

INSPIRE

DIAGNOSTIC COMPARATIF DEL'ENTREPRENEURIAT SOCIAL EN EUROPE

Projet d'innovation pour l'entrepreneuriat social (2021-1-
FR01-KA220-VET- 000034853

"Le soutien de la Commission européenne à la production de cette publication ne constitue pas une approbation de son contenu, qui ne reflète que les opinions des auteurs, et la Commission ne peut être tenue responsable de l'usage qui pourrait être fait des informations qu'elle contient."

SOMMAIRE

01

pg.2

— **L'innovation pour l'entrepreneuriat social : Revue de la littérature**

02

pg.10

— **Enquête sur l'entrepreneuriat social**

03

pg.21

— **Besoins d'apprentissage, défis et motivation : Analyse des groupes de discussion avec des entrepreneurs sociaux**

04

pg.25

— **Histoire, cadre juridique, mesure, écosystème et tendances futures : Analyse de l'entrepreneuriat social par pays**

05

pg.40

— **Discussion des résultats**

INTRODUCTION

Ce rapport a été élaboré dans le cadre du projet "INSPIRE :Innovation for Social Entrepreneurship Project", numéro de projet 2021-1- FR01-KA220-VET-000034853, cofinancé par le programme Erasmus+.

Les résultats de ce rapport sont basés sur une méthodologie de recherche comprenant quatre piliers.

Le premier pilier consiste en une revue de la littérature réalisée par les partenaires du projet concernant l'entrepreneuriat social (Chapitre 1).

La seconde est une discussion sur le résultat d'une enquête menée auprès de jeunes chômeurs qui souhaitent se lancer dans l'entrepreneuriat social ou qui ont fait certains progrès dans ce domaine. Les réponses des participants ont été évaluées en termes de compétences et de caractéristiques que les jeunes entrepreneurs devraient avoir, et d'obstacles que les jeunes entrepreneurs pourraient rencontrer. (Chapitre 2)

Le troisième pilier est la réunion de groupes de discussion menée avec de jeunes entrepreneurs sociaux et des professeurs d'université. La ligne directrice pour les réunions de groupes de discussion a été conçue pour identifier les besoins, les défis et les motivations spécifiques des entrepreneurs sociaux (chapitre 3).

Enfin, le quatrième pilier est l'analyse du développement historique, du cadre juridique, de la mesure des entreprises sociales et de l'écosystème en relation avec l'entrepreneuriat social dans les pays des organisations partenaires. (Chapitre 4)

CHAPITRE 1

L'innovation pour l'entrepreneuriat social : Revue de la littérature

RÉSUMÉ

L'entrepreneuriat social est de nouveau mis en avant pour son importance et sa contribution au changement social et son influence sur les politiques publiques. Cependant, être un entrepreneur social requiert un ensemble de compétences, nécessaires à la réussite des objectifs et de la mission de chaque projet, de manière durable. Cette étude vise à présenter le concept d'entrepreneuriat social, des exemples d'entrepreneurs sociaux en Europe, quelles sont leurs motivations et quels sont les défis auxquels ils sont confrontés.

INTRODUCTION

Au cours des dernières années, l'intérêt pour l'entrepreneuriat social a augmenté progressivement (Ferreira et al, 2016 ; Rey-Martí et al, 2015), notamment sur le bénévolat et l'engagement civique (Gandhi & Raina, 2018). En outre, les gouvernements ont également commencé à soutenir l'entrepreneuriat social avec la formation de nouvelles organisations, de "nouveaux modèles de travail" et le soutien de nouvelles initiatives (Ferreira et al, 2016).

Cependant, le concept d'entrepreneuriat social est encore faiblement défini (Mair & Martí, 2006 ; Alvord, Brown & Letts, 2002). Cette étude vise à contribuer à la définition du concept d'entrepreneuriat social et à mieux connaître qui sont les entrepreneurs sociaux. Aussi, la présente étude prétend contribuer à identifier les besoins, les difficultés auxquels les entrepreneurs sociaux font face.

1

Définition (et évolution) du concept

Tout d'abord, le concept traditionnel d'entrepreneur, est défini comme une personne " qui travaille à son compte et qui lance, organise, gère et assume la responsabilité d'une entreprise, offre un défi personnel que de nombreux individus préfèrent à celui d'employé travaillant pour quelqu'un d'autre " (Segal, Borgia & Schoenfeld, 2014). Ainsi, les entrepreneurs considèrent qu'ils ont les connaissances et les compétences nécessaires pour mener à bien les activités de l'entreprise, telles que, l'auto-efficacité, la tolérance au risque, l'innovation et la créativité (Smith, Bell & Watts, 2014).

Berger & Luckmann (1966) introduisent l'idée de "construction sociale" dans les sciences sociales. L'idée principale est que les personnes interagissant dans un système social vont créer des concepts ou des représentations mentales d'actions au fil du temps, définissant des rôles réciproques, joués par les acteurs les uns par rapport aux autres. Par la suite, Wallace (1999) se concentre sur le rôle de la cohésion sociale et politique sur la communauté, dans une perspective de développement économique avec une finalité sociale.

Le terme entrepreneuriat social est associé à l'innovation avec un objectif social, l'identification des opportunités et accepte les risques (Luke & Chu, 2013 ; Shane, 2003 ; Thompson, 2002), en créant quelque chose de nouveau sur le marché (Certo & Miller, 2008) introduisant des "acteurs héroïques", des agents de changement social et de nouvelles opportunités de marché (Nicholls, 2010 ; Dees, 2001). Carraher, Welsh & Svilokos (2016) définissent l'entrepreneuriat social comme le processus qui implique l'utilisation des ressources d'une manière innovante qui provoque un changement social, en répondant aux besoins sociaux. Enfin, selon Ferreira et al. (2016), dans votre revue de littérature sociale, le concept d'entrepreneuriat social comprend quatre perspectives : la valeur sociale, l'encastrement du bien-être, l'internationalisation et la perspective institutionnelle.

Selon les projets du Babson college, une école pionnière dans l'enseignement de l'entrepreneuriat, trois caractéristiques distinctives sont associées aux projets d'entrepreneuriat social (Saraiva, 2015).

a) Ils visent à trouver des opportunités ciblées pour combattre les problèmes sociaux ou environnementaux, en envisageant spécifiquement la santé, l'éducation, la pauvreté, la faim, l'énergie, l'eau, le réchauffement climatique, la biodiversité, l'info-inclusion...

- b) La culture des valeurs de la nouvelle organisation met davantage l'accent sur les besoins des différentes parties prenantes, de sorte qu'elle ne se limite pas à une simple relation entre fournisseur et client.
- c) La manière dont les performances sont caractérisées et suivies va bien au-delà des ventes, des bénéfices ou d'autres mesures strictement financières, en ajoutant à ses autres indicateurs, aussi ou plus importants dans ce contexte, tels que le nombre d'arbres sauvés ou la réduction du niveau de pauvreté de la population.

En d'autres termes, un entrepreneur traditionnel se concentre sur le gain financier, avec des niveaux inférieurs de conscience sociale. L'entrepreneur social se concentre sur le gain social, avec des niveaux plus élevés de conscience sociale, et " la quête d'une influence associée à la mission " (Gandhi & Raina. , 2018).

En outre, il est important de faire la distinction entre l'entrepreneuriat social et les entreprises sociales (Luke & Chu, 2013). Selon la Commission européenne (Borzaga et al.

, 2020), les entreprises sociales " exercent des activités commerciales (dimension entrepreneuriale/économique) dans le but de réaliser un bien commun social ou sociétal (dimension sociale) et ont une organisation ou un système de propriété qui reflète leur mission (dimension gouvernance inclusive-propriété) ". Ceci est cohérent avec Luke & Chu (2013) et Barraket et al. (2010), qui définissent une entreprise sociale comme une organisation qui existe à des fins sociales, avec une mission spécifique, utilisant une technique de pression basée sur le marché. En outre, les entreprises sociales présentent des différences entre les pays, divergeant en termes de législation nationale, de stratégies politiques, de niveau académique et pour les entrepreneurs sociaux eux-mêmes.

Un exemple d'entrepreneuriat social est la fondation Ashoka (www.ashoka.org), qui soutient les entrepreneurs sociaux à travers un réseau international, avec plus de 2 000 membres répartis dans 60 pays (Saraiva, 2011). La fondation Ashoka a été fondée en 1980, par Bill Drayton, un entrepreneur social pionnier ayant une longue expérience de la création d'organisations et du service public.

Dans le contexte européen, un autre exemple est la Young Foundation (www.youngfoundation.org), basée à Londres, est une plateforme intégrée qui soutient l'innovation et l'entrepreneuriat social, avec un large éventail d'initiatives, allant des activités de recherche et de formation au soutien concret de projets d'enseignement supérieur à différents stades de maturité (Saraiva, 2015). La Young Foundation (YF) a été fondée par Michael Young (1915 - 2002), en 1954, et a incubé plus de 80 nouvelles organisations (par exemple, The Open University, The School for Social Entrepreneurs, Year Here, Social Innovation Exchange). La mission de YF est de "créer des initiatives qui impliquent des personnes de divers secteurs pour façonner un avenir plus juste" (<https://www.youngfoundation.org/about/history/>).

2 Motivations pour l'entrepreneuriat social

L'entrepreneuriat social (ES) se concentre sur la justice sociale, la réduction des inégalités, la garantie que toutes les personnes ont une qualité de vie décente (Peredo & McLean, 2006). Encore, le SE vise à fournir des solutions financièrement durables qui ont aidé à atteindre cet objectif (Luke & Chu, 2013 ; Peredo & McLean, 2006). Plus précisément, l'ES part d'une mission personnelle, d'un désir de résoudre des problèmes sociaux (par exemple, distribuer gratuitement des médicaments aux malades) (Yunus, 2007) et de restructurer une communauté et un lieu (Thompson, 2002).

Figure 1 : Modèle des motivations de l'entrepreneuriat traditionnel et du processus d'entrepreneuriat (Shane, Locke & Collins, 2003).

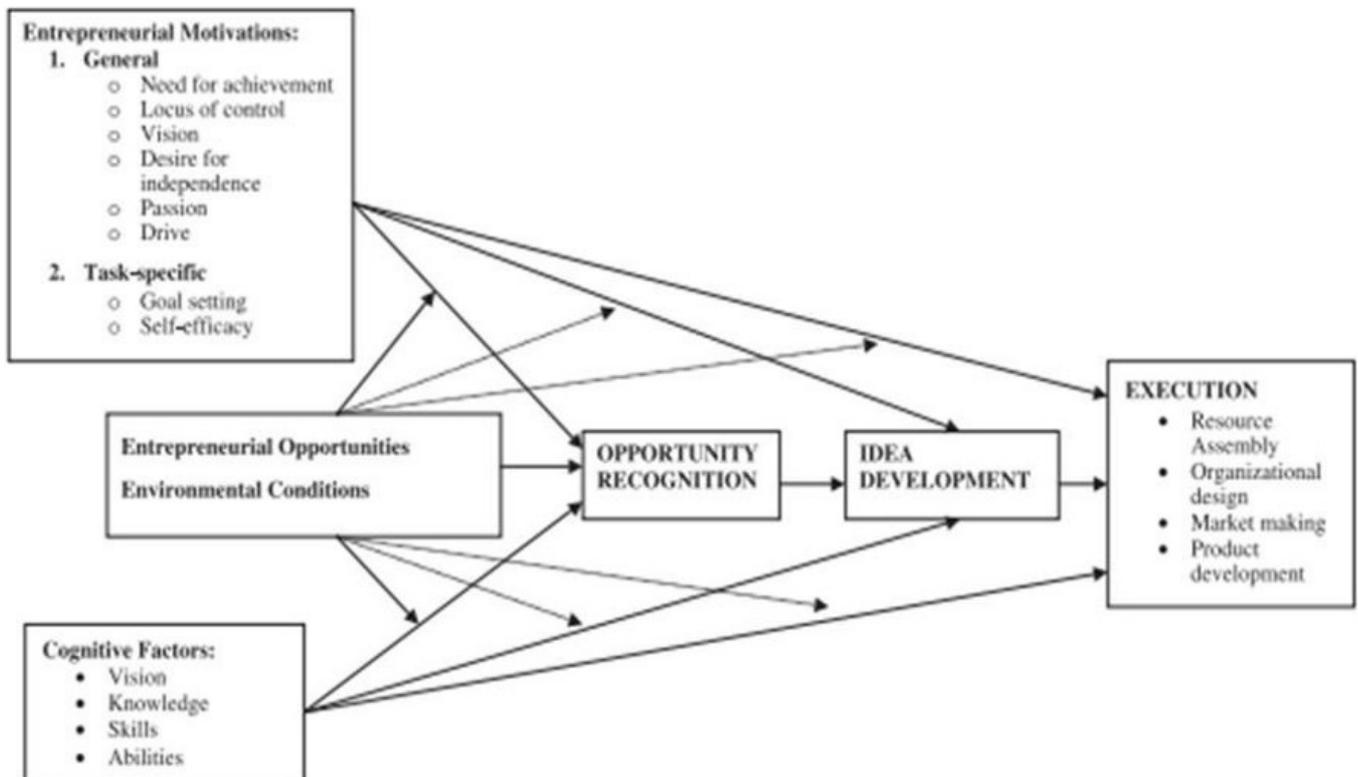


Figure 2 : Motivations de l'entrepreneuriat social (Ghalwash, Tolba, & Ismail, 2017)

