

DIVERSITE D'HYBRIDATION DES RESSOURCES DANS LES ENTREPRISES SOCIALES EN EUROPE¹

Laurent Gardin²

Résumé

L'objectif de cette contribution est d'analyser, à partir de la définition substantive de l'économie (élaboré à partir des travaux de Karl Polanyi), les différents types de ressources mobilisés par les entreprises sociales européennes. Les entreprises sociales européennes hybrident de manière complexe quatre types de relations économiques : le marché, la redistribution, le marché sociopolitiquement encastré, et la réciprocité. Une typologie des Entreprises sociales d'insertion (ESI) est dégagée afin de comprendre les spécificités de ces entreprises au-delà des contextes nationaux.

The objective of this paper is to analyse, on the basis of the substantive definition of the economy (elaborated in the footsteps of Polanyi), the various types of resources mobilised by European social enterprises. European social enterprises use a complex mix of resources based on four types of economic relations: the market, redistribution, the socio-politically embedded market, and reciprocity. A European typology of Work Integration Social Enterprise (WISEs) is put forward, in order to understand these enterprises' dynamic across national borders.

Introduction : l'entreprise sociale dans une économie plurielle

Ce travail a été réalisé grâce à la direction d'un des volets du programme de recherche Perse, mené de 2001 à 2004 avec le réseau de recherche Emes³ et la collaboration de onze équipes de recherche européennes dont le CRIDA pour la France. Ce programme, soutenu par la

¹ Cette contribution constitue la version française inédite et raccourcie du chapitre d'un ouvrage collectif à paraître (Gardin, 2006).

² Université de Valenciennes et du Hainaut Cambrésis – Réseau 21, Laboratoire interdisciplinaire pour la sociologie économique (UMR, Lise CNRS-CNAM).

³ Pour plus d'informations sur ce réseau <http://emes.net/>

direction générale de la recherche de la Communauté européenne, a porté sur 150 entreprises sociales d'insertion par le travail (ESI) réparties dans onze pays de l'Union européenne. Ce programme visait à appréhender leur performance socio-économique en combinant trois approches : l'analyse des différents types de ressources mobilisées, qu'elles soient du marché, de la redistribution ou de la réciprocité - qui va être ici restituée ; l'analyse des objectifs des ESI et des bénéfices individuels (pour les travailleurs en insertion) et collectifs (pour la société en général) engendrés par ces entreprises ; l'étude de leur évolution organisationnelle au cours du temps et notamment l'interaction avec les politiques publiques. Nous avons dirigé cette première partie de la recherche, et les résultats s'appuient sur une méthodologie reprise par les équipes impliquées.

L'approche économique des entreprises sociales en général et des ESI en particulier se fonde sur une définition substantive de l'économie dans le prolongement des travaux de Karl Polanyi. Polanyi (1975, p. 239) désigne le sens substantif du terme économique à partir de « la dépendance de l'homme par rapport à la nature et à ses semblables. Il renvoie à l'échange entre l'homme et son environnement naturel et social. Cet échange fournit à l'homme des moyens de satisfaire ses besoins matériels ». Cette approche permet de mettre en évidence la diversité des principes économiques qui ne sont pas réductibles au marché ou à la redistribution, mais aussi à l'administration domestique et à la réciprocité. Ce dernier registre économique nous apparaît central pour caractériser les entreprises sociales mais il est souvent négligé des analyses économiques car il relève le plus souvent de l'économie non-monnaire. Polanyi définit la réciprocité à partir des principes anthropologiques de don et contre-don permanent et montre que « la *réciprocité* exige une réponse adéquate, non une égalité mathématique. » L'importance de la réciprocité dans les sociétés primitives conduit alors à contester le caractère naturel, chez l'homme, de la « propension à échanger bien contre bien, bien contre service, chose contre autre chose » (Polanyi, 1983, pp. 71-72) mis en avant par Adam Smith.

C'est sur cette hypothèse d'une pluralité des registres économiques que s'est forgé le concept d'entreprise sociale en donnant une place centrale à la réciprocité. Cette conceptualisation s'appuie sur la distinction des trois grands types d'économie :

- l'économie marchande correspond à l'économie dans laquelle la distribution des biens et services est confiée prioritairement au marché. Mais « l'économie marchande n'est pas uniquement organisée autour du marché et elle admet de nombreuses contributions non-marchandes, ne seraient-ce que les aides et subventions versées aux entreprises. Ceci dit,

la combinaison réalisée en son sein se singularise par la priorité accordée au marché et par la subordination des apports non-marchands et non-monétaires à celui-ci » (Laville et Nyssens, 2001, p. 324-325). Dit autrement, l'économie marchande mixe des ressources marchandes et non-marchandes voire non-monétaires.

- « l'économie non-marchande correspond à l'économie dans laquelle la distribution des biens et services est confiée prioritairement à la redistribution organisée sous la tutelle de l'État-social » (*Ibid.*).
- « l'économie non-monétaire correspond à l'économie dans laquelle la distribution des biens et services est confiée prioritairement à la réciprocité et à l'administration domestique. Certes, un certain nombre de relations réciprocaires empruntent des formes monétarisées mais c'est bien au sein de l'économie non-monétaire que se trouvent mis en œuvre les principaux apports réciprocaires par l'autoproduction et l'économie domestique » (*Ibid.*). L'ensemble de l'économie monétaire ne relève pas de la réciprocité, ainsi la mise à disposition gratuite de locaux par une collectivité locale s'inscrit dans le registre de la redistribution, c'est à partir de la valorisation du volontariat que l'on peut principalement mettre en évidence la mobilisation de ressources réciprocaires dans les entreprises sociales.

Laville et Nyssens concluent : « Si l'on s'appuie sur cette conceptualisation plurielle de l'économie, au-delà de la spécificité relevée dans son émergence, l'entreprise sociale voit sa consolidation conditionnée par sa capacité à articuler dans le temps les trois pôles de l'économie. » L'hybridation ne signifie pas seulement le recours à ces trois types de ressources mais « évoque un équilibrage entre ces ressources, négocié avec les partenaires dans le respect de la logique des projets ». Pour parvenir à cet équilibrage, à cet agencement triangulaire de trois pôles, le pôle de réciprocité opère « une construction et un ajustement conjoints de la demande et de l'offre de service s'articulant avec les pôles du marché et de la redistribution » (*Ibid.*, p. 325).

