

L'entrepreneuriat social Un thème pour la recherche passée, présente et future

Frank Janssen, Sophie Bacq and François Brouard

Volume 25, Number 3-4, 2012

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1018416ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1018416ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Presses de l'Université du Québec

ISSN

0776-5436 (print)

1918-9699 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Janssen, F., Bacq, S. & Brouard, F. (2012). L'entrepreneuriat social : un thème pour la recherche passée, présente et future. *Revue internationale P.M.E.*, 25 (3-4), 17–44. <https://doi.org/10.7202/1018416ar>

Article abstract

Social entrepreneurship is a fast growing research field. The aim of this article is to provide an overview of social entrepreneurship as a research domain, as well as of the articles in this special issue, by examining past and future research. The article investigates the origins of the field and definitional issues. It then looks at previous research, themes and methodologies. It finally examines future research avenues. To conclude, it presents the articles contained in this special issue.

L'entrepreneuriat social

Un thème pour la recherche passée, présente et future

Frank JANSSEN
*Louvain School of Management
Université catholique de Louvain*

Sophie BACQ
*d'Amore-McKim School of Business
Northeastern University*

François BROUARD
*Sprott School of Business
Carleton University*

MOTS CLÉS

**Entrepreneuriat social – Définition – Recherches antérieures
Voies de recherche**

LES AUTEURS

FRANK JANSSEN, MBA, Ph.D., est professeur d'entrepreneuriat à la Louvain School of Management de l'Université catholique de Louvain. Il est membre du CRECIS (Centre for Research on Entrepreneurial Change and Innovative Strategies) et vice-président de l'AIREPME. Ses recherches et publications portent sur la croissance de la firme, l'entrepreneuriat social, les motivations entrepreneuriales et la pédagogie entrepreneuriale. Adresse: Louvain School of Management, Université catholique de Louvain, place des Doyens 1, 1348 Louvain-la-Neuve, Belgique. Courriel: <frank.janssen@uclouvain.be>.

SOPHIE BACQ, Ph.D., est professeure d'entrepreneuriat et d'innovation à la d'Amore-McKim School of Business de la Northeastern University et membre académique du Social Enterprise Institute. Ses recherches portent principalement sur l'entrepreneuriat social, les questions de gouvernance et de gestion dans les organisations hybrides, de même que les entreprises à internationalisation rapide et précoce. Adresse: d'Amore-McKim School of Business, Northeastern University, 219 B Hayden Hall, 360 Huntington Avenue, Boston, Mass., 02115, États-Unis. Courriel: <sophie.bacq@neu.edu>.

FRANÇOIS BROUARD, DBA, FCPA, FCA est professeur agrégé à la Sprott School of Business de l'Université Carleton et directeur fondateur du Sprott Centre for Social Enterprises / Centre Sprott pour les entreprises sociales (SCSE/CSES). Ses recherches portent sur l'entrepreneuriat social, les entreprises sociales, les organismes de bienfaisance, la veille stratégique et la gouvernance. Adresse: Sprott School of Business, Carleton University, 824 Dunton Tower, 1125 Colonel By Drive, Ottawa, Ontario, Canada, K1S 5B6. Courriel: <francois_brouard@carleton.ca>.

RÉSUMÉ

L'entrepreneuriat social constitue un thème de recherche en pleine croissance. L'objectif de l'article est de situer le thème de l'entrepreneuriat social et les articles du présent numéro spécial en examinant le passé et le futur de ce champ de recherche. Ainsi, une genèse du thème et des éléments de définition sont présentés. Le regard vers le passé se poursuit en soulignant les aspects méthodologiques et les principaux thèmes traités dans les recherches antérieures. Ensuite, le regard se tourne vers l'avenir en identifiant des voies de recherche futures. Enfin, les articles publiés dans ce numéro spécial sont brièvement décrits.

ABSTRACT

Social entrepreneurship is a fast growing research field. The aim of this article is to provide an overview of social entrepreneurship as a research domain, as well as of the articles in this special issue, by examining past and future research. The article investigates the origins of the field and definitional issues. It then looks at previous research, themes and methodologies. It finally examines future research avenues. To conclude, it presents the articles contained in this special issue.

RESUMEN

El Emprendimiento Social es un campo investigativo que crece aceleradamente. El objetivo de este artículo es brindar una perspectiva del Emprendimiento Social como un dominio investigativo, así como de los artículos en esta edición especial, por medio de un estudio de las investigaciones pasadas y futuras. En el artículo se debaten los orígenes del campo investigativo y sus definiciones. Seguidamente, se analizan previas investigaciones, temas y metodologías. Finalmente, se exploran varias avenidas para investigaciones futuras. Como conclusión, se presentan los artículos contenidos en esta edición especial.

Introduction

Ces dernières années, l'entrepreneuriat social a suscité un intérêt croissant, tant de la part des acteurs politiques, économiques, de la presse que du monde académique (Dey, 2006; Nicholls, 2008; Short, Moss et Lumpkin, 2009; Stryjan, 2006; Weerawardena et Sullivan Mort, 2006). Tous vantent les mérites de ces nouvelles pratiques entrepreneuriales destinées à créer de la valeur sociale (Dees, 1998a; Sharir et Lerner, 2006; Sullivan Mort, Weerawardena et Carnegie, 2003).

Encourager les initiatives d'entrepreneuriat social fait partie des priorités de nos gouvernements depuis un certain moment déjà (Commission européenne, 2003). Plusieurs pays ont même mis en place des cadres juridiques spéciaux pour ces initiatives. De nombreuses organisations de soutien

et de promotion de l'entrepreneuriat social ont vu le jour. Des fondations comme Ashoka, Avina, Schwab et Skoll identifient les entrepreneurs sociaux afin de soutenir leurs activités et leur développement. Ensemble, ces quatre fondations investissent plus de 75 millions de dollars par année (Spitzeck et Janssen, 2010). Les écoles de gestion les mieux cotées du monde (Columbia, Harvard, New York University, Oxford, Stanford, etc.) offrent aujourd'hui des spécialisations en entrepreneuriat social dans leurs programmes et organisent des conférences sur le sujet.

Une série d'éléments peut expliquer cet engouement croissant. Premièrement, l'entrepreneuriat social est générateur de bienfaits et de progrès dans des domaines aussi larges et variés que les soins de santé, le développement durable, la livraison de biens et de services aux plus démunis ou la défense des droits de l'Homme. Il est donc reconnu pour ses capacités à traiter de manière innovante des problèmes sociaux de plus en plus complexes (Johnson, 2000; Thompson, Alvy et Lees, 2000). Il est également considéré comme une réponse aux problèmes de financement des organismes sans but lucratif (Dees, 1998a, 1998b).

Deuxièmement, s'il est généralement admis qu'en pratique l'entrepreneuriat social n'est pas un phénomène nouveau, la formulation est relativement récente. Le terme «entrepreneuriat social», traduction de l'expression anglophone «*social entrepreneurship*», remonte au début des années 1980 et est apparu aux États-Unis, où des organisations visant à apporter leur soutien à des individus porteurs de changement pour la société, comme Ashoka, ont vu le jour.

Les termes «entrepreneuriat» et «social» peuvent d'ailleurs sembler être en opposition. Le concept brouille les frontières traditionnelles entre les secteurs public et privé et donne naissance à des entreprises hybrides (Johnson, 2000; Wallace, 1999) guidées par des stratégies de création de valeur double, à la fois sociale et économique (Alter, 2006). Cette hybridation intrigue et donne lieu à un nombre croissant de discussions.

Troisièmement, bien que prometteur en termes d'impact tant social qu'économique tel que la création d'emplois, l'entrepreneuriat social est aujourd'hui freiné par des défis inhérents à sa nature hybride. Ces défis soulèvent de nombreuses questions et suscitent l'intérêt des chercheurs de nombreux horizons géographiques et disciplinaires.

De façon générale, un consensus se dégage aujourd'hui pour souligner l'importance de la compréhension de l'entrepreneuriat social (Dees, 1998a, 1998b; Dey, 2006; Weerawardena et Sullivan Mort, 2006). Le phénomène est toutefois relativement plus (re)connu dans le monde anglo-saxon, ce qui justifie également l'intérêt de ce numéro spécial.

La recherche s'accorde sur la nécessité d'une théorisation solide et d'une validation empirique de l'entrepreneuriat social. Ce concept mérite une réflexion plus approfondie à différents niveaux. Premièrement, au niveau de l'individu, différentes questions doivent trouver une réponse.

- Quelles sont les caractéristiques différenciant les entrepreneurs sociaux des entrepreneurs dits « commerciaux » ?
- Quelles sont les motivations des entrepreneurs sociaux ?
- De quelles compétences les entrepreneurs sociaux ont-ils besoin pour assurer le succès de leur projet ?
- Quelles sont les principales difficultés éprouvées par les entrepreneurs sociaux ?

Une deuxième dimension de l'entrepreneuriat social se doit d'être abordée : celle du processus. En particulier, les questions suivantes demandent réponse.

