

L'entrepreneuriat social et l'entreprise sociale : quelles voies pour la recherche future ?

Social entrepreneurship and social enterprise: what paths for future research

KHASSAL Hicham

Docteur en sciences économiques et de gestion FSJES Fès

Université Sidi Mohamed Ben Abdellah

, Laboratoire de recherche sur l'entreprise et le développement local (LAREDEL), MAROC

khassalhicham@gmail.com

DEBBAGH Bouchra

Enseignante chercheur FSJES Fès Université Sidi Mohamed Ben Abdellah

Laboratoire de recherche sur l'entreprise et le développement local (LAREDEL)

bouchra_db@hotmail.com

Résumé

L'entrepreneuriat social et l'entreprise sociale ont acquis un intérêt accru de la part des chercheurs et des praticiens au cours des deux dernières décennies. Malgré cet intérêt pour le phénomène, l'entrepreneuriat social et l'entreprise sociale sont restés des concepts en construction en l'absence d'une définition universelle.

Plusieurs travaux de recherches ont été menés par les académiciens et ont eu pour objectif de réduire l'écart entre les conceptualisations théoriques et la logique concrète vécue par les praticiens. Comblar ce fossé contribue à rendre la recherche universitaire plus crédible et utile pour les praticiens de ce champ. Cet article vise à montrer le gap dans la littérature sur le concept pour les combler dans les recherches futures.

Mots clés : entrepreneuriat social, entreprise sociale, mission sociale, entrepreneur social, entrepreneuriat.

Abstract

Social entrepreneurship and social enterprise have gained increasing interest from researchers and practitioners over the past two decades. Despite this interest for the phenomenon, social entrepreneurship and social enterprise remained concepts under construction in the absence of a universal definition.

Several research projects have been conducted by academicians and aimed at reducing the gap between theoretical conceptualizations and the practical logic experienced by practitioners. Bridging this gap helps to make university research more credible and useful for practitioners in this field. This article aims to show the gap in the literature about the concept to fill them in future research.

Keywords: social entrepreneurship, social enterprise, social mission, social entrepreneur, entrepreneurship.

Introduction

Décrites par les chercheurs comme une forme organisationnelle hybride, les initiatives entrepreneuriales sociales sont le mieux décrites comme un large spectre qui s'étend entre deux catégories opposées :

- Une catégorie lucrative qui englobe des activités soulignant l'importance d'un secteur privé socialement engagé et aux avantages qu'elle apporte à ceux qui font du bien,
- et des institutions à but non lucratif qui suivent des approches entrepreneuriales afin d'accroître l'efficacité organisationnelle et favoriser la viabilité à long terme (Alter, 2007; Dees, 1998a; Dees; 1998b; Doherty et al., 2014).

Le point commun étant la création de nouveaux modèles pour la fourniture de produits et services qui répondent directement aux besoins sociaux qui sous-tendent des objectifs de développement durable (Seelos & Mair, 2005 ; Mair et Martí, 2006). Ces objectifs répondent à un large éventail de problèmes sociaux, tels que le chômage, les inégalités dans l'accès aux services sociaux et aux soins de santé, la faible qualité du logement, la recrudescence des crimes, de la pauvreté et de l'exclusion sociale (Haugh, 2005 ; Nicholls, 2006).

L'entrepreneuriat visant à créer des avantages sociaux est devenu omniprésent. L'entrepreneuriat social implique des approches novatrices pour résoudre les problèmes dans des domaines tels que l'éducation, l'environnement, la santé et le commerce équitable. Il est considéré comme un élément important favorisant le développement durable des pays.

Bien que les initiatives entrepreneuriales visant à la création de richesses économiques et sociales ne soient pas nouvelles, elles n'ont que récemment suscité un intérêt croissant parmi les chercheurs.

En effet, l'entrepreneuriat social est différent à plusieurs égards. Premièrement, les entrepreneurs sociaux sont mus par les différentes motivations de découvrir et d'exploiter une catégorie distincte d'opportunités, d'autre part, la façon dont ils saisissent les opportunités pourrait diverger des approches typiques de l'entrepreneuriat à but lucratif et, troisièmement, les entrepreneurs sociaux visent à la fois des objectifs au niveau social et économique. En somme, les caractéristiques distinctes des entrepreneurs sociaux, la catégorie particulière des opportunités qu'ils poursuivent, et les résultats de leurs initiatives invitent à s'intéresser davantage à l'entrepreneuriat social comme un domaine de recherche à part.

Pour plusieurs chercheurs, l'étude de l'entrepreneuriat sous toutes ses formes est indispensable pour la compréhension des aspects essentiels du phénomène qui le rendent unique

Un courant de recherche considère l'entrepreneuriat social comme un sous domaine faisant partie du phénomène de l'entrepreneuriat qui comporte l'entrepreneuriat commercial, l'entrepreneuriat culturel, l'entrepreneuriat institutionnel et les mouvements sociaux (Dacin et al., 2010). Un autre courant de recherche considère l'entrepreneuriat social comme une catégorie distincte de l'entrepreneuriat et qui nécessite une théorie propre. (Doherty et al., 2014; Santos, 2012; Perrini & Vurro, 2006).

Dans cet article, le but est de présenter un aperçu de la littérature sur l'entrepreneuriat social, et l'entreprise sociale en tant qu'incarnation du concept de l'entrepreneuriat social. La première partie mettra en évidence les controverses savantes dans la définition de l'entrepreneuriat social, notamment en le présentant comme un concept « cluster ». La deuxième partie tâchera de définir l'entreprise sociale, comme une manifestation de l'entrepreneuriat social, pour enfin répondre à la question de savoir comment avancer la recherche en entrepreneuriat social d'un stade préparadigmatique marqué par des débats de définitions, à un stade de maturité, pour mieux comprendre le phénomène et les processus organisationnels et institutionnels liés à la création, la gestion et la performance des entités entrepreneuriales sociales ?

1. Aperçu théorique sur l'entrepreneuriat Social : revue de littérature

1.1 Définition de l'entrepreneuriat social

Les définitions de l'entrepreneuriat social sont abondantes (Doherty et al., 2014), reflétant une vaste gamme d'activités économiques, éducationnelles, de recherche, de bien-être social. En tant que tel, le terme a été contextualisé dans un certain nombre de contextes, y compris le secteur public, les organismes communautaires, les organisations de l'action sociale, et les organismes de bienfaisance (Weerawardena & Mort, 2006).

Ainsi, à travers le monde, des individus socialement responsables ont mis en place et appliqué des « Business models » innovants pour résoudre les problèmes sociaux précédemment négligés ou marginalisés par les entreprises commerciales, les organisations gouvernementales et les organisations non gouvernementales (ONG). Ces entrepreneurs ont joué un rôle essentiel dans l'amélioration des conditions sociales des couches défavorisées, en particulier dans les économies sous-développées et émergentes où la rareté des ressources et la présence de la corruption des gouvernements et des ONG même limitent fortement l'attention accordée aux besoins sociaux graves (Zahra et al ; 2007).