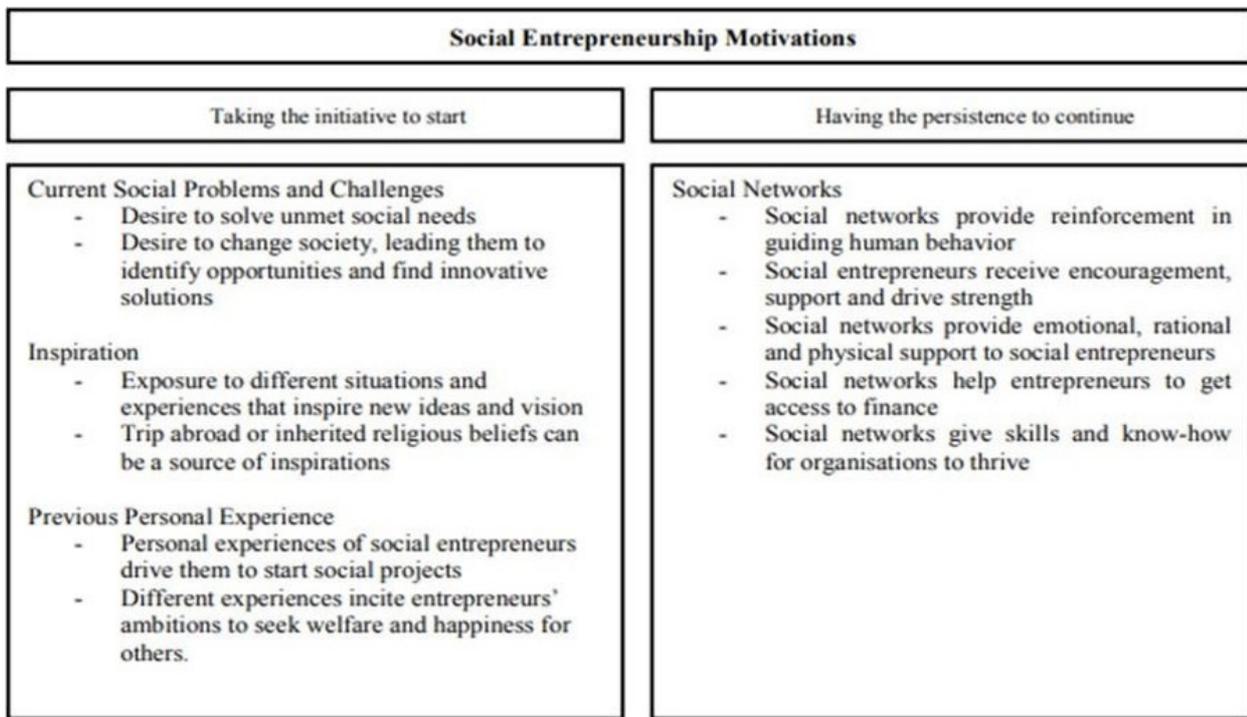
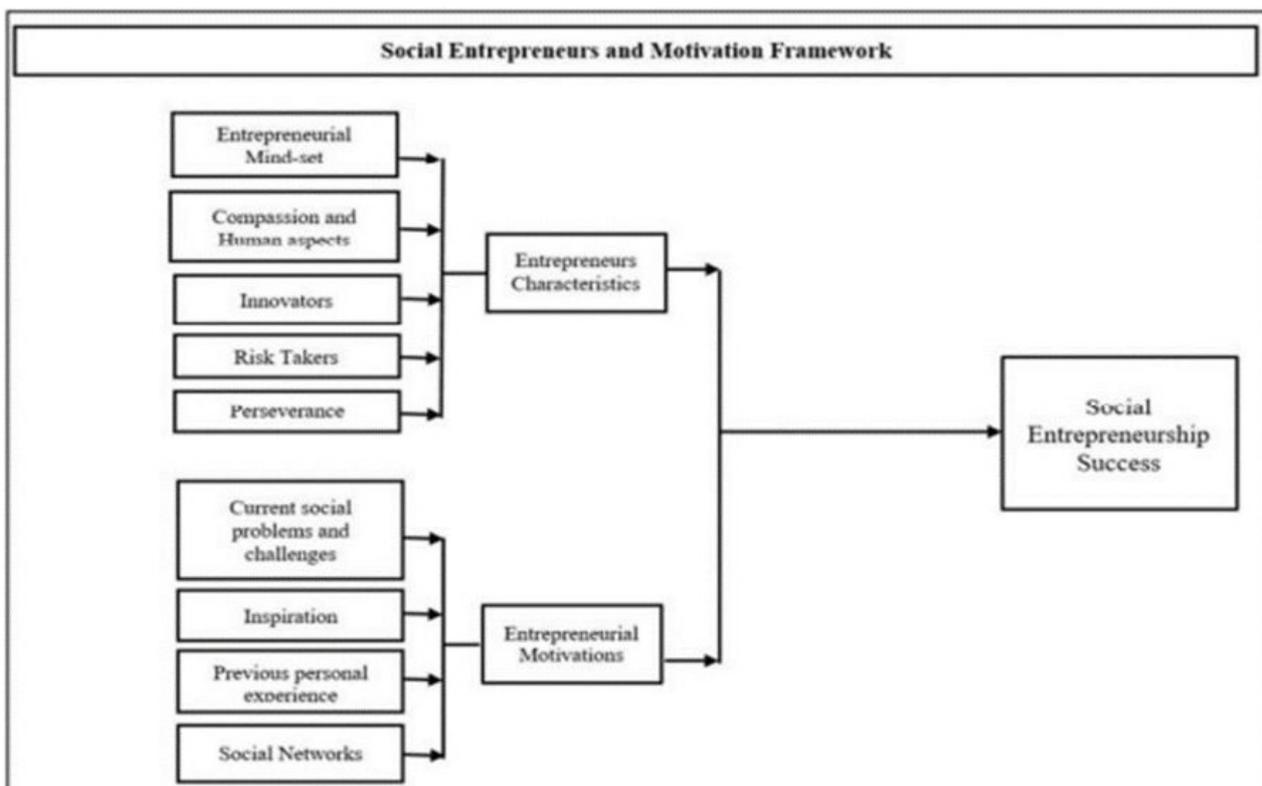


Figure 3 : Modèle conceptuel des entrepreneurs sociaux et de leurs motivations (Ghalwash, Tolba, & Ismail, 2017)



3

Défis/obstacles à l'ES

Bien que l'entrepreneuriat social se concentre sur les défis sociaux et environnementaux, tels que l'éducation, les soins de santé, la formation professionnelle, la réforme des prisons, l'atténuation de la pauvreté et la protection des forêts tropicales, la capacité à gérer efficacement les ressources et à relever efficacement les défis suscite des inquiétudes (Kaufman, 2012). Ensuite, je présente un résumé des principales difficultés et défis auxquels ces entrepreneurs sociaux sont confrontés, au niveau individuel et au niveau contextuel/organisationnel.

RÉSUMÉ DES DÉFIS DU SE

Personnel

- Manque de stratégie en matière de ressources humaines, nécessaire pour : développer des relations avec tous les partenaires avec des logiques différentes (Greblikaite et al., 2015) ; recruter et motiver les personnes (Thompson, 2002) ; attirer et retenir des volontaires avec des compétences appropriées (Greblikaite et al., 2015) ;
- Maintenir une position de leader tout en étant capable de gérer les demandes de multiples parties prenantes (Greblikaite et al., 2015) ;
- Être innovant, prêt à prendre des risques élevés (Kraus et al., 2014 ; Thompson, 2002)
- ; Absence de préservation (Ghalwash, Tolba, & Ismail, 2017) ;
- Manque de qualités de leadership (Kraus et al., 2014) ;
- L'absence d'une stratégie commerciale appropriée (Greblikaite et al., 2015) ; Manque d'engagement à aider les autres (Thompson, 2002) ;
- Manque d'imagination et de vision stratégique : identifier un manque de besoins et une opportunité associée (Thompson, 2002) ; Esprit d'entreprise : Expérience professionnelle antérieure, connaissances, compétences et savoir-faire (Ghalwash, Tolba, & Ismail, 2017).

Contextuel/Organisationnel

- Manque de soutien financier et d'accès aux ressources financières (Greblikaite et al., 2015) ; Le projet de l'entrepreneur social peut ne pas être considéré par les institutions financières comme un investissement viable (Greblikaite et al., 2015) ;
- Contexte social défavorable pour atteindre les objectifs sociaux (économie, politique) (Greblikaite et al., 2015) ;
- Effets de la culture (stéréotypes ; résistance au changement, tradition) ; Le manque de capacité à obtenir les ressources nécessaires (Thompson, 2002) ; la bureaucratie (Ghalwash, Tolba, & Ismail, 2017) ;
- La corruption (Ghalwash, Tolba, & Ismail, 2017) ;
- -L'absence de soutien du gouvernement (Ghalwash, Tolba, & Ismail, 2017).

4

SE et jeunes

Les SE sont généralement fondées ou dirigées par des jeunes. Par exemple, Bill Drayton, l'un des entrepreneurs sociaux les plus célèbres du monde, a fondé Ashoka alors qu'il était un jeune étudiant.

Rachel Brathen est également une autre jeune entrepreneuse sociale célèbre qui a bien réussi. Elle a fondé l'une des premières plateformes de yoga en ligne, oneOeight.com, aujourd'hui à la retraite, qui a été le projet de yoga financé par la foule le plus réussi de tous les temps. Sa chaîne en ligne oneoeight.tv proposait des services de santé, de yoga et de méditation. Rachel Brathen a également créé, à 23 ans, l'association "Yoga girls' scholarship", dans laquelle tous les membres défendent certaines valeurs, telles que l'inclusion, la communauté, la responsabilité, "pour combler les lacunes qui existent dans notre société" (<https://www.yogagirl.com/about/yoga-girl-r-scholarship>).

Aussi, Nils Reichardt, 18 ans, est un "teenpreneur" et un compétiteur de course à pied junior d'Allemagne, qui a cofondé l'application Sharezone, en 2018, avec deux de ses amis, Jonas Sander et Henry Silderhuis. La plateforme permet aux élèves, aux enseignants et aux parents d'être rapidement synchronisés avec tout ce qui se passe à l'école. Aussi, Sharezone aide les parents à avoir une meilleure communication avec les enseignants, notamment pendant le Covid-19.

Timo Timmi, 19 ans, est un "teenpreneur" originaire d'Estonie. Il a cofondé 99math en 2018. 99math est une combinaison de jeux mathématiques avec des compétitions entre amis, encourageant les élèves à s'intéresser davantage à l'acquisition de nouvelles connaissances, et à s'améliorer en maths. Il s'agit d'une plateforme gratuite, qui peut être utilisée par les enseignants, les élèves et leurs parents (<https://99math.com/>).

Un autre jeune entrepreneur est Fabienne Overbeek, 19 ans, des Pays-Bas, qui a fondé "Grow A Wish", en 2018, où les clients peuvent acheter et envoyer des cartes de vœux uniques en papier recyclé, avec une surprise à l'intérieur - les destinataires peuvent planter la carte après et faire pousser une plante. C'est un cadeau très soigné pour montrer que vous vous souciez de quelqu'un, d'une manière écologique. Fabienne est également ambassadrice de la "Young Ladies Business Academy", une académie qui aide les femmes à obtenir de meilleurs emplois ou à améliorer leur carrière potentielle (<https://www.elskedoets.com/ladybusinessacademy/>).

Selon Kaufman (2013), les jeunes ont du temps, de l'idéalisme, de l'énergie et de l'enthousiasme. De plus, les jeunes sont les futurs leaders, ils doivent donc s'impliquer dans la politique sociale, pour être des changeurs productifs, promouvant un changement social positif dans un monde avec une instabilité politique et économique (Kaufman, 2013). Cependant, les personnes âgées ont la sagesse, la connaissance, la sensibilité et le savoir-faire, des aspects importants pour la réussite d'une entreprise sociale (Kaufman, 2013).

CONCLUSION

Partout dans le monde, "des deux côtés de l'Atlantique", la mission principale de l'entrepreneuriat social et des entreprises sociales est de bénéficier à la communauté en créant de la "valeur sociale", plutôt que de distribuer des bénéfices (Defourny & Nyssens 2009). En outre, l'entrepreneuriat social crée non seulement de la valeur sociale, mais aussi des emplois et du capital (Rey- Martí et al. , 2015).

Ainsi, les entrepreneurs sociaux ne doivent pas seulement dominer les connaissances techniques nécessaires à la gestion des ressources et des personnes, mais aussi identifier les opportunités qui permettent d'atténuer les problèmes sociaux, en bénéficiant à la société et en la responsabilisant.

CHAPITRE 2

Enquête sur l'entrepreneuriat social

L'enquête a été menée dans les cinq pays : Belgique, France, Irlande, Portugal et Turquie auprès de jeunes chômeurs qui souhaitent s'orienter vers l'entrepreneuriat/entrepreneuriat social ou qui ont fait certains progrès dans le domaine de l'entrepreneuriat/entrepreneuriat social.

