



Entrepreneuriat social et innovation sociale : Quelle distinction ?:

Une revue de littérature sur la base de la méthode PRISMA

Social entrepreneurship and social innovation: What distinction ?:

A literature review based on the PRISMA method

HMAMA Zeinab

Doctorant

Ecole Nationale de Commerce et Gestion

Université Mohamed Premier

Équipe de Recherche Interdisciplinaire en Management des Organisations

Maroc

hmamazeinab@gmail.com

ALAOUI Majda

Enseignant chercheur

Ecole Nationale de Commerce et Gestion

Université Mohamed Premier

Équipe de Recherche Interdisciplinaire en Management des Organisations

Maroc

m.alaoui.majda@gmail.com

Date de soumission : 11/04/2020

Date d'acceptation : 26/05/2020

Pour citer cet article :

HMAMA Z. & ALAOUI M. (2020) « Entrepreneuriat social et innovation sociale : Quelle distinction ? : Une revue de littérature sur la base de la méthode PRISMA », Revue Internationale du Chercheur « Volume 1 : Numéro 2 » pp : 117 - 136

Digital Object Identifier : <https://doi.org/10.5281/zenodo.3866261>



Résumé

Au cours des dernières années, un débat a été lancé, dans le domaine universitaire international, autour d'un certain nombre de concepts interdépendants qui incluent deux dimensions apparemment contradictoires: sociale et économique. Parmi ceux-ci, le plus visible est le concept d'entrepreneuriat social. L'objectif principal de cette recherche est de présenter une revue systématique sur le concept de l'entrepreneuriat sociale, l'innovation et l'innovation sociale et leurs interactions. L'entrepreneuriat social et innovation sociale sont devenus une forte métaphore des nouvelles formes de création de valeur et de modèle de solution. La principale question à traiter dans le présent document est la suivante: «quelle est la distinction entre l'innovation sociale et l'entrepreneuriat social ? ». La méthodologie de revue systématique était PRISMA Statement, la recherche permettant de trouver des milliers d'articles sur la base de mots clés définis, et après un examen préliminaire, en fonction des conditions d'exclusion et des critères d'éligibilité, uniquement une vingtaine articles ont été considérés comme pertinents pour une étude plus détaillée.

Mots clés : Entrepreneuriat social ; innovation sociale ; création de valeur ; valeur sociale ; impact social

Abstract

In recent years, a debate has been launched in the international academic field around a number of interdependent concepts that include two seemingly contradictory dimensions: social and economic. Of these, the most visible is the concept of social entrepreneurship. The main objective of this research is to present a systematic review on the concept of social entrepreneurship, innovation and social innovation and their interactions. Social entrepreneurship and social innovation have become a strong metaphor for new forms of value creation and solution model. The main question to be addressed in this paper is: "What is the distinction between social innovation and social entrepreneurship? ". The systematic review methodology was PRISMA Statement, it helps to find thousands of articles based on defined keywords, and after a preliminary review, depending on the exclusion conditions and eligibility criteria, only about twenty Articles were considered relevant for a more detailed study.

Keywords : Social entrepreneurship ; social innovation ; value creation ; social value ; social impact



Introduction

Ces dernières années, l'entrepreneuriat social est devenu de plus en plus populaire et a attiré l'attention de chercheurs de diverses disciplines, ainsi que de praticiens de la politique sociale. Cependant, «le concept d'entrepreneuriat social est encore mal défini et ses limites par rapport aux autres domaines d'étude restent floues» (Mair et Marti 2006, p. 36). Il n'a pas encore été établi comme domaine indépendant en termes de théorie. Selon Martin (2004, p. 9), «le domaine de l'entrepreneuriat social est actuellement à un stade antérieur à l'établissement d'un paradigme dominant qui oriente la recherche et la pratique sur une longue période». Bien que la littérature sur l'entrepreneuriat social ait considérablement augmenté au cours des deux dernières décennies, l'entrepreneuriat social en tant que champ disciplinaire reste relativement nouveau (Mort et al. 2003) (voir Tableau 1). Par conséquent, cette ambiguïté constitue des défis pour les chercheurs. Il est donc nécessaire de positionner et définir plus clairement l'entrepreneuriat social.

Tableau N°1 : Nombre des publications référencées sous les termes "social entrepreneurship" et "entrepreneuriat social" depuis 1960

	Social entrepreneurship		Entrepreneuriat social	
1960 – 1964	1 030		8	
1965 – 1969	1 820	77%	4	-50%
1970 – 1974	3 000	65%	9	125%
1975 – 1979	3 970	32%	17	89%
1980 – 1984	6 570	65%	42	147%
1985 – 1989	11 500	75%	186	343%
1990 – 1994	16 400	43%	510	174%
1995 – 1999	27 000	65%	1 180	131%
2000 – 2004	84 400	213%	3 190	170%
2005 – 2009	194 000	130%	7 520	136%
2010 – 2014	320 000	65%	12 100	61%
2015 – aujourd'hui	64 500		10 100	

Source : Recherche sur Google Scholar (<https://scholar.google.com/>). Actualisé le