Les entrepreneurs sociaux sont également devenus des agents de changement très visibles dans les pays économiquement développés, où ils ont appliqué des méthodes novatrices et rentables pour régler les problèmes sociaux tenaces (c'est à dire la pauvreté, inégalité entre les sexes, etc) qui ont défié les solutions traditionnelles. Le mouvement pris par plusieurs pays pour se désengager du secteur des services sociaux a également alimenté le désir d'utiliser l'efficacité des marchés concurrentiels pour améliorer la performance sociale (Zahra et al, 2000.).

Le mouvement mondial vers la privatisation et la marchandisation a également influencé profondément les organismes sans but lucratif et ONG, qui les poussent à combler les lacunes laissées dans la fourniture de services sociaux. Bien que le financement de ces activités par des sources traditionnelles a diminué, les coûts de la prestation de ces programmes ont augmenté.

Par conséquent, de plus en plus les organismes sans but lucratif participent à un ensemble croissant de besoins sociaux complexes, mais comptent sur moins de fonds. Cela a incité certains activistes sociaux à appliquer des stratégies d'entreprise et des « Business models » pour assurer la viabilité de leurs actions. Ceci comprend la formation de relations de collaboration pour financer et exploiter des programmes qui poursuivent leurs missions sociales.

Ces changements institutionnels ont également donné lieu à une variété de projets sociaux (Dorado, 2006; Thompson et Doherty, 2006). Malgré l'intérêt scientifique de plus en plus croissant pour l'entrepreneuriat social, il n'existe pas de définition claire de ce domaine.

Cette tâche a été compliquée par de nombreuses manifestations de l'entrepreneuriat social et par la largeur la communauté de chercheurs qui étudient le sujet. En outre, le terme lui-même combine deux mots ambigus connotant des choses différentes à différentes personnes (Mair et Marti, 2004). Les désaccords persistent sur le domaine de l'entrepreneuriat (Shane et Venkataraman, 2000) et en ajoutant le préfixe «social» des jugements de valeur exacerbent encore ce débat quant à la définition.

Tableau 1 : Tableau des diverses définitions de l'entrepreneuriat social

Source	Définition
Leadbetter (1997)	L'utilisation de l'entrepreneuriat à des fins sociales plutôt qu'à des objectifs de profit, ou encore, que les bénéfices générés à partir activités de marché soient utilisées au profit d'un groupe défavorisé précis.
Thake and	Les entrepreneurs sociaux sont entraînés par un désir de justice sociale. Ils

Zadek (1997)	cherchent un lien direct entre leurs actions et l'amélioration de la qualité de vie des personnes avec lesquelles ils travaillent et ceux qu'ils cherchent à servir. Ils visent à produire des solutions qui sont financièrement et organisationnellement durables, avec un impact social et environnemental.
Dees (1998)	<p>Jouer le rôle d'agents de changement dans le secteur social par:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) l'adoption d'une mission de création et de maintien de la valeur sociale (et pas seulement de la valeur privée), 2) la reconnaissance et la poursuite sans relâche de nouvelles opportunités pour servir cette mission, 3) l'engagement dans un processus d'innovation continue, d'adaptation et d'apprentissage, 4) l'action avec audace, sans être limité par les ressources disponibles, et 5) la présence accrue de la responsabilité pour les circonscriptions servies et pour les résultats créés.
Reis (1999)	Les entrepreneurs sociaux créent de la valeur grâce à l'innovation sociale et la mobilisation de ressources financières ... pour la communauté sociale, économique et pour le développement.
Fowler (2000)	L'entrepreneuriat social est la création de structures viables socioéconomiquement, de relations, d'institutions, d'organisations et des pratiques visant à obtenir et à maintenir des avantages sociaux.
Brinkerhoff (2001)	Des personnes à la recherche constante de nouvelles façons de servir leurs électeurs et d'ajouter de la valeur aux services existants.
Mort et al. (2002)	Une construction multidimensionnelle impliquant l'expression du comportement entrepreneurial vertueux pour réaliser la mission sociale ... la capacité de reconnaître la valeur sociale en créant des opportunités et les caractéristiques clés, des décisions d'innovation, de la proactivité et de la prise de risques.
Drayton (2002)	Un agent de changement majeur, celui dont les valeurs fondamentales sont centrées sur l'identification et la résolution des problèmes sociaux.
Alford et al. (2004)	Créer des solutions novatrices à des problèmes sociaux immédiats et mobiliser les idées, les capacités, les ressources et les arrangements sociaux nécessaires pour des transformations sociales
Harding (2004)	Entrepreneurs motivés par des objectifs sociaux pour engager une nouvelle forme d'activité ou d'entreprise.
Shaw (2004)	Le travail de la communauté, les organismes bénévoles et publics ainsi que des

	entreprises privées travaillant pour le développement social plutôt que les seuls objectifs de profit.
Said School (2005)	Une approche professionnelle, innovante et durable visant un changement systématique qui résout les défaillances du marché social et en saisit les opportunités
Fuqua School (2005)	L'art de poursuivre simultanément un objectif financier et un retour social sur investissement.
Schwab Foundation (2005)	Appliquer des méthodes pratiques, novatrices et durables pour profiter à la société en général, en mettant l'accent sur ceux qui sont marginalisés et pauvres.
NYU Stern (2005)	Le processus d'utilisation des compétences entrepreneuriales et commerciales pour créer des approches novatrices à des problèmes sociaux. « Ce but non lucratif que les entreprises à but lucratif poursuivent a un double objectif : l'impact social et l'autonomie financière ou la rentabilité ».
MacMillan (2005)	Processus par lequel la création d'une nouvelle entreprise commerciale conduit à la mise en valeur de la richesse sociale de sorte que la société et l'entrepreneur en profitent.
Tan et al. (2005)	Faire des profits par l'innovation dans un domaine risqué avec la participation d'un segment de la société où tout ou partie du segment bénéficiera d'avantages sociaux.
Mair and Marti (2006a)	... Un processus de création de valeur par les ressources combinant de nouvelles façons ... principalement destiné à explorer et à exploiter les opportunités de créer de la valeur sociale en stimulant le changement social ou la satisfaction des besoins sociaux.
Peredo and McLean (2006)	L'entrepreneuriat social est exercé lorsqu'une personne ou un groupe a pour objectif(s) à la création de valeur sociale ... montre une capacité à reconnaître et tirer parti des opportunités ... fait preuve d'innovation ... accepte un degré supérieur à la moyenne du risque ... et est particulièrement débrouillard ... dans la poursuite de son projet social.
Martin and Osberg (2007)	L'entrepreneuriat social est : 1) l'identification d'un équilibre encore les instabilités qui touchent les exclus et marginalisés ou provoque la souffrance d'un groupe qui n'a pas les moyens de transformer ce déséquilibre ; 2) l'identification de l'opportunité et le développement d'une nouvelle valeur sociale redressant ce déséquilibre, et

	3) l'établissement d'un nouvel équilibre stable pour alléger les souffrances du groupe ciblé par l'imitation et la création d'un écosystème stable autour du nouvel équilibre et à assurer un avenir meilleur pour le groupe et de la société.
DRISSI et ANGAD (2017)	L'entrepreneuriat social est une forme d'entrepreneuriat qui cherche de mettre les activités économiques au service de l'homme et aspire à apporter une réponse durable et une solution alternative aux différents défis posés par les crises économiques, sociales, environnementales et morales. Elle contribue aussi à la création de l'emploi en minimisant la pauvreté et les inégalités sociales.