L'objectif de l'enquête est d'obtenir des informations générales sur les jeunes entrepreneurs, leurs compétences, leurs caractéristiques individuelles et les obstacles liés à l'entrepreneuriat, et d'examiner les méthodes de promotion de l'activité entrepreneuriale. Dans ce but, 69 jeunes entrepreneurs, 1 personne d'Irlande, 2 personnes de Belgique, 5 personnes de France, 28 du Portugal et 33 personnes de Turquie, ont participé à l'enquête au total.

L'enquête comporte plusieurs questions réparties en trois parties. La première partie est celle des informations générales. Les questions portent sur la date actuelle, le sexe, l'âge, l'origine ethnique, le niveau d'éducation, le pays de résidence, l'expérience professionnelle, l'intérêt du participant pour l'entrepreneuriat social, le type d'activité s'il est intéressé et si le participant a suivi une formation liée à l'entrepreneuriat.

La deuxième partie étudie les compétences, les caractéristiques individuelles et les obstacles liés à l'esprit d'entreprise. Cette partie se compose de trois sous-parties. La première partie contient une liste de compétences entrepreneuriales telles que les compétences en marketing, les compétences en communication et les compétences financières. Les participants sont invités à indiquer dans quelle mesure ils pensent posséder chacune de ces compétences, et dans quelle mesure ils pensent qu'il est nécessaire d'améliorer ces compétences.

Dans la deuxième sous-partie, on trouve une liste de caractéristiques individuelles importantes pour l'activité entrepreneuriale, telles que la confiance en soi, la propension à prendre des risques et la curiosité. Les participants sont à nouveau invités à indiquer dans quelle mesure ils pensent posséder chacune de ces caractéristiques et dans quelle mesure ils pensent qu'il est nécessaire d'améliorer ces caractéristiques individuelles.

Dans la troisième sous-partie, les obstacles possibles qui peuvent être rencontrés dans les entreprises, tels que les barrières commerciales, bureaucratiques et culturelles. Les participants, là encore, sont invités à indiquer dans quelle mesure ils pensent les rencontrer, et dans quelle mesure ils pensent qu'il est nécessaire d'entraver l'activité entrepreneuriale, que les participants pensent les rencontrer ou non. Les évaluations dans ces trois sous-parties sont notées sur une échelle de Likert à 5 points allant de 1:rien, 2:pas beaucoup, 3:pas ou peu, 4:assez à 5:beaucoup.

La troisième partie examine les activités et les méthodes de promotion de l'activité entrepreneuriale en deux sous-parties. Dans la première sous-partie, une liste de méthodes de promotion des activités entrepreneuriales est présentée et les participants sont invités à indiquer dans quelle mesure ils pensent que la formation à l'entrepreneuriat doit inclure chacune d'entre elles. Dans la deuxième sous-partie, une liste d'activités visant à promouvoir l'activité entrepreneuriale est présentée et, là encore, les participants sont invités à indiquer dans quelle mesure ils pensent que la formation à l'entrepreneuriat doit inclure chacune d'entre elles. Comme la deuxième partie de l'enquête, la troisième partie est notée sur une échelle de Likert à 5 points allant de 1:rien, 2:pas beaucoup, 3:ni ou peu, 4:assez à 5:beaucoup aussi.

IRLANDE

Dans le cas de l'Irlande, 100% des participants sont des hommes, d'âge moyen, diplômés et non intéressés par l'entrepreneuriat social. Il estime que ses connaissances actuelles en matière de compétences d'apprentissage sont suffisantes et que ses compétences techniques, de résolution de problèmes, de planification autogérée et d'autorégulation sont suffisantes. En revanche, il estime que ses compétences en matière d'acquisition de ressources, d'accès au financement, de gestion d'une entreprise pilote et sa connaissance du marché du travail ne sont pas suffisantes.

Le participant pense qu'il doit améliorer ses connaissances, ses compétences et son expérience dans 18 des 24 compétences entrepreneuriales énumérées. La majorité de ces 18 compétences sont celles pour lesquelles il a évalué ses connaissances, ses compétences et son expérience actuelles comme étant nulles ou peu importantes à l'étape précédente. En termes de caractéristiques entrepreneuriales, il s'évalue comme ayant suffisamment d'enthousiasme, de motivation, d'énergie, de travail, d'imagination, d'orientation vers l'innovation, de créativité, d'autonomie, de contrôle personnel, de besoin de réussite, d'organisation et de volonté. En outre, il se considère comme responsable, proactif, entreprenant, persévérant, engagé et curieux. En résumé, il pense posséder 18 des 31 caractéristiques entrepreneuriales énumérées comme étant de niveau suffisant ou supérieur. Comme pour les compétences entrepreneuriales, il pense qu'il est nécessaire d'améliorer les caractéristiques qui sont évaluées dans les catégories "rien", "pas beaucoup" Et "pas ou peu".

Il considère que les attitudes sociales négatives à l'égard de l'esprit d'entreprise, l'éducation inadéquate en matière d'esprit d'entreprise, le manque de réseau, le manque de connaissances en matière de ressources financières, les difficultés à transformer les idées en affaires, le manque de compétences en gestion et les barrières personnelles sont autant d'obstacles qui peuvent être rencontrés dans les entreprises. En outre, le manque de compétences, le manque d'idées de marketing et les barrières bureaucratiques sont indiqués comme des obstacles suffisants par les participants. Au total, 10 des 12 obstacles présentés ont été évalués comme des obstacles sérieux à la création d'entreprise. En ce qui concerne la formation, le participant estime que le mentorat, les conseils aux entreprises, les incubateurs/bureaux, les possibilités de mise en réseau, le suivi, l'éducation coopérative, l'éducation et les méthodes de formation sont très importants.

En outre, l'allocation de subsistance, le capital de départ, l'apprentissage autodirigé et expérimenté, les facilités économiques/financières sont évalués comme ayant un niveau d'importance suffisant. La méthode des exemples de réussite est évaluée comme n'ayant pas ou peu d'importance entre toutes les méthodes. On peut comprendre que le participant accorde de l'importance à presque toutes les méthodes de promotion de l'activité entrepreneuriale. En ce qui concerne les activités de promotion de l'activité entrepreneuriale, 9 d'entre elles sont évaluées comme très importantes, 4 d'entre elles comme suffisantes, et une seule d'entre elles est évaluée comme ni ou peu. Le participant trouve que presque toutes les activités de promotion de l'activité entrepreneuriale sont importantes.

Enfin, pour l'évaluation des compétences et des caractéristiques entrepreneuriales, le choix et la structuration de l'idée de l'entreprise, le plan d'affaires et le projet pilote des étapes de l'idée entrepreneuriale du processus de création d'entreprise, une formation spécifique est très importante au niveau "suffisant". L'analyse du marché et du produit et la réalisation de la durabilité des étapes de l'idée entrepreneuriale sont également importantes au niveau "suffisant" pour le participant.

BELÇIKA

Dans le cas de la Belgique, 50 % des participants sont des femmes et les autres 50 % sont des hommes. L'âge moyen des participants est de 34,5 ans. 100% de tous les participants ont un niveau d'éducation secondaire/secondaire, aucun d'entre eux n'est issu de l'immigration. Tous les participants sont intéressés par l'entrepreneuriat social. Cependant, 50% n'ont pas d'activité en tête alors que 50% ont une idée sociale artistique. Aucun d'entre eux n'a reçu de formation en rapport avec l'entrepreneuriat. Les participants travaillent principalement dans les secteurs sociaux-culturels.

Alors que tous les participants évaluent leurs connaissances, compétences et expériences en matière d'acquisition de ressources, de mise en réseau, d'apprentissage, de pensée créative, critique et stratégique comme étant d'un niveau "suffisant", l'identification des opportunités, la création d'opportunités, l'accès au financement, la planification d'entreprise, la gestion d'une entreprise pilote, les compétences commerciales, les compétences financières, les compétences en matière de développement de nouveaux produits et services, les compétences en matière de planification autogérée, les compétences en matière d'autorégulation sont évaluées comme étant d'un niveau "ni ou peu" ou inférieur.

En termes de compétences en marketing, de compétences en gestion, de compétences en leadership, de compétences interpersonnelles, de compétences en communication et de connaissance du marché du travail, alors que 50% des participants s'évaluent à un niveau "ni ou peu", les autres 50% pensent avoir suffisamment ou beaucoup de connaissances, de compétences et d'expériences.

13 des 23 compétences entrepreneuriales sont évaluées comme devant être améliorées au niveau ni ou peu par la moitié des participants, et au niveau suffisant par la moitié. 4 autres compétences entrepreneuriales sont évaluées au niveau suffisant par la moitié des participants, et au niveau suffisant par l'autre moitié. 5 compétences sont évaluées comme ayant un degré suffisant de nécessité d'amélioration par tous les participants. En général, les participants considèrent que toutes les compétences entrepreneuriales énumérées sont nécessaires à améliorer à différents degrés.

En termes de caractéristiques entrepreneuriales, tous les participants considèrent qu'ils ont suffisamment de persévérance, de tolérance à l'incertitude et à l'ambiguïté, d'imagination, alors qu'ils pensent qu'ils n'ont pas ou peu de passion entrepreneuriale, d'énergie, de courage, d'organisation et de volonté. D'autre part, 100% des participants estiment avoir une attitude positive à l'égard du travail indépendant et de la curiosité au niveau "beaucoup". Malheureusement, 50% des participants pensent qu'ils ne sont pas ou peu engagés, tandis que les autres 50% pensent qu'ils ne sont pas du tout engagés. De même, tous les participants évaluent leur besoin de pouvoir au niveau "rien".

En ce qui concerne la nécessité de s'améliorer, l'enthousiasme, la motivation, la confiance en soi, la proactivité, l'initiative, la persévérance, l'énergie, l'orientation vers l'innovation, le besoin d'accomplissement, la propension à prendre des risques, la capacité de leadership, l'organisation et la volonté sont évalués comme nécessaires pour s'améliorer au niveau suffisant ou supérieur par les participants. En ce qui concerne le sens des responsabilités, le travail acharné, la tolérance à l'incertitude et à l'ambiguïté, la curiosité, la flexibilité et l'efficacité personnelle, les participants affichent des comportements opposés. Alors que 50% évaluent ces caractéristiques comme nécessaires pour s'améliorer au niveau "rien", les autres 50% les évaluent au niveau "beaucoup".

En ce qui concerne les obstacles possibles, les obstacles culturels, les difficultés à transformer les idées en affaires, le manque de connaissances des sources financières et de la manière d'y accéder, les obstacles individuels et le manque de compétences en matière de gestion sont considérés comme des obstacles sérieux à l'esprit d'entreprise.

EDans la partie formation, le mentorat, les conseils aux entreprises, l'incubation, le capital d'amorçage, le soutien au suivi, l'apprentissage autodirigé expérimenté, les facilités économiques/financières et les méthodes d'enseignement sont évalués comme étant "suffisamment" importants par la moitié des participants et "très" importants par l'autre moitié. En outre, les possibilités de mise en réseau et les méthodes de formation sont jugées très importantes par 100% des participants. L'allocation de subsistance obtient le niveau d'importance le plus bas "ni ou peu" par tous les participants parmi les autres méthodes. En termes d'activités de promotion de l'esprit d'entreprise, la seule activité consistant à accroître la disposition de l'apprenant à prendre des risques obtient le niveau d'importance le plus bas "ni ou peu". Toutes les autres activités sont considérées comme suffisamment importantes ou très importantes par les participants.

Enfin, pour l'évaluation des compétences et des caractéristiques entrepreneuriales, le choix et la structuration de l'idée de l'entreprise, l'analyse du marché et du produit, le plan d'affaires, et la réalisation de la durabilité de l'idée entrepreneuriale ; les étapes du processus de démarrage de l'entreprise, une formation spécifique est très importante au niveau "beaucoup" évalué par 100% des participants. Cependant, le projet pilote de l'étape de l'idée entrepreneuriale est évalué comme peu ou pas important par 50% des participants et très important par les autres 50%. De plus, les participants souhaitent un soutien financier à toutes les étapes du processus. Les participants de Belgique considèrent que presque toutes les étapes du processus de création d'entreprise sont très importantes.

FRANCE

Dans le cas de la France, 60% des participants sont des femmes, 20% sont des hommes et 20% préfèrent ne pas le dire. L'âge moyen des participants est de 34 ans. 40% des participants sont titulaires d'une maîtrise, 40% d'un diplôme de troisième cycle et 20% d'un doctorat. 40 % d'entre eux sont intéressés par l'entrepreneuriat social. Certains veulent ouvrir un restaurant social, d'autres veulent travailler avec les immigrants. Certains participants ont suivi des cours de bases sur l'entrepreneuriat pendant leur maîtrise. L'évaluation des connaissances, des compétences et de l'expérience actuelles des participants varie dans une large mesure. 40 % des participants estiment avoir suffisamment de compétences en matière d'identification des opportunités, de création d'opportunités, d'acquisition de ressources, de gestion d'une entreprise pilote, de leadership, de travail en équipe, de collaboration, de relations interpersonnelles, de communication, de mise en réseau, de résolution de problèmes et d'autorégulation. En termes d'accès au financement, 40% pensent que leurs connaissances actuelles sont nulles. De plus, 40% n'ont pas beaucoup de connaissances, de compétences ou d'expérience en termes d'identification d'opportunités, d'acquisition de ressources, de marketing, de gestion, de communication, d'apprentissage, de développement de nouveaux produits et services, de planification autogérée.