- Comment une opportunité en entrepreneuriat social est-elle découverte et exploitée ?
- Quelle est la place de la mission sociale dans la construction du projet ?
- Quelle sont la nature et l'intensité du lien entre la mission sociale et les activités économiques génératrices de revenus ?
- Quels sont les moyens mis en place pour gérer les tensions entre ces deux objectifs ?

Troisièmement, d'un point de vue organisationnel, plusieurs questions se posent également.

- À travers quelles stratégies et quels modes d'organisation en général, les entrepreneurs sociaux garantissent-ils le succès de leur entreprise ?
- Quelle est la place de la gouvernance dans les organisations de l'entrepreneuriat social ? Quel rôle joue le conseil d'administration ? Quelle est la place laissée aux différentes parties prenantes de l'organisation ?
- Comment mesurer la performance « sociale » des organisations de l'entrepreneuriat social ?
- Existe-t-il différentes formes d'entrepreneuriat social ? Dans l'affirmative, comment les organisations se distinguent-elles entre elles ?

Enfin, du point de vue du champ en général, nous nous devons de poser la question suivante.

- Quelle place l'«entrepreneuriat social» prend-il dans le champ académique de l'entrepreneuriat ? Comment se positionne-t-il par rapport à ce dernier ?

L'objectif de cet article est de situer le thème de l'entrepreneuriat social et les articles du présent numéro spécial en examinant le passé et le futur. Ainsi, la première section examine la genèse du thème et des éléments de définition. La deuxième section jette un regard rétrospectif sur les aspects méthodologiques et les principaux thèmes traités dans les recherches antérieures. La troisième section relève des voies de recherche afin de se projeter vers l'avenir. La quatrième section présente les articles publiés dans ce numéro spécial.

1. Genèse du thème et éléments de définition

L'entrepreneuriat social en tant que pratique existe depuis longtemps. On peut évidemment citer Florence Nightingale, une Britannique qui a lutté pour améliorer les conditions d'hospitalisation au cours de la guerre de Crimée au XIX^e siècle, faisant baisser le taux de mortalité de 40 % à 2 %, ou Roshaneh Zafar, fondatrice de la Kashf Foundation, qui a combattu pour la condition économique des femmes au Pakistan, en allouant des milliers de microcrédits (Dearlove, 2004). L'exemple le plus connu est celui de Muhammad Yunus qui a créé la Grameen Bank, idée pour laquelle il a reçu le prix Nobel de la Paix en 2006. La mission de la Grameen Bank est d'éradiquer la pauvreté (Seelos et Mair, 2005 ; Yunus, Moingeon et Lehmann-Ortega, 2010). La Grameen Bank accomplit cette mission en accordant des microcrédits aux petits entrepreneurs, pour la majorité des femmes (Haugh, 2007). Par conséquent, son fondateur défend la thèse selon laquelle les entrepreneurs sociaux représentent une solution pour répondre aux besoins urgents de la société (Yunus, 2009).

Si l'entrepreneuriat social comme pratique est loin d'être un phénomène nouveau et bénéficie d'une longue tradition ainsi que d'une présence mondiale, il n'attire l'attention des chercheurs que depuis quelques années. À ce jour, les recherches ont surtout visé à circonscrire l'entrepreneuriat social. Si une organisation consacre une partie de son revenu à une cause sociale, peut-on parler d'entrepreneuriat social ? La même question peut se poser pour toutes les organisations à but non lucratif qui adoptent des pratiques de gestion empruntées à des entreprises commerciales (Mair et Martí, 2004). De même, toute personne responsable de la gestion d'une organisation

active dans le domaine social, bénévole ou communautaire est-elle nécessairement un entrepreneur social ? Ou doit-elle plutôt être appelée « gestionnaire d'entreprise sociale » (Brouard, 2007) ?

Pour mieux comprendre le phénomène et progresser dans ce nouveau domaine de recherche, une définition claire des concepts clés est indispensable (Christie et Honig, 2006). Cependant, l'absence d'un paradigme unificateur a conduit à la prolifération des définitions et les notions d'« entrepreneuriat social », d'« entrepreneur social » ou d'« organisation entrepreneuriale sociale », voire d'entreprise sociale, ont souvent été utilisées indifféremment pour exprimer la même idée (Bacq et Janssen, 2011 ; Brouard et Larivet, 2010). Pour compliquer les choses encore un peu plus, l'origine géographique des chercheurs semble devoir influencer leur approche du concept. Différentes écoles de pensée se sont intéressées à l'entrepreneuriat social et l'on pourrait présupposer qu'il existe un fossé transatlantique dans la façon dont l'entrepreneuriat social est compris et appréhendé, notamment en raison de conceptions différentes du capitalisme et du rôle du gouvernement (Bacq et Janssen, 2011). Ces débats définitionnels nuisent néanmoins à la crédibilité du champ et à son développement (Dacin, Dacin et Tracey, 2011 ; Short, Moss et Lumpkin, 2009).

Les origines de l'entrepreneuriat social en tant que champ d'études pourraient remonter à plus d'un demi-siècle. Ainsi, en 1972, Banks, dans une étude sociologique des mouvements sociaux, utilise le terme « entrepreneur social » (Nicholls, 2008). Il faut aussi souligner les travaux de Young (1983) qui, en 1983, décrivait des entrepreneurs innovants à but non lucratif, dans la lignée de la conception de Schumpeter. Une autre contribution pionnière est celle de Waddock et Post (1991) qui ont publié un article assez court sur le sujet en 1991. Le terme ne sera toutefois utilisé plus largement dans le monde universitaire qu'à la fin des années 1990 aux États-Unis (Boschee, 1995 ; Bornstein, 1998 ; Dees, 1998a, 1998b ; Drayton 2002 ; Thompson, Alvy et Lees, 2000), au Canada (Johnson, 2000) et au Royaume-Uni (Leadbeater, 1997).

Passons en revue quelques-unes des définitions fondatrices. Selon Boschee (1995, p. 1), l'entrepreneuriat social est l'action de dirigeants à but non lucratif qui accordent de l'attention aux forces du marché, sans pour autant perdre de vue leur mission qui consiste à équilibrer des impératifs moraux et des motivations de profit et dont la conjonction est le cœur et l'âme du mouvement. Pour Dees (1998a, 1998b), le concept réunit la passion d'une mission sociale et la discipline de l'entreprise, l'innovation et la détermination. Pour Bornstein (1998), l'entrepreneur social Ashoka est un pionnier qui a développé une idée nouvelle et puissante ainsi qu'un mode créatif de résolution de problèmes à la fois visionnaire et pragmatique, qui a une fibre

éthique solide et qui est totalement imprégné par sa vision de changement. Thompson, Alvy et Lees (2000) les considèrent comme des personnes qui identifient des possibilités de répondre à certains besoins auxquels le système de l'État-providence ne pourra pas ou ne voudra pas répondre et qui rassemblent les ressources nécessaires (généralement des personnes, souvent des bénévoles, de l'argent et des infrastructures) et les utilisent pour faire quelque chose de différent. Leadbeater (1997) donne une définition large de l'entrepreneuriat social qu'il considère comme étant une vaste gamme d'activités liées à l'économie, l'éducation, la recherche, la sécurité sociale ou la spiritualité, exercées par diverses organisations.

Durant les dernières années, les définitions de l'entrepreneuriat social se sont multipliées. Certains le considèrent comme un processus consistant en l'utilisation et la combinaison innovante de ressources pour explorer et exploiter des opportunités, qui vise à catalyser le changement social en répondant aux besoins humains fondamentaux d'une manière durable (Mair et Martí, 2004, p. 3); Mair et Noboa ajouteront que ce changement social est catalysé par la création d'organisations et/ou de pratiques qui produisent et maintiennent des avantages sociaux (Mair et Noboa, 2006). Pour d'autres, l'entrepreneuriat social englobe les notions de construction, d'évaluation et de poursuite d'opportunités comme moyens de transformation sociale réalisée par des personnes visionnaires et passionnées (Roberts et Woods, 2005, p. 49).

L'entrepreneuriat social a également été défini comme une activité innovante, créatrice de valeur sociale qui peut se produire à l'intérieur ou à travers les secteurs associatifs, commerciaux ou publics (Austin, Stevenson et Wei-Skillern, 2006, p. 1). Weerawardena et Sullivan Mort (2006, p. 22, p. 32) utilisent également les notions de création de valeur sociale, d'exploitation d'opportunités, de mission sociale, d'innovation, de proactivité et de gestion des risques. Pour Nicholls (2008, p. 23), l'entrepreneuriat social est un ensemble d'activités novatrices et efficaces qui mettent l'accent stratégique sur la résolution de défaillances de marché sociales et sur la création de nouvelles opportunités permettant de systématiquement ajouter de la valeur sociale en utilisant un éventail de ressources et de formes organisationnelles afin de maximiser l'impact social et de générer des changements. Cette définition met surtout l'accent sur deux éléments constitutifs: un accent stratégique sur l'impact social et une approche innovante dans la réalisation de la mission (Nicholls, 2008, p. 13).

