



## Ethique, spiritualité, quel impact sur l'entrepreneuriat social ? Cas des coopératives féminines de la région SOUSS-MASSA

**Chaima OUBRAIM**

Doctorant-chercheur en sciences de gestion

Laboratoire : Etude et Recherche appliqués en sciences économiques « LEARSE »

Faculté des sciences Juridiques Economiques et sociales d'Agadir

Université Ibn Zoher – Agadir - Maroc

**Mustapha JAAD**

Enseignant - chercheur

Laboratoire : Etude et Recherche appliqués en sciences économiques « LEARSE »

Faculté des sciences Juridiques Economiques et sociales d'Agadir

Université Ibn Zoher – Agadir - Maroc

**Résumé :** L'objectif de cet article est de cerner d'une part et à travers les bases conceptuelles le champ de l'entrepreneuriat social, et en d'autre part de poser les briques analytiques permettant de comprendre la notion de la spiritualité-éthique ainsi que l'influence de ces valeurs sur le processus de ce type d'entrepreneuriat. Pour ce faire, et pour pouvoir répondre à notre problématique, nous nous appuyons sur la démarche quantitative par l'élaboration d'un questionnaire permettant de clarifier l'impact et l'influence de la spiritualité sur l'entrepreneuriat social, plus précisément sur les femmes membres et acteurs des coopératives de la région SOUSS MASSA. Nous présentons dans un premier lieu le concept de l'entrepreneuriat social dans son champ le plus large, ensuite nous allons éclaircir la question de la spiritualité et de l'éthique, comme étant une expérience intime et profonde susceptible de générer des idées et des pratiques innovantes.

**Abstract:** The objective of this article is to identify on the one hand and through the conceptual bases the field of social entrepreneurship, and on the other hand to lay the analytical bricks allowing to understand the notion of spirituality-and the influence of these values on the process of this type of entrepreneurship. To do this, and to be able to respond to our problem, we rely on the quantitative approach by developing a questionnaire to clarify the impact and influence of spirituality on social entrepreneurship, more specifically on the women members and actors of cooperatives in the SOUSS MASSA region. We first present the concept of social entrepreneurship in its broadest field, then we will clarify the question of spirituality and ethics, as an intimate and profound experience that can generate innovative ideas and practices.

**Mots-clés :** Entrepreneuriat social, spiritualité, éthique, valeurs, coopératives.

**Keywords:** Social entrepreneurship, spirituality, ethics, values, cooperatives.

**Digital Object Identifier (DOI):** <https://doi.org/10.5281/zenodo.7085660>

**Published in:** Volume 1 Issue 2



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

## 1- Introduction :

L'entrepreneuriat social est un vecteur essentiel du développement et du rayonnement de l'économie sociale. Elle est une porteuse importante de la démultiplication de l'impact sociétale (**Benhida, Z. (2019)**).

L'entrepreneuriat social se présente dès lors comme une incarnation concrète d'une autre voie possible, professionnelle et crédible, pour agir au quotidien au service d'activités qui ont du sens (**Barthélémy A. et Slitine R. 2011, p.11**). Une autre voie pour rendre l'économie plus humaniste et plus noble. Le message de l'entrepreneuriat social selon (**COFIDES 2007**) est simple : « l'économique » ne doit pas être l'exploitation, l'inégalité ou l'égoïsme, mais un moyen efficace et puissant à mettre au service de l'homme et de son épanouissement. De même, le « social » ne doit pas être le 'ghetto', le 'misérabilisme' ou les 'bonnes œuvres', mais ce qui crée du lien, de la solidarité et du collectif ».

Cette forme entrepreneuriale est gérée par des acteurs, à savoir : « Les entrepreneurs sociaux ». Ces derniers cherchent à apporter des réponses innovantes aux problèmes pressants de la société mal ou peu satisfaits ou encore en apparence insolubles. Leur motivation première est de créer de la valeur sociale pour une plus grande justice, tout en assurant la viabilité économique de leurs projets. La rentabilité financière n'est plus une fin en soi, contrairement aux entreprises classiques, mais plutôt un moyen.

Les entrepreneurs sociaux pourront ainsi jouer, un rôle essentiel dans la lutte contre la précarité et toute forme d'exclusion, la valorisation et le développement de territoires, la création d'emplois, la préservation de l'environnement et le renforcement de la cohésion sociale.

Ces acteurs, influencés par un ensemble de valeurs qui sont un concept central des sciences sociales depuis leur origine. Pour (**Durkheim 1893, 1897**) comme pour (**Weber 1905, 1958**), elles sont donc fondamentales pour expliquer l'organisation et le changement, au niveau de la société comme à celui des individus. A savoir : l'éthique et la religion.

L'objectif de notre article est de répondre à notre problématique qui est la suivante : « Dans quelle mesure les variables spiritualité et éthique influencent-ils les entrepreneurs sociaux : Cas des coopératives de la région SOUSS-MASSA », autrement dit, comprendre l'impact d'éthique et spiritualité sur les entrepreneurs sociaux marocains, plus précisément sur les femmes. Pour répondre à cet objectif, nous avons suivi une méthodologie quantitative basée sur des questionnaires approfondis avec une pluralité de femmes entrepreneures sociales appartenant à trois catégories : femmes chefs de coopératives, et femmes gérantes et femmes membres.

La structure de notre article est la suivante. Premièrement, nous synthétiserons la littérature existante d'une part sur l'entrepreneuriat social et d'autre part sur les deux concepts clés –spiritualité et éthique-. Deuxièmement, nous présenterons notre méthodologie de recherche quantitative. Troisièmement, nous exposerons nos résultats détaillés. Enfin, nous discuterons ceux-ci à la lumière de la littérature et concluons avec les principales implications scientifiques et managériales de cette recherche.

## 2- Revue de littérature :

### 2.1- Entrepreneuriat Social : Mieux connaître le concept

L'entrepreneuriat est un domaine de recherche relativement nouveau organisé et étudié, il a d'abord été développé aux États-Unis dans les années 1970 (**Filion, L. J. 2008**). Puisant ses racines dans

l'Economie Politique au XVIIIe siècle, le champ peine pourtant à se structurer du fait de son caractère particulier : plutôt qu'une discipline qui se fonde sur une méthode et des concepts fondamentaux, l'entrepreneuriat s'est construit autour d'un objet, l'entrepreneur et la création d'entreprise, à partir d'horizons disciplinaires multiples (**Gomez, A. 2017**).

Depuis des années, une vingtaine ou plus, une nouvelle idée de l'entrepreneuriat alliant performance économique et utilité sociale enregistre une forte croissance et connaît des perspectives de développements prometteuses (**Angus, M.1998**). De plus en plus de personnes cherchent à inventer de nouvelles formes d'organisation. Ils y trouvent plus de liberté, plus d'efficacité et un engagement plus productif (**El Yamlahi, I.M.A.N.E. n°14**). : Il s'agit d'entreprendre autrement, c'est ce qu'on appelle de **l'entrepreneuriat social**

L'entrepreneuriat social en tant que pratique existe depuis longtemps. Les origines de l'entrepreneuriat social en tant que champ d'études pourraient remonter à plus d'un demi-siècle.