La création d'opportunités, l'acquisition de ressources et l'accès au financement sont les compétences qui sont évaluées comme devant être améliorées à un niveau suffisant par 33% des participants, et à un niveau élevé par les 33% restants. En ce qui concerne les caractéristiques entrepreneuriales, 60% des participants estiment avoir beaucoup d'enthousiasme, de motivation, d'engagement, de contrôle personnel et de flexibilité.

En termes d'attitude positive à l'égard du travail indépendant et de la passion entrepreneuriale, la majorité d'entre eux considèrent qu'ils n'ont pas beaucoup ou peu d'attributs plutôt que suffisamment et beaucoup. Ces caractéristiques peuvent être développées chez les participants. Le sens des responsabilités, la proactivité, la tolérance à l'incertitude et à l'ambiguïté, l'imagination, le contrôle personnel et la volonté sont considérés comme devant être améliorés par 2/3 des participants. La passion entrepreneuriale, l'engagement, l'autonomie, le besoin d'accomplissement, le besoin d'indépendance et la capacité de leadership ne sont pas considérés comme importants à améliorer par les participants car ils sont évalués principalement aux niveaux pas beaucoup et ni ou peu.

En termes d'obstacles, les barrières bureaucratiques sont considérées comme suffisantes par 60% des participants. De plus, les difficultés à transformer les idées en affaires et le manque de connaissances des sources financières et de la façon d'y accéder sont considérés comme des obstacles de niveau suffisant par 60% des participants. D'autre part, les participants ne considèrent pas les barrières culturelles comme des obstacles sérieux puisqu'ils les évaluent à rien, pas beaucoup, ni ou peu de degrés.

Dans la partie formation, le conseil en entreprise, l'incubation, l'allocation de subsistance, les possibilités de mise en réseau, le soutien au suivi et les exemples de méthodes de réussite sont évalués comme très importants pour promouvoir l'activité entrepreneuriale par 40% des participants.

De plus, les facilités économiques/financières et les méthodes de formation sont évaluées comme un niveau d'importance suffisant par 60%. L'apprentissage expérimenté autodirigé, l'éducation coopérative et l'enseignement ne sont pas considérés comme importants à grande échelle car dans leur évaluation, le niveau "ni ou peu" est dominant. En ce qui concerne les activités de promotion de l'activité entrepreneuriale, presque toutes les activités sont dominées par les niveaux d'importance beaucoup ou assez. Seuls les ateliers, les vidéos et les conférences sont considérés comme peu ou pas du tout importants. On peut comprendre que presque toutes les activités qui promeuvent l'activité entrepreneuriale sont importantes.

Enfin, 40% des participants considèrent que l'évaluation des compétences et des caractéristiques entrepreneuriales, le choix et la structuration de l'idée d'entreprise, l'analyse du marché et du produit, le plan d'affaires, le projet pilote de l'idée entrepreneuriale et la pérennisation de l'idée entrepreneuriale sont très importants. Cependant, le choix et la structuration de l'idée d'entreprise, le projet pilote de l'idée d'entreprise et la réalisation de la durabilité de l'idée d'entreprise sont considérés comme peu ou pas du tout importants par 60% des participants.

PORTUGAL

Dans le cas du Portugal, 77,8% des participants sont des femmes, et 22,2% des hommes. L'âge moyen des participants est de 21,5 ans. 85,7% des participants ont un diplôme de premier cycle, 7,1% ont un niveau d'éducation secondaire et 7,1% ont un niveau d'éducation post-universitaire. Environ 93 % des participants s'intéressent à l'entrepreneuriat social et la majorité d'entre eux pensent à faire du bénévolat. Certains participants ont reçu une formation antérieure en rapport avec l'entrepreneuriat social. Près de 83 % des participants ont une expérience professionnelle.

L'évaluation des connaissances, compétences et expériences actuelles des participants a varié dans une large mesure. En termes d'identification des opportunités, de création d'opportunités, d'acquisition de ressources, d'accès au financement, de planification d'entreprise, de gestion d'une entreprise pilote, de compétences techniques, de compétences commerciales, de compétences financières, de compétences en marketing, de compétences en résolution de problèmes, de compétences en développement de nouveaux produits et services, de compétences en planification autogérée et de connaissance du marché du travail, les participants s'évaluent le plus souvent à des niveaux de connaissances, de compétences et d'expérience inférieurs plutôt qu'à des niveaux suffisants ou élevés.

En ce qui concerne les compétences de gestion, les compétences de leadership, les compétences de travail en équipe, les compétences de collaboration, les compétences interpersonnelles, les compétences de communication, les compétences de mise en réseau, les compétences d'apprentissage et les compétences de pensée créative, critique et stratégique, la plupart des participants s'estiment suffisamment ou beaucoup informés, qualifiés et expérimentés. D'autre part, toutes les compétences entrepreneuriales sont considérées comme importantes à un degré suffisant ou élevé pour être améliorées.

En termes de caractéristiques entrepreneuriales, 57% des participants évaluent leur passion entrepreneuriale, leur motivation et leur résilience à un niveau suffisant. De même, 53% des participants estiment que leur enthousiasme, leur énergie, leur flexibilité, leur efficacité personnelle, leur capacité de leadership et leur volonté sont suffisantes. Cependant, les personnes ne sont pas sûres d'elles-mêmes en ce qui concerne les caractéristiques de tolérance à l'incertitude et à l'ambiguïté. Une attitude positive envers le travail indépendant, la confiance en soi, l'initiative, l'orientation vers l'innovation, la créativité, la propension à prendre des risques, la tolérance au risque financier et la capacité de leadership sont considérées comme des caractéristiques importantes à améliorer.

Dans le cas des obstacles, aucun des obstacles énumérés n'est réellement considéré comme un obstacle sérieux. Les barrières culturelles, les difficultés d'utilisation de la technologie, le manque d'idées de marketing et le manque de compétences de gestion ne sont pas interprétés comme des obstacles importants. Le manque de réseau, les barrières du marché, le manque de connaissance des sources financières et de la manière d'y accéder, les barrières bureaucratiques et les barrières individuelles sont des obstacles relativement plus forts.

Dans la partie formation, presque toutes les méthodes sont évaluées comme suffisamment ou beaucoup importantes pour promouvoir l'activité entrepreneuriale par plus de 80% des participants. De même, inciter le stagiaire à explorer tout son potentiel, l'inciter à prendre conscience de ses forces et faiblesses personnelles, faire appel à sa créativité, considérer les erreurs comme des opportunités d'apprentissage plutôt que comme des échecs, encourager la pensée critique, les stages pratiques, les ateliers, les vidéos et les conférences, soit 7 des 14 activités de promotion de l'activité entrepreneuriale, sont considérés comme "très" importants par plus de 50% des participants. Principalement, toutes les activités sont considérées comme étant d'une importance dominante.

Enfin, toutes les autres formes de soutien, l'évaluation des compétences et des caractéristiques entrepreneuriales, le choix et la structuration de l'idée de l'entreprise, l'analyse du marché et du produit, le plan d'affaires et le projet pilote de l'idée entrepreneuriale, et la réalisation de la durabilité des étapes de l'idée entrepreneuriale sont évaluées comme suffisamment ou beaucoup importantes par plus de 80% des participants. On peut constater que les participants comprennent l'importance de la formation dans la promotion de l'activité entrepreneuriale.

TURQUIE

Dans le cas de la Turquie, 53,6% des participants sont des hommes et 46,4% des femmes. L'âge moyen des participants est d'environ 28 ans. 46,2 % des participants ont un niveau d'études supérieures (maîtrise, doctorat), 42,3 % ont un diplôme de premier cycle, 7,7 % ont un niveau d'apprentissage et 3,8 % ont un niveau d'études secondaires ou de lycée. 27% des participants sont intéressés par l'entrepreneuriat social. Les participants qui s'intéressent à l'entrepreneuriat social souhaitent travailler dans des domaines tels que le yoga et la méditation, les immigrants et l'éducation. Certaines personnes ont suivi une formation en rapport avec l'entrepreneuriat, mais elles constituent un très faible pourcentage. En outre, 21% des participants ont une expérience professionnelle.

En ce qui concerne les compétences entrepreneuriales, il n'y a aucune compétence pour laquelle les participants s'évaluent comme ayant des connaissances, des compétences et une expérience inférieures au niveau "suffisant" en moyenne. Pour toutes les compétences, la majorité des participants se trouvent "suffisamment" ou "beaucoup" qualifiés. En termes d'amélioration de ces compétences, toutes les compétences sont évaluées comme ayant un niveau "suffisant" ou "beaucoup" de nécessité d'amélioration par 50% des participants ou plus. Les compétences en développement de nouveaux produits et services, les compétences en gestion et les compétences commerciales sont trois compétences qui sont évaluées comme devant être améliorées à un niveau élevé par 90 % des participants ou plus.

Dans le cas des caractéristiques entrepreneuriales, on observe un schéma similaire à celui des compétences entrepreneuriales. Les réponses des participants indiquent qu'une grande majorité d'entre eux ont une attitude positive à l'égard du travail indépendant, de la passion entrepreneuriale, de l'enthousiasme, de la motivation et des autres caractéristiques. Cependant, il y a certaines caractéristiques que peu de participants évaluent comme n'ayant "rien" ou "pas grand chose". Le pourcentage de ces participants est plus faible que celui des compétences entrepreneuriales. La majorité des participants sont sûrs d'avoir des caractéristiques entrepreneuriales.

En ce qui concerne l'amélioration de ces caractéristiques, 54% des participants pensent que l'attitude positive envers le travail indépendant et l'autonomie devrait être améliorée à un niveau "élevé", tandis que 63% pensent que le besoin de pouvoir devrait être amélioré à un niveau "suffisant". En général, toutes les caractéristiques entrepreneuriales sont évaluées comme devant être améliorées à des degrés élevés.

En ce qui concerne les obstacles, 54% des participants considèrent qu'une éducation à l'entrepreneuriat inadéquate est un obstacle de niveau "suffisant". De plus, les obstacles culturels, le manque de compétences, les barrières du marché, les difficultés à transformer les idées en affaires, le manque de connaissances des sources financières et de la manière d'y accéder, le manque d'idées de marketing et les barrières bureaucratiques sont évalués comme des obstacles importants (niveau "suffisant", "beaucoup") par 75% et plus des participants.

Dans la partie formation, le mentorat est la méthode la plus importante, évaluée comme "très" importante par 60% des participants. De même, près de 50% des participants pensent que le capital d'amorçage et les possibilités de mise en réseau sont "suffisamment" importants. D'autre part, 33% ne pensent pas que les facilités économiques/financières, les exemples de réussite et la formation soient si importants pour promouvoir l'activité entrepreneuriale.

En ce qui concerne les activités de promotion de l'activité entrepreneuriale, les espaces de mise en réseau sont l'activité qui est choisie par 90% des participants comme étant importante à des niveaux plus élevés. Enfin, le choix et la structuration de l'idée d'entreprise, et la réalisation de la durabilité de l'idée d'entreprise sont désignés comme d'autres formes de soutien en étant évalués comme "très" importants par 54% des participants. Toutes sortes de méthodes de formation, d'activités et d'autres formes de soutien sont considérées comme importantes et utiles pour promouvoir l'activité entrepreneuriale par la majorité des participants en général.

En conclusion, l'accès au financement, la gestion d'une entreprise pilote et la connaissance du marché du travail sont les principales compétences que les participants de tous les pays jugent insuffisantes. De même, la tolérance à l'incertitude et à l'ambiguïté, la propension à prendre des risques et l'attitude positive envers le travail indépendant sont les caractéristiques qui doivent être améliorées en général. En termes d'obstacles et de barrières, les difficultés à transformer les idées en affaires, le manque de connaissance des sources financières et de la manière d'y accéder, le manque d'idées de marketing et les barrières bureaucratiques sont les obstacles les plus exprimés. Des efforts supplémentaires peuvent être déployés pour surmonter ces obstacles. Enfin, les participants de tous les pays évaluent toutes sortes de méthodes de formation, d'activités et d'autres formes de soutien très importantes pour promouvoir l'activité entrepreneuriale.

