

Entrepreneuriat social et RSE : le point de vue d'entrepreneurs sociaux à Montréal

Isabeau FOUR

Chercheure, coordonnatrice de la recherche

Centre d'étude en responsabilité sociale et écocitoyenneté (CÉRSÉ)

Adresse : 6400, 16e Avenue Montréal (Québec) H1X 2S9

E-mail : isabeau.four@crosemont.qc.ca

Olivier CORBIN-CHARLAND

Agent de recherche

Centre d'étude en responsabilité sociale et écocitoyenneté (CÉRSÉ)

Adresse : 6400, 16e Avenue Montréal (Québec) H1X 2S9

E-mail : ocorbin@crosemont.qc.ca

France LAVOIE

Chercheure et professeure en techniques de recherche sociale

Centre d'étude en responsabilité sociale et écocitoyenneté (CÉRSÉ) et Collège de Rosemont

Adresse : 6400, 16e Avenue Montréal (Québec) H1X 2S9

E-mail : flavoie@crosemont.qc.ca

Résumé

Depuis le début des années 2000, les initiatives d'entrepreneuriat social se multiplient à la jonction de l'innovation sociale et de la responsabilité sociale. Or ce phénomène, encore peu documenté empiriquement, soulève de nombreuses questions qui touchent, notamment, les fondements identitaires, la légitimité et les représentations qu'ont les entrepreneurs sociaux du phénomène. Cette recherche empirique tente d'apporter des éléments de réponses en observant et étudiant des entrepreneurs sociaux présents dans un incubateur dédié à l'innovation et l'entrepreneuriat social. La démarche de recherche utilisée s'appuie sur une méthodologie mixte. Le terrain d'observation et d'étude que constitue l'incubateur montrent des trajectoires multiples, ainsi que des motivations et des conceptions variées de l'entrepreneuriat social.

Mots-clés :

Entrepreneuriat social, responsabilité sociale des entreprises, légitimité

Abstract

Since the turn of the millennium, social entrepreneurship initiatives at the junction of social innovation and social responsibility have gained in popularity. Despite this popularity, this

social entrepreneurship phenomenon is still poorly documented empirically and raises numerous questions regarding identity foundations, legitimacy and the various representations of this social phenomenon. This empirical research aims at providing answers to such questions by studying social entrepreneurs working in an incubator dedicated to innovation and social entrepreneurship. This methodology is based on a mixed methods approach. The results from our observation grounds, the incubator, point towards multiple trajectories, motivations and various conceptions of social entrepreneurship.

Key-words:

Social entrepreneurship, corporate social responsibility, legitimacy

Introduction

Depuis le début des années 2000, les initiatives d'entrepreneuriat social se multiplient, suscitant de l'intérêt chez les instances politiques, économiques, journalistiques ainsi que dans le milieu de la recherche (Defourny et Nyssens, 2011 ; Janssen et al, 2012). Tous mettent de l'avant les deux facettes du concept permettant de l'appréhender dans sa globalité : l'entrepreneuriat qui correspond au démarrage d'activités et à la création de valeur économique, et la mission « sociale » qui représente l'élément distinctif de ce type d'entrepreneuriat. L'augmentation des besoins sociaux - de plus en plus diversifiés et complexes - requérant des solutions innovatrices, le besoin de financement des missions sociales et un certain désengagement de l'État dans différents secteurs expliquent la croissance de ce type d'entrepreneuriat (Brouard, Larivet et Sakka, 2010; Janssen, Bacq et Brouard, 2012; Hervieux, 2013; Weerawaderna et Mort, 2006). Il serait également possible de rajouter à ces causes la crise écologique et la montée du développement durable (Roy, 2015). Qualifié de « capitalisme 3.0 », ce type d'entrepreneuriat offre des perspectives de recherche intéressantes à la jonction de l'innovation sociale et de la responsabilité sociale de l'entreprise (RSE). Malgré des similitudes, notamment dans l'association de logiques contradictoires soit l'économique et le social, l'entrepreneuriat social semble se distinguer des pratiques de RSE telles qu'identifiées par Capron (2009) puisque son rôle social est prioritaire et le profit engendré par son rôle commercial est un moyen de le remplir et non une fin en soi (Brouard et al, 2010 ; Fontan, 2008). L'entrepreneuriat social pourrait-il donc faire émerger de nouvelles pratiques d'affaires « créatrices de valeur sociale » et transférables vers les autres entreprises (Van Der Yeught et Bergery, 2012 : 156) ? Serait-il amené à jouer un rôle majeur dans une transition vers un monde durable ? Il peut à tout le moins servir à alimenter la réflexion sur le

rôle que joue l'entreprise au sein de la société, particulièrement dans une éventuelle société viable.

L'entrepreneuriat social est un phénomène qui reste encore peu documenté empiriquement, la plupart des écrits sur le sujet étant théoriques. Il est par ailleurs difficile d'identifier une population d'entrepreneurs sociaux, en effet, les définitions de l'entrepreneuriat social sont nombreuses et souvent non consensuelles (Abu-Saifan, 2012). Pour répondre à cet enjeu, et afin de mieux déchiffrer et comprendre les diverses formes que peut prendre ce phénomène en émergence et ses liens avec la RSE, il apparaît important d'explorer les représentations qu'ont les personnes qui s'identifient comme entrepreneurs sociaux de ce type d'entrepreneuriat, ce qui est l'objet de cet article.

Ce texte propose une réflexion, dans un premier temps, sur le concept de la RSE, pour ensuite aborder les nombreuses définitions de l'entrepreneur et de l'entrepreneuriat social. Dans une seconde section seront présentés le cadre méthodologique de cette recherche et les résultats, structurés autour des différentes conceptions de l'entrepreneuriat social relevées dans l'échantillon, pour terminer avec une réflexion sur les enjeux qui en découlent.

1 : Cadre théorique

1.1 : La responsabilité sociale des entreprises, un concept aux multiples visages

La RSE, qui s'intéresse au rôle de l'entreprise dans la société, est un champ de recherche en plein essor depuis le début des années 90' (Labelle et al., 2013). Complexe, touchant à toutes les fonctions de l'entreprise, la RSE peut se définir d'une manière large et inclusive comme *«l'ensemble des obligations, légales ou volontaires, qu'une entreprise doit assumer afin de passer pour un modèle imitable de bonne citoyenneté dans un milieu donné»* (Pasquero, 2005 : 80). Il existe une distinction entre, d'une part, la conception nord-américaine de la

RSE, fruit d'une trajectoire couvrant une centaine d'années, centrée sur l'entreprise et une démarche volontariste et, d'autre part, une conception européenne, plus récente, centrée sur le rôle de l'État, des institutions et de la régulation (Pasquero, 2013). Par ailleurs, il semble qu'émerge une autre avenue au-delà de ces approches contradictoires proposant « la construction d'une responsabilité sociale pensée sur un mode universel, à travers laquelle les entreprises sont convoquées à participer aux enjeux de gouvernance mondiale » portée par l'École de Montréal (Gendron, 2013 : 15). Mais peu importe l'approche choisie, la RSE reste un champ sous tension et l'entreprise qui s'engage sur cette voie doit composer avec les deux logiques contradictoires qui sous-tendent ses activités économiques et sociales.