L'exercice de définition implique également de déterminer dans quelle mesure ce concept diffère de l'entrepreneuriat traditionnel que l'on pourrait qualifier de commercial. En effet, un élément se définit au travers d'un ensemble de caractéristiques particulières qui permettent de le distinguer

d'autres éléments, qu'il s'agisse d'entrepreneuriat commercial ou d'activités sociales non entrepreneuriales. Par ailleurs, on pourrait argumenter que toute forme d'entrepreneuriat génère, par nature, de la valeur sociale, par exemple, la création d'emplois. Toutefois, cela ne signifie pas que tout ce qui se rapporte à l'initiative entrepreneuriale relève de l'entrepreneuriat social. De même, toute activité à but non lucratif n'implique pas nécessairement un comportement entrepreneurial.

L'entrepreneuriat social présente trois similitudes avec le champ de recherche de l'entrepreneuriat à ses débuts. Tout d'abord, la recherche en entrepreneuriat social dérivait surtout de la pratique (Mair et Martí, 2006), comme cela a été le cas pour l'entrepreneuriat classique qui s'est d'abord développé chez les praticiens avant d'attirer l'attention des chercheurs voici une bonne vingtaine d'années.

Deuxièmement, jusqu'aux années 2000, de nombreux auteurs (Bruyat et Julien, 2001 ; Chell, Haworth et Brearley, 1991 ; Shane et Venkataraman, 2000) ont regretté l'absence d'un paradigme unificateur dans le domaine de l'entrepreneuriat. Si un consensus semble s'être dégagé aujourd'hui, ce n'est pas encore le cas en entrepreneuriat social où cette absence a conduit à la prolifération des définitions (Dees, 1998a, 1998b). Par ailleurs, ses frontières avec d'autres champs de recherche restent floues (Mair et Martí, 2006, p. 36). Rappelons-nous toutefois que l'interdisciplinarité a joué un rôle clé dans l'évolution de l'entrepreneuriat, contribuant à le conduire d'un thème marginal à celui de champ plus que respecté¹ (Dees et Battle Anderson, 2006). De même, l'entrepreneuriat social emprunte à l'anthropologie, à l'économie, à la psychologie, à la sociologie et aux sciences politiques (Dacin, Dacin et Tracey, 2011).

Troisièmement et partiellement en lien avec le point précédent, bien qu'encore à ses débuts (Dees et Battle Anderson, 2006 ; Dorado 2006), la recherche académique dans le domaine de l'entrepreneuriat social pourrait répliquer l'évolution théorique de sa discipline mère, à présent reconnue comme une discipline universitaire (Bruyat et Julien, 2001) comptant une importante communauté scientifique qui a produit un corpus de recherche important (Acs et Audretsch, 2003 ; McGrath, 2003).

1. Soulignons, à cet égard, que l'article susmentionné de Shane et Venkataraman (2000) a obtenu le «2010 Academy of Management Review Decade Award», une récompense attribuée à l'article publié dans l'AMR qui a été le plus cité durant la dernière décennie (Shane, 2012 ; Venkataraman, Sarasvathy, Dew et Forster, 2012).

Les quatre perspectives auxquelles a eu recours Gartner (1985) pour décrire la création d'entreprises (les caractéristiques du ou des individus qui créent l'entreprise, le processus par lequel la nouvelle entreprise est créée, les caractéristiques de cette organisation et l'environnement de la nouvelle entité) sont classiquement utilisées pour décrire l'entrepreneuriat au sens large et peuvent également l'être dans le cadre de l'entrepreneuriat social (Bacq et Janssen, 2011 ; Spitzack et Janssen, 2010), ainsi que pour comparer les deux.

Au niveau de l'individu, on pourrait penser que différentes caractéristiques, qu'elles soient démographiques, liées à l'expérience antérieure ou aux motivations, différencient les entrepreneurs sociaux de leurs homologues commerciaux. Pourtant, il semble que ces derniers partagent certaines caractéristiques importantes avec les entrepreneurs commerciaux, telles que leur capacité à identifier des opportunités (Catford, 1998), quoique ces dernières se situent dans le domaine social (Nicholls, 2008). Par contre, d'après Thalhuber (1998), les entrepreneurs sociaux, contrairement aux entrepreneurs classiques, dérivent leur force de la sagesse et de l'expérience collective plutôt que de leurs compétences personnelles; ils se focalisent sur les objectifs à long terme de l'entreprise plutôt que sur les gains financiers de court terme, la mission sociale leur servant de garde-fou; enfin, le profit constitue un moyen au service de la mission plutôt qu'une fin en soi au bénéfice des actionnaires. Notons que, contrairement à ce que pense Thalhuber (1998), c'est également le cas de nombreux entrepreneurs classiques.

Au niveau du processus, les actions de l'entrepreneur dans le cadre de la création de son entreprise peuvent être résumées par six comportements: l'identification d'une opportunité d'affaires, l'accumulation de ressources, la mise sur le marché d'un produit ou d'un service, la production d'un produit, la création d'une organisation ou encore la réponse au gouvernement et à la société. En ce sens, l'identification d'opportunités sociales a souvent été présentée comme étant au cœur de ce qui constitue l'entrepreneuriat social (Catford, 1998; Nicholls, 2008), tout comme la mise sur le marché de produits ou de services destinés à des tranches de la population plus démunies. L'invention du microcrédit en est un exemple.

Les caractéristiques de l'organisation sont, au sens de Gartner (1985), constituées de ses choix stratégiques. Dans le cadre de l'entrepreneuriat social, nous retiendrons premièrement le *type de mission sociale* à laquelle se voue l'organisation, de même que l'*intensité du lien* entre cette mission sociale et les activités économiques génératrices de revenus. La *forme juridique* est également une variable importante en entrepreneuriat social en ce sens qu'elle détermine une série de décisions organisationnelles.

Enfin, le dernier niveau d'analyse est l'environnement. Gartner (1985) utilise une approche déterministe de l'environnement, défini comme étant un ensemble externe de conditions auxquelles les entrepreneurs doivent s'adapter. Il reprend les 12 facteurs stimulant l'entrepreneuriat relevés par Bruno et Tyebjee (1982), tels que la disponibilité de capital ou de main-d'œuvre compétente ou encore la facilité d'accès aux fournisseurs ou aux services nécessaires.

Nous définissons l'entrepreneuriat social comme étant le processus d'identification, d'évaluation et d'exploitation d'opportunités visant à la création de valeur sociale par le biais d'activités de marché commerciales et de l'utilisation d'une vaste gamme de ressources.

Au niveau individuel, l'entrepreneur social peut être défini comme étant une personne visionnaire, à la fibre éthique prononcée, dont le principal objectif est de créer de la valeur sociale, capable à la fois de détecter et d'exploiter des opportunités, de réunir les ressources nécessaires à sa mission sociale et de trouver des solutions innovantes aux problèmes sociaux de sa communauté, problèmes qui ne sont pas correctement traités par le système en place (Bacq et Janssen, 2011).

Les organisations entrepreneuriales sociales sont, quant à elles, caractérisées par la combinaison d'un objectif social – leur principale raison d'être – avec des objectifs de rentabilité financière liés à leurs activités marchandes. Dès lors, l'entrepreneur social devra faire face à un défi majeur dans le but de garantir la viabilité à long terme de son projet entrepreneurial : celui de trouver un équilibre durable entre la mission sociale de l'organisation, d'une part, et son activité économique génératrice de revenus, d'autre part.

L'entrepreneuriat social a donc une mission sociale explicite et centrale. C'est sans doute sa caractéristique principale et l'élément commun à la majorité des définitions, comme le soulignent Dacin, Dacin et Tracey (2011). Partageant ce point de vue, c'est aussi cet aspect que nous suggérons de retenir afin de faire progresser le champ au-delà de discussions sans fin sur ces aspects définitionnels. Relevons enfin que la principale différence entre l'entrepreneuriat social et la responsabilité sociale de l'entreprise réside dans le fait que cette dernière n'accorde pas la primauté au rôle social bien qu'elle l'intègre.

2. Les recherches antérieures

Au fil des deux dernières décennies, la recherche scientifique dans ce domaine a considérablement augmenté, comme en témoignent notamment le nombre de conférences et de numéros spéciaux de revues consacrés à ce thème, surtout dans le monde anglo-saxon. Songeons, par exemple, aux récents

numéros spéciaux édités par *International Journal of Entrepreneurship Education* (2003), *Journal of World Business* (2006), *International Journal of Social Economics* (2006), *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research* (2008), *Emergence: Complexity & Organization* (2008), *International Review of Entrepreneurship* (2010), *Entrepreneurship & Regional Development* (2011), *Entrepreneurship: Theory & Practice* (2010, 2012), *Journal of Business Ethics* (2012), *Academy of Management Learning and Education* (2012), *La Revue des sciences de gestion* (2012), *Small Business Economics* (2013), en plus du présent numéro de la *Revue internationale PME* (2013). Notons au passage qu'au fil du temps ce sont des revues de mieux en mieux classées qui se sont intéressées à cette thématique.

