

Caractéristiques saillantes de l'entrepreneuriat social collectif amapien

Hamza, Hamdi

Université Le Havre Normandie, NIMEC, France

hamdi.hamza@doct.univ-lehavre.fr

Aissaoui, Sonia

Université de Caen Normandie, NIMEC, France,

sonia.aissaoui@unicaen.fr

Grandval, Samuel

Université Le Havre Normandie, NIMEC, France,

samuel.grandval@univ-lehavre.fr

Résumé :

Les Associations pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne (AMAP) constituent une forme organisationnelle qui interroge beaucoup la sphère académique. Les publications relatives à ce circuit court de distribution sont nombreuses et en explore de nombreuses facettes. L'objet du présent article est de réaliser une synthèse de la littérature afin de dégager les caractéristiques saillantes de cette organisation collective. Il en ressort que les AMAP sont des organisations sociales collectives dont la mission entrepreneuriale est de créer de la valeur sociale. Sa cohésion communautaire et sa résilience s'appuient sur quatre formes de capital (politique, humain, économique et social). Leur téléologie peut différer selon l'orientation de leur identité (visée de changement sociopolitique, spiritualité et fondation d'une communauté ou pragmatisme économique).

Mots-clés : entrepreneuriat social ; entrepreneuriat collectif ; AMAP ; Caractéristiques saillantes.

Caractéristiques saillantes de l'entrepreneuriat social collectif amapien

INTRODUCTION

L'entrepreneuriat social collectif a été défini par Montgomery *et al.* (2012, p. 376) comme « *une collaboration entre des acteurs similaires et divers dans le but d'appliquer des principes mercantiles à la résolution de problèmes sociaux.* ». Les circuits courts de distribution et particulièrement les AMAP (Associations pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne) en sont une illustration (Dubuisson-Quellier, 2014). Ce modèle alternatif de consommation interroge beaucoup la sphère académique quant à sa forme organisationnelle (Aissaoui *et al.*, 2022 ; Dubuisson-Quellier, 2014). En effet, peu d'études s'intéressent à la caractérisation de ce modèle organisationnel. Les AMAP constituent un accord contractuel entre un entrepreneur agricole et un groupe de consommateurs. Les consommateurs membres achètent en avance une partie de la production au début de la saison qui sera ensuite distribuée sous forme de paniers de produits frais chaque semaine. Ce fonctionnement permet aux entrepreneurs agricoles de planifier leur production en fonction d'un volume de vente garanti et de disposer d'un capital initial pour l'achat de moyens de production (Cone et Myhre, 2000). Pour les entrepreneurs agricoles qui aspirent à assurer leur subsistance économique en dehors des marchés réguliers, les AMAP constituent une opportunité d'affaires (Liu *et al.*, 2023 ; Opitz *et al.*, 2019). En effet, les AMAP leur permettent un accès à des revenus garantis (Blättel-Mink *et al.*, 2017 ; Cone et Myhre, 2000 ; Opitz *et al.*, 2019). Pour les consommateurs adhérents, il s'agit de partager les risques liés à la production de sorte à apporter une sécurité financière aux entrepreneurs agricoles (Galt *et al.*, 2019). En contrepartie, les consommateurs ont accès à des aliments locaux provenant de sources fiables et sont souvent directement impliqués dans le processus de production (Bonfert, 2022).

En outre, ce mouvement constitue un système alternatif de distribution alimentaire basé sur des valeurs de solidarité (Volz *et al.*, 2016), et participe à la concrétisation de valeurs communautaires à partir desquels les individus peuvent s'identifier pour former un collectif entrepreneurial agissant (Nordstrom et Jennings, 2015 ; Deschamps et Slitine, 2024). Selon Yitshaki et Kropp (2016), l'entrepreneuriat ne peut être social que s'il participe à résoudre des problèmes sociaux. Au travers ses actions portées sur le maintien de l'agriculture durable et paysanne, de sa fibre sociale et écologique (Blättel-Mink *et al.* 2017; Diekmann et Theuvsen, 2022 ; Jarosz, 2011 ; Mignot *et al.* 2022 ; Wells et Gradwell, 2001), mais aussi de son rôle dans la réduction du gaspillage alimentaire (Voge *et al.* 2023), l'entrepreneuriat en AMAP est fondamentalement social (Lanciano et Saleilles, 2019).

Antérieurement au processus de création d'une AMAP, un collectif d'individus partage un ensemble de valeurs qui les conduisent à former une communauté. Ce collectif anticipe cognitivement ce qui devrait être fait pour donner davantage de sens à la distribution alimentaire. De processus individuel, le *sensemaking* devient collectif par les discussions interactives menées par le collectif de consommateurs encore en émergence. Le *sensemaking* collectif constitue donc une impulsion génératrice d'une intention entrepreneuriale collective (Aissaoui *et al.*, 2024). Le collectif va ensuite passer de l'anticipation cognitive à l'anticipation opératoire par la planification de l'organisation opérationnelle de l'AMAP. Les intentions se transforment alors en actions (André et Pache, 2016 ; Bhave 1994) par la création de l'institution AMAP, matérialisant ainsi l'entrepreneuriat social collectif (Aissaoui *et al.*, 2022). Celui-ci est fondamentalement différent, dans sa forme et ses motivations, du parcours de l'entrepreneur héroïque traditionnel (Ben-Hafaïedh *et al.*, 2024).

Ainsi, la création de l'AMAP est le résultat de l'initiative collective et sociale dont les caractéristiques restent encore peu explorées. Nous proposons d'explorer les caractéristiques

saillantes de l'entrepreneuriat amapien afin d'expliquer la manière dont l'initiative collective amapienne parvient à se matérialiser en une organisation sociale collective. En ce sens, notre recherche s'intéresse à l'identification des caractéristiques saillantes de l'entrepreneuriat amapien dans sa dimension sociale et collective. Notre question de recherche est alors la suivante : **quelles sont les caractéristiques saillantes de l'entrepreneuriat social collectif de la coopération amapienne ?**

Notre étude est organisée en deux parties. La première explore l'institutionnalisation de l'AMAP en tant que passage à l'acte entrepreneurial. Elle présente les indicateurs permettant de caractériser l'AMAP dans sa dimension sociale. La seconde partie met en évidence les caractéristiques saillantes permettant de considérer les AMAP comme une forme d'entrepreneuriat social collectif.