Au sein des entreprises engagées dans une démarche de RSE, les pratiques peuvent se décliner sur un large spectre dans lequel Capron (2009) identifie trois grandes conceptions. La première, d'ordre éthique, « se manifeste de manière exclusivement volontaire, essentiellement à travers des actions philanthropiques et de mécénat » (Capron, 2009 : 9). La seconde est « une conception stratégique utilitariste », axée sur l'image de marque et liant la performance sociale de l'entreprise et sa performance économique. La dernière - moins répandue - est « une conception politique de *soutenabilité* qui met l'accent sur l'encastrement de l'entreprise dans la société et sur sa nécessaire contribution au bien commun » (Capron, 2009 : 10). Peu importe où se situe l'entreprise sur ce spectre, « l'idée de la RSE est davantage de faire un profit tout en faisant le bien (ou sans faire de mal), que de faire du bien tout en faisant du profit » (Brouard *et al*, 2010 : 54). Il est aussi important de souligner qu'aucune de ces conceptions de la RSE ne place la mission sociale de l'entreprise devant sa mission économique. Il s'agit davantage pour l'entreprise, même dans la dernière des trois conceptions, d'assumer pleinement les conséquences sociales ou environnementales de son activité. Sur ce point, l'entrepreneuriat social se distingue puisque son rôle social est

prioritaire et le profit engendré par son rôle commercial n'est qu'un moyen de remplir la mission sociale de l'entreprise (Abu-Saifan, 2012 ; Fontan, 2008; Brouard *et al*, 2010; Hervieux, 2013).

1.2 : La notion d'entrepreneur

Avant d'aborder l'entrepreneuriat social, il importe de bien cerner la notion d'entrepreneur, une des deux facettes du concept. L'entrepreneur, cet acteur social et économique, a été étudié par de nombreux auteurs, plus particulièrement depuis les travaux de Birch à la fin des années 70' et il est donc défini de plusieurs façons. À l'origine des différents rôles et définitions de l'entrepreneur, Boutillier et Uzinidis (2012) relèvent trois principaux penseurs économiques ayant, chacun à leur façon, contribué à mieux les définir : Cantillon qui a mis en évidence la prise de risque dans un contexte d'incertitude, J.-B. Say qui a identifié le rôle de l'innovation et, enfin, J. A. Schumpeter qui a mis en avant l'innovation et l'évolution économique. Ces premières définitions, plus particulièrement celles de Say et Shumpeter sont centrées sur la rupture qu'effectue l'entrepreneur innovant avec le milieu des affaires traditionnel (Gislain, 2012). Une des définitions phares, proposée par Schumpeter, montre comment l'innovation vient orienter la conduite de l'entrepreneur qui trouve sa rationalité dans : « [...] la joie de créer une forme économique nouvelle » (Schumpeter, 1926 : 136). Il se réalise dans les efforts qu'il investit pour assurer le succès de son projet et non uniquement dans une rationalité économique. Carland (1984) et Audretsch (2007) vont dans le même sens que Schumpeter en mettant l'accent sur la capacité d'innover de l'entrepreneur. D'autres auteurs (Kirzner, 1978; Kao et Stevenson, 1985; Timmons et Spinelli, 2008) avancent que l'entrepreneur est surtout un acteur qui sait identifier des opportunités, en mettant en place un « processus par lequel des opportunités à créer des produits et des services futurs sont découvertes, évaluées et

exploitées » (Shane et Venkataraman , 2000 cité par Brossard, 2010 : 9). Shapero (1982), le définit plutôt comme une personne qui aime prendre des risques. Plusieurs de ces dimensions sont reliées et, en ce sens, ces nombreuses définitions de l'entrepreneur se rejoignent autour de certaines dimensions, notamment le désir d'innover, la détection d'opportunité et la prise de risque qui accompagne les projets de création. Ces définitions revêtent un caractère idéal, une vision romancée de cet acteur (par opposition, notamment, à l'entrepreneuriat de nécessité) que l'on peut retrouver dans celles de l'entrepreneur social.

1.3 : Les différentes écoles de pensée en entrepreneuriat social

Tout comme la RSE, l'entrepreneuriat social se révèle être un domaine de recherche en plein essor et en définir le concept est un exercice difficile. Pour mieux comprendre l'origine de l'entrepreneuriat social, Marshall, un autre auteur important du champ de l'entrepreneuriat, apporte quelques éclairages intéressants. Il introduit, à la fin du XIX siècle, la notion d'externalités pour prendre en compte ce que le milieu apporte à l'entreprise (par exemple, des routes) et ce que l'entreprise apporte au milieu (par exemple, des emplois salariés, mais aussi de la pollution). Selon Fontan (2008), c'est afin de prendre en compte les externalités négatives (par exemple, la pollution) que naissent des formes d'activités économiques qui se distinguent de l'entreprise classique, dont font parties les entreprises collectives et les entreprises sociales. Ce serait donc sous l'impulsion de cette difficulté rencontrée par les marchés à prendre en compte les externalités négatives que serait né l'entrepreneuriat social. Mais c'est au début des années 80' aux États-Unis que la notion d'entrepreneur social prend naissance plus formellement avec deux événements marquants : la création d'Ashoka par Bill Drayton en 1980 et de New Ventures, puis Skoll par Ed Skloot dans les années 90', initiatives

qui vont susciter un véritable élan pour l'entrepreneuriat social tout en proposant des conceptions différentes.

