**Entrepreneuriat social : définitions, ressorts et défis**

Benjamin Huybrechts, Centre d’Economie Sociale, HEC-Ecole de Gestion de l’Université de Liège

Alex Nicholls, Skoll Centre for Social Entrepreneurship, Saïd Business School, University of Oxford

Hugues Mouchamps, Centre d’Economie Sociale, HEC-Ecole de Gestion de l’Université de Liège

**Introduction**

L'entrepreneuriat social est un concept en vogue depuis une dizaine d’années. Souvent illustré par des « success stories » provenant des quatre coins du monde dans divers secteurs (santé, éducation, finance, culture, etc.), le concept s'impose progressivement dans le monde de l'entreprise, ainsi que dans les sphères académiques et politiques ([Boschee 2006](#_ENREF_14); [Light 2008](#_ENREF_50); [Nicholls 2006b](#_ENREF_59); [Nyssens 2006](#_ENREF_65)). En plus de transformer les marchés existants, l'entrepreneuriat social a aussi contribué à créer de nouveaux marchés et de nouvelles niches, dans des domaines tels que le commerce équitable ([Huybrechts 2012](#_ENREF_42); [Nicholls 2010a](#_ENREF_60)) ou la micro-finance ([Armendáriz de Aghion & Morduch 2005](#_ENREF_3); [Battilana & Dorado 2010](#_ENREF_9)). Cette dernière est souvent présentée comme le porte-drapeau de l'entrepreneuriat social, notamment depuis que la Grameen Bank et son fondateur Mohammed Yunus se sont vu décerner le Prix Nobel de la Paix.

Pratiquement absents des recherches universitaires avant la fin des années 90, l'entrepreneuriat social et les entreprises sociales sont devenus des thèmes de recherche importants depuis lors ([Dacin *et al.* 2010](#_ENREF_18); [Defourny & Nyssens 2008b](#_ENREF_28); [Fayolle & Matlay 2010](#_ENREF_32); [Short *et al.* 2009](#_ENREF_70)), comme en témoigne le nombre croissant d'articles et de livres qui y sont consacrés[[1]](#footnote-1). Des numéros spéciaux de différents journaux ont mis l'accent sur l'entrepreneuriat social et au moins deux nouveaux journaux ont vu le jour pour traiter spécifiquement de cette thématique et de sujets proches[[2]](#footnote-2).

Bien qu'il soit généralement bien admis que l'entrepreneuriat social et les entreprises sociales restent des notions fort contextuelles – donc contestables – qui peuvent être interprétées de différentes manières suivant l'idéologie et les objectifs des institutions qui les utilisent ([Dart 2004](#_ENREF_19); [Dey & Steyaert 2010](#_ENREF_30); [Nicholls 2010c](#_ENREF_62)), certains traits communs commencent néanmoins à faire consensus au sein de la communauté scientifique. Le but de la première section est de présenter et de définir la notion d'entrepreneuriat social. Ensuite, l’entrepreneuriat social est comparé à d’autres notions proches mais néanmoins distinctes. La troisième section se penche sur les origines et les motivations de l'entrepreneuriat social dans une perspective historique. Dans la quatrième section, nous proposons quelques pistes pour mesurer l’ampleur du phénomène. Finalement, les conclusions de ce chapitre évoquent un certain nombre de défis à relever pour les acteurs de terrain, le monde politique et les chercheurs.

1. **Définir l'entrepreneuriat social**

Parvenir à établir une définition de l'entrepreneuriat social qui fasse consensus n'est pas chose aisée. La principale difficulté réside dans le fait que l'entrepreneuriat social représente un ensemble d'activités fortement dépendantes d’un contexte donné ([Bacq & Janssen 2011](#_ENREF_7); [Nicholls 2010c](#_ENREF_62)). Cette caractéristique est inhabituelle dans le domaine de l'entrepreneuriat, mais elle l'est moins pour les sciences sociales qui traitent de problématiques sociétales. La littérature sur le sujet emploie trois termes différents qui peuvent paraître reliés de manière assez simple à première vue : « l'entrepreneuriat social » est le processus dynamique par lequel certains individus nommés « entrepreneurs sociaux » créent et développent des organisations qui peuvent être appelées des « entreprises sociales » ([Defourny & Nyssens 2008b](#_ENREF_28); [Mair & Marti 2006](#_ENREF_52)). Cependant, l'utilisation de l'un ou l'autre terme est souvent lié à un angle de vue différent et/ou une compréhension divergente du phénomène (voir Defourny & Nyssens 2010 pour un éclairage des différentes approches conceptuelles).

Dans ce chapitre, « l'entrepreneuriat social » sera utilisé pour désigner un large éventail d'initiatives et de processus socialement innovants. Les « entreprises sociales » forment un sous-ensemble de l'entrepreneuriat social et désignent des organisations poursuivant une activité économique tout en donnant la primauté à des objectifs sociétaux ([Defourny & Nyssens 2006](#_ENREF_26); [Nicholls 2006b](#_ENREF_59); [Thompson 2008](#_ENREF_72)). Cette primauté est typiquement garantie par l’adoption de statuts juridiques de l’économie sociale (coopératives ou associations) mais peut aussi être sécurisée par d’autres dispositifs (inter-)organisationnels (gouvernance, certification, agréments, réseaux). Ainsi, alors que les approches de l’économie sociale et solidaire mettent l’accent sur les statuts juridiques distincts, certaines conceptualisations de l’entrepreneuriat social mettent davantage l’accent sur les profils des entrepreneurs sociaux et les processus d’innovation sociale – même si les réalités désignées et les exemples proposés par les différentes approches convergent en grande partie ([Defourny & Nyssens 2010](#_ENREF_29)).

Les divergences de conceptualisation se marquent également entre le monde anglo-saxon (principalement Royaume-Uni et Etats-Unis) et l’Europe continentale. Dans le monde anglo-saxon, l’accent a été mis sur la commercialisation de biens et de services par les organisations sans but lucratif et sur les initiatives privées fournissant des biens publics. Par contre, en Europe continentale, l’accent a été mis sur l’entrepreneuriat collectif et sur les spécificités organisationnelles garantissant une dynamique collective et la primauté de la mission sociale ([Defourny & Nyssens 2008a](#_ENREF_27); [Kerlin 2006](#_ENREF_45); [2008](#_ENREF_46)). Cependant, ces différences régionales tendent à s’estomper grâce à une meilleure communication entre ces deux traditions ([Bacq & Janssen 2011](#_ENREF_7); [Defourny & Nyssens 2008a](#_ENREF_27); [Hulgard 2008](#_ENREF_41); [Kerlin 2006](#_ENREF_45)).

En fait, les débats portant sur la définition de l’entrepreneuriat social reflètent les logiques internes propres à toute une série d’acteurs influents qui tentent de façonner ce champ de recherches plutôt que d’en capturer la « réalité » ([Dart 2004](#_ENREF_19); [Dey & Steyaert 2010](#_ENREF_30); [Nicholls 2010c](#_ENREF_62)). Pour les acteurs de la société civile, l’entrepreneuriat social peut représenter un moteur de changement social systémique ([Nicholls 2006b](#_ENREF_59)), un espace de nouveaux partenariats hybrides ([Austin *et al.* 2006a](#_ENREF_4)) ou un modèle de transformation politique et d’autonomisation ([Alvord *et al.* 2004](#_ENREF_2)). Pour le gouvernement, l’entrepreneuriat social peut être une des solutions aux défaillances de l’Etat en matière de protection sociale ([Leadbeater 1996](#_ENREF_48); [Nyssens 2006](#_ENREF_65)). Finalement, pour les entreprises, l’entrepreneuriat social peut offrir de nouvelles niches de marchés ([Karamchandani *et al.* 2009](#_ENREF_44)) ou un développement naturel d’investissements socialement responsables ([Freireich & Fulton 2009](#_ENREF_36)).