En plus de celles qui ont publié un numéro spécial, certaines revues font du champ de recherche de l'entrepreneuriat social ou des entreprises sociales une composante de leurs sujets d'intérêt. Citons les revues *ANSERJ – Revue canadienne de recherche sur les OSBL et l'économie sociale/Canadian Journal of Nonprofit and Social Economy Research*, *Journal of Non-Profit and Public Sector Marketing*, *Journal of Developmental Entrepreneurship*, *Non-Profit Management and Leadership*, *International Journal of Public Administration*, *Business Horizons*, *Annals of Public and Cooperative Economics*, *California Management Review*, *Academy of Management Review*, *International Journal of Non-profit and Voluntary Sector Marketing*, *Journal of Asia-Pacific Business*, *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, *Voluntas*, *Journal of Entrepreneurial and Organizational Diversity* (Granados, Hlupic, Coakes et Mohamed, 2011 ; Hill, Kothari et Shea, 2010 ; Short, Moss et Lumpkin, 2009).

Enfin, il faut aussi compter sur des revues consacrées à ce sujet. Notons, par exemple, les revues *Journal of Social Entrepreneurship*, *Social Enterprise Journal*, *Journal of Social Enterprise and Entrepreneurship*, *International Journal of Social Entrepreneurship and Innovation*, *Social Business* ou la *Stanford Social Innovation Review*.

Comme l'entrepreneuriat social est principalement concentré en Amérique du Nord et en Europe de l'Ouest, il existe deux traditions majeures relativement à son développement, ce qui influence la recherche (Hoogendoorn, Pennings et Thurik, 2010 ; Kerlin, 2006). La tradition américaine, dominée par les États-Unis, place l'accent sur l'obtention de revenus plutôt que l'obtention de subventions. La tradition européenne, dominée par le Royaume-Uni, place l'accent sur l'économie sociale où des acteurs de la société civile créent de nouvelles entreprises sociales. Selon la tradition, il est possible d'associer les chercheurs davantage aux sciences de la gestion et/ou aux sciences sociales.

Cette section présente un examen des recherches antérieures dans les revues en mettant l'accent, dans un premier temps, sur les types d'études et les méthodologies utilisées et, dans un deuxième temps, sur les principaux thèmes de recherche. Il existe également un certain nombre de livres sur le sujet (Desa, 2007). La consultation d'articles ayant recensé les recherches antérieures (Cukier, Trenholm, Carl et Gekas, 2011 ; Desa, 2007 ; Granados *et al.*, 2011 ; Hill, Kothari et Shea, 2010 ; Hoogendoorn, Pennings et Thurik, 2010 ; Short, Moss et Lumpkin, 2009) sert de base afin de dégager certaines constatations.

2.1. Types d'études et méthodologies

Il est possible de dresser un bref portrait des recherches antérieures et de souligner certaines tendances dans le type de recherches et les dimensions méthodologiques sur l'entrepreneuriat social. Une analyse bibliométrique des 20 dernières années révèle une croissance significative des recherches sur le sujet au cours des 10 dernières années – et encore davantage au cours des cinq dernières années –, la collaboration de plusieurs auteurs et une répartition géographique internationale (Granados *et al.*, 2011).

Les recherches théoriques sont les plus nombreuses, ce qui permet de poser les fondations pour le développement du champ de recherche de l'entrepreneuriat social. Il y a une plus grande proportion de recherches théoriques comparativement aux recherches empiriques. Il y a toutefois un rattrapage dans les dernières années au chapitre des études empiriques vers un équilibre entre les deux types de recherche (Short, Moss et Lumpkin, 2009). Les recherches théoriques dominent largement les recherches descriptives et prescriptives (71 % théoriques contre 20 % descriptives et 6 % prescriptives, selon Granados *et al.* [2011] pour un échantillon de 286 études). Selon la classification de Granados *et al.* (2011), les recherches théoriques comprennent les recherches conceptuelles (développement de propositions, d'hypothèses et de relations à partir de la littérature sans aucune donnée collectée), exploratoires (développement de propositions, d'hypothèses et de relations avec des données empiriques) et prédictives (validation de propositions, d'hypothèses et de relations avec des données empiriques). Les recherches descriptives présentent des faits ou des opinions n'apportant pas de contributions sur le plan théorique ou pratique (Granados *et al.*, 2011). Les recherches prescriptives, quant à elles, comprennent les recherches instrumentales (recommandations aux praticiens dans un but précis) et normatives (recommandations aux praticiens dans une perspective particulière).

Les recherches théoriques exploratoires et conceptuelles dominent largement le sous-ensemble des recherches théoriques (52 % exploratoires contre 42 % conceptuelles et 6 % prédictives, selon Granados *et al.* [2011] pour un échantillon de 202 études; 55 % exploratoires contre 38 % conceptuelles et 7 % prédictives, selon Short, Moss et Lumpkin [2009] pour un échantillon de 152 études). Il y a très peu d'utilisation de propositions formelles (selon Short, Moss et Lumpkin [2009] pour un échantillon de 80 études).

En ce qui concerne les méthodes de collecte et d'analyse de données, les recherches qualitatives dominent très largement les recherches quantitatives (74 % qualitatives contre 22 % quantitatives et 4 % sans suffisamment de détails, selon Short, Moss et Lumpkin [2009] pour un échantillon de 152 études; 87 % qualitatives contre 13 % quantitatives, selon Hoogendoorn, Pennings et Thurik [2010] pour un échantillon de 31 études et 82,1 % qualitatives contre 9,4 % mixtes et 8,5 % quantitatives, selon Granados *et al.* [2011] pour un échantillon de 117 études).

L'étude de cas domine les méthodes de recherche (60 % contre 11 % pour la théorisation ancrée, la deuxième méthode la plus populaire, selon Short, Moss et Lumpkin [2009] pour un échantillon de 72 études; 67 % contre 8 % pour les sondages, la deuxième méthode la plus populaire, selon Granados *et al.* [2011] pour un échantillon de 117 études; et 85 %, selon Hoogendoorn, Pennings et Thurik [2010] pour un échantillon de 27 études). Parmi les études de cas, un petit nombre de cas est examiné (39 % 1 cas contre 22 % 2-5 cas et 17 % 6-10 cas, donc près de 80 % avec 10 cas ou moins, selon Hoogendoorn, Pennings et Thurik [2010] pour un échantillon de 23 études). Une définition parfois élargie ou parfois étroite des entreprises caractérise l'échantillon (Hoogendoorn, Pennings et Thurik, 2010).

La collecte par entrevues est la méthode de collecte des données la plus populaire (68 % contre 29 % par consultation d'archives et 22 % par sondages, selon Short, Moss et Lumpkin [2009] pour un échantillon de 72 études; 71 % par entrevues contre 35 % par consultation d'archives et 16 % par sondages, selon Hoogendoorn, Pennings et Thurik [2010] pour un échantillon de 31 études; et 38 % par entrevues contre un peu plus de 10 % par sondages avec questionnaire et consultation d'archives, selon Granados *et al.* [2011] pour un échantillon de 87 études). Les archives sont souvent utilisées comme complément aux données primaires (Hoogendoorn, Pennings et Thurik, 2010).

Différentes méthodologies sont utilisées, mais il y a une préférence évidente pour certaines d'entre elles. Ainsi, plus de 90 % des 212 articles étudiés par Hill, Kothari et Shea (2010) sont des recherches théoriques ou des études de cas. Ces caractéristiques sont symptomatiques de la jeunesse du champ de recherche. Les résultats manquent de pouvoir de généralisation

et devraient donc être interprétés avec prudence (Hoogendoorn, Pennings et Thurik, 2010) et les études quantitatives sont, par conséquent, fortement encouragées (Short, Moss et Lumpkin, 2009).

2.2. Thèmes abordés dans les recherches antérieures

Dans le but de classifier les thèmes de recherche, nous utilisons à nouveau les quatre perspectives de Gartner (1985), étant donné leur pertinence pour décrire l'entrepreneuriat social (Bacq et Janssen, 2011 ; Spitzeck et Janssen, 2010). La perspective conceptuelle est ajoutée pour inclure les définitions, le caractère distinctif de l'entrepreneuriat social comparativement à l'entrepreneuriat traditionnel et les cadres ou modèles conceptuels.

Parmi les disciplines contribuant aux recherches sur l'entrepreneuriat social, il faut noter la gestion (26 %), l'entrepreneuriat (11 %), les sciences politiques (10 %), l'économie (9 %), le marketing (6 %), la sociologie (5 %) et l'éducation (5 %) (selon Short, Moss et Lumpkin, 2009 pour un échantillon de 152 études).

La perspective conceptuelle s'est intéressée aux définitions, au caractère distinctif de l'entrepreneuriat social en comparaison de l'entrepreneuriat traditionnel, à des typologies ainsi qu'à la pertinence ou non d'adopter un cadre conceptuel. Parmi les recherches sur l'individu, on trouve les thèmes des compétences, notamment le réseautage, le langage et les attitudes, les caractéristiques personnelles et les motivations.