Si les conceptions de l'entrepreneuriat social reprennent les caractéristiques de l'entrepreneur « classique », soit l'identification d'opportunités et la propension à la prise de risques et qu'un certain consensus se fait autour des causes de son émergence (Brouard, Larivet et Sakka, 2010; Janssen, Bacq et Brouard, 2012; Hervieux, 2013; Weerawaderna et Mort, 2006), plusieurs définitions de ce phénomène coexistent. Cette difficulté peut s'expliquer, en partie, par son émergence récente comme thématique de recherche, mais également par la présence marquante de deux écoles de pensées en entrepreneuriat social en Amérique du Nord. La première est celle des ressources marchandes pour laquelle une entreprise sociale doit « couvrir l'ensemble de leurs coûts par des ressources marchandes » (Défourny et Nyssens, 2011 : 319). Cette définition soulève des questions. Comment en effet, ne pas y inclure des entreprises classiques? Dans ce cas de figure, les activités : « allant du sponsoring et du mécénat à des formes plus innovantes - peuvent s'inscrire dans des stratégies de responsabilité sociale des entreprises (RSE), que bien des *business schools* s'empresseront de qualifier d'entrepreneuriat social » (Défourny et Nyssens, 2011 : 319). Une autre école est celle de l'innovation sociale qui met l'accent sur « la nature systémique de l'innovation et sur l'ampleur de l'impact social [...] plutôt que sur le type de ressources mobilisées » (Défourny et Nyssens, 2011 : 319). D'autres auteurs proposent des variations de cette définition qui place l'innovation au cœur des caractéristiques de l'entrepreneur social (Dees 1998; Brinckerhoff, 2009). L'école de l'innovation sociale soulève d'autres questions, en effet, l'innovation est un concept tout aussi difficile à cerner que celui de l'entrepreneuriat social. Comment peut-on la quantifier, quel est le seuil minimal d'innovation et d'impacts sociaux qu'une entreprise sociale doit atteindre pour pouvoir se prévaloir de ce titre ? Une autre école

de pensée subordonne les activités économiques à la mission sociale, les activités économiques n'étant qu'un moyen d'atteindre les objectifs d'impacts sociaux positifs que se donne l'entreprise (Zahra et al., 2008). Reste alors le problème de la mesure des impacts sociaux, comment les quantifier et surtout, comment s'assurer qu'ils soient effectivement subordonnés aux activités économiques ? On pourrait encore ajouter une dernière école, plus spécifiquement canadienne, celle de la gouvernance, qui entend que la « spécificité sociale s'appuie sur une gestion démocratique » (Fontan, 2008 : 42). Cette autre école, en ajoutant un critère d'inclusion, réduit le bassin potentiel de personnes pouvant se définir comme entrepreneurs sociaux. En effet, si les entreprises sociales et solidaires fonctionnent selon des modes de gouvernance démocratique, ce n'est pas forcément le cas pour plusieurs autres entreprises qui, pourtant, satisfont les critères des écoles précédemment mentionnées. Enfin, si distinguer l'entreprise sociale de « l'entreprise classique » semble à priori possible, refaire le même exercice en comparant les entreprises sociales avec d'autres entités qui se sont dotées d'une mission sociale, notamment des groupes de militants, est un exercice périlleux. Le critère souvent utilisé pour les départager est la présence d'activités commerciales (entendu au sens de la vente de produits ou de services). Cette définition est particulièrement problématique lorsque ces activités commerciales sont qualifiées d'étape vers l'autosuffisance, ce qui exclurait plusieurs acteurs qui, malgré la présence d'activités commerciales, dépendent en partie de subventions ou de dons.

En traversant l'Atlantique, si l'on remarque que la conception des entrepreneurs sociaux est légèrement différente, des tensions similaires subsistent. Ces tensions sont visibles dans les divers objectifs poursuivis par l'entrepreneur social, notamment, entre les impératifs de développement économique et de réalisation d'impacts sociaux significatifs, mais également entre les formes organisationnelles que peut prendre l'entreprise sociale (entre, d'une part, une

gouvernance démocratique et, d'autre part, une gestion hiérarchique comme on en retrouve dans plusieurs entreprises traditionnelles) (Brouard *et al.*, 2010). En contexte canadien, la question de la gouvernance est problématique, en effet, selon Fontan *et al.* (2008), peu de politiques, d'outils de financement et de formes de soutien ont été pensés en fonction des besoins de l'entrepreneuriat social. Plusieurs questionnements émergent quant au choix de la forme organisationnelle et juridique qui permettrait de diminuer la tension entre les activités économiques et la mission sociale, d'avoir accès aux programmes de soutien et de financement et, d'une certaine façon, de légitimer leur projet aux yeux des acteurs périphériques, qu'ils proviennent du milieu des affaires ou encore d'instances gouvernementales. Le choix de cette forme est donc, en partie, conditionné par des enjeux financiers (Fontan *et al.*, 2008).

Il est, au final, difficile de légitimer la pratique de l'entrepreneuriat social au Canada et particulièrement au Québec dans le contexte légal actuel. Les diverses définitions de l'entrepreneuriat social, combinées au vide juridique actuel au Québec, rendent difficile l'étude de ce phénomène, comment, en effet, peut-on repérer un entrepreneur social lorsque les définitions proposées se contredisent ? Qui sont les entrepreneurs sociaux, quelles sont leurs profils et caractéristiques ? Ces nombreuses tensions et définitions sont néanmoins intéressantes, car elles laissent présager la présence d'une communauté hétérogène d'entrepreneurs sociaux porteurs de conceptions variées de l'entrepreneuriat social.

Cette même hétérogénéité de conceptions de l'entrepreneuriat social crée de nombreux problèmes, pour le soutenir, l'accompagner et l'étudier, mais également et surtout en ce qui touche à la légitimité de l'acteur. Hervieux *et al.* (2013), proposent de mobiliser le modèle des économies de la grandeur de Boltanski et Thévenot (1991) pour distinguer la RSE de

l'entrepreneuriat social. Cette réflexion théorique apparaît particulièrement adaptée à l'étude de ces deux phénomènes, en effet, les auteurs reprennent les concepts de Boltanski et Thévenot et opposent la logique commerciale centrée sur la concurrence, l'intérêt personnel et l'opportunisme, à la logique civique, centrée sur le bien collectif, la conscience sociale, la démocratie et le renoncement à l'individualisme. On voit se déployer, dans cette opposition, une tension importante entre la mission sociale et la mission économique, tension qui structure les activités de l'entrepreneur social.