Pour reprendre le cadre d’analyse développé par Kuhn, l’absence de définition unique est caractéristique d’un champ se trouvant toujours à un stade de développement précoce qui n’a pas encore atteint un statut paradigmatique ([Nicholls 2010c](#_ENREF_62)). Dacin et al. (2010) ont relevé 37 définitions de l’entrepreneuriat social et des entrepreneurs sociaux. Bacq et Janssen (2011) ont pointé 17 définitions différentes d’ « entrepreneurs sociaux », 12 définitions d’ « entrepreneuriat social » et 18 définitions liées aux «entreprises sociales ».

Un aspect central du débat porte sur le fait de considérer le concept d’entrepreneuriat social de manière large ou restreinte ([Light 2008](#_ENREF_50)), ce qui fait écho à l’appel de Dees ([2001](#_ENREF_21)) pour un équilibre entre globalité (définir l’entrepreneuriat social de manière très large) et exclusivité (le définir de manière très restreinte). Une réponse extrême à cette contradiction apparente a été de suggérer que rien ne distingue théoriquement l’entrepreneuriat social de l’entrepreneuriat classique (Dacin et al. 2010).

Malgré les débats toujours en cours, une des définitions les plus souvent utilisées est aussi l’une des premières formulées, par Dees (1998, revue en 2001) :

« Les entrepreneurs sociaux jouent un rôle d’acteurs de changement dans le secteur social en :

* adoptant une mission visant à créer et maintenir de la valeur sociale (et pas seulement de la valeur privée),
* étant en recherche perpétuelle de nouvelles opportunités permettant d’atteindre leur mission,
* s’engageant dans un processus continu d’innovation, d’adaptation et d’apprentissage,
* osant agir sans être limités par les ressources actuellement à disposition,
* étant tout à fait disposé à rendre des comptes aux différentes parties prenantes sur les résultats obtenus (2001: 4, notre traduction) ».

Les recherches ultérieures se sont centrées sur les processus d’entrepreneuriat social. D’après Mort et al. ([2003: 76, notre traduction](#_ENREF_55)), l’entrepreneuriat social est « un concept multidimensionnel qui implique un comportement entrepreneurial pour atteindre une mission sociale, une cohérence des buts et des actions face à la complexité morale, la faculté de reconnaître des opportunités créatrices de valeur et des caractéristiques clés de prise de décision en termes d’innovation, de pro-activité et de prise de risques ». Mair et Marti ([2006: 3, notre traduction](#_ENREF_52)) voient l’entrepreneuriat social comme « un processus comportant une utilisation innovante et combinée de ressources pour explorer et exploiter des opportunités visant à catalyser le changement social en satisfaisant les besoins humains de base d’une manière soutenable ». Austin et al. ([2006b: 2, notre traduction](#_ENREF_6)) définissent l’entrepreneuriat social comme « une activité innovante et créatrice de valeur sociale qui peut émerger au sein des secteurs public, privé à but lucratif ou privé sans but lucratif ou entre ceux-ci ». Finalement, Zahra et al. ([2009: 5, notre traduction](#_ENREF_77)) suggèrent que l’entrepreneuriat social englobe « des activités et processus entrepris pour découvrir, déterminer et exploiter des opportunités de manière à générer de la valeur sociale par la création de nouvelles organisations ou en gérant des organisations existantes de manière innovante ».

Malgré ces débats en cours, un certain nombre de caractéristiques distinctives de l’entrepreneuriat social semblent faire l’objet d’un large consensus ([Martin & Osberg 2007](#_ENREF_53); [Nicholls 2006a](#_ENREF_58)). Toutes les définitions de l’entrepreneuriat social s’accordent sur le caractère central des objectifs sociaux ou environnementaux, qui doivent primer sur les objectifs de maximisation de profit ou d’autres considérations stratégiques. L’innovation est un second trait commun à l’ensemble des définitions. Elle peut résulter de nouveaux modèles et processus organisationnels, de nouveaux produits ou services et/ou de nouvelles idées face aux défis sociétaux. Finalement, de nombreux auteurs soulignent la manière dont les entrepreneurs sociaux diffusent leurs modèles socialement innovants par une action orientée vers le marché, en vue de le répliquer grâce aux partenariats et de parvenir ainsi à des résultats plus profonds et plus durables. Ces dimensions correspondent à ce que Nicholls et Cho ([2006](#_ENREF_63)) ont identifié comme les principales composantes de base de l’entreprenariat social : la finalité sociale, l’innovation et l’orientation marché.

La première dimension, la « finalité sociale », se rapporte à la priorité qu’accorde l’entrepreneuriat social aux aspects sociaux et environnementaux. Elle se reflète par la production de biens publics et d’externalités positives. Les initiatives d’entrepreneuriat social se concentrent principalement dans six domaines où les besoins sociétaux sont aigus et ne semblent pas suffisamment rencontrés ni par le marché ni par l’Etat: (1) le bien-être et la santé (citons par exemple le système des maisons médicales en Belgique); (2) l’éducation et la formation (par exemple les « écoles mobiles ») ; (3) le développement économique (par exemple le commerce équitable, la micro-finance ou les initiatives d’insertion de travailleurs peu qualifiés) ; (4) le secours humanitaire (par exemple la Croix-Rouge) ; (5) la justice sociale et le changement politique (par exemple les campagnes lancées par Amnesty International) ; (6) la gestion et la protection de l’environnement (par exemple les initiatives citoyennes dans le domaine des énergies renouvelables).

Mais la finalité sociale réside également dans les processus organisationnels eux-mêmes. En effet, des solutions socialement innovantes ont vu le jour grâce aux pratiques d’entrepreneurs sociaux en termes de gestion des ressources humaines (les entreprises d’insertion qui engagent des travailleurs peu qualifiés), de gestion de la chaîne d’approvisionnement (le commerce équitable en est un bon exemple), d’utilisation d’énergie et de recyclage (comme les coopératives citoyennes d’énergie renouvelable) et d’accès aux crédits et aux services financiers (différents types de micro-finance). Enfin, la finalité sociale peut être identifiée par les résultats de l’organisation, qui se focaliseront sur l’impact social et/ou environnemental plutôt que sur le rendement financier. Pour mesurer ses résultats, le champ de l’entrepreneuriat social a mis sur pied une série de nouveaux critères et de méthodes d’évaluation qui prennent en compte ces impacts non-financiers ([Stone & Cutcher-Gershenfeld 2001](#_ENREF_71)), malgré les limites inhérentes à cet exercice (voir Mertens & Marée 2012 pour un recensement de ces limites).

En ce qui concerne la seconde caractéristique de l’entrepreneuriat social, l’innovation, il est intéressant de noter qu’elle est abordée de manière fort similaire dans le cadre de l’entrepreneuriat social et dans celui de l’entrepreneuriat commercial. Ainsi, les processus de « destruction créatrice » évoqués par Schumpeter qui modifient les systèmes et recentrent les marchés autour de nouveaux équilibres économiques se retrouvent dans des initiatives d’entrepreneuriat social, soit par des changements graduels au niveau micro, soit par des interventions radicales au niveau des systèmes ([Martin & Osberg 2007](#_ENREF_53)).