Source : Elaboré par les auteurs

Le tableau 1 présente vingt et une définitions et descriptions de l'entrepreneuriat social ou des entrepreneurs sociaux trouvés dans la littérature. Ces définitions ne couvrent pas tous les aspects de l'entrepreneuriat social. Elles fournissent plutôt un prétexte de discussion de la complexité de délimiter le champ de l'entrepreneuriat social et de la difficulté de sa caractérisation vu la multiplicité des facettes de sa manifestation.

Ainsi, il paraît clair que les entrepreneurs sociaux poursuivent généralement des objectifs multiples qui comprennent une diversité d'objectifs personnels. Les entrepreneurs commerciaux sont largement influencés par les bénéfices (Schumpeter, 1934) et leur rendement est habituellement mesuré par le rendement financier (Austin et al, 2006). Les entrepreneurs sociaux épousent souvent à la fois des objectifs sociaux et économiques dans la poursuite d'une opportunité particulière (Dorado, 2006; Thompson et Doherty, 2006).

Il est à noter que les définitions recueillies citent généralement un double objectif, plaçant les dimensions sociales et économiques sur un pied d'égalité. Cependant, d'autres définitions indiquées dans le tableau 1 suggèrent que les entrepreneurs sociaux sont fortement motivés pour atteindre certains objectifs sociaux souhaitables.

Ces dernières définitions mettent l'accent sur la création de la richesse sociale (Dees, 1998; Reis, 1999; Mort et al, 2002; Mair et Marti, 2006a; Peredo et McLean, 2006; Martin et Osberg, 2007), la santé (Fowler, 2000; Fondation Schwab, 2005;. Tan et al, 2005), la justice sociale (Thake et Zadek, 1997), ou la résolution de certains problèmes sociaux (Drayton, 2002;. Alford et al, 2004).

Dans l'ensemble, la plupart des définitions existantes impliquent que l'entrepreneuriat social se rapporte à l'exploitation des opportunités pour le changement social et l'amélioration, plutôt que la maximisation du profit traditionnel.

L'entrepreneuriat social offre l'exemple par excellence de la façon dont divers objectifs peuvent inspirer les individus à concevoir, construire et exploiter des organismes qui traitent des questions personnelles importantes. Cette croyance s'appuie sur les constats de Cyert et Mars (1963:9) qui affirment que «les entrepreneurs, comme tout le monde, ont une foule de motifs personnels», reflétant à la fois des objectifs économiques et non économiques. Suivant cette logique, les organisations poursuivant des objectifs exclusifs de profits tombent souvent en dehors du domaine de l'entrepreneuriat social. De même, pour entreprises à but lucratif engagées dans des efforts philanthropiques ou des activités socialement responsables seraient situées généralement en dehors des limites de l'entrepreneuriat social. De même, les organismes de services sociaux ou les ONG sans but lucratif en ignorant les implications économiques de leurs opérations, seraient généralement également situées en dehors des limites de l'entrepreneuriat social.

Même si les définitions figurant dans le tableau 1 mettent l'accent sur les dimensions sociales essentielles et les objectifs mixtes de la vie sociale des entrepreneurs, elles sont silencieuses sur la façon d'évaluer les opportunités et les entreprises. De toute évidence, les mesures liées à la rentabilité ou retours sur investissement sont des normes relativement simples par lesquelles les opportunités et le rendement organisationnel sont évalués.

Toutefois, des normes similaires sont absentes dans le cas de l'entrepreneuriat social. L'absence de telles normes, avec l'imprécision du préfixe «social», crée une situation où à peu près n'importe quelle entreprise peut être considérée comme entreprise sociale. En outre, sans une mesure appropriée, les tentatives de tenir les praticiens de l'entrepreneuriat social responsables pour leur performance seraient inefficaces.

La littérature souligne également l'importance de la capacité de ceux qui sont impliqués dans la découverte d'opportunités et la poursuite d'objectifs sociaux (Dees, 1998; Brinkerhoff, 2001; Mort et al, 2002;. Fondation Schwab, 2005; NYU Stern, 2005; Mair et Marti, 2006a; Peredo et McLean, 2006). La poursuite réussie de la mission des entrepreneurs sociaux exige qu'ils effectuent efficacement une variété d'activités - certaines innovantes et certaines résolument banales (par exemple, la comptabilité). Cependant, la plupart des définitions présentées dans le tableau 1 mettent surtout l'accent sur les activités directement liées à la livraison de produits et services innovants (Reis, 1999; Mort et al, 2002;.. Alford et al, 2004; Harding, 2004; Mair et Marti, 2006a, b; Peredo et McLean, 2006). Par conséquent, les individus et les organisations qui ne participent pas activement par des moyens novateurs de produits et de services n'entrent pas dans le champ de l'entrepreneuriat social.

Pour résumer, la définition de l'entrepreneuriat social nécessite l'appréciation des motivations des individus et des groupes qui prennent les risques associés à la conception, la construction, le lancement et le maintien de nouvelles organisations et de « business models ». Cela signifie que certains individus ayant des valeurs, des capacités et des compétences particulières seront attirés par l'entrepreneuriat social, la recherche d'opportunités, et des réponses organisationnelles innovantes pour créer de la richesse sociale.

En adoptant une perspective fondée sur les processus, le présent article adopte le point de vue de Zahra et coll. (2009:5) définissant l'entrepreneuriat social au sens large comme les « activités et processus entrepris pour découvrir, définir et exploiter les opportunités afin d'accroître la richesse sociale, en créant de nouvelles entreprises ou en gérant les organisations existantes de manière innovante ». Ce qui implique la mise en place des structures socio-économiques viables, des relations, d'institutions, des organisations et des pratiques qui produisent et maintiennent des prestations sociales.

"L'entrepreneuriat social est exercé « quand une ou plusieurs personnes visent exclusivement ou de façon partielle à :

- 1 - la création d'une valeur sociale, et combinant pour atteindre ce but,
- 2 - la reconnaissance et l'exploitation des opportunités pour créer cette valeur,
- 3 - l'aide de l'innovation,
- 4 - l'acceptation du risque et
- 5 - la limitation des ressources disponibles ». (Peredo et Mclean, 2006 : 2) »

Dans ce processus, des entrepreneurs sociaux poursuivent « la maximisation de la richesse totale » à travers l'accroissement des résultats tangibles (les produits, les clients servis, et/ou les fonds générés) et intangibles (comme la richesse, le bonheur et/ou le bien-être général). Cela se produit grâce à une répartition équilibrée des ressources entre les deux catégories, tout en tenant compte des coûts d'opportunité - la valeur sociale et économique à sacrifier si ces ressources avaient été appliquées à d'autres activités productives (Zahra et al, 2009).

Nicholls et Cho (2006) capturent l'essence du concept de l'entrepreneuriat social dans deux blocs conceptuels ; la socialité et l'entrepreneuriat. Le bloc « social » (la *socialité*) fait référence au degré avec laquelle une organisation exerce intentionnellement et d'une manière effective la promotion d'objectifs sociaux » (Nicholls et Cho, 2006:101).