1. DE LA COMMUNAUTE A L'INSTITUTION AMAPIENNE : L'ACTION ENTREPRENEURIALE

L'entreprise sociale est une initiative d'un groupe de citoyens engagés sans exclure la figure individuelle incarnée par un entrepreneur (Bacq et Janssen, 2011 ; Defourny, 2004 ; Teasdale et al. 2023). L'entrepreneur est alors soutenu par un groupe de personnes dont la principale fonction est de veiller à la bonne exécution de la mission sociale (Bacq et Janssen, 2011 ; Teasdale et al. 2023). Les entreprises sociales se caractérisent par un objectif explicite de service à la communauté qui englobe les questions sociales et environnementales (Bacq et Janssen, 2011 ; Vedula et al. 2022). La communauté se définit par une situation géographique commune, généralement accompagnée d'une culture et/ou d'une ethnicité collective et éventuellement d'autres caractéristiques relationnelles communes (Bacq, Hertel et Lumpkin, 2022 ; Molinari, Ahern, et Hendryx, 1998; Peredo et Chrisman, 2006). Pour Médard (1969 cité

par Jacquier, 2011, p.39), la communauté est « ...à la fois un endroit, des gens vivant en cet endroit, l'interaction entre ces gens, les sentiments qui naissent de cette interaction, la vie commune qu'ils partagent et les institutions qui règlent cette vie ». Selon Jacquier (2011), la communauté (où l'individu est surdéterminé par l'appartenance au groupe), est formée indépendamment de la volonté de ses membres et sans qu'ils ne décident de leur implication, ce qui la distingue de l'association ou de la société. Le passage à l'institutionnalisation désigne alors le passage à l'acte entrepreneurial.

Selon la conception européenne de l'entreprise sociale, cinq indicateurs résument les dimensions constitutives des entreprises sociales (Defourny, 2004). Ces indicateurs nous permettent de caractériser l'AMAP dans sa dimension sociale.

1.1. UNE INITIATIVE LANCEE PAR UN GROUPE DE CITOYENS

Cet indicateur se caractérise par des objectifs partagés tels que la défense du bien commun, du bien-être de la communauté et de la solidarité (Renting et al., 2012 ; Kaika et Racelis, 2021). Brehm et Eisenhauer (2008) constatent que les motivations les plus fortes pour adhérer à une AMAP sont les préoccupations relatives à la qualité des aliments, à la manière dont ils sont produits, et au soutien à l'économie locale (Hvitsand, 2016).

1.2. UN OBJECTIF EXPLICITE AU PROFIT DE LA COMMUNAUTE

Il s'agit de s'intéresser aux systèmes de valeurs alternatifs pouvant émerger par la transformation des individus plutôt que par la transformation du système économique dans son ensemble (Blättel-Mink *et al.* 2017). Les AMAP, en plus de leurs missions tournées vers la solidarité et le maintien de l'agriculture paysanne, organisent des événements pour renforcer le

lien avec leur communauté (tels que des visites à la ferme, des pique-niques, etc.) (Bonfert, 2022).

1.3. UN POUVOIR DE DECISION NON BASE SUR LA PROPRIETE DU CAPITAL

Les membres de l'AMAP participent activement à la prise de décision. Ils organisent les assemblées, coordonnent les points de distribution et participent aux opérations d'approvisionnement alimentaire (Raj *et al.*, 2023). Le pouvoir de décision n'est pas tributaire du degré de participation financière. Autrement dit, les adhérents ayant effectué une participation financière plus importante ne se verront pas attribuer plus de produits que les autres adhérents ayant effectué une contribution moindre (Van Oers *et al.*, 2023).

1.4. UNE NATURE PARTICIPATIVE INCLUANT TOUTES LES PARTIES PRENANTES DE L'ACTIVITE

Les AMAP s'inscrivent dans le cadre de l'économie participative (Dufeu et Ferrandi, 2013 ; Lagane, 2015). L'adhésion à une AMAP sous-entend pour le consommateur de participer aux activités de l'organisation (Zoll *et al.* 2021). En effet, les consommateurs donnent de leur temps pour participer à la vie de l'exploitation ainsi qu'à la distribution des produits (Aissaoui *et al.* 2022; Hérault-Fournier *et al.*, 2014).

1.5. UNE DISTRIBUTION LIMITEE DES BENEFICES

Selon Defourny et Nyssens (2011, p. 24) « *Les entreprises sociales sont souvent des organisations de type associatif qui ne peuvent distribuer leurs bénéfices éventuels entre leurs*

membres ou leurs dirigeants ». Les AMAP sont des associations à but non lucratif la mission sociale reste la priorité principale de l'organisation amapienne (Le Rudulier, 2010). La priorité est donnée au bien-être des autres, en particulier des entrepreneurs agriculteurs, au détriment de l'intérêt économique (Galt, 2013; Galt *et al.*, 2016). De ce fait, l'AMAP veille à définir chaque saison un prix équitable entre producteur et consommateurs (Marquat et Diemer, 2016).

Les indicateurs permettant de caractériser l'AMAP dans sa dimension sociale sont synthétisés dans le tableau n°1 et 2.

Tableau n°1 : Une entrepreneuriat social collectif en tant que caractéristique saillante

	Dimensions de la caractéristique				
Entreprise sociale collective	Une initiative lancée par un groupe de citoyens	Un objectif explicite au profit de la communauté	Un pouvoir de décision non basé sur la propriété du capital	Une nature participative incluant toutes les parties prenantes de l'activité	Une distribution limitée des bénéficiaires
Définition	Objectifs partagés de défense du bien commun, du bien-être de la communauté et de la solidarité	Organisation d'évènements pour renforcer le lien avec la communauté (visites à la ferme, pique-niques, assemblées)	Participation active et horizontale des membres de l'AMAP à la prise de décision (assemblées générales)	Participation des consommateurs adhérents à la vie de l'exploitation et à la distribution des produits.	Priorité au bien-être de l'entrepreneur agricole au détriment de l'intérêt économique.
Auteurs	Bacq et Janssen, 2011 Defourny, 2004 Teasdale et al. 2023 Turunen, Aro et Huttunen, 2023 Deschamps et Slitine, 2024	Bacq, Hertel et Lumpkin, 2022 ; Bacq et Janssen, 2011 ; Watson, 2020 ; Deschamps et Slitine, 2024	Defourny et Nyssens, 2008 ; Raj et al. 2023 ; Van Oers et al. 2023	Bacq et Janssen, 2011 ; Barbosa et al. 2022 ; Spanier et al. 2023 ; Zoll et al. 2021 ; Deschamps et Slitine, 2024	Le Rudulier, 2010 ; Marquat et Diemer, 2016

Le rôle de la création de valeur en tant que caractéristique saillante de l'entrepreneuriat social collectif amapien est synthétisé dans le tableau n°2.

