

**L'ENTREPRENEURIAT SOCIAL,
MIEUX CONNAÎTRE LE CONCEPT**

François BROUARD, DBA, CA

Professeur

Sprott School of Business, Carleton University

1125 Colonel By Drive, Ottawa, Ontario, K1W 1C1

Téléphone: (613) 520-2600, ext. 2213, Télécopieur: 613.520.44.27

francois_brouard@carleton.ca

www.sprott.carleton.ca/~fbrouard

Résumé

L'entrepreneuriat est une notion qui jouit d'une notoriété intéressante tant au niveau de la recherche que de la pratique. Ainsi, il est possible de voir des programmes de formation universitaire ou continue dédiés, des recherches publiées dans diverses revues, des associations vouées à la promotion de la culture entrepreneuriale et du soutien gouvernemental pour son développement. Dans le contexte du développement économique local, une forme particulière d'entrepreneuriat présente une avenue intéressante en visant d'autres objectifs que l'entrepreneuriat traditionnel. En effet, l'entrepreneuriat social est un concept émergent qui gagne en popularité autour de la planète. Toutefois, ce concept est encore mal connu et cela est d'autant plus vrai au Canada et dans le monde francophone. L'objectif de la présente communication est de faire un survol du concept d'entrepreneuriat social afin de mieux le connaître. En particulier, il s'agit de définir le concept, de souligner le contexte de son développement, de comparer l'entrepreneuriat traditionnel et l'entrepreneuriat social et enfin de présenter une synthèse avec un cadre conceptuel afin de mieux illustrer les différents éléments de l'entrepreneuriat social.

Mots clés: entrepreneuriat social, social entrepreneurship

INTRODUCTION

L'entrepreneuriat est un domaine de recherche important et pertinent (Shane et Venkataraman, 2000). L'entrepreneuriat est une notion qui jouit d'une notoriété grandissante sur plusieurs fronts (Busenitz, West, Shepherd, Nelson, Chandler et Zacharakis, 2003). Ainsi, il est possible de voir des programmes de formation universitaire ou continue dédiés, des chaires de recherche, la création de section dédiée dans les associations académiques en gestion (Academy of Management - AOM et Association des sciences administratives du Canada - ASAC), des recherches publiées dans diverses revues académiques et professionnelles, des associations vouées à la promotion de la culture entrepreneuriale, par exemple, les travaux de la Fondation de l'entrepreneurship au Québec, et du soutien gouvernemental pour son développement. Malgré cette popularité, il est toutefois nécessaire d'accentuer l'étude de ce domaine de recherche et notamment en développant un cadre conceptuel de l'entrepreneurship (Busenitz *et al.*, 2003; Shane et Venkataraman, 2000; Weerawardena et Sullivan Mort, 2006).

Dans le contexte du développement économique local, il est souhaitable de générer de nouvelles formes de développement économique afin de favoriser les objectifs de développement locaux (Boucher, Favreau, Guindon et Hurtubise, 2000; Thompson, Alvy et Lees, 2000). L'entrepreneuriat peut jouer un rôle de premier plan dans le développement économique (Davis, 2002). En effet, la création d'emploi générée par les entreprises est un exemple de bénéfices économiques. Il y a toutefois lieu de développer une culture entrepreneuriale afin de prospérer. Pour développer cette culture entrepreneuriale, il est nécessaire de mieux former et de mieux informer les différents intervenants, que ce soit les gouvernements, les élus locaux, les éducateurs et la population en général (Fortin, 2002).

Dans ce contexte, une forme particulière d'entrepreneuriat présente une avenue intéressante (Henton, Melville et Walesh, 1993). En effet, l'entrepreneuriat social est un concept émergent qui gagne en popularité autour de la planète (Christie et Honig, 2006). On le retrouve d'ailleurs au Canada et ailleurs dans le monde (Anderson, Dana et Dana, 2006; Johnson, 2000). Toutefois, ce concept est encore mal connu et cela est d'autant plus vrai au Canada et dans le monde francophone (Audet et Julien, 2006; Johnson, 2000).