Résumé des résultats de l'enquête

Criteria	Ireland	Belgium	France	Portugal	Turkey
Gender	100% male	50% female 50% male	60% female 20% male 20% prefer not to say	77.8% female 22.2% male	46.4% female 53.6% male
Average age	46	34.50	34.40	21.50	28
Education level	100% graduate	100% secondary/ high	40% master's 20% doctorate 40% post-graduate	85.7% undergraduate degree 7.1% secondary education 7.1% post-graduate	46.2% graduate 42.3% undergraduate 7.7% apprenticeship 3.8% secondary education
Interest in social entrepreneurship	0%	100%	40%	93%	27%
Entrepreneurial knowledge, skill, experience necessary to improve	Resource acquisition, Access to finance, Running pilot business, Knowledge of the labor market	Opportunity identification, Opportunity creation, Access to finance, Business planning, Running pilot business, Business skills, Financial skills, Development of new products and services skills, Self-managed planning skills, Self-regulation skills	Opportunity creation, Resource acquisition, Access to finance	Opportunity identification, Opportunity creation, Resource acquisition, Access to finance, Business planning, Running pilot business, Technical skills, Business skills, Financial skills, Marketing skills, Problem solving skills, Development of new products and services skills, Self-managed planning skills, Knowledge of the labor market	Development of new products and services skills, Management skills, Business skills
Entrepreneurial characteristics necessary to improve	Positive attitude towards self-employment, Entrepreneurial passion, Uncertainty and ambiguity tolerance, Intuition, Need for independence, Risk-taking propensity, Financial risk tolerance, Courage, Flexibility, Leadership ability, Organization, Willpower	Enthusiasm, Motivation, Self-confidence, Proactiveness, Initiative, Perseverance, Energy, Innovation orientation, Need for achievement, Risk-taking propensity, Leadership ability, Organization, Willpower	Sense of responsibility, Proactiveness, Uncertainty and ambiguity tolerance, Imagination, Personal control, Willpower	Positive attitude towards self-employment, Self-confidence, Initiative, Innovation orientation, Creativity, Propensity to take risks, Financial risk tolerance, Leadership ability	Positive attitude towards self-employment, Autonomy, Need for power
Obstacles	Lack of skills, Lack of marketing ideas, Bureaucratic	Cultural, Difficulties in transforming ideas into business, Lack of knowledge in financial sources and how to access them, Individual, Lack of	Difficulties in transforming ideas into business, Lack of knowledge in financial sources and how to access them	Lack of network, Market barriers, Lack of knowledge in financial sources and how to access them, Bureaucratic, Individual	Difficulties in transforming ideas into business, Lack of knowledge in financial sources and how to access them, Lack of marketing ideas, Bureaucratic

Besoins d'apprentissage, défis et motivation : Analyse des groupes de discussion avec des entrepreneurs sociaux

La réunion du groupe de discussion a eu lieu le 25 mars via une réunion Zoom. La réunion s'est tenue avec la participation de jeunes entrepreneurs sociaux et de deux professeurs, soit un total de 9 personnes provenant d'Irlande, de Belgique, du Portugal, de France et de Turquie. Les participants et les organisations auxquelles ils sont affiliés sont représentés comme suit

Workplace Innovation Europe Clg (IRE)- Peter Totterdill, Tracy Keogh
Iscte-Instituto Universitário De Lisboa (PT)- Maria José Sousa, Carla Solé Iglesias
Inovatif Düşünce Derneği (TR)- Özlem Kızıldağ, Faiz e Yıldız
VoicesOf The World (BE)- Elnaz Shadras, Giulia Antonini

Association Culturelle Des Jeunes Turcs De Bar Le Duc (FR)- Seray Ural

La plupart des participants sont des entrepreneurs qui sont de jeunes étudiants de premier ou de deuxième cycle, très enthousiastes à l'égard des ONG, du bénévolat et des projets sociaux.

Le groupe de discussion composé de jeunes entrepreneurs sociaux nous a permis de comprendre comment favoriser les environnements d'apprentissage coopératifs, en les rendant transformateurs et inclusifs grâce à l'adoption de nouvelles méthodologies pour améliorer et renforcer la capacité des jeunes entrepreneurs à répondre aux défis auxquels les marchés du travail sont confrontés pendant la pandémie de COVID-19 ou seront confrontés à l'avenir.

Pour les personnes interrogées, la motivation qui les pousse à devenir des entrepreneurs sociaux est qu'elles sont très sensibles aux problèmes sociaux et qu'elles veulent trouver une solution à ces problèmes.

"Tout au long de ma vie, j'ai été bénévole, et quand je suis arrivé quelque part où je connais les outils commerciaux, et où je suis vraiment sensible aux problèmes sociaux, pour créer des solutions et faire partie des solutions. Alors je sais que je connais le business et que je peux créer ma propre entreprise pour avoir un travail significatif pour moi pour ma carrière. "

-Özlem, entrepreneur turc

Motivation

L'un des points les plus intéressants concernant les participants aux groupes de discussion est que presque tous les participants ont commencé leur vie ou leur carrière dans un domaine différent de l'entrepreneuriat social. Cependant, ils se rendent compte que ce qu'ils veulent faire dans la vie est très différent de ce qu'ils font actuellement.

"En fait, j'ai d'abord essayé de poursuivre ma carrière conventionnelle pendant trois ans après mon baccalauréat. Et je n'avais pas l'impression d'être capable de prendre mes propres décisions. Et je n'étais pas en mesure d'avoir l'impact que je voulais avoir. C'est pourquoi j'ai décidé de changer de carrière et de commencer à étudier l'action humanitaire. Et puis, quand j'ai découvert cet incroyable petit projet que mes collègues avaient créé l'année dernière, j'ai décidé que c'était le bon endroit parce que nous sommes vraiment super motivés. Nous avons tellement de bonnes idées. Et je pense que c'est, c'est une opportunité incroyable d'être capable de mettre le travail dans et puis de voir un résultat de vos actions d'une manière beaucoup plus directe que."

-Carla, entrepreneuse espagnole

Une autre participante est passée par le même processus de remise en question et a réalisé que le concept de bonheur était ce qui l'intéressait vraiment plutôt que d'étudier les relations internationales. Un jour, elle se réveille et se rend compte qu'elle veut **faire partie de la solution et non du problème**. Elle considère que travailler contre l'injustice est le meilleur moyen de créer des solutions. Elle commence donc sa carrière d'entrepreneuse sociale dans une ONG qui offre de l'aide aux femmes migrantes.

"Je ne suis pas un entrepreneur social, ou j'aime dire que je ne suis pas encore un intrapreneur social. Mais j'adorerais l'être un jour. "

D'un autre côté, une entrepreneuse irlandaise, qui dirige une organisation à but non lucratif qui produit des solutions pour les opportunités d'emploi à distance, déclare que sa raison de s'engager dans l'entrepreneuriat social résulte de la frustration plutôt que de la motivation.

"Ce n'était pas une motivation. C'est une frustration. Donc c'était la frustration que le problème ne soit pas résolu."

Elle a commencé sa carrière d'entrepreneuse sociale parce qu'elle ne supporte pas qu'il y ait un problème et qu'il n'y ait aucune tentative pour le résoudre.

Défis

Lors de la réunion, certains des défis et des obstacles auxquels les entreprises sociales et les entrepreneurs sociaux peuvent être confrontés. L'un d'eux est l'obtention de fonds. Tracy, d'Irlande, qui dirige une organisation à but non lucratif, explique que les entreprises à but lucratif sont davantage financées que les entreprises ou organisations à but non lucratif. Dans certaines situations, son organisation n'est pas financée en raison de sa structure à but non lucratif. Les organisations à but non lucratif peuvent sembler bénéficier de fonds multiples ; cependant, le montant des fonds est généralement faible, de l'ordre de 20 000 à 30 000 euros. Les entreprises gérant une zone d'activité similaire ont accès à des fonds d'une valeur de 80 millions, 150 millions et 200 millions.

"Les entreprises dans notre domaine d'étude lèvent 80 millions 150-250 millions, et nous parlons encore de 50 000."

-Tracy, entrepreneur Irish

Comme Tracy, Carla, du Portugal, étudie l'action humanitaire et déclare que le plus grand défi auquel elle est confrontée est le financement. Ils ont des difficultés à financer leurs projets. En tant que jeune ONG, l'obstacle le plus important auquel ils sont confrontés est le fait de ne pas avoir de projet approuvé auparavant comme preuve d'expérience. Comme ils ne parviennent pas à surmonter cet obstacle, ils décident de changer de stratégie et de ne postuler qu'aux projets pour lesquels ils ont des partenaires qui ont déjà des projets approuvés. Ainsi, il sera plus facile d'obtenir l'approbation des fonds.

D'autre part, Seray, de France, dirige une entreprise qui fabrique des produits respectueux de l'environnement ayant un impact positif. Elle explique qu'il existe une possibilité pour les startups d'être financées par le gouvernement par des fonds non dilués de 30 000 euros. C'est une très bonne opportunité de commencer avec cet argent car sans un gros investissement, il est vraiment difficile de fabriquer le produit. Après avoir commencé à fabriquer, il est plus facile de trouver des investisseurs. C'est pourquoi Seray et son entreprise suivent cette tendance. Ils ont une vision optimiste de la situation du financement. Ils sont dans un incubateur appelé Station F. Dans cet endroit, ils ont également un laboratoire de R&D.

Özlem, de Turquie, qui travaille dans une entreprise sociale en Allemagne, déclare que pour un entrepreneur social qui n'a pas beaucoup d'expérience, les questions financières sont vraiment difficiles. Les investisseurs veulent voir le budget et l'impact social. Ils veulent savoir ce pour quoi ils paient. C'est pourquoi Özlem s'est rendue en Allemagne pour apprendre à lever des fonds et trouver d'autres moyens de modifier sa stratégie. Dans l'écosystème turc, ces méthodes ne sont pas très courantes. La Turquie n'est pas familière avec l'entrepreneuriat social. Les entrepreneurs doivent s'expliquer aux investisseurs, aux gens et même à la loi. C'est un obstacle majeur pour les entreprises sociales et les entrepreneurs sociaux en Turquie.

En outre, les femmes entrepreneurs rencontrent statistiquement plus de difficultés et de problèmes dans les États de Tracy. Il est plus difficile d'obtenir des fonds pour les femmes. D'autre part, Elnaz, de Belgique, pense que cela dépend de l'endroit où l'on cherche un financement.

"s'il s'agit d'un financement gouvernemental régional, par exemple, je me souviens d'une jeune femme une fois et d'une autre ONG avec laquelle je collaborais qui disait, si nous voulons faire quelque chose qui a un impact quelconque sur les questions de genre, les questions politiques, peu importe, ils ne nous trouveront pas. Mais si on veut faire quelque chose avec la boulangerie, ils vont nous financer. "

En accord avec Tracy, elle exprime qu'après une tentative, deux tentatives, et autant de tentatives, elle a remarqué qu'il existe un modèle pour les femmes entrepreneurs.

Au cours de la réunion, les défis et obstacles possibles pour les entreprises et entrepreneurs sociaux sont discutés. Le financement et les fonds semblent être le plus grand obstacle auquel les ONG et les organisations à but non lucratif sont confrontées. De même, l'écosystème dans lequel l'entreprise sociale se développe est important. Il est important d'avoir une atmosphère où les concepts d'entreprise sociale et d'entrepreneuriat sont compris. Ce n'est qu'alors que d'autres obstacles pourront être surmontés. En outre, le sexe continue d'être un facteur important dans la gestion d'une entreprise sociale. Les femmes ont plus de difficultés à chaque étape d'une entreprise, notamment pour trouver des fonds, que les hommes entrepreneurs.

MOTS CLÉS : financement, ONG, entrepreneuriat social, valeur sociale, femme entrepreneur, faire partie de la solution, motivation, inégalité, migrant, sans but lucratif, entrepreneur social, discrimination sexuelle, expérience, projet.

Histoire, cadre juridique, mesure, écosystème et tendances futures : Analyse de l'entrepreneuriat social par pays

Les domaines d'activité des entreprises sociales comprennent l'emploi protégé et les ateliers sociaux, la fourniture de services sociaux et de soins de santé, l'assistance sociale et les services de soins d'intérêt général, l'éducation, notamment de l'enseignement préscolaire à l'enseignement secondaire. L'accent est mis sur l'aide sociale, mais les entreprises sociales travaillent également au développement local et communautaire et à des domaines d'activité plus récents, tels que la protection et la promotion de l'environnement, l'utilisation des ressources et le commerce équitable. Les groupes cibles comprennent les chômeurs, les NEET, les personnes handicapées, les enfants et les jeunes, les personnes âgées, les victimes de violences domestiques, les anciens détenus, les jeunes à risque, les personnes en situation de pauvreté et d'exclusion sociale, les familles, les communautés et les territoires.

1 Contextualisation

Dans cette section, nous examinerons certaines des définitions pertinentes pour comprendre le rôle de l'entrepreneuriat social au Portugal, telles que l'économie sociale et les entreprises sociales.

Pour commencer, il est important de faire la distinction entre l'entrepreneuriat social et les entreprises sociales. Selon la Commission européenne (2020), les entreprises sociales " exercent des activités commerciales (dimension entrepreneuriale/économique) dans le but de réaliser un bien commun social ou sociétal (dimension sociale) et ont une organisation ou un système de propriété qui reflète leur mission (dimension de gouvernance inclusive-propriété) ". En outre, dans la pratique, il existe des différences entre les pays, notamment en termes de législation nationale, de stratégies politiques, de niveau universitaire et pour les entrepreneurs sociaux eux-mêmes.

Selon la Social Business Initiative, un programme lancé par la Commission européenne en 2011, les entreprises sociales recouvrent les types d'entreprises suivants : Celles pour lesquelles l'objectif social ou sociétal de bien commun est la raison de l'activité commerciale, souvent sous la forme d'un haut niveau d'innovation sociale ; Celles dont les bénéfices sont principalement réinvestis pour atteindre cet objectif social ; Celles dont le mode d'organisation ou le système de propriété reflète la mission de l'entreprise, en utilisant des principes démocratiques ou participatifs ou en se concentrant sur la justice sociale.