La perspective du processus s'est intéressée aux phases du processus, en particulier à l'identification d'opportunités, à l'innovation et aux risques, à la croissance et au réseautage. Sous la perspective de l'organisation, les recherches portent sur le profil des organisations ; les stratégies, par exemple la mission et le modèle d'affaires ; les ressources, par exemple la rareté de celles-ci et la créativité ; la gouvernance, incluant la présence du conseil d'administration et la forme juridique ; et la performance et les impacts, par exemple au regard des indicateurs. Eu égard à l'environnement, il est notamment question de la dynamique de l'environnement, notamment du contexte et des lois et règlements, de la présence ou non d'écosystèmes et de structures de soutien (soutien municipal, des Églises, de réseaux de conseillers ou formation).

En s'inspirant de la structure de Hoogendoorn, Pennings et Thurik (2010), le tableau 1 présente les principaux thèmes étudiés dans les recherches portant sur l'entrepreneuriat social, selon différentes perspectives. Certains exemples de recherche sont identifiés à titre illustratif pour chaque thème.

TABLEAU 1
Thèmes traités dans la recherche en entrepreneuriat social

Perspectives / thèmes	Sujets	Exemples de recherches
Conceptuelle		
Définitions		Bacq et Janssen (2011). Bhowmick (2011). Brouard et Larivet (2010). Mair (2010). Peredo et McLean (2006).
Caractères distinctifs		Austin, Stevenson et Wei-Skillern (2006). Dorado (2006). Roberts et Woods (2005).
Cadre conceptuel	Théories	Dacin, Dacin et Matear (2010). Peredo et Chrisman (2006). Salamzadeh, Salamzadeh et Nejadi (2011). Santos (2012).
	Typologies	Neck, Brush et Allen (2009).
Individu		
Compétences	Réseautage	Alvord, Brown et Letts (2004). Sharir et Lerner (2006).
	Langage	Parkinson et Howorth (2008).
	Attitudes	Dart (2004). Smith, Cronley et Barr (2012).
Caractéristiques personnelles		Alvord, Brown et Letts (2004). Thompson, Alvy et Lees (2000).
Motivations		Zahra, Gedajlovic, Neubaum et Shulman (2009).
Processus		
Phases du processus	Phases	Haugh (2007).
	Identification d'opportunités	Thompson, Alvy et Lees (2000). Weerawardena et Sullivan Mort (2006).

Perspectives / thèmes	Sujets	Exemples de recherches
<i>Processus</i>		
Innovation et risques		Alvord, Brown et Letts (2004). Weerawardena et Sullivan Mort (2006).
Croissance		Alvord, Brown et Letts (2004). Bloom et Chatterji (2009).
Réseautage		Dixon et Cliford (2007). Haugh (2007).
<i>Organisation</i>		
Profil des organisations		Smallbone, Evans, Ekanem et Butters (2001).
Stratégies	Mission	Dart (2004). Madill et Ziegler (2012).
	Modèle d'affaires	Dixon et Cliford (2007).
Ressources	Rareté	Alvord, Brown et Letts (2004).
	Créativité	Cotter Salvado (2011). Tracey et Jarvis (2007).
Gouvernance	Conseil d'administration	Jager (2010).
	Forme juridique	Lasprogata et Cotten (2003).
Performance et impacts	Indicateurs	Darby et Jenkins (2006).
<i>Environnement</i>		
Dynamique de l'environnement	Contexte	Anderson, Dana et Dana (2006). Sharir et Lerner (2006).
	Lois et règlements	Brakman Reiser (2012). Lasprogata et Cotten (2003).
Structure de soutien	Écosystème	CASE (2008).
	Support municipal	Korosec et Berman (2006).
	Églises	Ndemo (2006).
	Réseaux de conseillers	Leeming (2002).
	Formation	Kwong, Thompson et Cheung (2012). Miller, Wesley et Williams (2012).

3. Voies de recherches futures

Dans cette section, nous investiguons des voies de recherches futures dans le domaine de l'entrepreneuriat social en nous situant à différents niveaux d'analyse – individuel, processuel, organisationnel et contextuel (Gartner, 1985). Étant donné le manque de développement théorique dont souffre le champ actuellement (Dacin, Dacin et Matear, 2010) ainsi que le faible nombre d'études quantitatives relevé au point précédent, nous proposons d'emprunter des cadres théoriques à des champs de recherche voisins tels que l'entrepreneuriat, le management stratégique ou la théorie des organisations. En appliquant et en testant ces théories dans le cadre de l'entrepreneuriat social, les chercheurs peuvent espérer identifier les conditions dans lesquelles de telles théories s'appliquent, tandis que d'autres situations requièrent de nouvelles manières de penser et de conceptualiser la réalité hybride de l'entrepreneuriat social. Certains chercheurs (Dacin, Dacin et Matear, 2010; Kickul, Terjesen et Justo, 2013) ont entamé telle réflexion, ce que nous interprétons comme un signe de la maturité croissante du champ de recherche².

Sur le plan individuel, une voie de recherche future prometteuse concerne les qualités de dirigeant de l'entrepreneur social, qui pourraient être abordées sous l'angle des théories du leadership et de la motivation. Les chercheurs devraient notamment se demander : Quel genre de dirigeants sont les entrepreneurs sociaux et quel type de leadership encourage l'adoption de comportements innovants dans le secteur social ? Quelles sont les motivations de l'entrepreneur social ? La théorie de l'échelon supérieur – selon laquelle la performance des entreprises dépend des caractéristiques des dirigeants, notamment de leur formation et de leur expérience (Hambrick et Mason, 1984) – se vérifie-t-elle dans ce contexte ? Par ailleurs, l'usage de la psychologie cognitive traitant de l'ensemble des compétences et heuristiques des entrepreneurs sociaux, tout comme la théorie des modes de décision, pourrait contribuer à la compréhension du processus d'identification et/ou de création d'opportunités par les entrepreneurs sociaux.

Sur le plan processuel, dans la lignée des travaux de Lumpkin, Moss, Gras, Kato et Amezcua (2013), les chercheurs pourraient appliquer le concept d'orientation entrepreneuriale (Lumpkin et Dess, 1996; Miller, 1983) au cadre de l'entrepreneuriat social. Des questions de recherche pourraient, par exemple, traiter du niveau d'orientation entrepreneuriale des modèles d'affaires en entrepreneuriat social comparé à leur contrepartie commerciale. Il est fréquent, dans la littérature en entrepreneuriat social, de considérer

2. Les paragraphes qui suivent sont en partie inspirés des suggestions de ces derniers et de Bacq (2012).

le processus de création de valeur sociale comme un modèle logique (*logic model*; Clark, Rosenzweig, Long et Olsen, 2004) composé d'une séquence d'entrants-activités-extrants. Cette séquence pourrait être analysée sous l'angle de la théorie des ressources et des capacités dynamiques. Une autre perspective théorique prometteuse est celle de l'étude des logiques institutionnelles (Thornton et Ocasio, 1999) qui prévalent en entrepreneuriat social et des stratégies qui en découlent. En ce sens, les chercheurs pourraient s'inspirer d'autres types d'organisations qui combinent différentes logiques institutionnelles, comme les entreprises familiales qui jonglent entre la logique commerciale et la logique familiale.

En termes d'«entrants», la recherche future en entrepreneuriat social pourrait s'intéresser aux questions des ressources et des moyens financiers mis à la disposition de ces organisations. En effet, ces moyens sont souvent limités dans les entreprises sociales. De plus, la concurrence entre elles n'a fait que s'accroître ces dernières années du fait des crises économiques qui ont entraîné une réduction des budgets gouvernementaux et des donations philanthropiques. En termes d'«extrants», les thèmes de la croissance et de la mesure de l'impact social sont plus que jamais d'actualité et ont un urgent besoin de recherches rigoureuses. En effet, sans mesure précise des bénéfices de l'entrepreneuriat social eu égard aux problèmes croissants de nos sociétés, ce phénomène, tout comme le champ de recherche, court le risque d'être réduit à un phénomène de mode.

Sur le plan organisationnel, les formes organisationnelles ainsi que le statut légal des organisations entrepreneuriales sociales restent des sujets d'actualité. Nous songeons notamment à la théorie des parties prenantes, qui tente d'expliquer comment les organisations priorisent et gèrent les relations avec les parties prenantes identifiées (Mason, Kirkbride et Bryde, 2007, p. 288); elle pourrait être mobilisée pour étudier ces questions. Par exemple, quelles sont les implications du nombre plus élevé de parties prenantes dû à la combinaison des logiques commerciale et sociale des organisations entrepreneuriales sociales? Par ailleurs, la théorie des parties prenantes pourrait être étendue en reproduisant l'étude de mécanismes précédemment démontrés dans d'autres contextes, ou en examinant les effets qui ont été sujets à théorisation, mais n'ont pas été étudiés empiriquement. Nous pensons que la particularité du double objectif poursuivi par les organisations entrepreneuriales sociales pourrait contribuer à enrichir la théorie des parties prenantes.

