

L'éco-entrepreneuriat dans l'ère de la transition durable : motivations, innovation et création de valeur

Eco-Entrepreneurship in the Era of Sustainable Transition: Motivations, Innovation, and Value Creation

Imen ZOUAOU,

Enseignante-Technologue

À ISET - Institut Supérieur des Études Technologiques de Sfax, TUNISIE

Email : Imen2y@yahoo.fr

Rania BEN AMMAR,

Docteure en Sciences Economiques

LEG Laboratoire de recherche en Economie et Gestion

Faculté des Sciences Économiques et de Gestion

Sfax

Email : Rania.ba@outlook.com

Résumé — Cet article analyse l'éco-entrepreneuriat comme un levier de transition vers le développement durable. Il met en évidence trois principales motivations de l'éco-entrepreneur : environnementale, économique et individuelle. Ces motivations se concrétisent à travers l'éco-innovation, permettant une création de valeur économique, sociale et environnementale. L'article propose ainsi un modèle conceptuel reliant motivations, éco-innovation et création de valeur, tout en mettant l'accent sur l'importance de l'écosystème de soutien.

Mots clés — *Éco-entrepreneuriat ; Développement durable ; Éco-innovation ; Motivations ; Création de valeur.*

Abstract — This article analyzes eco-entrepreneurship as a lever for the transition toward sustainable development. It highlights three main motivations of eco-entrepreneurs: environmental, economic, and individual. These motivations are translated into eco-innovation, enabling the creation of economic, social, and environmental value. The article therefore proposes a conceptual model linking motivations, eco-innovation, and value creation, while emphasizing the importance of the support ecosystem.

Keywords— *Eco-entrepreneurship; Sustainable development; Eco-innovation; Motivations; Value creation.*

I- INTRODUCTION

La double crise économique et écologique pousse les gouvernements à rechercher des solutions conciliant croissance et développement durable. La prise de conscience des enjeux environnementaux favorise à la fois une réduction des impacts écologiques et des économies liées à l'amélioration des pratiques des entreprises [1].

L'éco-entrepreneuriat, apparaît ainsi comme une réponse incontournable à ces défis, d'autant que la période post-Covid a ravivé le débat sur la nécessité de politiques plus efficaces de promotion de l'entrepreneuriat vert. Si la littérature sur l'entrepreneuriat vert s'est considérablement enrichie [2], deux zones d'ombre demeurent : les motivations de l'éco-entrepreneur restent rarement questionnées de manière systématique et peu de travaux relient ces motivations à leur finalité concrète— la capacité de l'éco-entrepreneuriat à générer une valeur qui dépassant le seul profit financier, pour englober une valeur sociale et environnementale [3].

Cet article de nature conceptuelle, explore les motivations les plus déterminantes de l'éco-entrepreneur dans son engagement pour le développement durable, ainsi que la manière dont ces motivations se traduisent, via l'éco-innovation, en création de valeur économique, sociale et environnementale. Nous procédons d'abord à une

lecture des paradigmes du développement durable, puis, identifions l'entrepreneuriat vert comme levier de ce dernier en nous concentrant sur les motivations de l'éco-entrepreneur avant de montrer comment ces motivations débouchent, à travers l'éco-innovation, sur une triple création de valeur — ce qui permet de proposer un modèle conceptuel intégrateur reliant motivation, innovation et valeur.

II- L'ENTREPRENEURIAT VERT ORIENTE VERS LE DEVELOPPEMENT DURABLE : CADRE THEORIQUE

Ce cadre théorique a pour objectif de montrer dans quelle mesure l'entrepreneuriat vert à travers l'étude des motivations de l'éco-entrepreneur pourrait contribuer à l'engagement et répondre aux défis soulevés par le développement durable.

Pour mieux encadrer notre problématique, nous jugeons opportun de commencer par expliquer certaines expressions clefs. Il s'agit de définir et de comprendre en premier lieu les fondements théoriques du « développement durable », et de « l'entrepreneuriat vert ».