Malgré leur diversité, les entreprises sociales opèrent principalement dans les 4 domaines suivants :

Intégration professionnelle - formation et intégration des personnes handicapées et des chômeurs ;

Services sociaux personnels - santé, bien-être et soins médicaux, formation professionnelle, éducation, services de santé, services de garde d'enfants, services aux personnes âgées ou aide aux personnes défavorisées ;

Développement local des zones défavorisées - entreprises sociales dans les zones rurales éloignées, programmes de développement/réhabilitation des quartiers dans les zones urbaines, aide au développement et coopération au développement avec les pays tiers ;

Autres - notamment le recyclage, la protection de l'environnement, les sports, les arts, la culture ou la préservation historique, la science, la recherche et l'innovation, la protection des consommateurs et le sport amateur.

Le terme d'entrepreneuriat social est associé à l'innovation ayant un objectif social. Carraher & Welsh (2015) définissent l'entrepreneuriat social comme le processus qui implique l'utilisation des ressources d'une manière innovante qui provoque un changement social, en répondant aux besoins sociaux. Le concept d'entrepreneuriat social comprend quatre perspectives : la valeur sociale, l'intégration du bien-être, l'internationalisation et la perspective institutionnelle (Ferreira et al., 2016).

2 Analyse par pays

PORTUGAL

Au Portugal, l'économie sociale est inscrite dans la Constitution. Les normes constitutionnelles garantissent la coexistence, sur un même plan, des trois secteurs qui structurent l'économie portugaise : L'économie publique ; l'économie privée ; l'économie coopérative et l'économie sociale, qui correspond fondamentalement à ce que l'on appelle aujourd'hui l'économie sociale.

De manière plus détaillée, l'économie sociale comprend spécifiquement :

- Les moyens de production détenus et gérés par les coopératives, dans le respect des principes coopératifs, sans préjudice des spécificités établies par la loi pour les coopératives avec participation publique, justifiées par leur nature particulière ;
- Les moyens de production communautaires, détenus et gérés par les communautés locales ;
- Les moyens de production soumis à une exploitation collective par les travailleurs ;
- Les moyens de production détenus et gérés par des sociétés sans but lucratif dont l'objectif principal est la solidarité sociale, à savoir des entités à caractère mutuel.

La création de la Lei de Bases para a Economia Social (LBES), en 2013, contribue également à la reconnaissance institutionnelle et juridique de ce secteur. Cette loi générale présente l'économie sociale comme l'espace formé par un ensemble d'activités économiques et sociales exercées librement par différentes entités. En résumé : l'économie sociale englobe un large éventail d'économie. Le concept d'entreprise sociale prend le sens d'une entreprise commerciale à but social ou d'un mélange d'organisations d'économie sociale et d'entreprises commerciales (Sílvia Ferreira, 2019).

Cadre juridique

Il n'existe pas de forme juridique unique pour les entreprises sociales au Portugal. Cependant, la LBES indique qu'elles prennent généralement l'une des formes suivantes ;

- Coopératives Associations mutuelles
- Fondations des Maisons saintes de la Miséricorde
- Associations avec des objectifs altruistes
- Entités couvertes par les sous-secteurs communautaire et autogéré IPSS (Institutions privées de sécurité sociale)

Mesurer les entreprises sociales

En 2016, la valeur ajoutée brute (VAB) de l'économie sociale représentait 3,0% de la VAB totale, augmentant de 14,6% par rapport à 2013. Cette croissance était supérieure à celle observée dans l'économie portugaise (8,3%) au cours de la même période. L'économie sociale a représenté 5,3% de la rémunération totale des employés et de l'emploi et 6,1% des employés de l'économie. Par rapport à 2013, la rémunération des employés et l'emploi dans l'économie sociale ont augmenté, respectivement, de 8,8% et 8,5%, étant plus dynamique que l'économie totale (7,3% et 5,8%, respectivement).

On a enregistré 71 885 entités sociales, ce qui représente une augmentation de 17,3% par rapport à 2013. Par groupes d'entités de l'économie sociale, les associations à but altruiste étaient plus importantes en termes de nombre d'entités (92,9%), de VAB (60,1%), de rémunération des employés (61,9%) et d'employés (64,6%).

Figure 4 : Principaux indicateurs par groupes d'entités (2016).

Social Economy groups	Kind of activity units		Gross Value Added (GVA)	Compensation of employees	GVA / FTE	Average compensation of employees
	No	FTE				
Cooperatives	2,343	24,402	604,241	572,240	24.8	23.5
Mutual Associations	97	4,842	387,971	212,094	80.1	43.8
Holy Houses of Mercy	387	39,445	596,630	555,267	15.1	14.1
Foundations	619	14,113	332,321	304,296	23.5	21.6
Associations with Altruistic Goals	1,678	305	1,174	3,795	3.9	12.4
Community and Self Management Subsectors	66,761	151,779	2,896,871	2,673,894	19.1	17.6
Social Economy	71,885	234,886	4,819,210	4,321,587	20.5	18.4
National economy	-	3,839,523	162,226,133	81,854,147	42.3	21.3
Social Economy/ National economy	-	6.1%	3.0%	5.3%	48.6%	86.3%

Écosystème

Certains des acteurs clés du système des entreprises sociales, notamment les organismes gouvernementaux, partenariaux et sectoriels, les organisations d'infrastructure, les institutions et initiatives de formation et de recherche, les incubateurs, les réseaux et les plateformes, et les intermédiaires sont présentés ci-dessous.

Institutions gouvernementales

- Ministère de la solidarité, de l'emploi et de la sécurité sociale
- Ministère de l'économie
- Secretaria de Estado de Segurança Social Secretaria de Estado do Emprego
- IAPMEI- Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação (Institut d'aide aux petites et moyennes entreprises et à l'innovation)

Instances de partenariat et de dialogue social et civique

- PAES
- SEA- Agencia de Empreendedores Sociais
- Social Lab- Fundação EDP
- Coopjovem (par CASES)

Incubateurs

- CASES
- CNES
- Conseil économique et social
- Commission permanente du secteur social et de la solidarité

Tendances futures

Dans les mesures présentées, il est possible d'identifier une augmentation de la préoccupation concernant les causes sociales et l'importance de l'économie sociale. Cependant, certains spécialistes font référence au fait que l'ouverture de ces entreprises à des fonds privés peut avoir des impacts négatifs, car elles peuvent reproduire leur orientation vers le profit, ce qui peut représenter une déviation des principaux buts et objectifs de l'économie sociale.

L'absence de définition juridique est le principal frein au développement de l'économie sociale et, par conséquent, de l'entrepreneuriat social. Malgré la présence du terme dans les cadres des fonds structurels et d'investissement de l'UE - à savoir Portugal 2020 - et dans le cadre des marchés publics, il est encore nécessaire de travailler sur un cadre juridique clair et une définition des entreprises sociales.

FRANCE

Développement historique

Le terme d'entreprise sociale en France est peu répandu bien que la France ait été pionnière dans le développement du concept d'économie sociale. L'histoire de l'économie sociale et solidaire (ESS) en France remonte à l'époque de l'Ancien Régime et du Moyen-Âge, lorsque le réseau des organisations caritatives et éducatives a été fondé par l'église catholique et les ordres monastiques. Les organisations artisanales se sont développées avec d'autres organisations fraternelles qui ont signé le début de la protection sociale mutuelle. Cependant, pendant la période de la Révolution française de 1789, ce développement a été sévèrement interrompu par l'interdiction des corps intermédiaires.

Dans la première moitié du XIXe siècle, une partie massive de la population salariée a été prolétarisée par la croissance du capitalisme industriel, de sorte que les premières rébellions ouvrières ont commencé. L'État a dû s'obliger à tolérer, puis à reconnaître ces mouvements. Les sociétés d'aide mutuelle et les syndicats ouvriers sont nés d'abord dans le secret, mais ils sont devenus ouverts plus tard, après la suppression de l'interdiction de conclure des alliances. Les premiers efforts collectifs pour l'approvisionnement des besoins essentiels ont été les coopératives de consommation. Elles ont pris la responsabilité de répondre aux besoins en produits de base comme la nourriture et les vêtements, car les moyens de subsistance étaient insuffisants.

Le concept d'économie solidaire est largement répandu depuis la fin des années 1960. Aujourd'hui, les deux termes "économie sociale" et "économie solidaire" sont communément attribués à l'économie sociale. Ils forment le terme "économie sociale et solidaire" (ESS).

Depuis le début des années 2000, le concept d'économie sociale a considérablement évolué. Largement influencée par les anglo-saxons et en particulier par le concept américain d'entrepreneuriat social qui met fortement l'accent sur la notion de leadership, l'entreprise sociale est aujourd'hui motivée en France (Defourny et Nyssens, 2011).

Cadre juridique

La loi-cadre sur l'économie sociale et solidaire adoptée en 2014 constitue la principale et plus récente évolution juridique en France. Le cadre juridique relatif à l'ESS est assez complexe et diversifié. Il peut être classé comme suit :

- associations
- coopératives
 - Société coopérative d'intérêt Collectif (SCIC)
 - Coopératives d'activité et d'emploi (CAE)
 - Coopératives de personnes
- Partenariats
- fondations

Mesurer les entreprises sociales

Selon les données de 2015, le nombre d'associations ayant au minimum un salarié et disposant de plus de 25% des ressources du marché est de 83 000, ce qui inclut 2 610 ESI ayant une forme associative. Dans le cas des coopératives, les SCIC, les CAE, les coopératives de personnes et les ESI ayant une forme SCOP sont étudiées. Des données de deux années différentes sont utilisées dans ce contexte. Selon les données de 2017, il y a 50 ESI ayant une forme juridique SCOP en France. D'autre part, il y avait 500 SCIC, une centaine de CAE et 2000 coopératives de personnes en 2015. En outre, 65 000 travailleurs salariés travaillent dans des coopératives au total. Le nombre d'entreprises sous forme de mutuelles est évalué à 8 000 avec 121 249 travailleurs rémunérés sur la base des données de 2015. Dans le cas des fondations, il y a 1 600 entreprises avec 83 000 travailleurs rémunérés, toujours sur la base des données de 2015.

Figure 5 : Estimation du nombre d'entreprises sociales en France

Legal type	Reference year	Number of enterprises	Number of paid workers (Full time equivalent)
Associations with minimum one employee and >25% market resources (including WISEs with an associative form)	2015	83,000 (including approximately 2,610 WISEs that have an associative form)	NA
Cooperatives (SCIC, CAE, persons cooperatives and WISEs with a SCOP form)	2017 for WISEs 2015 for other types	500 SCICs 50 WISEs with a SCOP legal form Around 100 CAEs Around 2,000 persons cooperatives	65, 000 (with 54,000 S for SCIC et SCOP)
Mutuals	2015	8,000	121,249
Operating foundations	2015	1,600	83,000
Commercial enterprises of social utility within the SSE (ESUS)	2017	193	NA
WISEs with a commercial form	2017	1,200 (approximately)	NA
TOTAL	-	96,603	1,731,400

Écosystème

L'économie sociale et solidaire en France étant un concept bien établi et sophistiqué, l'écosystème qui l'entoure et l'influence est composé de divers acteurs. Certains de ces acteurs clés sont représentés ci-dessous.

Institutions gouvernementales

- Ministère de la Transition écologique et solidaire
- Dispositif local d'accompagnement (DLA) créé par l'État (DGEFP- formation) et la Caisse des Dépôts
- DGCS (cohésion sociale)
- CGET (territoires)

Organisations promouvant, certifiant et attribuant des labels de social business

- La DIRECCTE délivre l'accréditation
- ESUS La CRESS réalise, met à jour et publie la liste de
- les entreprises de l'économie sociale telles que définies par l'article 1er de la loi de 2014

Institutions, initiatives non gouvernementales, groupes de réflexion ou autres entreprises sociales

- Labo de l'économie sociale et solidaire (ESS)
- AVISE
- Fonda
- Mouvement Associatif
- Réseau des territoires pour l'économie solidaire (RTES)

Tendances futures

Bien que les dispositifs publics et les programmes de soutien soient favorables à l'ESS, il existe d'importantes disparités régionales et territoriales entre le développement, la mise en œuvre ou l'accès aux dispositifs de soutien public au niveau local. Il est crucial de garantir un accès égal aux programmes de soutien à toutes les organisations éligibles en tirant les leçons des bonnes pratiques de certaines régions. En outre, la grande majorité des entreprises sociales en France sont de petite taille et ne sont pas orientées vers la croissance, même si elles en ont besoin.

Par conséquent, la mise en place de stratégies de développement appropriées tout en protégeant leur mission sociale constitue un autre défi futur. En conclusion, l'économie sociale et solidaire en France peut être améliorée en garantissant l'égalité d'accès aux dispositifs publics et aux programmes de soutien à toutes les organisations éligibles et en développant de solides stratégies de changement d'échelle.

BELGIQUE

Développement historique

La tradition associative est la première tradition historique qui a influencé les activités et les conceptualisations de l'entrepreneuriat social. Historiquement, le secteur associatif belge a été très dynamique, et il a évolué pour devenir un pilier fondamental de la société belge.

La forme associative a été formellement reconnue au début du vingtième siècle, après avoir été suscitée par la reconnaissance de la liberté d'association au dix-neuvième siècle. Le code civil contrôle la forme associative (en néerlandais, vereniging zonder winstoogmerk - VZW ; en français, association sans but lucratif - ASBL), en notant qu'il s'agit d'un regroupement privé de personnes qui ne cherche pas à obtenir un gain politique pour ses membres.