Sur le plan contextuel, nous songeons à l'ancrage dans des théories telles que la théorie des ressources (Pfeffer et Salancik, 1971), la théorie des réseaux (Granovetter, 1985) ou la théorie néo-institutionnelle (Powell et DiMaggio,

1991). L'usage de cette dernière pourrait expliquer l'émergence d'organisations entrepreneuriales sociales, leurs activités et les comportements des entrepreneurs sociaux en réponse à leur environnement. Nous proposons notamment les questions de recherche suivantes : L'entrepreneuriat social est-il une forme d'entrepreneuriat institutionnel ? En quoi le « travail institutionnel » (Zietsma et Lawrence, 2010) des entrepreneurs sociaux diffère-t-il selon les contextes ?

Notons que pour les définitions, les chercheurs du champ semblent depuis peu dépasser le stade rhétorique afin d'aller de l'avant en fournissant davantage de fondements empiriques et théoriques solides. Cette question définitionnelle va en outre certainement influencer la manière dont nous enseignons l'entrepreneuriat social dans nos écoles et dont nous formons les entrepreneurs sociaux de demain. Les recherches en matière d'éducation à l'entrepreneuriat social ne sont d'ailleurs pas en reste (voir le récent numéro spécial d'*Academy of Management Learning & Education*, 2012, vol. 11, n° 3).

Enfin, relevons le rapprochement évident de l'entrepreneuriat social avec deux champs de recherches voisins en développement, connus sous les termes d'« entrepreneuriat durable » et d'« entrepreneuriat communautaire ». Le premier a émergé à la croisée des champs de l'entrepreneuriat et du développement durable et se définit comme les « activités centrées sur la préservation de la nature, de la vie et de la communauté, s'inscrivant dans la poursuite d'opportunités en vue de créer des produits, processus et services dont le gain économique et non économique revient aux individus, à l'économie et à la société » (Shepherd et Patzelt, 2011). L'entrepreneuriat communautaire se définit, quant à lui, comme la communauté agissant ensemble à la fois comme entrepreneur et entreprise, dans la poursuite du bien commun (Peredo et Chrisman, 2006). Étant donné la proximité entre ces types d'entrepreneuriat et l'entrepreneuriat social, les chercheurs pourraient étudier les interactions entre l'insertion dans une communauté, un groupe ou un système particulier et la démarche entrepreneuriale sociale. Ce qui nous amène à notre dernier commentaire.

Nous pensons en effet qu'il existe aujourd'hui pour les chercheurs en entrepreneuriat social des opportunités de recherche à l'intersection des plans individuel, organisationnel et contextuel. De telles analyses multiniveaux sont pertinentes au vu de la multiplicité des acteurs et activités qui embrassent les différentes facettes, sociale, commerciale, ou autre, de l'entrepreneuriat social. À ce titre, nous proposons trois questions de recherche qui, nous l'espérons, aideront les chercheurs du champ à lier les différents plans d'analyse et à faire ainsi progresser la recherche en la matière.

- Quels « designs » de recherche, mesures de construits et méthodes d'analyse de données ont le potentiel de dépasser les perspectives individuelle et organisationnelle, tout en tenant compte du contexte dans lequel ces initiatives s'inscrivent ?
- Quelles approches épistémologiques sont les plus appropriées à ce champ de recherche aux multiples facettes ?
- Quelles méthodes de recherche qualitative et quantitative sont le plus à même de contribuer à l'étude des interactions entre les plans individuel, organisationnel et contextuel ?

Les opportunités de recherches futures sont donc nombreuses dans le domaine de l'entrepreneuriat social. Elles promettent de mener à des découvertes intéressantes et requièrent de dépasser les logiques de pensée traditionnellement mobilisées dans la recherche en entrepreneuriat. Le développement du champ vers sa maturité nécessite que les chercheurs mobilisent adéquatement les théories existantes en veillant à en adapter les contours et à en souligner les limites, le cas échéant. Cela implique aussi de concentrer nos efforts sur le développement de bases de données quantitatives et d'adapter nos approches méthodologiques et épistémologiques aux spécificités du sujet. Nous espérons que ce numéro spécial soit un premier pas dans cette direction.

4. Articles publiés et positionnement

Toutes les questions posées dans l'introduction ne trouvent évidemment pas réponse dans ce numéro spécial. Ce serait trop beau... À la suite de l'appel à contributions, nous avons reçu 14 manuscrits, dont trois furent écartés d'emblée, car hors sujet. Au terme des processus d'évaluation, quatre articles furent retenus pour ce numéro spécial.

Boncler, Valéau et Annette explorent les possibilités d'étudier l'entrepreneuriat associatif au travers du concept de *business model* (BM). Les auteurs appliquent une grille d'analyse, fondée sur le modèle GRP (génération, rémunération, partage de la valeur), aux cas de deux associations et montrent que, globalement, la grille d'analyse BM permet de rendre compte des particularités et de la diversité des projets associatifs. Elle permet de mieux comprendre la manière dont ces organisations relient et articulent leurs projets sociaux, leurs montages financiers et les parties prenantes impliquées. Ce faisant, cet article répond à certaines interrogations quant à l'articulation entre les dimensions économiques et sociales en entrepreneuriat social.

Mertens et Marée examinent la performance dans le contexte d'une entreprise sociale. Étant donné la primauté de la mission sociale, il s'agit d'un contexte particulier impliquant des logiques différentes. Les auteurs discutent des notions de production ainsi que de valeur et intègrent une notion de la production élargie dans leur définition de la performance. Par l'examen de différentes définitions, techniques et limites des mesures monétaires, cet article répond à certaines interrogations quant à la mesure de la performance des organisations de l'entrepreneuriat social.

Bayle-Cordier et Stervinou s'interrogent sur le positionnement des sociétés coopératives de production (Scop) par rapport au champ de l'entrepreneuriat social. Sur base de 15 entretiens semi-directifs réalisés auprès de fondateurs et/ou de dirigeants de Scop de la région Ouest de la France, ces auteurs apportent un nouvel éclairage sur la notion de « valeur sociale », principalement au niveau du fonctionnement interne de la Scop et de la place prépondérante laissée aux salariés. Par ailleurs, les auteurs relèvent trois types de profils organisationnels : hybride, social et commercial, s'inscrivant ainsi dans la thèse d'un continuum entre entrepreneuriat social et entrepreneuriat commercial.

Van der Yeught et Bergery explorent la question de la spécificité des compétences des entrepreneurs sociaux et solidaires et de leur transfert aux dirigeants des petites entreprises inscrites dans une démarche de développement durable. S'ancrant dans une approche croisant gestion des ressources humaines et management stratégique, leur recherche se base sur une étude de cas unique avec design enchâssé à visée exploratoire. À partir d'une analyse de leurs forces et de leurs faiblesses, les auteurs en dégagent des pistes de recherches futures dans le domaine des compétences cognitives, fonctionnelles et relationnelles, et des métacompétences des entrepreneurs solidaires.

Bonne lecture !

Frank Janssen
Sophie Bacq
François Brouard

Bibliographie

- ACS, Z. et D.B. AUDRETSCH (2003), *Introduction to the Handbook of Entrepreneurship Research: An Interdisciplinary Survey and Introduction*, Boston, Kluwer Academic.
- ALTER, K. (2006), *Social Enterprise Typology*, Virtue Ventures LLC, 106 p., <<http://www.virtueventures.com/setypology.pdf>>.
- ALVORD, S.H., L.D. BROWN et C.W. LETTS (2004), «Social entrepreneurship and societal transformation», *Journal of Applied Behavioral Science*, vol. 40, n° 3, p. 260-282.
- ANDERSON, R.B., L.P. DANA et T.E. DANA (2006), «Indigenous land rights, entrepreneurship, and economic development in Canada: “opting-in” to the global economy», *Journal of World Business*, vol. 41, n° 1, p. 45-55.
- AUSTIN, J., H. STEVENSON et J. WEI-SKILLERN (2006), «Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both?», *Entrepreneurship Theory & Practice*, vol. 30, n° 1, p. 1-22.
- BACQ, S. (2012), *In Search for Social Impact and Financial Viability within Social Entrepreneurial Ventures: Definitional, Contextual, and Governance Issues*, Thèse de doctorat, Université catholique de Louvain, Belgique.
- BACQ, S. et F. JANSSEN (2011), «The multiple faces of social entrepreneurship: a review of definitional issues based on geographical and thematic criteria», *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 23, n°s 5-6, p. 373-403.
- BHOWMICK, S. (2011), «Social cause venturing as a distinct domain», *Journal of Social Entrepreneurship*, vol. 2, n° 1, p. 99-111.
- BLOOM, P.N. et A.K. CHATTERJI (2009), «Scaling social entrepreneurial impact», *California Management Review*, vol. 51, n° 3, p. 114-133.
- BORNSTEIN, D. (1998), «Changing the world on a shoestring», *The Atlantic Monthly*, vol. 281, n° 1, p. 34-39.
- BOSCHEE, J. (1995), «Social entrepreneurship: some non-profits are not only thinking about the unthinkable, they're doing it – running a profit», *Across the Board, the Conference Board Magazine*, vol. 32, n° 3, p. 20-25.
- BRAKMAN REISER, D. (2012), «Theorizing forms for social enterprise», *Brooklyn Law School Legal Studies Research Papers, Accepted Paper Series*, n° 310, octobre, p. 36-41.
- BROUARD, F. (2007), «Réflexion sur l'entrepreneuriat social», Association des sciences administratives du Canada (ASAC) 2007 Annual Conference, Ottawa, juin, vol. 28, n° 21, p. 187-198.
- BROUARD, F. et S. LARIVET (2010), «Essay of clarifications and definitions of the related concepts of social enterprise, social entrepreneur and social entrepreneurship», dans A. Fayolle et H. Matlay (dir.), *Handbook of Research in Social Entrepreneurship*, Cheltenham, Edward Elgar Publishing, p. 29-56.