Plus précisément, elle définit une entité qui fonctionne dans un « *contexte social* » dans lequel elle poursuit des « *objectifs sociaux légitimes* » qui sont éventuellement avancés dans leurs « *pratiques opérationnelles* » (Nicholls, 2006 ; Nicholls & Cho, 2006). De l'autre côté, le bloc

« entrepreneuriat » met en relation l'innovation et l'orientation marché (Chiles, Gupta, Vultee, Greening & Tuggle, 2010). L'innovation met en exergue le rôle des entrepreneurs sociaux en tant qu'agents de changement qui présentent les nouvelles solutions de développement social durable grâce à la combinaison des éléments d'innovation, la créativité et la débrouillardise (Nicholls, 2006 ; Nicholls & Cho, 2006). Il peut s'agir de fournir de nouveaux services pour des groupes défavorisés et exclus, l'identification de nouveaux modes de prestation pour des services existants, la mise en œuvre de nouvelles stratégies pour générer des revenus, la prestation de services existants à de nouvelles personnes, l'exploitation de ressources nouvelles, et/ou l'application des pratiques de gestion interne, en particulier impliquant des parties prenantes dans l'élaboration de la stratégie et de sa mise en œuvre (Haugh, 2005). La deuxième dimension de « l'orientation marché » souligne l'adoption d'une approche de marché qui se traduit par la poursuite simultanée des rendements sociaux et financiers de l'investissement (Nicholls, 2006 ; Nicholls & Cho, 2006).

Les chercheurs en entrepreneuriat social conviennent qu'en dépit de la prolifération des écrits des universitaires et des praticiens sur le sujet, les frontières de l'entrepreneuriat social demeurent insaisissables. Diverses tentatives de définition de l'entrepreneuriat social se sont regroupées autour de quatre grands thèmes. Ces thèmes portent sur les caractéristiques des entrepreneurs sociaux, leurs secteurs d'activité, les processus et les ressources utilisées par les entrepreneurs sociaux, et la mission principale et les résultats de l'entité entrepreneuriale sociale (Dacin et al., 2010).

Dans l'approche par les caractéristiques individuelles, l'accent est mis sur les qualités et les comportements des entrepreneurs sociaux où l'accent est mis sur la mission sociale et les questions relatives au développement de la motivation socio-morale, la capacité à reconnaître les opportunités et à provoquer le changement grâce à des compétences en leadership, d'inspiration et/ou à la capacité d'acquérir les ressources nécessaires (Mair et Noboa, 2003 ; Zahra et al., 2009 ; Dacin et coll., 2010 ; Nicholls, 2006).

Les critiques adressées à ce courant sont basées sur le fait que ces caractéristiques n'ont pas vraiment permis aux chercheurs de distinguer les entrepreneurs sociaux des autres catégories d'entrepreneurs (Mair et Noboa, 2003 ; Haugh, 2005 ; Dacin et al., 2010). Ajouter à cela que les résultats des recherches proviennent souvent d'études de cas individuels d'entrepreneurs sociaux ayant eu un grand succès, ce qui soulève à son tour des questionnements quant à la validité potentiellement biaisée des observations (Dacin et coll., 2010 ; Nicholls, 2006).

Dans l'approche par les processus et les activités, l'accent est mis sur les domaines exploités par les entrepreneurs sociaux, en plus des processus et des ressources qu'ils utilisent (Miller, Grimes, McMullen & Vogus, 2012 ; Robinson, 2006 ; Dees, 1998a ; Austin et al., 2006 ; Peredo et Mclean, 2006). L'objectif est de décrire la façon dont une entreprise sociale est mise en place et les principales activités associées à ce processus (Dorado, 2006 ; Dacin et al., 2010).

Bien que ces définitions soient en quelque sorte plus prometteuses que l'approche par les caractéristiques individuelles pour différencier les entrepreneurs sociaux, cette approche de la recherche s'appuie encore une fois sur des études de cas idiosyncrasiques et exemplaires, d'initiatives entrepreneuriales sociales (qui incluent parfois un historique détaillé de leur développement) et partage donc le même biais que l'approche par les caractéristiques individuelles (Dacin et coll., 2010 ; Nicholls, 2006).

Enfin, l'approche qui analyse l'entrepreneuriat social par la mission met l'accent sur la notion d'hybridité et les tensions qui sont susceptibles d'émerger face à la poursuite d'une double mission: viabilité financière et impact social (Dacin et coll., 2010 ; Doherty et al., 2014 ; Dees, 1998b ; Perrini & Vurro, 2006 ; Yunus, Moingeon & Lehmann-Ortega, 2010 ; Miller et al., 2012, 2005 ; Haugh, 2007 ; Ridley-Duff et Bull, 2011 ; Müller, 2012 ; Mair et Noboa, 2003 ; Robinson, 2006 ; Weerawardena & Mort ; 2006 ; Smith et al., 2013).

Les chercheurs affirment qu'un axe de recherche qui se concentre sur la compréhension de la mission de l'entrepreneuriat social de ses activités et ses processus - plutôt que des caractéristiques individuelles des entrepreneurs sociaux - a un meilleur potentiel pour faire progresser le domaine. En plus de ses implications pratiques, ce type de recherche génère de nouvelles connaissances sur le terrain, et permet ainsi d'étendre les résultats obtenus vers d'autres types d'organisations et d'entrepreneuriats (Dacin et coll., 2010 ; Haugh, 2005).

1.2 L'entrepreneuriat social : Un concept « Cluster »

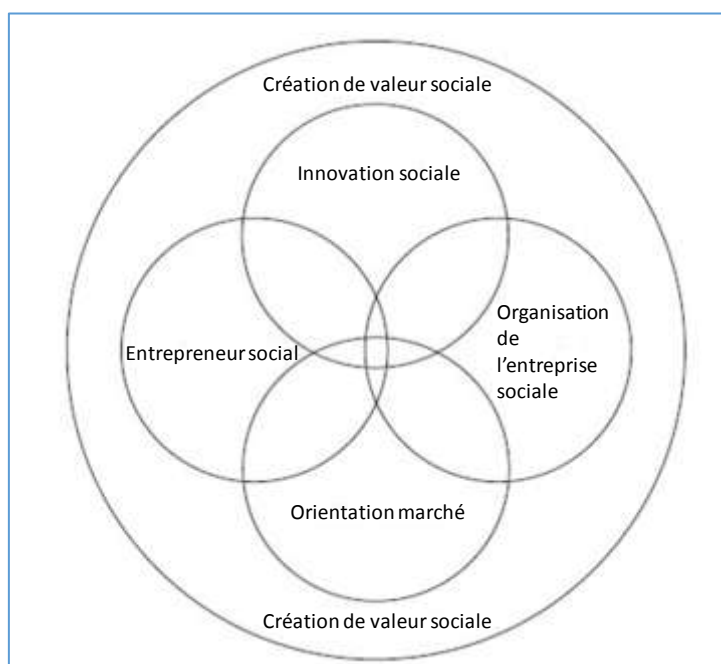
Face à la diversité des facettes par lesquelles l'entrepreneuriat social pourrait être compris, et l'absence d'une définition unifiée pour le concept, l'entrepreneuriat social demeure une notion essentiellement subjective, ce qui rend une définition universellement acceptée « pratiquement impossible » (Choi et Majumdar, 2014: 10).

