

L'émergence de l'entrepreneuriat social féminin et l'innovation : Une analyse théorique

The emergence of female social entrepreneurship and innovation: A theoretical analysis

Dounia MOUTAHIR

Doctorante en sciences de gestion, ENSA BERRECHID, Université HASSAN 1^{er},

Laboratoire : analyse et modélisation des systèmes et aide à la décision

douniamoutahir@gmail.com

HANANE ELLIOUA

Enseignante-Chercheuse, ESCA Ecole de Management, Casablanca, Maroc

Hanane.ellioua@gmail.com

Date de soumission : 04/03/2023

Date d'acceptation : 17/05/2023

MOUTAHIR D. ; ELLIOUA H. (2023) « L'émergence de l'entrepreneuriat social féminin et l'innovation : Une analyse théorique », Revue Internationale des Sciences de Gestion « Volume 6 : Numéro 2 » pp : 280 - 293

Résumé :

L'entrepreneuriat social féminin et l'innovation sont deux concepts qui connaissent un grand essor et éveillent progressivement l'intérêt des chercheurs. Quel que soit leur secteur, leur taille ou leur situation géographique, les entreprises sociales sont appelées à apporter des solutions innovantes à des problèmes sociaux complexes. Au Maroc, pendant deux décennies, les femmes entrepreneurs marocaines ont commencé à développer une forme de management basée sur la gestion participative. Celles-ci apportent une contribution au changement de la conception habituelle de la société orientée sur le profit, pour aller vers une nouvelle conception qui prend en compte les exigences sociales de la firme, de son entourage et de son personnel. Le but de notre article est de délimiter théoriquement les construits de l'entrepreneuriat social féminin et de l'innovation par le biais d'une analyse de la documentation, nous tenterons par la suite examiner la relation entre ces deux concepts phares en tentant de fournir une réponse théorique à la question principale de ce travail « Quelle est la nature de la liaison entre l'entrepreneuriat social féminin avec l'innovation au Maroc ? ».

Mots clés : « Entrepreneuriat social féminin » ; « Innovation » ; « analyse théorique » ; « antécédents » ; « Contexte marocain ».

Abstract:

Female social entrepreneurship and innovation are two concepts that are experiencing great growth and are gradually arousing the interest of researchers. Regardless of their sector, size or location, social enterprises are called upon to provide innovative solutions to complex social problems. In Morocco, for two decades, Moroccan women entrepreneurs began to develop a form of management based on participatory management. These bring a contribution to the change of the usual conception of the profit-oriented society, to move towards a new conception which takes into account the social requirements of the firm, its entourage and its personnel. The purpose of our article is to theoretically delineate the constructs of female social entrepreneurship and innovation through an analysis of the literature, we will then attempt to examine the relationship between these two key concepts by attempting to provide a theoretical answer to the main question of this work «What is the nature of the link between female social entrepreneurship and innovation in Morocco? ».

Keywords: « Female social entrepreneurship »; « Innovation «theoretical analysis »; « antecedents »; « Moroccan context ».

Introduction

Ces récentes décennies, la femme occupe une place de plus en plus importante sur le marché du travail, en raison de l'incapacité croissante de l'homme à assurer à lui seul la subsistance de sa famille, et en raison du chômage de longue durée et la stagnation des revenus. Une telle situation a entraîné une modification de la configuration de la famille et de la place de la femme au sein de la société.

Cependant, les comportements sociétaux retiennent certaines femmes de se lancer dans l'entrepreneuriat, tout comme les barrières liées au système empêchent de nombreuses femmes entrepreneurs de travailler dans de petites firmes de la sphère informelle. Une telle situation restreinte non seulement leur faculté de générer un salaire pour ses propres besoins et ceux de sa petite famille, mais aussi leur véritable potentiel à participer à la vie socio-économique de leur pays, ainsi qu'à la stimulation de la dynamique de l'emploi et la préservation de l'environnement.

