

**RESEARCH LAB**  
ESG Management School



HAUTE ÉCOLE DE GESTION (HEG) DE FRIBOURG  
HOCHSCHULE FÜR WIRTSCHAFT (HSW) FREIBURG  
SCHOOL OF BUSINESS ADMINISTRATION



ACADEMIE DE L'ENTREPRENEURIAT  
ET DE L'INNOVATION

**Institute For Entrepreneurship & SME**

**HEG Fribourg**

**Appel à communications**

**ESG Management School & HEG de Fribourg**

**« 1<sup>ère</sup> journée de l'entrepreneuriat Social »**

**Paris le 10 septembre 2012**

**Un cadre d'analyse de l'entrepreneuriat social : quels modèles et  
quels facteurs clés de succès ?**

L'entrepreneuriat social suscite de plus en plus l'intérêt de chercheurs, de porteurs de projets, et de politiques. Ainsi, le rapport 2009 du Global Entrepreneurship Monitor consacre une section spéciale à ce phénomène, dans le cadre d'une enquête internationale visant à mesurer l'entrepreneuriat (Bosma and Levie, 2010).

En se basant sur la définition de l'entrepreneur social comme « celui qui combine les ressources et les compétences d'une manière innovante afin d'obtenir un impact social », on peut en déduire que ce phénomène a probablement toujours existé. L'histoire humaine est jalonnée d'exemples d'hommes et de femmes qui ont cherché à répondre de manière innovante à des besoins sociaux. Le concept d'entrepreneuriat social a cependant donné lieu à de nombreux développements concernant sa définition. Si des différences subsistent entre une vision européenne, mettant en exergue l'entreprise sociale (Defourny and Nyssens, 2006,) et une vision plutôt américaine, où l'entrepreneur social, innovant et agent du changement, est au centre de la réflexion (Dees and Anderson, 2006, Bornstein, 2004), on admettra que l'entrepreneur social est celui qui met à contribution les mécanismes de marché pour optimiser l'impact social de ses actions.

Au-delà des différentes approches, le concept d'entrepreneuriat social recouvre l'idée qu'il existe, au-delà du secteur privé et du secteur public, un troisième secteur où des organisations privées rentables produisent des biens et des services avec des objectifs sociaux.

Les entrepreneurs sociaux sont de plus en plus confrontés à la nécessité de faire preuve de performance et d'efficacité. Ils agissent dans un environnement de plus en plus concurrentiel, ou doivent lutter pour des ressources de plus en plus rares (Martin, Rossi and Straub, 2011). Si les études récentes se sont intéressées à la personnalité et aux compétences de l'entrepreneur social (Drayton 2002, Bornstein 2004), nous ne disposons pas, actuellement, de suffisamment de données empiriques permettant de déterminer les critères et les facteurs de performance concernant ces entreprises d'un type particulier. Ainsi plusieurs interrogations persistent. Comment ces entrepreneurs créent-ils de la valeur sociale et de la valeur économique ? (Maâlaoui et al, 2011) Quels sont les modèles d'affaires, ou business models adaptés à cette nouvelle forme entrepreneuriale? (Seelos and Mair, 2007 ; Mair and Schoen, 2007).

Par business model, nous désignons le format d'organisation de l'entreprise permettant de concevoir, produire et distribuer une offre (une proposition de valeur) permettant d'obtenir une situation concurrentielle viable (Osterwalder, Rossi and Dong, 2002). Ainsi, le business model pourra comprendre différents éléments comme la stratégie, les ressources, le produit, l'interface client, le management de l'infrastructure, les aspects financiers ou encore le réseau de valeur (Osterwalder, Rossi and Dong, 2002 ; Hamel, 2001).L'objectif de cet appel, est de contribuer à cerner et à définir les modèles d'affaires performants relatifs à une nouvelle forme d'entrepreneuriat, l'entrepreneuriat social. Les propositions de contribution à ce dossier spécial pourront traiter de cette thématique et accroître les connaissances relatives à ce nouveau type d'entrepreneuriat.