Dans ce contexte, cette communication a pour principal objectif de faire un survol du concept d'entrepreneuriat social afin de mieux le connaître. S'appuyant principalement sur une revue de la littérature, il s'agit essentiellement d'aider à comprendre le concept d'entrepreneuriat social en le définissant, en examinant ses composantes, en le comparant avec l'entrepreneuriat traditionnel et en présentant une synthèse du concept d'entrepreneuriat social.

La suite du présent texte se divise en quatre grandes parties. La première partie s'attarde à définir le concept d'entrepreneuriat social. La deuxième partie souligne le contexte de développement de ce concept. La troisième partie compare les concepts d'entrepreneuriat traditionnel et d'entrepreneuriat social. La quatrième partie présente un cadre conceptuel afin de faire une synthèse des différents éléments de l'entrepreneuriat social. Une conclusion termine le tout.

1. DÉFINITION DE L'ENTREPRENEURIAT SOCIAL

La définition d'un concept est la première étape afin de bien comprendre de quoi il s'agit. Comme il faut s'y attendre avec un concept en émergence, il est normal qu'il n'existe pas de définition généralement reconnue (Peredo et McLean, 2006). Plusieurs définitions existent (Zhara, Gadajlovic, Neubaum et Shulman, 2006). Malgré une multitude de définitions, il y a un consensus sur la multidimensionalité du concept et sur la présence d'une double allégeance (Peredo et McLean, 2006; Sullivan Mort, Weerawardena et Carnegie,

2003). En effet, il s'agit d'un concept présentant une double perspective: entrepreneuriat et social (Mair et Marti, 2006).

La première facette est la composante entrepreneuriat (Peredo et McLean, 2006; Sullivan Mort et al, 2003). Lorsqu'il est question d'entrepreneuriat, il est possible de cerner certaines caractéristiques. L'entrepreneuriat fait référence au démarrage d'entreprise. Il y a également la création de valeur pour les entrepreneurs. L'entrepreneur utilise l'innovation pour saisir des occasions d'affaires. Enfin, il y a une mobilisation de ressources pour atteindre les objectifs visés.

La deuxième facette est la composante sociale (Brickerhoff, 2000; Tan, Williams et Tan, 2005; Ulhoi, 2005). L'élément central distinguant l'entrepreneuriat social est la mission sociale à accomplir. Sans cette mission, il n'y a vraisemblablement pas d'entrepreneuriat social. La mission sociale peut être combinée à une mission économique. L'organisation sociale joue un rôle d'agent de changement. Ce rôle est un rôle conscient et non seulement accidentel (Sullivan Mort et al, 2003). La responsabilisation de l'organisation face aux différents détenteurs d'enjeux est omniprésente.

Il y a lieu de distinguer un concept lié: l'économie sociale. L'économie sociale peut être vue comme une action collective axée autour de trois dimensions: sociale, économique et politique qui donne la formule "s'associer pour entreprendre autrement" (Favreau, 2005). Reprenant la synthèse de Favreau (2005), il est possible de cerner les trois dimensions: 1) S'associer permet de répondre à des besoins socioéconomiques, socioculturelles et sociopolitiques de se regrouper dans des organisations démocratiques; 2) Entreprendre permet d'affronter le marché dans la production de biens et services; 3) Autrement permet la pluralité d'engagements citoyens avec des mobiles sociopolitiques divers.

L'entrepreneuriat social, que l'on retrouve dans certaines entreprises sociales, occupe une place plus restreinte par rapport à l'ensemble de l'économie sociale. L'entrepreneuriat social ne s'attarde pas tellement à la dimension politique et à l'aspect démocratique, mais porte une attention prépondérante au volet entreprendre pour répondre à des besoins sociaux.