Les femmes chefs d'entreprise marocaines ont adopté, pendant les deux dernières années, un changement en matière de gestion, axé sur la gestion participative. Ces femmes participent à l'évolution de la perspective classique de la firme orientée vers le profit, à une autre vision qui tient compte les exigences sociales de la firme, son entourage et de la société dans laquelle elle évolue. Ainsi, les femmes qui prennent part à des investissements dans tous les secteurs d'activité et plus spécialement dans l'entrepreneuriat social, se reconnaissent aussi dans de très petites firmes, des collectifs agricoles et commerciaux.

Le présent papier a pour but de présenter une vue d'ensemble de la littérature consacrée à l'entrepreneuriat social au féminin en vue d'identifier sa définition, ses facteurs déterminants, et ensuite d'étudier à travers cette étude les pratiques des femmes entrepreneures marocaines qui s'inscrivent dans la sphère de l'entrepreneuriat social et de l'innovation. Dans le cadre de cette discussion, nous nous efforçons de répondre de manière approfondie aux questions soulevées. En d'autres termes, cette contribution a pour objectif de fournir des réponses détaillées et exhaustives afin de couvrir tous les aspects pertinents de la problématique abordée. Dans ce contexte, cette publication a pour but de fournir des réponses aux interrogations ci-après : Quelles sont les origines de l'entrepreneuriat social ? qu'est ce que ça veut dire l'innovation ? quelle sont ses antécédents ? et enfin, quelle est la relation entre l'entrepreneuriat social et l'innovation ?



Notre papier est structuré de la façon suivante : en premier lieu, nous proposons une introduction détaillée de notre cadre d'analyse théorique en explorant les construits clés de l'entrepreneuriat social et de l'innovation. Nous mettons en avant une analyse théorique approfondie de ces deux domaines, soulignant leurs liens et leurs interactions. Ensuite, nous nous concentrons sur la liaison entre l'entrepreneuriat social féminin et l'innovation. Nous examinons en détail comment les femmes entrepreneures sociales apportent des perspectives uniques et des approches novatrices dans leurs initiatives. Enfin, nous abordons les implications de notre analyse tant sur le point de vue conceptuel que managérial. Au niveau théorique, nous identifions les nouvelles perspectives et les éclairages apportés par notre analyse sur l'entrepreneuriat social féminin et l'innovation. Nous mettons en évidence les avancées conceptuelles et théoriques qui émergent de notre recherche, ainsi que les domaines potentiels de développement futur. Cette structure nous permet de fournir une compréhension globale et approfondie de notre sujet de recherche tout en mettant en avant son importance et son potentiel pour la théorie et la pratique.

1. L'entrepreneuriat féminin social, moteur du changement social :

La présente partie expose les origines de l'entrepreneuriat social de manière à mieux comprendre ses évolutions. Dans un second temps, nous essaierons de mieux expliquer la pratique de l'entrepreneuriat social en tenant en considération la multiplicité des définitions qui lui sont attribuées.

1.1. Historique de l'entrepreneuriat social :

Le construit de l'entrepreneuriat social dans sa définition actuelle est un concept récent qui remonte aux années 1990, période à laquelle les États-Unis et l'Europe d'ouest constituaient les principaux acteurs de l'entrepreneuriat social dans le monde. En Europe, l'entrepreneuriat social a vu le jour en Italie, avec l'établissement d'un règlement particulier pour les coopératives sociales visant à satisfaire des besoins auxquels les services publics ne répondent pas suffisamment ou mal. Parallèlement, de nouvelles dynamiques entrepreneuriales à vocation sociale émergent dans d'autres pays. Les coopératives sociales sont apparues à cette époque dans d'autres pays européens, la suède, la hollande, la suisse, l'Angleterre et l'Espagne (AVISE, 2011). En France, l'ESSEC a mis en place en 2003 une chaire d'entrepreneuriat social.

Au niveau conceptuel, l'entrepreneuriat social a suscité de multiples initiatives de clarification. Par conséquent, conformément à Zahra et al. (2009), l'entrepreneuriat social englobe "les

actions et les procédures menées pour détecter, recenser et tirer parti des opportunités permettant de renforcer la prospérité de la société en développant de nouvelles sociétés ou en exploitant les structures déjà en place de façon novatrice". Les structures d'entrepreneuriat social correspondent donc à des organismes dont la mission sociale est associée à une activité entrepreneuriale (Oster et al., 2004 ; Tracey et Phillips, 2007).

