde » (Yunus, 2007). Par ailleurs, dans son livre « Manifeste pour une économie plus humaine : construire le social-business », Muhammad Yunus définit la mission du social business comme étant « d'adapter aux besoins des pauvres les technologies utilisées par les riches ».

Par ailleurs, Muhammad Yunus distingue dans ce même livre deux types de social business :
 -d'un côté, le type I ne distribue pas de dividendes, mais recherche le seul développement qui résout les problèmes sociaux.

- Le type II, en revanche, maximise les profits, mais ses membres sont des personnes pauvres ou des organisations engagées dans une activité sociale particulière, de sorte que le service des membres coïncide avec la satisfaction des intérêts généraux.

Cela dit Muhammad Yunus considère que le véritable modèle de social business est celui de type I (Hiez, 2011).

Yunus définit également certains critères pour qu'une entreprise soit considérée comme une "social business " ; parmi lesquelles on retrouve deux en particulier qui ont été sujet de critiques de plusieurs auteurs :

- premièrement, les bénéfices du social business ne sont pas distribués.
- deuxièmement, c'est à travers le marché que les revenus peuvent être obtenus, et que les coûts peuvent être couverts, et non à travers la philanthropie ou le financement public.

Ces spécificités impliquent que le concept de « social business » est beaucoup plus limitatif que l'entreprise sociale. En effet, Yunus considère une première spécificité qui implique que la répartition des bénéfices est interdite dans une entreprise sociale : « les investisseurs qui la soutiennent ne retirent aucun profit de l'entreprise » (Yunus, 2007). En cela le concept se retrouve rapproché de celui des organisations à but non lucratifs de premier abord, mais s'en éloigne complètement quand nous prenons en considération la deuxième spécificité. En effet, en insistant sur le « recouvrement intégral des coûts à travers le marché » comme critère qui distingue les entreprises sociales de la charité, Yunus se détourne des possibilités d'hybridation des logiques sociales et commerciales qui caractérisent tellement les entreprises sociales (Billis, 2010 ; Di Domenico et al., 2010).

Finalement, il est à noter que les exemples de social business cités par Yunus dans son livre sont singulièrement des partenariats entre la Grameen Bank et des entreprises multinationales telles que Danone, Veolia ou encore Siemens. Le modèle du social business semble le mieux adapté aux multinationales, étant donné que leurs atouts (santé et poids financiers ; expertise commerciale ; compétences techniques ; capacité en termes d'innovation, de production et de distribution ; potentiel de Recherche et Développement et liberté de concurrence) sont perçus comme des leviers puissants pour l'expérimentation et la mise en œuvre des projets (Prahalad, 2005). Le tableau suivant retrace les grandes lignes distinctives de l'entreprise sociale et du business social.

Tableau 6 : comparaison entre entreprise sociale et social business

	Entreprise sociale	Social business
Mission	Créer du changement social	Ajuster aux besoins des pauvres les technologies utilisées par les riches
Objectif	Créer de la valeur économique et sociale	Promouvoir l'inclusion sociale et créer des sources de revenus pour les personnes marginalisées
Critères de réussite	Utilité sociale créée et viabilité économique	Impact social et viabilité économique
Mode de financement	-financement solidaire, -financement public et privé -réinvestissement à 100% des bénéfices financiers.	-Pas de sources de financement publiques ou philanthropiques -Autofinancement à travers la vente des produits et services -réinvestissement à 100% des bénéfices financiers dans le social business
Formes juridiques	Diversité de formes juridiques en fonction de la mission, principes d'action et objectifs	-Diversité de formes juridiques possibles mais formes hybrides préférées -Forme juridique « coopérative » possible à condition que ses membres soient des pauvres
Gouvernance	Gestion démocratique, généralement une action = une voix	Modèles plus au moins complexes en fonction des statuts
Ressources humaines	Bénévoles, salariés, volontiers, etc	Salariés

3.4.L'entrepreneuriat social et l'économie sociale et solidaire (l'ESS) :