Les communications qui traitent de problématiques plus larges liées à l'entrepreneuriat social seront également appréciées :

- quelles théories et modèles pour l'entrepreneuriat social ?
- caractéristiques et profils des entrepreneurs sociaux
- facteurs clés de succès de l'entrepreneuriat social
- business models en entrepreneuriat social
- enseignement et éducation de l'entrepreneuriat social
- structures d'accompagnement et de financement de l'entrepreneuriat social
- quel futur pour l'entrepreneuriat social ? Innovation et entrepreneuriat social
- opportunités d'affaires et entrepreneuriat social
- intrapreneuriat social

Les propositions d'articles, en français ou en anglais, devront être envoyées aux adresses suivantes : amaalaoui@esg.fr, Mathias.Rossi@hefr.ch, scastellano@esg.fr, isafraou@esg.fr.

### **Comité d'organisation**

Adnane Maalaoui, ESG Management School, France.  
Mathias Rossi, HEG de Fribourg, Suisse.  
Sylvaine Castellano, ESG Management School, France.  
Imen Safraou, ESG Management School, France.

### **Comité Scientifique**

Josée Audet, Université Laval  
Jerome Boncler, IUT, Montesquieu Bordeaux IV  
Maria Bonnafous-Boucher, Novancia Business School  
Sophie Boutiller, Université du littoral  
Martine Brasseur, Université Paris Descartes.  
François Brouard, Sprott School of Business, Carleton University  
Didier Chabaud, Université d'Avignon  
Brigitte Charles-Pauvers, IAE de Nantes, Université de Nantes.  
Paul Couteret, Université de Lorraine  
Alain Fayolle, EM Lyon  
Martine Hlady Rispal, Université Bordeaux IV  
Frank Janssen, Université Louvain  
Catherine Léger-Jarniou, Université Paris-Dauphine  
Pierre-André Julien, Université du Québec à Trois-Rivières  
Karim Messeghem, Université Montpellier 1  
Elen Riot, Reims Management School  
Sylvie Sammut, Université Montpellier 1  
Olivier Torres, Université de Montpellier, EM Lyon  
Thierry Verstraete, Université Montesquieu Bordeaux IV

### **Dates à retenir**

<b>15 février 2012</b>	Lancement de l'appel à communication
<b>10 mai 2012</b>	Date limite de soumission de l'intention de communication
<b>1<sup>er</sup> juin 2012</b>	Date limite de soumission des communications
<b>1<sup>er</sup> Juillet 2012</b>	Retour aux auteurs
<b>10 septembre 2012</b>	1 <sup>ère</sup> journée de l'entrepreneuriat social

## **Publication**

Une sélection des meilleures communications sera publiée dans « la Revue des Sciences de Gestion » et « Canadian Journal Of Nonprofit And Social Economy Research » (ANSERJ). Un ouvrage collectif sera également édité.

## **Normes de soumission**

Le format de soumission des communications doit respecter les instructions suivantes :

La première page, non numérotée, comprendra uniquement : Titre de l'article, noms et affiliations des auteurs, résumé et mots clés.

La seconde page ne doit contenir que le titre de l'article et le résumé ; elle ne doit pas mentionner le(s) auteur(s).

Les propositions de communications ne doivent pas dépasser 15 pages (bibliographie incluse) et doivent respecter le format comme suit :

Format A4, marges supérieure, inférieure et latérales de 2,5cm

Police : Times New Roman (12 points), interligne un et demi et justifié.

La hiérarchie des titres ne dépassera pas 3 niveaux :

Niveau 1 : un chiffre (1. par exemple), titre en Times 12 gras et majuscules

Niveau 2 : deux chiffres (1.1. par exemple), sous-titres en Times 12 gras et petites majuscules

Niveau 3 : trois chiffres (1.1.1. par exemple), sous-titres en Times 12 gras

Les communications seront soumises à une évaluation « en double aveugle » par deux évaluateurs. Les auteurs seront informés des décisions du comité (acceptation, acceptation sous réserve de modifications majeures, acceptation sous réserve de modifications mineures, rejet) avant le 1 Juillet 2012.

## **Bibliographie indicative**

Ashoka, (2003) "What Is a Social Entrepreneur?. Washington, D.C.: Ashoka Innovatorsfor the Public [http://www.ashoka.org/fellows/social\\_entrepreneur.cfm](http://www.ashoka.org/fellows/social_entrepreneur.cfm) [cited July 1, 2004]

Austin, James E., Stacey Childress, and Cate Reavis (2003) The Harvard Business SchoolSocial Enterprise Initiative at the Ten-Year Mark. HBS Case 9-304-042 Boston, Mass.:Harvard Business School Publishing.