Dans ce contexte, il est important, d'établir une différence entre l'entrepreneuriat social et l'entrepreneuriat traditionnel, de noter que l'entrepreneuriat social se distingue en donnant explicitement la priorité à son orientation sociale. La firme sociale vise à réagir à des exigences sociales qui ne peuvent être satisfaites, mais qui se manifestent sous la voie d'un investissement public ou d'un intérêt commun. Dans le cas de l'entrepreneuriat classique, son principal objectif consiste à réaliser des profits financiers en intégrant les besoins du client-consommateur, ceux des actionnaires ou encore ceux de la firme, en tenant compte de l'évolution de l'économie et de son entourage. L'entrepreneuriat social peut aussi constituer une fonction supplémentaire à celle d'une firme classique (Zahra et al, 2009).

1.2. L'entrepreneuriat social et innovation : une compréhension plus approfondie

Dans le but de parvenir à une véritable analyse du mécanisme et de faire avancer ce champ de réflexion, il est essentiel de définir de façon précise le domaine de recherche et les concepts clés (Christie & Honig, 2006).

Ces récentes décennies, nous observons une multiplication des descriptions de la notion d'entrepreneuriat social. L'entrepreneuriat social est considéré par certains comme étant un processus comprenant la combinaison et l'utilisation novatrice de ressources en vue d'explorer et d'exploiter des opportunités, pour favoriser le développement de la société en satisfaisant les demandes de base de façon permanente (Mair et Martí, 2004, p. et Martí, 2004, p. 3) ; Mair et Noboa poursuivent en affirmant que ce développement social est favorisé par la constitution de structures et/ou de groupements qui ont pour objectif de favoriser le développement des conditions de vie de la société et le renforcement des acquis sociaux (Mair et Noboa, 2006). Pour certains, l'entrepreneuriat social englobe les concepts de création, de valorisation et de réalisation de perspectives comme mode de transformation sociale par des individus enthousiastes et ambitieux (Roberts et Woods, 2005, p. 49).

Le concept d'"entrepreneuriat social" a été également présenté comme une action créatrice de richesse sociale et de nouveauté qui peut être réalisée au sein ou par le biais du secteur

commercial ou public (Austin, Stevenson, & Wei-Skillern, 2006, p.1). Weerawardena et Sullivan Mort (2006, p. 22, p. 32) emploient aussi les concepts de génération de richesse sociale, de valorisation des potentiels, de mission sociale, d'innovation, de réactivité et de management du changement. Selon Nicholls (2008, p. 23), l'entrepreneuriat social constitue un ensemble de pratiques efficaces et porteuses d'innovation, qui visent à résoudre les dysfonctionnements du système social et à offrir de meilleures opportunités de générer de manière cohérente de la richesse au bénéfice de la société. La présente définition s'articule autour de deux éléments clés : une orientation stratégique visant l'effet social et une perspective créative de l'accomplissement de la mission (Nicholls, 2008, p. 13).

Élément majeur de tout le secteur de l'économie sociale et partagée, la firme sociale se différencie de l'entreprise classique, essentiellement orientée vers le bénéfice, et se singularisent aussi par le déploiement d'une dynamique collective axée sur un objectif différent de celui de la recherche d'un bénéfice. En réalité, l'entreprise sociale se caractérise avant tout par son caractère bénéfique pour la communauté, en satisfaisant à un impératif de la société.

Le terme d'entrepreneuriat social est une composante majeure de l'économie sociale et partagée, axée en priorité sur la production de bénéfices sociaux, sur le partenariat durable et sur la préservation de la nature. (Dacin et al 2010, Mair et Marti 2006, Zahra ET Al 2008). L'entrepreneuriat social a une portée multiple, telle que décrite par les experts (Weerawardena & Mort 2006). Ils ont recensé trois aspects fondamentaux de l'entrepreneuriat social : l'innovation, la réactivité et la maîtrise des risques.