Historiquement, le concept d'économie sociale qui a émergé à la fin du XIXe siècle et s'est progressivement construit sous les impulsions utopiques socialistes, ouvrières et sociales catholiques. Le terme d'économie solidaire désigne des activités visant à tester de nouveaux « modèles » de fonctionnement économique, tels que : le Commerce équitable ou l'insertion par l'activité économique. L'ESS se distingue à la fois des entreprises individuelles (par leur caractère collectif), des entreprises publiques (ce sont des organismes privés) et des sociétés de capitaux (qui rassemblent des personnes avant de lever des capitaux et ne cherchent pas à récompenser ces dernières). « Les membres de l'organisation établissent entre eux une forme de solidarité : mutualisation des risques, mise en commun des produits de l'activité, constitution d'une épargne commune, échanges réciproques, etc. » (Drapéri, 2009).

Cela a créé un intérêt pour les organisations typiques de l'économie sociale et solidaire (les associations, les coopératives, les fondations et les mutuelles principalement), étant donné leur vision de mettre en place l'humain au centre du développement économique et social.

D'autre part, et schématiquement, la notion d'entrepreneuriat social a été inscrite à la fin des années 2000 aussi bien dans la complémentarité que dans la critique de l'économie sociale et solidaire, comme dans les années 1980 et 1990, l'économie solidaire a pu le faire par rapport à l'économie sociale (Fraisie et al., 2015). Généralement quand on parle d'économie sociale et solidaire, c'est donc généralement pour désigner des organisations qui recherchent davantage un progrès sociale ou environnementale qu'une lucrativité individuelle.

Compte tenu de la complexité du développement de l'entrepreneuriat social d'une part et de l'économie sociale et solidaire d'autre part, la Commission de la Communauté européenne considère depuis 2011 les entreprises sociales comme des acteurs de l'économie sociale. Son objectif principal est d'avoir un impact social, et non de générer des profits pour les parties prenantes et les actionnaires. La place qu'occupe l'entreprise sociale prend des formes différentes selon les pays (Borzaga & Galera, 2016) relativement à la nature des régimes d'Etat-providence et des degrés d'engagement de la société civile propres à chacun des pays, et selon le degré d'acceptation de l'économie sociale dans chacun des pays et la nature des relations entre pouvoirs publics et opérateurs de services privés dont les orientations sociales sont fortes. Dans tous les cas, l'intérêt porté à l'entrepreneuriat social exprime un tournant entrepreneurial d'une partie des acteurs de l'économie sociale et solidaire (Glémain & Richez-Battesti, 2018). Il s'accompagne le plus souvent de l'introduction d'une culture de la gestion qui vise à optimiser l'utilisation des ressources. De même, l'entrepreneuriat social ne manque pas d'interpeller l'économie sociale et solidaire sur sa capacité à innover pour répondre aux besoins du siècle qui s'ouvre, car il remet l'innovation au centre des réflexions (Allemand, 2010).

4. Modèle conceptuel de l'entrepreneuriat social

Se basant particulièrement sur une revue de littérature et rassemblant les éléments exposés précédemment, nous avons essayé de développer une version préliminaire d'un cadre conceptuel de l'entrepreneuriat social, cela permet d'illustrer les principales composantes du concept. La figure 1 illustre le modèle conceptuel de l'entrepreneuriat social proposé.

Figure 1 : Modèle conceptuel d'entrepreneuriat social



L'analyse de la littérature montre la convergence la plus fréquente de quatre dimensions clés : opportunité, ressources, organisation, et mission. Nous avons ensuite lié ces dimensions à quatre concepts : l'innovation, hybridation, démocratisation, impacts.

Les quatre dimensions représentent les principales catégories utilisées dans les documents examinés et les concepts clarifient et définissent davantage les différentes manières dont les acteurs catégorisent l'entrepreneuriat social.