La réciprocité apparaît alors au cœur des définitions de l'entreprise sociale. Pour rendre visible la réciprocité, il importe tout d'abord d'appréhender les ressources non-monétaires. Cette valorisation des éléments non-monétaires permet de mettre en évidence les ressources de la réciprocité qui, le plus souvent, comme le bénévolat, ne prennent pas de forme monétaire ; elle est aussi un moyen de mettre en évidence certains appuis apportés par la redistribution, souvent oubliés, telles que les exonérations de charges sociales et les mises à

disposition de personnel ou de locaux. Or, si les ressources monétaires apparaissent dans les bilans et comptes de résultats des initiatives, les éléments non-monétaires directement liés ne sont pas toujours valorisés pour obtenir une vision complète de l'économie de ces initiatives. Ensuite, il convient d'apprécier dans quelle mesure la réciprocité influence les autres types de relations économiques et notamment de préciser dans quelle mesure elle permet un réencastrement des échanges marchands dans des réseaux de solidarité ; dit autrement, il s'agit de voir comment l'échange de biens et services tient compte des objectifs sociaux et socio-politiques des Wise.

Appréhender les registres économiques que mobilisent ces initiatives est donc complexe, il faut à la fois saisir :

- *l'origine des ressources* (ex : des ménages, du secteur privé, du secteur public, de l'économie sociale et solidaire) ;
- *l'objet de ces ressources* (ex : achat de service, réponse aux objectifs sociaux, réponse aux objectifs sociopolitiques) ;
- *la logique économique d'attribution des ressources* (ex : achats de services, subventions et conventions, don et bénévolat).

Une telle analyse ne peut donc se limiter à des données chiffrées. Si elle doit s'appuyer, pour les ressources monétaires, sur une analyse du budget, elle doit être complétée par des entretiens avec les responsables de structure pour parvenir à mesurer les ressources non-monétaires, et surtout pour saisir les modalités de captation de ces ressources. Il faut donc parvenir, à partir d'entretiens avec les responsables des structures, à comprendre le fonctionnement économique des organisations et répondre aux enjeux de la problématique. Cette approche a été menée sur un total de 146 entreprises à partir de l'analyse de leurs comptes de l'année 2001 et d'une démarche compréhensive issue d'entretiens avec les dirigeants des ESI. L'échantillon a été construit par chacune des équipes membres du réseau en veillant notamment à ce que les entreprises aient une certaine ancienneté montrant leur pérennité, qu'elles soient représentatives des types de structures d'insertion par l'économie de chacun des pays, qu'elles répondent au moins en partie aux critères de l'entreprise sociale définie par le réseau Emes, à savoir sur le plan économique (une activité continue de production, un degré élevé d'autonomie, un niveau significatif de prise de risque économique...) et sur le plan social (une initiative émanant d'un groupe de citoyens, un

objectif explicite de bénéfice à la communauté, un pouvoir de décision non basé sur la détention de capital, une dynamique participative...).

Avant de livrer les résultats de cette recherche, des difficultés méthodologiques sont à signaler. Elles portent d'une part sur les problèmes rencontrés pour évaluer monétairement les aides indirectes, notamment en ce qui concerne les exonérations de charges sociales et les exemptions d'impôts, du fait de la complexité de certains dispositifs nationaux. Toujours concernant les ressources non-monétaires, l'évaluation quantitative s'est avérée délicate pour certaines ESI, peu habituées à ce type d'analyse et parfois réticentes vis-à-vis de cette démarche. Par ailleurs, les entretiens qualitatifs ont été réalisés avec des représentants des initiatives et il leur a été difficile de répondre aux questionnements portant sur les motivations des apporteurs de ressources. Cette difficulté a entraîné, par exemple, un taux de non-réponses de 28 % à la question portant sur la prise en compte des motivations sociales et sociopolitiques dans l'achat de service par les acteurs des différents secteurs. Enfin, avec en moyenne 14 ESI étudiées par pays, nous nous garderons de dresser une typologie nationale de l'hybridation des ressources. En revanche, ce travail permet d'une part de dresser les caractéristiques générales de l'hybridation des ressources des ESI en Europe et, d'autre part de livrer une première typologie transnationale des difficultés et modalités d'articulation des ressources prenant en compte leurs caractéristiques.

1. Diversité des relations économiques et des apporteurs de ressources

Les ventes de biens et services sont, avec en moyenne 62 % des ressources monétaires, le premier type de ressources des ESI. Les subventions représentent 35 %, les dons et cotisations seulement 3 % de leurs ressources monétaires. Il ne faut pas pour autant négliger l'importance des ressources non-monétaires qui représentent en moyenne 13 % des ressources totales. Ces ressources non-monétaires sont composées d'aides indirectes et de la valorisation du bénévolat. Cette valorisation des ressources non-monétaires relativise l'importance de la vente des biens et services. Mais si les ventes sont le premier type de ressources, elles ne représentent, en moyenne, que 53 % de leurs ressources totales.

Outre la valorisation des éléments non-monétaires, l'autre originalité de notre approche est de s'intéresser à l'origine des ressources. Cette méthode met en évidence la prédominance du secteur public dans l'équilibre économique de ces initiatives, plus de la moitié des ressources des ESI (56 %) provenant de ce secteur. Une simple lecture des documents comptables des initiatives aurait conclu à une part de 32 % des subventions publiques, ou de la redistribution,

dans les ESI. Or le pôle de la redistribution intervient dans l'équilibre économique des entreprises à hauteur de 19 % de leur budget total, à partir de l'achat de biens et de services suivant des modalités qui ne relèvent pas de relations strictement marchandes. En outre, il apporte des aides non-matérielles à hauteur de 4 %. C'est donc près d'un quart (23 %) des ressources totales dont l'origine n'est pas mise en évidence par les documents comptables des entreprises. Notre approche montre alors que le secteur public, s'il est le principal pourvoyeur de subventions, est aussi un apporteur d'aides indirectes (exonérations de charges, déductions d'impôts, mises à dispositions) et un acheteur de biens et services.

Tableau 1 : Hybridation générale des ressources dans les ESI.

L'origine des ressources	Ménages	Secteur privé	Secteur public	Tiers secteur	Total des ressources
1. Les ressources monétaires	16 %	15 %	51 %	6 %	88 %
1.1. La vente de biens et services	15 %	15 %	19 %	4 %	53 %
1.2. Les subventions directes			32 %		32 %
1.3. Les dons, cotisations...	1 %	0 %	0 %	1 %	2 %
2. Les ressources non-matérielles	5 %	0 %	5 %	2 %	12 %
2.1. La valorisation des aides non-matérielles et des subsides indirects	0 %	0 %	4 %	2 %	6,5 %
2.2. La valorisation du travail volontaire	5 %	0 %	0 %	0 %	5,5 %
Total des ressources (monétaires et non-matérielles)	21 %	15 %	56 %	8 %	100 %

Majorité des ressources provenant de la vente de biens et de services (53 %), primauté du secteur public dans l'apport de ressources (56 %), apport non négligeable mais sous-valorisé de ressources non-matérielles, telles sont les caractéristiques générales des ressources des ESI. Globalement, ces entreprises hybrident l'ensemble des ressources même si, on y reviendra, des modalités différentes d'articulation apparaissent. Ces caractéristiques générales présentées, il nous faut maintenant analyser comment les acteurs de ces expériences

parviennent à ces hybridations et comment jugent-ils les relations nouées avec les différents apporteurs de ressources.