Troisièmement, l’orientation marché prend différentes formes en entrepreneuriat social. Defourny ([2001](#_ENREF_24)) et d’autres auteurs du réseau EMES suggèrent que les entreprises sociales, contrairement aux ONG traditionnelles et aux associations, ont une production continue de biens et/ou de services et prennent des risques économiques – la faillite étant une des issues possibles. Un minimum de travail rémunéré, c’est-à-dire un personnel qui n’est pas uniquement composé de bénévoles, est également un élément qui caractérise les entreprises sociales. Nicholls et Cho ([2006](#_ENREF_63)) ont identifié d’autres caractéristiques qui étendent cette dimension d’orientation marché, principalement l’accent qui est mis sur une amélioration continue des performances, la volonté de rendre des comptes et la mobilisation minimale de ressources marchandes. Ce dernier élément insistant sur l’origine marchande des ressources est d’ailleurs particulièrement mise en exergue par certaines auteurs ([Boschee 2006](#_ENREF_14); [Thompson 2008](#_ENREF_72)).

En se basant sur la manière dont les entreprises sociales intègrent ces composantes de base, différentes typologies d’entrepreneuriat social ont été proposées. Fowler ([2000](#_ENREF_35)) suggère trois types d’entrepreneuriat social : « intégré » (lorsque l’activité économique en elle-même produit des résultats sociaux), « réinterprétée » (lorsqu’une organisation sans but lucratif existante accroît ses ressources marchandes) et « complémentaire » (lorsque des revenus d’origine commerciale financent la mission sociale d’une organisation soeur sans but lucratif). Dans un exercice similaire, Alter ([2006](#_ENREF_1)) distingue les modèles d’entreprises sociales en fonction de l’orientation de leur mission (allant d’orienté « mission » à orienté « profits »), de leur public cible et de la manière dont leurs activités sociales et commerciales s’articulent entre elles. Alter identifie trois modèles principaux d’entreprises sociales : incorporé (lorsque les activités sociales se confondent avec les activités commerciales, par exemple dans le commerce équitable), intégré (lorsque les programmes sociaux chevauchent les activités commerciales) et externe (lorsque les activités commerciales procurent une source externe de financement aux programmes sociaux, ce qui est typiquement le cas dans les domaines de la santé ou de l’éducation à but non lucratif). D’autres typologies mettent en exergue la grande diversité des modèles organisationnels des entreprises sociales dans des secteurs d’activité tels que le commerce équitable. Cette diversité des modèles peut être expliquée par différentes articulations de la mission sociale et de l’activité marchande mais également par des influences contextuelles et des stratégies d’institutionnalisation de la part des entreprises sociales et des structures qui les supportent ([Huybrechts 2012](#_ENREF_42)).

1. **L’entrepreneuriat social distingué de notions proches**

Après avoir défini les principales caractéristiques de l’entrepreneuriat social, cette section se penche sur des notions voisines qui se rapprochent de l’entrepreneuriat social mais s’en distinguent d’une manière ou d’une autre. Ceci s’avère particulièrement utile pour clarifier les débats dans lesquels ces termes sont mélangés et utilisés comme des synonymes. Quatre énoncés différenciateurs sont proposés : l’entrepreneuriat social n’est pas un « secteur » distinct ; ce n’est pas un synonyme de « social business » ; ce n’est pas une nouvelle forme de responsabilité sociétale des entreprises ; et ce n’est pas le seul modèle d’innovation sociale.

*Pas un secteur distinct*

Une bonne part de l’entrepreneuriat social se situe sur une frontière floue aux confluents des modèles idéaux du secteur public, du secteur privé et de la société civile. Par exemple, bien qu’une grande part de l’entrepreneuriat social prenne ses racines dans la société civile, on remarque une évolution croissante vers une orientation marchande ([Monaci & Caselli 2005](#_ENREF_54)). Ceci fait le lien avec la notion d’économie sociale et solidaire (ESS) qui est largement utilisée en Europe continentale, au Canada et dans d’autres parties du monde. L’économie sociale regroupe des organisations qui sont situées entre le secteur public et le secteur privé à but lucratif. Une organisation d’ESS a comme caractéristique « d’offrir des services à ses membres ou à la communauté plutôt que d’être un outil de rémunération du capital […]. La réalisation d’un bénéfice est dès lors un moyen pour offrir un service, et non le principal moteur sous-tendant l’activité économique » ([Defourny *et al.* 2000: 16, notre traduction](#_ENREF_25)).

Cependant, l’ESS est un concept à la fois plus large et plus étroit que l’entrepreneuriat social. Plus large, car toutes les dynamiques d’ESS ne sont pas marchandes ni entrepreneuriales, bien que la distinction ne soit pas aisée à établir – certains, notamment au Royaume-Uni, fixent ainsi un seuil minimal de ressources marchandes (typiquement 50%) pour caractériser cette orientation. Plus étroit, car l’entrepreneuriat social ne se limite pas aux organisations ayant une forme juridique spécifique à l’ESS: associations, coopératives, mutuelles et fondations. Certaines entreprises sociales n’ayant pas endossé une de ces formes juridiques et ne limitant pas formellement la distribution du profit, mais servant néanmoins d’exemples emblématiques de l’entrepreneuriat social (par exemple, des entreprises de commerce équitable ou de micro-finance, ou divers types d’entrepreneurs indépendants), ne font donc pas formellement partie du secteur de l’ESS. D’autres exemples d’entrepreneuriat social, comme certaines petites entreprises familiales situées dans le secteur public et dans le secteur privé classique, ou issus de partenariats public-privé, se situent également sur une frontière floue entre le secteur privé classique et celui de l’ESS. Mais plus fondamentalement, les niveaux d’analyse ne sont pas les mêmes. L’ESS fait référence à un champ ou à un secteur (le « troisième secteur ») de manière relativement statique et mesurable (grâce à l’indicateur du statut juridique). L’entrepreneuriat social n’est pas un secteur distinct, mais désigne des processus entrepreneuriaux à finalité sociale qui, bien que souvent ancrés dans l’ESS, peuvent se situer dans des espaces institutionnels au carrefour de plusieurs secteurs existants.

*Pas un synonyme de « social business »*

Bien que le terme « social business » ait vu le jour avant celui d’entrepreneuriat social, sa diffusion est plus récente et est principalement à mettre à l’actif de Mohammed Yunus, Prix Nobel de la Paix et fondateur de la Grameen Bank. Cependant, il est encore rarement abordé dans la littérature, au-delà des écrits de Yunus lui-même ([Yunus 2006](#_ENREF_74); [2007](#_ENREF_75); [Yunus *et al.* 2010](#_ENREF_76)). Récemment, des institutions telles que la Commission européenne ont lancé des initiatives de soutien au « social business »[[3]](#footnote-3), mais celles-ci s’orientent vers l’ensemble de l’entrepreneuriat social au-delà du concept spécifique proposé par Yunus – il est ainsi symptomatique de noter que le terme « social business » a été traduit en français par « entrepreneuriat social ».