Choi et Majumdar (2014) soutiennent que l'incapacité de parvenir à un consensus sur une définition commune de l'entrepreneuriat social ne ferme pas le débat sur la définition. Pour

faire avancer la recherche dans le domaine, les chercheurs proposent une compréhension conceptuelle de l'entrepreneuriat social en tant que concept « cluster ».

La conceptualisation de l'entrepreneuriat social en tant que concept « cluster » signifie que c'est un conglomérat représentant certains sous-concepts (à savoir, la création de valeur sociale, l'entrepreneur social, l'organisation de l'entreprise sociale, l'orientation vers le marché, et l'innovation sociale), (Figure 1).

Figure (1) : L'entrepreneuriat social en tant que concept de cluster



Source : Choi et Majundar (2014)

La présentation de la création de valeur sociale comme un grand cercle, qui englobe les quatre autres sous-composantes reflète l'importance de cette composante comme une condition préalable de l'entrepreneuriat social. Bien qu'elle soit un élément nécessaire, la création de valeur sociale n'est cependant pas une condition suffisante pour l'entrepreneuriat social et doit donc être combinée avec les quatre autres propriétés (l'entrepreneur social, l'organisation de l'entreprise sociale, l'orientation vers le marché, l'innovation sociale).

Ces quatre sous-composantes ne sont pas par eux-mêmes les conditions nécessaires à l'entrepreneuriat social et peuvent, par conséquent, exister dans des degrés plus ou moins grands et même avec des combinaisons différentes pour s'adapter à différentes configurations et conceptions de l'entrepreneuriat social. En tant que tel, un chercheur en entrepreneuriat social devrait explicitement spécifier lequel de ces sous-concepts est mobilisé dans sa compréhension du concept et, par conséquent, la littérature pertinente qui devrait être utilisée dans sa recherche (Choi et Majumdar, 2014).

2. L'entreprise sociale : Une manifestation de l'Entrepreneuriat Social

Un examen des écrits publiés sur l'entrepreneuriat social et l'entreprise sociale démontre que les deux notions étroitement liées sont devenus les nouveaux domaines d'intérêt pour les universitaires et les praticiens au cours des dernières années (Granados et al., 2011).

Malheureusement, l'absence d'une définition unifiée de l'entrepreneuriat social a donc conduit à une même absence de consensus sur ce qu'est une entreprise sociale (Peredo et Mclean, 2006 ; Huybrechts & Nicholls, 2012; Bull & Ridley-Duff, 2011). Au début, les chercheurs en entrepreneuriat social expliquent que l'ambiguïté entourant le terme « entreprise sociale » s'est aggravée par le fait que sa définition n'est pas un exercice intellectuel abstrait, mais plutôt un processus dynamique dans lequel des entités régionales et même internationales attribuent des significations différentes selon les particularités des contextes nationaux. (Hoogendoorn, Pennings et Thurik, 2010 ; Doherty et al., 2014 ; Bull & Ridley-Duff, 2011 ; Haugh, 2005).

L'entreprise sociale a été tantôt décrite comme une entreprise privée guidée par l'intérêt public, tantôt comme une entreprise sociale à but lucratif, et tantôt comme une entreprise à vocation sociale (Haugh, 2005). Dans la plupart des études, l'entreprise sociale a plutôt été abordée comme une catégorie ou un sous-ensemble d'entités entrepreneuriat social (Alter, 2007 ; Granados et al, 2011 ; Nicholls, 2006). Comme il sera expliqué plus tard, cette conception se base sur la classification d'Alter (2007) de l'entreprise sociale comme une catégorie distincte des organismes hybrides combinant la création de valeur sociale, avec une forte orientation entrepreneuriale.

2.1 Définition de l'entreprise sociale

Il y a un consensus que les entreprises sociales sont des entités sociales mues par des objectifs sociaux, environnementaux et économiques. Faisant partie de l'économie sociale, les entreprises sociales adoptent des compétences entrepreneuriales pour générer des profits qui sont réinvestis dans leurs missions sociales (Seanor et al., 2007: 2).

La « Social Enterprise Coalition » offre une définition simple de l'entreprise sociale comme étant « faire des affaires pour un but social » ⁽¹⁾. Au fil du temps et avec la diminution des subventions et des dons, l'entreprise sociale a réalisé l'importance de l'adoption d'une démarche entrepreneuriale pour assurer sa viabilité financière. Ainsi, alors que le terme "social" fait référence à la mission sociale de l'organisme sans but lucratif, le terme

¹ <http://www.socialenterprise.org.uk> . accédé le 15/08/2016

"entreprise" reflète l'esprit, l'audace, la réalisation de haut niveau et l'indépendance financière d'un entrepreneur (Chell et coll., 2010 ; Doherty et al., 2014). La dualité objectif social et la viabilité financière - capturés par la notion de "hybridité" - a été avancé comme explication des tensions qui sous-tendent le fonctionnement de l'entreprise sociale (Haugh, 2005 ; Doherty et al., 2014 ; Smith et al., 2013).

Smith et al. (2013) classent les tensions qui émergent au sein des entreprises sociales dans l'exécution, l'organisation, l'appartenance et de l'apprentissage. Les tensions résultent de la poursuite de résultats divergents (tels que les objectifs, les mesures, et les parties prenantes), l'organisation engendrant des tensions dynamiques internes divergentes (comme les structures, cultures, pratiques et processus).

Autre résultat de tensions, les identités divergentes entre les sous-groupes, et entre les sous-groupes et l'organisation, tandis que les tensions d'apprentissage sont associées à des tensions de la croissance, de la taille, et d changement qui émergent des horizons temporels divergents. Seanor et al. (2007) distinguent trois modèles théoriques de l'entreprise sociale :

1. le spectre de l'entreprise sociale,
2. le modèle continu et
3. le modèle intersectoriel.

Alors que le spectre de l'entreprise sociale et le modèle continu représentent l'entreprise sociale comme une catégorie hybride qui combine des objectifs sociaux et économiques, le modèle intersectoriel décrit l'entreprise sociale comme l'intersection entre les secteurs public, privé et bénévole.

Le spectre de l'entreprise sociale proposé par Dees (1998b) est enraciné dans le concept d'une double performance. Il propose une représentation linéaire de l'entreprise sociale comme des « hybrides » qui s'étendent le long d'une échelle diamétralement opposée entre les organismes purement philanthropiques (à but non lucratif, qui visent à générer un rendement social élevé) et les purement commerciales (entreprises à but lucratif recherchant un maximum de rendement financier). L'objectif de cette forme hybride est d'établir un équilibre entre la valeur sociale et la valeur économique créée dans le but ultime de maximiser la richesse totale produite (Zahra et al, 2009 ; Doherty et al., 2014) et la réalisation de la pérennité (Weerawardena & Mort, 2006).

Dees (1998b : 60) explique que « seulement peu d'entreprises sociales peuvent ou devraient être purement commerciales ou philanthropiques ; la plupart devraient combiner des éléments commerciaux et philanthropiques dans un équilibre productif ». L'extrême commercialisation

d'un organisme sans but lucratif pourrait altérer ses relations avec ses bénéficiaires et modifier la structure de financement de telle sorte qu'il serait plus commode de se convertir en une entreprise à but lucratif. D'autre part, un mouvement vers une philanthropie extrême menacerait la viabilité financière de l'entreprise (Dees, 1998b).