28/08/2018



Utilisés pour la première fois dans la littérature sur le changement social dans les années 1960 et 1970, les termes entrepreneur social et entrepreneuriat social ont été largement mis en avant dans les années 1980 et 1990. Les recherches en entrepreneuriat social sont à la hausse depuis des décennies (Austin, Stevenson, & Wei-Skillern, 2006). Cela explique pourquoi, de nos jours, l'entrepreneuriat social est le principal sujet de recherche de la théorie générale de l'entrepreneuriat (Mair & Marti, 2006; Nicholls, 2008). Malgré l'intérêt pour l'entrepreneuriat social qui ne cesse de croître (Hemingway, 2005), selon Zahra et al., une définition claire en manque (Zahra, Gedajlovic, & Neubaum, 2009). Les raisons derrière cette situation étant essentiellement la multi dimensionnalité de l'entrepreneuriat social et l'ampleur des communautés académiques impliquées. Aux États-Unis et en Europe, la recherche sur l'entrepreneuriat social a été initialement développée sur la base de points communs et de distinctions (Hulgard, 2010). À cet égard, en tant que domaine émergent, l'entrepreneuriat social est toujours confronté à des définitions et des cadres conceptuels concurrents avec un nombre de données empiriques peu important (Mair & Marti, 2006; Nicholls, 2008).

Pour surmonter les problèmes ou défis sociaux, l'innovation sociale et l'entrepreneuriat social avaient un rôle important dans la conduite du changement social. Plusieurs auteurs (par exemple Bonifacio, 2014; Cajaiba-Santana, 2014; Seyfang et Haxeltine, 2012; Perrini, Vurro et Costanzo, 2010) ont abordé des questions liées au changement social en utilisant des concepts d'innovation sociale et d'entrepreneuriat social, malgré l'héritage intellectuel distinct de leurs domaines sous-jacents, à savoir l'innovation et l'esprit d'entreprise. Cela a brouillé l'utilisation de ces concepts, les personnes cherchant à créer des connaissances sur un phénomène (un changement social coordonné depuis la base pour traiter des problèmes sociaux urgents) en appliquant un mélange d'idées et de théories différentes. Cela a empêché de développer une base de connaissances partagée sur le phénomène et a conduit à une situation de confusion conceptuelle. S'attaquer à cette confusion conceptuelle exige donc de concilier les concepts d'innovation sociale et d'entrepreneuriat social et de mieux comprendre leurs relations réciproques et la manière dont ils pourraient être appliqués en parallèle. Cet article est une introduction aux connaissances déjà disponibles sur le domaine de l'entrepreneuriat social et l'innovation sociale. À travers une revue systématique actuelle et une conceptualisation claire des concepts clés, l'article aborde la question de recherche suivante:



« *Quelle est l'orientation générale de la recherche en innovation sociale et en entrepreneuriat social?* »

L'article vise à examiner systématiquement la recherche sur l'innovation sociale et l'entrepreneuriat social. Il commence par décrire le concept de l'entrepreneuriat social, puis présente un aperçu sur l'approche classique de l'innovation pour passer dans une troisième partie à une présentation du concept de l'innovation sociale. Finalement, l'article présente un « face à face » Entrepreneuriat social VS Innovation sociale et ce en fournissant une analyse descriptive. La revue conclut en considérant les principales caractéristiques de la recherche, en proposant l'approche des systèmes d'innovation comme cadre analytique potentiel pour de futures études.

1. Entrepreneuriat social

Le concept de l'entrepreneuriat social n'est pas connu sous le nom d'entrepreneuriat économique; Cependant, il gagne en popularité et se développe de plus en plus. Par ailleurs, l'entrepreneuriat social est toujours en phase de développement, il n'y a pas de définition commune qui soit acceptée par tout le monde et il est donc difficile de définir l'entrepreneuriat social en une phrase commune.

Lorsque nous analysons des études sur l'entrepreneuriat social, nous constatons qu'il existe de nombreuses définitions de l'entrepreneuriat social. Certaines de ces définitions énoncent des idées communes, mais chacune d'elles met l'accent sur les différents aspects de l'entrepreneuriat social et tente de le définir en considérant les aspects mis en avant. La raison peut en être que plusieurs disciplines s'intéressent à la recherche des avantages individuels et sociaux de l'entrepreneuriat social et que chacune d'elles essaie de l'analyser sous différents aspects. Les données de base sont suffisantes pour donner un sens à l'entrepreneuriat social même s'il existe différents types de littérature sur le concept d'entrepreneuriat social.

Lorsque nous étudions la littérature actuelle sur le concept d'entrepreneuriat social, nous constatons que le concept est défini et évalué différemment par de nombreux chercheurs et en particulier que certaines définitions sont au premier plan.

Dans les premières années d'apparition du concept d'entrepreneuriat social, nous constatons qu'il existe de nombreuses descriptions définissant l'entrepreneur social plutôt que la



définition qui correspond exactement au concept d'entrepreneuriat social. Beaucoup de chercheurs expriment leurs idées sur l'entrepreneuriat social en précisant les caractéristiques que l'entrepreneur social possède ou devrait posséder. Robert Theobald est le chercheur qui a défini l'une des premières définitions de l'entrepreneuriat social. Theobald (1987) définit l'entrepreneur social comme un «agent de changement» qui souhaite prendre le risque de présenter de nouvelles idées et de nouvelles approches à des individus, des groupes et des institutions. Bien que la définition d'entrepreneur social de Theobald soit l'une des premières définitions, il évalue l'entrepreneuriat social avec une vision large et souligne la prise de risque et l'innovation qui seront considérées comme les principales caractéristiques de l'entrepreneur social.