En 2019, ce droit a été modifié de manière significative. 1 Le droit des sociétés comprend actuellement le droit des associations. Ces associations, comme les entreprises, peuvent développer des activités économiques de type industriel ou commercial à titre principal, contrairement à ce qui était autorisé auparavant.

Cadre juridique

En Belgique, il n'existe pas de formes juridiques distinctes pour les entreprises sociales. Le statut juridique d'une "entreprise à finalité sociale" a été créé en 1995. Toute entreprise commerciale (coopérative ou société appartenant à des investisseurs) poursuivant un objectif social plutôt que "l'enrichissement de [ses] membres" et suivant un ensemble de normes prédéfinies peut obtenir ce statut. Toutefois, la désignation juridique de "société à finalité sociale" n'est généralement pas employée. Il n'existe actuellement aucun document de politique nationale qui soutienne la croissance des entreprises sociales. La responsabilité de l'"économie sociale" a été totalement déplacée de l'État fédéral vers les régions au début de cette année dans le cadre de l'exécution de la sixième réforme de l'État.

Il existe cependant des cas limites d'organisations et de domaines proches du secteur public, comme les hôpitaux et les écoles associatives, dont les pratiques sont fortement surveillées par l'État. Néanmoins, même si l'on exclut ces écoles et hôpitaux associatifs, le secteur non lucratif reste important. Outre l'éducation, la santé (hôpitaux et autres institutions), les services à la personne, la culture et le sport sont d'autres domaines d'activité importants pour les associations.

Même avec le soutien du gouvernement, il est devenu plus courant pour les associations de devenir plus entrepreneuriales.

Stratégies de soutien public ciblant les entreprises sociales

Il existe en Belgique de nombreux dispositifs de soutien public à la croissance de l'économie sociale et des entreprises sociales. Les détails ci-dessous détaillent les nombreux programmes gouvernementaux fédéraux et régionaux qui aident les entrepreneurs sociaux. Les services suivants sont fournis par des organisations faitières qui facilitent l'intégration d'un entrepreneur social sur le marché.

1. Conseils avant le démarrage
2. Sensibilisation (prix)
3. Éducation à l'entrepreneuriat social (par exemple, école pour entrepreneurs sociaux)
4. Soutien aux entreprises (par exemple, planification d'entreprise, compétences de gestion, marketing, etc.)
5. Instruments financiers spécialisés
6. Infrastructure physique (par exemple, espace de travail partagé)
7. Collaborations et accès aux marchés
8. Mise en réseau, partage des connaissances, initiatives d'apprentissage mutuel

Écosystème

Dans le secteur de l'entrepreneuriat social en Belgique, les autorités publiques jouent un rôle important. Bien qu'il existe quelques compétences fédérales, la majorité des tâches liées à l'entreprise sociale sont assumées par les gouvernements régionaux. Le gouvernement fédéral, les États et les régions/communautés ont signé des accords en 2000 et 2005 pour assurer la cohérence des politiques publiques : le premier était basé sur l'économie sociale, et le second sur "l'économie plurielle", qui inclut l'entreprise sociale et la responsabilité sociale des entreprises.

Les marchés publics constituent une autre forme d'aide gouvernementale à la disposition des entreprises sociales. Un jugement gouvernemental de 2014 définit les différents systèmes et moyens via lesquels cela peut être accompli en pratique. Des types spécifiques d'entreprises sociales ont créé des réseaux et des fédérations pour accroître leur soutien et leur reconnaissance, fournir des services et stimuler l'interaction mutuelle.

L'enseignement de l'entrepreneuriat social est encouragé en Belgique. Les cours et les activités des écoles d'enseignement supérieur qui organisent des programmes de licence professionnelle, principalement dans le domaine du travail social, contribuent à promouvoir l'entreprise sociale.

Une liste non exhaustive de structures proposant des formations sous différents formats comprend Sociale InnovatieFabriek, Oksigen Lab, Escala, SAW-B, Unipso, Agès, Ashoka, etc. En outre, le concept d'entrepreneuriat social innovant est également enseigné dans les écoles.

Plusieurs initiatives de soutien existent dans la région de la Flandre :

- L'Agence de subventionnement du travail et de l'économie sociale (VSAWSE)
- Trividend (Vlaams Participatiefonds voor de Sociale Economie)
- Le Fonds d'investissement social (Sociaal Investeringsfonds SIFO)

Plusieurs initiatives de soutien différentes sont proposées dans la région de Wallonie et de Bruxelles :

- SOWECSOM (Société Wallonne d'Economie Sociale Marchand)
- BRUSOC (Région de Bruxelles-Capitale)
- Le prix de l'économie sociale est organisé en collaboration avec le CERA.
- Credal

IRLANDE

l'entrepreneuriat social a suivi une trajectoire de croissance lente mais régulière en Irlande au cours de ce siècle. Bien que partant d'une base faible, son rôle a été de plus en plus reconnu dans les politiques d'entreprise du gouvernement irlandais, notamment le plan d'action pour l'emploi (2012) et le programme de gouvernement 2011-16, ainsi que diverses études politiques réalisées par Forfás (l'ancien conseil consultatif politique national pour l'entreprise, le commerce, la science, la technologie et l'innovation) et autres. Plus récemment, le gouvernement a publié la National Social Enterprise Policy for Ireland 2019- 2022 (Department of Rural and Community Development, 2019), lançant un portefeuille de nouvelles mesures politiques et de financement.

Cependant, l'Irlande a une tradition beaucoup plus longue d'intervention non gouvernementale dans les questions sociales et environnementales, menée par exemple par des organisations caritatives laïques, des organisations religieuses et des groupes communautaires. Certaines organisations considèrent les entreprises sociales comme faisant partie d'un continuum homogène d'organisations à but non lucratif ; d'autres (par exemple Caffrey, 2020) perçoivent un certain degré de confusion dans les perceptions populaires et appellent à un vocabulaire distinctif, arguant que le *modus operandi* commercial des entreprises sociales les distingue du reste du secteur à but non lucratif.

Les entreprises sociales en Irlande se caractérisent généralement par les termes suivants (Caffrey, 2020 ; Forfás, 2013) :

- Créée pour obtenir des impacts sociaux, sociétaux ou environnementaux plutôt que de maximiser le profit pour les propriétaires ou les actionnaires.
- Commerce par la fourniture de biens et/ou de services, réinvestissant les excédents dans la réalisation de leurs objectifs sociaux.
- Indépendant du gouvernement.
- Gouverné d'une manière totalement responsable et transparente.

Cadre juridique

Il n'existe pas de définition de l'entreprise sociale dans le droit irlandais des sociétés. De nombreuses entreprises sociales irlandaises sont des sociétés à responsabilité limitée par garantie, dans lesquelles les administrateurs détiennent une valeur minimale des actions (généralement 1 €) et n'ont pas le droit de partager les dividendes.

Certaines coopératives de travailleurs et de consommateurs, qui ne distribuent pas de bénéfices aux actionnaires et sont créées pour avoir un impact social clair, peuvent également être qualifiées d'entreprises sociales. Bien que relativement peu nombreuses, les coopératives ont une forme juridique distincte en vertu de la loi sur les sociétés industrielles et de prévoyance de 1893, qui établit des principes spécifiques fondés sur le contrôle démocratique par les membres. Les "membres" sont définis comme des employés dans le cas des coopératives de travailleurs, et l'adhésion est ouverte à tous les utilisateurs de services dans le cas des coopératives de consommateurs.

Dans le secteur à but non lucratif au sens large, les organisations caritatives enregistrées ont une forme juridique distincte qui les protège de l'impôt sur les sociétés mais qui limite généralement leur capacité à faire du commerce. Certaines organisations caritatives ont choisi de créer des entreprises sociales afin de développer une activité commerciale, en créant des sociétés limitées par des actions ou des sociétés limitées par des garanties, et en conservant les actions.

Mesurer les entreprises sociales

En raison de la diversité du secteur, il est difficile de comprendre la taille et la portée réelles des entreprises sociales. Des études antérieures (CPA, 2018 ; Benefacts Analysis, 2019) suggèrent qu'il existe environ 29 300 organisations dans l'ensemble du secteur à but non lucratif en Irlande, contribuant à 13,8 milliards d'euros d'activité économique et représentant au moins 25 000 emplois. Cependant, il n'existe aucun moyen fiable de désagréger les données spécifiques sur les entreprises sociales à partir du secteur à but non lucratif dans son ensemble. Un recensement prévu pour la mi- 2022 vise à fournir des données plus solides sur le secteur.

Politique publique

L'Irlande dispose d'un cadre bien établi pour la création et le soutien des entreprises, notamment des programmes de développement économique des autorités locales, des Local Enterprise Offices (LEO) et des Local Development Companies. Au niveau national, Enterprise Ireland fournit une gamme de services supplémentaires, en particulier pour les jeunes entreprises à fort potentiel de croissance.

S'appuyant sur les étapes précédentes vers un cadre politique plus complet, la National Social Enterprise Policy for Ireland 2019-2022 représente un seuil important dans le soutien du gouvernement à l'entrepreneuriat social, bien que sa mise en œuvre complète reste incomplète. La politique reconnaît que les entreprises sociales se distinguent du secteur à but non lucratif au sens large en ce qu'elles partagent de nombreuses similitudes avec les entreprises commerciales à but lucratif, et identifie la nécessité de sensibiliser à leur nature et à leur objectif spécifiques. Dans le même temps, la politique reconnaît que le soutien commercial destiné aux entreprises sociales n'est pas à la hauteur de celui dont bénéficient les entreprises traditionnelles.

Écosystème

La croissance du secteur s'est accompagnée d'une augmentation de la "densité organisationnelle" dans le cadre du soutien aux entreprises sociales. La plupart des organisations ont été créées au cours des vingt dernières années et plusieurs d'entre elles au cours des sept dernières. Cela a contribué à créer un écosystème riche et diversifié au sein duquel l'entrepreneuriat social s'inscrit, en s'appuyant sur les structures étatiques de soutien aux entreprises établies de longue date.

Toutefois, il est probable que cet écosystème nouvellement enrichi se trouve dans un état transitoire. La passion pour l'entrepreneuriat social est abondante, mais la coordination et la collaboration entre les différents organismes semblent encore embryonnaires. La plupart d'entre elles obtiennent des résultats remarquables, mais admettent le faire avec des ressources très limitées. Le cadre politique du gouvernement (tout aussi embryonnaire) doit encore relever les défis de la cohésion et du renforcement des capacités au sein de l'écosystème. Néanmoins, bien que critiqué pour sa relative inefficacité dans certains milieux, l'engagement actif de l'État dans l'entrepreneuriat social est largement salué par les parties prenantes et ne peut être qu'un signe positif pour l'avenir.

TURQUIE

Développement historique

L'histoire des fondations en Turquie remonte à l'époque ottomane. Du 14^e siècle au 20^e siècle, il y avait des fondations qui fournissaient des services dans les domaines de la religion, de l'éducation, de la santé, de l'urbanisation, du développement public et des services militaires (Ertem, 2011). Ces fondations ont été créées et ont fonctionné en suivant principalement les principes de la loi islamique.

D'autre part, il existait en Anatolie une tradition coopérative remontant au 12^e siècle, qui est apparue avec les unions Ahi. Ces unions sont composées d'artisans et suivent la philosophie Ahi qui était une combinaison de valeurs islamiques et de traditions préislamiques. En cas d'aide aux membres en difficulté, des fonds étaient collectés auprès des membres et ainsi les opérations des unions étaient financées.

Par conséquent, on peut facilement constater que la création d'un bénéfice social et d'une valeur sociale par le biais de la contribution personnelle et de la coopération n'est pas un concept nouveau pour la Turquie, même si le mot entreprise sociale est apparu dans la littérature au 21^{ème} siècle. Aujourd'hui, les entreprises sociales créent des avantages et de la valeur sociale en fournissant des services et en proposant des solutions aux problèmes de la société, comme le faisaient autrefois les coopératives et les unions Ahi. Le concept d'entreprise sociale s'est répandu et a été encouragé en Turquie au cours du 21^{ème} siècle en raison du nombre croissant de centres et de programmes de récompense développés par les universités, les municipalités, les fondations et les associations.

Cadre juridique

Türkiye'deki sosyal girişimler için özel olarak hazırlanmış bir yasal form olmadığı için Türkiye'deki sosyal girişimler önceden var olan yasal formları kullanmaktadır. Bunlar aşağıdaki gibi sınıflandırılır:

- Coopératives
- Fondations
 - Fondations Mazbut
 - Fondations Mülhak
 - Fondations communautaires
 - Fondations du commerce
- Nouvelles fondations Associations
- Entreprises

Mesurer les entreprises sociales

Selon les données de 2016, il y a 53 259 coopératives avec environ 7,5 millions de partenaires en Turquie (Ministère des Douanes et du Commerce 2017). Cependant, les coopératives qui sont conformes à la définition de l'UE sont celles qui relèvent de la catégorie des coopératives de femmes. Il existe 114 coopératives de femmes en Turquie et 61 d'entre elles opèrent sous l'égide de la Simurg Women's Cooperatives Union, considérée comme une entreprise sociale.