2. L'innovation et ses antécédents :

Ces récentes décennies, l'innovation a joué le rôle de moteur de la concurrence, de la performance, de la profitabilité et de la génération d'une richesse pérenne, même si les travaux sur cette question ont débuté dans les dernières années 60, tout en se concentrant sur un domaine extrêmement large, comprenant de nombreux volets. De multiples travaux ont été réalisés sur ce thème, mais il manque une véritable référence académique à la notion d'innovation (Kogabayev, Maziliauskas, 2017, p. 62).

Ces récentes décennies, l'innovation s'est révélée être une véritable priorité pour les entrepreneurs (Taalbi, 2017, p. 1437). Selon de multiples experts, l'innovation est un instrument essentiel pour limiter les difficultés ou résoudre les problèmes (Sahal, 1985 ; Dosi, 1988) et

pour assurer la prospérité, la pérennité de la firme et la survie de la société (Tohidi & Jabbari 2012 ; Milutinovic et al., 2015).

De manière générale, le terme d'innovation est une notion particulièrement riche et diversifiée, qui a fait couler beaucoup d'encre. Cependant, il faut souligner le manque d'une véritable référence en matière de conception scientifique de l'innovation. (Kogabayev, Maziliauskas, 2017, p : 62).

Il convient de signaler qu'il se trouve un important volume de références à l'innovation, ce qui rend le phénomène encore plus complexe (Garcia et Calantone, 2002). La documentation sur l'innovation montre une énorme diversité de vues et de démarches relatives aux pratiques créatives et souligne également la profondeur de la contradiction qui entoure la question de l'innovation.

En réalité, l'innovation est essentiellement une démarche à double entrée, qui vise à déterminer un manque ou un potentiel de débouchés en vue de concevoir un procédé ou un bien inédit, mais également des savoirs théoriques ou technologiques, qui sont généralement à la portée du plus de monde possible (Freeman & Soete, 1997 ; p. 200).

Les articles scientifiques ont contribué à notre compréhension des antécédents de l'innovation, en mettant en lumière certains facteurs qui favorisent ou entravent le processus d'innovation.

Premièrement, les recherches ont souligné l'importance des ressources et des capacités organisationnelles en tant qu'antécédents clés de l'innovation. Les entreprises dotées de ressources financières solides, de compétences techniques avancées et d'une culture d'innovation sont plus susceptibles de générer des idées novatrices et de les mettre en pratique. De plus, la capacité d'une organisation à collaborer avec d'autres acteurs du secteur, tels que des partenaires commerciaux ou des universités, peut également favoriser l'innovation (Fartash et Davoudi, 2012).

Deuxièmement, les facteurs individuels ont été identifiés comme des antécédents importants de l'innovation. Qualités individuelles, telles que l'imagination, la curiosité intellectuelle et la capacité à prendre des risques, ont été associées à la propension à innover. Les chercheurs ont également étudié le poids de cette formation et de cette connaissance individuelle dans le développement de compétences d'innovation, soulignant que l'accumulation des savoirs et des

qualifications spécialisées peuvent favoriser l'émergence d'idées nouvelles et originales (Keizer et al, 2002).

Troisièmement, l'environnement externe est un facteur essentiel dans le processus d'innovation. Des enquêtes ont montré la nécessité de l'accès à l'information et aux connaissances externes, ainsi que la disponibilité de réseaux sociaux et de collaborations inter-organisationnelles. De plus, les facteurs économiques, politiques et réglementaires peuvent influencer l'innovation en créant des incitations ou des barrières pour les entreprises (Besbes, Aliouat et Gharbi, 2013).

Enfin, la culture organisationnelle a été identifiée comme un antécédent clé de l'innovation. Les valeurs, les normes et les croyances partagées au sein d'une organisation peuvent favoriser ou inhiber la créativité et l'expérimentation. Les entreprises qui encouragent la prise de risques, la diversité des idées et la tolérance à l'échec ont tendance à être plus innovantes. De plus, la direction de l'entreprise joue un rôle essentiel en créant un environnement propice à l'innovation et en soutenant les initiatives novatrices Pratali, P. (2003). En résumé, les articles scientifiques sur les antécédents de l'innovation ont identifié plusieurs facteurs clés, notamment les ressources et les capacités organisationnelles, les caractéristiques individuelles, l'environnement externe et la culture organisationnelle. Comprendre ces antécédents peut aider les entreprises et les décideurs à créer les conditions favorables à l'innovation et à stimuler la génération d'idées novatrices.