1.1. LES RESSOURCES MARCHANDES ET LEUR ENCASTREMENT SOCIOPOLITIQUE

Avec 53 % de leurs ressources totales, les ventes constituent les principales ressources de ces entreprises. Cette majorité de ressources marchandes confirme une inscription incontournable des ESI dans le marché pour leur équilibre économique. Mais ces ressources marchandes présentent des caractéristiques particulières quant à leurs origines et à la manière dont elles se réalisent, du fait de l'importance des réseaux dans leur mobilisation mais aussi de la prise en compte des objectifs sociaux et sociopolitiques des entreprises sociales par les acheteurs.

Les ventes aux ménages représentent 15,5 % et celles au secteur privé 14,5 % des ressources totales, soit au total 30 %. Le taux plus ou moins important de ressources provenant du secteur privé ou des particuliers est directement lié à la nature des activités menées. Par exemple, au Portugal, les initiatives étudiées relèvent du champ des services aux personnes et la vente aux particuliers représente la totalité des ventes de services (37 % des ressources). *A contrario*, en Italie, le développement d'activités industrielles par les coopératives sociales montre une forte coopération avec le secteur privé (29 % des ressources contre seulement 6 % avec les ménages).

Quant aux ventes de biens et services au secteur public, elles représentent 19 % soit un montant supérieur à celles effectués vers le secteur privé et les ménages ; ces ventes se font notamment auprès des municipalités (12 % des ressources totales). Enfin, les ventes au tiers secteur atteignent 4 % du budget total.

Toutefois, comme le souligne l'équipe allemande, les modalités de réalisation de ces ventes de services sont variées et présentent des manières différentes d'aborder à la fois la prise en compte de préoccupations sociétales, et l'acte marchand d'achat. Les responsables des entreprises sociales ont souligné l'importance des réseaux sociaux dans la mobilisation des ressources, y compris quand celles-ci proviennent du marché. Plus précisément, les différentes équipes les ont interrogés sur la prise en compte par les acheteurs des objectifs sociaux et sociopolitiques des entreprises sociales dans la réalisation de leurs achats.

Tableau 2 : **Prise en compte des objectifs sociaux et sociopolitiques par les acheteurs.**

Les types de ventes	L'origine des ventes				Total des ventes
	Ménages	Secteur privé	Secteur public	Tiers secteur	
Ventes <u>avec</u> prise en compte des objectifs sociaux et sociopolitiques par l'acheteur	14 %	16 %	47 %	66 %	31 %
Ventes <u>sans</u> prise en compte des objectifs sociaux et sociopolitiques par l'acheteur	59 %	61 %	15 %	16 %	41 %
Non-réponse	26 %	22 %	38 %	18 %	28 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Cette question a donné lieu à un taux de non-réponse important (28 %), mais des différences très nettes apparaissent entre, d'un côté les ménages et le secteur privé et de l'autre, le secteur public et le tiers secteur. Si une majorité relative de 41 % (57 % si on ne tient pas compte des non-réponses) montre une absence de prise en compte des objectifs sociaux et sociopolitiques, cette absence se manifeste principalement à travers les achats réalisés par les ménages (59 %) et par le secteur privé (61 %). On se trouve alors dans des relations marchandes, qui sont certes pour une partie encadrées dans des réseaux sociaux, mais qui se fondent prioritairement sur la qualité et sur le prix des biens et des services. Toutefois, les clients peuvent être motivés par la nature de l'activité produite comme par exemple la vente de produits écologiques. Ce n'est pas l'objectif d'insertion des ESI qui motive prioritairement le secteur privé dans l'achat de service excepté dans des cas relativement rares comme Exodus en Italie qui a noué des partenariats avec des entreprises privées locales.

En revanche, dans près de 47 % des achats du secteur public et dans les deux tiers des achats par le tiers secteur (respectivement 75 % et 80 % si l'on ne tient pas compte des non-réponses), les objectifs sociaux et sociopolitiques des entreprises sociales font partie des critères de choix des prestataires. Si ces motivations des pouvoirs publics conduisent à donner la priorité aux ESI, elles ne les empêchent pas d'être exigeants quant à la qualité et au prix des biens et services. On qualifiera ces relations économiques alors de *marchés connaissant un réencastrement sociopolitique*.

Les principaux acheteurs publics sont d'abord les institutions municipales, puis les institutions régionales. C'est en Italie que les ventes au secteur public (notamment auprès des

municipalités) sont les plus fortes et que la prise compte des objectifs sociaux et sociopolitiques est très nettement majoritaire.

Au-delà de l'inscription des ventes dans des réseaux sociaux, on note une forte prise en compte des objectifs sociaux et sociopolitiques des entreprises par les acheteurs du secteur public et du tiers secteur.

1.2. LA DIVERSITE DES SUBVENTIONS

Avec 56 % du total des ressources, le secteur public est le plus grand pourvoyeur de fonds des ESI suivant des modalités très variées. En plus des ventes de biens et services, qui atteignent 19 % des ressources totales des ESI analysées précédemment et qui font, on la vu, l'objet d'un réencastrement sociopolitique, les subventions, avec 32 % des ressources totales, constituent les principaux financements publics. Il convient de mettre aussi en évidence les aides indirectes qui représentent 4 % des ressources totales mais dont le montant est sous-estimé car il s'est avéré difficile à mesurer pour certaines équipes.

Les subventions sont les principales sources de financement public. Elles sont à 46 % délivrées par des institutions nationales et à 22 % par le niveau régional. Le niveau local, très présent dans l'achat de biens et de services, ne représente que 17 % des subventions publiques. À 79 %, les subventions répondent aux objectifs liés à l'action sur le marché du travail, principalement à travers le financement d'emplois à durée limitée (35 %), la création d'emplois (16 %), les activités d'aide à l'embauche (7 %) et celles de conseil et d'accompagnement (5 %).

À 54 %, ces subventions sont attribuées suivant une logique tutélaire imposant types de public, modalités de versement... Dans des proportions moindres, les subventions peuvent aussi être attribuées de manière négociée au niveau national comme au niveau local. La compréhension du caractère négocié ou non d'un financement public peut être délicate. Si une subvention peut être perçue comme tutélaire pour l'organisation de base, il faut toutefois noter qu'à un niveau national ou régional, les regroupements locaux ou nationaux d'ESI peuvent être en position de négociation avec les pouvoirs publics sur les modalités d'obtention de financement.