Aux Etats-Unis, le concept est effectivement lancé en 1993 à travers la Social Enterprise Initiative, créée par la Harvard Business School (**Seghers, V. and S. Allemand 2007**). Assez rapidement, le concept se diffuse à d'autres universités qui mettent en place des programmes similaires en faveur des entrepreneurs sociaux (Columbia, Yale...).

Ces dernières années, l'entrepreneuriat social a suscité un intérêt croissant, tant de la part des acteurs politiques, économiques, de la presse que du monde académique (**Dey, 2006 ; Nicholls, 2008 ; Short, Moss et Lumpkin, 2009 ; Stryjan, 2006 ; Weerawerdna et Sullivan Mort, 2006**). Tous vantent les mérites de ces nouvelles pratiques entrepreneuriales destinées à créer de la valeur sociale (**Dees, 1998a ; Sharir et Lerner, 2006 ; Sullivan Mort, Weerawerdna et Carnegie, 2003**).

L'entrepreneuriat social est un moteur de développement social et de croissance économique, à ce titre elle a un rôle prépondérant à jouer comme créatrice de richesse en offrant des emplois et assurant de multiples avantages à la communauté (**Janssen ,2016**).

L'intérêt pour l'entrepreneuriat social résulte notamment de son caractère novateur dans le traitement de problèmes sociaux de plus en plus complexes (**Johnson, 2000**). Certains le considèrent comme une solution partielle à certaines défaillances de nos sociétés modernes, telles que le chômage, les inégalités dans l'accès aux soins et services de santé, l'insalubrité, la pauvreté, le crime, la privation ou l'exclusion sociale (**Blackburn et Ram, 2006**). Il peut aussi être vu comme une façon de sous-traiter les services publics ou un moyen de les améliorer sans augmenter le domaine de l'État (**Cornelius et al. 2007**).

Cette pratique entrepreneuriale a également pour mérite de brouiller les frontières traditionnelles entre les secteurs privé et public et de donner naissance à des modèles d'entreprises hybrides (**Johnson, 2000 ; Wallace, 1999**), guidées par des stratégies de double création de valeur, sociale et économique (**Alter, 2004**).

Les praticiens de l'entrepreneuriat social ont toujours existé, partout à travers le monde (**Roberts et Woods, 2005**). Toutefois, si cette pratique est loin d'en être à ses débuts, l'entrepreneuriat social n'attire l'attention des chercheurs que depuis quelques années (**Dearlove, 2004**). Malgré quelques premières recherches sur le sujet (**Waddock et Post, 1991 ; Young, 1986**), le terme "entrepreneuriat social" est apparu à la fin des années 1990 aux États-Unis (**Drayton, 2002; Thompson, Alvy et Lees, 2000; Dees, 1998a**) et au Royaume-Uni (**SSE, 2002; Leadbeater, 1997**).

Qualifiée comme véritable laboratoire de l'économie de demain, l'entrepreneuriat social fait l'objet d'un engouement sans précédent. Elle est une forme émergente mais durable du capitalisme, qui cherche à réconcilier la logique économique et l'utilité sociale », précise (**Steve Fiehl**), Directeur Adjoint de **Cross Knowledge** lors de la signature du partenariat entre **Cross Knowledge et Ashoka France**.

Les débats portant sur la définition de l'entrepreneuriat social reflètent les logiques internes propres à toute une série d'acteurs influents qui tentent de façonner ce champ de recherches plutôt que d'en capturer la « réalité » (**Dart 2004; Dey & Steyaert 2010; Nicholls 2010c**). Pour les acteurs de la société civile, l'entrepreneuriat social peut représenter un moteur de changement social systémique (**Nicholls 2006b**), un espace de nouveaux partenariats hybrides (**Austin et al. 2006a**) ou un modèle de transformation politique et d'autonomisation (**Alvord et al. 2004**). Pour le gouvernement, l'entrepreneuriat social peut être une des solutions aux défaillances de l'Etat en matière de protection sociale (**Leadbeater 1996; Nyssens 2006**). Finalement, pour les entreprises, l'entrepreneuriat social peut offrir de nouvelles niches de marchés (**Karamchandani et al. 2009**) ou un développement naturel d'investissements socialement responsables (**Freireich & Fulton 2009**).

(**Schmitt et al 2008**), ont considérés cet entrepreneuriat comme un état d'esprit qui met l'Homme, son territoire, son environnement au cœur du projet économique.

Certains chercheurs le considèrent comme une solution partielle à certaines défaillances de nos sociétés modernes, telles que : le chômage, les inégalités dans l'accès aux soins et services de santé, l'insalubrité, la pauvreté, le crime, la privation ou l'exclusion sociale. Pour d'autres il s'agit d'une nouvelle façon d'entreprendre, qui place l'efficacité économique au service de l'intérêt général, faisant du profit au moyen et non une fin de soi (**Dafourny et Nyssens 2008**).

Cet entrepreneuriat qui ne cesse d'attirer l'attention des chercheurs et des pouvoirs publics (**Mair et Noboa 2003, Weerawerdna et Mort 2006...**), recouvre une variété de significations et de perspectives en fonction des auteurs et des contextes, ce qui ne facilite pas une compréhension rapide et surtout consensuelle du concept. (**Drapéri 2010, p11**), la définit comme étant une conception politique de l'entreprise qui vise à faire des entrepreneurs sociaux les acteurs d'une nouvelle paix sociale ayant pour finalité la résolution de la pauvreté, de l'exclusion et des atteintes à l'environnement créées par l'exploitation du travail et des ressources naturelles qui caractérise l'économie dominante contemporaine.

En faisant recours, au définition reprise par **Fayolle en 2015**, on constate qu'il stipule que l'entrepreneuriat social englobe les activités et les processus entrepris pour découvrir, définir, et exploiter les opportunités afin d'augmenter la richesse sociale en créant des nouvelles entreprises ou en gérant les organisations existantes d'une manière innovante.

La caractéristique primordiale de l'entrepreneuriat social, réside dans le fait que le profit n'est pas un moyen au service de sa finalité principale qui est plutôt la poursuite d'un progrès social, de l'amélioration des conditions de vie d'un groupe de personnes (**Schmitt 2008**). Donc le développement de celle-ci peut être perçu comme une réponse à un problème posé (réduction des dépenses de l'État, évolution de la famille et des problèmes sociaux en général – exclusion, pauvreté, vieillissement de la population, etc.).

Passons en revue quelques-unes des définitions fondatrices. Selon (**Boschee 1995, p. 1**), l'entrepreneuriat social est l'action de dirigeants à but non lucratif qui accordent de l'attention aux

forces du marché, sans pour autant perdre de vue leur mission qui consiste à équilibrer des impératifs moraux et des motivations de profit et dont la conjonction est le cœur et l'âme du mouvement. Pour **(Dees 1998a, 1998b)**, le concept réunit la passion d'une mission sociale et la discipline de l'entreprise, l'innovation et la détermination. Pour **(Bornstein 1998)**, l'entrepreneur social Ashoka est un pionnier qui a développé une idée nouvelle et puissante ainsi qu'un mode créatif de résolution de problèmes à la fois visionnaire et pragmatique, qui a une fibre éthique solide et qui est totalement imprégné par sa vision de changement. **(Thompson, Alvy et Lees 2000)** les considèrent comme des personnes qui identifient des possibilités de répondre à certains besoins auxquels le système de l'État-providence ne pourra pas ou ne voudra pas répondre et qui rassemblent les ressources nécessaires (généralement des personnes, souvent des bénévoles, de l'argent et des infrastructures) et les utilisent pour faire quelque chose de différent. **(Leadbeater 1997)** donne une définition large de l'entrepreneuriat social qu'il considère comme étant une vaste gamme d'activités liées à l'économie, l'éducation, la recherche, la sécurité sociale ou la spiritualité, exercées par diverses organisations.