Tableau n°2 : La création de la valeur sociale mission saillante de l'entrepreneuriat social collectif amapien

Création de valeur sociale	Dimensions de la caractéristique		
	Idéologie commune	Participation volontaire plutôt qu'emploi formel	Partage du risque entrepreneurial
Définition	Démarche idéologique et militante tournée vers le partage de valeurs liées à la préservation de l'environnement, la volonté de consommer autrement et le soutien à l'agriculture paysanne et l'économie locale.	Participation des consommateurs aux activités de l'organisation (distribution des paniers, centralisation de l'information, aide à l'agriculteur sur son exploitation)	Valeurs de solidarité par le pré-paiement des paniers et le partage des risques en cas d'insuffisance de la production permettant à l'entrepreneur agricole une sécurisation de ses revenus.
Auteurs	Heikkurinen et al. 2019 ; Jarosz, 2011 ; Lounsbury (1998) ; Nordstrom et Jennings, 2015 ; Spanier <i>et al.</i> , 2023	Mitzinneck et Besharov, 2019 ; Raj et al. 2023 ; Watson, 2020	Aissaoui et al. 2022 ; Bonfert, 2022 ; Rommel et al. 2022 ; Van Oers et al. 2023

2. LES AMAP, UNE FORME D'ENTREPRENEURIAT SOCIAL COLLECTIF

L'entrepreneuriat collectif a été défini comme la création d'une entreprise à plusieurs (Ben Hafaiedh, 2006; Condor et Chabaud, 2013; Condor, 2019). Ces projets peuvent prendre plusieurs formes : soit en associant plusieurs individus afin de constituer des équipes (entrepreneuriales ou intrapreneuriales), ou bien émaner d'une alliance entre un porteur de projet individuel avec une organisation (Condor, 2019). Selon Condor (2019) l'entrepreneuriat collectif répond à trois objectifs : l'obtention des ressources financières nécessaires pour la mise en œuvre du projet, avoir les compétences nécessaires pour surmonter les difficultés et finalement conférer davantage de confiance pour entreprendre.

Le concept d'entrepreneuriat collectif détourne l'attention des conceptions populaires de "l'entrepreneur en tant que héros" (Lounsbury, 1998 ; Deschamps et Slitine, 2024). Reich

(1987) a contribué à déconstruire le mythe selon lequel l'entrepreneur est une sorte de héros complètement autonome, seul maître à bord de l'organisation. Les salariés ne seraient que des instruments pour la réussite du projet. Il pense l'organisation dans la perspective de la relation avec toutes ses parties prenantes internes et externes. Ces dernières vont maintenir la compétitivité de l'organisation, par leurs contributions en termes de créativité et de prises d'initiatives. C'est donc dans l'action collective que la mission de l'organisation se réalise. Nordstrom et Jennings (2015) proposent ainsi une définition extensive de l'entrepreneuriat collectif en intégrant la dimension relationnelle qui lie les personnes qui sont à l'origine de l'émergence du projet : « *l'entrepreneuriat collectif comporte un agrégat d'acteurs lié par des relations instrumentales, affectives, des valeurs communes ou personnelles, dont les interactions aboutissent à l'introduction de nouvelles entreprises, de nouveaux produits ou services, de nouvelles méthodes d'organisation ou de nouveaux modèles d'affaires* » (Nordstrom et Jennings, 2015, p. 2 ; cité par Renard et al. 2020).

Nordstrom et Jennings (2015) suggèrent une typologie d'entrepreneuriat collectif, ils proposent quatre types d'entrepreneuriat collectif. Les AMAP semblent conjuguer le premier type d'entrepreneuriat collectif désignant un rassemblement d'organisations géographiquement délimité d'entrepreneurs et le deuxième type en tant que rassemblement d'entrepreneurs liés par une idéologie commune (qui constitue une communauté).

Dans l'entrepreneuriat agricole, la dimension collective est prégnante. Elle est à relier à l'ancrage territorial des circuits courts de distribution (Alonso Ugaglia *et al.*, 2023). Selon Alonso Ugaglia *et al.* (2023, p. 30), la relation des entrepreneurs agricoles en circuits courts de distribution avec leurs parties prenantes, est souvent « *exprimée sous un angle plus centré sur la coopération et la co-construction* ». Les collectivités territoriales prennent souvent part aux projets agricoles (Alonso Ugaglia *et al.*, 2023 ; Poulot, 2014). L'émergence de l'organisation

AMAP est le fait d'une action collective d'une communauté partageant un sentiment de responsabilité au regard de leur consommation alimentaire (Spanier *et al.*, 2023 ; Turunen, Aro et Huttunen, 2023 ; Van Oers *et al.*, 2023). La communauté passe alors, selon l'approche de Tönnies et Durkheim, du « *statut de la communauté, forme sociale fusionnelle où l'individu est défini par son appartenance au groupe et à la société* » à « *la forme associative qui se définit par les relations contractuelles (instrumentales) de ses membres* » (Jacquier, p.37, 2011). En ce sens, les AMAP relèvent d'un entrepreneuriat social fondamentalement collectif.

La spécificité collective de l'entrepreneuriat amapien réside dans le partage du risque entrepreneurial liés aux aléas de la récolte (Aissaoui et al. 2022 ; Bonfert, 2022). Une autre spécificité réside dans le fait que les membres sont impliqués dans le processus de prise décision (Barbosa *et al.*, 2022 ; Bonfert, 2022 ; Raj *et al.*, 2023 ; Spanier *et al.*, 2023). L'AMAP suit un modèle de structure organisationnelle participative et collaborative (Barbosa *et al.* 2022) qui en fait un modèle hybride communautaire associatif. Tous les membres peuvent exprimer leur opinion, afin de contribuer au processus de prise de décision (Barbosa et al. 2022 ; Cone et Myhre 2000). L'entrepreneuriat social amapien implique des efforts d'organisation collective qui dépendent de la participation volontaire plutôt que de l'emploi formel (Mitzinneck et Besharov, 2019).

L'entrepreneur social est intégré dans un réseau de soutien et conseil qui contribue à la réussite de ce modèle d'entrepreneuriat (Hulgard et Spear, 2007). En effet, l'entrepreneuriat social prend forme dans l'action collective (Bacq et Janssen, 2011). Seelos et al. (2011) suggèrent que les organisations sociales développent une orientation collective afin de faire en sorte que la population locale devienne un collaborateur et une partie intégrante de l'effort entrepreneurial. Jacquier, (p.46, 2011) évoque le concept de communauté-territoire en tant qu'écosystème

« construit et organisé par le jeu de trois éléments constitutifs de base (lieux, gens, institutions) en équilibre instable plus ou moins bien régulé ».

2.1.RESILIENCE ET COHESION COMMUNAUTAIRE DE L'ENTREPRENEURIAL SOCIAL

COLLECTIF : LE ROLE DES QUATRE FORMES DE CAPITAL

Selon Mair *et al.* (2012), les entreprises sociales s'appuient sur quatre formes de capital (social, économique, humain et politique). Ces derniers permettent de développer la résilience et la cohésion communautaire nécessaire à la structuration des réseaux alimentaires locaux tels que les AMAP (McDaniel *et al.*, 2021). Ainsi, pour McDaniel *et al.* (2021, p. 1) : « appliquée aux communautés, la résilience est généralement définie comme la capacité à maintenir la stabilité et la santé de la communauté face à des défis ».