3. L'entrepreneuriat social féminin au Maroc

3.1 L'entrepreneuriat féminin au Maroc :

Au fil des dix précédentes décennies, la présence des femmes aux différentes activités économiques s'est accrue de façon constante dans le pays. Toutefois, les femmes entrepreneurs demeurent soumises à des difficultés liées à leur environnement économique tout au long de la création et de la croissance de leur entreprise, surtout en ce qui a trait au soutien financier, la disponibilité de l'information, la mise à disposition de services d'appui ou aux pratiques sociales et culturelles restrictives.

Le Maroc connaît en effet, et ce, à partir des années 90, une évolution importante au niveau de la reconnaissance de la parité entre les deux sexes et de leur développement économique et social. Toutefois, ces avancées réalisées a donné la chance aux Marocaines de se positionner sur le front de la vie tant politique qu'économique du royaume, et ce pour chaque province et chaque territoire.

Par ailleurs, la promotion des femmes constitue une des voies les plus utiles au renforcement du principe d'équité et de développement des activités socio-économiques dans une perspective de promotion de la pleine participation des femmes dans le cycle économique et sociale.

Le Maroc, qui s'est lancé dans une dynamique de développement économique et social, a multiplié les ressources pour concrétiser cet engagement accompagné de ses nouvelles promesses, de ses perspectives, mais aussi de ses défis difficiles à relever.

3.2 L'entrepreneuriat social féminin dans le contexte marocain :

La promotion des femmes constitue un des moyens accroître la parité et la dynamique socio-économique à long terme en faveur d'une implication effective des femmes dans la sphère socio-économique du royaume.

Aujourd'hui, Les Marocaines entrepreneurs sont impliquées dans de multiples domaines en particulier dans celui de ce qui concerne l'économie sociale et équitable, et se sont engagées dans la création d'entreprises et bon nombre d'entre elles ont entrepris une démarche d'internationalisation.

Bien que les entrepreneurs et l'entrepreneuriat social soient reconnus comme importants au Maroc, il faut noter qu'il manque des solutions de soutien au secteur privé pour repérer et soutenir les entrepreneurs prometteurs ou pour encourager la naissance de nouvelles initiatives dans le secteur des affaires sociales.

Selon Myriam El Khomri, ancienne ministre française du Travail, l'entrepreneuriat social représente essentiellement un projet sociétal qui incarne des principes puissants et mondiales. L'économie sociale privilégie le recours aux longues durées plutôt que sur l'immédiateté, elle accorde une importance primordiale à l'aspect humain plutôt qu'à une obsession pour le profit, et elle place l'utilité sociale en priorité.

4. Analyse théorique de la relation entre l'entrepreneuriat social féminin et l'innovation :

La relation entre l'entrepreneuriat social féminin et l'innovation est un domaine d'étude qui explore comment les femmes entrepreneurs dans le secteur social peuvent contribuer à l'innovation. Comme pour toute discussion académique, il est essentiel de souligner que les performances obtenues sont en fonction des contextes culturels, économiques et sociaux spécifiques. L'entrepreneuriat social féminin se réfère aux femmes qui créent et gèrent des

entreprises à vocation sociale. Ces entreprises ont un objectif double : réaliser des profits et avoir un impact positif sur la société. Les femmes entrepreneures sociales se concentrent souvent sur des problèmes sociaux et environnementaux, tels que la pauvreté, la formation, la santé, l'équité entre les deux sexes et la viabilité. En ce qui concerne la relation entre l'entrepreneuriat social féminin et l'innovation, voici quelques points clés :