Les ressources non-matérielles du secteur public, quant à elles, visent principalement à favoriser les activités sur le marché du travail et sont représentées à 46 % par des mises à disposition de personnel, à 18 % par des mises à disposition d'équipements (locaux principalement) et à 35 % par des exonérations de charges sociales, déductions d'impôts...

Malgré un montant non négligeable, ce taux est sous-évalué. On distingue les aides non-monétaires attribuées à partir de négociations avec les municipalités, et portant sur des mises à disposition, de celles principalement attribuées par le niveau national dans un cadre tutélaire, et portant sur des exonérations de charges sociales et d'impôts.

1.3. LES RESSOURCES DE LA RECIPROCITE

1.3.1. Les dons et les aides non-monétaires

On a noté que les achats effectués par le tiers secteur étaient ceux qui se réalisaient le plus en prenant en compte les objectifs sociaux et sociopolitiques des entreprises sociales, dans des proportions supérieures même à celles que l'on trouve pour les achats effectués par le secteur public. Les acteurs du tiers secteur apparaissent donc comme des alliés des ESI, même si leurs achats ne représentent que 4 % des ressources totales. Cette place d'alliés des acteurs du tiers secteur se manifeste aussi avec le versement de dons et de cotisations qui atteint 1,4 % des ressources totales et les aides non-monétaires (1,7 %) qu'ils fournissent notamment à partir de mises à disposition de personnel et de matériel. Ces appuis se font quasi exclusivement à partir de négociations, dans une logique d'entraide, portant sur l'ensemble du projet des entreprises sociales. C'est en Italie, avec 11 % des ressources, que les dons du tiers secteur sont les plus importants à travers des objectifs de mutualisation territoriale qui ne doivent pas masquer non plus un objectif de reconnaissance (que l'on pourrait qualifier de corporatiste) des consortium de coopératives et du tiers secteur, vis-à-vis des pouvoirs publics.

Le tiers secteur se situe juste après le secteur public en termes d'aides non-monétaires et bien avant le secteur privé, pour lequel les dons monétaires et les aides indirectes ne représentent respectivement que 0,2 % et 0,4 % des ressources. Les particuliers quant à eux n'interviennent quasiment pas à travers des aides indirectes, mais procurent 0,6 % des ressources monétaires grâce à leurs dons. C'est principalement à travers le bénévolat que se manifeste l'implication réciprocaire de ces derniers.

1.3.2. La valorisation du bénévolat

Le bénévolat représente 4 % des ressources. Les bénévoles ordinaires fournissent 34 % de ce bénévolat, les salariés 28 % et les administrateurs 26 %. Si les motivations apparaissent résulter à 40 % de logiques d'entraide, elles sont à 30 % dans des logiques de charité et proviennent à 17 % de choix politique. Mais comme le souligne l'équipe belge :

Enfin, 39 % des ESI cherchent à développer le travail volontaire ; la priorité est avant tout de créer de l'emploi, ce qui apparaît antinomique avec la recherche de bénévoles pour participer à la production.

Malgré cette tendance générale, la mobilisation du bénévolat est toutefois très variable suivant les pays, ainsi en Irlande 80 % des entreprises étudiées encouragent le développement de l'activité volontaire, mais aussi suivant les initiatives. Ce sont ces types d'articulations différentes que nous allons maintenant explorer à partir de la construction d'une typologie transnationale.

2. La typologie des modes d'hybridation

2.1. AU-DELA DES DIFFERENCES NATIONALES, L'HYBRIDATION COMME REALITE

Les modalités d'hybridation des ressources sont très différentes d'un pays à l'autre. Les ventes représentent ainsi les trois-quarts des ressources des entreprises finlandaises contre moins de 30 % en Allemagne et en Irlande.

Le bénévolat valorisé monétairement atteint 17 % des ressources en Allemagne et est quasiment absent au Portugal⁴. Ainsi, on doit relever que les ESI ne s'appuient pas uniquement sur des ressources marchandes et non-marchandes, mais aussi sur des ressources non-monétaires dont une partie provient de la réciprocité.

Outre la présence de la réciprocité, l'importance primordiale du secteur public pour l'équilibre économique des entreprises sociales d'insertion est confirmée pour l'ensemble des pays. Dans 7 pays sur 11, plus de la moitié des ressources proviennent du secteur public, dans 3 autres pays ces ressources sont quantitativement les premières mobilisées, il n'y a qu'en Finlande qu'elles arrivent derrière les ressources provenant des ménages et du secteur privé.

⁴. La situation dans ce pays est particulière dans le sens où les *Empresas de Inserção*, « entreprises d'insertion » de création récente, ont été initiées à partir de grandes associations sous l'effet de politiques publiques qui n'ont pas impliqué les acteurs de la société civile et donc la mobilisation de bénévolat. Toutefois, les chercheurs nationaux estiment que le bénévolat existe mais que les associations rechignent à le mettre en évidence (Perista, Nogueira, Portugal, 2004, p. 12).

Tableau 3 : **Types de ressources des ESI suivant les pays.**

	Allema ne	Irlande	Portugal	Suède	Danemark	France	Belgique	Roy.- Uni	Italie	Espagne	Finlande	Moy .
Ventes	25 %	29 %	38 %	42 %	52 %	58 %	60 %	65 %	71 %	71 %	75 %	53 %
Subventions	53 %	60 %	62 %	38 %	35 %	27 %	19 %	31 %	6 %	16 %	6 %	32 %
Dons, cotisations	0 %	2 %	0 %	3 %	3 %	1 %	0 %	1 %	11 %	5 %	0 %	2 %
Aides indirectes	5 %	2 %	0 %	14 %	5 %	12 %	13 %	1 %	8 %	2 %	10 %	7 %
Bénévolat	17 %	7 %	0 %	2 %	5 %	2 %	8 %	1 %	4 %	5 %	8 %	6 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 4 : **Origines des ressources des ESI suivant les pays.**

	Allemagne	Suède	Danemark	Roy.- Uni	Portugal	Irlande	France	Espagne	Italie	Belgique	Finlande	Moy
Ménages	15 %	11 %	20 %	20 %	36 %	33 %	11 %	25 %	10 %	22 %	30 %	20 %
Secteur privé	7 %	17 %	7 %	8 %	0 %	2 %	21 %	25 %	28 %	24 %	30 %	17 %
Secteur public	76 %	68 %	66 %	64 %	64 %	63 %	56 %	46 %	45 %	39 %	29 %	53 %
Tiers secteur	3 %	5 %	7 %	8 %	0 %	2 %	12 %	5 %	17 %	15 %	11 %	10 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