A première vue, la manière dont ce dernier décrit un « social business » peut paraître assez similaire aux principes qui régissent les entreprises sociales : « une organisation qui poursuit une mission plutôt que le profit et qui peut agir en tant qu’agent de changement pour le monde » ([Yunus 2007: 22, notre traduction](#_ENREF_75)). Cependant, en regardant les caractéristiques des « social businesses », il apparaît que ce concept est beaucoup plus restrictif que celui d’entreprise sociale ou d’entrepreneuriat social. Premièrement, alors que les entreprises sociales n’excluent pas une distribution de profits tant qu’elle est en accord avec la mission, Yunus suggère qu’une telle distribution de profits est interdite pour un social business : « les investisseurs qui le soutiennent n’en retirent aucun profit personnel » ([Yunus 2007: 22, notre traduction](#_ENREF_75)). Les social businesses sont donc soumis à la « contrainte de non-distribution » qui est surtout typique des organisations à but non lucratif ([Hansmann 1980](#_ENREF_40)). Mais contrairement à ces dernières, c’est par le marché que les social businesses doivent se financer et couvrir leurs coûts, et non par de la philanthropie ou du financement public.

En posant le « recouvrement total des coûts » comme critère distinguant les social businesses des associations caritatives, Yunus ignore la possible hybridation des logiques sociales et commerciales qui sous-tendent bon nombre d’entreprises sociales ([Billis 2010](#_ENREF_11); [Di Domenico *et al.* 2010](#_ENREF_31); [Huybrechts 2012](#_ENREF_42)). L’accent que place Yunus sur les revenus issus du marché[[4]](#footnote-4), bien qu’il trouve des échos dans certaines conceptions de l’entrepreneuriat social, est démenti par les modèles de mixité des sources de financement décrit par de nombreuses analyses empiriques de l’entrepreneuriat social ([Bacq & Janssen 2011](#_ENREF_7)).[[5]](#footnote-5) Finalement, il convient de noter que les exemples de social businesses cités par Yunus se situent toujours dans des partenariats entre la Grameen Bank et des multinationales telles que Danone, Veolia et Siemens. Il est donc permis de se demander si le concept défendu par Yunus possède une base empirique plus large qui va au-delà de ces initiatives spécifiques.

*Pas une nouvelle forme de responsabilité sociétale des entreprises*

La responsabilité sociétale des entreprises (RSE) est un troisième concept qui pourrait être confondu avec l’entrepreneuriat social. Selon l’Union Européenne (traité de Lisbonne), la RSE est « un concept qui désigne l’intégration volontaire, par les entreprises, de préoccupations sociales et environnementales à leurs activités commerciales et leurs relations avec leurs parties prenantes. »[[6]](#footnote-6). Par son intégration des buts sociaux dans le domaine commercial et par la nature innovante de certaines de ses initiatives, la RSE pourrait être considérée comme proche, ou même synonyme d’entrepreneuriat social. Adoptant ce point de vue, Baron ([2007](#_ENREF_8)) nomme « entrepreneurs sociaux » les porteurs de projets de RSE. Dans la même veine, Austin et ses collègues suggèrent que l’entrepreneuriat social « est aussi fait pour les grandes entreprises » ([Austin *et al.* 2006a, notre traduction](#_ENREF_4)) et utilise le terme de « corporate social entrepreneurship » ([Austin & Reficco 2005](#_ENREF_5)).

Cependant, deux éléments différencient l’entrepreneuriat social de la RSE. Premièrement, la RSE n’est pas nécessairement entrepreneuriale ou innovante. Des initiatives présentées comme « sociétalement responsables » peuvent très bien s’inspirer des pratiques et des normes établies depuis longtemps (y compris des lois), ce qui ne présente pas de caractère innovant. Deuxièmement, les finalités respectives des projets de RSE et celles de l’entrepreneuriat social divergent fondamentalement. En entrepreneuriat social, la mission sociale est prioritaire et les bénéfices ne sont qu’un moyen d’atteindre cette mission. Ils devraient donc être réinvestis dans le projet, au moins partiellement, plutôt que d’être distribués en premier lieu aux actionnaires. Dans les entreprises commerciales, aussi responsables qu’elles soient, la maximisation du profit reste le but ultime et vise la création de valeur pour les actionnaires. Donc, outre les positions respectives sur le profit et la mission sociale, c’est la question de l’affectation des bénéfices qui différencie l’entrepreneuriat social de la RSE ([Santos 2009](#_ENREF_69)). Une telle distinction peut évidemment être difficile à effectuer sur le terrain, surtout au niveau de petites entreprises très proches des dynamiques d’entrepreneuriat social sans nécessairement s’en revendiquer.

*Pas le seul modèle d’innovation sociale*

L’innovation sociale est un autre terme bénéficiant d’une attention croissante ces dernières années ([Martin & Osberg 2007](#_ENREF_53); [Mulgan *et al.* 2007](#_ENREF_56); [Phills *et al.* 2008](#_ENREF_67)). En se basant sur la littérature sur l’innovation et sur la conceptualisation large qu’en a dressée Schumpeter, Nicholls (2010a : 247, notre traduction) distingue trois types d’innovations sociales : « par le développement de nouveaux produits et services (innovation institutionnelle), par l’utilisation de biens et de produits existants d’une manière originale et plus productive socialement (innovation cumulative) et par la formulation de nouvelles références normatives afin de redéfinir les problèmes sociaux et suggérer de nouvelles solutions (innovation radicale) ». Bien que la plus grande partie de la littérature se soit focalisée sur l’innovation comme étant inhérente à l’entrepreneuriat et à l’orientation marché, le concept d’innovation sociale considère l’innovation de manière plus large. L’innovation sociale, qui peut être définie comme de nouvelles solutions apportées aux besoins sociétaux, ne s’appuie pas nécessairement sur le marché et peut apparaître dans n’importe quel secteur ([Mulgan *et al.* 2007](#_ENREF_56); [Phills *et al.* 2008](#_ENREF_67)): public ([exemple de la budgétisation participative à Porto Alegre et ailleurs, voir par exemple Novy & Leubolt 2005](#_ENREF_64)), privé classique (Austin *et al.* 2006a) ou privé à but non lucratif ([Gerometta *et al.* 2005](#_ENREF_38)). Dans ce sens-là, bien que l’entrepreneuriat social et l’innovation sociale se recoupent clairement, une différence porte sur le fait que l’innovation sociale n’est pas nécessairement orientée vers le marché alors que l’entrepreneuriat social l’est. Certains auteurs considèrent donc l’innovation sociale comme un terme générique au sein duquel l’entrepreneuriat social, ainsi que d’autres initiatives publiques et associatives novatrices situées hors du marché, peuvent se rattacher ([Mulgan *et al.* 2007](#_ENREF_51); [Phills *et al.* 2008](#_ENREF_62)).

1. **Les ressorts de l’entrepreneuriat social**

Bien que l’intérêt pour l’entrepreneuriat social soit grandissant, il ne s’agit néanmoins pas d’un nouveau phénomène. Des exemples d’organisations présentant les trois composantes de base de l’entrepreneuriat social (finalité sociale, innovation et orientation marché) peuvent être trouvés à toutes les époques et dans toutes les régions. Par exemple, des personnalités aussi diverses que Robert Owen (un des pères du mouvement coopératif), Vinoba Bhave (un des disciples de Ghandi) et Jean-Baptiste André Godin (un entrepreneur français qui a fourni d’importants et d’innovants services de protection sociale à tous ses travailleurs) sont des personnages du XIXème siècle qui correspondent aux définitions d’entrepreneurs sociaux développées ci-dessus ([Boutillier 2009](#_ENREF_16); [Mulgan *et al.* 2007](#_ENREF_56)).