2.1.1. Le capital politique

Le capital politique est généré par la participation à des projets politiques interactifs reliant la société civile au système politique (Sørensen et Torfing, 2003). Il inclut la capacité à mobiliser des individus vers un objectif commun, et entend accorder davantage de pouvoir aux individus (Mair *et al.*, 2012). Les AMAP confèrent aux consommateurs membres un pouvoir d'action sur leur manière de consommer (Follett, 2009 ; Wilson, 2012 ; Pratt, 2009). Certaines d'entre elles visent même un changement socio-politique (Blättel-Mink *et al.*, 2017; Feagan et Henderson, 2009 ; Spanier *et al.*, 2023 ; Zoll *et al.*, 2018) par le questionnement de la structuration du système économique actuel. Elles se veulent une proposition alternative au système économique néolibéral. Selon Spanier *et al.* (2023), les AMAP s'intègrent dans un mouvement politique orienté vers la "suffisance", identifié par Schmelzer (2015), expliqué par la nécessité

de passer d'une culture de la surconsommation vers une culture qui privilégie une utilisation durable et équilibrée des ressources.

2.1.2. Le capital humain

Le capital humain désigne les connaissances, les compétences et l'expertise acquises par les individus (Mair et al. 2012 ; Pansuwong et al. 2023). Selon Watson (2020) il existe une participation contributive à l'AMAP. Cette participation permet aux adhérents non seulement de contribuer aux activités de l'organisation, mais aussi d'acquérir des compétences en maraichage, utiles pour les individus qui aspirent à contourner le mode de distribution des fruits et légumes classiques (Raj et al. 2023). Selon Mair et al. (2012) ce type d'organisations sociales mise principalement sur l'éducation et la formation. Ainsi elles se déclinent sous la forme d'organisations participant à la sensibilisation du grand public sur des questions relatives à la santé et l'éducation. Cela constitue l'une des principales missions de l'AMAP (Allen et al. 2017).

2.1.3. Le capital économique

Le capital économique se tourne vers la résolution des problématiques sociales telles que le chômage et la pauvreté (Bloom, 2009 ; Mair et al. 2012 ; Vedula et al. 2022 ; Qureshi et al. 2023 ; Sutter et al., 2019). L'entrepreneuriat social sert alors de modèle d'organisation économique alternatif à travers l'émancipation des individus (Rindova et al. 2009 ; Sutter et al., 2019). L'AMAP est une initiative qui relève de l'économie sociale et solidaire (Paranthoën, 2020). Selon Laville, (2001, p. 27) l'économie solidaire désigne « *L'ensemble des activités contribuant à la démocratisation de l'économie à partir d'engagements citoyens* ». Certaines

AMAP participent à lutter contre la malnutrition en participant à des initiatives tel que le secours populaire ou bien tout simplement en effectuant le don de paniers (Mignot et al. 2022). Ces initiatives sont soit financés par les amapiens eux même ou bien par des subventions extérieurs (Mignot et al. 2022). Les AMAP par leur approche pragmatique (Blättel-Mink et al. 2017 ; Feagan et Henderson, 2009) participent à accroître les revenus des producteurs qui travaillent activement avec l'organisation (Paul, 2019). Ainsi pour les entrepreneurs agricoles en difficulté, l'AMAP constitue une opportunité d'affaires (Liu et al. 2023 ; Opitz et al. 2019).

2.1.4. Le capital social

Le capital social émerge à partir du réseau de connaissance des entreprises sociales. Le capital social apporte une plus grande pérennité aux écosystèmes entrepreneuriaux et aux groupements qui les composent, en favorisant le partage d'identités, de cultures et de réseaux de soutien entre les entrepreneurs et les organisations concernés (Mars, 2020 ; Rommel et al. 2022). Il est constitué par des individus qui consacrent du temps et de l'énergie à travailler avec d'autres individus (Hidalgo et al. 2021), afin de trouver de meilleurs moyens rendant possible la « *réalisation de certains objectifs qui, en son absence, ne seraient pas possibles* » (Ostrom, 1994, p. 1). Le capital social mène à la création d'un environnement qui favorise l'émergence de projets collectifs et communs (Hidalgo et al. 2021 ; Putnam, 2002 ; Deschamps et Slitine, 2024). Le capital social comprend des composants de l'organisation sociale tels que les réseaux, les normes et les liens de confiance qui facilitent la coordination et la coopération pour un bénéfice mutuel (Hidalgo et al. 2021 ; Kwon et Adler, 2014). Ses effets se traduisent par des avantages en termes d'information, d'influence et de solidarité pour les membres d'une organisation (Kwon et Adler, 2014). L'AMAP participe à la construction d'un capital social (Brehm et Eisenhauer, 2008 ; Marquat et Diemer, 2016 ; Mundler, 2007 ; Ripoll, 2010). Elle

contribue à rapprocher les divers acteurs d'une localité dans un espace géographique circonscrit et contribue à tisser de nouvelles relations pour des producteurs en difficulté leur permettant ainsi de créer une relation de confiance avec des consommateurs (Zoll *et al.*, 2023). En outre, comprendre le capital social signifie comprendre les relations inter organisationnels dans lesquels les AMAP sont intégrés (Rommel *et al.*, 2022).

Le rôle de la résilience en tant que caractéristique saillante de l'entrepreneuriat social collectif amapien est synthétisé dans le tableau n°3.

Tableau n°3 : la résilience en tant que caractéristique saillante de l'entrepreneuriat social collectif amapien

Résilience	Dimensions de la caractéristique			
	Le capital politique	Le capital humain	Le capital social	Le capital économique
Définition	Capacité à mobiliser des individus vers un objectif commun en conférant un pouvoir d'action aux membres sur leur manière de consommer.	Capacité à faire contribuer les adhérents aux activités de l'organisation dans un but de sensibilisation aux questions environnementales et de maintien de l'agriculture locale.	Capacité à créer un environnement favorable à l'émergence de projets collectifs et communs dans un bénéfice mutuel en renforçant la confiance et le relationnel entre les membres.	Capacité à résoudre des problématiques sociales en participant au maintien de l'agriculture paysanne par des actions de solidarité envers l'entrepreneuriat agricole.
Auteurs	Blättel-Mink et al. 2017 ; McDaniel et al (2021) ; Mair et al. 2012 ; Sørensen et Torfing, 2003 ; Spanier et al. 2023 ; Zoll et al. 2018	Mair et al. 2012 ; McDaniel et al 2021 ; Pansuwong et al. 2023 ; Raj et al. 2023 ; Watson, 2020	Brehm et Eisenhauer, 2008 ; Hidalgo et al. 2021 ; Mair et al. 2012 ; Peredo et Chrisman, 2006; Marquat et Diemer, 2016 ; McDaniel et al 2021 ; Mundler, 2007 ; Ripoll, 2010	Bloom, 2009 ; Mair et al. 2012 ; Paul, 2019 ; Qureshi et al. 2023 ; Sutter, Bruton et Chen, 2019; Vedula et al. 2022

2.2. LES ORIENTATIONS SAILLANTES DE L'AMAP

Plusieurs types d'AMAP ont été identifiés dans la littérature. Gorman (2018) distingue les AMAP initiées par des entrepreneurs agricoles des AMAP initiées par des consommateurs. Dans la première approche, l'entrepreneur agricole est l'instigateur du système et prend la plupart des décisions de gestion (Gorman, 2018). Les adhérents consommateurs souscrivent financièrement, mais n'ont souvent que peu de responsabilités. Dans la seconde approche, l'AMAP est initiée par une communauté de consommateurs intéressés par les questions relatives à l'alimentation locale et durable (Gorman, 2018; Van Oers et al. 2023). Ce noyau de consommateurs organise le système d'abonnements et contribue activement aux activités agricoles de l'AMAP (Gorman, 2018). Les travaux de Blättel-Mink et al. (2017) et de Spanier et al. (2023) permettent de mettre en évidence trois catégories d'AMAP.