2.2. CINQ TYPES DE MOBILISATION DES RESSOURCES

L'analyse menée dans la première partie porte sur la moyenne générale [des moyennes] des ressources des ESI dans chacun des onze pays. Cette approche, qui a le mérite de mettre en évidence leur inscription dans une pluralité d'économies, tend toutefois à gommer les différentes formes d'hybridation entre groupes d'entreprises. Au-delà de l'approche par pays qui, à partir d'un échantillon de 14 expériences, rend difficile une classification nationale, la

construction d'une typologie transversale aux différents pays est apparue pertinente pour la compréhension de la dynamique des entreprises. Nous avons choisi comme critère de distinction entre les entreprises, la présence ou l'absence de la réciprocité dans les ressources mobilisées, puis l'importance respective d'une part, des ressources marchandes et du marché réencastré, et d'autre part, des ressources de la redistribution. Sur les 146 expériences constituant l'échantillon, 38 %⁵ n'intègrent quasiment pas de ressources de la réciprocité alors qu'une très large majorité (62 %) mobilisent la réciprocité mais aussi, dans des proportions différentes, le marché et la redistribution. À partir de ces critères, cinq grands types d'articulation des économies se dégagent. Nous allons maintenant approfondir les caractéristiques socio-économiques de ces différents types d'ESI.

Tableau 5 : Types d'hybridation des ressources des entreprises sociales d'insertion

⁵. Ce groupe est surreprésenté car il intègre les quinze *Empresas de Inserção* portugaises pour lesquelles, on l'a vu, l'absence de ressources de la réciprocité dans l'analyse résulte plus de difficultés d'approche des initiatives que d'un véritable défaut de la réciprocité dans leur fonctionnement. Si l'on retranchait l'échantillon portugais des entreprises analysées, la proportion d'entreprises n'intégrant pas la réciprocité ne serait que de 31 %.

	1. ESI de la redistribution	2. ESI mixtes	3. ESI marchandes et de marché réencastré socio-politiquement	4. ESI mobilisant la réciprocité et la redistribution principalement	5. ESI mobilisant la réciprocité et les marchés et marchés réencastrés principalement	Moyenne
Marché	9 %	45 %	53 %	9 %	43 %	33,5 %
Marché encastéré	0 %	11 %	44 %	16 %	31 %	22,2 %
Redistribution	90 %	44 %	4 %	62 %	16 %	36,9 %
Réciprocité	0 %	0 %	0 %	13 %	11 %	7,4 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Nombre	11 (7 %)	25 (17 %)	20 (14 %)	39 (27 %)	51 (35 %)	146 (100 %)

2.2.1. Une minorité d'entreprises sociales d'insertion ne mobilisant pas la réciprocité

55 ESI s'inscrivent presque exclusivement dans le marché ou la redistribution, ou dans un mixte de ces deux économies sans intégrer de ressources réciprocaires, ou alors de manière marginale. On distinguera donc :

- les ESI de la redistribution ;
- les ESI mixtes intégrant marché et redistribution ;
- les ESI de marché et de marché réencastré socio-politiquement .

1. Les ESI de la redistribution

Ces 11 ESI de la redistribution dépendent presque exclusivement de subventions. Celles-ci représentent au minimum 70 % de leurs ressources. En moyenne, pour ces onze entreprises, les subventions atteignent 90 % et les ventes de service, qui, pour leur quasi-totalité, se réalisent sans prise en compte des objectifs sociaux et sociopolitiques, 9 % du budget total. Ces exemples sont rares car se situant à la frontière de la définition des entreprises sociales, qui a été un des critères de sélection des organisations étudiées. Il s'agit notamment

d'entreprises allemandes, de certaines entreprises d'insertion portugaises, d'initiatives suédoises et irlandaises. Ce fort ancrage dans la redistribution s'explique de différentes manières.

Pour les entreprises de la redistribution allemandes, c'est leur construction par des collectivités locales, leur objectif de réalisation de politiques publiques en direction des chômeurs (et plus particulièrement des personnes dépendantes de l'aide sociale) mais aussi la réalisation d'activités d'utilité collective qui expliquent cet ancrage dans la redistribution.

Trois des quinze *Empresas de Inserção* portugaises qui fournissent des services aux particuliers s'inscrivent principalement dans la redistribution du fait de leur implantation géographique dans des zones déshéritées, pour rendre des services à une population peu solvable. En Suède, ces initiatives particulièrement dépendantes des financements publics ont un public de handicapés mentaux où le travail social et thérapeutique est particulièrement fort.

De manière transversale, ces ESI ont pour caractéristiques d'être principalement initiées par des structures publiques ou de grosses organisations du tiers secteur mobilisant peu le bénévolat, de toucher un public en très grande difficulté, et de développer des activités productives d'utilité collective (environnement, aide aux personnes à faible revenu...).

2. Les ESI mixtes « marché - redistribution »

Ces 25 ESI mixent des ressources uniquement du marché et de la redistribution, la réciprocité représente moins de 1 % des budgets. Ce groupe est composé de onze des quinze *Empresas de Inserção* portugaises dont une majorité de ressources provient de la redistribution. Les entreprises d'insertion portugaises sont généralement créées par des associations-mères qui ne cherchent pas à mobiliser de bénévolat sur ces nouveaux projets. On trouve aussi dans ce groupe la majorité des centres de travail finlandais déjà anciens qui ne mobilisent la réciprocité que lors de leur phase de création, à travers des dons pour le montage des structures. Les autres expériences sont réparties dans différents pays et ne constituent pas des groupes identifiés par les différentes équipes. On relève toutefois globalement de forts liens entre ces initiatives et des dispositifs publics nationaux, comme au Portugal, qui ont cadré les modalités de fonctionnement de ces entreprises sans s'intéresser à la prise en compte de la réciprocité dans le fonctionnement.

3. Les ESI de marché et de marché réencastré

Ce premier groupe composé de 20 entreprises a plus de 90 % de ressources provenant de la vente de biens et services, des ressources de la réciprocité minimales (inférieures à 1 %) et des ressources provenant de la redistribution allant de 0 à 9 % de son budget. Ce groupe comprend principalement un tiers des entreprises étudiées au Royaume-Uni (5), 3 expériences danoises, 3 espagnoles et des exemples variés dans six autres pays.