L'élément central est la mission sociale qui prédomine et oriente l'ensemble des décisions. La dimension d'opportunité se manifeste par un souci d'innovation qui permet de transformer des problèmes sociaux en opportunité d'affaires.

Quand aux ressources mobilisées, l'entrepreneuriat social repose sur une hybridation de moyens tant sur le plan financier par une diversification des sources de financement (public/privé, interne/externe), que sur le plan humain par la mobilisation de différents types d'intervenants (bénévoles, salariés, volontiers).

Les entreprises sociales peuvent adopter une panoplie de formes juridiques allant d'une association à une SARL. Néanmoins, toute forme juridique choisie doit essentiellement accomplir une mission sociale, mais a encore des conséquences directes sur la façon dont elle est organisée en termes de gouvernance et d'autonomie. Dans de nombreux cas, leur mode de fonctionnement contribue à la démocratisation des relations entre l'ensemble des parties prenantes.

Au demeurant, Toute entreprise sociale vise la création d'une valeur sociale combinée à une valeur économique ayant des impacts importants sur la satisfaction des besoins initiaux.

Conclusion et futures recherches

L'entrepreneuriat social promet d'apporter à ce 21^{ème} siècle des solutions qui se font de plus en plus pressantes face aux problématiques sociales. Bien que toutes les pratiques auxquelles il se réfère ne soient pas nouvelles, l'entrepreneuriat social est clairement en hausse et se diversifie de plus en plus. Comme il s'agit d'une notion très récente, cette diversité est probablement l'une des raisons de son succès rapide, à la fois chez les responsables des organismes publics et dans le secteur privé, qui découvrent ou redécouvrent de nouvelles façons de promouvoir simultanément les dynamiques entrepreneuriales et les finalités sociales.

En outre, il est clair que les différentes conceptions de l'entrepreneuriat social sont profondément enracinées dans les contextes dans lesquels leurs organisations voient le jour et se développent. Ce qui en résulte des débats propres à chaque contexte. Cela dit, il devient nécessaire aux chercheurs du domaine de s'accorder sur une définition unifiée et précise, car l'absence de définition concrète ajoute un risque considérable à sa légitimité et à son rayonnement, ce qui inclurait les efforts « non entrepreneuriaux » dans sa définition, et pourrait conduire à discréditer l'entrepreneuriat social comme manquant à ses promesses.

En somme, l'entrepreneuriat social est inscrit dans une logique civique centrée sur le bien collectif, la conscience sociale, la démocratie et le renoncement à l'individualisme.

Cet article a également soulevé des pistes de recherche futures. Premièrement, le rôle de l'environnement dans l'entrepreneuriat social est une question qu'il convient d'étudier, peut-être à partir de cadres théoriques tels que les contingences et les nouvelles théories institutionnelles. Deuxièmement, les tensions entre la mission sociale et les exigences du marché ont été reconnues par de nombreux chercheurs comme l'élément central de définition de l'entrepreneuriat social. Cependant, peu de recherches ont été menées jusqu'à présent sur la manière de gérer ce double résultat. Par conséquent, nous suggérons que le rôle des modes de gouvernance dans la gestion de ces tensions soit examiné plus en profondeur.

Bibliographie :

- Allemand, S. (2010). L'économie sociale et solidaire à l'heure de l'entrepreneuriat social, *Marché et organisations*, 1(11), 93-105.
- Alter, K. (2007). Typologie des entreprises sociales. *Virtue ventures LLC*, 12 (1), 1-124.
- Alvord, S., Brown, L. & Letts, C. (2004). Social Entrepreneurship and Societal Transformation: an Exploratory Study. *Journal of Applied Behavioral Science*, 40(3), 260-283.

Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1-22.
<https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x>

Austin J. E., Leonard B., Reficco E. & WeiSkillern J. (2006). Social entrepreneurship :it's for corporations too. in Nicholls A. (ed.), Social entrepreneurship, new models of sustainable social change, (169-180) Oxford University Press.