Leadbeater et Goss (1998) ont attiré l'attention sur le fait que l'entrepreneuriat social est une action axée sur la communauté. Ils déclarent que les entrepreneurs sociaux sont ceux qui travaillent dans des communautés nécessiteuses ou des organisations bénévoles créatives afin de répondre aux besoins de la communauté en bénéficiant de ressources inutilisées. Le point clé, qui distingue les définitions de Leadbeater et de Goss des entrepreneurs sociaux des autres, est qu'elles établissent un lien entre l'entrepreneur social et les organisations bénévoles. En d'autres termes, il est nécessaire de travailler dans des organisations bénévoles ou d'atteindre des communautés défavorisées en appliquant des actions d'entrepreneuriat social.

La définition, indiquée par Glancey et McQuaid (2000), présente les caractéristiques d'innovation et d'utilisation des ressources, contrairement à d'autres définitions. Glancey et McQuaid (2000) soutiennent que les entrepreneurs sociaux développent des solutions innovantes aux problèmes sociaux et répondent aux besoins de la communauté en utilisant des ressources inutilisées pour atteindre leurs objectifs. En outre, cette définition affirme que les entrepreneurs sociaux peuvent travailler dans tous les secteurs, tels que les organisations à but non lucratif ou les entreprises....

Paul Light est un autre chercheur qui affirme que les entrepreneurs sociaux peuvent intervenir dans tous les secteurs. Light (2009) déclare qu'un entrepreneur social est celui qui trouve des solutions durables aux problèmes sociaux et qui vise à apporter des changements qui affectent une grande échelle. Le premier peut être le groupe, l'individu, le réseau ou l'organisation.



Contrairement aux autres chercheurs, Light (2009) s'intéresse aux problèmes sociaux. Selon lui, trouver des solutions durables aux problèmes sociaux est une caractéristique très significative et décisive de l'entrepreneur social....

La définition de l'entrepreneur social de Bornstein (2004) inclut l'idée d'être des «forces de transformation». Bornstein (2004) considère l'entrepreneur social comme une force de transformation et la définit comme la personne qui développe de nouvelles idées afin de résoudre les principaux problèmes et de travailler jusqu'à la réalisation de ses objectifs.

En analysant toutes les définitions données, il est clair que les chercheurs évaluent les caractéristiques, le domaine d'activité, le but des actions et les résultats des travaux de l'entrepreneur social en tenant compte de points de vue différents, ce qui a pour conséquence différentes définition ont été attribué à l'entrepreneur social. Si toutes ces définitions sont prises en compte, il est possible de conclure que l'entrepreneur social doit être un innovateur, preneur de risques, créatif, observateur des problèmes sociaux, propose des solutions durables aux problèmes sociaux, travailleur et compétent. Dans ce cas, il est probable que l'entrepreneuriat social devrait également inclure les caractéristiques de l'entrepreneur social, car l'entrepreneuriat social est le produit de l'activité de l'entrepreneur social. À ce stade, afin de clarifier la réponse de ce qu'est l'entrepreneuriat social, il est important d'étudier certaines de ces définitions.

Leadbeater (1997) et Fowler (2000) ont attiré l'attention sur le fait que l'entrepreneuriat social est axé sur les avantages. Selon Leadbeater (1997), tout en poursuivant des objectifs sociaux au profit des groupes sociaux défavorisés, l'entrepreneuriat social consiste à utiliser un comportement d'entrepreneuriat social au lieu de se focaliser sur un comportement axé sur le profit. En d'autres termes, il est essentiel que l'action de l'entrepreneuriat social inclue une mission sociale et produise des avantages pour la société. De même, Fowler (2000) déclare que l'entrepreneuriat social est l'action consistant à créer des relations, une organisation, une structure économique... en vue de produire des avantages sociaux. Le point commun de ces deux définitions indique que l'activité de l'entrepreneuriat social devrait être bénéfique pour la société et avoir une mission sociale.



Une autre définition de l'entrepreneuriat social attire l'attention sur le fait que la réalisation de nouvelles opportunités et leur évaluation sont des aspects importants de l'entrepreneuriat social. Il souligne que l'entrepreneuriat social cherche de nouvelles opportunités pour fonder de nouvelles organisations sociales et préserver l'innovation des organisations sociales disponibles (Mort et al., 2003). De même, Mair et Marti (2006) considèrent le concept comme une évaluation de nouvelles opportunités et définissent l'entrepreneuriat social comme un processus consistant à combiner différentes sources afin de satisfaire les besoins sociaux, de créer de la valeur sociale et d'accélérer le changement social, en tirant parti des opportunités offertes par ces sources innovantes.

Le concept d'entrepreneuriat social a de diverses définitions. Par ailleurs, même s'il n'existe pas de définition commune du concept, l'entrepreneuriat social et les entrepreneurs sociaux ont toujours fait partie de la société. Avec l'utilisation de l'entrepreneuriat social comme terme, il élargit les limites et augmente la fonctionnalité (Dees, 1998). Cela donne une idée claire des avantages individuels et sociaux de l'entrepreneuriat social.

2. Approche classique du concept d'innovation

Dans une approche traditionnelle, l'innovation est définie comme un nouveau produit, un service, un processus ou des produits, stratégies organisationnelles ou de marketing améliorés (OECD, 2009). Par ailleurs, dans la littérature académique, il existe une large gamme d'approches pour conceptualiser l'innovation. Les innovations peuvent être définies comme une nouveauté à travers un certain nombre de dimensions importantes pour l'économie: nouvelles marchandises, nouvelle qualité d'un produit, nouvelle méthode de production, ouverture d'un nouveau marché, nouvelles sources d'approvisionnement en matières premières produits semi-manufacturés, nouvelles organisations, nouveaux modèles commerciaux, nouveaux services et nouvelles techniques de gestion et de marketing.