On trouve parmi ces « *ESI de marché et de marché réencastré sociopolitiquement* » des initiatives clairement ancrées sur des marchés, travaillant avec des populations solvables et des organisations privées et publiques en pratiquant des prix courants sans appuis spécifiques des pouvoirs publics. L'absence de financement spécifique des pouvoirs publics pour reconnaître l'activité d'insertion ne résulte pas seulement d'une volonté d'autonomie des ESI mais aussi, plus souvent, d'une absence de possibilité de partenariat avec ces instances. La majorité des ventes de ces entreprises se réalise auprès du secteur public et avec une prise en compte des objectifs sociaux et sociopolitiques dans des proportions plus importantes que la moyenne. Les ressources du secteur public représentent 43 % des ressources totales pour ce groupe (contre 19 % en moyenne pour l'ensemble des entreprises), et 45 % du total des ventes contre 36 % en moyenne pour l'ensemble des entreprises. Le taux de réalisation de ventes avec une prise en compte des objectifs sociaux et sociopolitiques des entreprises atteint 45 % des ventes (contre une moyenne de 40 % sur l'ensemble des ESI).

Cette prise en compte des objectifs sociaux dans la réalisation des ventes vient compenser l'absence de subventions publiques. La prise en compte des objectifs sociaux et sociopolitiques n'est toutefois pas l'apanage des seuls pouvoirs publics et se manifeste aussi chez les ménages et certains acteurs du secteur privé.

Au final, ces ESI utilisent principalement des statuts commerciaux intégrant le plus souvent des principes de la coopération ou de services pour la communauté : coopérative de travailleurs britanniques, italiennes, finlandaises... *community business* britanniques, *community enterprise* suédoises... Si leurs ressources se réalisent en moyenne autour de 95 % de la vente de biens et de services, dont une partie avec les particuliers et le secteur privé, il ne faut pas négliger dans ce groupe les ventes de services au secteur public et la prise en compte des objectifs sociaux et sociopolitiques par les acheteurs, que ce soit pour les services d'utilité collective rendus (garde d'enfants, de recyclage...), ou pour la réalisation de l'activité même d'insertion.

2.2.2. Une majorité d'entreprises sociales hybrides intégrant la réciprocité

Plus de 90 expériences sur 146, soit 63 % de l'échantillon, intègrent la réciprocité pour une valorisation monétaire supérieure à 1 % du budget total, mais avec des proportions différentes. On distinguera deux groupes :

- *les ESI mobilisant la réciprocité avec prédominance de la redistribution*, pour lesquelles les aides publiques directes et indirectes sont supérieures aux ventes et où la réciprocité atteint en moyenne 13 % du budget total ;
- *les ESI mobilisant la réciprocité avec prédominance du marché et du marché réencastré*, le plus important des groupes en nombre, où les ventes sont supérieures à l'apport de subventions publiques et où la réciprocité atteint en moyenne 11 % du budget total.

4. Les ESI mobilisant la réciprocité avec prédominance de la redistribution.

Ces 39 entreprises, soit 27 % de l'échantillon, ont des ressources provenant de la redistribution supérieures à celles provenant de la vente de biens et services. Les aides directes et indirectes atteignent en moyenne 62 % de leur budget total, les ressources de la réciprocité 13 %, les ventes 25 % avec une majorité d'entre-elles qui intègrent les objectifs sociaux et sociopolitiques (16 % des ressources totales).

Les différentes équipes ont présenté les organisations de ce groupe en relevant l'une ou l'autre de ces quatre dimensions à savoir : une création récente, un ciblage de public particulièrement en difficulté, la réalisation de services d'utilité collective (ou une finalité sociale multiple), la forte présence de la société civile dès la création.

En Irlande, où plus des deux tiers des ESI se trouvent dans cette catégorie et où 85 % des ESI cherchent à développer le bénévolat (contre 34 % en moyenne en Europe), l'accent est porté sur l'importance des ressources réciprocaires et des réseaux sociaux, tant pour l'émergence que pour la consolidation des *Local Development WISE* et des *Social Economy WISE*, même si certaines formes de réciprocité apparaissent moins présentes dans ce dernier type d'entreprise sociale à statut commercial.

On notera aussi dans ce groupe la présence des entreprises danoises à statut associatif ou de fondation (Hulgard, Bisballe, 2004, Danemark). Fort ancrage dans les réseaux sociaux locaux, bénévolat important, mais aussi appui des associations-mères, statuts associatifs ou de fondations, production à finalité sociale multiple portant sur l'insertion mais aussi sur les

services rendus eux-mêmes, accueil de personne en insertion en très grande difficulté, sont autant d'éléments qui expliquent l'économie de ces ESI s'appuyant principalement sur la redistribution, mais aussi la réciprocité et des ressources provenant de la vente de services prenant en compte les objectifs sociaux de l'entreprise.

5. Les ESI mobilisant la réciprocité avec prédominance du marché et du marché réencastré

Cette forme d'ESI mobilisant la réciprocité avec prédominance du marché et du marché réencastré est la plus nombreuse, avec 51 ESI sur 146 soit 35 % de l'échantillon. Ces entreprises s'inscrivent dans le marché mais parviennent également à vendre leurs produits par la prise en compte de leurs objectifs sociaux et sociopolitiques. La redistribution est mobilisée pour financer leur activité d'insertion, et la réciprocité, en moyenne plus limitée que pour les ESI mobilisant la réciprocité avec prédominance de la redistribution, prend des formes et des volumes variés. Deux sous-types sont à distinguer, selon la nature et l'importance de la réciprocité dans l'économie de ces ESI.

Le premier sous-type marque une mobilisation forte de la réciprocité (notamment de bénévoles et du tiers secteur) et des ressources marchandes, motivées par les objectifs sociaux et sociopolitiques des entreprises dans presque la moitié des ventes réalisées. Les *Social capital orientated WISE* allemandes symbolisent cette forme d'entreprise sociale.

Les *self-help initiatives* finlandaises montrent une articulation entre marché et réciprocité prenant des formes différentes. Celles soutenues par les associations nationales ou régionales mobilisent une réciprocité qui prend la forme de dons monétaires, alors que celles qui sont en coopérative mobilisent plutôt le bénévolat. Les deux tiers des coopératives sociales italiennes se retrouvent au cœur de ce groupe avec un tiers de coopératives pour lesquelles la réciprocité est supérieure à la moyenne européenne, et un autre tiers de coopératives pour lesquelles elle est inférieure. Avec l'Allemagne, l'Italie est le pays de notre échantillon où la réciprocité est la plus forte notamment à travers les dons faits aux entreprises par les autres organisations du tiers secteur qui dépassent 10 % de leur budget total. Les autres formes de réciprocité se manifestent avec le bénévolat, résultant principalement des administrateurs inscrits dans une logique de charité. En outre, la moitié des coopératives sociales italiennes cherchent à développer le bénévolat, soit un taux plus fort que la moyenne européenne de 34 %. Pour ces coopératives sociales, le montant des ressources de la réciprocité dépasse celui des ressources de la redistribution (sachant toutefois que ces dernières sont sous-estimées du fait de la non valorisation des exonérations de charges sociales).