Ashoka. (2008). available at: www.ashoka.org/social_entrepreneur (accessed April 30, 2008).

Bacq, S., & F. Janssen. (2008, octobre). Définition de l'entrepreneuriat social : revue de littérature selon les critères géographique et thématique, IX^e Conférence internationale francophone en entrepreneuriat et PME, Université catholique de Louvain, Louvain-la-Neuve.

Bacq, S. & F. Janssen. (2011). The multiple faces of social entrepreneurship: A review of definitional issues based on geographical and thematic criteria. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(5-6), 373-403.

Banks, J. (1972). The sociology of social movements. Londres. Macmillan.

Barthélémy A., & Slitine R., (2014). Entrepreneuriat social: Innover au service de l'intérêt général. Paris: Vuibert.

Bielefeld, W. (2009). Issues in Social Enterprise and Social Entrepreneurship. *Journal of Public Affairs Education*, 15(1), 69-86. DOI : 10.1080/15236803.2009.12001544

Billis, D. (2010). Hybrid Organizations and the Third Sector. Challenges for Practice, Theory and Policy, Palgrave-MacMillan, New York.

Borzaga, C., & Defourny J. (2001). The emergence of the social enterprise, London, Routledge.

Borzaga, C., & Galera, G. (2016). Innovating the provision of welfare services through collective action: the case of Italian social cooperatives. *International Review of Sociology*, 26(1), 31-47.

Boutillier, S. (2010). Comment l'entrepreneur peut-il ne pas être social ? Marché et organisations, (107-125) L'Harmattan.

Brouard, F. (2007). L'Entrepreneuriat Social, mieux connaître ce concept. Sprout Letters.

Brossard, J. (2009). Le défi de l'entrepreneuriat social: comment construire un business madel à la fois pérenne et créateur de valeur sociale ? (Mémoire de maîtrise). Rouen Business School.

Certo, S. T., & Miller, T. (2008). Social entrepreneurship: Key issues and concepts. *Business horizons*, 51(4), 267-271.

Christie, M.J., & Honig, B. (2006). Social entrepreneurship: New research findings. *Journal of World Business*, 41(1), 1-5.

- Dacin, P. A., Dacin, M. T. & Matear, M. (2010). Social entrepreneurship: Why we don't need a new theory and how we move forward from here. *The academy of management perspectives*, 24(3), 37-57.
- Dacin, M.T., Dacin, P.A. & Tracey. P. (2011). Social entrepreneurship: A critique and future directions, *Organization Science*, 22(5), 1203-1213.
- Dees, G. (1998). The Meaning of "Social Entrepreneurship", Graduate School of Business, Stanford University.
- Dees, G. (1998). Enterprising Nonprofits, *Harvard Business Review*, 76(1), 55-65.
- Dees, G. (2001). "The meaning of social entrepreneurship," http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf.
- Dees, G., & Anderson. B. (2006). Framing a theory of social entrepreneurship: Building on two schools of practice and thought, dans R. Mosher-Williams (Ed.), *Research on Social Entrepreneurship: Understanding and Contributing to an Emerging Field*, ARNOVA Occasional Paper Series, 1(3), 39-66.
- Dees, G. (2007, juin 18-19). Social entrepreneurship: Snapshots of a research field in emergence, Third International Social Entrepreneurship Research Conference, Centre for Corporate Values and Responsibility (CVR), Frederiksberg,
- Defourny, J., & Nyssens, M. (2006). Defining social enterprise, in M. Nyssens (Ed.), *Social Enterprise. At the crossroads of market, public policies and civil society*, Routledge, London, 3-26.
- Defourny J., & Nyssens M. (2008). Social Enterprise in Europe: Recent Trends and Developments. *Social Enterprise Journal*, 4(3), 202-228.
- Defourny, J., & Nyssens, M. (2010). Conceptions of social enterprise and social entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and divergences. *Journal of social entrepreneurship*, 1(1), 32-53.
- Defourny, J., & Nyssens, M. (2011). Approches européennes et américaines de l'entreprise social : une perspective comparative. *Revue internationale de l'économie sociale*, (319),18-35.
- Defourny, J., & Nyssens, M. (2012). The EMES Approach of Social Enterprise in a Comparative Perspective, Working Papers Series, no. 12/03, Liege: EMES European Research Network.
- Di Domenico, M.L., Haugh, H. & Tracey, P. (2010). Social Bricolage: Theorizing Social Value Creation in Social Enterprises. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(4), 681-703.