Pour conclure, il est une solution partielle à certaines défaillances de nos sociétés modernes, telles que : le chômage, les inégalités dans l'accès aux soins et services de santé, l'insalubrité, la pauvreté, le crime, la privation ou l'exclusion sociale.

## 2.2- Concept de spiritualité :

La revue de la littérature montre que l'on ne pourra s'intéresser à la question de la spiritualité dans un contexte entrepreneurial sans évoquer sa relation avec la religion qui est définie comme un important déterminant du comportement économique **(Aygün, Arslan et Güney, 2007)**.

L'analyse étymologique peut s'avérer éclairante **(Basso, 2007)**. En latin, c'est ecclésiastique qui est spiritualitas **(1283)** et spiritus qui signifient esprit et souffle **(Herve-Desirat, 2012)**. En philosophie, la spiritualité représente ce qui est indépendant de la matière. Elle se traduit par un ensemble de croyances et d'exercices qui concernent la vie spirituelle **(Herve-Desirat, 2012)**.

**(Cochand 2018)** tente de définir le concept de spiritualité comme étant « une activité individuelle, visant un double mouvement de mise à distance et de ressaisie de soi, dans la quête de la rencontre d'une transcendance en référence à des traditions vivantes. ».

En sciences de gestion, les auteurs distinguent quatre conceptions de la spiritualité se référant aux courants religieux, existentialistes, intrinsèques et athéistes **(Fourboul, 2017)**. Selon **(Jacques 1999)**, la spiritualité est multidimensionnelle. Elle renvoie à plusieurs dimensions dont deux dimensions qui sont les plus citées : la dimension existentielle et la dimension religieuse. **(Jacques 1999)** évoque également les besoins spirituels qui sous-tendent toutes les religions comme le besoin de sens et de but, le besoin d'amour et de relation, et le besoin de pardonner. Plusieurs personnes satisfont leurs besoins spirituels en se référant à une religion.

La spiritualité est une valeur fondamentale **(Schwartz, 1992)**. Les valeurs de spiritualité ont pour objectifs : « le sens, la cohérence et l'harmonie intérieure, obtenus en transcendant la réalité quotidienne ». Or, les valeurs selon **(Rokeach 1972)** fonctionnent différemment si elles constituent une fin ou un moyen.

La spiritualité **(Meslin, 2005)** désigne « une certaine manière de vivre et d'agir en vue de réaliser la perfection de son être, de parvenir à une sagesse et/ou de rencontrer Dieu ». Elle est donc une forme vivante présente dans les religions. D'où la spiritualité juive, la spiritualité musulmane, la spiritualité hindoue ou encore chrétienne.

Les attributs spirituels sont différents des activités spirituelles (**Emmons, 2000**) :

- les attributs spirituels sont relatifs au sens de la vérité intérieure, à la justice sociale, à la communauté, à une capacité à aimer, à la conscience profonde humaine, au désir du sens, de paix intérieure, de vérité et de confiance ;
- les activités spirituelles peuvent être : agir vertueusement, agir de façon authentique, contribuer au bien des autres, mettre en acte ses propres valeurs personnelles, expérimenter des états de conscience élevés, mobiliser ses ressources spirituelles pour résoudre des difficultés et dépasser ses intérêts personnels.

L'expérience spirituelle est approchée par (**Meslin 2005**) par les caractéristiques suivantes :

- La première caractéristique de l'expérience spirituelle est la recherche d'intériorité.
- La démarche spirituelle est ontologiquement expérientielle.
- La spiritualité permet d'exprimer les potentialités de l'individu dans une recherche d'épanouissement.
- La recherche d'un sens à sa vie est l'une des dimensions centrales de l'expérience spirituelle.

(**Ashmos et Duchon 2000**) ont proposé une définition de la spiritualité comme la « reconnaissance d'une vie intérieure qui nourrit et se nourrit d'un travail significatif qui se fait dans le contexte de la communauté ». Ils ont conclu à partir d'une analyse factorielle de 696 répondants que la spiritualité consiste à intégrer ensemble l'esprit, le corps et l'âme d'une personne dans le milieu de travail. Cette étude a développé plusieurs dimensions de la spiritualité à mesurer par un outil ou encore par un questionnaire composé de trois parties afin de cerner la spiritualité au niveau individuel, groupal et organisationnel :

1. La première partie mesure les dimensions spirituelles au niveau individuel à travers les facteurs suivants : les conditions de communauté, le sens du travail, la vie intérieure, les obstacles à la spiritualité, la responsabilité personnelle, les relations positives avec les autres individus et la contemplation ;
2. Dans une deuxième partie, les individus décrivent dans quelle mesure leur unité de travail converge avec leurs valeurs et leur procure un sens et ce à travers les facteurs suivants : la communauté de l'unité de travail, les valeurs positives de l'unité de travail ;
3. Et dans la troisième partie, les individus décrivent leurs attitudes vis à vis des valeurs de leur organisation.

Suite à une étude similaire à celle d' (**Ashmos et Duchon 2000**), (**Mitroff et Denton 1999**) proposent un questionnaire visant à évaluer la place de la spiritualité dans la vie des employés. Cette spiritualité exprime le « désir fondamental de trouver le sens et le but ultime de sa vie et de vivre une vie intégrée. C'est le sentiment fondamental de l'être relié à lui-même, aux autres et à l'univers tout entier. ».

Les items retenus dans ce questionnaire relèvent de trois dimensions de la spiritualité :

1. La première partie est relative au sens et à l'utilité au travail en essayant de déterminer à travers quel mécanisme l'organisation y concourt ;



2. La deuxième partie s'interroge sur les valeurs individuelles, les dimensions du moi qu'amènent les employés dans leur travail, leur expériences de joie et de tristesse au travail, c'est-à-dire leur authenticité en mesurant le niveau de correspondance entre les valeurs individuelles et les valeurs organisationnelles ;

3. La troisième partie se rapporte à la religion et tente d'évaluer son poids dans le travail et d'apprécier son degré de dissociation avec la spiritualité.

**(Karakas 2010)** propose trois perspectives différentes de l'impact de la spiritualité sur les organisations et leur performance :

1. Une perspective des ressources humaines : qui considère que la spiritualité améliore le bien être des employés et leur qualité de vie dans l'entreprise. Et ce en augmentant leur moral et leur engagement et donc leur productivité ou en réduisant leur stress et l'épuisement professionnel ;

2. Une perspective philosophique où la spiritualité offre aux employés un sentiment de sens et d'utilité au travail en intégrant leur croyances, la signification du travail qu'ils font, la raison de leur existence, leur passion voire de leur souffrance ;

3. Une perspective interpersonnelle où la spiritualité offre aux employés un sentiment communautaire et d'interdépendance augmentant leur attachement, la loyauté et l'appartenance à l'organisation.