Tableau 1 : La responsabilité sociale versus l'entrepreneuriat social

	Responsabilité sociale des entreprises	Entrepreneuriat social
Caractéristiques	Prise en compte des impacts des activités de l'entreprise sur la société	Réponse de l'entreprise à un problème social
Volet social	Fait partie de la démarche de RSE	Mission sociale prioritaire
Logiques	Commerciale centrée sur la concurrence, l'intérêt personnel et l'opportunisme	Civique centrée sur le bien collectif, la conscience sociale, la démocratie et le renoncement à l'individualisme
Approches	Éthique : philanthropie et mécénat Utilitariste : lien entre performance sociale et performance économique De soutenabilité : contribution au bien commun	Marchande : autofinancement par ressources marchandes Innovation sociale : nature systémique de l'innovation et ampleur de l'impact social Démocratique : spécificité sociale s'appuie gestion démocratique

2 : Méthodologie

Cette recherche, réalisée en partenariat avec Esplanade Montréal, un dispositif de soutien à l'entrepreneuriat social, est centrée sur les questions de cette organisation sur sa communauté d'entrepreneurs sociaux. S'inscrivant dans le courant de la recherche partenariale, ce type d'études permet de faire émerger des savoirs mettant en relation « le monde de la pensée et celui de l'action » (Bussièrès et Fontan, 2011 : 2) et tente de réduire l'écart entre la « science et la société » en favorisant : « 1. une plus grande perméabilité entre ces mondes; 2. une reconnaissance de la capacité d'autres secteurs de la société d'être en mesure de produire en toute légitimité des savoirs et des connaissances scientifiques » (Bussièrès et Fontan, 2011 : 3). Élaborée sur une longue période avec le personnel de l'Esplanade et l'équipe de recherche, la recherche tentait d'apporter certains éclairages sur le milieu d'accueil qu'est l'Esplanade, plus spécifiquement sur les caractéristiques de sa communauté d'entrepreneurs sociaux, leurs besoins et leurs représentations de leur statut d'entrepreneurs sociaux et de l'Esplanade. Cette organisation, qui propose de faire émerger et soutenir une communauté d'entrepreneurs sociaux, a volontairement adopté une posture inclusive quant à la sélection de ses résidents, ces derniers ont été retenus en fonction de valeurs communes avec l'Esplanade. En ce sens, il s'agit d'un terrain idéal pour voir émerger et repérer différentes conceptions de l'entrepreneuriat social en sol québécois et d'identifier leurs liens avec la RSE.

Pour mieux se saisir de ces questionnements, il a été convenu avec le partenaire de partir du savoir expérientiel des participants afin de documenter les représentations que se font les acteurs de l'entrepreneuriat social de même que celles qu'ils ont de l'Esplanade et de son rôle de soutien. Afin de s'assurer à la fois de bien répondre aux besoins du partenaire et également du transfert et de l'appropriation des résultats, un comité de suivi composé de représentants de

L'Esplanade et des membres de l'équipe de recherche a été mis sur pied. Les questions de recherche et les outils de collecte en découlant ont été élaborés avec ce comité.

Cette recherche est structurée autour d'une méthodologie mixte. Elle permet la triangulation des résultats en croisant plusieurs méthodes de collecte et d'analyse de données (Corbière et Larivière, 2014; Mayoh et Onwuegbuzie, 2013). Pour cette étude, trois stratégies de collecte ont été retenues, des observations terrain effectuées par un chercheur en résidence à l'Esplanade qui occupait un poste de travail, des entrevues semi-dirigées réalisées avec le personnel et les entrepreneurs résidents et enfin, un questionnaire envoyé aux résidents qui avaient un forfait actif lors de la collecte de données. Dans le cadre de la réflexion sur la conception de l'entrepreneuriat social que propose ce texte, les analyses sont principalement tirées du matériel recueilli lors des entrevues.

Au total, le chercheur en résidence a passé 24 jours à l'Esplanade, étalés sur une période de plus de trois mois, seize entrevues ont pu être réalisées, trois avec le personnel de l'Esplanade, treize avec des entrepreneurs sociaux présents à l'Esplanade et enfin, le questionnaire a été envoyé aux 53 entrepreneurs résidents, avec un taux de réponse de 41.5%.

Les observations ciblaient la description : des locaux, des acteurs en présence, des interactions entre les personnes présentes à L'Esplanade, les entrevues portaient sur les représentations qu'ont les participants de l'entrepreneuriat social et de l'Esplanade alors que le questionnaire avait pour objectif de recueillir quelques données sociodémographiques sur la population d'entrepreneurs sociaux de l'Esplanade. L'analyse s'appuyait sur un traitement quantitatif descriptif pour les données du questionnaire alors que les données tirées des verbatim des entrevues et des observations ont été analysées à l'aide du logiciel de traitement de données

qualitatives NVivo 10 selon une perspective d'analyse thématique (Paillé et Mucchielli, 2003; QSR NVivo 10)¹.

3 : Résultats de la recherche

3.1 : Profil général

Le questionnaire a permis de faire ressortir certaines caractéristiques socioéconomiques des entrepreneurs sociaux de l'Esplanade, elles sont présentées dans le tableau qui suit.

Tableau 2 : Caractéristiques des répondants au questionnaire

Caractéristiques	Données
Moyenne d'âge	34.5 ans (intervalle de 21 à 47 ans)
Lieu de naissance	55% ne sont pas nés au Canada
Sexe	60% de femmes
Scolarité	70% diplômés universitaires (cycles supérieurs)
Revenus de l'entreprise (projeté pour l'année)	63% ont des revenus inférieurs à 39 999\$/an

Les résidents ayant répondu au questionnaire sont relativement jeunes, une majorité n'est pas née au Canada et une forte proportion de ces derniers sont des femmes. Tous les répondants ont fait des études universitaires, 70% des participants à l'étude ont terminé des études universitaires de cycles supérieurs. Plusieurs résidents de l'Esplanade affirment être dans une situation financière précaire et ne peuvent vivre des revenus de leurs entreprises. Ils recherchent donc du soutien pour mener à bien à leurs projets.

¹Les données ont été traités en respectant les règles de confidentialité telles que stipulées par la politique d'éthique du centre de recherche.

3.2 : Des profils variés, des valeurs en apparence similaires

Au-delà de ces caractéristiques générales, les entrepreneurs sociaux de l'Esplanade ont des parcours similaires. Ils manifestent tous une certaine insatisfaction par rapport à leurs emplois précédents, emplois qui ne rejoignaient pas leurs valeurs. C'est d'ailleurs la principale raison qu'ont donnée les répondants pour justifier leur départ du milieu du salariat. Ils ont tous le désir de changer le monde, de faire différemment. Ils ont, pour la plupart, effectué des voyages à l'étranger et ils se sont impliqués dans des communautés où ils ont été confrontés à des problématiques sociales ou environnementales. Ce contact, avec des populations défavorisées ou stigmatisées et les personnes ou organisations qui tentent de les soutenir, a été nommé comme un des facteurs importants ayant motivé les résidents de l'Esplanade à se lancer dans un projet d'entrepreneuriat social.