- Draperi, J.F. (2010). L'entrepreneuriat social : du marché public au public marché. *Revue internationale de l'économie sociale*, 316, 18-40.
- Drayton, W. (2002). The Citizen Sector: Becoming as Entrepreneurial and Competitive as Business. *California Management Review*, 44(3), 120–132. <https://doi.org/10.2307/41166136>
- Eikenberry, A. M., & Kluver, J. D. (2004). The marketization of the nonprofit sector: civil society at risk? *Public Administration Review*, 64(2), 132–140.
- Emerson, J., & Twersky, F. (1996). *New social entrepreneurs : the success, challenge and lessons of non-profit enterprise creation*, San Francisco, Roberts Foundation.
- Emerson, J. (2006). Moving ahead together : implications of a blended value framework for the future of social entrepreneurship, in Nicholls A. (ed.), *Social entrepreneurship, new models of sustainable social change*, New York, Oxford University Press, p. 391-406.
- Fraisse, L., Gardin, L., Laville, J-L., Petrella, F., & Richez-Battesti, N. (2015). L'entrepreneuriat social est-il soluble dans l'ESS. XVème Rencontres du Réseau Inter-Universitaire de l'Économie Sociale et Solidaire – Reims.
- Glémain, P., & Richez-Battesti, N. (2018). De l'économie sociale et solidaire à l'entreprise sociale : entre tournant entrepreneurial et innovation. Une clé de lecture. *Marché et organisations*, 31, 13-19. <https://doi.org/10.3917/maorg.031.0013>
- Harding, R. (2004). Social enterprise: The new economic engine. *Business Strategy Review*, 15(4), 39-43.
- Hervieux, C. (2013). *Les orientations stratégiques des organisations d'entrepreneuriat social* (Thèse de doctorat non publiée), Archipel-UQAM.
- Hiez, D. (2011). Compte rendu de Manifeste pour une économie plus humaine : construire le social-business, Muhammad Yunus. *Revue internationale de l'économie sociale*, (322), 121–124. <https://doi.org/10.7202/1020738ar>
- Huybrechts, B., & Nicholls, A. (2012). Entrepreneuriat social : définitions, moteurs et défis. Dans : Volkmann, C., Tokarski, K., Ernst, K. (eds) *Entrepreneuriat social et entreprise sociale*. Gabler Verlag. https://doi.org/10.1007/978-3-8349-7093-0_2
- Jackson, B., Nicoll, M., & Roy, M.J. (2017). The distinctive challenges and opportunities for creating leadership within social enterprises. *Social Enterprise Journal*, 14, 71-91.
- Janssen, F., Bacq, S., & Brouard, F. (2012). L'entrepreneuriat social: Un thème pour la recherche passée, présente et future. *Revue internationale PME.: Économie et gestion de la petite et moyenne entreprise*, 25(3 -4), 17-44.