Hurley et Hult (1998) ont introduit le concept d'innovation, en tant que capacité d'une organisation à s'ouvrir à de nouvelles idées, et le considèrent comme une mesure de son orientation vers l'innovation. Ces auteurs introduisent également le concept de capacité d'innovation, en tant que capacité de l'organisation à adopter et à mettre en œuvre de nouvelles idées, processus ou produits. Ainsi, l'innovation reflète la propension d'une entreprise à s'engager dans de nouvelles activités de génération d'idées, d'expérimentation et



de recherche-développement donnant lieu à de nouveaux produits et processus (Lumpkin et Dess, 1996). Il est important de noter qu'il existe de nouvelles caractéristiques dans la manière dont les entreprises innovent: création conjointe de valeur avec les clients; recherche mondiale de connaissances et réseaux de collaboration; et les défis mondiaux et les problèmes du secteur public en tant que moteurs de l'innovation (Prahalad, McCracken et McCracken, 2009).

En économie, le changement apporté par une innovation doit augmenter la valeur, soit la valeur client, ou la valeur producteur. Par conséquent, l'objectif de l'innovation est d'apporter un changement positif. Dans le contexte organisationnel, c'est l'efficacité, la productivité, la qualité, le positionnement concurrentiel, la part de marché, etc qui sont en enjeux. Par ailleurs, l'innovation, impactant généralement de valeur, peut également avoir un effet négatif ou destructeur lorsque les nouvelles améliorations disparaissent ou changent les anciennes formes et pratiques organisationnelles.

L'innovation peut être poussée par l'offre, lorsqu'elle est basée sur de nouvelles possibilités technologiques, ou par la demande, si elle est basée sur les besoins sociaux et les exigences du marché. Une différence devrait également être faite entre les innovations radicales et les innovations incrémentales. les innovations radicales peuvent générer des "révolutions technologiques" et provoquer des changements discontinus et perturbateurs dans les industries et les entreprises existantes. les innovations incrémentales impliquent des modifications mineures dans les produits, services et connaissances. Néanmoins, même les petites innovations, cumulativement, peuvent améliorer les performances des produits ou des services, et donc apporter des avantages.

Les formes organisationnelles sont importantes pour tout type d'innovation, en particulier pour celles qui sont véritablement systémiques par nature, car elles doivent impliquer plus qu'un nouveau service ou modèle. Ces innovations génèrent «un changement dans les rapports de pouvoir et un changement dans la façon dont les gens pensent et voient. Les changements de systèmes vont bien au-delà des frontières d'une organisation. » (Murray, Caulier-Grice, & Mulgan, 2010). Ils génèrent également des changements dans la manière dont les individus agissent ensemble pour atteindre des objectifs communs de manière efficace, efficiente et socialement responsable.



L'innovation dépend d'un ensemble complexe de processus qui relie de nombreux agents différents. Les innovations se produisent au sein de réseaux, aux frontières d'organisations et de secteurs, où les problèmes, les besoins des utilisateurs et le potentiel des technologies peuvent être liés de manière créative.

Il y a plusieurs sources d'innovation. L'innovation du fabricant « manufacturer innovation » est la source traditionnellement reconnue dans le modèle d'innovation linéaire. C'est lorsqu'un agent, personne physique ou morale, innove pour vendre l'innovation. L'innovation pour les utilisateurs finaux « the end-user innovation » est une autre source d'innovation. Lorsque les produits existants ne répondent pas à certains besoins, un agent, une personne physique ou morale, développe une innovation pour son propre usage (personnel ou interne). Selon Eric von Hippel, l'innovation de l'utilisateur final « the end-user innovation » est la plus importante et la plus critique (1988).

D'un point de vue économique, la différence entre l'invention, en tant qu'idée, et l'innovation, comme résultat économiquement durable, devrait être évidente. Néanmoins, l'accent est mis sur le processus lui-même, de l'origine d'une idée à sa transformation en une chose utile, en passant par sa mise en œuvre et le système dans lequel se déroule le processus d'innovation.

Du point de vue de la gestion, nous considérons que Baregheh et al. (Baregheh, Rowley, & Sambrook, 2009)(2009) donnent une définition globale de l'innovation : « L'innovation est un processus en plusieurs étapes par lequel les organisations transforment leurs idées en produits, services ou processus améliorés, afin de progresser, de rivaliser et de se différencier avec succès sur leur marché ». Cette définition est importante car, non seulement elle définit le type de processus d'innovation (processus à plusieurs étapes) ou l'objet de l'innovation (idées, produits, service ou processus), mais elle permet également de comprendre pourquoi son résultat est un résultat positif : changement positif («progresser, rivaliser et se différencier avec succès sur leur marché»). C'est un aspect crucial pour le succès ou l'échec d'une organisation.



3. Innovation sociale

Schumpeter (1934) a été l'un des premiers auteurs à reconnaître le rôle de l'innovation dans les aspects culturels, sociaux et politiques de la société, outre les aspects économiques. Par ailleurs, l'innovation peut être perçue comme la capacité de modifier ou d'adapter de nouvelles idées, produits ou services (Thompson, 1965) afin de progresser, de faire face à la concurrence et de se différencier avec succès sur le marché (Baregheh, Rowley et Sambrook, 2009), ainsi que pour préparer l'avenir de l'entreprise (Carvalho, 2013) au moyen d'un processus interactif impliquant des relations formelles et informelles entre divers acteurs interagissant via des réseaux sociaux (Doh & Acs (2010).