Bien que le spectre de l'entreprise sociale ait l'avantage de concilier différents points de vue et interprétations des pratiques de l'entrepreneuriat social (Dees, 1998b; Peredo & Mclean, 2006), les chercheurs ont besoin qu'une définition de l'entreprise sociale aillent au-delà de celle qui est fondée sur une seule dimension comme l'équilibre entre le profit et la mission sociale (Alter, 2007 ; Volkman, 2012).

Alter (2007) avance la recherche en adoptant une approche holistique qui introduit l'idée de la création de la valeur en tant que critère pour classer ces organismes hybrides, par opposition à la vision de Dees qui est une simple distinction fondée sur la poursuite d'un double (ou triple) ligne de fond (Alter, 2006 ; Seanor et al., 2007). « La valeur intrinsèque est un mix de tout » (Alter, 2007 : 25) parce qu'il est généré par l'interaction combinée des performances économiques, sociales et environnementales (Emerson, Bonini & Brehm, 2004). Se rendant compte que toutes les entreprises (à but non lucratif ou à but lucratif) créent une valeur mixte « le seul débat en cours est de savoir dans quelle mesure les composantes maximisent cette valeur » (Emerson et al., 2004), cette école de pensée passe outre le mesure de plusieurs lignes de fond pour se concentrer sur la création de valeur totale (Alter, 2007).

Pour éviter toute confusion, Seanor et al. (2007) se réfère à la classification d'Alter le « *modèle continu* ». Dans le « modèle continu », les entités entrepreneuriales sociales sont classées en quatre sous-catégories d'« hybrides », à savoir :

- Les entreprises qui pratiquent la responsabilité sociale ;
- Les entreprises socialement responsables ;
- Les entreprises sociales ;
- Les entreprises à but non lucratif avec des activités génératrices de revenus.

Ces sous-catégories sont différentes à leur tour quant aux dimensions qui se rapportent à leurs motivations, leur responsabilité et l'usage qu'elles font de leurs revenus (Alter, 2007).

Les stratégies de double création de valeur visent à assurer une pérennité équilibrée. Le spectre hybride, en tant que tel, illustre deux familles distinctes d'organisations qui sont classées en fonction de leurs buts/motivations : une catégorie d'entrepreneurs sociaux qui

adoptent une vue instrumentale du profit comme moyen d'assurer la pérennité sociale, et un autre dont l'objectif premier est la viabilité économique.

Les entreprises à but non lucratif avec des activités génératrices de revenus et les entreprises sociales représentent les cas où l'orientation marché dépasse l'orientation sociale. Les entreprises socialement responsables, et les sociétés pratiquant la responsabilité sociale, d'autre part, illustrent les cas où l'orientation du marché dépasse d'orientation sociale (Alter, 2006 ; Alter, 2007).

Considérée comme un hybride, l'entreprise sociale est entraînée par deux forces puissantes. Premièrement, la nature du changement social souhaité bénéficie souvent d'une entreprise, ou d'une solution innovante. Deuxièmement, la pérennité de l'organisation et de ses services passe par une diversification de ses sources de financement, y compris souvent la création de revenus.

Distinguées par leur propriété de double création de valeur : la valeur économique et la valeur sociale, les entreprises sociales ont les caractéristiques suivantes :

- Utilisent des outils et des approches commerciales pour atteindre des objectifs sociaux
- Mélanger le capital social et les méthodes commerciales
- Créent de la valeur sociale et économique
- Génèrent des revenus provenant d'activités commerciales pour financer des programmes sociaux ;
- Sont axées sur le marché et dirigées par la mission ;
- Mesurent la performance financière et l'impact social ;
- Atteignent les objectifs financiers de façon à contribuer au bien-être social ;
- Profitent de la liberté financière des revenus non affectés ;
- Incorporent la stratégie d'entreprise pour accomplir la mission ;
- Ont une dualité des objectifs ;

Les objectifs sociaux visant l'accomplissement des missions (de la création de valeur sociale) varient largement en fonction de la mission et le secteur de l'organisation. Les exemples incluent les opportunités économiques pour les pauvres, l'emploi pour les personnes handicapées, protection de l'environnement, l'éducation, la protection des droits de l'homme, le renforcement de la société civile...

Les objectifs financiers axés sur la viabilité financière (création de valeur économique) varient selon les besoins de financement et le modèle d'affaires. Les mesures financières sont tirées tant de la pratique privée et du sans but lucratif. Les exemples incluent le recouvrement des coûts des services sociaux, la diversification du financement de la subvention avec un revenu, des programmes d'autofinancement ou faire un profit en subventionnant les opérations de l'organisation.

La valeur mixte : le concept de «valeur mixte» découle de l'idée que la valeur a en son sein trois composantes : économiques, sociales et environnementaux.

L'importance du modèle intersectoriel de l'entreprise sociale découle de sa reconnaissance inhérente des contradictions entre les conceptions nationales et mondiales de l'entreprise sociale, qui est le plus souvent représentées par le contraste entre les traditions européennes et américaines (Seanor et al., 2007). Ces contradictions en fait révèlent en partie l'incertitude entourant la définition du concept de l'entreprise sociale (Hoogendorn et al., 2010).

Alors que le discours de l'entreprise sociale aux États-Unis est dominé par les approches basées sur le marché, la génération de revenus et l'évolution sociale, l'entreprise sociale en Europe est située dans la tradition de coopération de l'action sociale collective. Les différences entre les deux approches peuvent être définies en fonction d'un certain nombre de thèmes à savoir ;

- L'unité d'observation,
- La forme juridique,
- la structure de la gouvernance,
- la répartition des bénéfices,
- l'intérêt porté à la génération de revenus,
- l'intérêt porté à l'innovation,
- et la relation entre la mission cible et les services fournis (Hoogendorn et coll., 2010 ; Defourny, 2001, Doherty et al., 2014).

2.2 L'entrepreneuriat social est-il un domaine distinct de la recherche en entrepreneuriat ?

L'entrepreneuriat social a souvent été décrit comme un genre d'entrepreneuriat (Dees, 1998a) ; le terme « entrepreneuriat faisant référence à un « *phénomène basés sur l'action et qui implique un ensemble très interdépendant de processus créatifs, stratégique et*

organisationnels », et qui sont associés à la perception d'opportunités et la création d'organisations pour les saisir (Moroz & Hindle, 2012: 785). En tant que tels, des idées issues de la littérature sur l'entrepreneuriat ont pu servir dans plusieurs cas, de base pour étudier les modèles, les relations et les tendances de l'entrepreneuriat social (Dacin et al., 2010; Dorado, 2006, Short et al., 2009 ; Haugh 2012 ; Smith et coll., 2013). Cependant, Les chercheurs continuent le débat quant à savoir si l'entrepreneuriat social serait mieux étudié comme un domaine distinct (Dacin et al., 2010; Dorado, 2006).

Il y existe deux visions parallèles du champ de l'entrepreneuriat social, une vision étroite et une vision plus large.

Dans la vision étroite, l'entrepreneuriat social n'est pas présenté comme une nouvelle classification. Le côté « entrepreneuriat » renvoie à transposition des compétences et attitudes orientée-marché, sur des organismes à but non lucratif afin d'améliorer leur efficacité et efficacité opérationnelle. Cette vision ne tient pas compte des autres nouvelles significations qui pourraient être associées à l'entrepreneuriat social, telles que l'innovation dans le traitement des problèmes sociaux.