Malgré cette apparente communauté de pensée autour de valeurs sociales et environnementales, lorsqu'interrogés sur leurs conceptions de l'entrepreneuriat social, les participants proposent différentes définitions de ce phénomène. Cet exercice a permis de faire émerger quatre profils d'entrepreneurs sociaux présents à l'Esplanade. Il est important de souligner que ces profils ne sont pas mutuellement exclusifs, un résident peut s'identifier à un des quatre profils tout en se reconnaissant dans certaines caractéristiques d'un autre. Les quatre profils ont été nommés ainsi : 1. Le citoyen audacieux ; 2. Le catalyseur d'affaires ; 3. Le porteur de projets ; 4. L'académicien en action

Tableau 3 : Quatre profils d'entrepreneurs sociaux

	Citoyen audacieux	Catalyseur d'affaires	Porteur de projets	Académicien en action
Compétences	N'a ni étudié ni travaillé dans un domaine lié à la gestion ou dans le domaine que son projet cible	Important savoir d'expérience en entrepreneuriat parfois combiné à une formation universitaire reliée à la gestion	Longue expérience en gestion de projets sociaux dans les milieux coopératif et associatif ou gouvernemental	Fortes compétences académiques touchant directement à la problématique sociale à laquelle son projet s'attaque
Besoins	Besoins importants en entrepreneuriat, en gestion et sur sa problématique Recherche un soutien structuré, formel et soutenu	Recherche un espace de travail abordable, stimulant et des contacts avec des clients et partenaires	Besoin de soutien structuré en entrepreneuriat Cherche à créer des contacts avec le milieu des affaires	Besoin de soutien structuré en entrepreneuriat et en gestion Recherche à se rapprocher du milieu de l'entrepreneuriat

Provenant tous de milieux professionnels différents, ces profils permettent non seulement de mieux saisir les compétences sur lesquelles s'appuient ces entrepreneurs sociaux, mais aussi d'identifier leurs besoins, notamment en ce qui a trait au soutien, à l'accompagnement et au développement de compétences. On voit déjà émerger, en abordant la question des compétences, des profils d'entrepreneurs qui pourraient être associés aux deux pôles de la définition de l'entrepreneuriat social (la mission sociale et les activités économiques). En effet, le catalyseur d'affaires semble avoir des liens plus forts avec le monde des affaires que

les autres profils, qui eux, ont des compétences qui semblent plutôt pouvoir être associées à la mission sociale.

3.3 Les multiples représentations de l'entrepreneuriat social

Tableau 4 : conceptions de l'entrepreneuriat social

Profil	Conceptions de l'entrepreneuriat social
Citoyen audacieux	L'entrepreneur social est un acteur qui développe un projet centré avant tout sur la mission sociale, avant la mission économique.
Catalyseur d'affaires	L'entrepreneuriat social est une forme de responsabilité sociale des entreprises.
Porteur de projets	L'entrepreneur social est un acteur qui développe un projet centré sur la mission sociale et les impacts sociaux.
Académicien en action	L'entrepreneur social est un acteur pris dans des paradoxes et dans la tension entre la mission sociale et les activités économiques.

Le lien entre les compétences et les conceptions de l'entrepreneuriat a pu être exploré dans les entrevues où les participants à l'étude étaient sondés sur leurs conceptions de l'entrepreneuriat social. Le catalyseur d'affaires semble plus facilement gérer la tension entre les activités économiques et la mission sociale alors que l'académicien en action trouve cette tension plus difficile.

Deux des quatre profils, le citoyen audacieux et le porteur de projets, ont des conceptions de l'entrepreneuriat social relativement similaires, les deux placent la mission sociale devant les activités économiques. La préséance de la mission sociale est, pour ces deux profils d'entrepreneurs sociaux, un élément distinctif particulièrement important, sans quoi il serait difficile pour un acteur de prétendre au titre d'entrepreneur social. Les deux extraits suivants sont révélateurs de la conception de l'entrepreneur social que proposent les porteurs de projets, on y voit clairement apparaître le lien entre l'objectif, la mission sociale, et les moyens qui permettent de les atteindre, les activités économiques :

C'est quelqu'un qui a une idée avec une visée sociale et avec une visée précise pour améliorer soit la qualité de vie ou le mode de vie des personnes, etc. Puis l'entrepreneur social, c'est quelqu'un qui ne cherche pas forcément des gains financiers importants. (participant n°11).

Le citoyen engagé place aussi la mission sociale devant les activités économiques, mais occulte presque entièrement la question des activités économiques de la définition qu'il propose : « [...] pour moi, un entrepreneur social, c'est quelqu'un qui a la conscience à la fois des besoins de son humanité et de l'humanité en général. » (participant n°8). Chose certaine, dans les deux cas, le socle, la pierre d'assise de l'entreprise sociale est la présence d'une mission sociale sur la mission économique.

Le catalyseur d'affaires se distingue fortement de cette conception de l'entrepreneuriat social, selon ce dernier, l'entrepreneuriat social est similaire à la responsabilité sociale des entreprises. Ce profil d'entrepreneur présent à l'Esplanade ne considère pas que la tension entre la mission sociale et les activités économiques soit particulièrement importante et certainement pas irréconciliable. Au contraire, le catalyseur d'affaires croit profondément en la possibilité de combiner, au sein d'une même entreprise, des objectifs de rentabilité, de croissance et d'atteinte d'impacts sociaux positifs :

L'entrepreneur social pour moi, son objectif sera de faire une différence dans la société, tout en le faisant dans un modèle qui est viable économiquement, dans lequel il peut vivre de ça. [...] Et ne pas avoir peur de s'enrichir. Ce qui n'est pas mon cas aujourd'hui. Mais je dis [mon entreprise] ferait 10 fois le chiffre d'affaire qu'on fait aujourd'hui et je serais très à l'aise aussi avec ça (participant n°5).

Il affirme d'ailleurs que la mouvance autour de l'entrepreneuriat social devrait, un jour, contribuer à transformer les entreprises classiques et ainsi faire disparaître la frontière entre les entreprises se réclamant de la RSE et celles s'identifiant plutôt à l'entrepreneuriat social, les deux ayant intégré la notion d'impact social dans leurs activités :

[...] ce qu'on appelle RSE, donc Responsabilité sociale de l'entreprise était cantonnée dans un petit département au fond du couloir avec un petit budget [...] aujourd'hui ça s'imprègne partout, beaucoup, sur la communication bien sûr, mais même, aussi sur les envies, les réflexes des collaborateurs d'une grande entreprise par exemple (participant n°4).

[...] la notion d'impact est quelque chose qui reste relativement nouveau dans le monde de l'économie, mais en même temps qui est de plus en plus intégrée directement à la façon dont réfléchissent les personnes en entreprise. Dans quelques années, sans doute, les gens ne se poseront plus forcément directement la question en termes explicites parce que ce sera tout simplement naturel en fait (participant n°4).