L'entrepreneuriat social peut se définir comme les "processus liés à la découverte d'occasions afin de créer de la richesse sociale et les processus organisationnels développés et utilisés pour atteindre les fins désirés" (Zhara *et al.*, 2006, p.12 [traduction]).

2. CONTEXTE DE DÉVELOPPEMENT

Pour mieux comprendre le concept d'entrepreneuriat social, il peut être utile de situer le contexte dans lequel son développement prend place et qui justifie son importance grandissante (Dees, 1998; Johnson, 2000; National Center for Social Entrepreneurs, 2001). Les missions sociales associées à l'entrepreneuriat social sont traditionnellement assumées par les organisations sans but lucratif. Il y a donc lieu d'analyser les principales raisons pour lesquels les entreprises se tournent vers l'entrepreneuriat social. Il faut noter qu'au Canada, le développement est encore à un stade embryonnaire (Johnson, 2000; 2003).

Une première raison se situe autour du besoin de financement. En effet, les organisations doivent trouver de nouvelles sources de financement. Les organisations veulent ainsi se prémunir contre la diminution générale du financement. Par exemple, les gouvernements diminuent le financement de certains services afin de mieux équilibrer leur budget et les fondations financent à court terme plutôt qu'à long terme. Les organisations veulent également se prémunir contre les fluctuations qui peuvent mettre en danger la livraison de services. Le financement par des activités commerciales est potentiellement plus fiable et

stable que les dons et subventions. Il y a donc un besoin d'indépendance et de stabilité financière à long terme pour livrer les biens et services sociaux advenant l'absence de financement suffisant.

Une deuxième raison est l'existence de besoins sociaux grandissants. En effet, avec un certain désengagement de l'État dans de nombreux secteurs, les entreprises sociales doivent répondre à des besoins de plus en plus nombreux et diversifiés. Par exemple, de nouveaux besoins ont vu le jour au fil des dernières années, comme le sida et les enfants avec des problèmes d'accoutumance à la drogue, et des besoins grandissants comme le vieillissement de la population. Dans le contexte d'une complexité de l'environnement, il est permis également de constater l'interdépendance des besoins sociaux. Cette augmentation ajoute une pression sur les besoins à combler.

Une troisième raison est l'apparition d'organisations plus nombreuses pour répondre aux besoins grandissants. Cette prolifération d'organisations amène une compétitivité accrue en termes de financement et de services et requiert des solutions innovatrices pour survivre en tant qu'organisation. Plus nombreuses, les organisations sont également davantage liées, qu'ils s'agissent de partenariats, de réseaux et de collaborations. De plus, des entreprises à but lucratif entrent en compétition pour la livraison de certains services.

Une quatrième raison se retrouve dans les changements démographiques qui affectent la société en générale (Foot et Stoffman, 1996). Les changements démographiques posent des défis particuliers en terme de services et de financement dans une perspective à long terme. Ces changements ajoutent également à la croissance de certains besoins touchant particulièrement les "baby boomers".

Une cinquième raison est l'appel à la responsabilisation dans l'utilisation des fonds obtenus. Avec les scandales financiers (Enron, Norbourg) et publics (scandale des commandites et Commission Gomery, dépassement de coûts dans plusieurs projets) des dernières années, il y a une conscience plus grande face à l'utilisation des fonds publics ou personnels et une demande pour une gouvernance plus serrée. Ainsi, il y a une demande d'efficacité et de proactivité de la part des organisations.

Une sixième raison est l'acceptation de plus en plus grande que les forces du marché peuvent combler les besoins sociaux en faisant appel au pouvoir de la compétition afin de promouvoir l'innovation et l'efficacité organisationnelle (Dees, 1998).

S'inspirant des travaux d'Alvord, Brown et Letts (2004), il est possible de citer quelques exemples d'entreprises sociales afin d'illustrer le concept d'entrepreneuriat social. Dans le domaine de l'éducation, Maria Montessori a établi des écoles tout d'abord en Italie et ailleurs dans le monde. Florence Nightingale a changé la formation en science infirmière et le domaine de la santé au Royaume Uni et ailleurs dans le monde. D'autres exemples incluent notamment les organisations suivantes: Ashoka, Banque Grameen au Bangladesh, Bangladesh Rural Advancement Committee, Green Belt Movement au Kenya, Highlander Research and Education Center aux États-Unis, Plan Puebla au Mexique et Self Employed Women's Association en Inde.