- BRUNO, A.V. et T.T. TYEBJEE (1982), «The environment for entrepreneurship», dans C.A. Kent, D.L. Sexton et K.H. Vesper (dir.), *The Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall.
- BRUYAT, C. et P.-A. JULIEN (2001), «Defining the field of research in entrepreneurship», *Journal of Business Venturing*, vol. 16, n° 2, p. 165-180.
- CASE (2008), *Developing the Field of Social Entrepreneurship: A Report from the Center for Advancement of Social Entrepreneurship (CASE)*, Duke University, Fuqua School of Business, juin, 31 p.
- CATFORD, J. (1998), «Social entrepreneurs are vital for health promotion – but they need supportive environments too», *Health Promotion International*, vol. 13, n° 2, p. 95-97.
- CHELL, E., J.M. HAWORTH et S.A. BREARLEY (1991), *The Entrepreneurial Personality: Concepts, Cases and Categories*, Londres, Routledge.
- CHRISTIE, M.J. et B. HONIG (2006), «Social entrepreneurship: new research findings», *Journal of World Business*, vol. 41, n° 1, p. 1-5.
- CLARK, C., W. ROSENZWEIG, D. LONG et S. OLSEN (2004), *Double Bottom Line Project Report: Assessing Social Impact in Double Bottom Line Ventures*, Columbia Business School.
- COMMISSION EUROPÉENNE (2003), *La situation sociale dans l'Union européenne*, Luxembourg, Office des publications officielles des Communautés européennes.
- COTTER SALVADO, J. (2011), «Social enterprise models and SPO financial sustainability: the case of BRAC», *Journal of Social Entrepreneurship*, vol. 2, n° 1, p. 79-98.
- CUKIER, W., S. TRENHOLM, D. CARL et G. GEKAS (2011), «Social entrepreneurship: a content analysis», *Journal of Strategic Innovation and Sustainability*, vol. 7, n° 1, p. 99-119.
- DACIN, M.T., P.A. DACIN et P. TRACEY (2011), «Social entrepreneurship: a critique and future directions», *Organization Science*, vol. 22, n° 5, p. 1203-1213.
- DACIN, P.A., M.T. DACIN et M. MATEAR (2010), «Social entrepreneurship: why we don't need a new theory and how we move forward from here», *Academy of Management Perspectives*, vol. 24, n° 3, p. 37-57.
- DARBY, L. et H. JENKINS (2006), «Applying sustainability indicators to the social enterprise business model», *International Journal of Social Economics*, vol. 33, n°s 5-6, p. 411-431.
- DART, R. (2004), «Being "Business-Like" in a nonprofit organization: a grounded and inductive typology», *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, vol. 33, n° 2, p. 290-313.
- DEARLOVE, D. (2004), «Interview: Jeff Skoll», *Business Strategy Review*, vol. 15, n° 2, p. 51-53.
- DEES, G. (1998a), «Enterprising nonprofits», *Harvard Business Review*, vol. 76, n° 1, p. 55-65.

- DEES, G. (1998b), *The Meaning of Social Entrepreneurship*, saisi le 31 octobre de <www.gsb.stanford.edu/services/news/DeesSocentrepPaper.html>, 6 p.
- DEES, G. et B. BATTLE ANDERSON (2006), « Framing a theory of social entrepreneurship: building on two schools of practice and thought », dans R. Mosher-Williams (dir.), *Research on Social Entrepreneurship: Understanding and Contributing to an Emerging Field*, ARNOVA Occasional Paper Series, vol. 1, n° 3, p. 39-66.
- DESA, G. (2007), « Social entrepreneurship: snapshots of a research field in emergence », Third International Social Entrepreneurship Research Conference, Centre for Corporate Values and Responsibility (CVR), Frederiksberg, 18-19 juin.
- DEY, P. (2006), « The rhetoric of social entrepreneurship: paralogy and new language games in academic discourse », dans C. Steyaert et D. Hjorth (dir.), *Entrepreneurship as Social Change: A Third Movements of Entrepreneurship*, Cheltenham, Royaume-Uni, Edward Elgar Publishing, p. 121-144.
- DIXON, S.E.A. et A. CLIFORD (2007), « Ecopreneurship – a new approach to managing the triple bottom line », *Journal of Organizational Change Management*, vol. 20, n° 3, p. 326-345.
- DORADO, S. (2006), « Social entrepreneurial ventures: different values so different process of creation, no ? », *Journal of Developmental Entrepreneurship*, vol. 11, n° 4, p. 319-343.
- DRAYTON, W. (2002), « The citizen sector: becoming as entrepreneurial and competitive as business », *California Management Review*, vol. 44, n° 3, p. 120-132.
- GARTNER, W.B. (1985), « A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation », *Academy of Management Review*, vol. 10, n° 4, p. 696-706.
- GRANADOS, M.L., V. HLUPIC, E. COAKES et S. MOHAMED (2011), « Social enterprise and social entrepreneurship research and theory », *Social Enterprise Journal*, vol. 7, n° 3, p. 198-218.
- GRANOVETTER, M. (1985), « Economic action and social structure: the problem of embeddedness », *American Journal of Sociology*, vol. 91, n° 3, p. 481-510.
- HAMBRICK, D.C. et P.A. MASON (1984), « Upper echelons: the organization as a reflection of its top managers », *Academy of Management Review*, vol. 9, n° 2, p. 193-206.
- HAUGH, H. (2007), « Community-led social venture creation », *Entrepreneurship Theory & Practice*, vol. 31, n° 2, p. 161-182.
- HILL, T.L., T.H. KOTHARI et M. SHEA (2010), « Patterns of meaning in the social entrepreneurship literature: a research platform », *Journal of Social Entrepreneurship*, vol. 1, n° 1, p. 5-31.
- HOOGENDOORN, B., E. PENNINGES et A.R. THURIK (2010), « What do we know about social entrepreneurship: an analysis of empirical research », *International Review of Entrepreneurship*, vol. 8, n° 2, p. 1-42.
- JAGER, U.P. (2010), *Managing Social Businesses – Mission, Governance, Strategy and Accountability*, Basingstoke, Royaume-Uni, Palgrave Macmillan.

- JOHNSON, S. (2000), « Literature review on social entrepreneurship », Document de travail, Canadian Centre for Social Entrepreneurship, 17 p.
- KERLIN, J.A. (2006), « Social enterprise in the United States and Europe: understanding and learning from the differences », *Voluntas*, vol. 17, n° 3, p. 246-262.
- KICKUL, J., S. TERJESEN et R. JUSTO (2013), « SBE special issue introduction », *Small Business Economics*, vol. 40, n° 3, p. 687-691.
- KOROSEC, R.L. et E.M. BERMAN (2006), « Municipal support for social entrepreneurship », *Public Administration Review*, vol. 66, n° 3, p. 448-462.
- KWONG, C.C.Y., P. THOMPSON et C.W.M. CHEUNG (2012), « The effectiveness of social business plan competitions in developing social and civic awareness and participation », *Academy of Management Learning and Education*, vol. 11, n° 3, p. 324-348.
- LASPROGATA, G. et M. COTTEN (2003), « Contemplating “enterprise”: the business and legal challenges of social entrepreneurship », *American Business Law Journal*, vol. 41, n° 1, p. 67-113.
- LEADBEATER, C. (1997), *The Rise of the Social Entrepreneur*, Londres, Demos.
- LEEMING, K. (2002), « Community businesses-lessons from Liverpool, UK », *Community Development Journal*, vol. 37, n° 3, p. 260-267.
- LUMPKIN, G.T. et G.G. DESS (1996), « Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance », *Academy of Management Review*, vol. 2, n° 1, p. 135-172.
- LUMPKIN, G.T., T.W. MOSS, D.M. GRAS, S. KATO et A.S. AMEZCUA (2013), « Entrepreneurial processes in social contexts: how are they different, if at all? », *Small Business Economics*, vol. 40, n° 3, p. 761-783.
- MADILL, J. et R. ZIEGLER (2012), « Marketing social mission – adopting social marketing for social entrepreneurship? A conceptual analysis and case study », *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, vol. 17, n° 4, p. 341-351.
- MAIR, J. (2010), « Social entrepreneurship: taking stock and looking ahead », dans A. Fayolle et H. Matlay (dir.), *Handbook of Research on Social Entrepreneurship*, Cheltenham, Royaume-Uni, Edward Elgar Publishing, p. 15-28.
- MAIR, J. et I. MARTÍ (2004), « Social entrepreneurship: what are we talking about? A framework for future research », Document de travail, IESE Business School, University of Navarra.
- MAIR, J. et I. MARTÍ (2006), « Social entrepreneurship research: a source of explanation, prediction and delight », *Journal of World Business*, vol. 41, n° 1, p. 36-44.
- MAIR, J. et E. NOBOA (2006), « Social entrepreneurship: how intentions to create a social venture are formed », dans J. Mair, J.A. Robinson et K. Hockerts (dir.), *Social Entrepreneurship*, Basingstoke, Royaume-Uni, Palgrave Macmillan, p. 121-135.