Lundström et Zhou (2011) différencient les innovations technologiques, commerciales et sociales, le premier étant axé sur la production de connaissances et aboutissant à des résultats de R & D pouvant ou non servir à la fabrication de produits, le second étant axé sur les avantages économiques d'innovations commerciales telles que la part de marché ou le profit. Le dernier met l'accent sur la valeur sociale comme la solution aux problèmes sociaux avec l'utilisation de ressources limitées, à la recherche d'une reconnaissance politique, d'un soutien financier, d'un travail volontaire et d'un engagement philanthropique.

Taylor (1970) a souligné que l'innovation sociale implique des activistes et des entrepreneurs sociaux afin de répondre aux besoins sociaux en faisant les choses d'une nouvelle manière. Holt (1971) a souligné que l'innovation technologique concernait l'application de nouvelles technologies, tandis que l'innovation sociale concernait l'application de nouveaux modèles sociaux d'interaction humaine. Drucker (1987) a considéré l'innovation sociale comme un complément de l'innovation technologique, y compris les méthodes d'éducation, l'administration des hôpitaux et les pratiques de marketing ayant un impact sur la productivité. Mulgan (2006, p.146) définit l'innovation sociale comme «des activités et des services innovants qui sont motivés par l'objectif de répondre à un besoin social et qui sont principalement développés et diffusés à travers des organisations dont les objectifs principaux sont sociaux». Cette définition peut être complétée par la définition de Phills et al. (2008, p. 36) en tant que «solution nouvelle à un problème social plus efficace, efficient, durable ou juste que les solutions existantes et pour laquelle la valeur créée revient principalement à la société dans son ensemble plutôt qu'aux particuliers».



Les innovations sociales sont liées à l'utilisation de moyens sociaux (Innovation des citoyens, des organisations de la société civile, des communautés locales, des entreprises et des agents publics) pour atteindre des objectifs sociaux (Caulier-Grice, Kahn, Mulgan, Pulford et Vasconcelos, 2010), en créant une valeur partagée, à la fois économique et sociale (Porter & Kramer, 2011). Bien que l'innovation commerciale soit considérée comme axée sur le marché et les consommateurs (Mulgan et al., 2007), pour réussir, elle doit satisfaire les besoins et les désirs non satisfaits de l'homme et de la société (Carvalho, 2013), comme c'est le cas pour l'innovation sociale. L'innovation commerciale et sociale sont toutes les deux nécessaires pour améliorer la qualité de la vie.

L'innovation se produit au niveau de la pratique sociale. Comme le montre Hochgerner (Hochgerner, 2010), entre les innovations concernant des problèmes de société (innovations sociales) et les innovations basées sur des technologies (visant des objectifs commerciaux), il existe des similitudes mais aussi des différences. Par conséquent, «les processus, mesures, modèles et méthodes utilisés dans l'innovation dans le domaines commercial ou technologique ne sont pas toujours directement transférables à l'économie sociale» (Murray, Caulier-Grice, & Mulgan, 2010). La structure intangible des innovations sociales constitue la principale distinction par rapport aux innovations techniques (Howaldt & Schwarz, 2010). Par ailleurs, bien que leurs buts et objectifs soient différents, les résultats des deux types d'innovation peuvent se chevaucher. De plus, la règle des innovations incrémentales, servant de base à quelques «innovations de base», représente des points du changement social qui s'applique aux innovations sociales (Hochgerner, 2010).

En ce qui concerne la typologie des innovations, Brooks (Brooks, 1982) mentionne «les innovations presque purement techniques (telles que les nouveaux matériaux), les innovations sociotechniques (telles que les infrastructures de transport) et les innovations sociales». En ce qui concerne la typologie des innovations sociales, Brooks (1982) fait une distinction entre «les innovations de marché (telles que le leasing), les innovations en matière de gestion (telles que les nouveaux aménagements horaires), les innovations politiques (telles que les réunions au sommet) et les innovations institutionnelles groupes d'aide) ». D'autre part, selon Murray, Caulier-Grice et Mulgan (2010), comme tout type d'innovation, il n'y a pas de frontières claires pour l'innovation sociale. L'innovation sociale peut avoir lieu dans le secteur public ou dans le secteur privé, à but lucratif ou non, ou entre les deux. Par conséquent, il n'existe pas de modèles de collaboration purement descendants, ni ascendants.



En ce qui concerne l'entrepreneuriat social, il existe deux types d'innovation: progressive et radicale (Abernathy, 1978) ou perturbatrice (Christensen, 1997). En outre, certaines innovations sociales peuvent être incrémentielles (car elles se basent sur ce qui existe déjà), tandis que d'autres sont des approches et des situations radicales, perturbatrices et génératrices, transformatrices, comme celles qui ciblent de nouveaux clients et celles qui s'adressent au marché des bas revenus avec des produits à faible coût (Christensen & Raynor, 2003).

L'objectif ultime de l'innovation sociale devrait être un changement systémique lié à une innovation perturbatrice. Le changement systémique implique une interaction des mouvements sociaux, des modèles économiques, des lois et des réglementations, des données et des infrastructures, ainsi que de nouvelles façons de penser et de faire les choses (Murray, Caulier-Grice et Mulgan, 2010). Un autre concept autour de l'innovation sociale est l'«innovation socio-écologique» qui concerne l'innovation résultant de l'intégration stratégique de l'innovation durable faisant partie de la culture organisationnelle et l'innovation pour le développement durable prenant en compte des problèmes écologiques ou sociétaux (Edgeman et Eskildsen, 2013). Olsson et Galaz (2011) suggèrent que l'innovation socio-écologique devrait travailler plus directement dans le sens de la justice sociale, de la réduction de la pauvreté, de la durabilité de l'environnement et de la démocratie plutôt que dans la recherche du profit. Ainsi, l'innovation peut également être un facteur clé de la durabilité (Nidumolu, Prahalad et Rangaswami, 2009).