Au Canada, Johnson (2003) cite les organismes suivants: Meal Exchange à Waterloo, Santropol Roulant à Montréal, Generation Solar à Peterborough, Home Grown Organic Food à Halifax, Youth One à Edmonton et Humanity Link à Toronto.

3. VISION COMPARATIVE

Différentes formes d'entreprises sociales existent (Alter, 2006). Afin de mieux comprendre le concept, il est donc intéressant de les souligner et de comparer les entreprises sociales avec d'autres formes d'entreprises mieux connues. Il est entendu que ces comparaisons ne servent qu'à illustrer le propos et aider à la compréhension et ne se veulent pas exhaustives. Il est proposé de comparer les types d'entrepreneurs sociaux et économiques, les rôles sociaux et économiques et les formes d'organisations sociales.

3.1 Comparaison des types d'entrepreneurs

Selon Peredo et McLean (2006), l'entrepreneur social présente certaines caractéristiques qu'il vaut la peine d'identifier. L'objectif principal est de créer une valeur sociale (exclusivement ou principalement). L'entrepreneur social est capable de reconnaître des occasions d'affaires et d'utiliser l'innovation pour atteindre ses objectifs sociaux. Il est conscient de sa communauté dans lequel il se trouve. L'entrepreneur social doit avoir une tolérance au risque et refuse d'accepter les limites au niveau du financement traditionnel.

En opposant les deux types d'entrepreneurs, il est possible de comparer les entrepreneurs sociaux et économiques. Bien entendu, il est possible de retrouver des entrepreneurs entre ces deux extrêmes. Comme l'indique le Tableau A, il est également possible de comparer les types d'entrepreneurs selon diverses variables tels que leurs forces respectives, le focus, la perspective adoptée, l'étendue, les bénéfices, les risques et l'autonomie (Austin, Stevenson et Wei-Skillern, 2006; National Center for Social Entrepreneurs, 2001). Comme il est possible de le constater à la lecture du tableau A, les deux types d'entrepreneurs présentent des différences importantes, mais leur côté entrepreneur les rapprochent.

Tableau A - Comparaison des types d'entrepreneurs

	<i>Entrepreneurs sociaux</i>	<i>Entrepreneurs économiques</i>
Forces	expérience collective	habilité et énergie personnelle
Focus	développement de capacités	gain financier
Perspectives	long terme	court terme
Étendue	limitée par vision	aucune limite
Bénéfices	moyen	fin
	réinvestissement	distribution aux actionnaires
Risques	actifs de l'organisation, image et confiance	actifs personnels et des investisseurs
Autonomie	face à des donateurs	face à un employeur

Source: National Center for Social Entrepreneurs (2001, p. 5)

3.2 Comparaison des rôles sociaux et commerciaux

Il peut aussi être intéressant de comparer les rôles sociaux et commerciaux des organisations afin de mieux saisir la nature des entreprises sociales (Austin *et al.*, 2006).

Comme l'illustre le Tableau B, les entreprises sociales peuvent être comparées aux entreprises socialement responsables et aux entreprises socialement irresponsables en distinguant le rôle social et le rôle commercial. Le rôle commercial s'attardant à deux dimensions soit la présence d'échanges commerciaux et la répartition des bénéfices commerciaux. L'entreprise sociale doit accorder un rôle exclusif ou majoritaire au rôle social. Le rôle économique est accessoire. Il peut ou non y avoir des échanges commerciaux. Au niveau de la répartition des bénéfices commerciaux, les entreprises sociales répartiront totalement ou majoritairement les bénéfices vers le social plutôt qu'aux actionnaires. Il ne faut pas confondre une entreprise sociale et une entreprise socialement responsable; cette dernière ne plaçant pas le rôle social au premier plan mais est tout de même conscient de la société et de son rôle dans celle-ci.

