ISSN: 2658-8455
Volume 3, Issue 1-1 (2022), pp.245-260.
© Authors: CC BY-NC-ND

IJAFAME
International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management & Economics

Entrepreneuriat social : cadre théorique

Social entrepreneurship: theoretical framework

Ilham SAYARH, *(Doctorante)*
Faculté des sciences juridiques, économiques et sociales
Université Sidi Mohamed Ben Abdellah, Maroc

Karim BENNIS, *(Professeur d'enseignement supérieur)*
Faculté des sciences juridiques, économiques et sociales
Université Sidi Mohamed Ben Abdellah, Maroc

Adresse de correspondance :	Faculté des sciences juridiques, économiques et sociales Université Sidi Mohamed Ben Abdellah Fès, Maroc Ilham.sayarh@gmail.com
Déclaration de divulgation :	Les auteurs n'ont pas connaissance de quelconque financement qui pourrait affecter l'objectivité de cette étude.
Conflit d'intérêts :	Les auteurs ne signalent aucun conflit d'intérêts.
Citer cet article	SAYARH, I., & BENNIS, K. (2022). Entrepreneuriat social : cadre théorique. International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics, 3(1-1), 245-260. https://doi.org/10.5281/zenodo.5903512
Licence	**Cet article est publié en open Access sous licence CC BY-NC-ND**

Received: January 07, 2022 **Published online:** January 30, 2022

Entrepreneuriat social : cadre théorique

Résumé

Voilà que depuis ces quinze dernières années, on assiste à un réel engouement pour l'entrepreneuriat social dans les secteurs professionnels, institutionnels, universitaires, dans la société civile, etc. ce regain d'intérêt porté à ce nouveau concept se base sur un ensemble de principes qui ont conditionné son émergence en tant que nouvelle discipline autonome sur le marché plutôt qu'en tant que dérive issue d'autres sciences. À l'origine, le terme d'entrepreneuriat social désigne un concept de nature multiple ayant une double appartenance. Il s'agit effectivement de la double perspective : celle de l'"entrepreneuriat", qui renvoie à la création d'entreprises et à la création de valeur, et celle du "social" (Mair et Marti, 2006), qui renvoie précisément à une mission sociale à mener, pour laquelle une organisation sociale est requise et jouit du statut d'agent de changement en raison du caractère omniprésent de la responsabilité organisationnelle. L'entrepreneuriat social est une forme d'entrepreneuriat qui entend rendre compatibles viabilité économique et impact social. Ce phénomène éveille une attention croissante chez les décideurs politiques et le grand public. La multiplication des créations d'entreprises sociales, le développement que connaissent les chaires consacrées à ce thème dans les écoles de commerce, en passant par la multiplicité des incubateurs d'entreprises sociales, ou encore l'organisation de conférences et de séminaires autour de la question du développement de ce concept, témoignent de la vigueur de cet intérêt. La notion d'entrepreneuriat social est polysémique. Elle est popularisée suite à l'attribution du prix Nobel de la paix en 2006 à Mohammed Yunus, l'inventeur du microcrédit. En effet, il existe différentes écoles de pensée, qui conceptualisent chacune l'entrepreneuriat social de manière différente. Ce concept recouvre donc des pratiques aussi différentes et variées que leurs contextes d'apparition. Comme tout autre concept émergent, la définition de l'entrepreneuriat social n'est pas universelle, il existe plutôt une multitude de définitions. Dans ce qui suit, nous préciserons ce que nous entendons par entrepreneuriat social, à savoir ses racines théoriques, son origine, sa typologie, etc.

Mots clés : entrepreneuriat social, mission sociale, impact social, entreprise sociale, création de valeur
Classification JEL : L26
Type de l'article : Article théorique.

Abstract:

This renewed interest in this new concept is based on a set of principles that have conditioned its emergence as a new autonomous discipline in the market rather than as a spin-off from other sciences. Originally, the term social entrepreneurship refers to a concept of a multiple nature with a dual affiliation. It is indeed the dual perspective of 'entrepreneurship', which refers to business creation and value creation, and 'social' (Mair and Marti, 2006), which refers precisely to a social mission to be carried out, for which a social organisation is required and enjoys the status of a change agent due to the pervasive nature of organisational responsibility. Social entrepreneurship is a form of entrepreneurship that aims to make economic viability and social impact compatible. This phenomenon is attracting increasing attention from policy makers and the general public. The increase in the number of social enterprise start-ups, the development of chairs in business schools devoted to this theme, the multiplicity of social enterprise incubators, and the organisation of conferences and seminars on the development of this concept all testify to the strength of this interest. The notion of social entrepreneurship is polysemous. It was popularised following the award of the Nobel Peace Prize in 2006 to Mohammed Yunus, the inventor of microcredit. Indeed, there are different schools of thought, each of which conceptualises social entrepreneurship in a different way. This concept therefore covers practices that are as different and varied as their contexts of appearance. Like any other emerging concept, the definition of social entrepreneurship is not universal, but rather there is a multitude of definitions. In the following, we will clarify what we mean by social entrepreneurship, i.e. its theoretical roots, origin, typology, etc.

Keywords: social entrepreneurship, social mission, social impact, social enterprise, value creation
JEL Classification : L26
Paper type: Theoretical Research

ISSN: 2658-8455
Volume 3, Issue 1-1 (2022), pp.245-260.
© Authors: CC BY-NC-ND
IJAFAME
International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management & Economics

1. Introduction

Depuis toujours, partout dans le monde, existent des praticiens de l'entrepreneuriat social (auteur). Dans les années 1990, le concept d'entrepreneur social est apparu pour la première fois dans les écoles de commerce aux États-Unis, et parallèlement en Europe grâce aux travaux d'EMES (Emergence of Social Enterprises : c'est l'acronyme d'Émergence des entreprises sociales en Europe, titre de la première étude du réseau européen de chercheur du même nom. Il s'agit d'une étude commanditée par la Commission européenne et menée de 1996 à 1999 dans les quinze pays que l'Union européenne comptait à ce moment-là. Par la suite le réseau EMES a mené d'autres projets à propos des entreprises sociales et de l'économie sociale).

La genèse de ces premières initiatives d'entrepreneuriat social date déjà du milieu des années 1980, à la faveur de politiques libérales, en particulier aux États-Unis et au Royaume-Uni. De nombreuses organisations à but non lucratif ont été contraintes de s'adapter à cette évolution. Velly (2014) a entrepris de préciser quelques-uns des milieux dans lesquels l'entrepreneuriat social a vu le jour.

Au cours de cette période, les organisations à but non lucratif aux États-Unis manquaient de fonds. Pour y remédier, elles devaient chercher de nouvelles sources de financement (organisations philanthropiques) ou se lancer dans des activités commerciales. Des fondations et des centres de recherche ont été créés pour accompagner les entrepreneurs sociaux, en privilégiant le fait de répondre aux besoins sociaux par le biais des activités économiques innovantes. Le meilleur exemple est l'organisation ASHOKA, fondée par Bill Drayton en 1981.