A. *Le développement durable : Cadre Théorique*

Apparu en 1987, le développement durable émerge d'un long processus de réflexions autour de trois piliers : écologique, économique et social [4]. La Commission Mondiale sur l'Environnement et le Développement (CMED, 1987) le définit, comme un développement capable de répondre aux besoins des générations présentes et futures. Le développement durable est un concept transdisciplinaire, reposant sur six principes directeurs : précaution, prévention, responsabilité, transparence, participation, et subsidiarité. [5].

Sur le plan théorique, un débat oppose la vision utilitariste de Bentham qui fonde la théorie de l'agence [6] à la vision déontologique de Kant davantage associée à la théorie des parties prenantes ([5], [7]). Par ailleurs, trois approches structurent à rapport de l'environnement : l'approche anthropocentrique qui considère la nature au prisme des intérêts humains. L'approche biocentrique qui place à égalité tout être vivant et l'approche écocentrique : qui fait de la protection de la nature une condition à la survie de l'homme. [5] [6].

B. *Vers une approche éco- entrepreneuriale de l'environnement.*

Le développement durable suppose le respect simultané de l'efficacité économique, de l'équité sociale et du respect de l'environnement [7]. Les entrepreneurs y sont présents comme des vecteurs de changement dans les pratiques durables [8] visant à préserver et valoriser l'environnement et les ressources naturelles.

L'économie verte est ainsi envisagée comme la stratégie la plus adéquate pour améliorer le bien-être humain tout en réduisant les risques environnementaux [4]. [9] confirme que ce sont les PME les plus innovantes qui adoptent une philosophie de Développement Durable fondée sur l'entrepreneuriat vert, et sont plus susceptibles d'investir dans des actions durables.

L'entrepreneuriat longtemps réduit à la seule création d'entreprise, est désormais appréhendé comme une recherche active de nouvelles opportunités—cadre dans lequel s'inscrit l'entrepreneuriat vert. Sa promotion est un moteur clé de l'économie verte capable de stimuler des innovations améliorant le climat socio-économique et écologique. [10]. Les entrepreneurs conscients de l'environnement, développent des innovations de produit, service, ou procédé réduisant les ressources utilisées et l'impact environnemental [2].

C. *L'entrepreneuriat vert : levier du développement durable*

La conceptualisation de l'entrepreneuriat vert demeure peu consensuelle [11] sans que cela ne remette en cause son rôle de levier de la relance socio-économique et écologique [12]. [13] le définit comme « la pratique de démarrer de nouvelles entreprises en réponse à une opportunité identifiée, de réaliser un profit et de fournir une externalité environnementale positive ». D'autres auteurs en proposent une lecture moins économique fondée sur des pratiques et des valeurs commerciales respectueuses de l'environnement ou une tentative de comprendre l'impact des organisations innovantes sur l'environnement. L'entrepreneuriat vert, intègre ainsi la recherche de profit et préoccupations environnementales et sociales.

III- L'ECO-ENTREPRENEUR : CADRE THEORIQUE ET CONCEPTUEL

Le développement durable étant la finalité de l'entrepreneuriat vert, sa réalisation passe par des « éco-entrepreneurs, qui, à travers leurs comportements et motivations, transforment une opportunité en organisation

viable. [18] les définissent comme étant « des individus qui créent de nouvelles entreprises contribuant à relever les défis environnementaux ». Les entrepreneurs verts accordent la priorité à l'environnement sur les bénéfices chaque fois que possible en intégrant les aspects environnementaux, sociaux et économiques au cœur de leurs projets» [15]. Plusieurs perspectives théoriques éclairent ce champ : la perspective stratégique [16] qui voit dans l'éco-entrepreneuriat une source d'avantage compétitif issue d'innovations environnementales ; la perspective cognitive centrée sur l'identification des opportunités environnementales et la perspective socio-historique qui en fait un instrument de changement et d'innovation sociale.