Quoi qu’il en soit, identifier certains acteurs et certaines activités à de l’entrepreneuriat social est un sujet récent ; ce terme lui-même n’ayant commencé à émerger que dans les années 1970. Durant les années 1980 et 1990, des organisations pionnières de soutien uniquement focalisées sur l’entrepreneuriat social ont vu le jour (par ex. Ashoka (fondée en 1981), la Schwab Foundation (1998), la Skoll Foundation (1999), UnLtd (2002), le réseau Omidyar (2004) et la Young Foundation (2006) : voir Nicholls, 2010c). Dans le même temps, les politiques gouvernementales de plusieurs pays ont commencé à explorer les possibilités de ce domaine en termes de prestations sociales ([Dees 1998](#_ENREF_20); [Dees & Elias 1998](#_ENREF_23); [Leadbeater 1996](#_ENREF_48)). La désignation de Mohammed Yunus et de la Grameen Bank en tant que Prix Nobel de la Paix a été vue par beaucoup comme un tournant dans la reconnaissance de l’entrepreneuriat social ([Martin & Osberg 2007](#_ENREF_53)) et de l’innovation sociale en général ([Mulgan *et al.* 2007](#_ENREF_56)).

Mais au-delà des activités de ces organisations de soutien, certains changements majeurs dans les contextes socio-économiques, politiques et culturels à travers le monde ont également joué un rôle important dans le nombre croissant de discours et d’initiatives liés à l’entrepreneuriat social. Tout d’abord, la répétition des crises globales a fait exploser la demande d’innovation sociale et d’actions environnementales capables de répondre aux nouveaux défis posés par les « questions pernicieuses » ([Bornstein 2004](#_ENREF_13)). Les principaux défis sont : le changement climatique et la détérioration de l’environnement; les inégalités et la pauvreté; le manque d’accès aux soins de santé de base, à l’eau potable et à l’énergie; les migrations de masse et le terrorisme international.

Ensuite, une plus grande interconnectivité a amélioré la capacité des citoyens à identifier et à répondre aux besoins sociaux et environnementaux. L’avènement des nouveaux médias sociaux a aussi accéléré et intensifié les interactions entre entrepreneurs sociaux, financeurs et autres parties prenantes. L’implication des individus en tant qu’acteurs de changement peut être liée au développement d’une culture de « professionnalisme amateur »  ([Leadbeater 2006](#_ENREF_49)) et à l’émergence du « nouveau régionalisme » ([Murray *et al.* 2010](#_ENREF_57)).

Un troisième moteur majeur fut la redéfinition du rôle de l’Etat, depuis la montée du néo-conservatisme politique dans les années 1980 ([Grenier 2009](#_ENREF_39)). Dans le contexte du « nouveau management public », ces politiques ont favorisé un fonctionnement plus managérial de l’Etat ([Osbourne & Gaebler 1992](#_ENREF_66)) et la création de « quasi-marchés » internes au sein des systèmes de prestations sociales Etatiques ([Bode *et al.* 2011](#_ENREF_12); [Flynn & Williams 1997](#_ENREF_34); [Le Grand 1991](#_ENREF_47)). Les associations ont été mises en concurrence entre elles (et bien souvent avec des entreprises commerciales) pour obtenir du financement public. Les discours des entreprises se départaient de plus en plus de la sphère commerciale pour se porter non seulement sur les activités du secteur public mais également sur celles de la société civile en général ([Dart 2004](#_ENREF_19)). Des défaillances de marché en termes de prestations sociales ouvrent dès lors de nouvelles opportunités pour les entrepreneurs sociaux (dans la santé, l’éducation, etc.)

Finalement, la prolifération d’associations et d’autres organisations émanant de la société civile ([Salamon *et al.* 2003](#_ENREF_68)), conjuguée à plusieurs récessions économiques, ont conduit à une disparité croissante entre l’offre et la demande de ressources pour soutenir les organisations sociales. Cet Etat de fait a amené les organisations de la société civile à devenir plus entreprenantes et à diversifier leur financement en cherchant des sources de revenus d’origine commerciale et de nouveaux partenariats avec l’Etat et avec le secteur privé classique ([Kanter & Summers 1987](#_ENREF_43)). En conséquence, des entrepreneurs sociaux à succès ont réussi à réduire leur dépendance vis-à-vis de l’Etat et/ou des donateurs privés grâce à de nouveaux modèles d’entreprises sociales. Cependant, les revers de la médaille relatifs à la dépendance aux ressources de marché ont également été pointés du doigt ([Battle Anderson & Dees 2006](#_ENREF_10); [Dart 2004](#_ENREF_19)).

1. **La taille et l’étendue du champ de l’entrepreneuriat social**

L’entrepreneuriat social ne se résume pas à une forme juridique unique. Dans certains pays, des formes juridiques spécifiques ont été créées pour faciliter le développement de l’entrepreneuriat social, comme les sociétés à finalité sociale en Belgique, les « Community Interest Company » (CIC) au Royaume-Uni, les coopératives sociales (de type 1 et de type 2) en Italie et les organisations L3C aux Etats-Unis. Cependant, le champ regroupe aussi une variété d’autres formes juridiques (coopératives, associations, sociétés anonymes, etc.), certaines étant combinées au sein de structures hybrides. Comme nous l’avons abordé précédemment, on ne peut pas considérer l’ensemble de l’ESS[[7]](#footnote-7) comme de l’entrepreneuriat social, de même qu’on ne peut pas résumer l’entrepreneuriat social aux seules dynamiques entrepreneuriales émergeant au sein des organisations d’économie sociale. Etant donné le caractère flou de la définition et son niveau d’analyse, ciblé sur les processus plus que sur un secteur ou un type bien défini d’organisations, obtenir des données sur la taille et l’étendue de l’entrepreneuriat social dans le monde est impossible.

Néanmoins, quelques tentatives ont essayé de donner un aperçu chiffré de l’entrepreneuriat social dans différents contextes. L’enquête du Global Entrepreneurship Monitor (GEM) est à ce titre une source d’information précieuse. Il en ressort notamment qu’une entreprise nouvellement créée sur trois en France est une entreprise sociale et que l’entrepreneuriat social implique 3,1 % de la population active en France, 3,3% en Italie, 4,1 % en Belgique et 5,7% au Royaume-Uni. Cette enquête GEM 2010 a adopté, pour la première fois, une perspective internationale sur l’entrepreneuriat social ([Bosma & Levie 2010](#_ENREF_15)). Il en résulte qu’en moyenne 1,9 % de la population est directement engagé dans l’entrepreneuriat social, avec des différences notables en fonction de la région concernée et de son niveau de développement économique.

Pour se faire une idée de l’importance de l’entrepreneuriat social dans différents contextes, il est intéressant de se pencher sur certains sous-secteurs particuliers. Par exemple, Dees ([2010](#_ENREF_22)) fournit des chiffres impressionnants sur le Bangladesh Rural Advancement Committee (BRAC) : il gère plus de 37.000 écoles, compte 120.000 travailleurs et 80.000 bénévoles et il offre des produits de micro-finance à plus de 8 millions de personnes précarisées, atteignant plus de 100 millions de personnes au total. Le commerce équitable est une autre belle réussite, lui qui génère désormais plus de 2,4 milliards d’euros de ventes et touche plus de 7 millions de personnes à travers le monde ([FLO-I 2010](#_ENREF_33)). Enfin, les activités de réseaux et de structures qui apportent leur soutien aux entrepreneurs sociaux donne aussi une indication sur l’étendue globale du phénomène : Ashoka a ainsi soutenu plus de 2000 membres à travers le monde, dont une cinquantaine en France, en Belgique et en Suisse.