Tableau B - Comparaison des rôles sociaux et commerciaux des entreprises

<i>Type d'entreprise</i>	<i>Rôle social</i>	<i>Rôle commercial</i>	
		<i>Échanges commerciaux</i>	<i>Répartition des bénéfices commerciaux</i>
Entreprise sociale	Rôle exclusivement social	Aucun échange commercial	S/O
		Présence d'échanges commerciaux	Bénéfices répartis à 100% vers le social
Rôle social majoritaire	Bénéfices répartis majoritairement vers le social		
Entreprise socialement responsable	Rôle social minoritaire		Bénéfices répartis majoritairement aux actionnaires
Entreprise socialement irresponsable	Aucun rôle social		Bénéfices répartis à 100% aux actionnaires

3.3 Comparaison des formes d'entreprises sociales

L'économie sociale réfère à "l'évolution de diverses combinaisons d'organisations non gouvernementales (ONG) produisant et offrant des biens et services dans les collectivités au Canada et ailleurs dans le monde depuis plus d'un siècle" (Painter, 2006, p.30). Par exemple, il peut s'agir de coopératives de travailleurs, de coopératives d'utilisateurs, d'associations, d'organisation sans but lucratif (OSBL) de revendication, de mutuelles (Favreau, 2006; Painter, 2006). Ainsi, les entreprises sociales peuvent prendre différentes formes. Il est possible de distinguer celles-ci selon différentes variables (Crossan, Bell et Ibbotson, 2003). Le Tableau C distingue les entreprises sociales selon la structure et le type d'activités.

Au niveau de la structure, il est possible de souligner deux extrêmes, soit les entreprises publiques et celles privées. Il y a les organisations gouvernementales et para-gouvernementales qui constituent des entreprises de l'économie sociale. Les organismes sans but lucratif, les organisations hybrides et les entreprises à but lucratif sont les plus susceptibles de retrouver de l'entrepreneuriat social.

Une autre dimension est le type d'activités. L'entrepreneuriat social peut se présenter sous trois principaux types d'activités. Il peut s'agir d'une entreprise sociale intégrée où l'ensemble des activités sont centrées sur la mission sociale, d'une entreprise réinventée, où la capacité excédentaire est utilisée pour réduire des coûts ou pour augmenter les revenus ou d'une entreprise complémentaire, où une division distincte est créée afin d'amener un bénéfice.

Tableau C - Comparaison des formes d'organisations sociales selon structure et type d'activités

<i>Structure</i>	Public	Gouvernementale	
		Para-gouvernementale	
		Sans but lucratif (philanthropique)	- sans titres de propriété transférables - sans distribution des bénéfices aux membres
		Hybride	
	Privé	À but lucratif (commerciale)	- avec titres de propriété transférables - avec distribution des bénéfices aux actionnaires
<i>Type d'activités</i>		Entreprise sociale intégrée	- activités centrées sur une mission sociale
		Entreprise réinventée	- capacité utilisée pour réduire coûts - capacité utilisée pour augmenter les revenus
		Entreprise complémentaire	- division distincte visant un bénéfice net

4. MODÈLE CONCEPTUEL DE L'ENTREPRENEURIAT SOCIAL

S'appuyant essentiellement sur une revue de la littérature et rassemblant les éléments discutés précédemment, le développement d'un cadre conceptuel de l'entrepreneuriat social, même dans une version préliminaire, permet d'illustrer les composantes du concept. La Figure 1 illustre le modèle conceptuel de l'entrepreneuriat social proposé.