Pour la Grande-Bretagne, un nouveau mode de conception des politiques publiques et donc de traitement des problèmes sociaux est né à la fin des années 1990 sous le nom de "Third Way". Ce mode de fonctionnement rompt complètement avec le passé et avec le désinvestissement de l'État. Ainsi, un " tiers secteur " a été constitué en finançant publiquement des contrats avec des entreprises opérant au niveau des populations cibles, apportant une réponse aux problèmes sociaux selon une approche efficace et démocratique.

Sur le continent européen, cette approche est appelée l'économie sociale et solidaire. Cette dernière comporte un regard nouveau sur toute l'économie, et représente une "autre économie" qui se démarque par ses principes démocratiques et les objectifs sociaux auxquels elle répond.

Par ailleurs, au Canada à travers le Centre de recherche sur les innovations sociales (CRISES) au Québec, il est question des capacités des acteurs socio-économiques à générer de l'innovation sociale et du mieux-être social sur le plan territorial.

Dans les travaux de Le Velly, on constate que le développement des cinq contextes recensés ne se fait pas indépendamment les uns des autres. Tous se rejoignent pour affirmer la nécessité pour un entrepreneur social, lorsqu'il cherche à répondre à des besoins sociaux, de faire preuve d'innovation pour accomplir sa mission par la recherche de besoins non satisfaits, la conception de nouveaux produits ou services, le lancement de nouveaux marchés, la découverte d'un nouveau mode d'organisation, le recours à de nouvelles sources de financement, etc.

Les tâches liées à l'entrepreneuriat social ont toujours été réservées à l'État ou aux organisations à but non lucratif. Les causes de ce revirement sont à explorer. La compréhension de l'entrepreneuriat social repose sur une analyse du contexte dans lequel il s'est développé. De manière générale, la réalisation des missions sociales liées à l'entrepreneuriat social est confiée à des organisations à but non lucratif. Il convient donc de réfléchir aux raisons qui poussent une entreprise à recourir à l'entrepreneuriat social (Brouard, 2006).

Selon Brouard et al., (2010) les principales hypothèses de développement de ce type d'entrepreneuriat sont au nombre de cinq :

- Face à la nécessité de financer leur projet social et au manque de soutien public garanti, les organismes sans but lucratif sont amenés à se préserver par la mise en place de structures commerciales destinées à financer leur mission sociale,

- En raison du désengagement de l'État vis-à-vis de plusieurs secteurs sociaux, il est devenu impossible de répondre aux besoins sociaux ;
- La multiplication de ces organisations qui répondent aux besoins sociaux a entraîné une concurrence pour le financement ;
- Les demandes de responsabilisation en matière de gestion des fonds octroyés aux projets sociaux à forcer à ce que les organisations œuvrant dans ce secteur fassent preuve d'un certain isomorphisme avec les entreprises traditionnelles dans leurs pratiques de gestion et de bonne gouvernance ;
- L'acceptation croissante du marché comme instrument destiné à répondre aux besoins sociaux grâce à la puissance de la concurrence et la promotion de l'innovation et de l'efficacité organisationnelle.

Dans le présent article et afin de mettre la lumière sur le cadre théorique de l'entrepreneuriat social, nous allons en premier lieu, donner quelques définitions les plus citées dans la littérature tout en sachant qu'il n'existe jusqu'à l'heure actuelle aucune définition unique de ce thème. Ensuite, nous allons préciser les quatre principales caractéristiques ainsi que les typologies existés de l'entrepreneuriat social. Dans un deuxième temps, l'entrepreneuriat social devient de plus en plus présent dans la région MENA, et en particulier, au Maroc. Ce dernier possède un terrain propice au développement de ce type d'entrepreneuriat. Pour cette raison, nous allons voir que l'entrepreneuriat social n'est pas quelque chose de nouveau et qu'elle existe depuis fort longtemps dans notre histoire et notre culture marocaine. Et donc, concrètement aujourd'hui en quoi consiste l'entrepreneuriat social au Maroc ?

2- L'entrepreneuriat social : Définitions, caractéristiques et typologies :

Depuis plusieurs décennies la notion d'entrepreneuriat social existe. Il est présent dans le cadre d'actions sociales touchant aux domaines de la santé, de l'éducation, de la famine, etc. En 1980, Bill Drayton, fondateur de l'organisation Ashoka, a inventé le terme " entrepreneuriat social ". Une dizaine d'années plus tard, ce sont les études de J.Gregory Dees qui ont permis de poser les bases de l'entrepreneuriat social (Duyen Nguyen, 2016). Depuis lors, de nombreux chercheurs ont suivi avec intérêt ce phénomène et ce jusqu'à aujourd'hui (Dacin, Dacin et Tracey, 2011 ; Choi et Majumdar, 2014 ; Kraus et al, 2014 ; Phillips et al, 2015). La Grameen Bank créée par Muhammed Yunus représente la meilleure illustration de l'entrepreneuriat social. Ce dernier permettait aux femmes pauvres du Bangladesh de bénéficier de microcrédits pour leurs entreprises (Kickul et Lyons, 2012 ; Mair et Marti, 2006). En 2006, Muhammed Yunus a reçu le prix Nobel de la paix.

Plusieurs chercheurs ont défini l'entrepreneuriat social, sans toutefois parvenir à une définition précise (Dees, 1998 cité dans Zahra et al, 2009 ; Austin, Stevenson et Wei Skillern, 2006 ; Mair et Marti, 2006 ; Peredo et Mc Lean, 2006 ; Zahra et al, 2009). En ajoutant que bien que l'entrepreneuriat social ait fait l'objet de recherches de la part de plusieurs auteurs, il reste un domaine peu clair, avec des désaccords sur ses caractéristiques.

2.1 Définitions de l'entrepreneuriat social :

Les définitions sont aussi nombreuses que les conceptions et les pratiques de l'entrepreneuriat social. En attendant de présenter les principales d'entre elles, nous reprenons ici les principales composantes des deux vocables du concept : "entepreneuriat" et "social".

Tableau 1 : les principales composantes de l'entrepreneuriat social :

Entrepreneuriat	Social
Démarrage d'entreprise	Mission social
Création de valeur	Agent de changement
Innovation	Responsabilisation
Opportunité à saisir	
Mobilisation de ressources	

Source : Mair et Marti, (2006), « social entrepreneurship research : A source of explanation, prediction, and delight », Journal of World Business, 41, pp38-39

ISSN: 2658-8455
Volume 3, Issue 1-1 (2022), pp.245-260.
© Authors: CC BY-NC-ND
IJAFAME
International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management & Economics

En plus de créer de la valeur économique, l'entrepreneur classique est aussi créateur de valeur sociale. En effet, les entreprises, en poursuivant leurs propres intérêts, concourent à améliorer le bien-être de la communauté qui les accueille : production de nouveaux produits ou services, ouverture de nouveaux marchés, etc. Pour Shane et Venkataraman (2000), la question de l'opportunité est au cœur de la recherche sur l'entrepreneuriat (école autrichienne). Lorsqu'il détecte une opportunité, l'entrepreneur est capable de concevoir de façon innovante une nouvelle structure destinée à réunir tous les moyens nécessaires pour exploiter et faire prospérer cette même opportunité.