1. **Diversité des perspectives** : L'entrepreneuriat social féminin apporte une perspective unique en intégrant les expériences et les exigences particulières des femmes dans le cycle d'innovation. Les femmes entrepreneures sociales peuvent aborder des problèmes sociaux d'une manière différente, en prenant en considération des situations rencontrées par les femmes et les filles, ce qui peut conduire à des solutions innovantes.
2. **Identification de lacunes** : Les femmes entrepreneures sociales sont souvent bien placées pour identifier les lacunes et les besoins non satisfaits dans les communautés. Leur engagement actif et leur expérience personnelle peuvent les conduire à découvrir des opportunités d'innovation qui n'ont pas été explorées auparavant.
3. **Collaboration et réseautage** : Les femmes entrepreneures sociales sont souvent engagées dans des réseaux et des collaborations avec d'autres femmes et des acteurs locaux. Ces réseaux peuvent faciliter l'échange d'idées, l'échanger des expériences et le développement des partenariats, ce qui favorise l'innovation sociale.
4. **Approches inclusives** : Les femmes entrepreneures sociales mettent souvent l'accent sur l'inclusion sociale et l'autonomisation des femmes. Leurs initiatives peuvent promouvoir des modèles commerciaux équitables, offrir des opportunités d'emploi et de formation aux femmes marginalisées, et encourager la participation effective des femmes à la procédure de planification et de gestion. Ces approches inclusives favorisent l'innovation en donnant la possibilité aux maximums des personnes de contribuer à la résolution des problèmes sociaux.
5. **Résilience et durabilité** : Les femmes entrepreneures sociales sont souvent motivées par des valeurs durables et à long terme. Leurs entreprises cherchent à créer un impact social positif à long terme, en cherchant à résoudre les problèmes de manière holistique plutôt qu'en privilégiant les gains financiers à court terme. Cette perspective durable peut conduire à des innovations qui tiennent compte de tous les aspects économiques et sociaux.

5. MÉTHODOLOGIE

Le choix méthodologique choisi pour cette investigation est basé sur une étude approfondie de la littérature pertinente dans le champ de recherche étudié. En accord avec les directives formulées par William Ossirow (2002), les sciences sociales requièrent une exploration minutieuse des documents existants et une réflexion critique sur les concepts établis. Ainsi, cette étude s'appuie sur une investigation approfondie et méthodique des sources disponibles, afin d'approfondir notre compréhension du sujet étudié.

Tout d'abord, une recherche méticuleuse a été entreprise pour recenser l'ensemble des articles scientifiques publiés toute au long des vingt dernières. Cette investigation a englobé une vaste gamme de bases de données spécialisées, notamment Scopus, CAIRN.INFO, Springer, et J-STOR. Les ressources sélectionnées étaient réputées pour leur exhaustivité et leur qualité, offrant ainsi un large éventail de perspectives et de connaissances dans divers domaines de la recherche scientifique. En effectuant cette recherche approfondie, l'objectif était de rassembler une collection exhaustive d'articles pertinents, garantissant ainsi une compréhension complète des avancées scientifiques les plus récentes et des développements majeurs dans les différentes disciplines. La recherche effectuée en utilisant les termes "Entrepreneuriat social féminin", "Innovation et "contexte marocain" a abouti à une abondance d'articles pertinents, totalisant des centaines de résultats.

Il est essentiel de mentionner que l'ensemble des papiers traitant ce sujet étaient rédigés en anglais, ce qui a réduit les papiers disponibles en français. Par conséquent, il a été primordial de se concentrer spécifiquement aux papiers rédigés en français afin de garantir une approche équilibrée et une compréhension complète du sujet dans le contexte francophone. En procédant ainsi, nous avons veillé à inclure une variété de sources en français pour obtenir une vision plus complète et nuancée. Cela nous a permis d'apporter des informations pertinentes et précises pour les lecteurs francophones intéressés par ce sujet. En explorant les ressources en français disponibles, nous avons pu fournir une perspective adaptée à leur contexte linguistique et culturel spécifique.

Ensuite, nous procédons à une recherche des papiers académiques dans d'autres bases internationales. Cette étape nous permet de trouver des études empiriques et des recherches académiques rigoureuses sur le sujet. Nous nous concentrons sur les articles les plus récents afin de garantir que notre analyse repose sur les connaissances les plus à jour dans l'entrepreneuriat social féminin et l'innovation. Cette méthodologie que nous avons adoptée

repose sur deux piliers essentiels : l'analyse documentaire et la recherche d'articles scientifiques. Grâce à ces approches, nous sommes en mesure d'obtenir une vue d'ensemble complète et à jour sur les deux construits théoriques dans le contexte marocain.