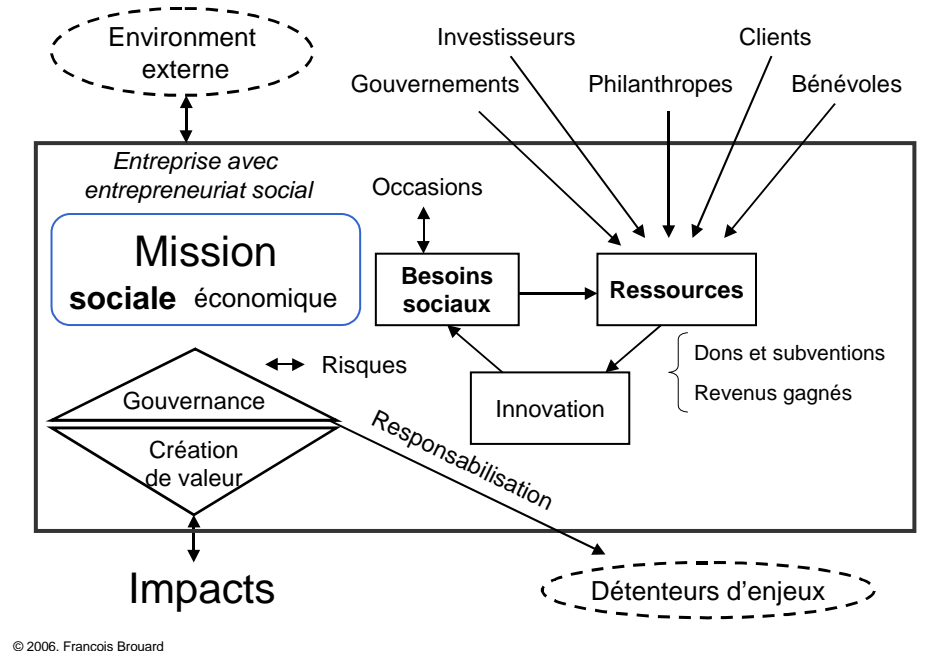
L'élément central est la mission (Tan *et al*, 2005; Ulhoi, 2005). La mission doit être sociale et peut être économique. Il est essentiel qu'il y ait une prédominance au niveau de la mission sociale. Cette mission sociale est l'élément qui oriente l'ensemble des décisions. Du point de vue de l'entrepreneuriat social, la présence de besoins sociaux amène des occasions d'affaires afin de combler ces besoins sociaux.

La dimension entrepreneuriale amène un souci d'innovation et une attitude proactive pour combler les besoins et profiter des occasions d'affaires (Sullivan Mort *et al*, 2003). Les occasions sont exploitées afin de générer des bénéfices. Il est ainsi possible de créer des solutions innovatrices.

Traditionnellement les ressources financières et humaines proviennent des gouvernements, des philanthropes et des bénévoles. Il peut s'agir de dons et de subventions. À ces groupes, il est possible d'ajouter les investisseurs et les clients et d'ajouter la notion de revenus gagnés en plus des sources traditionnelles de financement. En plus de ces sources de financement, l'entreprise est assujettie à l'environnement externe et aux forces qui s'exercent sur celle-ci par le macro-environnement ou les détenteurs d'enjeux. Ces entreprises doivent surveiller et s'adapter aux forces de l'environnement externe.

La gouvernance et la création de valeur sont également une dimension importante de l'entrepreneuriat social. Notons la gestion des risques et la nécessité d'une plus grande tolérance au risque par rapport aux

Figure 1 - Modèle conceptuel d'entrepreneuriat social



entreprises traditionnelles visant un objectif social (Sullivan Mort et al, 2003). Ainsi, un projet entrepreneurial comporte certains risques additionnels qu'il faut être capable de gérer et d'accepter, ce qui peut être difficile dans la culture de certains organismes sans but lucratif. L'entreprise doit également veiller à la responsabilisation de ses actes aux différents détenteurs d'enjeux. L'ensemble de l'entreprise vise une création de valeur ayant des impacts importants sur la satisfaction des besoins.