#### 2.2.1- La spiritualité et l'entrepreneuriat :

Les études qui mettent en rapport l'entrepreneuriat et la spiritualité se font rares. Selon **(Kauanui et al. 2008)**, historiquement, les modèles qui tentent d'expliquer le phénomène de l'entrepreneuriat ont généralement ignoré les aspects spirituels du comportement humain et se sont plutôt concentrés sur les traits de personnalité, les intentions, les processus comportementaux et les contextes externes.

Dans la littérature, des chercheurs anglo-saxons **(Kauanui et al., 2005, 2008 et 2010)** ont étudié le lien entre la spiritualité et le comportement entrepreneurial. L'étude des entrepreneurs du point de vue de la spiritualité et du travail permet de mieux comprendre ce qui pousse les gens à devenir entrepreneurs et montrer comment ils intègrent ces valeurs au milieu au travail **(Kauanui et al., 2008)**.

**(Kauanui et al. 2008)** souligne que la littérature sur l'entrepreneuriat ne prend pas en considération la spiritualité dans la recherche sur la motivation de l'entrepreneur. La majorité des chercheurs retiennent les deux types de facteurs « push » et « pull » qui influencent une personne à se lancer dans une expérience entrepreneuriale. Or, selon **(Kauanui et al. 2008)** des conclusions contradictoires ouvrent la voie à de nouvelles recherches pour mieux comprendre le comportement entrepreneurial. Pour répondre à l'appel à une meilleure compréhension de l'entrepreneur, avec une équipe de chercheurs, elle a procédé à un ensemble d'études sur la motivation des entrepreneurs en intégrant les dimensions spirituelles **(Kauanui, 2005 ; Kauanui et al. 2008, 2010)**.

Les valeurs spirituelles sont susceptibles de promouvoir un entrepreneuriat plus responsable, dans la mesure où les projets impulsés intègrent dans leur conception des objectifs de création de plus-value économique et sociale. Les valeurs de la solidarité, le service à autrui, au territoire ou à la collectivité dont l'entrepreneur est membre, constituent des valeurs intrinsèques au positionnement du projet entrepreneurial, au rôle des parties prenantes dans le fonctionnement du modèle économique, à son financement ainsi qu'à son développement.

La compréhension des spécificités des processus entrepreneuriaux passe inéluctablement par le recours à une variété de registres sociaux et culturels, y compris spirituels.

En suivant (**Bouckaert et Zsolnai 2011**), la spiritualité en tant qu'expérience intime et profonde, permet une prise de distance par rapport aux pressions du marché et aux pratiques entrepreneuriales courantes. Cette distance est fondamentale à plusieurs égards : elle est susceptible de générer des idées et des pratiques innovantes et plus éthiques, de restaurer la motivation intrinsèque et de fournir un horizon temporel de gestion sur le long terme. Quoique la perspective spirituelle n'est pas véritablement acquise ni dans les courants académiques dominants, ni dans les recettes du conseil aux entreprises-règne de la rationalité instrumentale et utilitaire – la littérature relevant de cette approche est toutefois importante (**Eisenhardt et Martin, 2000 ; Greenleaf, 2002 ; Gunther et Macmillan, 2004 ; Rae et Wong, 2004 ; Philpott et shah, 2006 ; Spear et Bidet, 2005 ; Carswell et Rolland, 2007**)

A partir d'entretiens avec des questions ouvertes menés auprès de 35 entrepreneurs, (**Kauanui 2005**) réalise une étude exploratoire qualitative sur la spiritualité et le travail, en essayant de clarifier le comportement des entrepreneurs vis-à-vis de la spiritualité. Son objectif est de comprendre la façon dont la relation entre l'entrepreneuriat et la spiritualité se manifesterait réellement dans la vie professionnelle et/ou sur leur lieu de travail. L'étude empirique aboutit à un cadre conceptuel intéressant sur la spiritualité au travail (**Kauanui et al., 2010 : 255**) en montre que tous les entrepreneurs qui ont adopté la spiritualité ont trouvé un moyen de l'intégrer dans leurs relations avec leurs employés, leurs clients et leurs fournisseurs.

Les individus décident de choisir l'entrepreneuriat pour une multitude de raisons. Dans le contexte actuel de globalisation des marchés et de concurrence agressive, de plus en plus de gens se tournent vers l'entrepreneuriat comme une activité professionnelle. Comparé au travail en tant que salarié, l'entrepreneuriat donne un sens et un but dans la vie. Dans la mesure où plusieurs personnes aspirent à plus qu'à une simple paie, le travail doit offrir à ces entrepreneurs quelque chose qui va au-delà des revenus financiers (**Kauanui et al. , 2008**).

(**Ashmos et Duchon 2000 ainsi que Kauauni 2005**) concernant l'importance de la spiritualité dans la gestion des affaires en ajoutant que jusqu'à aujourd'hui, aucune organisation ne peut survivre sans spiritualité et sans âme.

### 2.3- Concept d'éthique :

Inspiré des philosophes grecs de l'Antiquité, le concept d'éthique est un mot ancien. Le terme vient du grec : « qui désigne le séjour habituel, la demeure, la résidence des animaux et des êtres humains » et « qui signifie le caractère habituel, d'où coutumes, usages, manières d'être, habitudes, mœurs, d'une personne ou d'une cité » (**Fortin, 1995, p. 1-2**).

Le concept d'éthique suscite de nombreux débats. (**Mercier 2003**) suggère que l'éthique ferait référence à un ensemble de règles de conduite partagées et typiques d'une société donnée, ces règles étant fondées sur la distinction entre le bon et le mauvais.

Le terme éthique tire son origine dans la signification de deux mots grecs dont l'un veut dire à la fois « étable » et « habitat » ce qui montre les liens fondamentalement concrets et presque terre-à-terre de ce terme. Mais il tire aussi ses racines d'un autre mot qui a le sens de manière de vivre, de manière d'habiter en soi-même et de diriger son agir pour mieux y vivre. Ce qui nous montre la force



formatrice de cette discipline sur la pensée humaine. En réalité, l'éthique est une très vieille discipline (**Margot Phaneuf, 2012**).

L'éthique elle, procède de manière dialectique, c'est-à-dire qu'elle met en œuvre des moyens rigoureux d'analyse qui mettent en évidence les failles de la logique et les contradictions du discours et cherche à les dépasser (**Margot Phaneuf, 2012**).

(**Kandem 2007**) suggère de considérer l'éthique comme un état d'esprit pour désigner l'ensemble des qualités intellectuelles et morales permettant à l'individu d'agir dans le sens de la vertu, c'est-à-dire en se conformant aux règles morales et aux devoirs en vigueur.

Le terme « éthique » est plutôt utilisé dans les domaines où les normes et les comportements sont à construire, à inventer au moyen d'une réflexion menée de manière individuelle ou collective.