En réalité, le terme innovation sociale a des significations qui se chevauchent: il peut couvrir des processus sociaux, tels que des méthodes et techniques open source, ou faire référence à des innovations à finalité sociale, telles que le microcrédit ou la formation à distance, ou les deux. Cela peut aussi être lié à l'entrepreneuriat social, à l'innovation dans les politiques publiques et la gouvernance. Diverses définitions abordent le concept d'innovation sociale en observant différents aspects: qu'est-ce l'innovation sociale? objet du processus d'innovation? quel est le motif et quelle sont les effets? quel est l'objet du changement? quel est le domaine de changement ciblé? les composants...etc. Dans «Le processus d'innovation sociale» (2006), Geoff Mulgan déclare: «L'innovation sociale fait référence aux activités et aux services innovants qui sont motivés par l'objectif de répondre à un besoin social et qui sont principalement diffusés à travers des organisations nouvellement créées dont les objectifs principaux sont sociaux» (Murray, Caulier-Grice, & Mulgan, 2010). En détaillant les types d'organisations pris en compte dans la définition, nous visons à clarifier la question



du résultat. Le processus est défini en fonction de ses motivations (besoin social), de ses résultats (activités ou services) et de son domaine de changement (organisations dont les objectifs principaux sont sociaux). Alors que cette définition représente le mieux l'approche pragmatique (Bassi, 2011), son texte complète la définition générale de l'innovation mentionnée précédemment, donnée par Baregheh et al. (Baregheh, Rowley, & Sambrook, 2009).

Du point de vue de la gestion, l'innovation sociale nécessite des expériences, la participation des citoyens en tant que co-créateurs et la capacité de transformer des idées prometteuses et de nouveaux modèles de services au niveau des villes, des régions, des États, des organisations intergouvernementales et des marchés mondiaux.

4. Innovation sociale VS Entrepreneuriat social

Après avoir présenté un aperçu des concepts d'innovation sociale et d'entrepreneuriat social, cette section vise à mettre en évidence les principales différences entre les deux concepts. Selon Phills, Deiglmeier et Miller (2008), une différence majeure entre l'innovation sociale et l'entrepreneuriat social est que l'innovation sociale transcende les secteurs, les niveaux d'analyse, et des méthodes permettant de comprendre les processus qui produisent un impact durable pour résoudre les problèmes sociaux / sociétaux. Phills et al. (2008, p. 37) affirment que l'innovation sociale «peut impliquer de rechercher et de former davantage d'entrepreneurs sociaux et de soutenir les organisations et les entreprises qu'ils créent. Mais cela nécessitera certainement de comprendre et de favoriser les conditions permettant de résoudre les problèmes sociaux ».

Par conséquent, nous pourrions dire que le concept d'innovation sociale est plus large que les concepts d'entrepreneuriat social. Pour Westley et Antadze (2010), une entreprise sociale, même si elle répond à des besoins sociaux, «est une entreprise privée à but lucratif qui commercialise ses propres produits et services, alliant intérêts commerciaux et objectifs sociaux» (p. 2). En ce sens, une entreprise sociale est une forme d'organisation négociant sur le marché pour atteindre des objectifs sociaux (Brackertz, 2011). Cependant, le principal objectif des entreprises sociales est «l'impact lié à la mission» plutôt que la rentabilité (MacLean et al., 2013). Ils sont guidés par un objectif social et visent à montrer que les entreprises et les marchés peuvent générer des avantages sociaux, s'attaquer à des problèmes sociaux insolubles et surmonter ainsi les limites des services publics (Sharra & Nyssens, 2010). Par conséquent, leur objectif devrait être axé sur la création de valeur communautaire



et sur la durabilité par l'innovation (Mulyaningsih, Yudoko et Rudito, 2014). Bien que les entreprises sociales répondent souvent à des besoins sociaux, les entreprises sociales ne doivent pas nécessairement être des innovations sociales (Brackertz, 2011), mais peuvent exister simplement pour gagner de l'argent afin de subventionner une activité indépendante à but non lucratif (Sharra & Nyssens, 2010).

Selon Westley et Antadze (2010), l'entrepreneuriat social est un concept individuel axé sur l'homme qui met en valeur les qualités personnelles d'un individu qui crée une nouvelle organisation et utilise ses compétences entrepreneuriales pour atteindre un objectif social (ne faisant pas nécessairement appel à l'entreprise sociale) (Brackertz, 2011), sans doute en réponse aux demandes croissantes d'un capitalisme plus éthique et socialement inclusif (Dacin, Dacin et Tracey, 2011). Quatre éléments peuvent être soulignés dans la définition de l'entrepreneuriat social (Dacin et al., 2011): les caractéristiques des entrepreneurs sociaux individuels, leur domaine d'activité, les processus et les ressources qu'ils utilisent, ainsi que sa mission. MacLean et al. (2013) identifient trois caractéristiques communes entre l'innovation sociale et l'entrepreneuriat social:

- L'innovation est la base des deux, l'entrepreneuriat social visant à canaliser l'activité entrepreneuriale vers la résolution de problèmes sociaux:
- il existe un consensus sur le fait que la création de valeur sociale est au cœur des deux concepts ;
- Comme dans le cas de l'innovation sociale, la montée en puissance de l'entrepreneuriat social est due à l'incapacité de l'État à satisfaire les besoins croissants de protection sociale.