La vision plus large de l'entrepreneuriat social, d'autre part, conçoit l'entrepreneuriat social comme un tout nouveau champ de recherche et d'application, inter-sectoriel qui exploite une multitude d'opportunités de recherche (Perrini & Vurro, 2006). Mettant de côté la forme juridique d'une entité particulière, la perspective élargie de la recherche en l'entrepreneuriat social est plutôt intéressée par la formule qu'une entreprise adopte pour combiner l'entrepreneuriat, l'innovation, et l'orientation sociale avec l'ultime objectif d'alléger les problèmes sociaux et de catalyser la transformation sociale (Austin et al., 2006 ; Perrini & Vurro, 2006 ; Mair, Robinson, et Hockerts, 2006). Ceci suggère que le domaine de l'entrepreneuriat social se situe à l'intersection entre les deux visions (Nicholls, 2006).

Santos (2012) suggère une distinction similaire entre deux approches différentes du phénomène de l'entrepreneuriat social ; une approche inclusive et une approche exclusive. Les partisans de l'approche « inclusive » indiquent que tous les types d'entrepreneuriat ont d'une façon ou d'une autre une dimension sociale, et que l'entrepreneuriat social peut servir de contexte pour l'étude du phénomène de l'entrepreneuriat au sens large. Et parce que les limites du concept de l'entrepreneuriat social sont floues, les partisans de cette perspective ne se rendent pas compte de la nécessité d'une nouvelle théorie et expliquent que le concept peut être connecté avec (et ainsi peut enrichir) d'autres théories établies telles que la théorie de la structuration, l'entrepreneuriat institutionnel ou des mouvements sociaux, et aussi

l'entrepreneuriat culturel et l'entrepreneuriat commercial. Un avis opposé, appelle au développement d'une théorie limitative, de l'entrepreneuriat social qui traite de deux questions à savoir, la tautologie et la subjectivité, qui ont caractérisé la plupart des tentatives antérieures de théoriser le concept.

Les chercheurs conviennent que la promotion de l'entrepreneuriat social et en conséquence la reconnaissance de la légitimité du domaine exige l'adoption d'une vue étendue qui promeut une théorie positive de l'entrepreneuriat social (Santos, 2012 ; Haugh, 2012 ; Nicholls, 2006 ; Perrini & Vurro, 2006). Zahra (2007) explique que l'importation est une première étape nécessaire vers l'élaboration de théories uniques qui définissent et expliquent les phénomènes. Les théories empruntées sont habituellement fondées sur des hypothèses qui reflètent la nature des phénomènes lointains, des acteurs et des situations (Zahra, 2007), qui peuvent ou ne peuvent pas s'appliquer au contexte de l'entrepreneuriat social (Dacin et al., 2010 ; Dorado, 2006). Par ailleurs, de nouvelles théories peuvent être élaborés pour expliquer les pratiques, les thèmes et les concepts que les théories existantes ne parviennent pas à expliquer (Mair, Robinson et Hockerts, 2006 ; Robinson, 2006 ; Haugh, 2005).

Conclusion

L'entrepreneuriat social et l'entreprise sociale ont acquis un intérêt accru de la part des chercheurs universitaires et des praticiens au cours des dernières années.

Malgré l'intérêt des chercheurs pour les deux concepts au cours des deux dernières décennies, l'entrepreneuriat social et l'entreprise sociale sont toujours à la recherche d'un « mode de démarrage » (Mair, Hockerts et Robinson, 2006 : 2) et ont un long chemin à parcourir avant d'atteindre la maturité (Haugh, 2005 ; Doherty et al., 2014).

Au départ, une proportion importante de travaux cumulés sur le terrain ont été consacrés au débat de définition des concepts qui restent en suspens (Short et al., 2010 ; Choi et Majumdar, 2014) et/ou l'étude des caractéristiques au niveau individuel que dans de nombreux cas, ce qui n'a pas caractérisé les entrepreneurs sociaux comme différent d'autres types d'entrepreneurs (Mair et Noboa, 2003; Haugh, 2005 ; Dacin et al., 2010).

En outre, peu d'attention a été accordée à l'étude des objectifs et des processus distincts qui sont caractéristiques de l'entrepreneuriat social (Short et al., 2009 ; Haugh, 2005 ; Dacin et coll., 2010; Mair et Noboa, 2003 ; Doherty et al., 2014; Granados et al., 2011).

Les chercheurs conviennent que la relative précarité de la recherche dans le domaine de l'entrepreneuriat social peut être attribuée à l'absence d'une définition unifiée pour

l'entrepreneuriat social et l'entreprise sociale et, par conséquent, l'absence d'un cadre conceptuel pouvant guider l'analyse.

Ceci s'est traduit par le peu de recherches empiriques, qui, lorsqu'elles ont été menées ont été caractérisées par le manque de rigueur, par une recherche quantitative minimale et une forte dépendance par rapport aux études de cas, ce qui a obstrué toutes les tentatives de généralisation qui sont nécessaires pour le développement de la théorie (Hoogendoorn et coll., 2010; Short et al., 2010, Mair et Noboa, 2003; Haugh, 2005; Doherty et al., 2014).

Le développement de la recherche dans le domaine de l'entrepreneuriat social exige que les chercheurs suivent deux grandes pistes d'action en parallèle. Premièrement, la recherche en entrepreneuriat social devrait transcender les débats d'essais de définition et de l'étendre au-delà des études centrées sur l'acteur « entrepreneur-héro ». Plus important encore, les chercheurs devraient investir leurs efforts dans un courant de recherche qui se concentre sur les deux axes :

- La double mission des entreprises sociales (la nature et les implications des tensions qui en résultent),
- Et les activités et les processus qui sous-tendent le phénomène de l'entrepreneuriat social.

La pertinence de ce dernier axe de recherche découle de ses implications pratiques (Dacin et coll., 2010 ; Haugh, 2005) ; « l'entrepreneuriat social est d'abord et avant tout une réponse concrète aux besoins non satisfaits de l'individu et de la société » (Haugh, 2007: 743).

Deuxièmement, comme les chercheurs mènent davantage de recherches orientées vers les processus et la mission, il devrait être établi que la légitimité de la recherche dans le domaine de l'entrepreneuriat social (et les entreprises sociales) soit étroitement liée à l'adoption des méthodes de recherche rigoureuses où l'élaboration théorique et/ou empirique soit en fonction des arguments et explications qui sont liées à des théories, des cadres existants ou de concepts, qui peuvent être empruntés ou étendus à partir d'autres domaines. L'emprunt et l'extension de la Théorie devrait permettre de créer un terrain fertile pour la génération d'une théorie ultérieure (Haugh, 2012).

Les études axées sur les processus qui analysent les relations temporelles entre les variables clés dans la chaîne causale ont l'avantage d'expliquer les variables qui sont importantes, de même que quand, pourquoi et comment des changements peuvent se produire dans ces relations pour expliquer la croissance et à l'évolutivité des opérations d'une entité (Zahra, 2007 ; Austin et al., 2006).