CONCLUSION

Comme il a été mentionné, l'entrepreneuriat social est un concept en émergence. Ce concept souffre toutefois d'être encore mal connu, mal défini et de n'avoir aucun cadre conceptuel reconnu. Sans nul doute, il s'agit d'un concept prometteur dans l'atteinte d'objectifs sociaux et de développement économique local (Brinckerhoff, 2000). Il faut donc s'y attarder.

Plusieurs défis sont mentionnés par Johnson (2000; 2003) afin de développer le concept d'entrepreneuriat social. Compte tenu de son émergence, le support aux entrepreneurs sociaux ne fait pas encore totalement partie des programmes existants afin d'aider ce type d'entrepreneurs. Il y a donc lieu pour les décideurs institutionnels d'ajouter ce type d'entrepreneurs dans la liste des entrepreneurs à aider tout en portant une attention particulière à la spécificité qui leur est propre. Contrairement à ce qui passe aux États-Unis, par exemple, la formation en entrepreneuriat social est quasi inexistante au Canada. Il existe cependant certains programmes de formation continue abordant ce type d'entrepreneuriat. Il y a lieu de développer l'entrepreneuriat social dans les universités. À titre d'universitaire, les occasions de recherche dans le domaine sont nombreuses et diversifiées, le champ étant peu exploité.

Le Canada ne doit pas se laisser distancer par rapport à l'intérêt grandissant que ce concept suscite à travers le monde. Il est ainsi nécessaire de mieux comprendre ce concept. Il s'agit de l'objectif visé par cette communication. Espérons que cette contribution permettra d'améliorer la compréhension de ce concept et ajoutera à l'intérêt pour l'entrepreneuriat social et ses impacts dans la société.

BIBLIOGRAPHIE

- Alter, K. (2006), *Social Enterprise Typology* April 13, 106p. URL <http://www.virtueventures.com/setypology.pdf>
- Alvord, S.H., Brown, L.D. et Letts, C.W. (2002), *Social Entrepreneurship and Social Transformation: An Exploratory Study*, The Hauser Center for Nonprofit Organizations and the Kennedy School of Government at Harvard University, working paper #15, November, 26p.
- Alvord, S., Brown, D. et Letts, C. (2004), "Social Entrepreneurship and Societal Transformation.", *Journal of Applied Behavioral Science*, vol. 40, no 3, p.260-282.
- Anderson, R.B., Dana, L.P. et Dana, T.E. (2006), "Indigenous land rights, entrepreneurship, and economic development in Canada: "Opting-in" to the global economy", *Journal of World Business*, vol. 41, no 1, p.45-55.
- Audet, J. et Julien, P.-A. (2006), "L'entrepreneuriat social au Québec L'exemple des centres de formation en entreprise et récupération", *Recherches sociographiques*, vol. XLVII, no 1, p.69-94.
- Austin, J., Stevenson, H. et Wei-Skillern, J. (2006), "Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both?", *Entrepreneurship: Theory & Practice*, vol. 30, no 1, p.1-22.
- Boucher, J., Favreau, L., Guindon, G. et Hurtubise, L. (2000), *Développement local, organisation communautaire et économie sociale. Une recension des écrits. (1990-2000)*, Université du Québec à Hull, Chaire de recherche en développement communautaire (CRDC) - document de travail, automne, 53p.
- Brinckerhoff, P. (2000), *Social Entrepreneurship: The Art of Mission-Based Venture Development*, New York, John Wiley & Sons.
- Busenitz, L.W., West, G.P., Shepherd, D., Nelson, T., Chandler, G.N. et Zacharakis, A. (2003), "Entrepreneurship Research in Emergence: Past Trends and Future Directions", *Journal of Management*, vol. 29, no 3, p.285-308.
- Christie, M.J. et Honig, B. (2006), "Social entrepreneurship: New research findings", *Journal of World Business*, vol. 41, no 1, p.1-5.
- Crossan, D., Bell, J. et Ibbotson, P. (2003), *Towards a Classification Framework for Social Enterprises*, University of Ulster working paper, 45p.
- Davis, S. (2002), "Social Entrepreneurship: Towards an Entrepreneurial Culture for Social and Economic Development" / "L'entrepreneuriat social : Vers une culture entrepreneuriale propice au développement économique et social", *Youth Employment Summit / Sommet de l'emploi des jeunes*, September 7-11, 34p.
- Dees, G. (1998), "Enterprising Nonprofits", *Harvard Business Review*, vol. 76, no 1, p.55-65.
- Favreau, L. (2005), *Qu'est que l'économie sociale? Synthèse introductive*, Université du Québec en Outaouais, Chaire de recherche du Canada en développement des collectivités (CRDC) - Série: Recherche no. 35, mars, 39p.