Tout d'abord, l'analyse documentaire nous permet de recueillir des informations provenant de diverses sources, Cette démarche nous donne accès à une grande variété de perspectives et de données concernant l'entrepreneuriat social féminin et l'innovation. Nous examinons attentivement ces documents pour extraire les informations pertinentes et les tendances émergentes. En combinant ces deux approches, nous sommes en mesure d'avoir un regard sur la situation existante de la recherche sur les deux concepts étudiés. Nous pouvons déterminer les nouvelles orientations, les nouvelles perspectives théoriques et les développements méthodologiques dans ce domaine. De plus, cette méthodologie nous permet également de repérer les éventuelles lacunes dans la littérature existante, ce qui peut orienter nos propres recherches futures. En résumé, notre approche méthodologique, basée sur l'analyse documentaire et la recherche d'articles scientifiques, nous offre une perspective complète et actualisée sur les deux construits dans le contexte marocain. Elle nous permet d'explorer les tendances de recherche et de combler les éventuelles lacunes dans la littérature existante, contribuant ainsi à l'avancement des connaissances dans ce domaine.

Conclusion :

Dès le commencement des années 1980, la fonction d'entrepreneur social est apparue dans la recherche comme un terrain propice, traduisant un fait social beaucoup avancé. L'entrepreneur social est avant tout un entrepreneur, il s'agit donc d'une personne qui crée une organisation ayant un statut juridique relevant de l'économie sociale. Son but, étant un acteur social, la création d'une activité qui satisfait à un objectif social. En revanche, le concept du système national d'innovation est apparu à peu près au même moment (mais indépendamment l'une de l'autre) afin de définir en détail les mécanismes de production de l'innovation en se concentrant sur deux grands types d'acteurs : les entreprises et les institutions publiques. Toutefois, les mécanismes de production de connaissances sont bien plus complexes et, surtout, elles ne sont pas séparées du reste de la société qui les contient.

Pour conclure, l'entreprise sociale demeure un élément incontournable dans le contexte actuel du monde en proie à différentes crises importantes et elle représente une composante centrale de la sphère économique-sociale. Au Maroc, le potentiel des entreprises sociales dépend de

l'implémentation des stratégies d'encouragement de l'entrepreneuriat social, du développement d'un cadre juridique, réglementaire et fiscal approprié, de la multiplication des financements disponibles, du développement de l'accompagnement, de la favorisation de l'intégration aux marchés et du soutien à la recherche (Nia.H. et al., 2021). Pour favoriser le développement d'entreprises sociales féminines innovantes susceptibles de répondre aux défis et de participer à une plus grande intégration économique, sociale et financière, il est primordial d'encourager la force des programmes d'aide et d'incubation. Les résultats issus des entretiens menés soulignent des pistes d'amélioration et revêtent un intérêt évident en ce qui traite l'implémentation de politiques publiques homogènes et performantes. L'analyse du concept de l'innovation et de l'entrepreneuriat social féminin et leur relation théorique présente des implications significatives. Premièrement, la combinaison de l'innovation et de l'entrepreneuriat social féminin peut générer un potentiel énorme pour aborder les problèmes sociaux de manière novatrice et durable. Les femmes entrepreneures sociales, grâce à leur perspective unique et à leur compréhension approfondie des enjeux sociaux, peuvent apporter des idées innovantes pour résoudre des problèmes spécifiques, tout en intégrant des dimensions d'équité et d'inclusion. Cette dynamique favorise une approche plus holistique et sensible aux besoins des communautés marginalisées, conduisant à un impact social plus significatif.

Deuxièmement, l'interprétation de la liaison entre l'innovation et l'entrepreneuriat social féminin souligne l'importance de favoriser une représentation équilibrée des femmes dans le secteur de l'innovation. Les femmes entrepreneurs sociaux sont susceptibles de contribuer à la constitution d'un environnement entrepreneurial hétérogène, où la diversité des idées, des compétences et des expériences est valorisée. Une meilleure représentation des femmes dans l'innovation contribue à une approche plus équitable, permettant une exploration plus large de solutions potentielles et favorisant des résultats plus inclusifs. Cette dynamique offre également des opportunités de collaboration entre les acteurs de l'innovation, les entreprises, les universités et les organisations sociales, créant ainsi des synergies qui peuvent catalyser l'innovation sociale et accroître l'impact positif dans la société.