Ceci se traduit aussi par un fort ancrage local des coopératives sociales et des relations privilégiées avec les collectivités publiques non pas à travers le versement de subvention mais plutôt à partir de l'obtention de marchés publics qui, pour les trois quarts, prennent en compte les objectifs sociaux et sociopolitiques des coopératives.

Dans les cas suivants constituant le second sous-type, la réciprocité est présente mais l'investissement bénévole est souvent vécu comme une contrainte liée à l'insuffisance de ressources du marché ou de la redistribution. Il en va ainsi pour une partie des entreprises espagnoles, les entreprises d'insertion belges et les entreprises allemandes à orientation marchande. Les entreprises d'insertion belges se retrouvent aussi dans cette catégorie, avec une prédominance de ressources marchandes conjuguée avec des ressources de la redistribution finançant les objectifs d'insertion, et une réciprocité qui, bien qu'existante, reste principalement limitée à un « volontariat contraint » des travailleurs. Cette moindre implication des bénévoles les rapproche des entreprises à orientation marchande allemandes, qui ont, en outre, la particularité de s'inscrire dans des réseaux territoriaux pour asseoir leur activité marchande.

Au final, ces ESI fortement présentes sur les marchés et marchés encadrés ont plutôt des statuts de coopératives, mobilisent la redistribution à travers des subventions centrées sur leur activité d'insertion, et une réciprocité prenant des formes variées : mobilisation des réseaux sociaux, appui de structures-mères, volontariat de bénévoles mais aussi volontariat contraint des salariés.

CONCLUSION

Au-delà de la diversité que nous venons d'exposer des types d'hybridation des économies dans les ESI, cette étude demande de dépasser une approche du financement de ces entreprises selon laquelle celles-ci ne mobiliseraient que des ressources marchandes, comme toutes entreprises, et des ressources non-marchandes provenant du secteur pour compenser le manque de productivité et les besoins d'accompagnement et de formation de leurs salariés en insertion. Une telle perspective néglige : la réalité des marchés sur lequel se positionnent ces entreprises grâce à la mobilisation de leurs réseaux sociaux ; l'existence de marché prenant en compte les objectifs sociaux et sociopolitiques des entreprises ; l'importance du secteur public comme apporteurs de ressources ; la mobilisation de ressources réciproques. Ces entreprises ne s'inscrivent pas dans une mixité de ressources marchandes et redistributives mais dans une hybridation plus complexe s'appuyant sur quatre types de relations

économiques : le marché, la redistribution, mais aussi le marché réencastré sociopolitiquement et la réciprocité.

Une référence au marché à relativiser

Cette analyse de l'économie des entreprises d'insertion sociale remet en cause certains *a priori* sur ces expériences que les pouvoirs publics, comme d'ailleurs leurs regroupements, ont tendance à approcher à partir de leur inscription dans le marché. Ainsi, en France, le ministère des Affaires sociales et de l'emploi estime qu'« une entreprise d'insertion par l'économique produit des biens et des services marchands comme toute entreprise. (...) Elle doit présenter toutes les garanties de viabilité économique » (Ministère des affaires sociales et de l'emploi, 1988) et la Charte du Comité national des entreprises d'insertion signale que « l'entreprise d'insertion produit des biens et des services et son activité est exercée avec les mêmes règles, les mêmes droits et la même rigueur que toute entreprise aux conditions du marché » (CNEI, 1992). La redistribution, mobilisée à travers des subventions publiques, vient juste compenser le déficit de productivité des personnes en insertion, leur accompagnement social, leur formation, le sur-encadrement que cela entraîne.

Si les budgets de ces entreprises confirment ce type de fonctionnement économique mixte s'appuyant sur le marché et la redistribution, l'approche substantive vient préciser à la fois les types de marché mobilisés par ces entreprises, les modalités d'implication des pouvoirs publics dépassant la simple compensation du coût de l'insertion, et enfin soulignée l'importance d'un principe économique le plus souvent ignoré : la réciprocité.

La réciprocité et le réencastrement des relations marchandes

La réciprocité apparaît comme un apport de ressources dont la valorisation monétaire ne permet pas de mesurer toute l'ampleur. Au-delà de l'appui des autres organisations du tiers secteur à travers des aides directes et indirectes, au-delà de l'implication volontaire des administrateurs, des bénévoles, des travailleurs, la réciprocité se manifeste aussi par une capacité à construire des relations économiques marchandes prenant en compte les objectifs sociaux et sociopolitiques des ESI.

L'analyse des relations économiques entre acheteurs et ESI montre que ceux-ci ne sont pas mus uniquement par la recherche de la maximisation de l'intérêt des échangistes. On assiste à une volonté de prise en compte de l'autre dans des relations qui sont centrées pourtant sur l'échange de biens et de services à partir de la fixation de prix. Granovetter (2000, p. 204) a mis en évidence l'importance des réseaux sociaux dans la construction et le fonctionnement

des marchés soulignant l'encastrement réticulaire des relations marchandes. En s'intéressant à la prise en compte des objectifs socio-politiques dans les ventes des ESI, l'analyse montre que celles-ci participent non seulement d'un encastrement réticulaire du marché mais aussi d'un réencastrement socio-politique du marché.

Si comme toutes entreprises, les ESI produisent des biens et des services marchands, si comme toutes entreprises, elles peuvent s'appuyer sur des réseaux sociaux locaux, ce qui apparaît important, et peu souvent mis en évidence, tient en la prise en compte de leurs objectifs sociaux et sociopolitiques par les acheteurs.

Le réencastrement des marchés se fait moins avec les ménages et le secteur privé qu'avec les pouvoirs publics dont les achats aux ESI sont motivés pour les trois-quarts par leurs objectifs sociaux et sociopolitiques, qu'ils soient simplement liés à l'insertion de personnes en difficulté ou qu'ils s'accompagnent aussi de la prise en compte de leur production d'utilité sociale. Cette mobilisation du secteur public relativise leur inscription dans un marché concurrentiel ; les initiatives bénéficient de marchés captifs qui permettent d'assurer leur viabilité économique même si « elles recherchent aujourd'hui avant tout la consolidation de leurs structures et de leurs marchés et visent à une plus grande diversification de leur clientèle. Si les marchés publics constituent toujours une part importante de leur fonds de commerce, elles souhaitent s'ouvrir plus largement aux particuliers et multiplier les partenariats avec les entreprises classiques » (Denneulin, 1999). Ces constats ne doivent pas amener à la conclusion que les entreprises d'insertion ne sont pas des entreprises de production de biens ou de services, mais ils montrent que la manière dont elles obtiennent ces commandes est très liée à leur inscription dans des réseaux sociaux, mais aussi à leurs objectifs d'insertion pris en compte par les acheteurs publics.