2.2.1. Les AMAP à visée de changement sociopolitique

Dans ce type d'AMAP, l'agriculture est perçue comme un outil politique. L'objectif est de trouver, à travers l'AMAP, une sorte d'alternative au capitalisme et de s'émanciper progressivement de l'économie néolibérale. La culture écologique est prégnante (Blättel-Mink et al. 2017; Diekmann et Theuvsen, 2022 ; Jarosz, 2011). Les membres mettent en avant une utilisation prudente et raisonnée des ressources (Blättel-Mink et al. 2017 ; Wells et Gradwell, 2001). Certaines AMAP vont jusqu'à recourir à des systèmes énergétiques autonomes (Heikkurinen et al. 2019). De part cette utilisation raisonnée des ressources, l'AMAP s'insère dans une stratégie commune de lutte contre le réchauffement climatique et l'agriculture intensive (Blättel-Mink et al. 2017). Bien qu'à petite échelle, ce type d'AMAP sert de modèle social qui pourrait éventuellement influencer le mode de vie des individus (Blättel-Mink et al. 2017 ; Diekmann et Theuvsen, 2022; Heikkurinen et al. 2019 ; Jarosz, 2011). Dans le même esprit, Mair et al. (2012) suggère aussi que les entreprises sociales qui mobilisent le capital

politique participent à octroyer davantage de pouvoir aux individus. Elles mobilisent le capital politique pour agir sur des questions qui relèvent du droit et de la jurisprudence (Mair et al. 2012).

Les AMAP ont une visée de changement socio-politique. Elles proposent une réorganisation du système économique (Blättel-Mink et al. 2017 ; Spanier et al. 2023) par un mode de décision démocratique et une horizontalité dans la prise de décision. Elles promeuvent un partage équitable entre les membres adhérents des tâches à effectuer au sein de l'organisation (Spanier et al. 2023). Spanier et al. (2023) caractérisent ces AMAP de « biodynamiques » dans la mesure où elles se concentrent essentiellement sur la production de fruits et légumes issues de l'agriculture biologique. Ces dernières sont portées sur la qualité du produit et leur mode de production. Cette vision de l'AMAP a été décrite comme étant « collaborative » par Feagan et Henderson (2009).

2.2.2. Les AMAP fondées sur la spiritualité et la fondation d'une communauté

Dans ce type d'AMAP, l'intérêt est de rapprocher les individus afin de former une communauté soudée autour de valeurs communes. La spiritualité réside dans l'objectif de permettre aux individus une reconnexion avec leur environnement primaire. Une reconnexion avec la nature et les ressources qui en découlent. Ici, l'AMAP s'inscrit dans une perspective ésotérique. Elle constitue une réponse face à une société qui tend de plus en plus vers l'individualisme (Blättel-Mink et al. 2017). En effet, selon Raj et al. (2023), l'AMAP s'inscrit dans une perspective post-capitaliste (Feola et al. 2021 ; Watson, 2020). Le post capitalisme est constitué d'espaces autonomes où les individus peuvent former des organisations (politiques, sociales ou économiques) basées sur des principes d'égalité et de solidarité (Feola et al. 2021). Dans ce

modèle, l'AMAP joue un rôle de sensibilisateur envers le post-capitalisme. Elle est comprise comme un outil pédagogique (éducatif) (Blättel-Mink et al. 2017). Selon Spanier et al. (2023) ces AMAP se caractérisent par une faible capacité d'accueil, et sont constituées d'une communauté d'adhérents plus soudée. Des activités de maraîchage sont entreprises collectivement. Elles sont encadrées par l'entrepreneur agricole et sont en grande partie effectuées par les adhérents consommateurs. Ce type d'AMAP s'est structuré essentiellement pour fournir un accès à des légumes sains et produits localement (Spanier et al. 2023).

2.2.3. Les AMAP purement contractuelles qui relèvent du pragmatisme économique

Dans ce cas de figure, les AMAP sont perçues comme des organisations classiques cherchant à maximiser leur profit et à maintenir une rentabilité économique. Cependant, la fibre sociale et écologique, caractéristique fondamentale des AMAP est maintenue. Le lien entre le producteur et les consommateurs n'est pas aussi fort que dans les précédents types d'AMAP. Toutefois, le lien entre les consommateurs adhérents reste fort. Cette approche de l'AMAP a été aussi décrite par Feagan et Henderson (2009) comme étant "instrumentale" c'est à dire que l'AMAP adopte une approche purement pragmatique dans son modèle économique.

Selon Spanier et al. (2023), ces AMAP disposent d'une large capacité d'accueil, sont économiquement rentables (Blättel-Mink et al. 2017 ; Feagan et Henderson, 2009) et cherchent à capter le plus de consommateurs possibles. De plus, elles font le nécessaire afin de favoriser la rétention (Galt et al. 2019) et la fidélisation des adhérents consommateurs (Spanier et al. 2023). Elles sont dirigées par un petit groupe de consommateurs. La prise de décision est restreinte au comité de direction de l'AMAP (Spanier et al. 2023). Ce type d'AMAP soulève des tensions organisationnelles relatives à la fréquence de la productivité. En effet, la

surproduction de fruits et légumes peut déroger aux principes et règles de l'AMAP (Spanier et al. 2023) qui promeut une consommation et une production raisonnée de fruits et légumes. De plus, leur vision néolibérale provoque des tensions au sein des membres qui exigent un pragmatisme économique modéré (Spanier et al. 2023).

Dans cette configuration les échanges entre adhérents sont restreints et le rapport entre entrepreneur agricole et consommateur est uniquement utilitariste. Ce lien étant basé sur un rapport d'échange économique classique (Feagan et Henderson, 2009). Feagan et Henderson (2009) évoquent un autre type d'AMAP décrite comme étant "fonctionnelle". Contrairement à l'acception instrumentale, l'approche fonctionnelle comprend des relations de partage des tâches et de soutien actif entre adhérents consommateurs et producteur. Néanmoins cette relation d'entraide entre les membres est réduite au strict minimum (Feagan et Henderson, 2009). Du fait que les adhérents perçoivent leur engagement comme une contrainte, les actions entreprises par les membres CSA n'ont pas un caractère délibéré.