Plusieurs définitions modernes décrivent le concept d'éthique. Les définitions de (**Ricœur 1991**), de (**Meirieu 2012**) et de (**Desaulniers 2007**) sont retenues, à savoir que l'éthique est une visée de « la vie bonne, avec et pour les autres, dans des institutions justes » (**Ricœur, 1991, p. 257**). Cette définition permet de situer l'éthique en trois temps: le souci de soi (viser la vie bonne), le souci de l'autre (avec et pour les autres) et le souci de l'organisation dans lequel se trouve la personne (dans des institutions justes). Pour (**Meirieu 2012**), l'éthique est perçue comme l'interrogation d'une personne sur la finalité de ses actes d'une relation à l'autre. Cette deuxième définition demeure dans le registre qui concerne le rapport à l'autre tout en s'attardant à la réflexion liée aux actions (orientation de l'agir). (**Desaulniers 2007**) précise également qu'il n'est pas du ressort de l'éthique d'imposer des solutions. Il s'agit plutôt d'un mode de régulation des comportements qui aide « à comprendre, à réfléchir, à choisir et à intervenir de façon responsable » (p. 5). Cette nuance est intéressante dans le sens où l'éthique s'inscrit comme un guide pour orienter l'agir.

Réalisant une recension des diverses visions de l'éthique, (**Bergmann 2003**) retient deux courants relevant du domaine des sciences de gestion. Le courant développé par l'école allemande, qui envisage l'éthique comme une plate-forme de dialogue, une charte d'entreprise devant créer un environnement propice à une entente entre des parties intéressées. Il s'agit d'une « éthique communicative » ou une « éthique de discours ». L'accent est mis sur les structures et les processus de la communication qui permettent de définir les normes éthiques.

*A contrario*, le courant américain, ou « *business ethics* », envisage d'aider les managers dans leurs décisions concrètes. C'est une éthique pratique en tant qu'elle inventorie toutes les situations où les dilemmes éthiques se posent. Par la suite, elle développe des méthodes permettant aux cadres de gérer ces cas.

Une idée reçue de ces différentes approches est de considérer l'éthique comme facteur d'orientation du comportement de l'entrepreneur (**Obrecht, 2001**). De ce point de vue, la distinction de Max Weber entre éthique de conviction et éthique de responsabilité est défendue, puis enrichie, par l'intégration d'une relation à autrui.

En fait, l'éthique de conviction religieuse, ou laïque, agit selon un système personnel de valeurs, sans référence aux conséquences de ses actes ; tandis que l'éthique de la responsabilité sait que ce système est comptable envers les autres de la réalisation de ses objectifs et des conséquences qui peuvent en résulter, tout en acceptant la responsabilité personnelle du choix des moyens utilisés (**Obrecht, 2001**). Une lecture en profondeur de ces deux approches suggère une orientation de la question éthique vers le questionnement du soi par rapport à autrui.

(Nillès 2001, 1998) suggère de considérer l'éthique comme explicitation d'un système de vertu valorisé par une entreprise et qui servirait de référence aux individus au moment de la prise de décision.

Dans son acception d'aujourd'hui, l'éthique est un exercice de « législation consensuelle » concernant les hommes en général, leurs besoins, leur vie, leur mort ou « une délimitation évidente et universelle de ce qui est mal, de ce qui ne convient pas à l'essence humaine » (Badiou 2003 : 25). L'éthique est ici, selon Kant, conçue comme la capacité à distinguer le Mal *a priori* (car dans l'usage moderne de l'éthique, le Mal ou le négatif vient en premier, on suppose ainsi un consensus sur ce qui est « barbare », la liberté d'opinion serait la liberté de désigner le Mal) (*ibid.* : 27-28). On suppose ainsi qu'il existerait un sujet humain général et que ce qui lui arrive de mal est identifiable en fonction de critères universels. « Par sa détermination négative et *a priori* du Mal, l'éthique s'interdit de penser la singularité des situations » (*ibid.* : 36). Or, c'est par le bien que l'on détermine le mal et non l'inverse (*ibid.* : 38).

### 2.3.1- Ethique et Entrepreneuriat :

Née dans les années 1970, « l'éthique des affaires connaît un grand essor à partir du début des années 1990, lorsque les entreprises commencent à se soucier de leur image sociale et qu'elles cherchent à montrer que les exigences de rentabilité qui les animent ne sont pas en conflit avec les exigences morales de justice et de respect de la personne. » (Marzano 2008 : 110).

L'éthique entrepreneuriale émerge dans le champ de l'éthique appliquée. L'éthique appliquée n'est pas une éthique au sens de la philosophie morale, c'est un « guide ». Les professions sont sous-tendues par des valeurs et des principes qui peuvent entrer en conflit avec l'éthique. Ces mises en tension demeurent permanentes entre universalisme et particularisme, entre éthique et éthique appliquée, entre éthique appliquée et valeur des professions, entre individu et choix éthique ou valeur morale. Dans le milieu de l'entreprise, cette « réflexion » donne lieu à la rédaction de chartes et codes éthiques auxquels les employés doivent se conformer.

(Fabien Reix) pose la question de l'éthique qui préside à la genèse d'une organisation. Dans une approche sociologique, il suggère que la notion d'éthique personnelle peut entrer en ligne de compte comme source de motivation essentielle dans l'engagement entrepreneurial. Prenant appui sur une étude qualitative auprès d'une soixantaine d'entrepreneurs, il montre qu'au-delà d'un quelconque déterminisme social ou d'un simple raisonnement de type rationnel et instrumental, l'action d'entreprendre relève avant tout d'un registre plus subjectif qui fait référence aux valeurs de l'entrepreneur. Dans cette perspective, l'individu crée une organisation dans une logique de construction de soi en réalisant un projet personnel qui donne du sens à son travail et à son existence. Ainsi la mise en évidence d'une véritable « éthique entrepreneuriale » souligne qu'il est possible de ne plus opposer recherche du bien et recherche de l'efficacité mais bien de concilier ces deux approches dans des projets économiques à finalité sociale voire sociétale.

### 3- Approche méthodologique et collecte des données :

Tout travail de recherche nécessite une méthode de travail, et la nôtre est basée sur la revue de la littérature, le choix de l'orientation épistémologique, le choix de la cible, l'exploration physique et l'engagement avec les répondants.

### 3.1- Position épistémologique :

L'objectif du positionnement épistémologique de la résolution de problèmes en conception est de permettre une meilleure compréhension, et donc une utilisation plus efficace, des méthodes de résolution de problèmes en conception. Le mot "épistémologie" est bien entendu polysémique, il englobe les méthodes propres à chaque science ou domaine scientifique, tout comme les démarches de la pensée scientifique en général, mais il peut se référer également au problème de la vérité scientifique (**Demaizière, F., & Narcy-Combes, J. P. 2007**).

Pour cadrer notre problème et choisir une méthode appropriée, nous devons nous interroger sur le domaine de référence, la triangulation et la validité. Compte tenu de la nature de notre problématique, nous supposons que les aspects et apports du paradigme positiviste sont encore mieux adaptés pour tester nos hypothèses expliquant l'impact du spirituel et éthique en tant que deux variables sur l'entrepreneuriat social. C'est pourquoi nous avons choisi ce paradigme. En ce sens, notre approche se caractérise par un va-et-vient entre la théorie et le terrain pour obtenir des résultats plus représentatifs de la réalité.