- MASON, C., J. KIRKBRIDE et D. BRYDE (2007), «From stakeholders to institutions: the changing face of social enterprise governance theory», *Management Decision*, vol. 4, n° 2, p. 284-301.
- MCGRATH, R.G. (2003), «Connecting the study of entrepreneurship and theories of capitalist progress: an epilogue», dans Z.J. Acs et D.B. Audretsch (dir.), *Handbook of Entrepreneurship Research: An Interdisciplinary Survey and Introduction*, Boston, Mass., Dordrecht; Londres, Kluwer Academic Publishers, p. 515-531.
- MILLER, D. (1983), «The correlates of entrepreneurship in three types of firms», *Management Science*, vol. 29, n° 7, p. 770-790.
- MILLER, T.L., C.L. WESLEY et D.E. WILLIAMS (2012), «Educating the minds of caring hearts: comparing the views of practitioners and educators on the importance of social entrepreneurship competencies», *Academy of Management Learning and Education*, vol. 11, n° 3, p. 349-370.
- NDEMO, E.B. (2006), «Assessing sustainability of faith-based enterprises in Kenya», *Journal of Social Economics*, vol. 33, n°s 5-6, p. 446-462.
- NECK, H., C. BRUSH et E. ALLEN (2009), «The landscape of social entrepreneurship», *Business Horizons*, vol. 52, n° 1, p. 13-19.
- NICHOLLS, A. (2008), *Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change*, Oxford, Oxford University Press, 504 p.
- PARKINSON, C. et C. HOWORTH (2008), «The language of social entrepreneurs», *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 20, n° 3, p. 285-309.
- PEREDO, A.M. et J.J. CHRISMAN (2006), «Toward a theory of community-based enterprise», *Academy of Management Review*, vol. 31, n° 2, p. 309-328.
- PEREDO, A.M. et M. MCLEAN (2006), «Social entrepreneurial: a critical review of the concept», *Journal of World Business*, vol. 41, n° 1, p. 56-65.
- PFEFFER, J. et G.R. SALANCIK (1978), *The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective*, New York, Harper and Row.
- POWELL, W.W. et P. DIMAGGIO (1991), *The New Institutionalism in Organizational Analysis*, Chicago, Ill., University of Chicago Press.
- ROBERTS, D. et C. WOODS (2005), «Changing the world on a shoestring: the concept of social entrepreneurship», *University of Auckland Business Review*, vol. 11, n° 1, p. 45-51.
- SALAMZADEH, A., Y. SALAMZADEH et M. NEJATI (2011), «Social entrepreneurship: analyzing literature and proposing a comprehensive model», The 9th Asian Academy of Management International Conference, 14-16 octobre, p. 520-525.
- SANTOS, F.M. (2012), «A positive theory of social entrepreneurship», *Journal of Business Ethics*, vol. 111, n° 3, p. 335-351.
- SEELOS, C. et J. MAIR (2005), «Social entrepreneurship: creating new business models to serve the poor», *Business Horizons*, vol. 48, n° 3, p. 241-246.

- SHANE, S. (2012), « Reflections on the 2010 AMR decade award: delivering the promise of entrepreneurship as a field of research », *Academy of Management Review*, vol. 37, n° 1, p. 10-20.
- SHANE, S. et S. VENKATARAMAN (2000), « The promise of entrepreneurship as a field of research », *Academy of Management Review*, vol. 25, n° 1, p. 217-226.
- SHARIR, M. et M. LERNER (2006), « Gauging the success of social ventures initiated by individual social entrepreneurs », *Journal of World Business*, vol. 41, n° 1, p. 6-20.
- SHEPHERD, D.A. et H. PATZELT (2011), « The new field of sustainable entrepreneurship: studying entrepreneurial action linking “what is to be sustained” with “what is to be developed” », *Entrepreneurship Theory & Practice*, vol. 35, n° 1, p. 137-163.
- SHORT, J., T.W. MOSS et G.T. LUMPKIN (2009), « Research in social entrepreneurship: past contributions and future opportunities », *Strategic Entrepreneurship Journal*, vol. 3, n° 2, p. 161-194.
- SMALLBONE, D., M. EVANS, I. EKANEM et S. BUTTERS (2001), « Researching social enterprise », Final report to the small business service, Londres, Centre for Enterprise and Economic Development Research, Middlesex University Business School, juillet, 88 p.
- SMITH, B.R., M.L. CRONLEY et T.F. BARR (2012), « Funding implications of social enterprise: the role of mission consistency, entrepreneurial competence, and attitude toward social enterprise on donor behavior », *Journal of Public Policy and Marketing*, vol. 31, n° 1, p. 142-157.
- SPITZECK, H. et F. JANSSEN (2010), « Social entrepreneurship: implications for management practice », *International Review of Entrepreneurship*, vol. 8, n° 2, p. 63-70.
- STRYJAN, Y. (2006), « The practice of social entrepreneurship: theory and the Swedish experience », *Journal of Rural Cooperation*, vol. 34, n° 2, p. 197-229.
- SULLIVAN MORT, G., J. WEERAWARDENA et K. CARNEGIE (2003), « Social entrepreneurship: towards conceptualization », *International Journal of Nonprofit & Voluntary Sector Marketing*, vol. 8, n° 1, p. 76-88.
- THALHUBER, J. (1998), *The Definition of Social Entrepreneur*, National Centre for Social Entrepreneurs, p. 1-3.
- THOMPSON, J., G. ALVY et A. LEES (2000), « Social entrepreneurship – a new look at the people and the potential », *Management Decision*, vol. 38, n° 5, p. 328-338.
- THORNTON, P.H. et W. OCASIO (1999), « Institutional logics and the historical contingency of power in organizations: executive succession in the higher education publishing industry, 1958-1990 », *American Journal of Sociology*, vol. 105, n° 3, p. 801-843.
- TRACEY, P. et O. JARVIS (2007), « Toward a theory of social venture franchising », *Entrepreneurship Theory & Practice*, vol. 31, n° 5, p. 667-685.

- VENKATARAMAN, S., S.D. SARASVATHY, N. DEW et W.R. FORSTER (2012), « Reflections on the 2010 AMR decade award: whither the promise? Moving forward with entrepreneurship as a science of the artificial », *Academy of Management Review*, vol. 37, n° 1, p. 21-33.
- WADDOCK, S.A. et J.E. POST (1991), « Social entrepreneurs and catalytic change », *Public Administration Review*, vol. 51, n° 1, p. 393-401.
- WALLACE, S.L. (1999), « Social entrepreneurship: the role of social purpose enterprises in facilitating community economic development », *Journal of Developmental Entrepreneurship*, vol. 4, n° 2, p. 153-174.
- WEERAWARDENA, J. et G. SULLIVAN MORT (2006), « Investigating social entrepreneurship: a multidimensional model », *Journal of World Business*, vol. 41, n° 1, p. 21-35.
- YOUNG, D.R. (1983), *If not for profit, for what?*, Lexington, Mass., Lexington Books.
- YUNUS, M. (2009), « Social business entrepreneurs are the solution », dans H. Spitzeck, M. Pirson, W. Amann, S. Khan et E. Von Kimakowitz (dir.), *Humanism in Business*, Cambridge, Royaume-Uni, Cambridge University Press, p. 402-412.
- YUNUS, M., B. MOINGEON et L. LEHMANN-ORTEGA (2010), « Building social business models: lessons from the Grameen experience », *Long Range Planning*, vol. 43, n°s 2-3, p. 308-325.
- ZAHRA, S.A., E. GEDAJLOVIC, D.O. NEUBAUM et J.M. SHULMAN (2009), « A typology of social entrepreneurs: motives, search processes and ethical challenges », *Journal of Business Venturing*, vol. 24, n° 5, p. 519-532.
- ZIETSMA, C. et T.B. LAWRENCE (2010), « Institutional work in the transformation of an organizational field: the interplay of boundary work and practice work », *Administrative Science Quarterly*, vol. 55, n° 2, p. 189-221.