La variable sociale entraîne une mutation de la perspective de l'entrepreneuriat. Le mélange des ressources de la créativité est alors mobilisé au service de la satisfaction des besoins sociaux. Le pivot est ici la création de valeur sociale, tandis que la valeur économique est exclusivement conçue pour la cause sociale. Selon Dees (1998), dans cette conception, l'entrepreneur est un agent de changement qui remet en cause les ordres sociaux en vigueur. Par ailleurs, ce qui distingue l'entrepreneuriat traditionnel de l'entrepreneuriat social, et notamment les principes de distribution des ressources issues des activités entrepreneuriales (Mair et Marti, 2006).

Un intérêt accru a été manifesté par les chercheurs pour l'entrepreneuriat social. Ce constat est dû à la manière dont l'entrepreneuriat social (ES) apporte des réponses aux problèmes sociaux et environnementaux tout en améliorant les communautés et les sociétés. En fait, les entrepreneurs sociaux ont recours à de nouveaux modèles d'entreprise pour traiter les problèmes sociaux et combler les besoins sociaux complexes (Zahra et al.2009 ; Miller, Grimes, McMullen et Vogus 2012). Alors que l'entrepreneuriat social connaît un engouement académique croissant, il manque encore une définition claire de son champ d'action (Dees, 1998 cité dans Zahra et al., 2009 ; Austin, Stevenson et Wei Skillern, 2006 ; Mair & Martí, 2006 ; Peredo & McLean, 2006 ; Zahra et al., 2009) et les travaux de recherche reposent en grande partie sur les phénomènes (Mair et al., 2006). Les définitions de l'entrepreneuriat social sont multiples et se basent sur différents niveaux (individu, organisation et société) et perspectives (de la psychologie à la politique) (Lehner 2013). Pour permettre la compréhension de la situation conflictuelle, le tableau énumère la plupart des études citées, notamment la définition.

Tableau 2 : Définitions de l'entrepreneuriat social

Auteurs	Définition
Dees (1998)	Les entrepreneurs sociaux jouent le rôle d'agents de changement dans le secteur social, en - En adoptant une mission de création et de maintien de la valeur sociale (pas seulement de la valeur privée), - Reconnaître et rechercher sans relâche de nouvelles occasions de servir cette mission, - S'engager dans un processus d'innovation, d'adaptation et d'apprentissage continu, - Agir avec audace sans être limité par les ressources dont on dispose actuellement - Faire preuve d'un sens accru de la responsabilité envers les clientèles desservies et à l'égard des résultats obtenus.
Mair & Martí (2006)	L'entrepreneuriat social est " un processus impliquant l'utilisation et la combinaison novatrices de ressources pour saisir les occasions de catalyser le changement social et/ou de répondre aux besoins sociaux ". p. 37
Peredo & McLean (2006)	L'entrepreneuriat social s'exerce lorsqu'une ou plusieurs personnes (1) visent exclusivement ou de façon importante à créer une valeur sociale quelconque et poursuivent cet objectif en combinant (2) la reconnaissance et l'exploitation des possibilités de créer cette valeur, (3) le recours à l'innovation, (4) la tolérance du risque et (5) le refus d'accepter les limites des ressources disponibles. p. 56
Austin, Stevenson & Wei-Skillern (2006)	... l'entrepreneuriat social en tant qu'activité innovatrice et créatrice de valeur sociale qui peut avoir lieu au sein ou entre les secteurs sans but lucratif, des affaires ou du gouvernement. p. 2

Zahra et al. (2009)	... l'entrepreneuriat social " englobe les activités et les processus entrepris pour découvrir, définir et exploiter des opportunités afin d'accroître la richesse sociale en créant de nouvelles entreprises ou en gérant des organisations existantes de manière innovante ". p.519

Source : Duyen Nguyen, 2016, Social Entrepreneurial Motivation: An Exploration of the Antecedents Based on The Life Story Method

Il ressort des différentes définitions les plus souvent citées de l'entrepreneuriat social que quatre aspects sont communs : la valeur sociale et le changement, l'innovation, l'opportunité et, dans une certaine mesure, les ressources. Le changement social et la valeur sociale sont employés sans distinction pour désigner la création de richesse sociale.

Une opportunité implique la prise de conscience sociale pour reconnaître et profiter des opportunités qui se présentent à partir de ressources limitées, telles que les compétences, les finances, les matériaux et le réseau social. Dès lors, on peut dire que l'entrepreneuriat social ressemble à l'entrepreneuriat. Au lieu de créer de la valeur en comblant une lacune du marché, l'entrepreneuriat social apporte une valeur sociale. La définition de l'entrepreneuriat social par Mair et Martí (2006) relève d'un processus, et celle de Peredo et McLean (2006) repose sur le fait qu'il est réalisé par un individu ou un groupe de personnes, auquel s'ajoute l'aspect de la tolérance au risque.

Le fait de définir l'entrepreneuriat social comme étant un processus peut vouloir dire que le moment de l'entrepreneuriat social n'est pas unique, mais composé de différentes démarches qui conduisent à la réalisation de l'entrepreneuriat social dans son intégralité. Les entrepreneurs sociaux perçoivent une rémunération plus incertaine que celle d'un emploi dans une entreprise où le revenu mensuel est assuré. Ils acceptent de prendre le risque de ne pouvoir dégager un revenu suffisant pour assurer la création d'une valeur sociale.

Autant les chercheurs Austin, Stevenson et Wei-Skillern (2006) se sont intéressés pour leur part sur les différentes formes d'organisation, allant du non lucratif au lucratif et à l'hybride. Quant à Zahra et al (2009), ils ont fait référence à Hayek, Kirzner et Schumpeter pour l'entrepreneuriat. Ainsi, ils ont mis l'accent sur la création de nouvelles entreprises ou sur l'aspect intrapreneurial et ont élaboré un concept de trois types d'entrepreneurs sociaux.

Bien que les définitions les plus fréquemment citées ne concordent pas complètement à plusieurs égards, elles reposent toutes sur une base commune. Cette sélection de définitions recueillies à des périodes variées prouve que, au fil du temps, les chercheurs se sont mis d'accord sur certains points.

Dans un article qui portait sur la nécessité de définir l'entrepreneuriat social, Martin et Osberg (2007) décrivent trois composantes essentielles de l'entrepreneuriat social :

1- identifier un équilibre stable, mais intrinsèquement injuste qui provoque l'exclusion, la marginalisation ou la souffrance d'un segment de l'humanité qui n'a pas les moyens financiers ou le poids politique nécessaire pour obtenir seuls un quelconque avantage transformateur

2- identifier une opportunité dans cet équilibre injuste, développer une proposition de valeur sociale et faire appel à l'inspiration, la créativité, l'action directe, le courage et la force d'âme, remettant ainsi en question l'hégémonie de l'État stable

3- Forger un nouvel équilibre stable qui libère le potentiel emprisonné ou soulage la souffrance du groupe cible, et par l'imitation et la création d'un écosystème stable autour du nouvel équilibre, assurer un meilleur avenir au groupe cible et même la société en général (Martin et Osberg, (2007), p.35).