Westley et Antadze (2010) soutiennent également que les concepts d'entreprise sociale et d'entrepreneuriat social et le concept d'innovation sociale «sont étroitement liés l'un à l'autre, puisqu'un entrepreneur social peut faire partie d'une entreprise sociale tout en pouvant contribuer à la promotion des innovations sociales »(p. 3). Dans cette perspective, l'entrepreneuriat social et l'entreprise sociale sont englobés par l'innovation sociale, qui opère aux niveaux inter-organisationnel (Brackertz, 2011).

De plus, Dacin et al. (2011) soutiennent qu'il est probable qu'il existe «un ordre hiérarchique de création de valeur sociale et économique» de façon à ce que la «mission de création de valeur sociale n'empêche ni ne minimise l'accent mis sur la valeur économique». Ils soutiennent que «la valeur économique est cruciale pour la durabilité des entreprises sociales



et la création de valeur sociale», car il est difficile «d'ignorer que la création de valeur sociale est souvent étroitement liée aux résultats économiques qui produisent à leur tour des ressources financières que l'entrepreneur social peut utiliser pour réaliser sa mission initiale ». Par ailleurs, les concepts, bien qu'ils se chevauchent, sont distincts. Le concept d'entrepreneuriat social "est utilisé pour décrire les comportements et les attitudes des individus impliqués dans la création de nouvelles entreprises à des fins sociales, y compris la volonté de prendre des risques et de trouver des moyens créatifs d'utiliser des actifs sous-utilisés". L'entreprise sociale n'est pas vraiment un concept, mais plutôt «des entreprises à objectifs principalement sociaux dont les excédents sont principalement réinvestis à cette fin dans l'entreprise ou la communauté. Ils ne sont pas motivés par la nécessité de maximiser les profits des actionnaires et des propriétaires ». L'innovation sociale est un concept beaucoup plus large que l'entrepreneuriat social, même si elle englobera souvent l'entrepreneuriat social ou les entreprises sociales «bien que ce soit souvent l'un ou les deux».

En conclusion, l'innovation sociale fait principalement référence aux processus de construction de systèmes, tandis que l'entrepreneuriat social est un moyen de comprendre le comportement et les orientations des individus qui dirigent ce processus. Du point de vue de la littérature sur l'innovation, l'innovation sociale s'appuie sur des chercheurs qui tentent de comprendre la construction du système. Les études sur l'innovation sociale incluent les processus sociaux de l'innovation, en particulier les innovations ayant un objectif social. Il se concentre sur la dimension processus de l'innovation, sur la manière dont l'innovation et le changement se produisent, sur la manière dont elle est adoptée et diffusée et par quels moyens elle peut être développée afin de résoudre les problèmes sociaux. La perspective de la littérature sur l'entrepreneuriat social est axée sur la compréhension des caractéristiques des individus qui créent de nouvelles solutions pour résoudre des problèmes sociaux (ou des besoins) et créent de la valeur sociale. Par conséquent, les entrepreneurs sociaux sont considérés comme des agents de changement de la société, «qui aident à trouver des solutions aux défis sociaux, par le biais de produits et d'idées créatifs et innovants» (Waasdorp & Ruijter, 2011).



Conclusion

Cet article ne cherche pas à donner un aperçu complet de l'entrepreneuriat social et l'innovation sociale, mais plutôt à contribuer à un domaine important dans lequel un débat plus approfondi est nécessaire, à savoir entre la distinction conceptuelle entre l'innovation sociale et l'entrepreneuriat social. Il est clair que des recherches supplémentaires sont nécessaires pour obtenir une compréhension plus complète de l'entrepreneuriat social et l'innovation sociale, non seulement en ce qui concerne les résultats d'activités d'innovations sociales particulières, mais surtout pour comprendre comment les innovations sociales évoluent et peuvent être améliorées en entrepreneuriat social. L'étude du processus d'innovation sociale met en évidence le fait que ce processus repose sur une interaction constante entre toutes les parties prenantes impliquées et prend en compte leurs besoins, leurs attentes et leurs aspirations.

L'innovation sociale peut devenir un phénomène inclusif, dépendant des interactions de différentes composantes sociales (Bignetti, 2011), bien que cette inclusion soit une propriété émergente qui doit être explorée dans des contextes individuels. L'innovation pour relever les défis sociaux est un domaine émergent et appelle de nouvelles formes de coopération entre différentes parties prenantes (Waasdorp et Ruijter, 2011), exigeant «davantage d'activités de recherche sur la multidisciplinarité et la promotion de la participation des parties prenantes, et le système d'innovation sociale doit être réorganisé pour qu'il devienne un moteur efficace des progrès techniques et sociaux »(Harayama et Nitta, 2011, p. 14).

Le concept de systèmes d'innovation fournit un solide fondement théorique pour la recherche future sur l'entrepreneuriat social et l'innovation sociale grâce à sa reconnaissance de l'apprentissage interactif et sa reconnaissance des innovations de réseau en appréciant l'importance, en particulier, de l'innovation sociale. L'approche des systèmes d'innovation identifie le rôle que les institutions, formelles et informelles, jouent dans la définition de l'orientation future de l'innovation sociale. Par ailleurs, une compréhension claire de la manière dont les institutions peuvent soutenir le processus d'innovation sociale reste à développer, mais une approche fondée sur les systèmes d'innovation fournit un cadre potentiel pour étudier le rôle des institutions dans la promotion de l'innovation sociale. Par conséquent, l'approche des systèmes d'innovation peut être considéré comme cadre d'analyse approprié pour les futures études sur l'innovation sociale et l'entrepreneuriat social.