Sur le plan des approches théoriques de l'environnement, l'approche classique (théorie des parties prenantes ([17], [1]), théorie des externalités négatives et coûts de dépollution : [1] considère l'environnement comme une contrainte économique et sociétale ; tandis que la vision PORTERIEENNE/l'hypothèse de Porter défend une logique « gagnant- gagnant » entre écologie et compétitivité [18]. Enfin, l'approche émergentiste ([19], [20], [16]) articule quatre paradigmes : opportunité d'affaires [16], création de valeur [21], création d'organisation ([19], [20], [22]), et innovation [16]. Ensemble, ils montrent comment l'exploitation d'opportunités durables et l'innovation permettent de concilier performance économique, objectifs sociaux et protection de l'environnement, tout en contribuant au développement durable.

A. *Typologie d'éco-entrepreneurs selon leurs motivations :*

Référence [23] distingue les éco-entrepreneurs selon la priorité accordée aux objectifs environnementaux et le marché ciblé opposant les entrepreneurs « soucieux de l'environnement » aux entrepreneurs verts , qui se différencient par l'importance qu'ils accordent aux considérations environnementales, l'origine de l'opportunité, son mode d'exploitation, et le secteur d'activité — tout en partageant un socle commun (programme de développement durable, produits, processus et valeurs sains).

Référence [10] croise pour sa part le désir de changer le monde et l'appât du gain tandis que [24] combinent orientation personnelle et intensité des influences structurelles externes pour dégager quatre profils : Innovateur opportuniste, Champion visionnaire, Anticonformiste éthique et Eco-entrepreneur par accident.

B. *Les facteurs de motivation de l'éco-entrepreneur*

Trois grandes familles de motivations se dégagent de la littérature. La motivation verte ou Environnementale correspond à l'engagement à créer une valeur environnementale au-delà de la recherche de profit, stimulée par des contraintes réglementaires (push), elle conduit à une logique gagnant-gagnant où la performance environnementale améliore la performance économique grâce à la réduction de coût et à l'innovation. [1].

La motivation financière ou économique [2] est orientée vers la rentabilité. Elle constitue un facteur d'attractivité (pull) permettant de gagner de l'argent tout en contribuant à résoudre les problèmes environnementaux. Les objectifs économiques restent la finalité de l'entreprise, les objectifs environnementaux étant intégrés à sa logique économique.

La motivation individuelle ou morale [25] renvoie aux caractéristiques personnelles de l'entrepreneur— vision, culture, compétences et valeurs — qui influencent l'adoption de pratiques durables.

Les entrepreneurs verts peuvent être classés selon leurs motivations d'incitation ou d'attractivité. Ainsi, ces motivations constituent une variable déterminante dans la démarche du développement durable [1].

IV- LA CREATION DE VALEUR : FINALITE INTEGREE DE L'ENGAGEMENT ECO-ENTREPRENEURIAL

Les motivations de l'éco-entrepreneur ne prennent tout leur sens que lorsqu'elles produisent une valeur qui dépasse la performance financière. La littérature récente s'accorde à considérer que l'entrepreneuriat vert ne peut être pleinement compris qu'à la lumière de sa capacité à générer simultanément une valeur économique, sociale et environnementale [3] rompant avec la conception classique réduite à la recherche du profit.

A. *Ancrage théorique de la triple création de valeur*

Cette idée trouve son origine dans les travaux de [26], pour qui la performance globale d'une organisation doit intégrer, à parts égales, les dimensions sociale et environnementale. Ce cadre, connu sous l'appellation de triple bottom line ou triple performance (people, planet, profit), a renouvelé la manière dont la recherche en entrepreneuriat durable appréhende la notion de valeur. Il rejoint, la théorie des parties prenantes [17], selon

laquelle l'entreprise ne crée de valeur légitime qu'en répondant aux attentes de l'ensemble de ses parties prenantes.