Le tableau suivant livre les moyennes respectives des différents types d'économie dans chaque quartile constitué à partir du poids de la réciprocité dans les 146 expériences. On ne repère pas de corrélation entre l'importance de la réciprocité et celle de la redistribution : si dans le quartile où la redistribution est la plus forte (41,2 %), la réciprocité est la plus faible - et pourrait laisser supposer un désengagement de la redistribution au profit de la réciprocité -, dans le quartile où la réciprocité est la plus forte, la redistribution atteint un pourcentage moyen de 36,8 %.

Tableau 6 : Corrélation entre la réciprocité et les autres principes économiques.

Quartile réciprocité	Redistribution	Marché réencastré	Marché	Réciprocité	Total
$\geq 9,11$ %	36,8 %	19,5 %	20,4 %	23,3 %	100 %
$\geq 2,9$ % < 9,11 %	34,9 %	27,0 %	32,6 %	5,5 %	100 %
> 0,1 - < 2,9 %	33,9 %	31,7 %	33,2 %	1,3 %	100 %
$\leq 0,1$ %	41,2 %	13,1 %	45,7 %	0,0 %	100 %
Moyenne	36,9 %	22,2 %	33,5 %	7,4 %	100 %

En revanche, il apparaît très nettement que c'est dans le quartile des ESI où la réciprocité est la plus faible que les relations économiques se réalisent le plus avec une logique marchande (l'écart étant de 32,6 points entre la réalisation des ventes à travers le marché et celles se réalisant à partir de marché réencastré socio-politiquement). Alors que dans les autres catégories si les ressources du marché réencastré sont toujours inférieures aux ressources marchandes l'écart varie de 5,6 points à 0,9 point. La réciprocité au-delà de l'apport de ressources monétairement valorisables apparaît alors aussi comme un moyen de réencastrer les relations marchandes en leur faisant prendre en compte les objectifs sociaux et sociopolitiques des ESI.

Démocratiser la redistribution

Avec ces achats par le secteur public mais aussi les aides indirectes qu'il leur procure, le secteur public est le fournisseur de ressources majoritaire des ESI. Ces dernières entendent ainsi développer des relations économiques avec ces acteurs publics qui intègrent dans les appels d'offres des clauses de mieux disant social « au lieu du moins disant (le service le moins cher) » (Goussault, 2001).

Ce réencastrement socio-politique se réalise à partir de la mobilisation de la redistribution qui permet à des personnes en insertion de trouver un emploi et de ne pas être exclus du marché du travail. Il se réalise aussi par la réciprocité qui au-delà de l'apport de ressources bénévoles entraîne la réalisation d'achats de services prenant en compte les objectifs sociaux et sociopolitiques des ESI.

Menacées d'accusation de concurrence déloyale par le secteur privé lucratif, les ESI peuvent rechigner à mettre en évidence leur rapport privilégié avec le secteur public et l'importance de

la réciprocité pour leur équilibre économique, alors que ceux-ci apparaissent vitales. En se calquant sur l’imaginaire marchand dominant, elles sous-estiment les registres économiques qui sont pourtant aussi indispensables à leur fonctionnement : la redistribution et la réciprocité.

Cette importance du lien entre réciprocité et redistribution pose la question des modes de régulation entre les pouvoirs publics et les entreprises sociales. Ils peuvent être de trois ordres. Ils peuvent s’inscrire dans une logique de marché en ne considérant les initiatives que comme des prestataires de service en concurrence avec d’autres prestataires du secteur privé ou du tiers secteur à partir d’une régulation marchande dans une perspective néo-libérale. Ces rapports peuvent aussi s’inscrire dans une perspective social-étatiste, avec une régulation tutélaire plaçant les initiatives en situation de dépendance et d’infériorité. Enfin, des modes de régulation conventionnée entre pouvoirs publics et entreprises sociales apparaissent (Du Tertre, 1999, p. 213-237 ; Laville, Nyssens, 2001, p. 250-251). Ce dernier type de régulation représente un moyen de débattre des processus d’attribution des fonds publics et, en ce sens, témoigne d’une capacité politique du principe économique de réciprocité à participer à une démocratisation de la redistribution. L’analyse des entreprises sociales à partir de la prise en compte de la pluralité des principes économiques conduit donc aussi à prendre en compte la pluralité des formes prises par la démocratie.

BIBLIOGRAPHIE

CNEI (1992) *La charte des entreprises d’insertion*, Paris: CNEI. Denneulin, F. (1999) Secteur du bâtiment, état des lieux, *CNEI Mag*, Paris: CNEI, no. 7.

Du Tertre, C. (1999) Les services aux personnes: vers une régulation conventionnée et territorialisée?, *L’année de la régulation*, Paris: La Découverte – Recherches, no. 1, pp. 213–237.

Gardin, L., (2006), A variety of resource mixes inside social enterprises, in Nyssens M (eds), *Social Enterprise, At the Crossroads of Market, Public Policies and Civil Society*, London and New York, Publisher : Routledge Taylor & Francis Group, à paraître en juillet.

Goussault, A. (2001) Des passerelles entre insertion et marché du travail, *Territoires*, no. 420 (Interview avec Nicolas Leblanc, Septembre).

Granovetter, M. (2000) *Le marché autrement*, Paris: Desclée de Brouwer.

Hulgård, L. and Bisballe, K. (2004) *Resource Mix in Danish Work Integration Social*

Enterprises, PERSE project research report, Liège: EMES European Research Network (non publié).

Laville, J.-L. and Nyssens, M. (2001) ,The Social Enterprise – Towards a Theoretical Socio-Economic Approach, in Borzaga, C. and Defourny, J. (eds) *The Emergence of Social Enterprise*, London: Routledge.

Ministère des Affaires sociales et de l'emploi (1988), Circulaire du 20 Avril 1988 concernant le soutien aux entreprises d'insertion, Paris : *Journal officiel*,.

Perista, H. (co-ord.) and Nogueira, S. (2004) *Resources Mix and WISE in Portugal*, PERSE project research report, Liège: EMES European Research Network (non publié).

Polanyi K., (1975), L'économie en tant que procès institutionnalisé, in Polanyi K., Arensberg C., (sous la direction), *Les systèmes économiques dans la théorie et dans l'histoire*, Paris : Librairie Larousse, p. 239-260.

Polanyi K., (1983), *La Grande Transformation*,. *Aux origines politiques et économiques de notre temps*, Paris: Gallimard.