Dans le cas des fondations, les fondations communautaires ont cinq entreprises commerciales en activité, et les nouvelles fondations ont 1 425 entreprises commerciales en activité. Ces entreprises commerciales peuvent être qualifiées d'entreprises sociales puisqu'elles remplissent les critères requis par la définition de l'UE.

En ce qui concerne les associations, la Turquie en compte 113 732, dont 384 sont classées dans la catégorie des associations d'utilité publique. Ces 384 associations d'utilité publique possèdent et gèrent 285 entreprises commerciales, qui peuvent être considérées comme des entreprises sociales en répondant aux critères de l'UE, au total.

Figure 6 : Estimation du nombre d'entreprises sociales en Turquie

Typology	Estimated number
Women's cooperatives (members of the Simurg Women's Cooperative Union)	61
Education cooperatives	Estimation not possible
Commercial enterprises owned and operated by community foundations	5
Commercial enterprises owned and operated by new foundations	1,425
Commercial enterprises owned and operated by public benefit associations	285
Companies	Estimation not possible

Écosystème

Il existe une perception positive du concept d'entreprise sociale en Turquie. Les centres de recherche universitaires et les organisations de la société civile contribuent à l'amélioration de l'écosystème des entreprises sociales en publiant des études, des rapports et des documents d'orientation, en organisant des conférences et en coopérant avec des institutions privées et publiques. Certains d'entre eux peuvent être énumérés comme suit :

- Réseau d'entrepreneuriat social Tukey
- Istasyon TEDU (Centre universitaire TED pour l'innovation sociale) Koç University Social Impact Forum (KUSIF)
- Prix de l'entrepreneur social féminin de l'année (initié par KAGIDER, l'association des femmes entrepreneurs de Turquie, en coopération avec Garanti Bank et Ekonomist)
- Prix de l'entrepreneuriat social du TUBITAK (Conseil de la recherche scientifique et technologique de Turquie)

Tendances futures

Le manque d'attente des parties prenantes quant à l'adoption d'une définition juridique complète et exclusive de la forme juridique de l'entreprise sociale fait que l'ambiguïté concernant l'incorporation, le fonctionnement et la durabilité des entreprises sociales reste valable. Cependant, le lancement de coopératives sociales peut constituer un premier pas prometteur vers cet objectif. Contrairement aux modèles traditionnels, les entreprises sociales nouvellement établies utilisent plus souvent la technologie comme un facteur clé qui facilite la diffusion de leurs modèles. De même, les jeunes ont tendance à être plus engagés dans l'idée de l'entreprise sociale. Cependant, ils trouvent généralement leurs entreprises sous la forme de sociétés en raison de leur familiarité avec l'écosystème entrepreneurial existant. Par conséquent, pour cultiver et développer ces nouvelles idées en entreprises sociales en pleine croissance, des ressources clés doivent être activées, notamment le financement, les connaissances, les capacités et l'expérience.

CHAPITRE 5

Discussion des résultats

Ces dernières années, le concept d'entrepreneuriat social a attiré l'attention. Les gouvernements, les entreprises et les universités ont commencé à soutenir le climat de l'entrepreneuriat social en créant de nouvelles organisations et en encourageant de nouvelles initiatives. Bien que le concept d'entrepreneuriat social ne soit pas précisément défini, l'objectif ultime de l'entrepreneuriat social et des entreprises sociales est de bénéficier à la société en créant une valeur sociale plutôt qu'en réalisant des profits. En outre, l'entrepreneuriat social crée des opportunités d'emploi et de capital en plus de la création de valeur sociale. Par conséquent, les entrepreneurs sociaux peuvent être définis comme des moyens de gérer les ressources et les personnes et d'identifier les opportunités pour améliorer la société.

Dans l'enquête menée pour déterminer est d'avoir des informations générales sur les jeunes entrepreneurs, leurs connaissances, leurs compétences, leur expérience, leurs caractéristiques individuelles, et les obstacles liés à l'entrepreneuriat, et d'examiner les méthodes pour promouvoir l'activité entrepreneuriale, il est identifié que la majorité des participants sont sans connaissances, sans compétences, et inexpérimentés en termes d'accès au financement, de gestion d'une entreprise pilote, et de connaissance du marché du travail. En outre, la plupart des participants n'ont pas certaines caractéristiques clés qu'un entrepreneur devrait avoir, telles que la tolérance à l'incertitude et à l'ambiguïté, la propension à prendre des risques et une attitude positive envers le travail indépendant.

Les jeunes entrepreneurs devraient donc être formés pour acquérir ces caractéristiques. S'attaquer aux principaux obstacles auxquels sont confrontés les entrepreneurs est crucial pour le succès de l'entrepreneuriat social et des entreprises sociales. Les obstacles auxquels les entrepreneurs sont fréquemment confrontés sont les suivants : difficultés à transformer les idées en affaires, manque de connaissances sur les sources de financement et la manière d'y accéder, manque d'idées de marketing et barrières bureaucratiques. Surmonter ces obstacles peut avoir un impact considérable sur le succès de l'entrepreneuriat social et des entreprises sociales.

Le résultat de l'enquête implique que tous les types de méthodes de formation, d'activités et d'autres mesures de soutien sont considérés comme importants par les participants pour promouvoir l'activité entrepreneuriale. La mise en place de la formation requise peut améliorer le niveau de connaissances, de compétences et d'expérience des entrepreneurs, leur faire découvrir les caractéristiques essentielles d'un entrepreneur et éliminer les obstacles à la réussite.

Lors de la réunion du groupe de discussion, certains des obstacles rencontrés par les entreprises sociales et les entrepreneurs sociaux sont discutés.

Les obstacles les plus importants sont le financement, l'écosystème et les différences entre les sexes. La réticence des investisseurs, le manque de soutien de la part du gouvernement et les faibles montants des fonds ont un impact négatif sur les ONG et les organisations à but non lucratif et menacent la gestion des projets d'entreprises sociales. En outre, l'écosystème dans lequel les entreprises sociales naissent, évoluent et se développent est important pour que les entreprises sociales et les entrepreneurs réussissent et créent de la valeur sociale. Par conséquent, il est crucial d'avoir une atmosphère dans laquelle l'entrepreneuriat social et les entreprises sociales sont compris, soutenus et encouragés.

Enfin, les différences entre les sexes constituent des problèmes à différents stades d'une entreprise sociale. Par exemple, les femmes entrepreneurs ont plus de difficultés à trouver des fonds que les hommes entrepreneurs.

En conclusion, pour que les entrepreneurs sociaux et les entreprises sociales réussissent et créent de la valeur sociale, il faut des compétences, des caractéristiques, des connaissances et des obstacles tels que le financement, l'écosystème et les différences entre les sexes.

L'attribution de méthodes et d'activités de formation adéquates et appropriées peut permettre d'accomplir la mission de création de valeur sociale en apportant les qualifications requises aux entrepreneurs.

RÉFÉRENCES

- Alvord, S. & Brown, L. & Letts, C. (2002). Social Entrepreneurship and Social Transformation: An Exploratory Study. SSRN Electronic Journal. 10.2139/ssrn.354082.
- Barraket J, Collyer, N., O'Connor, M., Anderson, H. (2010). Finding Australia's social enterprise sector: final report. Social Traders.
<https://apo.org.au/sites/default/files/resource-files/2010-06/apo-nid22585.pdf>
- Benefacts (2019) Non-profit Sector Analysis 2019. Dublin: Benefacts.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge.
- Borzaga, C., Galera, G., Franchini, B., Chiomento, S., Nogales, R., & Carini, C. (2020). Social enterprises and their ecosystems in Europe. Comparative synthesis report. Publications Office of the European Union. <https://doi.org/10.2767/567551>
- Caffrey, J. (2020) A Profile of Social Enterprise and their Stakeholder Networks and Engagement. Irish Social Business Campus
- Carraher, S. M., Welsh, D. H. B., & Svilokos, A. (2016). Validation of a measure of social entrepreneurship. *European J. of International Management*, 10(4), 386.
[doi:10.1504/ejim.2016.077421](https://doi.org/10.1504/ejim.2016.077421)
- Certo, S. T., & Miller, T. (2008). Social entrepreneurship: Key issues and concepts. *Business Horizons*, 51(4), 267–271. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2008.02.009>
- CPA (2018) Social Enterprise: The Irish and International Landscapes. Dublin: Institute of Certified Public Accountants.
- Dees, J. G. (2001). The meaning of social entrepreneurship the Kauffman foundation. Kauffman Foundation & Stanford University.
- Defourny, J., & Nyssens, M. (2010). Conceptions of social enterprise and social entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and divergences. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1(1), 32–53.
<https://doi.org/10.1080/19420670903442053>
- Defourny, J. and Nyssens, M. (2011). "Social enterprise", in K. Hart, J.L. Laville and A. David Cattani (eds.), *The Human Economy, A citizen's Guide*, Polity, Cambridge, 284–292

Ertem, A (2011) "Osmanlıdan günümüze vakıflar", Vakıflar Dergisi, 36, pp. 25-66

European Commission (2019) Social enterprises and their ecosystems in Europe. Country fiche: Turkey. Authors: Duygu Uygur and Barbara Franchini. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Available at <https://europa.eu/!Qq64ny>

European Commission (2020) Social enterprises and their ecosystems in Europe. Updated country report: France. Authors: Francesca Petrella and Nadine Richez-Battesti. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Available at <https://europa.eu/!Qq64ny>

Ferreira, J. J., Fernandes, C. I., Peres-Ortiz, M., & Alves, H. (2016). Conceptualizing social entrepreneurship: perspectives from the literature. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 14(1), 73-93. <https://doi.org/10.1007/s12208-016-0165-8>

Ferreira, S. (2018). Social Enterprises and Their Ecosystems in Europe | Country Report Portugal. Social Europe.

Gandhi, T., & Raina, R. (2018). Social entrepreneurship: the need, relevance, facets and constraints. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 8(1), 0-13. <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0094-6>

Ghalwash, S., Tolba, A., & Ismail, A. (2017). What motivates social entrepreneurs to start social ventures?: An exploratory study in the context of a developing economy. *SocialEnterprise Journal*, 13(3), 268-298.

Greblikaitė, J., Sroka, W., Grants, J. (2015). Development of social entrepreneurship in European Union: policy and situation of Lithuania and Poland. *Transformations in business & economics*, 14, 2B (35B), 376-396.

Kaufman, Z. D. (2012). Emerging Voices: Zachary D. Kaufman on Social Entrepreneurship. Council on Foreign Relations. <https://ssrn.com/abstract=2183238>

Kaufman, Z. D. (2013). Youth and Social Entrepreneurship. *Diplomatic Courier's*. *Diplomatic Courier*, 7 (1), 68-69.

Kraus, S., Filser, M., O'Dwyer, M., & Shaw, E. (2013). Social Entrepreneurship: An exploratory citation analysis. *Review of Managerial Science*, 8(2), 275-292. <https://doi.org/10.1007/s11846-013-0104-6>

- Luke, B., & Chu, V. (2013). Social enterprise versus social entrepreneurship: An examination of the “why” and “how” in pursuing social change. *International Small Business Journal*, 31(7), 764–784. <https://doi.org/10.1177/0266242612462598>
- Mair, J., & Martí, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36–44. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.09.002>
- Nicholls, A. (2010). The Legitimacy of Social Entrepreneurship: Reflexive Isomorphism in a Pre-Paradigmatic Field. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(4), 611–633. doi:10.1111/j.1540-6520.2010.00397.x
- Peredo, A. M., & McLean, M. (2006). Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal of World Business*, 41(1), 56–65. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.10.007>
- Rey-Martí, A., Ribeiro-Soriano, D., & Palacios-Marqués, D. (2016). A bibliometric analysis of social entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 69(5), 1651–1655. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.10.033>
- Saraiva, P. M. (2011). *Empreendedorismo - Do conceito à aplicação, da ideia ao negócio, da tecnologia ao valor* (2ª ed.). Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Saraiva, P. M. (2015). *Empreendedorismo - Do conceito à aplicação, da ideia ao negócio, da tecnologia ao valor* (3ª ed.). Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Sastre-Castillo, M. A., Peris-Ortiz, M., & Danvila-Del Valle, I. (2015). What is different about the profile of the social entrepreneur? *Nonprofit Management and Leadership*, 25(4), 349–369. <http://doi.org/10.1002/nml.21138>
- Segal, G., Borgia, D., & Schoenfeld, J. (2005). The motivation to become an entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 11(1), 42–57. <https://doi.org/10.1108/13552550510580834>
- Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13(2), 257–279. [https://doi.org/10.1016/S1053-4822\(03\)00017-2](https://doi.org/10.1016/S1053-4822(03)00017-2)

Smith, R., Bell, R., & Watts, H. (2014). Personality trait differences between traditional and social entrepreneurs. *Social Enterprise Journal*, 10(3), 200–221.
<https://doi.org/10.1108/sej-08-2013-0033>

Thompson, J. L. (2002). The world of the social entrepreneur. *International Journal of Public Sector Management*, 15(4–5), 412–431.
<https://doi.org/10.1108/09513550210435746>

Wallace, S.L. (1999). Social entrepreneurship: the role of social purpose enterprises in facilitating community economic development. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 4, 153–174.

Yunus, M., & Weber, K. (2007). Creating a world without poverty: Social business and the future of capitalism. *Public Affairs*.