La référence [27] montre par ailleurs que les défaillances de marché liées à la dégradation environnementale constituent, paradoxalement, une source d'opportunités : l'éco-entrepreneur transforme la contrainte écologique en gisement de valeur nouvelle, rejoignant la théorie des ressources et des compétences naturelles [21], pour qui l'intégration des enjeux environnementaux devient une source d'avantage compétitif durable.

B. La valeur économique, valeur sociale et valeur environnementale

La valeur économique demeure la condition de viabilité de tout projet éco-entrepreneurial : capacité à dégager un profit, pérenniser l'activité et convaincre les investisseurs. La logique portérienne du « gagnant-gagnant » [18] conserve sa pertinence, les pressions environnementales, stimulent l'innovation et la productivité, performance environnementale et performance financière s'alimentant mutuellement, [3].

La valeur sociale se traduit par sa contribution au bien-être des communautés locales, et au renforcement du lien social, — dimension d'autant plus prégnante que l'éco-entrepreneuriat se développe fréquemment où enjeux environnementaux et inégalités socio-économiques sont imbriqués, notamment dans les pays du Sud : L'éco-entrepreneur devient alors un vecteur d'inclusion sociale.

La valeur environnementale, constitue enfin la finalité la plus spécifique de l'entrepreneuriat vert : elle se matérialise à travers l'éco-innovation - produits, services ou procédés réduisant l'empreinte écologique — dont le caractère systémique s'inscrit désormais dans une refonte globale des modèles d'affaires, orientée vers la sobriété des ressources et l'économie circulaire [3].

C. Vers un modèle intégré motivation – éco-innovation – création de valeur

La mise en relation de ces trois dimensions permet une lecture intégrée, où les motivations verte, financière et individuelle ne s'opèrent pas de manière indépendante mais se combinent pour orienter l'éco-entrepreneur vers des pratiques d'éco-innovation génératrices de valeur triple. Cette articulation rejoint les travaux appelant à considérer l'efficacité de l'entrepreneuriat vert non pas comme la seule résultante de motivations individuelles, mais comme le produit d'une interaction avec un écosystème de soutien — politiques publiques, incubateurs, mécanismes de financement, réseaux d'innovation — sans lequel la création de valeur durable demeure fragile [3].

V- MODÈLE CONCEPTUEL

Les entrepreneurs verts ne peuvent s'intégrer pleinement dans une stratégie de développement durable que s'ils sont motivés et possèdent les compétences requises. Cette motivation n'est toutefois pas une fin en soi : elle n'acquiert sa pleine portée qu'en se traduisant par des pratiques d'éco-innovation, génératrices de valeur pour l'entreprise, la société et l'environnement.

Le modèle proposé s'articule autour de trois maillons successifs. Le premier correspond aux motivations de l'éco-entrepreneur—verte, financière ou individuelle; [26]. Le deuxième correspond au processus d'éco-innovation, mécanisme par lequel ces motivations se concrétisent en produits, services ou procédés respectueux de l'environnement [2]. Le troisième correspond à la création de valeur proprement dite, déclinée selon la triple performance économique, sociale et environnementale ([27] ; [3]).

Cette articulation n'est pas mécanique : elle est encadrée dans un écosystème de soutien — politiques publiques, incubateurs, mécanismes de financement, réseaux d'innovation — qui conditionne la solidité de l'ensemble du processus [4], et dans lequel s'inscrivent les défaillances de marché considérées comme un gisement d'opportunités plutôt qu'une contrainte.

Par la suite la conceptualisation d'un modèle qui converge avec l'objectif de cette étude en contexte d'entrepreneuriat vert donne lieu à la représentation schématique suivante :