**Conclusions et recherches futures**

Ce chapitre a défini l’entrepreneuriat social comme étant composé d’initiatives orientées vers le marché poursuivant des missions sociales de manière innovante. Mis à part ces composantes de base communément admises, l’entrepreneuriat social reste un phénomène contesté qui est compris et promu de différentes manières dans différents contextes. Cela provient principalement du caractère naturellement hybride de l’entrepreneuriat social, qui brouille les frontières entre les secteurs et les formes organisationnelles. Ce chapitre a aussi mis en lumière les points de convergence et de divergence entre l’entrepreneuriat social et d’autres notions avec lesquelles il est fréquemment comparé ou associé.

Ensuite, plusieurs facteurs ont été avancés pour expliquer le succès de l’entrepreneuriat social dans ses pratiques, ses discours et ses soutiens. En plus de la promotion volontariste du concept par les chercheurs, les fondations et d’autres acteurs clés du secteur, quatre facteurs contextuels au sens large ont été repérés : les crises sociales, économiques et environnementales qui apportent de nouveaux défis et opportunités; la plus grande interconnectivité, qui permet aux entrepreneurs de mieux identifier les opportunités et de se connecter à leurs parties prenantes (en ce compris les financeurs) à travers le monde; la redéfinition du rôle de l’Etat, et son soutien plus indirect pour les actions sociales privées; et la diminution des ressources publiques et de celles des donateurs traditionnels, qui ont forcé les entrepreneurs sociaux à imaginer de nouveaux modèles de financement. Enfin, ce chapitre a apporté quelques données relatives à la taille et à l’étendue du champ de l’entrepreneuriat social. L’augmentation du nombre d’entreprises sociales et le soutien croissant dont elles font l’objet tendent à prouver que l’entrepreneuriat social est utile et qu’il porte le potentiel d’un changement systémique plus large.

Cependant, il reste beaucoup à faire avant de pouvoir produire un ensemble de données fiables et cohérentes sur l’entrepreneuriat social – cela représente actuellement le travail de recherche le plus conséquent et le plus stimulant. Par ailleurs, plusieurs autres critiques importantes de l’entrepreneuriat social tel qu’il est conçu actuellement offrent chacune une série de nouvelles opportunités de recherche.

En particulier, l’accent mis sur la personne de l’entrepreneur social vu comme un « héros » a été critiqué comme reflétant les valeurs culturelles occidentales et ne correspondant pas à la réalité du terrain où l’action collective est d’une importante capitale ([Defourny & Nyssens 2010](#_ENREF_29); [Lounsbury & Strang 2009](#_ENREF_51); [Nicholls 2010c](#_ENREF_62); [Nyssens 2006](#_ENREF_65)). De plus, il semble que les institutions locales et les partenariats soient aussi importants dans l’atteinte d’un impact social significatif que le sont les dynamiques des entrepreneurs individuels, quelles que soient leurs motivations et leur charisme ([Yujuico 2008](#_ENREF_73)). Le développement de l’entrepreneuriat social collectif au travers de partenariats implantés dans des contextes institutionnels locaux peut être illustré par de nombreux exemples provenant du mouvement coopératif, comme dans les cas de Desjardins (Québec) et Mondragon (Espagne). Une des raisons à cela est que le support du changement social ne peut provenir du seul fait de l’entrepreneuriat social; ce qui implique notamment une action politique à différents niveaux, qu’ils soient formels ou informels, et des partenariats avec les mouvements sociaux plus larges. Un programme de recherche explorant la politique de l’entrepreneuriat social dans des contextes socioculturels différents et à différents niveaux de pouvoir gouvernement représente un second chantier de recherche majeur.

Ensuite, il est nécessaire d’approfondir les recherches sur les impacts et les résultats associés à l’entrepreneuriat social. Elles ne devraient pas se contenter uniquement de proposer des mécanismes pour mesurer l’impact social, mais aussi analyser comment la pression croissante à l’évaluation influence la gouvernance des entreprises sociales. Pour conserver leur crédibilité, les entrepreneurs sociaux, les gens qui les soutiennent et les gens qui les étudient doivent veiller à ne pas exagérer leur rôle et de le replacer dans un contexte sociétal plus large. Pour trouver un juste milieu entre l’optimisme béat et le pragmatisme perspicace, il convient de garder à l’esprit les échecs d’entrepreneurs sociaux, y compris les cas d’impacts sociaux et d’externalités négatifs.

La finance sociale et l’investissement social constituent un dernier domaine important pour la recherche ([Nicholls 2010b](#_ENREF_61)). Des travaux pourraient y explorer comment les flux de nouvelles ressources parviennent aux projets d’entrepreneuriat social. Ils pourraient aussi se pencher sur les raisons d’investir dans l’entrepreneuriat social, sur la manière dont le marché de l’investissement social est configuré et sur les entraves à la croissance et à la consolidation de telles affectations de capital.

Ce chapitre a mis l’accent sur le fait que l’entrepreneuriat social représente à la fois un champ en expansion pour des actions hybrides et un catalyseur pour des réajustements plus larges des rôles et des frontières du marché, de l’Etat et de la société civile. Cependant, ce champ se trouve toujours dans une situation pré-paradigmatique où les définitions sont encore contestées et où différents acteurs offrent des versions ad hoc de ce qu’est l’entrepreneuriat social et de ce qu’il n’est pas ([Dey & Steyaert 2010](#_ENREF_30); [Nicholls 2010c](#_ENREF_62)). Dans un tel contexte, les chercheurs ont un rôle important à jouer pour analyser et comparer les diverses définitions du champ et éclairer les réalités empiriques à travers des grilles théoriques contextualisées. Ce chapitre a tenté d’apporter sa modeste contribution à cet objectif plus que jamais d’actualité.

**Exercice : utiliser des études de cas pour discuter des définitions**

Après avoir lu ce chapitre, l’exercice suivant est suggéré :

1. Recueillez plusieurs exemples d’entrepreneuriat social (dans votre ville, région, pays ou au niveau mondial). Décrivez-les (histoire, fondateurs, missions, modèles, etc.).
2. Identifiez dans quelle mesure les trois composantes de base présentées ci-dessus – la finalité sociale, l’orientation marchande et l’innovation – se marquent dans ces initiatives. Comment les identifier dans les discours et dans la pratique.
3. Examinez les liens entre ces éléments. Quelles sont les synergies entre la finalité sociale, l’orientation marchande et l’innovation ? Quelles sont les tensions possibles entre les objectifs sociaux et commerciaux ?
4. Parmi ces différents cas, quels modèles peuvent être identifiés en termes de fondateurs, de parties prenantes impliquées, de modèles d’organisation, de financing mix, de trajectoires de croissance ou d’autres variables ?
5. Dans quelle mesure les facteurs contextuels (culture, religion, contexte socio-économique, politiques publiques, structures de support, etc.) influencent l’émergence et la configuration d’initiatives d’entrepreneuriat social ?
6. Comment ces initiatives se démarquent-elles d’autres initiatives situées en-dehors du champ de l’entrepreneuriat social ?