Dernière conception de l'entrepreneuriat social repérée dans les entrevues, l'académicien en action avance que l'entrepreneuriat social est la récupération des outils du monde des affaires, voire l'instrumentalisation de l'économie, dans le but de faire bouger les structures sociales, de changer les rapports de force, les hiérarchies :

Donc il y a une sorte de détournement, des modes en fait, des mécanismes, des modalités, des méthodes mobilisées au sein du champ des affaires, de la finance par exemple, pour répondre à des enjeux que ces gens-là tendent à oublier ou à laisser de côté (participant n°12).

[...] on va se réapproprier l'économie, on va essayer d'inscrire l'économie dans les relations sociales, dans la politique pour que l'économie réponde aux enjeux tels que définis par les citoyens. [On veut] l'inverse du modèle qui prime, que les relations sociales soient assujetties à l'économie, on essaie de retourner en fait, cette hiérarchie, ce paradigme (participant n°12).

Cette relation avec le monde des affaires n'est pas sans créer un certain malaise pour l'académicien en action, en effet, les définitions de l'entrepreneuriat social sont nombreuses et, l'académicien en action craint que ce flou conduise non pas à une instrumentalisation de l'économie par le social, mais plutôt à l'instrumentalisation du social par l'économie. À cet égard, un participant dénonce le fait que certains fonds dédiés aux investissements d'impacts, fonds auxquels ont parfois recours les entrepreneurs sociaux, peuvent servir à justifier des pratiques aux impacts sociaux qualifiés de particulièrement négatifs :

C'est des fonds pour construire des routes, des infrastructures, tout cela. Ça c'est social parce qu'une route t'a pas plus d'impact sur le développement d'un pays que de construire une route. Mais il y a aussi les installations pétrolières [où certains vont affirmer que] cela aussi peut être social parce que ça rapporte au pays [notamment en matière d'emplois] (participant n°10).

L'académicien en action se questionne aussi sur la mission de l'entreprise sociale, est-il légitime qu'elle fasse des profits, ou au contraire doit-elle se centrer uniquement sur la maximisation de ses impacts sociaux ?

Tu as deux définitions. Tu as une définition où c'est quelqu'un qui veut mener un projet ou initiative qui a un impact social, pas forcément une entreprise, pas forcément une entreprise commerciale avec un but lucratif. Puis tu as l'autre qui est plus business, une

entreprise qui fait des profits et qui fait très attention aux conséquences sociales et environnementales (participant n°10).

3.4 : L'entrepreneuriat social et la difficile quête de légitimité

Cette confusion autour de la définition même de l'entrepreneuriat social et de la représentation que s'en font les acteurs complique la recherche de légitimité des entrepreneurs sociaux. En effet, peu importe la définition de l'entrepreneuriat social à laquelle les participants à l'étude s'identifiaient, la reconnaissance et la légitimité étaient toujours qualifiées d'importants défis. Que ce soit dans le contexte de relations avec le milieu des affaires, avec les coopératives, les associations et les ONG ou encore avec le monde de l'entrepreneuriat social, les entrepreneurs estiment qu'un des principaux défis est d'arriver à se vendre et donc de justifier la plus-value de leur projet d'entreprise auprès d'acteurs extérieurs à l'entrepreneuriat social. Un participant affirme d'ailleurs que l'étiquette même d'entrepreneur social est problématique, elle manque de visibilité et rend le simple exercice de se présenter ou encore de créer sa carte professionnelle, particulièrement difficile :

Ça ne dit pas grand-chose. [...] j'avais remarqué ça, quand je m'étais inscrit à la chambre de commerce, il fallait que je me trouve un titre. Si tu dis entrepreneur social, ça ne dit rien aux gens, et ils ne sont pas intéressés nécessairement à aller fouiller plus. Il faut que ton titre parle. Donc [...] à la chambre de commerce je me présente comme un consultant en responsabilité sociale. » (participant n°13).

Les liens avec le milieu des affaires ne sont pas simples, il faut que ce milieu comprenne la mission et les objectifs de l'entreprise sociale, mission qui sort du registre habituel des entreprises classiques : « quand on a approché les premières entreprises elles nous regardaient, elles ne comprenaient pas qui on était, comment on voulait fonctionner, quelle

était notre mission. » (participant n°12). Il faut donc, pour l'entrepreneur social, apprendre à se vendre et à justifier la légitimité de son projet : « [...] l'aspect crédibilité, notoriété, fiabilité de ce qu'on fait, c'est crucial [...] » (participant n°5). Le milieu des affaires a parfois de la difficulté à comprendre comment une entreprise peut combiner une mission sociale avec des objectifs financiers : « Puis c'est comme, est-ce que t'es entrepreneur social, ça veut dire que tu ne peux pas faire d'argent, tu donnes ta vie à une cause ? Je pense que c'est encore un peu la perception, malheureusement dans les milieux plus traditionnels » (participant n°11).

L'entrepreneur social doit apprendre les codes du milieu de l'entreprise classique, particulièrement ce qui touche au marketing et à la vente, un participant affirme d'ailleurs : « c'est tout un monde quand on n'est pas habitué à ça, c'est vraiment tout un monde. Et là je comprends qu'il faut se vendre, il faut apprendre à pitcher. » (participant n°13). Paradoxalement, il semble souvent nécessaire d'avoir un premier contrat, des activités pour avoir une carte de visite crédible, qui permet ensuite de se vendre plus facilement : « En fait le service aux entreprises, donc ça, ça pas encore été lancé puisqu'il va falloir qu'on ait un peu d'activités pour être un peu reconnu et [ensuite] vendre ce type de services. » (participant n°13). Enfin, il faut sensibiliser les acteurs du milieu des affaires à la spécificité de la RSE, RSE qui est souvent au centre des services que proposent les entrepreneurs sociaux aux entreprises classiques :

[...] je suis dans un milieu où il y a des idées préconçues au niveau de la responsabilité sociale. On pense beaucoup philanthropie socialement responsable ou qui s'investit dans la communauté, ça va être l'entreprise qui va donner un gros chèque à une fondation par exemple. C'est ça, il y a beaucoup d'entreprises qui pensent que la responsabilité sociale

leur est inaccessible parce qu'elles n'ont pas justement beaucoup d'argent à donner à une organisation caritative comme ça (participant n°13).

Malgré ces efforts importants pour se vendre, pour aller chercher des contacts et surtout du financement du côté du milieu des affaires, plusieurs participants estiment que ces liens avec le milieu des affaires sont loin d'être stables et garantis :

[...] il y a des choses en renouvellement perpétuel, c'est jamais gagné, un budget marketing ou RSE, ça peut toujours être coupé pour des raisons x, y, z qui sont en dehors forcément de notre domaine à nous (participant n°5).