L'orientation de l'AMAP en tant que caractéristique saillante de l'entrepreneuriat amapien est synthétisée dans le tableau n°4.

Tableau n°4 : L'orientation de l'AMAP en tant que caractéristique saillante de l'entrepreneuriat social collectif amapien

Orientation de l'AMAP	Caractéristiques saillantes		
	<i>Changement sociopolitique</i>	<i>Spiritualité et fondation d'une communauté</i>	<i>Pragmatisme économique</i>
Définition	Moyen de revendication politique dans le but de s'émanciper de l'économie néo-libérale, et d'octroyer plus de pouvoir aux consommateurs dans leur manière de consommer.	Reconnecter les individus avec leur environnement par la formation d'une communauté partageant des valeurs communes et renforçant le sentiment d'appartenance au système.	Lien entre les partenaires perçu comme utilitariste. Recherche du profit et de la rentabilité économique avec des échanges relationnels moindres.

Auteurs	Blättel-Mink et al. 2017 ; Heikkurinen et al. 2019 ; Raj et al. 2023 ; Spanier et al. 2023	Blättel-Mink et al. 2017 ; Diekmann et Theuvsen, 2022; Jarosz, 2011 ; Watson, 2020	Feagan et Henderson, 2009 ; Galt, 2013 ; Galt et al. 2019 ; Paul, 2019
----------------	--	--	--

CONCLUSION

L'intérêt important que porte la littérature académique à la forme organisationnelle AMAP s'est traduit par de nombreuses publications. Nous avons tenté dans cet article de réaliser une synthèse de cette littérature afin d'en dégager les caractéristiques saillantes. Il en ressort que les AMAP sont des organisations sociales collectives résultat d'une initiative lancée par un groupe de citoyens dans un objectif explicite de bénéfice pour la communauté alors que les aspects intérêts économiques passent au second plan. La prise de décision collective et sa nature participative renforcent la conformité au bénéfice de la communauté. La mission entrepreneuriale est centrée sur la production de la valeur sociale qui se base sur une idéologie commune, une participation opérationnelle des adhérents au fonctionnement de l'AMAP et le partage du risque entrepreneurial. La cohésion de la communauté AMAP et sa résilience s'appuient sur quatre formes de capital : politique, humain, économique et social. La téléologie de l'AMAP peut différer selon l'orientation de leur identité (visée de changement sociopolitique, spiritualité et fondation d'une communauté ou pragmatisme économique).

Références

Aissaoui, S., Bueno Merino, P., & Grandval, S. (2017). Les antécédents de la confiance dans la coopération amapienne. *Revue internationale P.M.E.*, 30(1), 121-154.

Aissaoui, S., Bueno Merino, P., & Grandval, S. (2022). Logique institutionnelle du circuit court de distribution amapien et mutation de son modèle d'affaires. *Management & Avenir*, N° 130(4), 111-134.

Aïssaoui, S., Grandval, S., & Hamza, H., (2024). Emergence de l'intention et de l'action entrepreneuriales sociales collectives amapienne : une approche par les théories du *care* et du *sensemaking*. In *Logistique(s), circuits courts et relocalisation : La réinvention des territoires*, Dir. F. Cassière, V. Noireaux, Presses Universitaires de Provence.

Allen IV, J. E., Rossi, J., Woods, T. A., & Davis, A. F. (2017). Do community supported agriculture programmes encourage change to food lifestyle behaviours and health outcomes? New evidence from shareholders. *International Journal of Agricultural Sustainability*, 15(1), 70-82.

Alonso Ugaglia, A., Carayon, D., Del'Homme, B., Lemarié-Boutry, M., & Zahm, F. (2023). Analyse compréhensive de la performance globale des exploitations agricoles en circuits courts et de proximité. *Économie rurale*, 17-36.

André, K., & Pache, A.-C. (2016). From Caring Entrepreneur to Caring Enterprise : Addressing the Ethical Challenges of Scaling up Social Enterprises. *Journal of Business Ethics*, 133(4), 659-675.

Bacq, S., Hertel, C., & Lumpkin, G. T. (2022). Communities at the nexus of entrepreneurship and societal impact: A cross-disciplinary literature review. *Journal of Business Venturing*, 37(5), 106231.

Bacq, S., & Janssen, F. (2011). The multiple faces of social entrepreneurship : A review of definitional issues based on geographical and thematic criteria. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(5-6), 373-403.

Barbosa, S. B., de Melo, G. A., Peixoto, M. G. M., Mendonça, M. C. A., & de Andrade Guerra, J. B. S. O. (2022). Community Supported Agriculture (CSA) with View at Promoting Food Security and Sustainable Agriculture. In *Sustainable Agriculture and Food Security* (pp. 459-477). Cham: Springer International Publishing.

Ben-Hafaïedh, C., Champenois, C., Cooney, T. M., & Schjoedt, L. (2024). Entrepreneurship as collective action: The next frontier. *International Small Business Journal*, 42(1), 3-13.

Bhave, M. P. (1994). A process model of entrepreneurial venture creation. *Journal of business venturing*, 9(3), 223-242.

Blättel-Mink, B., Boddenberg, M., Gunkel, L., Schmitz, S., & Vaessen, F. (2017). Beyond the market—New practices of supply in times of crisis: The example community-supported agriculture. *International Journal of Consumer Studies*, 41(4), 415-421.

Bloom, P. N. (2009). Overcoming Consumption Constraints through Social Entrepreneurship. *Journal of Public Policy & Marketing*, 28(1), 128-134.

Bonfert, B. (2022). 'What we'd like is a CSA in every town.' Scaling community supported agriculture across the UK. *Journal of Rural Studies*, 94, 499-508.

Brehm, J. M., & Eisenhauer, B. W. (2008). Motivations for participating in community-supported agriculture and their relationship with community attachment and social capital. *Journal of Rural Social Sciences*, 23(1), 5.

Condor, R. (2019). L'entrepreneuriat collectif dans la méthanisation agricole. *Systèmes alimentaires/Food Systems*, 2019(4), 71-91.

Condor, R., & Chabaud, D. (2013). La formation de l'équipe entrepreneuriale autour du projet de création d'entreprise : Constats et enjeux: *Revue de l'Entrepreneuriat*, Vol. 11(2), 31-52.

Cone, C., & Myhre, A. (2000). Community-supported agriculture: A sustainable alternative to industrial agriculture?. *Human organization*, 59(2), 187-197.

Defourny, J. (2004). L'émergence du concept d'entreprise sociale: *Reflets et perspectives de la vie économique*, Tome XLIII(3), 9-23.

Defourny, J., & Nyssens, M. (2011). Approches européennes et américaines de l'entreprise sociale: une perspective comparative. *Revue internationale de l'économie sociale*, (319), 18-35.

Defourny, J., & Nyssens, M. (2008). *Conceptions of Social Enterprise in Europe and the United States : Convergences and Divergences*.

Deschamps, B., & Slitine, R. (2024). The creation of collective enterprises for social impact: An agency perspective. *International Small Business Journal*, 42(1), 14-38.

