

Appel à Contributions

N°307 - Mars-Avril 2012

L'entrepreneuriat social

Pour ce numéro nous souhaitons rassembler des articles abordant la question de l'entrepreneuriat social et/ou solidaire. Sans que cela soit limitatif des soumissions attendues, les différentes formes d'entrepreneuriat concernées pourront être abordées, leur impact et leur fonction sociétale, ainsi que l'étude des dynamiques correspondantes ou associées, comme les modes d'accompagnement spécifiques ou les dispositifs mis en place par les pouvoirs publics. En quoi l'entrepreneuriat social est-il novateur et l'est-il réellement ? A quels besoins répond-il ? Quels enseignements tirés pour l'entrepreneuriat en général des expériences menées ? Beaucoup de questions sont soulevées par ce qui aurait été désigné encore à la fin du siècle dernier comme un oxymoron. Au final, qu'indique le développement d'un entrepreneuriat social et solidaire ? Peut-on envisager un phénomène de mutation de l'entrepreneuriat, voire du management vers la prise en compte conjointe de l'économie et du social, ou bien s'agit-il d'une juxtaposition à l'économie classique, d'une économie parallèle répondant à des impératifs différents ?

L'entrepreneuriat social est un domaine d'études présent dans les travaux anglo-saxons depuis une vingtaine d'année (Short et al., 2009). Si la notion est relativement ancienne, elle reste polysémique en raison du grand nombre de définitions dont elle est l'objet. En effet, certains auteurs limitent l'entrepreneuriat social aux organisations non marchandes (Lasprogata et Cotton, 2003), quand d'autres, au contraire, privilégient une acception plus large : l'entrepreneuriat social s'apparente aux individus ou aux organisations engagés dans des activités entrepreneuriales incluant un but social (Van de Ven et al., 2007 ; Certo et Miller 2008). Un consensus semble aujourd'hui se dessiner autour d'une conception élargie de l'entrepreneuriat social qui, en première analyse, peut se définir comme un processus de création de valeur par l'identification et la poursuite d'opportunités (Chabaud et Messeghem, 2010) permettant d'atteindre une finalité sociale (Austin et al., 2006).

L'entrepreneur social apparaît alors comme un acteur hybride qui semble n'appartenir ni au secteur public, même si le support de son activité répond à des préoccupations d'intérêt général, ni

tout à fait à l'économie de marché, dans le sens où le profit n'est pas sa motivation principale. Il s'agit fondamentalement d'un agent de changement et de progrès social. Son projet vise à concilier initiative privée et utilité sociale, viabilité économique et solidarité, dans le secteur marchand mais aussi dans le secteur non marchand.

Depuis une dizaine d'année, ce phénomène a fait l'objet d'un intérêt croissant au sein de la communauté académique anglo-saxonne comme l'atteste la tenue, depuis le début des années 2000, d'un congrès annuel dédié à la thématique de l'entrepreneuriat social au sein de l'université de New York. Dans le champ francophone, mises à part quelques publications qui s'inscrivent dans le champ de l'économie sociale (Boncler et Hlady Rispal, 2004) ou questionnent l'interaction entre entrepreneuriat et insertion (Brasseur, 2010), rares sont les travaux de recherche qui à l'instar de Boutillier (2008) sont consacrés à cette thématique. Ce numéro spécial vise donc à faire un état des lieux des connaissances sur l'entrepreneuriat social et à ouvrir sur des perspectives de recherche en la matière.

Références bibliographiques sur le thème

Austin J., Stevenson H., Wei-Skillern J. (2006), Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both?, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), p. 1-22

Boncler J., Hlady Rispal M. (2004), L'entrepreneuriat en milieu solidaire : un phénomène singulier ?, *Revue de l'Entrepreneuriat*, 3(1), p. 21-32

Boutillier S. (2008), L'entrepreneur social, un entrepreneur socialisé dans une société entrepreneuriale ?, *Humanisme et entreprise*, 290, p. 41-60

Brasseur M. (coord.) (2010), *Entrepreneuriat et insertion*, Bruylant, Bruxelles.

Certo ST., Miller T. (2008), Social entrepreneurship: key issues and concepts, *Business Horizons*, 51(4), p. 267-271.

Chaubaud D., Messeghem K. (2010), Le paradigme des opportunités : des fondements à la refondation, *Revue Française de Gestion*, 36(206), p. 94-112.

Lasprogata G., Cotton M. (2003), Contemplating enterprise: the business and legal challenges of social entrepreneurship, *American Business Law Journal*, 41(1), p. 67-114.

Short JC., Todd WM., Lumpkin GT. (2009), Research in Social Entrepreneurship: past contributions and future opportunities, *Strategic Entrepreneurship Journal*, 3, p. 161-194

Van de Ven AH., Sapienza HJ., Villanueva J. (2007), Entrepreneurial pursuits of self and collective interests, *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(3-4), p. 353-370

Cet appel à contributions est non seulement ouvert aux différentes disciplines des sciences sociales mais la pluralité des regards est souhaitée afin de favoriser un enrichissement mutuel des approches et des thématiques abordés.

L'objectif de la revue *Humanisme et Entreprise* est de favoriser la réflexion sur le management des organisations et leur place dans la société et le monde économique par la publication de revues de littérature, de résultats de recherche et d'analyse des pratiques professionnelles.

Si nous sélectionnons les articles pour leur qualité et leur pertinence par rapport au thème du numéro sans exiger de lien direct avec l'humanisme, cette notion reste essentielle pour définir la ligne éditoriale d'une revue que son fondateur, Charles-Pierre GUILLEBEAU, a nommée dès 1959 « *Humanisme et Entreprise* ». Elle doit être comprise en référence à la philosophie humaniste et reste indissociable d'une conception de l'homme en quête de savoir, de liberté, tout autant que de moralité.

L'article soumis doit être conceptuellement rigoureux et être écrit à l'intention d'un public multidisciplinaire et composé à la fois d'universitaires et de praticiens. Nous ne publions que des travaux et des textes originaux, n'ayant jamais été soumis à une autre revue. Toute soumission qui ne permettrait pas une relecture en aveugle et ne suivrait pas les normes académiques de présentation sera refusée. L'article doit donc être rendu complètement anonyme par les auteurs. Le nom des auteurs ne doit figurer que sur la 1ère page et toutes références internes à l'article permettant de reconnaître les auteurs, doivent être provisoirement éliminées.

Date limite d'envoi des intentions :
23 septembre 2011

Date limite d'envoi des articles :
19 décembre 2011

Adresse mail d'envoi des soumissions:
martine.brasseur@parisdescartes.fr
joseph.ngijol@univ-paris3.fr

Normes de publication : de 25 000 à 50 000 caractères (résumés et références compris)
consulter le site de la revue

<http://humanisme-et-entreprise.asso-web.com>