Par conséquent, la présente recherche adopte la définition de Zahra et al., (2009) qui affirment que l'entrepreneuriat social " englobe les activités et les processus entrepris pour découvrir, définir et exploiter les possibilités afin d'accroître la richesse sociale en créant de nouvelles entreprises ou en gérant les organisations existantes de façon novatrice " (p. 519).

Ce processus permet aux entrepreneurs sociaux de rechercher la "maximisation de la richesse totale" à travers un accroissement des résultats tangibles (produits, clients servis et/ou fonds générés) et intangibles (tels que la richesse, le bonheur et/ou le bien-être général), par une

ISSN: 2658-8455
Volume 3, Issue 1-1 (2022), pp.245-260.
© Authors: CC BY-NC-ND
IJAFAME
International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management & Economics

allocation équilibrée des ressources entre les deux catégories, tout en tenant compte des coûts d'opportunité et de la valeur sociale et économique qui seraient sacrifiés si ces ressources étaient appliquées à d'autres activités productives (Zahra et al., 2009).

La "richesse totale" est un concept dans lequel les dimensions sociales et économiques de l'entrepreneuriat social sont prises en compte à différents niveaux de participation. Elle prend également en compte la valeur sociale créée par certaines entités à but lucratif, ce qui montre clairement comment la richesse économique et sociale peut être créée par des entités entrepreneuriales dans la poursuite de la maximisation de la richesse totale.

De même, la norme de "richesse totale" illustre la manière dont les entrepreneurs ont la possibilité de réaffecter des ressources pour accroître la richesse dans une catégorie au détriment d'une autre. Elle souligne également comment la valeur sociale créée par les entrepreneurs peut être compensée par les coûts économiques (c'est-à-dire la valeur marchande des biens et services dépensés pour créer la valeur sociale) ainsi que par les coûts sociaux (par exemple, la discorde sociale) encourus pour créer la valeur sociale. En raison de la rareté des ressources humaines et financières, toute appréciation de la création de la richesse sociale se doit également de prendre en compte les coûts d'opportunité - la valeur sociale et économique à laquelle on aurait renoncé si ces ressources avaient été appliquées à d'autres activités productives.

En somme, la norme de la "richesse totale" explique comment les entités entrepreneuriales sont susceptibles de disposer de divers degrés ou combinaisons de production de richesse économique et sociale.

2.2 Caractéristiques de l'entrepreneuriat social :

Aux yeux de certains chercheurs, le concept d'entrepreneuriat social est une vaste structure (Martin et al. 2007) sous laquelle sont regroupés des activités et des processus spécifiques destinés à créer de la richesse sociale (Zahra et al. 2009). Le manque de clarté des définitions de l'entrepreneuriat social est dû au fait que la définition de l'entrepreneuriat elle-même n'est pas claire (Tan et al. 2005). Dans sa version la plus simple, l'entrepreneuriat social est perçu comme étant purement la création et la gestion d'une entreprise sociale avec la reconnaissance des risques potentiels qu'elle comporte (Perero et al. 2006).

Ce sont par ailleurs ces nuances qui entourent le terme d'entrepreneuriat social, que celui-ci soit plutôt vu sous l'angle du caractère emblématique du phénomène ou sous celui des caractéristiques de l'entreprise sociale ou du social business créé, le tout permettant d'identifier les principales caractéristiques de l'entrepreneuriat social.

Selon la littérature, l'entrepreneuriat social se distingue par quatre traits particuliers à savoir :

- Un objectif social plus élevé que l'objectif économique ;
- La recherche de la durabilité et de l'efficacité économique ;
- La quête d'un changement structurel et profond ;
- L'initiative entrepreneuriale, l'innovation et la capacité d'adaptation comme principaux facteurs de changement social.

2.2.1. Un objectif social plus élevé que l'objectif économique

Une constatation fait consensus : la principale caractéristique de l'entrepreneuriat social réside dans le fait que la création durable de valeur sociale représente la principale vocation et justification de l'entreprise sociale.

Cette logique économique et cet esprit d'entreprise sont uniquement des instruments au service de cette mission sociale : le profit ne saurait être sa motivation première. La volonté de réaliser un progrès social, de favoriser l'amélioration des conditions de vie des populations peut revêtir des aspects très variés. Ainsi que Thierry Sibieude, directeur de la chaire Entrepreneuriat

social à l'ESSEC, a identifié que le caractère social de l'entreprise peut être dû à (Sibieude, 2006) :

- Son mode d'organisation et de gestion (coopératives, etc.)
- La nature du service proposé ou du produit fabriqué (service à domicile, service de proximité, secteur environnemental, commerce équitable, investissement socialement responsable, etc.)
- Aux caractéristiques de ses salariés (entreprises adaptées pour personnes handicapées, entreprises d'insertion pour personnes en grande difficulté (dépendance), chômage de longue durée, etc., entreprises de commerce équitable) ;
- Ou encore aux personnes bénéficiaires de ses activités (organismes médico-sociaux).

Il faut cependant remarquer au passage sur ce point que si le profit ne représente pas la raison en soi de l'entreprise, il est loin de signifier qu'il est impossible d'en faire. Le profit est même profitable à condition de pouvoir être réinvesti dans l'entreprise de manière à financer sa continuité, éventuellement à permettre son développement. Cela dit, dans le cadre de la logique économique, il faudra toujours chercher à maximiser l'impact social.

2.2.2. La recherche de la durabilité et de l'efficacité économique

Dans toutes les définitions que nous avons vues, il ressort clairement la nécessité de rechercher la durabilité de l'organisation par le biais d'une certaine efficacité économique. En règle générale, l'entrepreneuriat social vise à se dégager de toute dépendance vis-à-vis des dons ou des subventions publiques et/ou adopte une démarche proche de celle de l'entrepreneuriat classique.

Face à un contexte de financement public ou privé réduit ou instable, l'entreprise sociale devra ainsi acquérir une indépendance économique et tenter de se diriger vers l'autosuffisance au moyen des activités génératrices de revenus. Le social business est une entreprise dans laquelle la seule source de revenus est, à long terme, celle produite par elle-même. Ailleurs, cette recherche de durabilité économique débouche sur la mise en place de stratégies hybrides (combinaison de plusieurs sources de revenus : revenus propres et subventions ou dons). Parfois, la quête de pérennité ne conduit pas à des stratégies axées sur les revenus propres, mais plutôt à des pratiques innovantes dans la mobilisation et la combinaison des ressources et des moyens de production. Lorsque les sources de revenus sont uniquement des dons privés ou des subventions publiques, dans ce cas, l'entrepreneur social veillera à les pérenniser au maximum, en garantissant leur durabilité sous différentes formes (ex : dons réguliers plutôt que ponctuels, etc.).

Ce souci de viabilité se reflète aussi à travers la reprise des méthodes commerciales traditionnelles dans l'entrepreneuriat social, de façon à obtenir la même efficacité, la même opérationnalité et la même réactivité que dans le secteur économique traditionnel. Tout comme l'entrepreneur traditionnel, l'entrepreneur social assume les risques économiques inhérents à son activité. Or, comme le précise Muhammad Yunus, dans un scénario idéal où l'entreprise sociale arrive à être autonome et viable économiquement, les capitaux investis dans une entreprise sociale jouent un effet de levier, car ceux-ci contribuent à générer une nouvelle valeur économique, qui peut ensuite être réinjectée dans l'organisation. Ce cercle est plus vertueux que celui observé dans le secteur purement caritatif et que celui des organisations dépendant uniquement des subventions publiques, où les fonds sont donnés sans jamais être exploités pour assurer un fonctionnement futur autonome.