### 3.2- Echantillonnage et processus de collecte des données :

Notre étude est basée sur des données collectées sur les périodes suivantes Mai et Juillet 2022, à partir d'un échantillon tiré au sort dans la région de SOUSS-MASSA « rural, et urbain »

Les réponses à nos questions d'enquête ont été obtenues par le biais d'entretiens directs et indirects (contact téléphonique) avec les femmes membres, adhérents, fondatrices, dirigeantes et des gestionnaires de coopératives de la région de Souss-Massa.

L'étude empirique a été menée selon une approche quantitative avec des questionnaires contenant environ 15 questions directes liées à l'impact des deux variables « spiritualité et éthique » sur les traits de personnalité et les attitudes de ces femmes entrepreneurs sociaux dans le but d'Extraire les réponses pertinentes à notre problématique.

### 3.3- Choix de l'étude :

Les coopératives peuvent être définies comme étant une personne morale regroupant des personnes physiques qui ont des besoins économiques, sociaux ou culturels communs et qui en vue de les satisfaire, ces institutions constituent un levier de développement durable au Maroc. Ce dernier étant un pays qui s'inscrit dans un processus de recomposition territoriale il tend à intégrer les principes de genre dans ses politiques de développement. Par ses notions globales, guidées et promulgués par les représentants du Royaume et les instances décisionnelles placent au cœur du processus de rénovation le rôle de la femme marocaine. D'où nous justifions le choix de ce type d'organismes gérées spécialement par les femmes.

### 3.4- Terrain de recherche :

Notre recherche peut être réalisée dans diverses régions, mais nous avons dû arrêter notre choix sur une région plutôt qu'une autre. SOUSS-MASSA est choisi pour plusieurs raisons d'ordre personnel, contextuel et pratique.

SOUSS-MASSA est une région riche en diversités, où les questions d'identité culturelle, de pouvoir et de traditions sont en pleine ébullition.

Région où traditions et modernité se côtoient quotidiennement, elle a amorcé un processus de démocratisation et de modernisation.

### 3.5- Caractéristiques de l'échantillon :

La population ciblée comprend une dizaine femmes entrepreneurs, membres, adhérentes et gérantes des coopératives de la région de SOUSS-MASSA.

Le choix des coopératives est justifié par le rôle qu'elles se préoccupent de la population marginale et exclue en particulier les femmes, au-delà de ses fonctions économiques et sociales elles offrent à ces dernières l'opportunité de s'initier à prendre des décisions tout en cherchant l'intérêt collectif.

La procédure a consisté à sélectionner les répondantes selon deux catégories de variables d'identification fondamentales : groupes culturels (lieu de résidence « rurale, urbain », âge, niveau d'étude), et classe socio-familiale (situation de famille, professions et catégories socioprofessionnelles « PCSP », revenu).

## 4- Présentation et discussion des résultats :

Dans l'objectif de l'étude empirique de notre recherche, est de réaliser une enquête via un questionnaire avec les femmes membres, adhérentes et membres des coopératives de la région Souss-Massa pour analyser l'influence des valeurs éthiques et spirituelles sur le processus d'entrepreneuriat social.

En se référant aux réponses de l'échantillon, nous allons présenter les résultats de notre étude quantitative, d'après leurs témoignages nous avons constaté des différences significatives en termes d'impact d'éthique et de spiritualité.

Le discours de plusieurs femmes entrepreneurs sociaux traduit un alignement avec les valeurs personnelles. Plusieurs d'entre eux parlent de leur enfance, de leur famille ou de leur éducation. Certains racontent brièvement leur vie de famille ou leur parcours d'enfance pour expliquer qu'ils sont arrivés dans la vie d'adulte avec des valeurs et une certaine vision du monde. Autrement dit La spiritualité et l'éthique, semble créer un éveil chez les femmes interrogées dans leur vision du monde. Encore plus, elles orientent leur orientation professionnelle.

Les femmes interrogées indiquent une influence omniprésente de la religion, l'éthique et la spiritualité sur toutes les dimensions de la construction du projet entrepreneurial. Leur discours montre que leur acquis en termes de religion, éthique, spiritualité a évolué leur expérience entrepreneuriale, en leur donnant l'opportunité de mettre en action ces valeurs, d'agir en accord avec elles et de réaliser en même temps une congruence entre ces variables personnelles et celles du monde qui les entoure

Plusieurs témoignages racontent comment la femme entrepreneur, et gérante de la coopérative a vécu sa première expérience de « team leader » qui n'était pas toujours facile à son début. L'adhésion à cette institution d'entrepreneuriat social a permis à la femme d'apprendre à écouter, à prendre du recul sur ses propres idées et ses convictions. Nous retrouvons ainsi un rapprochement avec la spiritualité qui permet « une meilleure écoute, une meilleure entente entre les personnes, un meilleur engagement pour le développement durable et l'éco-spiritualité ». A l'instar des dirigeants, les femmes membres et adhérentes « font appel à leurs ressources spirituelles pour les aider à se dépasser et à se transformer » (Voynnet-Fourboul, 2011).

La perspective philosophique de la spiritualité offre à ces femmes un sentiment de sens et d'utilité au travail en intégrant leurs croyances, la signification du travail qu'elles font, la raison de leur existence, leur passion voir de leur souffrance.

Spiritualité et éthique pour notre cible -« Les femmes »-, se qualifient comme raisonnement, un pour ou un contre à appliquer pour déterminer le choix d'une conduite devant un problème moral, autrement c'est ce qui indique ce qu'il faut faire ou ne pas faire pour demeurer conformes aux règles d'une société. C'est l'ensemble d'action et des valeurs qui fonctionnent comme normes dans la société marocaine.

Les résultats de notre renvoie à une des manifestations de la spiritualité : une harmonisation des valeurs personnelles avec la mission et la vision de l'organisation (**DeValk, 1996**), autrement dit un alignement de l'être intérieur personnel avec la vision, la mission et les valeurs de l'organisation (**Milliman, Czaplewski et Ferguson, 2003**).

De ces premiers constats (résultats préliminaires) de notre étude, une perspective des ressources humaines en général et des femmes membres, adhérents et gérantes des coopératives de la région en particulier considère que les deux variables : éthique et spiritualité améliorent le bien être du personnel et leur qualité de vie au sein de la coopérative. Et ce en augmentant leur moral et leur engagement et donc leur productivité ou en réduisant leur stress et l'épuisement professionnel. Une recherche du bien être individuel, du bien-être de l'équipe à laquelle appartient la femme entrepreneur et celle de sa communauté est présente dans les témoignages.

## 5- Conclusion :

En guise de conclusion, pour mieux comprendre le lien entre la spiritualité, l'éthique et le comportement entrepreneurial des entrepreneurs sociaux –femmes-, il faut non seulement explorer les attitudes de ces membres, adhérentes et gérantes des coopératives, mais il serait aussi intéressant d'inclure les personnes qui les entourent et qui les accompagnent dans la mise en œuvre de projets d'entrepreneuriat social notamment leur entourage, famille, conjoint, les professionnels des institutions d'entrepreneuriat social

Certes que des recherches empiriques ont prouvé que, malgré la diversité mentionnée, la spiritualité a une influence bénéfique sur la performance d'une organisation, notamment sur le niveau de créativité, d'honnêteté et de confiance, mais également sur l'épanouissement personnel et l'engagement, ce qui conduira in fine à une amélioration de la performance organisationnelle (**Krishnakumar et Neck, 2002**). Mais notre étude a confirmé le manque de travaux de recherches par les auteurs et théoriciens traitant la problématique d'une façon bien détaillée.