Cette difficile quête de légitimité dans le milieu des affaires est aussi présente dans les liens que tentent de tisser les entrepreneurs sociaux avec les acteurs qui se rapprochent de la mission sociale de leur entreprise, qu'ils proviennent du milieu coopératif, associatif ou encore des organisations à but non lucratif. Les entrepreneurs sociaux sont parfois assimilés, par ces acteurs, à des « capitalistes », étiquette associée à une connotation particulièrement négative et à une perte de légitimité : « [...] Quand on a approché les ONG, on s'est fait dire, quoi ? Tu es plutôt capitaliste » (participant n°5). Enfin, certains voient, dans les entreprises sociales, des compétiteurs potentiels à la mission plutôt floue :

Quand ma collègue est allée rencontrer des associations, des institutions, il y avait... un certain recul, un certain... on ne va pas dire mépris, mais... voilà il y a un manque de confiance par rapport à notre organisation, malgré le fait qu'on a essayé d'expliquer la démarche, comme quoi on s'inscrit dans une démarche différente. Ce sont des associations, des institutions qui ne nous ont pas facilité l'accès aux informations et tout, ce qui peut être compréhensible parce qu'ils essaient de protéger les personnes vulnérables qu'ils soutiennent (participant n°11).

Plusieurs entrepreneurs sondés affirment cependant que l'entrepreneuriat social, de par son positionnement à la frontière entre ces divers acteurs, est placé dans une position privilégiée pour créer des liens entre ces univers souvent étanches. C'est, cependant, un travail de longue haleine :

Aujourd'hui ça fait notre force parce qu'on est neutre, indépendant, on est capable de travailler avec tout le monde, avec les corpo, les ONG, de l'institutionnel et du milieu de la recherche. On est reconnu crédible auprès de tous ces acteurs-là. Même des acteurs qui entre-eux ne se connaissaient pas ou ne travaillent peut-être pas ensemble et je pense que dans nos premières années, on a contribué à décroiser les deux univers qui étaient à l'époque le monde des corpo et des ONG qui aujourd'hui sont des univers qui se côtoient beaucoup plus. (participant n°5)

Conclusion

Pour finir, si ce texte tente d'apporter un certain éclairage sur l'entrepreneuriat social et ses liens avec la RSE, il ne répond à certaines questions qu'en en soulevant de nouvelles proposant peut-être ainsi de nouvelles avenues de recherche. En effet, comme le rappelle Ricoeur « nous survenons (...) au beau milieu d'une conversation qui est déjà commencée et dans laquelle nous essayons de nous orienter afin de pouvoir à notre tour y apporter notre contribution » (Ricoeur, 1986 : 48). En sondant les acteurs eux-mêmes, on voit émerger un problème de définition, aussi présent dans les écrits théoriques que dans les représentations que se font les entrepreneurs sociaux de leurs pratiques et de leurs projets d'entreprises. Cet enjeu autour de la définition pose le problème de l'inclusion et de l'exclusion pour les

organisations qui tentent de soutenir cette forme d'entrepreneuriat : qui est l'entrepreneur social qu'on veut soutenir et financer, celui qui innove, comme le définissent Défourny et Nyssens (2011), celui dont les activités économiques sont subordonnées à la mission sociale ou encore celui dont l'entreprise est gouvernée de façon collective ? (Brouard, 2010). Ces tensions ne sont pas anodines, comme le rappelle Hervieux (2013), en mobilisant le modèle des économies de la grandeur de Boltanski et Thévenot (1991), il devient possible de mettre en lumière les logiques et principes sur lesquels s'appuient ces acteurs. Dans le cadre de cette étude, trois des quatre profils d'entrepreneurs sociaux repérés (le citoyen audacieux, le porteur de projets et l'académicien en action) semblent s'appuyer sur une légitimité qualifiée de civique, basée sur le bien collectif et la démocratie alors que le quatrième profil, le catalyseur d'affaires, s'appuie plutôt sur une légitimité commerciale, basée sur la concurrence et l'opportunisme. Si le modèle peut sembler à priori hermétique, il apparaît, dans l'empirique et dans le contexte de l'entrepreneuriat social que ces logiques se croisent et ce croisement provoque des tensions. En effet, même si les entrepreneurs sociaux sondés souhaitent s'inscrire dans une logique particulière, ils n'arrivent pas à échapper aux impératifs de l'autre logique, omniprésente et structurante. Cette réflexion fait écho aux réflexions de Boltanski et Thévenot qui rejettent l'idée d'une lecture purement économique ou sociologique d'un phénomène. Le phénomène de l'entrepreneuriat social est, à bien des égards, un terrain privilégié pour étudier cette tension et cette double lecture. Ceci étant dit, pour l'entrepreneur social, le problème reste entier, certains craignent de se faire récupérer par l'économie capitaliste s'ils se soumettent aux impératifs de profitabilité du secteur de la finance ou encore ont peur de voir leur mission sociale subordonnée aux impératifs économiques (particulièrement l'académicien en action) alors que d'autres craignent d'être associés au milieu coopératif et le préjugé voulant qu'ils ne soient pas des acteurs économiques efficaces

et rentables. Comment réconcilier ces positions et, corolairement, sont-elles réconciliables ? Cet exercice périlleux semble, pour l'entrepreneur social, au cœur de sa recherche de légitimité, une légitimité qui, par ailleurs, présente de multiples visages.

Les phénomènes de la RSE et de l'entrepreneuriat social s'inscrivent dans une mouvance plus large de transformation de plusieurs types d'acteurs sociaux qui vont certainement se poursuivre, continuer d'évoluer et ainsi contribuer aux déplacements des frontières entre des acteurs aux mandats et mission variés (Genard, 2003). Cette mouvance, tant dans les écrits théoriques que dans l'empirique, soulève cependant de nombreuses questions, tant en entrepreneuriat social qu'en RSE. Dans le champ de l'entrepreneuriat social, ces questions semblent, se cristalliser - tant chez les entrepreneurs sociaux rencontrés que chez les acteurs de l'économie sociale du Québec - autour de la forme légale et, également, autour des enjeux de financement. Il y a certainement là matière à explorer davantage ce phénomène, car le débat que ces questions soulèvent est loin d'être clos.

Bibliographie

Abu-Saifan, S. (2012), « Social entrepreneurship: definition and boundaries », *Technology Innovation Management Review*, vol. 2, n°2, p. 22-27.

Audretsch, D. B. (2007). *The entrepreneurial society*, Oxford University Press, Oxford.

Boltanski, L., & Thévenot, L. (1991), *De la justification. Les économies de la grandeur*, Gallimard, Paris.

Boutillier, S., & Uzinidis, D. (2012), « Création d'entreprises, pauvreté, inégalités, de la société salariale à la société entrepreneuriale », Colloque Inégalités et pauvreté dans les pays riches, IUFM Auvergne, Chamalières, 20 janvier 2012

Brinckerhoff, P. C. (2000), *Social entrepreneurship: The art of mission-based venture development*, Wiley, NY.