2.2.3. La quête d'un changement structurel et profond

Fortement valorisé par Ashoka ou d'autres fondations dans leur vision de l'entrepreneur social, un changement systémique et profond constitue également une caractéristique de l'entrepreneuriat social.

Le principe est en effet que l'entrepreneur social repère une situation présentant un point de blocage, un problème dans la société et il tente de mettre en place de nouvelles solutions

ISSN: 2658-8455
Volume 3, Issue 1-1 (2022), pp.245-260.
© Authors: CC BY-NC-ND
IJAFAME
International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management & Economics

destinées à le résoudre de manière profonde et durable. Un entrepreneur social se veut plutôt quelqu'un qui va changer le système en profondeur qu'un réparateur. En pratique, cela implique qu'il s'attaque plus facilement aux causes des problèmes ainsi qu'aux points de blocage qu'aux symptômes. En étant dépositaire de sa vision de la société, l'entrepreneur social visera sa diffusion auprès du plus grand nombre, pour un réel changement sur le terrain. La Grameen Bank est une excellente démonstration de la volonté de proposer une nouvelle vision des choses : Muhammad Yunus a réussi à prouver que la création d'une société dans laquelle on prête aux plus pauvres était réalisable.

2.2.4. L'initiative entrepreneuriale, l'innovation et la capacité d'adaptation comme principaux facteurs de changement social

Au même titre que les entrepreneurs traditionnels, les entrepreneurs sociaux détectent et saisissent les opportunités. Ces derniers ne se contentent pas de faire preuve de bons sentiments, mais trouvent un moyen concret de changer les choses. La dimension de l'innovation est très présente dans la notion d'entrepreneuriat social, de même que dans celle de l'entrepreneuriat proprement dit. Il s'agit de faire appel à l'imagination et à la créativité pour apporter des réponses innovantes aux problèmes qu'ils combattent.

Une telle innovation peut être soit radicale, telle que celle de la microfinance, soit progressive, à savoir une amélioration continue et régulière de la réalité. Par contre, les entreprises sociales sont souvent obligées de travailler avec des ressources limitées. Plus encore que les entreprises traditionnelles, elles doivent donc innover, s'adapter, faire preuve d'imagination pour surmonter cet obstacle.

Sur les quatre principales caractéristiques identifiées, deux se rapportent à la dimension sociale de l'entrepreneuriat social : un objectif social supérieur à l'objectif économique et la recherche de la durabilité et de l'efficacité économique, et deux correspondent à la dimension entrepreneuriale : la recherche de changements structurels et profonds et l'initiative entrepreneuriale, l'innovation et l'adaptabilité comme facteurs majeurs de changement social. En effet, les deux facettes du concept (entrepreneurial et social) sont primordiales pour le comprendre dans sa globalité, comme le suggère la formulation "entrepreneuriat social".

À partir de ces caractéristiques, nous pouvons distinguer trois dimensions essentielles des entreprises sociales :

Un projet économique : prise de risque, production de biens et services, modèle économique viable, réponse à une demande, création de richesses et d'emplois, indépendance vis-à-vis des pouvoirs publics, etc.

Une finalité sociale : lutte contre l'exclusion, création ou maintien d'emplois durables et de qualité, valorisation d'un territoire, d'un patrimoine ou d'un environnement, garantie d'un revenu équitable aux producteurs, développement du lien social, etc.

Une gouvernance participative : implication/participation des parties prenantes, processus de décision non fondé sur la propriété du capital, rémunération limitée du capital, excédents investis au service des personnes et du projet, etc.

2.3. La typologie de l'entrepreneuriat social :

De nombreuses entreprises opérant dans le cadre de l'entrepreneuriat social poursuivent les mêmes objectifs qu'une entreprise traditionnelle à but lucratif. Elles offrent entre autres des biens et des services dont le marché ou le secteur public ne veulent ou ne peuvent se charger. De plus, elles favorisent le renforcement des compétences et créent des emplois.

Résultant du croisement d'intérêts sociaux et de mécanismes de marché, l'entrepreneuriat social prend généralement différentes formes. Celles-ci sont fortement liées à la place de l'activité commerciale dans la structure de financement des entreprises sociales. Fowler, cité par Sophie Bacq et Frank Janssen (2008), classe les activités d'entrepreneuriat social en trois

catégories : l'entrepreneuriat social intégré, la réinterprétation et l'entrepreneuriat social complémentaire.

2.3.1. Entrepreneuriat social intégré :

On appelle modèle d'entrepreneuriat social intégré celui où les activités commerciales et la mission d'une entreprise sociale sont fusionnées. La commercialisation de ces activités est destinée à une population cible qui profite des revenus générés par ces ventes, soit en tant que bénéficiaire, propriétaire ou consommateur.

Par exemple, le microcrédit de la Gramen Bank créée par Muhammad YUNUS au Bangladesh illustre parfaitement le modèle d'entrepreneuriat social intégré.

2.3.2. Réinterprétation :

Quant au second modèle, il représente une variation de l'entrepreneuriat social intégré que Fowler appelle la réinterprétation. Dans ce modèle, la mission des entreprises sociales est étroitement liée à leurs activités commerciales. Les recettes engendrées par ces activités, commercialisées auprès d'un public susceptible de payer pour ces produits et services, sont affectées à la préservation et au soutien de la mission sociale de ces organisations.

2.3.3. Entrepreneuriat social complémentaire :

En revanche, dans le modèle de l'entrepreneuriat social complémentaire, la commercialisation des activités produites par les entreprises sociales est indépendante de leur mission sociale. Ces activités ne comportent aucun avantage social, elles permettent uniquement une diversification des ressources des entreprises sociales. Le but de ces activités commerciales est de soutenir financièrement les activités liées à la mission sociale de ces organisations à but non lucratif.

Pour une brève comparaison entre l'entrepreneuriat social et l'entrepreneuriat traditionnel, nous nous basons sur les critères suivants :

- La mission sociale ;
- Création de valeur économique ;
- Agent du changement ;
- Identification et exploitation d'une opportunité ;
- Profil et comportement de l'entrepreneur.