**Objectifs d’apprentissage**

A l’issue de ce chapitre, vous devriez être capable :

* D’expliquer les trois piliers de l’entrepreneuriat social.
* D’expliquer comment l’entrepreneuriat social peut se différencier d’autres concepts proches tels que l’économie sociale et solidaire, le social business, l’innovation sociale et la responsabilité sociétale des entreprises.
* De citer et décrire quelques moteurs de la responsabilité sociale et de les appliquer/adapter à son propre contexte.
* D’expliquer pourquoi il est difficile de mesurer l’entrepreneuriat social; fournir certains chiffres issus d’initiatives que vous connaissez.
* D’identifier et de caractériser les initiatives d’entrepreneuriat social en termes de définitions, ressorts, taille et défis principaux.

**Bibliographie**

Alter, S. K. (2006), “Social Enterprise Models and Their Mission and Money Relationships”, in A. Nicholls (Ed.), *Social Entrepreneurship. New Models of Sustainable Social Change*, Oxford University Press, Oxford, 205-232.

Alvord, S., Brown, L. & Letts, C. (2004), “Social Entrepreneurship and Societal Transformation: an Exploratory Study”, *Journal of Applied Behavioral Science*, 40:3, 260-283.

Armendáriz de Aghion, B. & Morduch, J. (2005), *The Economics of Microfinance*, Massachusetts Institute of Technology Press, London.

Austin, J., Leonard, H. B., Reficco, E. & Wei-Skillern, J. (2006a), “Social Entrepreneurship: It Is For Corporations, Too”, in A. Nicholls (Ed.), *Social Entrepreneurship. New Models of Sustainable Social Change*, Oxford University Press, Oxford, 169-204.

Austin, J. & Reficco, E. (2005), “Corporate Social Entrepreneurship”, *Harvard Business School Working Paper*, 09-101.

Austin, J., Stevenson, H. & Wei-Skillern, J. (2006b), “Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both?”, *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 30:1, 1-22.

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

Baron, D. P. (2007), “Corporate Social Responsibility and Social Entrepreneurship”, *Journal of Economics & Management Strategy*, 16:3, 683-717.

Battilana, J. & Dorado, S. (2010), “Building sustainable hybrid organizations: the case of commercial microfinance organizations”, *Academy of Management Journal*, 53:6, 1419-1440.

Battle Anderson, B. & Dees, J. G. (2006), “Rhetoric, Reality, and Research: Building a Solid Foundation for the Practice of Social Entrepreneurship”, in A. Nicholls (Ed.), *Social Entrepreneurship. New Models of Sustainable Social Change*, Oxford University Press, Oxford, 144-168.

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

Bode, I., Gardin, L. & Nyssens, M. (2011), “Quasi-marketization in domiciliary care: Varied patterns, similar problems?”, *International Journal of Sociology and Social Policy*, 31:3, 225-235.

Bornstein, D. (2004), *How To Change The World: Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas*, Oxford University Press, Oxford.

Boschee, J. (2006), “Social Entrepreneurship: The Promise and the Perils”, in A. Nicholls (Ed.), *Social Entrepreneurship. New Models of Sustainable Social Change*, Oxford University Press, Oxford, 356-390.

Bosma, N. & Levie, J. (2010), “A Global Comparison of Social Entrepreneurship”, in GEM (Ed.), *Global Entrepreneurship Monitor 2009 Executive Report*, GERA, London, 44-51.

Boutillier, S. (2009), “Aux origines de l'entrepreneuriat social. Les affaires selon Jean-Baptiste André Godin (1817-1888)”, *Innovations*, 30, 115-134.

Chavez, R. & Monzón Campos, J. L. (2007), *The Social Economy in the European Union*, CESE/COMM/05/2005, CIRIEC International & The European Economic and Social Committee (EESC), Brussels.

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”, *Academy of Management Perspectives*, 24:3, 37-57.

Dart, R. (2004), “The legitimacy of social enterprise”, *Nonprofit Management & Leadership*, 14:4, 411-424.

Dees, G. (1998), *The Meaning of "Social Entrepreneurship"*, Graduate School of Business, Stanford University.

Dees, J. G. (2001), *The Meaning of “Social Entrepreneurship”*, The Fuqua School of Business, Duke University.

Dees, J. G. (2010), *Creating Large-Scale Change: Not ‘Can’ But ‘How’*, What Matters, McKinsey & Company, New York.

Dees, J. G. & Elias, J. (1998), “The challenges of combining social and commercial enterprise”, *Business Ethics Quarterly*, 8:1, 165-178.

Defourny, J. (2001), “From Third Sector to Social Enterprise”, in C. Borzaga & J. Defourny (Eds.), *The Emergence of Social Enterprise*, Routledge, London, 1-28.

Defourny, J., Develtere, P. & Fonteneau, B. (2000), *Social Economy North and South*, Katholieke Universiteit Leuven, Leuven.

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. (2008a), “Conceptions of Social Enterprise in Europe and in the United States. A Comparative Analysis”, *8th ISTR International Conference and 2nd EMES-ISTR European Conference: "The Third Sector and Sustainable Social Change: New Frontiers for Research",* Barcelona.

Defourny, J. & Nyssens, M. (2008b), “Social Enterprise in Europe: Recent Trends and Developments”, *EMES Working Paper*, 08:01.

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.

Dey, P. & Steyaert, C. (2010), “The politics of narrating social entrepreneurship”, *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 4:1, 85-108.

Di Domenico, M., Haugh, H. & Tracey, P. (2010), “Social Bricolage: Theorizing Social Value Creation in Social Enterprises”, *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 34:4, 681-703.

Fayolle, A. & Matlay, H. (Eds.) (2010), *Handbook of Research on Social Entrepreneurship*, Edward Elgar, Cheltenham.

FLO-I (2010), *Growing Stronger Together. Annual Report 2009-2010*, Fairtrade Labelling Organizations International, Bonn.

Flynn, R. & Williams, G. (Eds.) (1997), *Contracting for Health: Quasi-Markets and the NHS*, Oxford University Press, Oxford.

Fowler, A. (2000), “NGDOs as a moment in history: beyond aid to social entrepreneurship or civic innovation?”, *Third World Quarterly*, 21:4, 637-654.

Freireich, J. & Fulton, K. (2009), *Investing For Social and Environmental Impact: A Design for Catalyzing an Emerging Industry*, Monitor Group, New York.

Gardin, L. (2006), “A variety of resource mixes inside social enterprises”, in M. Nyssens (Ed.), *Social Enterprise. At the crossroads of market, public policies and civil society*, Routledge, London, 111-136.

Gerometta, J., Häussermann, H. & Longo, G. (2005), “Social innovation and civil society in urban governance: Strategies for an inclusive city”, *Urban Studies*, 42:11, 2007-2021.

Grenier, P. (2009), “Social Entrepreneurship in the U.K.: From Rhetoric to Reality?”, in R. Zeigler (Ed.), *An Introduction to Social Entrepreneurship: Voices, Preconditions, Contexts*, Edward Elgar, Cheltenham.

Hansmann, H. (1980), “The Role of Non-Profit Enterprise”, *Yale Law Journal*, 89:5, 835-901.

Hulgard, L. (2008), “Discourses of Social Entrepreneurship in USA and Europe: Variations of the same theme?”.

Huybrechts, B. (2012), *Fair Trade Organizations and Social Enterprise. Social Innovation through Hybrid Organization Models*, Routledge, New York.

Kanter, R. M. & Summers, D. (1987), “Doing Well While Doing Good”, in W. W. Powell (Ed.), *The Nonprofit Sector: A Research Handbook*, Yale University Press, New Haven.