- Kerlin, J.A. (2006). Social Enterprise in the United States and Europe: Understanding and Learning from the Differences, *Voluntas*, 17(3), 247-263.
- Lee, A. Swanson., & David, D. Zhang. (2011). Complexity Theory and the Social Entrepreneurship Zone. *Emergence : Complexity and Organisation*, 13(3), 39-56.
- Mair, J., & Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44.
- Martin, R. L., & Osberg, S. (2007), Social Entrepreneurship: The Case for Definition, *Stanford Social Innovation Review*, 29-39.
- Mort, G., Weerawardena, J. & Carnegie, K. (2002, August 3–6). Social entrepreneurship: towards conceptualization and measurement', in Kehoe, W.T. and Lindgren, J.H. (Eds.): AMA Educators Proceedings: Enhancing Knowledge Development in Marketing, 2002 AMA Summer Marketing Educators Conference, San Diego.
- Mort, G. S., Weerawardena, J., & Carnegie, K. (2003). Social entrepreneurship: Towards conceptualization. *International Journal of Nonprofit & Voluntary Sector Marketing*, 8(1),76-88.
- Nicholls, A. (2006). Social entrepreneurship, new models of sustainable social change, New York, Oxford University Press.
- Nicholls, A. (2010). Editorial: Continuations and beginnings. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1(1), 1-4, DOI: [10.1080/19420671003726411](https://doi.org/10.1080/19420671003726411)
- Nyssens, M. (2007). Social Enterprise: At the Crossroads of Market, Public Policies and Civil Society. Routledge.
- Ormiston, J., & Seymour, R. (2011). Understanding value creation in social entrepreneurship: the importance of aligning mission, strategy and impact measurement. *Journal of Social Entrepreneurship*, 2 (2), 25–150.
- Peattie, K., & Morley, A. (2008). Eight Paradoxes of the Social Enterprise Agenda. *Social Enterprise Journal*, 4(2), 91-107.
- Peredo, A.M., & McLean, M. (2006). Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal of World Business*, 41, 56–65.
- Perrini, F. (2006). Social entrepreneurship domain: setting boundaries. In F. Perrini (Ed.), *The new social entrepreneurship: what awaits social entrepreneurship ventures?* (pp. 1-25). Bodmin: MPG Books.
- Prahalad, C. K. (2005). *The Fortune at the Bottom of the Pyramid : Eradicating Poverty Through Profits*. Wharton School Publishing.

Réseau des collectivités Territoriales pour une Economie Solidaire (RTES), Rapport d'activité 2018.

Santos, F.M. (2012). A positive theory of social entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 111(3), 335-351.

Schwab Foundation. (2008). available at: www.schwabfound.org/whatis.htm.

Stokkink, D., Houssiere, A., & Maurice-Demourieux, N. (2012). ESS, RSE, Entreprise sociale et Développement Durable, Working paper, Pour la Solidarité.

Sibieude, T. (2007). L'entrepreneuriat social : champ privilégié et source active d'innovation, force de changement. In: *l'art de l'innovation*. Paris (France). (139-150) l'Harmattan,

Smith-Hunter, A. E. (2008). Toward A Multidimensional Model of Social Entrepreneurship: Definitions, Clarifications, and Theoretical Perspectives. *Journal of Business and Economics Research*, 6(6), 93-112.

Tan, W.-L., Williams, J., & Tan, T.-M. (2005). Defining the 'social' in 'social entrepreneurship': Altruism and entrepreneurship. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(3), 353-365.

Ulhoi, LP. (2005). The social dimensions of entrepreneurship. *Technovation*, 25(8), 939-946.

Weerawardena, J., & Sullivan Mort, G. (2001). Learning, innovation and competitive advantage in not-for-profit aged care marketing: A conceptual model and research propositions. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 9(3), 53-73.

Weerawardena, J., & Mort, G. S. (2006). Investigating social entrepreneurship: a multidimensional model. *Journal of World Business*, 41(1), 21-35.

Yunus, M. (2007). *Creating a World Without Poverty: Social Business and the Future of Capitalism*, Public Affairs, New York.

Zahra, S.A., Gedajlovic, E., Neubaum, D.O., & Shulman, J.M. (2006). Social Entrepreneurship: Domain, Contributions and Ethical Dilemmas, University of Minnesota Conference on Ethics and Entrepreneurship, 45p.

Zahra, S.A., Rawhouser, H.N., Bhawe, N., Neubaum, D.O. & Hayton, J.C. (2008). Globalization of social entrepreneurship opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2(2), 117-131.

Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O. & Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519-532.