Diekmann, M., & Theuvsen, L. (2022). Value structures determining community supported agriculture: Insights from Germany. In *Rethinking Food System Transformation* (pp. 83-96). Cham: Springer Nature Switzerland.

Dubuisson-Quellier*, S. (2014). Les engagements et les attentes des consommateurs au regard des nouveaux modes de consommation: des opportunités pour l'économie circulaire. *Responsabilité et environnement*, (4), 28-32.

Dufeu, I., & Ferrandi, J. M. (2013). Les ressorts de l'engagement dans une forme particulière d'échange collaboratif entre producteur et consommateurs: les AMAP. *Décisions Marketing*, 157-178.

Feagan, R., & Henderson, A. (2009). Devon Acres CSA: Local struggles in a global food system. *Agriculture and human values*, 26, 203-217.

Feola, G., Vincent, O., & Moore, D. (2021). (Un) making in sustainability transformation beyond capitalism. *Global Environmental Change*, 69, 102290.

Follett, J. R. (2009). Choosing a food future: Differentiating among alternative food options. *Journal of agricultural and environmental ethics*, 22(1), 31.

Galt, R. E., Bradley, K., Christensen, L. O., & Munden-Dixon, K. (2019). The (un) making of "CSA people": Member retention and the customization paradox in Community Supported Agriculture (CSA) in California. *Journal of Rural Studies*, 65, 172-185.

Galt, R. E., Bradley, K., Christensen, L., Van Soelen Kim, J., & Lobo, R. (2016). Eroding the Community in Community Supported Agriculture (CSA): Competition's Effects in Alternative Food Networks in California. *Sociologia Ruralis*, 56(4), 491-512.

Galt, R. E. (2013). The moral economy is a double-edged sword: Explaining farmers' earnings and self-exploitation in community-supported agriculture. *Economic Geography*, 89(4), 341-365.

Gorman, R. (2018). Human-livestock relationships and community supported agriculture (CSA) in the UK. *Journal of rural studies*, 61, 175-183.

Hafaïedh, C. B. (2006). Entrepreneuriat en équipe: positionnement dans le champ de l'entrepreneuriat collectif. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 5(2), 31-54.

Heikkurinen, P., Lozanoska, J., & Tosi, P. (2019). Activities of degrowth and political change. *Journal of Cleaner Production*, 211, 555-565.

Herauld-Fournier, C., Merle, A., & Prigent-Simonin, A. H. (2014). Diagnostiquer la proximité perçue en vente directe de produits alimentaires. *Décisions marketing*, 89-108.

Hidalgo, G., Monticelli, J. M., & Vargas Bortolaso, I. (2021). Social capital as a driver of social entrepreneurship. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1-24.

Hulgard, L., & Spear, R. (2007). *6 Social entrepreneurship and the mobilisation of social capital in European social enterprises.*

Hvitsand, C. (2016). Community supported agriculture (CSA) as a transformational act—distinct values and multiple motivations among farmers and consumers. *Agroecology and Sustainable food systems*, 40(4), 333-351.

Jacquier*, C. (2011). Qu'est-ce qu'une communauté? En quoi cette notion peut-elle être utile aujourd'hui?. *Vie sociale*, (2), 33-48.

Jarosz, L. (2011). Nourishing women: toward a feminist political ecology of community supported agriculture in the United States. *Gender, Place & Culture*, 18(3), 307-326.

Kaika, A., & Racelis, A. (2021). Civic agriculture in review: Then, now, and future directions. *Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development*, 10(2), 551-572.

Kwon, S. W., & Adler, P. S. (2014). Social capital: Maturation of a field of research. *Academy of management review*, 39(4), 412-422.

Lagane, J. (2015). When students run amaps : Towards a French model of CSA. *Agriculture and Human Values*, 32(1), 133-141.

Lanciano, E., Lapoutte, A., & Saleilles, S. (2019). What business models for food justice?. *Systèmes alimentaires*, 2019(4), 159-183.

Laville, J. L. (2001). Une association est-elle aussi un agent économique?. In *Les annales de la Recherche Urbaine* (Vol. 89, No. 1, pp. 23-28). Persée-Portail des revues scientifiques en SHS.

Le Rudulier, K. (2010). Les Amap : Un cadre juridique original, hybride, complexe, façonné par l'autorégulation: *Pour*, N° 204(1), 141-146.

Liu, Z., Dempsey, N., & Lange, E. (2023). Community Supported Agriculture in the Pearl River Delta. *Adaptive Urban Transformation*, 301.

Lounsbury, M. (1998). Collective entrepreneurship : The mobilization of college and university recycling coordinators. *Journal of Organizational Change Management*, 11(1), 50-69.

Mair, J., Battilana, J., & Cardenas, J. (2012). Organizing for Society : A Typology of Social Entrepreneurial Models. *Journal of Business Ethics*, 111(3), 353-373.

Marquat, C., & Diemer, A. (2016). Les AMAP, une émanation de l'économie sociale et solidaire²⁰. *Revue Francophone du Développement Durable*.

Mars, M. M. (2020). Inter-organizational dynamics and the ecology of localized entrepreneurship. *Community Development*, 51(1), 53-71.

McDaniel, T., Soto Mas, F., & Sussman, A. L. (2021). Growing connections: Local food systems and community resilience. *Society & Natural Resources*, 34(10), 1375-1393.

Médard, J. F.(1969). Communauté locale et organisation communautaire aux États-Unis. Cahier de la Fondation nationale des sciences politiques, Paris, Armand Colin.

Mignot, C., Molines, N., Madaboyko-Fintobakila, A., Lebeaupin, V., & Emery, J. (2022). Les AMAP, un réseau de proximité solidaire et inclusif? Le cas des Hauts-de-France (HDF). *Norois*, 263, 73-93.

Mitzinneck, B. C., & Besharov, M. L. (2019). Managing Value Tensions in Collective Social Entrepreneurship : The Role of Temporal, Structural, and Collaborative Compromise. *Journal of Business Ethics*, 159(2), 381-400.

Molinari, C., Ahern, M., & Hendryx, M. (1998). The relationship of community quality to the health of women and men. *Social science & medicine*, 47(8), 1113-1120.

Montgomery, A. W., Dacin, P. A., & Dacin, M. T. (2012). Collective social entrepreneurship: Collaboratively shaping social good. *Journal of business ethics*, 111, 375-388.

Mundler, P. (2007). Les Associations pour le maintien de l'agriculture paysanne (AMAP) en Rhône-Alpes, entre marché et solidarité. *Ruralia. Sciences sociales et mondes ruraux contemporains*, (20).

Nordstrom, O. A., & Jennings, J. E. (2015). Charting the Collective Interest in Collective Entrepreneurship : An Integrative Review. *Academy of Management Proceedings*, 2015(1), 16851.