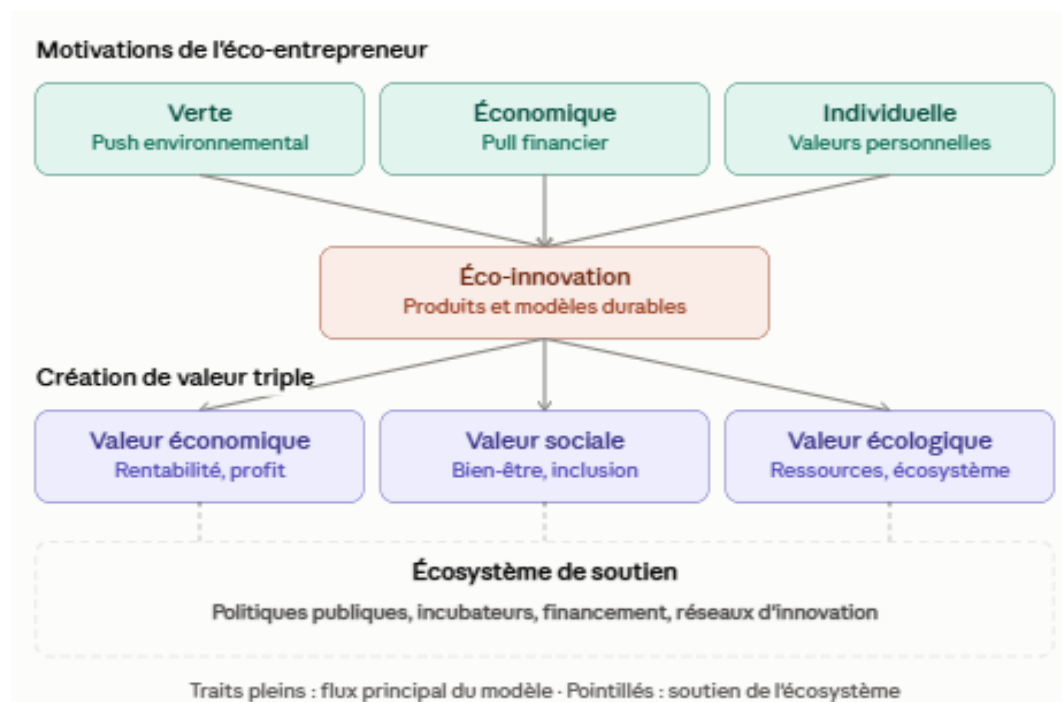


Fig. 1 : Représentation graphique du lien : motivations de l'éco-entrepreneur et intégration dans le DD

VI- CONCLUSION

Cet article visait à éclairer le phénomène émergent de l'entrepreneuriat vert, en explicitant les motivations des éco-entrepreneurs, et la manière dont elles se traduisent en une création de valeur dépassant la seule dimension financière. Si ce champ offre de nombreuses opportunités, les législations, la réglementation gouvernementale et les structures de soutien doivent jouer un rôle catalyseur, tant dans l'émergence des motivations que dans leur conversion en valeur économique, sociale et environnementale.

La revue de littérature mobilisée montre que l'entrepreneuriat vert présente le potentiel d'être un moteur important pour la transition totale vers un business plus durable, capable de concilier rentabilité, impact social et préservation des ressources naturelles. Le modèle conceptuel proposé, reliant motivations, éco-innovation et création de valeur triple, constitue une première tentative de lecture intégrée. Il devra être prolongé par un cadre méthodologique et empirique visant à déterminer les facteurs motivationnels les plus déterminants de l'éco-entrepreneur et à mesurer plus finement, la contribution de ses pratiques d'éco-innovation à la création de valeur afin de valider empiriquement le modèle intégrateur proposé dans différents contextes économiques et institutionnels.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- [1] Boiral, O. (2005). Concilier environnement et compétitivité, ou la quête de l'éco-efficience. *Revue française de gestion*, 158(5), 163-186.
- [2] Nadi, M., et Elabjani, A. (2019). « Entrepreneuriat vert: quelques réflexions pour une extension du concept ». *Revue Économie, Gestion et Société*, vol. 1, n° 19, p. 1-24.
- [3] Benayad, M. A., et Bedoui, N. (2025). « Suivre la transition de l'entrepreneuriat durable: d'une analyse bibliométrique aux tendances de recherche actuelles et aux orientations de recherche futures ». *Revue Internationale du Chercheur*, vol. 6, n° 2, p. 1456-1481.
- [4] Touhami, F., et El Moukhtar, M. (2022). « L'entrepreneuriat vert: un moteur du développement territorial durable au Maroc. ». *Revue de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation*, vol. 4, n° 13.
- [5] Pesqueux, Y. (2024). *Le développement durable comme "théorie" floue*.
- [6] Mathieu, A. (2006). « Développement durable et entreprises: du concept à la typologie ». *Gestion 2000*, vol. 1, n° 1, p. 3.