S. Bacq a & F. Janssen (2011) : "The multiple faces of social entrepreneurship: A review of definitional issues based on geographical and thematic criteria", *Entrepreneurship & Regional Development*, 23:5-6, 373-403.

Baldegger, Rico.,Brühlhart, Andreas, Rossi, Mathias (2010). *Global Entrepreneurship Monitor. L'entrepreneuriat en comparaison internationale. Rapport national suisse 2009*, HEG Fribourg.

Bornstein, David (1998) Changing the World on a Shoestring. The Atlantic Monthly 281(1) (January): 34 - 39

Bornstein, David (2004) How to Change the World: Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas.. New York: Oxford University Press

Bosma, N.S. and J. Levie, 2010, Global Entrepreneurship Monitor 2009, Executive Report.

Dacin P.A., Dacin T., Matear M., (2010), "Social entrepreneurship : why we don't need a new theory and how we move forward from here", Academy of Management, vol.24, n°3, pp.37-57.

Dees, J. G. & Anderson B.B. (2006) "Framing a Theory of Social Entrepreneurship: Building on Two Schools of Practice and Thought", Research on Social Entrepreneurship, ARNOVA Occasional Paper Series, vol.1, no 3, pp. 39-66

Dees, J. Gregory, Jed Emerson, and Peter Economy (eds.) (2001) Enterprising Nonprofits:A Toolkit for Social Entrepreneurs, New York: Wiley.

Dees, J. Gregory, Jed Emerson, and Peter Economy (eds.) (2002) Strategic Tools for Social Entrepreneurs: Enhancing the Performance of Your Enterprising Nonprofit, New York: Wiley.

Defourny, J., and Nyssens, M., (2006), "Defining Social Enterprise", dans : M. Nyssens, (éd.), Social Enterprise: between Market, Public Policies and Civil Society, chapitre 1, Routledge, Londres et New York.

Fayolle A., Matlay H., Handbook of Research in Social Entrepreneurship, Cheltenham (UK): Edward Elgar (2010).

Giddens, Anthony (1999) The Third Way: The Renewal of Social Democracy, Malden, Mass.: Polity Press.

Grenier, P (2002) "The Function of Social Entrepreneurship in the UK" Paper presented at the ISTR Conference, Cape Town, July 2002.

Hamel, G., "Leading the revolution" Harvard Business School Press, Boston (MA), 2001

Maâloui.A, Bourguiba.M, Safraou.I (2011), "No Country for Old Men and Women!" L'intention entrepreneuriale chez les seniors : Le cas français, Actes Académie de l'entrepreneuriat, Paris 12-15 Octobre.

Mair, J. & Schoen, O. (2007). Successful social entrepreneurial business models in the context of developing countries. International Journal of Emerging Markets, 2(1): 54-68.

Martin, M., Rossi, M., Straub, T. : « L'entrepreneur socialement engagé : pour une validation empirique du concept » in Le management durable au coeur des organisations, Moncef, B., Carbone, V., Soulerot, M., Lavoisier, Paris, 2011

Osterwalder, Alexander, Rossi, Mathias and al.(2002). « The Business Model Handbook for Developing Countries” IRMA Information Resource Management Association International Conference, Seattle.

Porter, Michael E., and Mark R. Kramer. (1999) “Philanthropy New Agenda: CreatingValue” Harvard Business Review (November-December): 121-130.

Rossi, Mathias, Brüllhart, Andreas, (2010) « Entreprises indépendantes et entreprises à fort potentiel de croissance : peut-on les distinguer dès la phase de création ? » 10e CIFEPME (congrès international francophone en entrepreneuriat et PME) Bordeaux (France)

Saint Pierre, Josée, (2005), La gestion financière des pme théories et pratiques, Presses de l’Université du Québec, Canada

Short, J.-C., Moss, T. W., Lumpkin, G.T., (2009), “Research in social entrepreneurship: past contributions and future opportunities”, Strategic entrepreneurship Journal, 3, 161-194

Seelos, Ch., Mair, J. (2007) Profitable business models and market creation in the context of deep poverty: A Strategic View. Academy of Management Perspectives 21,49-63.

Zahra S.A., Gedajlovic E., Neubaum D.O., Shulman J.M., (2009), “A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges”, Journal of Business Venturing, vol. 24, n°5, September, pp.519-532.