Karamchandani, A., Kubzansky, M. & Frandano, P. (2009), *Emerging Markets, Emerging Models*, Monitor Group, New York.

Kerlin, J. A. (2006), “Social Enterprise in the United States and Europe: Understanding and Learning from the Differences”, *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 17:3, 246-262.

Kerlin, J. A. (2008), “A Comparative Analysis of the Global Emergence of Social Enterprise”, *8th ISTR Conference & 2nd EMES-ISTR Conference,* Barcelona.

Le Grand, J. (1991), “Quasi-markets and Social Policy”, *The Economic Journal*, 101:408, 1256-1267.

Leadbeater, C. (1996), *The Rise of the Social Entrepreneur*, Demos, London.

Leadbeater, C. (2006), “The Socially Entrepreneurial City”, in A. Nicholls (Ed.), *Social Entrepreneurship. New Models of Sustainable Social Change*, Oxford University Press, Oxford, 233-246.

Light, P. (2008), *The Search For Social Entrepreneurship*, The Brookings Institution, Washington, D.C.

Lounsbury, M. & Strang, D. (2009), “Social Entrepreneurship. Success Stories and Logic Construction”, in D. Hammack & S. Heydemann (Eds.), *Globalization, Philanthropy, and Civil Society*, Indiana University Press, Bloomington.

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*, Spring 2007, 29-39.

Monaci, M. & Caselli, M. (2005), “Blurred Discourses: How Market Isomorphism Constrains and Enables Collective Action in Civil Society”, *Global Networks*, 5:1, 49-69.

Mort, G. S., Weerawardena, J. & Carnegie, K. (2003), “Social entrepreneurship: Towards conceptualisation”, *International Journal of Nonprofit & Voluntary Sector Marketing*, 8:1, 76.

Mulgan, G., Tucker, S., Ali, R. & Sanders, B. (2007), *Social innovation: what it is, why it matters and how it can be accelerated*, Working Paper, Skoll Centre for Social Entrepreneurship, Oxford.

Murray, R., Caulier-Grice., J. & Mulgan, G. (2010), *The Open Book of Social Innovation*, NESTA and the Young Foundation, London.

Nicholls, A. (2006a), “Introduction”, in A. Nicholls (Ed.), *Social Entrepreneurship. New Models of Sustainable Social Change*, Oxford University Press, Oxford, 1-35.

Nicholls, A. (Ed.) (2006b), *Social Entrepreneurship. New Models of Sustainable Social Change*, Oxford University Press, Oxford.

Nicholls, A. (2010a), “Fair Trade: Towards an Economics of Virtue”, *Journal of Business Ethics*, 92:0, 241-255.

Nicholls, A. (2010b), “The Institutionalization of Social Investment: The Interplay of Investment Logics and Investor Rationalities”, *Journal of Social Entrepreneurship*, 1:1, 70-100.

Nicholls, A. (2010c), “The Legitimacy of Social Entrepreneurship: Reflexive Isomorphism in a Pre-Paradigmatic Field”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34:4, 611-633.

Nicholls, A. & Cho, A. H. (2006), “Social Entrepreneurship: The Structuration of a Field”, in A. Nicholls (Ed.), *Social Entrepreneurship. New Models of Sustainable Change*, Oxford University Press, Oxford, 99-118.

Novy, A. & Leubolt, B. (2005), “Participatory budgeting in Porto Alegre: Social innovation and the dialectical relationship of state and civil society”, *Urban Studies*, 42:11, 2023-2036.

Nyssens, M. (Ed.) (2006), *Social Enterprise. At the crossroads of market, public policies and civil society*, Routledge, London.

Osbourne, D. & Gaebler, T. (1992), *Reinventing Government*, Addison-Wesley, Reading.

Phills, J. A. J., Deiglmeier, K. & Miller, D. T. (2008), “Rediscovering Social Innovation”, *Stanford Social Innovation Review*, Fall 2008, 34-43.

Salamon, L. L., Sokolowski, S. W. & List, R. (2003), *Global Civil Society: An Overview*, Johns Hopkins Center for Civil Society Studies, Baltimore.

Santos, F. (2009), “A Positive Theory of Social Entrepreneurship”, *INSEAD Faculty & Research Working Paper*, 2009/23/EFE/ISIC.

Short, J., Moss, T. & Lumpkin, G. (2009), “Research in Social Entrepreneurship: Past Contributions and Future Opportunities”, *Strategic Entrepreneurship Journal*, 3, 161-194.

Stone, M. & Cutcher-Gershenfeld, S. (2001), “Challenges of Measuring Performance in Nonprofit Organizations”, in P. FLYNN & H. V.H. (Eds.), *Measuring the Impact of the Nonprofit Sector*, Academic/Plenum Publishers, New-York.

Thompson, J. L. (2008), “Social enterprise and social entrepreneurship: where have we reached?: A summary of issues and discussion points”, *Social Enterprise Journal*, 4:2, 149-161.

Yujuico, E. (2008), “Connecting the Dots in Social Entrepreneurship through the Capabilities Approach”, *Socio-Economic Review*, 6:3, 493-513.

Yunus, M. (2006), “Social Business Entrepreneurs Are the Solution”, in A. Nicholls (Ed.), *Social Entrepreneurship. New Models of Sustainable Social Change*, Oxford University Press, Oxford, 39-44.

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

Yunus, M., Moingeon, B. & Lehmann-Ortega, L. (2010), “Building Social Business Models: Lessons from the Grameen Experience”, *Long Range Planning*, 43:2-3, 308-325.

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.

1. Dans une recherche Internet réalisée en mars 2011 via EBSCO et Google Scholar, 75 articles et 23 livres comprenant le terme « entrepreneuriat social » ont été identifiés. [↑](#footnote-ref-1)
2. Le  *Social Enterprise Journal*  (Emerald) et *The Journal of Social Entrepreneurship* (Routledge) [↑](#footnote-ref-2)
3. http://ec.europa.eu/internal\_market/social\_business/index\_fr.htm [↑](#footnote-ref-3)
4. Par ex. : « Dès qu’un projet s’est libéré de la force gravitationnelle liée à la dépendance financière, il est prêt à aller dans l’espace. » (Yunus, 2007: 23, notre traduction) [↑](#footnote-ref-4)
5. Plusieurs auteurs critiquent le mythe voulant que ne dépendre que des revenus du marché apporte l’indépendance et la durabilité ([Battle Anderson & Dees 2006](#_ENREF_10); [Dart 2004](#_ENREF_19)). Ils suggèrent soit de ne pas se préoccuper de l’origine des revenus, soit de viser une hybridation des ressources ([Gardin 2006](#_ENREF_37)). [↑](#footnote-ref-5)
6. <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/corporate-social-responsibility/index_fr.htm>, page consultée le 16 mai 2011. [↑](#footnote-ref-6)
7. Estimée, en France et en Belgique (2006), à respectivement 10 et 12% du PIB et à 10 et 8% de l’emploi salarié (voir <http://archive.wikiwix.com/cache/?url=http://www.insee.fr/fr/themes/detail.asp?ref_id=eco-sociale%26reg_id=99&title=Insee> et <http://www.ces.ulg.ac.be/fr_FR/services/analyses-statistiques/economie-sociale>). Au niveau européen, Chavez et Monzon Campos ([2007](#_ENREF_17)) estiment que l’ESS représentait 7% de l’emploi salarié en 2003. [↑](#footnote-ref-7)