- Favreau, L. (2006), "Économie sociale et politiques publiques - L'expérience québécoise", *Horizons*, vol. 8, no 2, p.7-15.
- Fortin, P.-A. (2002), *La culture entrepreneuriale un antidote à la pauvreté*, Montréal / Charlesbourg, Éditions Transcontinental/Éditions de la Fondation de l'entrepreneurship, 248p.
- Foot, D.K. et Stoffman, D. (1996), *Entre le boom et l'écho*, Montréal, Boréal, 307p.
- Henton, D., Melville, J. et Walesh, K. (1997), *Grassroots Leaders for a New Economy: How Civic Entrepreneurs Are Building Prosperous Communities*, San Francisco, Jossey-Bass Publishers.
- Johnson, S. (2000), *Literature Review on Social Entrepreneurship*, November, 17p URL <http://www.bus.ualberta.ca/ccse/whatis>
- Johnson, S. (2003), *Young Social Entrepreneurs in Canada*, May, 27p URL [http://www.bus.ualberta.ca/ccse/Publications/Publications/Sherrill%20Johnson%20case%20study%20\(June%202nd,%202003\)%20--%20Young%20SocialEntrepreneurs%20\(final\).doc](http://www.bus.ualberta.ca/ccse/Publications/Publications/Sherrill%20Johnson%20case%20study%20(June%202nd,%202003)%20--%20Young%20SocialEntrepreneurs%20(final).doc)
- Joyal, A. (1999), *Économie sociale: le bilan québécois*, Montréal, L'île de la tortue, 63p.
- Mair, J. et Marti, I. (2006), "Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight", *Journal of World Business*, vol. 41, no 1, p.36-44.
- National Center for Social Entrepreneurs (2001), *Merging Mission, Market & Money – A nonprofit's guide to social entrepreneurship*, 27p.
- Painter, A. (2006), "L'économie sociale au Canada - Concepts, données et mesure", *Horizons*, vol. 8, no 2, p.30-34.
- Peredo, A M. et McLean, M. (2006), "Social entrepreneurial: A critical review of the concept", *Journal of World Business*, vol. 41, no 1, p.56-65.
- Shane, S. et Venkataraman, S. (2000), "The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research", *Academy of Management Review*, vol. 25, no 1, p.217-226.
- Sullivan Mort, G., Weerawardena, J. et Carnegie, K. (2003), "Social entrepreneurship: Towards conceptualization", *International Journal of Nonprofit & Voluntary Sector Marketing*, vol. 8, no 1, p.76-88.
- Tan, W.-L., Williams, J. et Tan, T.-M.. (2005), "Defining the "Social" in "Social Entrepreneurship": Altruism and Entrepreneurship", *International Entrepreneurship and Management Journal*, vol. 1, no 3, p.353-365.
- Thompson, J., Alvy, G. et Lees, A. (2000), "Social entrepreneurship – a new look at the people and the potential", *Management Decision*, vol. 38, no 5, p.328-338.
- Ulhoi, J.P. (2005), "The social dimensions of entrepreneurship", *Technovation*, vol. 25, no 8, p.939-946.

Weerawardena, J. et Sullivan Mort, G. (2006), "Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model", *Journal of World Business*, vol. 41, no 1, p.21-35.

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