Cette recherche est une étude exploratoire. Elle est le début d'un travail de recherche pour saisir et comprendre le lien entre l'expérience entrepreneuriale au sein des coopératives des femmes de la région SOUSS-MASSA et les dimensions suivantes de la spiritualité : l'authenticité, la vie intérieure, le bien être, la joie, la recherche de sens de l'existence, le sens au travail et le sens communautaire.

Une confirmation de l'ampleur et du grand impact de ces deux variables étudiées et évoquées sur le comportement des entrepreneurs sociaux afin de garantir la réussite et la continuité des projets de l'entrepreneuriat social à savoir les coopératives a été faite par notre étude, mais ceci reste insuffisant et notre travail ouvre la voie à apporter des éléments stimulants pour la réflexion relative à ce lien entre éthique, spiritualité et entrepreneuriat social.

A travers ce travail, nous explorons de futures pistes de recherche dans le domaine de l'entrepreneuriat social, étant donné le manque d'aspect théorique dont souffre le sujet traité.

## 6- Bibliographie :

- Aaij, R., Adeva, B., Adinolfi, M., Ajaltouni, Z., Akar, S., Albrecht, J., ... & Comerma-Montells, A. (2017). Test of lepton universality with  $B \rightarrow K^* \ell^+ \ell^-$  decays. *Journal of High Energy Physics*, 2017(8), 1-31.
- AHROUCH, S. 2011. «Les coopératives au Maroc : enjeux et évolutions ». Association RECMA –REVUE INTERNATIONALE DE L'ÉCONOMIE SOCIALE n°322. p 23-26
- ASLI, A., & SLITINE, A. E. I. (2013). L'entrepreneuriat social au Maroc, Perception et pistes de développement. *Revue Marocaine de Recherche en Management et Marketing*, (8).
- Allemand, S. (2010). L'économie sociale et solidaire à l'heure de l'entrepreneuriat social. *Marché et organisations*, (1), 93-105.
- Alter, M. J. (2004). *Science of flexibility*. Human Kinetics.
- Alvord, S. H., Brown, L. D., & Letts, C. W. (2004). Social entrepreneurship and societal transformation: An exploratory study. *The journal of applied behavioral science*, 40(3), 260-282.
- Ashmos, D. P., & Duchon, D. (2000). Spirituality at work: A conceptualization and measure. *Journal of management inquiry*, 9(2), 134-145.
- BENHIDA, Z., & BRANCU, L. (2019). Evaluation sur le profil de l'intelligence culturelle des étudiants marocains et roumains. *Revue Marocaine de la Prospective en Sciences de Gestion*, (2).
- Barthélémy A. et Slitine,(2014), Entrepreneuriat social : innover au service de l'intérêt général
- Blackburn, R., & Ram, M. (2006). Fix or fixation? The contributions and limitations of entrepreneurship and small firms to combating social exclusion. *Entrepreneurship and Regional Development*, 18(1), 73-89.
- Borges, C., Filion, L. J., & Simard, G. (2008). Processus de création de nouvelles entreprises: temps, difficultés, changements et performance.
- Bornstein, G., & Yaniv, I. (1998). Comportement individuel et de groupe dans le jeu de l'ultimatum : les groupes sont-ils des joueurs plus « rationnels » ? *Experimental Economics*, 1(1), 101-108.
- Bouckaert, L., & Zsolnai, L. (2011). Spirituality and business. In *Handbook of spirituality and business* (pp. 3-8). Palgrave Macmillan, London.
- Bussing, R., Schoenberg, N. E., Rogers, K. M., Zima, B. T., & Angus, S. (1998). Explanatory models of ADHD: Do they differ by ethnicity, child gender, or treatment status?. *Journal of Emotional and Behavioral Disorders*, 6(4), 233-242.
- Charte africaine de l'entrepreneuriat social, de Consortium Africain Pour L'Entrepreneuriat Social, 2012.
- CHERIF, R., & SASSI, B. Congrès AEI 2019–Track 12–Entrepreneuriat et Spiritualité.
- Cornelius-White, J. (2007). Learner-centered teacher-student relationships are effective: A meta-analysis. *Review of educational research*, 77(1), 113-143.
- Cochand, N. (2018). La spiritualité est-elle un objet théologique identifiable?. *Etudes théologiques et religieuses*, 93(3), 435-450.
- Dearlove, D. (2004). Interview: Jeff Skoll. *Business strategy review*, 15(2), 51-53.



- Demaizière, F., & Narcy-Combes, J. P. (2007). Du positionnement épistémologique aux données de terrain. *Recherches en didactique des langues et des cultures. Les cahiers de l'Acedle*, 4(4).
- Desa, G. (2010). Social entrepreneurship: snapshots of a research field in emergence. In *Values and opportunities in social entrepreneurship* (pp. 6-28). Palgrave Macmillan, London.
- Defourny, J., & Nyssens, M. (2011). Approches européennes et américaines de l'entreprise sociale: une perspective comparative. *Revue internationale de l'économie sociale: Recma*, (319), 18-35.
- Durkheim, É. (1897). *De la division du travail social*, 1893, Paris, PUF, 1991. La principale forme de solidarité dans les sociétés modernes est appelée par Durkheim la solidarité organique, par opposition à la solidarité mécanique, 19.
- Durkheim, E. (1893). *De la division du travail social: étude sur l'organisation des sociétés supérieures*. Paris: Felix Alcan. 1897. Le suicide, étude de sociologie.
- Duyck, J. Y., Moal-Ulvoas, G., & Voynet-Fourboul, C. (2017). *Management et spiritualité*. Management Prospective Editions.
- Eckles, R. E., Meslin, E. M., Gaffney, M., & Helft, P. R. (2005). Éducation à l'éthique médicale : où en sommes-nous ? Où devrions-nous aller? Un examen. *Médecine universitaire*, 80(12), 1143-1152.
- EL YAMLAHI, I. M. A. N. E. (2018). Les modèles de valeur en entrepreneuriat social: Présentation et essai d'analyse. *Revue Economie & Kapital*, (14).
- ELKANDOUSSI, F. OMARI, S. 2011 «les coopératives féminines d'Argan au Maroc: un domaine propice à la mise en place de la démarche de développement durable» Université Ibn Zohr, ENCG Agadir.
- Emeline, S. et Anne-Claire, P. Evaluer l'impact social d'une entreprise sociale : points de repère. *recma. Revue internationale de l'économie sociale*. n° 331. Janvier 2014. p 36-92.
- Emmons, R. A. (2000). Is spirituality an intelligence? Motivation, cognition, and the psychology of ultimate concern. *The International Journal for the psychology of Religion*, 10(1), 3-26.
- Fillion, L. J. (2008). Les représentations entrepreneuriales: un champ d'études en émergence. *Revue internationale de psychosociologie*, (32), 11-43.
- Fortin, P. (2011). La morale, l'éthique, l'éthicologie: une triple façon d'aborder les questions d'ordre moral. PUQ.
- Fourboul, C. V. (2011). La spiritualité des dirigeants en situation de passage de leadership. *Management Avenir*, (8), 202-220.
- Freireich, J., & Fulton, K. (2009). Investing for social and environmental impact: A design for catalyzing an emerging industry. *Monitor Institute*, 1-86.
- Gallenga, G. (2013). L'éthique entrepreneuriale: un objet anthropologique?. *Moussons. Recherche en sciences humaines sur l'Asie du Sud-Est*, (21), 21-36.
- Greene, D. F., & Johnson, E. A. (2000). Tree recruitment from burn edges. *Canadian Journal of Forest Research*, 30(8), 1264-1274
- Grenier, P. (2002, July). The function of social entrepreneurship in the UK. In ISTR Conference, Cape Town, July.
- Gardin, L. (2013). Entrepreneurs sociaux et économie sociale et solidaire, continuités et ruptures. XXXIIIes Journées de l'Association d'Économie Sociale, Les nouvelles frontières de l'économie sociale et solidaire, Cahiers du CIRTES, Presses universitaires de Louvain, HS, (3), 121-48.