Brossard, J., (2010), Le défi de l'entrepreneuriat social : comment construire un business model à la fois pérenne et créateur de valeur sociale ?, (Mémoire de fin d'études), Rouen Business School.

Brouard, F., Larivet, S. & Sakka, O. (2010), « Entrepreneuriat social et participation citoyenne », ANSERJ - Revue canadienne de recherche sur les OSBL et l'économie sociale / Canadian journal of nonprofit and social economy research, vol. 1, n°1, p. 46-64.

Buissières, D., & Fontan, J. M. (2011), « La recherche partenariale: point de vue de praticiens au Québec. », SociologieS, <https://sociologies.revues.org/3670?lang=en>.

Capron, M., (2009), « La responsabilité d'entreprise. », L'Encyclopédie du développement durable. Paris : Éditions des Récollets. Consulté le 15 janvier 2016 à <http://encyclopedie-dd.org/encyclopedie/terre/5-1-les-entreprises/la-responsabilite-sociale-d.html>.

Carland, J. W., Hoy, F., Boulton, W. R., & Carland, J. A. C. (1984), « Differentiating entrepreneurs from small business owners: A conceptualization », Academy of management review, vol 9, n°2, p. 354-359.

Corbière, M., & Larivière, N., (2014), Méthodes qualitatives, quantitatives et mixtes dans la recherche sciences humaines, sociales et de la santé, Presses de l'Université du Québec, Québec.

Dees, J.G. (1998). « The meaning of "social entrepreneurship" », Duke University, Consulté le 26 janvier 2016 au: <http://faculty.fuqua.duke.edu/centers/case/files/dees-SE.pdf>.

Defourny, J. & Nyssens, M. (2011), « Approches européennes et américaines de l'entreprise sociale : une perspective comparative », RECMA – Revue internationale de l'économie sociale, n°319, p.18-35.

Fontan, J.-M., Allard, J., Bertrand-Danserau & A., Demers, J., (2008), « Becoming a social entrepreneur in Canada. Enquête auprès d'entrepreneurs sociaux », Cahiers occasionnels du Centre canadien de recherche partenariale en économie sociale, n°2, p.1-126.

Genard, J. L. (2003), « Ressources et limites des réseaux », Revue nouvelle, vol. 117, n°10, p. 42-51.

Gendron, C. (2013), « La naissance d'une école », in C. Gendron, C. et B. Girard, Repenser la responsabilité sociale de l'entreprise – L'école de Montréal, Armand-Colin, Paris.

Gislain, J. J. (2012), « Les origines de l'entrepreneur schumpétérien », Revue Interventions économiques, n° 46, p. 1-28.

Hervieux, C., (2013), Les orientations stratégiques des organisations d'entrepreneuriat social (Thèse de doctorat), Archipel-UQAM.

Hervieux, C. Gédajlovic, E. et Turcotte, M.-F. (2013), « Les logiques contradictoires de l'entrepreneuriat social », in C. Gendron, C. et B. Girard, Repenser la responsabilité sociale de l'entreprise – L'école de Montréal, Armand-Colin, Paris.

Janssen, F. & Bacq, S. et Brouard, F. (2012), « L'entrepreneuriat social : un thème pour la recherche passée, présente et future. », *Revue internationale P.M.E. : économie et gestion de la petite et moyenne entreprise*, vol.25, n°3-4, p. 17-44.

Kao, J. J., & Stevenson, H. H. (1985), *Entrepreneurship, what it is and how to teach it: a collection of working papers based on a colloquium held at Harvard Business School, July 5-8, 1983*.

Kirzner, I. M. (1978), « Entrepreneurship, entitlement, and economic justice », *Eastern Economic Journal*, vol 4, n°1, p. 9-25.

Labelle, F., Kadia, G. A. et Pichette, A.-M., (2013), *La RSE, du côté des PME*, in C. Gendron, C. et B. Girard, *Repenser la responsabilité sociale de l'entreprise – L'école de Montréal*, Armand-Colin, Paris.

Leadbetter, C., (1997), *The rise of social entrepreneurship*, Demos, London.

Mayoh, J., & Onwuegbuzie, A. J. (2013), « Towards a conceptualization of mixed methods phenomenological research. », *Journal of Mixed Methods Research*, vol.9,n°1, 91-107.

Paillé, P., & Mucchielli, A. (2003), *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*, Armand Colin, Paris.

Pasquero, J. (2005), « La responsabilité sociale de l'entreprise comme objet des sciences de gestion : un regard historique », in M.-F. Turcotte et A. Salmon, *Responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise*, Presses de l'Université du Québec, Québec.

Pasquero, J. (2013), « La responsabilité sociale de l'entreprise: trajectoire d'une idée », *Recherches*, p. 47-62.

Pluye, P., Nadeau, L., Gagnon, MP., Grad, R., Johnson-Lafleur, J. & Griffiths, F. (2009), « Les méthodes mixtes », in V. Ridde, C. Dagenais, *Approches et pratiques en évaluation de programme*, Les Presses de l'Université de Montréal, Montréal, p. 123-141.

QSR (2012), *NVivo qualitative data analysis Software*; QSR International Pty Ltd. Version 10.

Ricoeur, P. (1986), *Du texte à l'action*, Seuil, Paris.

Roy, M., Fortin-Lefebvre, É, Bouchard, M.-J., Huot, G., et Gruet, É. (2015), « L'entrepreneuriat et l'entreprise sociale – Enjeux et opportunités pour l'économie sociale », *Communication dans le cadre d'une conférence du TIESS (Territoires innovants en innovation sociale et solidaire, liaison et transfert)*.

Schumpeter, J. A. (1926), *Théorie de l'évolution économique* (2^o. éd.), Dalloz, Paris.

Shapero, A., & Sokol, L. (1982), « The social dimensions of entrepreneurship », *Encyclopedia of entrepreneurship*, p. 72-90.

Timmons, J. A., & Spinelli, S. (1994), *New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century*. Irwind, IL.

Van der Yeught, C. & Bergery, L. (2012), « Quelles compétences de l'entrepreneuriat social et solidaire transférer vers la petite entreprise responsable ? », Revue Internationale PME, vol.25, n°3-4, p.155-194.

Weerawardena, J. & Mort, G. S. (2006), « Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model », Journal of World Business, vol.41, n°1, p.2135.

Zahra, S. A., Rawhouser, H. N., Bhawe, N., Neubaum, D. O., & Hayton, J. C. (2008), « Globalization of social entrepreneurship opportunities », Strategic entrepreneurship journal, vol 2, n°2, p. 117-131.