Opitz, I., Zoll, F., Zasada, I., Doernberg, A., Siebert, R., & Piorr, A. (2019). Consumer-producer interactions in community-supported agriculture and their relevance for economic stability of the farm—An empirical study using an Analytic Hierarchy Process. *Journal of rural studies*, 68, 22-32.

Ostrom, E. (1994). 6. Constituting social capital and collective action. *Journal of Theoretical politics*, 6(4), 527-562.

Pansuwong, W., Photchanachan, S., & Thechatakerng, P. (2023). Social innovation: relationships with social and human capitals, entrepreneurial competencies and growth of social enterprises in a developing country context. *Social Enterprise Journal*, 19(1), 51-79.

Paranthoën, J. B. (2020). De la contestation des accords du GATT à la création des AMAP: genèse d'un mouvement devenu emblématique de l'ESS. *RECMA*, (2), 50-67.

Paul, M. (2019). Community-supported agriculture in the United States: Social, ecological, and economic benefits to farming. *Journal of Agrarian Change*, 19(1), 162-180.

Peredo, A. M., & Chrisman, J. J. (2006). Toward a Theory of Community-Based Enterprise. *Academy of Management Review*, 31(2), 309-328.

Poulot, M. (2014). Histoires d'AMAP franciliennes: quand manger met le local dans tous ses états. *Territoire en mouvement Revue de géographie et aménagement. Territory in movement Journal of geography and planning*, (22), 40-53.

Pratt, J. (2009). Incorporation and resistance: Analytical issues in the conventionalization debate and alternative food chains. *Journal of Agrarian Change*, 9(2), 155-174.

Putnam, R. D. (2002). *Comunidade e democracia: a experiência da Itália moderna*. FGV Editora.

Qureshi, I., Bhatt, B., Sutter, C., & Shukla, D. M. (2023). Social entrepreneurship and intersectionality: Mitigating extreme exclusion. *Journal of Business Venturing*, 38(2), 106283.

Raj, G., Feola, G., & Runhaar, H. (2023). Work in progress: power in transformation to postcapitalist work relations in community-supported agriculture. *Agriculture and Human Values*, 1-23.

Reich, R. B. (1987). Entrepreneurship reconsidered: The team as hero. *Harvard Business Rev*, 65, 77-78.

Renard, L., Cloutier, L. M., Picaud-Bello, K., & Stevens, E. (2020). Émergence et formation de routes touristiques à thème : Apports des concepts de stratégie collective et d'entrepreneuriat collectif. *Management & Avenir*, N° 116(2), 85-106.

Renting, H., Schermer, M., & Rossi, A. (2012). Building food democracy: Exploring civic food networks and newly emerging forms of food citizenship. *The International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, 19(3), 289-307.

Rindova, V., Barry, D., & Ketchen, D. J. (2009). Entrepreneurship as Emancipation. *Academy of Management Review*, 34(3), 477-491.

Ripoll, F. (2010). L'économie «solidaire» et «relocalisée» comme construction d'un capital social de proximité. *Regards sociologiques*, 40, 59-75.

Rommel, M., Posse, D., Wittkamp, M., & Paech, N. (2022). Cooperate to transform? Regional cooperation in community supported agriculture as a driver of resilient local food systems. In *Sustainable Agriculture and Food Security* (pp. 381-399). Cham: Springer International Publishing.

Schmelzer, M. (2015). Gutes Leben statt Wachstum: Degrowth, Klimagerechtigkeit, Subsistenz—eine Einführung in die Begriffe und Ansätze der Postwachstumsbewegung. *Atlas der Globalisierung: Weniger wird mehr. Der Postwachstumsatlas*. Berlin: Le Monde Diplomatique, 116-121.

Seelos, C., Mair, J., Battilana, J., & Tina Dacin, M. (2011). The Embeddedness of Social Entrepreneurship : Understanding Variation across Local Communities. In C. Marquis, M. Lounsbury, & R. Greenwood (Éds.), *Research in the Sociology of Organizations* (Vol. 33, p. 333-363). Emerald Group Publishing Limited.

Sørensen, E., & Torfing, J. (2003). Network Politics, Political Capital, and Democracy. *International Journal of Public Administration*, 26(6), 609-634.

Spanier, J., Guerrero Lara, L., & Feola, G. (2023). A one-sided love affair? On the potential for a coalition between degrowth and community-supported agriculture in Germany. *Agriculture and Human Values*, 1-21.

Sutter, C., Bruton, G. D., & Chen, J. (2019). Entrepreneurship as a solution to extreme poverty : A review and future research directions. *Journal of Business Venturing*, 34(1), 197-214.

Teasdale, S., Bellazzecca, E., de Bruin, A., & Roy, M. J. (2023). The (R) evolution of the social entrepreneurship concept: a critical historical review. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 52(1_suppl), 212S-240S.

Turunen, A., Aro, R., & Huttunen, S. (2023). Intra-Acting Food Citizenship in Community-Supported Agriculture in Finland. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 36(3), 15.

Van Oers, L., Feola, G., Runhaar, H., & Moors, E. (2023). Unlearning in sustainability transitions: Insight from two Dutch community-supported agriculture farms. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 46, 100693.

Vedula, S., Dobliger, C., Pacheco, D., York, J. G., Bacq, S., Russo, M. V., & Dean, T. J. (2022). Entrepreneurship for the Public Good : A Review, Critique, and Path Forward for Social and Environmental Entrepreneurship Research. *Academy of Management Annals*, 16(1), 391-425.

Voge, J., Newiger-Dous, T., Ehrlich, E., Ermann, U., Ernst, D., Haase, D., ... & Egli, L. (2023). Food loss and waste in community-supported agriculture in the region of Leipzig, Germany. *International Journal of Agricultural Sustainability*, 21(1), 2242181.

Volz, P., Weckenbrock, P., Nicolas, C., Jocelyn, P., & Dezsény, Z. (2016). Overview of community supported agriculture in Europe.

Watson, D. J. (2020). Working the fields: The organization of labour in community supported agriculture. *Organization*, 27(2), 291-313.

Wells, B. L., & Gradwell, S. (2001). *Gender and resource management : Community supported agriculture as caring-practice*.

Wilson, G. A. (2012). Community resilience, globalization, and transitional pathways of decision-making. *Geoforum*, 43(6), 1218-1231.

Yitshaki, R., & Kropp, F. (2016). Motivations and opportunity recognition of social entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 54(2), 546-565.

Zoll, F., Kirby, C. K., Specht, K., & Siebert, R. (2023). Exploring member trust in German community-supported agriculture: a multiple regression analysis. *Agriculture and Human Values*, 40(2), 709-724.

Zoll, F., Specht, K., Opitz, I., Siebert, R., Piorr, A., & Zasada, I. (2018). Individual choice or collective action? Exploring consumer motives for participating in alternative food networks. *International Journal of Consumer Studies*, 42(1), 101-110.

Zoll, F., Specht, K., & Siebert, R. (2021). Alternative= transformative? Investigating drivers of transformation in alternative food networks in Germany. *Sociologia Ruralis*, 61(3), 638-659.