- HATTABOU, A., AHMIMID, A., & CHRAIBI, S. (2019). Entrepreneuriat responsable: relecture du comportement entrepreneurial au prisme de la culture et la spiritualité. *Moroccan Journal of Entrepreneurship, Innovation and Management*, 4(2), 44-58.
- Hayat, Z. et Slimane, L. 2016. « Coopératives de femmes: une forme d'entreprendre autrement». *Remacoop6*. ODCO Editions. Rabat. p 68-75.
- HCP. 2016. «La femme marocaine en chiffres. Tendances d'évolution des caractéristiques démographiques et socioprofessionnelles». 54 p.
- Herve-Desirat, E. (2012). Spiritualité. In *Les concepts en sciences infirmières* (pp. 288-291). Association de Recherche en Soins Infirmiers.
- Hockerts, K. (2006). Entrepreneurial opportunity in social purpose business ventures. In *Social entrepreneurship* (pp. 142-154). Palgrave Macmillan, London.
- Huybrechts, B., & Nicholls, A. (2012). Social entrepreneurship: Definitions, drivers and challenges. In *Social entrepreneurship and social business* (pp. 31-48). Gabler Verlag.
- Jabłoński, A., & Jabłoński, M. (2020). The Value Economy and Its Influence on Shaping Social Business Models. In *Social Business Models in the Digital Economy* (pp. 119-137). Palgrave Macmillan, Cham.
- Janssen, F., Bacq, S., & Brouard, F. (2012). L'entrepreneuriat social: Un thème pour la recherche passée, présente et future. *Revue internationale PME Économie et gestion de la petite et moyenne entreprise*, 25(3-4), 17-44.
- Janssen, F. (2016). *Entreprendre: Une introduction à l'entrepreneuriat*. De Boeck Supérieur.
- Greene, D. F., & Johnson, E. A. (2000). Tree recruitment from burn edges. *Canadian Journal of Forest Research*, 30(8), 1264-1274.
- Jiao, H. (2011). A conceptual model for social entrepreneurship directed toward social impact on society. *Social Enterprise Journal*.
- Karakitapoğlu Aygün, Z., Arslan, M., & Güney, S. (2008). Work values of Turkish and American university students. *Journal of Business Ethics*, 80(2), 205-223.
- Karakas, F. (2010). Spirituality and performance in organizations: A literature review. *Journal of business ethics*, 94(1), 89-106.
- Kauanui, S. K., Thomas, K. D., Sherman, C. L., Waters, G. R., & Gilea, M. (2008). Exploring entrepreneurship through the lens of spirituality. *Journal of management, spirituality & religion*, 5(2), 160-189.
- Khalid, S., Dixon, S., & Vijayasingham, L. (2021). The gender responsiveness of social entrepreneurship in health—A review of initiatives by Ashoka fellows. *Social Science & Medicine*, 114665.
- Leadbeater, C. (1997). The rise of the social entrepreneur (No. 25). *Demos*.
- Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 907-933.
- Madill, J., Brouard, F., & Hebb, T. (2010). Canadian social enterprises: An empirical exploration of social transformation, financial self-sufficiency, and innovation. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 22(2), 135-151.
- Mair, J., & Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of world business*, 41(1), 36-44.
- McConway, M. G., Johnson, D., Kelly, A., Griffin, D., Smith, J., & Wallace, A. M. (2000). Differences in circulating concentrations of total, free and bound leptin relate to gender and body composition in adult humans. *Annals of clinical biochemistry*, 37(5), 717-723.
- Mercier, S. (2003). La formalisation de l'éthique en entreprise, un état des lieux. *L'éthique d'entreprise à la croisée des chemins*, 67-87.

- Meirieu, P. (2012). *Le choix d'éduquer-éthique et pédagogie* (11<sup>a</sup> édition ed.). Paris: ESF éditeur.
- Milliman, J., Czaplewski, A. J., & Ferguson, J. (2003). Workplace spirituality and employee work attitudes: An exploratory empirical assessment. *Journal of organizational change management*
- Mort, G. S., Weerawardena, J., & Carnegie, K. (2002). Social entrepreneurship: Towards conceptualization and measurement. In American Marketing Association. *Conference Proceedings* (Vol. 13, p. 5). American Marketing Association.
- Mustapha, J. A. A. D. (2020). Management des coopératives féminines au Maroc: Pratiques et compétences. *Moroccan Journal of Entrepreneurship, Innovation and Management*, 5(2), 32-42.
- Reix, F. (2008). L'ancrage territorial des créateurs d'entreprises aquitains: entre encastrement relationnel et attachement symbolique. *Géographie, économie, société*, 10(1), 29-41..
- Ricoeur, P. (1991). Pour une éthique du compromis. *Alternatives non violentes*, 80, 2-7.
- Roberts, D., & Woods, C. (2005). Changing the world on a shoestring: The concept of social entrepreneurship. *University of Auckland business review*, 7(1), 45-51.
- Rokeach, M. (1972). *Beliefs, attitudes and values: A theory of organization and change*. Jossey-Bass,.
- Schmitt, C. (2008). Regards sur l'évolution des pratiques entrepreneuriales. PUQ.
- Schmitt, D. P., Realo, A., Voracek, M., & Allik, J. (2009). " Why can't a man be more like a woman? Sex differences in big five personality traits across 55 cultures": Correction to Schmitt et al.(2008).
- Sharir, M., & Lerner, M. (2006). Gauging the success of social ventures initiated by individual social entrepreneurs. *Journal of world business*, 41(1), 6-20.
- Sotelo, R. J. (2006). Access of development banks to the central bank: The case of COFIDE and interest rates in Peru.
- Thompson, J., Alvy, G., & Lees, A. (2000). Social entrepreneurship—a new look at the people and the potential. *Management decision*.
- Wach, M., & Hammer, B. (2003). La structure des valeurs en France d'après le modèle de Schwartz. *Revue internationale de psychologie sociale*, 16(4), 47-86.
- Weber, E. (1958). Le renouveau nationaliste en France et le glissement vers la droite, 1905-1914. *Revue d'histoire moderne et contemporaine (1954-)*, 5(2), 114-128.