BIBLIOGRAPHIE

Austin, J., H. Stevenson et J. Wei-Skillern (2006), «Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both ? », *Entrepreneurship Theory & Practice*, vol. 30, no 1, p. 1-22.

Christie, M.J. et B. Honig (2006), «Social entrepreneurship: new research findings », *Journal of World Business*, vol. 41, no 1, p. 1-5.

Besbes, A., Aliouat, B. et Gharbi, J.E. (2013). L'impact de l'innovation managériale sur la performance de l'entreprise : rôle de l'orientation-marché et de l'apprentissage organisationnel. *Revue Française de Gestion*, (235), pp.161-174

Dacin, M.T., P.A. Dacin et P. Tracey (2011), «Social entrepreneurship: a critique and future directions », *Organization Science*, vol. 22, no 5, p. 1203-1213.

Dacin, P.A., M.T. Dacin et M. Matear (2010), «Social entrepreneurship: why we don't need a new theory and how we move forward from here », *Academy of Management Perspectives*, vol. 24, no 3, p. 37-57.

Fartash, K. & Davoudi, S.M.M. (2012). Innovation management with emphasis on technological innovation system. *Journal of Economic and Management*, 1(4), pp.1- 14.

Freeman, C. & Soete, L. (1997), *The economics of industrial innovation* (3rd ed.) Cambridge, MA:Mit Press , 470 pages.

Garcia, R. & Calantone, R., 2002, A Critical Look at Technological Innovation Typology and Innovativeness Terminology: a Literature Review. *Journal of Product Innovation Management International* Vol 19, issue 2, 110-132.

Keizer, J. A., Dijkstra, L., &Halman, J. I. M. (2002). Explaining innovative efforts of SMEs. An exploratory survey among SMEs in the mechanical and electrical engineering sector in The Netherlands. *Technovation*, 22(1), pp.1-13.

Kogabayev,T&Maziliauskas,A, (2017), The definition and classification of innovation , *Holistica* Vol 8, Issue 1 , pp:58-72.

Mair, J. et I. Martí (2004), «Social entrepreneurship: what are we talking about? A framework for future research», Document de travail, IESE Business School, University of Navarra.

Mair, J. et I. Martí (2006), «Social entrepreneurship research: a source of explanation, prediction and delight», *Journal of World Business*, vol. 41, no 1, p. 36-44 .

Mair, J. et E. Noboa (2006), «Social entrepreneurship: how intentions to create a social venture are formed», dans J. Mair, J.A. Robinson et K. Hockerts (dir.), *Social Entrepreneurship*, Basingstoke, Royaume-Uni, Palgrave Macmillan, p. 121-135.

Nicholls, A. (2008), *Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change*, Oxford, Oxford University Press, 504 p.

Oster, S.M., Massarsky, C.W. and Beinhacker, S.L. (2004), “Generating and Sustaining Non-profit Earned Income. A Guide to Successful Enterprise Strategies”, Jossey-Bass, San Francisco, CA.

Pratali, P. (2003). Strategic management of technological innovations in the small to medium enterprise, *European Journal of Innovation Management*, 6 (1) 18- 31.

Roberts, D. et C. Woods (2005), «Changing the world on a shoestring: the concept of social entrepreneurship», *University of Auckland Business Review*, vol. 11, no 1, p. 45-51.

Sahal,D.(1985), Technological guideposts and innovation avenues *Research Policy*,vol. 14, issue 2, 61-82.

Taalbi, J. (2017), What drives innovation? Evidence from economic history. *Research Policy*, Elsevier, vol. 46,issue :8, pp:1437-1453.

Tohidi.H & M.M.Jabbari (2012), Innovation as a success key for organizations , *procedia technology* 1 p: 560-564

Weerawardena, J. et G. Sullivan Mort (2006), « Investigating social entrepreneurship: a multidimensional model », *Journal of World Business*, vol. 41, no 1, p. 21-35.

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

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