- [7] Allix-Desfautaux, E., et Davy Makany, L. G. (2015). « Développement durable et gestion d'une entreprise: croisements fertiles ». *Management & Avenir*, vol. 81, p. 15-36.
- [8] Labelle, F., Hervieux, C., et Turcotte, M. F. (2014). *Les PME en marche vers le développement durable*. PUQ.
- [9] Commission européenne. (2002). *European SMEs and Social Responsibility. Observatory of European SMEs*, 4.
- [10] Oubaali, F. (2023). *L'entrepreneuriat vert au Maroc: étude les motivations liées à l'innovation écologique chez les éco-entrepreneurs marocains*. 1 (2)أنسنة الاقتصاد.
- [11] Contreras Cruz, M., Messeghem, K., et Catanzaro, A. (2018). « L'entrepreneuriat vert: une approche bibliométrique ». *HAL*.
- [12] Ombrane, A., et Fayolle, A. (2010). *L'entrepreneuriat social et le développement durable: Quels modèles d'affaires dans le champ social*. 19ème Conférence de l'AIMS.
- [13] Kotchen, M. J. (2009). « Some microeconomics of eco-entrepreneurship ». In *Frontiers in Eco-Entrepreneurship Research*, Emerald Vol. 20, pp. 25-37.
- [14] Lenox, M., and Jeffrey G. York. (2011). *Oxford Handbook of Business and the Natural Environment*, 70.
- [15] Hall, J. K., Daneke, G. A., et Lenox, M. J. (2010). « Sustainable development and entrepreneurship: Past contributions and future directions ». *Journal of Business Venturing*, vol. 25, n° 5, p. 439-448.
- [16] Gerlach, A. (2003). « Sustainable entrepreneurship and innovation ». *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, vol. 11, n° 2, p. 29-30.
- [17] Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: Stakeholder Approach*. Marshfield: Pitman Publishing.
- [18] Porter, M. E., et Van Der Linde, C. (1995). « Green and Competitive: Ending Stalemate ». *Harvard Business Review*, p. 120-134.
- [19] Gartner, W. B. (1988). « "Who is an entrepreneur?" Is the wrong question ». *American Journal of Small Business*, vol. 12, n° 4, p. 11-32.
- [20] Gartner, W. B. (1993). « Words lead to deeds: Towards an organizational emergence vocabulary ». *Journal of Business Venturing*, vol. 8, n° 3, p. 231-239.
- [21] Hart, S. L. (1995). « Natural-resource-based view of the firm ». *Academy of Management Review*, vol. 20, n° 4, p. 986-1014.
- [22] Hernandez, É. M. (2008). « L'entrepreneuriat comme processus d'émergence organisationnelle ». *Revue française de gestion*, n° 5, p. 89-105.
- [23] Volery, T. (2002). « Ecopreneurship: Rationale, current issues and future challenges ». *Radical Change in the World*: p. 541-553.
- [24] Walley, L. E. & Taylor, D. W. (2002). *Opportunists, champions, mavericks? A typology of green entrepreneurs*. Greener Management International, 38.
- [25] Spence, M. (2007). « PME et développement durable ». L.-J. Filion (Ed.), Montréal, pp. 415-428.
- [26] Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Oxford : Capstone Publishing.
- [27] Dean, T. J., et McMullen, J. S. (2007). « Toward a theory of sustainable entrepreneurship ». *Journal of Business Venturing*, vol. 22, n° 1, p. 50-76.