Tableau 3 : Comparaison entre entrepreneuriat social et entrepreneuriat traditionnel

	Entrepreneuriat social	**Entrepreneuriat classique**
Mission sociale	La mission sociale est centrale : c'est la raison d'être de l'organisation	Il peut exister une conscience des enjeux sociaux et environnementaux et une volonté d'être socialement responsable, mais ce n'est pas la mission principale de l'entreprise. La responsabilité sociale de l'entreprise (RSE) qui « appréhende les enjeux de développement durable en prenant en compte les différentes dimensions sociales, écologique, économique et de gouvernance des organisation » est à **distinguer** de l'entrepreneuriat social
Création de valeur économique	La recherche de revenus est de profils n'est qu'un moyen mis au service de la mission sociale de l'entreprise pour la financer et/ou assurer une pérennité en	Dès le début de l'entrepreneuriat (Say), la création de valeur économique est centrale. Il y a création de valeur à partir du moment

ISSN: 2658-8455
Volume 3, Issue 1-1 (2022), pp.245-260.
© Authors: CC BY-NC-ND
IJAFAME
International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management & Economics

	construisant un modèle viable et financièrement autonome. En aucun cas le but n'est de maximiser les profits	où l'on vend plus cher que ce que nous a coûté la production. L'entrepreneur cherche à réaliser des profits, voire souvent à les maximiser.
Agent du changement	L'entrepreneur social est aussi un agent du changement qui invente de nouvelles manières de faire, mobilise des ressources de manière innovante, mais pour donner des réponses durables et profondes à des problèmes majeurs de la société. C'est un acteur du changement social	l'entrepreneur est un agent du changement : dans l'approche Schupétérienne, il réforme ou révolutionne les modes de production par une combinaison nouvelle des ressources, c'est un acteur du développement économique.
Identification et exploitation d'une opportunité	L'entrepreneur social identifie et exploite une opportunité de progrès social, il donne une réponse à un besoin social qui n'est pas ou mal satisfait par les pouvoirs publics ou par l'économie du marché classique	L'entrepreneur identifie et exploite une opportunité d'affaires, un besoin qui n'est pas encore satisfait et qui peut l'être par le marché. L'exploitation de cette opportunité est rentable.
Profil et comportement de l'entrepreneur	- Prise de risques mesurés, incertitude - Innovation - Engagement de l'entrepreneur et implication dans son projet - Motivation : réalisation de soi et volonté d'entraîner un progrès dans a société, d'avoir un impact social. - Sensibilisation particulière aux problèmes sociaux, recherche d'une société meilleure, motivation liée généralement à son propre vécu.	- Prise de risques mesurés, incertitude - Innovation - Engagement de l'entrepreneur et implication dans son projet - Motivation : réalisation de soi et gains financiers

Source : I. EL Yamlahi, 2014 ; entrepreneuriat social féminin : cas des AGR de la région Fès-Boulemane.

3- En quoi consiste l'entrepreneuriat social au Maroc ?

Au lendemain du printemps arabe, dans les pays de la région MENA, une nouvelle mentalité a fait son apparition sous la forme d'une prise de conscience croissante des disparités entre les classes sociales en matière de redistribution des richesses, d'accès à l'éducation et d'accès à l'emploi. Cette situation a engendré des conditions propices à un intérêt plus important pour l'émergence de l'entrepreneuriat social (ELfasiki, 2015). Les travaux réalisés par Abdou et al. (2010) présente les trois principaux défis relatifs au développement de l'entrepreneuriat social dans la région MENA à savoir : les enjeux en matière d'élaboration des politiques et à la gouvernance ; la nécessité d'un soutien institutionnel et opérationnel plus important ; Le manque de sensibilisation sociale et culturelle de la part des institutions a académiques, des médias locaux et des systèmes éducatifs.

Selon le Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (Terjesen et al., 2011), qui étudie les attitudes et les perceptions liées à l'entrepreneuriat au sein de la population, il ressort que dans la région MENA, les hommes dépassent les femmes dans les premiers stades de l'activité d'entrepreneuriat social. Les tranches d'âge de 35 à 44 ans sont davantage impliquées que celles de 45 à 54 ans et de 55 à 64 ans (ELfasiki, 2015).

Les entrepreneurs sociaux ont majoritairement fait des études postsecondaires et forment une catégorie de travailleurs indépendants et ont des caractéristiques communes. Leur activité

est principalement axée sur l'éducation et le développement des compétences, la santé, l'autonomisation des femmes et l'engagement civique. Au moins un tiers d'entre eux ont étudié ou travaillé à l'étranger (ELfasiki, 2015). Ces personnes ont une connaissance approfondie des problèmes qu'elles tentent de résoudre. Bien que beaucoup d'entre elles s'adressent aux agences gouvernementales pour élargir leur impact, quelques-unes innovent dans des domaines d'intervention socialement innovants tels que le premier programme éducatif ayant introduit des compétences entrepreneuriales dans les écoles publiques - Injaz Al-Arab au Maroc (Abdou et al., 2010).

Sachant que l'entrepreneuriat social est en expansion au niveau international, les organismes le soutenant dans la région MENA sont implantés en dehors de la région. Les entrepreneurs sociaux sont pour la plupart désignés par des organisations internationales, dont Ashoka, la Skoll Foundation, la Schwab Foundation for Social Entrepreneurship, le programme Arab World Social Innovators de Synergos et Echoing Green (ELfasiki, 2015). Il est vrai que ces programmes exigent souvent la maîtrise de l'anglais, et par conséquent, l'aptitude à atteindre une population représentative significative de ces personnes est limitée. Les statistiques montrent que les entrepreneurs sociaux sont peu nombreux dans certains pays, notamment en Égypte, en Cisjordanie et à Gaza, en Jordanie, au Liban, au Maroc, au Koweït, en Arabie saoudite et au Bahreïn. Or, ces interventions occidentales masquent le potentiel local et aboutissent à la perception que l'entrepreneuriat social est une construction occidentale importée (Abdou et al., 2010).

Au Maroc, les deux dernières décennies ont vu l'émergence du concept d'entrepreneuriat social. En effet, le développement de l'entrepreneuriat social au Maroc n'est pas présenté comme un choix, mais comme une nécessité pour atteindre un développement humain et économique durable. Les problèmes sociaux actuels auxquels l'entrepreneuriat social peut s'attaquer sont multiples et de différents types. Les enjeux économiques concernent les inégalités inexistantes dans les autres pays de la région, tels que les problèmes d'éducation, la pauvreté et le manque de développement en général. Ainsi le Maroc est un vaste pays, dont les zones rurales représentent une part importante de l'économie nationale et des exportations, et pourtant le niveau de développement de ces zones est souvent inférieur à celui des grandes villes. Sur le plan social, les problèmes sont la discrimination contre les femmes et leurs droits, l'absence de l'application des droits de l'homme dans le pays en général, et la corruption. Quant aux problèmes écologiques qui touchent, le Maroc englobe la désertification et la protection de la flore et de la faune endémiques, ainsi que la sensibilisation de la population à l'écologie (Douidich, 2013).

Tandis que le gouvernement marocain aborde une partie de ces questions avec ses propres programmes et politiques nationales, il est possible que les effets complets ne soient pas atteints si les actions ne sont pas diversifiées et si les entrepreneurs sociaux ne fournissent pas une contribution supplémentaire et efficace pour provoquer un changement social positif.

Le Maroc et les pays du Maghreb, avec leur proximité avec l'Europe et leurs liens culturels avec les pays du Moyen-Orient, et leur positionnement sur la partie nord de l'Afrique, bénéficient d'une situation particulière. Ils disposent des opportunités pour accueillir l'influence d'entrepreneurs sociaux expérimentés issus des régions où le concept est plus développé, tout en l'adaptant aux traditions d'aide et de solidarité héritées de la culture moyen-orientale (Rossi et Kjeldsen, 2015). Cette position de pont vers l'Afrique peut à son tour faire du Maroc un catalyseur de la mise en place et du développement de l'entrepreneuriat social envers nos pays voisins du Sud.