BIBLIOGRAPHIE

Abernathy W. J. and Utterback, James M. (1978). Patterns of industrial innovation. *Technology Review*, 80.

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

Baregheh, A., Rowley, J., & Sambrook, S. (2009). Towards a multidisciplinary definition of Innovation. *Management decision*, vol. 47, no. 8, 1323–1339.

Bassi, A. (2011). Social Innovation: Some Definitions. p 2.

Bonifacio, M. (2014). Social Innovation: a novel policy stream or a policy compromise? An EU perspective”, *European Review*, 22, 145-169.

Brackertz, N. (2011). Social innovation, Australian Policy Online, topic guide.

Brooks, H. (1982). Social and technological innovation, In: Sven B. Lundstedt/ E. William.

Cajaiba-Santana, G. (2014). Social innovation: Moving the field forward. A conceptual framework. *Technological Forecasting and Social Change*, 82(1), 42-51.

Certo, S., & Miller, T. (2008). Social entrepreneurship: Key issues and concepts. *Business Horizons*, 51(4), 267-271.

Christensen C., Baumann H., Ruggles R., & Sadtlert, T.M. (2006). Disruptive innovation for social change. *Harvard Business Review*, 84(12), 94–191.

Dacin, M.T., Dacin, P.A., & Tracey, P. (2011). Social entrepreneurship: A critique and future directions. *Organization Science*, 22(5), 1203–1213.

Dees, J., & Anderson, B. (2003). For-profit social ventures. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 2(1), 1–26.

Glancey, K.S. and R.W. McQuaid (2000) *Entrepreneurial Economics* (Macmillan, Basingstoke and St. Martin's Press, New York).

Harayama, Y., & Nitta, Y. (2011). Transforming innovation to address social challenges. In OECD (Ed.), *Fostering innovation to address social challenges* (pp. 11-17). Paris, France: OECD.

Hemingway, C. (2005). Personal values as a catalyst for corporate social entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 60(3), 233–249.



Hochgerner, J. (2010). Considering the social relevance of innovations, preface at Howaldt, J. and Schwarz, M. (2010). Social Innovation: Concepts, research fields and international trends. IMO international monitoring.

Howaldt, J., & Schwarz, M. (2010). Social Innovation: Concepts, research fields and international trends. IMO international monitoring, pp. 7, 17, 21, 41.

Hulgard, L.(2010). Discourses of social entrepreneurship – Variations of the same theme?. Working Papers Series, no. 10/01, Liege: EMES European Research Network. Liege: Belgium.

Hurley, Robert & Hult, G. Tomas M.. (1998). Innovation, Market Orientation, and Organizational Learning: An Integration and Empirical Examination. Journal of Marketing. 62.

Leadbeater, C. (1997). The rise of the social entrepreneur. London, UK: Demos.

Light, P. C. (2009). Social entrepreneurship revisited: Not just anyone, anywhere, in any organization can make breakthrough change. Stanford Soc. Innovation Rev. (Summer) 21–22.

Lumpkin, G.T. & Dess, G.G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. Academy of Management Review, 21(1), 135–172.

Lundström, Anders & Zhou, Chunyan. (2011). Promoting innovation based on social sciences and technologies: The prospect of a social innovation park. Innovation – The European Journal of Social Science Research. 24. 133-149.

Mair, J., & Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight, Journal of World Business, 41(1), 36-44.

Murray, R., Caulier-Grice, J., & Mulgan, G. (2010). The Open Book of Social Innovation, In social innovator series: ways to design, develop and grow social innovation: the Open Book of Social Innovation (pp. 6-8).

Nicholls, A. (2008). Social entrepreneurship: New models of sustainable social change, Oxford University Press

Nidumolu, R., Prahalad, C. K., & Rangaswami, M. R. (2009). Why sustainability is now the key driver of innovation. Harvard business review, 87(9), 56-64.

OECD (2009). Innovation Policy reviews.

Perrini, F., Vurro, C., & Costanzo, L.A. (2010). A process-based view of social entrepreneurship: From opportunity identification to scaling-up social change in the case of San Patrignano, Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal, 22(6), 515-534.

Prahalad et al. (2009) C.K. Prahalad, P. McCracken, R. McCracken. The new nature of innovation.



Seyfang, G., & Haxeltine, A. (2012). Growing grassroots innovations: Exploring the role of community- based initiatives in governing sustainable energy transitions. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 30(3), 381-400.

Thompson, J. (2002). The world of the social entrepreneur. *The International Journal of Public Sector Management*, 15(5), 412–431.

Waasdorp, P., & Ruijter, K. (2011). Countries approaches & innovation policies to address social challenges: Opportunities and barriers. In OECD (Ed.), *Fostering innovation to address social challenges* (pp. 69-74). Paris, France: OECD.

Westley, F., & Antadze, N. (2010). Making a difference: Strategies for scaling social innovation for greater impact. *Innovation Journal*, 15(2): 1–19.

Zahra, S., Gedajlovic, E., & Neubaum, D. (2009). A typology of social entrepreneurs: motives. *J Bus Venturing*(24), 519–532.