Références bibliographiques

- Alter, S. (2007). Social Enterprise Typology. Virtue Ventures LLC, 121.
- Austin, J., Stevenson, H., and Wei-Skillern, J. (2006). Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both?. *Entrepreneurship theory and practice*, 30(1), 1-22.
- Chell, E., Nicolopoulou, K., and Karataş-Özkan, M. (2010). Social entrepreneurship and enterprise: International and innovation perspectives, : 485-493
- Chiles, T., Vultee, D., Gupta, V., Greening, D. and Tuggle, C. (2010). The Philosophical Foundations of a Radical Austrian Approach to Entrepreneurship. *Journal of Management Inquiry*, 19(2), 138-164. 231
- Choi, N., and Majumdar, S. (2014). Social entrepreneurship as an essentially contested concept: Opening a new avenue for systematic future research. *Journal of Business Venturing*, 29(3), 363-376.
- Dacin, P., Dacin, M. and 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.
- Dees, J. (1998a). The meaning of social entrepreneurship. Comments and suggestions contributed from the Social Entrepreneurship Funders Working Group, 6pp.
- Dees, J. (1998b); 'Enterprising Non-profits', *Harvard Business Review*, 76(1): 55-67.
- Defourny, J. (2001). From third sector to social enterprise. The emergence of social enterprise.
- Doherty, B., Haugh, H. and Lyon, F. (2014). Social Enterprises as Hybrid Organizations: A Review and Research Agenda. *International Journal of Management Reviews*, Vol. 16, 417–436 (2014) DOI: 10.1111/ijmr.12028
- Dorado, S. (2006). Social entrepreneurial ventures: different values so different process of creation, no?. *Journal of developmental entrepreneurship*, 11(04), 319-343.
- Drissi S, Angade K. (2017). Le financement par CROWDFUNDING, quel apport pour l'entrepreneuriat social? Cas de la region de SOUSS MASSA (MAROC). *Revue du Contrôle de la Comptabilité et de l'Audit*. Numéro 3, 63-87.
- Emerson, J., Bonini, S. and Brehm, K. (2004). 'The Blended Value Map: Tracking the Intersects and Opportunities of Economic, Social and Environmental Value Creation' accessed at <http://www.blendedvalue.org> (January 2014)
- Granados, M. , Hlupic, V., Coakes, E., and Mohamed, S. (2011). Social enterprise and social entrepreneurship research and theory: A bibliometric analysis from 1991 to 2010. *Social Enterprise Journal*, 7(3), 198-218.
- Haugh, H. (2005). A research agenda for social entrepreneurship. *Social enterprise journal*, 1(1), 1-12.
- Haugh, H. (2012), "The importance of theory in social enterprise research", *Social Enterprise Journal*, Vol. 8 Iss 1 pp. 7 – 15
- Hoogendoorn, B., Pennings, H. and Thurik, A. (2010). What do we know about social entrepreneurship: an analysis of empirical research (No. ERS-2009-044-ORG). Erasmus Research Institute of Management (ERIM).

- Mair, J. and Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of world business*, 41(1), 36-44.
- Mair, J. and Noboa, E. (2003). Social entrepreneurship: how intentions to create a social enterprise get formed. Barcelona: IESE Business School Working Paper, 521.
- Mair, J., Robinson, J. and Hockerts, K. (2006). Introduction in Mair, J., Robinson, J., & Hockerts, K. (Eds.). (2006). *Social entrepreneurship*. New York: Palgrave Macmillan.
- Miller, T., Grimes, M., McMullen, J. and Vogus, T. (2012). Venturing for others with heart and head: How compassion encourages social entrepreneurship. *Academy of management review*, 37(4), 616-640.
- Moroz, P. and Hindle, K. (2012). Entrepreneurship as a process: Toward harmonizing multiple perspectives. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(4), 781-818.
- Müller, S. (2012). *Business Models in Social Entrepreneurship in Social entrepreneurship and social business: an introduction and discussion with case studies /* Christine K. Volkmann, Kim Oliver Tokarski, Kati Ernst (eds.). Wiesbaden : Springer Gabler, 2012.
- Nicholls, A. (2006). Introduction in *Social entrepreneurship: New models of sustainable social change*. Nicholls, A. (Ed.). Oxford University Press.
- Nicholls, A. and Cho, A. (2006). *Social Entrepreneurship: The Structuration of a Field in Social entrepreneurship: New models of sustainable social change*. Nicholls, A. (Ed.). Oxford University Press
- Peredo, A. and Mclean, M. (2006). *Social Entrepreneurship: A Critical Review of the Concept*. *Journal of World Business*, v. 41 (1), 56-65.
- Perrini, F., and Vurro, C. (2006). Social entrepreneurship: Innovation and social change across theory and practice. *Social entrepreneurship*, 57-85.
- Ridley-Duff, R., and Bull, M. (2011). *Understanding social enterprise: Theory and practice*.
- Robinson, J. (2006). Navigating Social and Institutional barriers to market Markets: How Social Entrepreneurs Identify and Evaluate Opportunities in in Mair, J., Robinson, J., & Hockerts, K. (Eds.). (2006). *Social entrepreneurship*. New York: Palgrave Macmillan.
- Santos, F. (2012). A positive theory of social entrepreneurship. *Journal of business ethics*, 111(3), 335- 351.
- Schumpeter, J.A. (1934), *The Theory of Economic Development*, published in German (1912), 1st edition in English: Cambridge, Mass.,: Harvard University Press 1934, also: Cambridge, Mass.: Harvard Economic Studies, volume 46, London: Oxford University Press.
- Seanor, P., Bull, M., and Ridley-Duff, R. (2007). Contradictions in social enterprise: do they draw in straight lines or circles?.
- Seelos, C., and Mair, J. (2005). Social entrepreneurship: Creating new business models to serve the poor. *Business horizons*, 48(3), 241-246.
- Shane, S., and Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226.
- Short, J., Moss, T., and Lumpkin, G. (2009). Research in social entrepreneurship: Past contributions and future opportunities. *Strategic entrepreneurship journal*, 3(2), 161-194.

Smith, W., Gonin, M. and Besharov, M. (2013). Managing Social-Business Tensions: A Review and Research Agenda for Social Enterprise. *Business Ethics Quarterly* 23:3 (July 2013); ISSN 1052-150X pp. 407-442 DOI: 10.5840/beq2C1323327

Thompson, J. and Doherty, B. (2006). The diverse world of social enterprise: A collection of social enterprise stories. *International Journal of Social Economics*,33(5/6), 361-375.

Volkman, C., Tokarski, K. and Ernst, K. (2012) .Background, Characteristics and Context of Social Entrepreneurship in Social entrepreneurship and social business: an introduction and discussion with case studies / Christine K. Volkman, Kim Oliver Tokarski, Kati Ernst (eds.). Wiesbaden : Springer Gabler, 2012.

Weerawardena, J. and Mort, G. (2006). Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model. *Journal of world business*, 41(1), 21-35.

Yunus, M., Moingeon, B. and Lehmann-Ortega, L. (2010). Building social business models: lessons from the Grameen experience. *Long Range Planning*, 43(2), 308-325.

Zahra, S. (2007). Contextualizing theory building in entrepreneurship research. *Journal of Business venturing*, 22(3), 443-452.

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