À travers l'histoire du Maroc, les initiatives sociales destinées à soutenir les personnes défavorisées représentent une tradition culturelle et religieuse. Les plus démunis ont été une tradition culturelle et religieuse. L'histoire berbère historique du "Tiwizi" (Rossi et Kjeldsen, 2015), où les communautés se réunissaient bénévolement pour venir en aide de façon régulière

ISSN: 2658-8455
Volume 3, Issue 1-1 (2022), pp.245-260.
© Authors: CC BY-NC-ND
IJAFAME
International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management & Economics

à un certain membre de la communauté est un exemple de cette tradition. Ce contexte est susceptible d'être un terrain fertile pour les entreprises sociales et l'économie solidaire.

Bien que l'histoire, la culture et le contexte suggèrent un développement important du concept au Maroc, la réalité sur le terrain révèle une tout autre situation. En coopération avec le Centre Marocain pour l'Innovation et l'Entrepreneuriat Social, le British Council pour l'innovation et l'entrepreneuriat social, a rédigé un rapport sur l'entrepreneuriat social au Maroc (Chung, 2014), dans lequel sont identifiés certains aspects de l'entrepreneuriat social dans le pays. Sur la base de ces éléments, on peut définir l'entrepreneuriat social en fonction de la culture locale. Une entreprise sociale marocaine est créée avec une finalité sociale claire, et structurée en tant qu'entreprise professionnelle, menée par un individu éduqué qui a bénéficié de fortes influences étrangères (Rossi et Kjeldsen, 2015). Que l'entreprise puisse recevoir des bénéfices pour maintenir ses activités ou non est facultatif.

Concrètement, les entreprises sociales au Maroc sont rarement des entreprises répondant à la structure professionnelle d'une société, mais en réalité, sous la forme d'associations et de coopératives. Ainsi, dans sa définition actuelle, l'entrepreneuriat social au Maroc se conforme principalement au concept d'"économie solidaire et sociale" inspiré du système français (Rossi et Kjeldsen, 2015). Cette définition devrait évoluer dans un avenir proche, étant donné que la formation professionnelle en matière d'entrepreneuriat social est en train de passer du modèle français vers des modèles plus internationaux comme celui des États unie.

Le doute et l'obscurité pèsent sur l'entrepreneuriat social au Maroc. Il est toujours confronté à des interprétations contradictoires à propos de chaque aspect de sa définition (Moroccan CISE, 2014). Il y a différents points de vue sur sa signification. Malgré la faible sensibilisation à l'entrepreneuriat social au Maroc, cette activité est animée par une petite partie de la population. Ceux qui sont actifs dans l'entrepreneuriat social poursuivent une variété d'objectifs sociaux tels que l'autonomisation des femmes, l'éducation et l'artisanat. Outre le fait que le concept est vague, il en va de même pour les modèles individuels et organisationnels.

Premièrement, la démographie (âge, sexe, éducation, statut professionnel actuel) et les motivations des entrepreneurs sociaux varient. Conformément au GEM (Terjesen et al., 2011), les entrepreneurs sociaux masculins sont plus nombreux que les femmes au Maroc . La propension à s'engager est la plus élevée chez les personnes âgées de 25 à 34 ans et de 35 à 44 ans, qui ont un niveau d'éducation postsecondaire. Deuxièmement, il existe une maturité déséquilibrée parmi les initiatives allant des activités d'entrepreneuriat social naissantes aux activités établies. Les types de ces activités varient et vont des ONG traditionnelles à l'entrepreneuriat social à but non lucratif, des activités hybrides à vocation économique à l'entrepreneuriat social hybride à vocation sociale (Terjesen et al., 2011). Ces activités adoptent le plus souvent la forme juridique de coopératives, unique forme d'entreprise sociale reconnue par le gouvernement marocain (ELfasiki, 2015). Les trois principaux moyens de financement de ces entreprises sont encore limités aux finances personnelles, aux cotisations des membres et aux subventions gouvernementales. À la suite de cela, le secteur de l'entrepreneuriat social au Maroc affiche des revendications visant à résoudre des obstacles opérationnels comme la faiblesse du soutien technique, le manque de financement et la limitation des cadres juridiques pour les entreprises sociales pures.

Des données récentes montrent qu'en raison de l'absence de structure juridique spéciale des entreprises sociales, les entrepreneurs sociaux au Maroc optent pour des différents modèles juridiques : à savoir des modèles d'entreprise privée (SARL, un modèle de modèle privé à responsabilité limitée, et SA, une société à responsabilité limitée), des entreprises individuelles, des associations et des projets (Moroccan CISE, 2014).

Les universitaires, les entrepreneurs sociaux et les pratiques concrètes pointent tous en direction du système archaïque du statut juridique des entreprises constitue le principal obstacle qui empêche le développement des entreprises sociales. La sélection des formes juridiques

d'entreprises disponibles pour l'entrepreneur social est inadaptée à l'activité, aux défis et aux risques d'une entreprise sociale. Le choix au Maroc se situe entre les entreprises à but lucratif, les associations et les coopératives, mais guère entre les deux. En fonction de sa tendance à faire des revenus ou à développer l'activité sociale, l'entrepreneur ne peut pas savoir vers quel type d'entreprise il doit se tourner. Malgré cela, la réalité montre que le Maroc adapte légalement la forme collective de l'entrepreneuriat social. En effet, le Maroc a adopté l'économie sociale à travers son Ministère et à travers la mise en œuvre du modèle coopératif.

4. Conclusion

En résumé, l'émergence de l'entrepreneuriat social au Maroc se rapproche de celle des pays développés en trois grandes étapes. Tout d'abord, il a montré une tradition d'organisations à but non lucratif ayant un intérêt à s'engager dans des activités génératrices de revenus, comme dans le cas des coopératives. Deuxièmement, la croissance des activités d'entrepreneuriat social au Maroc est le résultat d'organisations à but non lucratif à la recherche de sources financières supplémentaires pour pallier leur manque de durabilité. Troisièmement, le Maroc a développé une forme collective d'entrepreneuriat social par le biais d'un ministère de l'économie sociale qui s'est engagé à promouvoir les activités d'entrepreneuriat social, car le gouvernement estime que ce type d'entrepreneuriat est un moyen de résoudre les problèmes sociaux et de stimuler l'économie nationale.

Dans cet article nous avons en premier lieu, mis en clair le concept d'entrepreneuriat social à savoir la définition tout en sachant que jusqu'à l'heure actuelle il n'existe pas une définition unique, car le concept d'entrepreneuriat social. Ensuite, nous avons cité ces quatre caractéristiques notamment, un objectif social plus élevé que l'objectif économique, la recherche de la durabilité et de l'efficacité économique, la quête d'un changement structurel et profond et L'initiative entrepreneuriale, l'innovation et la capacité d'adaptation comme principaux facteurs de changement social. Et après nous préciser les typologies de l'entrepreneuriat social : Entrepreneuriat social intégré, Réinterprétation et Entrepreneuriat social complémentaire**.**

Dans un deuxième lieu, nous avons mis en évidence l'émergence de l'entrepreneuriat social dans le contexte marocain, en effet, le développement de l'entrepreneuriat social au Maroc n'est pas présenté comme un choix, mais comme une nécessité pour atteindre un développement humain et économique durable. Les problèmes sociaux actuels auxquels l'entrepreneuriat social peut s'attaquer sont multiples et de différents types. Les enjeux économiques concernent les inégalités inexistantes dans les autres pays de la région, tels que les problèmes d'éducation, la pauvreté et le manque de développement en général.

Le présent article, présente un cadre théorique et non conceptuel, la chose qui nous permettra dans les prochaines recherches à creuser dans les nouveaux modèles de l'entrepreneuriat social, et à analyser son développement à travers le temps et surtout voir comment cette dernière crise causer par la pandémie a mis le monde de l'entrepreneuriat social précisément en épreuve dans le monde.

Référence :

(1) Amina, A. (s. d.). *L'entrepreneuriat social au Maroc, Perception et pistes de développement*. 15.

(2) Berger-Douce, S. (s. d.). *Entrepreneuriat social et responsabilité sociale des entreprises : Le point de vue d'entrepreneurs sociaux à Montréal.* 30.

(3) Boutillier, S. (2009). Aux origines de l'entrepreneuriat social. Les affaires selon Jean-Baptiste André Godin (1817-1888). *Innovations*, *30*(2), 115. https://doi.org/10.3917/inno.030.0115

(4) Boutillier, S. (s. d.). *Entrepreneuriat social et développement durable : Quelles perspectives*. 26.

ISSN: 2658-8455
Volume 3, Issue 1-1 (2022), pp.245-260.
© Authors: CC BY-NC-ND
IJAFAME
International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management & Economics

(5) Brouard, F. (s. d.). *RÉFLEXIONS SUR L'ENTREPRENEURIAT SOCIAL38*. 12.
(6) Brouard, F., Larivet, S., & Sakka, O. (2012). Défis et actions pour développer l'entrepreneuriat social. *La Revue des Sciences de Gestion*, *255-256*(3), 17. https://doi.org/10.3917/rsg.255.0017
(7) Bruyat, C. (2006). *CRÉATION D'ENTREPRISE : CONTRIBUTIONS ÉPISTÉMOLOGIQUES ET MODÈLISATION*. 433.
(8) Corner, P. D., & Ho, M. (2010). How Opportunities Develop in Social Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *34*(4), 635-659. https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00382.x
(9) Dardour, A. (2012). Les modèles économiques en entrepreneuriat social : Proposition d'un modèle intégrateur. *La Revue des Sciences de Gestion*, *255-256*(3), 49. https://doi.org/10.3917/rsg.255.0049
(10) *DDOC_T_2017_0285_MARIN_PEREZ.pdf*. (s. d.).
(11) Dees, J. G. (2018). The Meaning of Social Entrepreneurship 1 , 2. In J. Hamschmidt & M. Pirson (Éds.), *Case Studies in Social Entrepreneurship and Sustainability* (1re éd., p. 22-30). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781351278560-5
(12) 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. https://doi.org/10.1080/19420670903442053
(13) Draperi, J.-F. (2010). L'entrepreneuriat social : Du marché public au public marché. *Revue internationale de l'économie sociale: Recma*, *316*, 18. https://doi.org/10.7202/1020893ar
(14) Dwivedi, A. (2018). Conceptualizing and operationalizing the social entrepreneurship construct. *Journal of Business Research*, 9.
(15) El Fasiki, H. (2015). Social Entrepreneurship in Morocco : A View on the Cultural Factor. In D. Jamali & A. Lanteri (Éds.), *Social Entrepreneurship in the Middle East* (p. 131-151). Palgrave Macmillan UK. https://doi.org/10.1057/9781137509956_7
(16) Elamrani, J. (s. d.). *SOCIAL ENTREPRENEURSHIP FUNDING IN MOROCCO: 1*, 10.
(17) Fayolle, A. (2015). Entrepreneuriat et social à la fois. *Entreprendre & Innover*, *27*(4), 40. https://doi.org/10.3917/entin.027.0040
(18) Ferrary, M. (2006). Microfinance et lutte contre l'exclusion. Du contrat formel de financement au contrat implicite de socialisation. *Sociologies pratiques*, *13*(2), 61. https://doi.org/10.3917/sopr.013.0061
(19) Hajar, J., & Abderrazak, E. (s. d.). *Entrepreneuriat social : Genèse et essai de définition. Social entrepreneurship : Genesis and definition. 3*, 15.
(20) Halaissi, M. E., Elamria, F. A., & Barmaki, L. (2019). *L'entrepreneuriat social : Une construction d'un paradigme naissant Social entrepreneurship : Construction of a nascent paradigm*. *2*, 13.
(21) Janssen, F., Bacq, S., & Brouard, F. (2013). 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
(22) Kabbaj, M., El Ouazzani Ech Hadi, K., Elamrani, J., & Lemtaoui, M. (2016). A STUDY OF THE SOCIAL ENTREPRENEURSHIP ECOSYSTEM : THE CASE OF MOROCCO. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, *21*(04), 1650021. https://doi.org/10.1142/S1084946716500217
(23) *L'entrepreneuriat social dans le secteur non lucratif en Chine : Le cas de la participation innovante de la société civile dans l'effort de reconstruction qui suivit le tremblement de terre de Wenchuan*. (s. d.). 11.
(24) Majumdar, S., & Reji, E. M. (Éds.). (2020). *Methodological Issues in Social*

Entrepreneurship Knowledge and Practice. Springer Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-13-9769-1

(25) *Memoir URN_NBN_fi_jyu-201506102258.pdf*. (s. d.).

(26) Nicholls, A. (Éd.). (2006). *Social entrepreneurship : New models of sustainable social change*. Oxford University Press.

(27) Rihihil, A., Tayane, S., Gassemi, K., & Zahouily, M. (s. d.). Perception of Social Entrepreneurship in Morocco : A Building Site That Is Just to Be Constructed. *International Journal of Engineering*, 9.

(28) Rossi, M., & Kjeldsen, J. E. (2015). Social Entrepreneurship in Morocco : Prospects and Challenges. In D. Jamali & A. Lanteri (Éds.), *Social Entrepreneurship in the Middle East* (p. 112-130). Palgrave Macmillan UK. https://doi.org/10.1057/9781137509956_6

(29) Semenowicz, P. (s. d.). *FORCES ET FAIBLESSES DE L'ENTREPRENEURIAT SOCIAL : LE CAS D'UNE STRUCTURE D'INSERTION PAR L'ACTIVITE ECONOMIQUE*. 12.

(30) Slaoui, O., Qafas, A., & Ahsina, K. (s. d.). *Entrepreneuriat et encastrement social : Corpus théorique Entrepreneurship and Social Embedding : Theoretical Corpus*. *4*, 22.

(31) Velly, R. L. (s. d.). *Entrepreneuriat social*. 13.

(32) Weerawardena, J., & Mort, G. S. (2006). Investigating social entrepreneurship : A multidimensional model. *Journal of World Business*, *41*(1), 21-35. https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.09.001