

---

## Actes de la deuxième conférence internationale sur la Francophonie économique

### *L'ENTREPRENEURIAT ET L'INSERTION PROFESSIONNELLE DES JEUNES ET DES FEMMES EN AFRIQUE FRANCOPHONE*

Université Mohammed V de Rabat, 2-4 mars 2020

---

## VERS UNE MEILLEURE COMPRÉHENSION DE L'ENTREPRENEURIAT VERT AU MAROC

**Hanan FALI**

Professeure, Université Ibn Zohr, FSJES,  
Centre universitaire de Guelmim, Maroc  
[h.fali@uiz.ac.ma](mailto:h.fali@uiz.ac.ma)

**RÉSUMÉ** – Les problèmes environnementaux se sont considérablement aggravés ces dernières années. À l'échelle mondiale, ces problèmes comprennent le changement climatique, la pénurie des ressources et la pollution de l'air, de l'eau et du sol. Dans ce sens, l'entrepreneuriat vert est perçu comme l'une des solutions les plus durables pour pallier ce déséquilibre croissant de la nature et la destruction rapide des ressources naturelles (Mathur et Tandon, 2016). Un nombre croissant de publications sur la gestion de l'environnement suggèrent que les entreprises peuvent obtenir des avantages concurrentiels durables en réduisant les impacts négatifs de leurs activités sur l'environnement naturel (Walley et al., 2010 ; Schaltegger, 2010). Dans cette logique, l'adoption d'approches plus respectueuses de l'environnement ouvre de nouvelles possibilités et de nombreux avantages aux entreprises. En révélant les avantages économiques liés au fait d'être plus vert, les entrepreneurs jouent un rôle de premier plan dans cette dynamique. Cet article se propose de comprendre le concept de l'entrepreneuriat vert en analysant les motivations et obstacles potentiels rencontrés par les entrepreneurs verts, notamment dans le contexte marocain.

**Mots-clés :** Entrepreneuriat vert – Management environnemental – Entrepreneur verts – Maroc – Développement Durable

Les idées et opinions exprimées dans les textes sont celles des auteurs et ne reflètent pas nécessairement celles de l'OFE ou celles de ses partenaires. Aussi, les erreurs et lacunes subsistantes de même que les omissions relèvent de la seule responsabilité des auteurs.

### **Introduction**

Outre les dimensions économique, sociale et sociétale, la préservation de l'environnement devient indispensable pour la promotion du développement durable surtout avec les modèles de croissance et de consommation en vigueur. Dans ce sens, l'entrepreneuriat vert a le potentiel d'être une force majeure dans la transition globale vers un paradigme d'entreprise plus durable (Schaper, 2002), et s'inscrit donc dans le cadre des exigences du développement durable (Flam, 2010). De plus en plus, le nombre d'entrepreneurs verts augmente en raison des changements dans les modes de vie pour se concentrer davantage sur la production d'aliments biologiques, le commerce équitable et les initiatives de recyclage (Holt, 2011).

Ils peuvent être alors une force puissante pour intégrer un nouveau paradigme de l'entreprise responsable.

L'objectif du présent papier est d'analyser la problématique de l'entrepreneuriat vert et ses spécificités, en mettant l'accent sur le cas marocain. A ce titre, il s'articulera autour de trois axes : dans un premier temps, il présentera un aperçu de la littérature spécialisée en définissant les concepts clés mobilisés pour mieux comprendre le courant majeur qui se dessine ; ensuite, il mettra en exergue les motivations des entrepreneurs verts en abordant les principaux défis et les obstacles à relever ; enfin, il s'appuiera sur le contexte marocain pour exposer les opportunités à saisir et les difficultés à surmonter par les entrepreneurs verts.

## **1. De l'entrepreneuriat vert à l'entrepreneur vert : quelques tentatives de définition**

Ce premier point de notre contribution vise à construire le soubassement théorique de notre étude, à travers l'analyse des concepts de l'entrepreneuriat vert et de l'entrepreneur vert.

### **1.1. L'entrepreneuriat vert**

Ce n'est que dans les années 1990 que les études sur l'entrepreneuriat vert ont vu le jour. Le terme est composé de deux mots : entrepreneuriat et vert. Dans ce sens, les auteurs à l'image de Blue (1990) Bennett (1991) et Berle (1991) sont les premiers à avoir adopté l'« entrepreneur vert » et l'« éco-entrepreneur » dans leurs recherches. L'étude de l'entrepreneuriat vert est « *une tentative de comprendre l'impact que les individus et les organisations innovants peuvent avoir sur les environnements dans lesquels ils agissent: comment ils tentent d'imposer leur vision aux autres acteurs. Il vise à améliorer notre compréhension du caractère de ces acteurs et de la façon dont ils interagissent avec et transforment leur environnement* » (Beveridge et Guy, 2005: 668). L'entrepreneuriat vert est donc un nouveau type d'entrepreneuriat, avec un engagement à la compatibilité environnementale. Il combine le sens des affaires avec la reconnaissance de la durabilité et d'autres principes du mouvement environnemental dans lequel la compatibilité avec l'environnement doit être spécifiée et définie en toutes circonstances (Arabiun et al., 2015).

Selon Nikolaou et al., (2011), l'entrepreneuriat vert peut être défini comme une nouvelle entreprise en démarrage dans l'industrie de la production ou des services environnementaux qui se concentrent sur la préservation des ressources naturelles telles que l'éco-tourisme, le traitement des eaux usées, le recyclage, les énergies renouvelables et la biodiversité. Dans son ouvrage intitulé « Barriers and Triggers to Green Entrepreneurship », Pachaly (2012) souligne clairement que les différentes définitions de l'entrepreneuriat vert peuvent être classées en fonction des dimensions de l'entrepreneuriat auxquelles elles se réfèrent. Le tableau ci-dessous propose une compilation des définitions de l'entrepreneuriat vert en fonction de trois aspects.

**Tableau 1: Définitions de l'entrepreneuriat vert**

Auteur	Aspect de l'entrepreneuriat	Définitions
Dean et Mc Mullen (2007 :53)	Caractéristiques organisationnelles	«Le processus de définition et d'exploitation des opportunités économiques qui sont présentes dans les défaillances du marché et qui sont pertinentes sur le plan environnemental»
Kotchen (2009 : 28)	Processus impliqué	«La pratique de démarrer de nouvelles entreprises en réponse à une opportunité identifiée, de réaliser un profit et de fournir une externalité environnementale positive»
Anderson et Leal (1997 : 3)	Résultats environnementaux	«Les entrepreneurs utilisent des outils commerciaux pour préserver les espaces ouverts, développer les habitats de la faune, sauver les espèces menacées et généralement améliorer la qualité de l'environnement»

**Source:** Pachaly, M. V. W. (2012). *Barriers and Triggers to Green Entrepreneurship*. Erasmus University Rotterdam, p.7.

Dans un autre sens, Galkina et Hultman, (2016) proposent une définition moins orientée vers l'économie, où l'entrepreneuriat vert vise à lancer de nouvelles entreprises en combinaison avec des pratiques et des valeurs commerciales respectueuses de l'environnement.

Ce tour d'horizon sur les tentatives de définition de l'entrepreneuriat vert nous permet d'aborder le concept de l'entrepreneur vert et d'en aborder les contours.

## 1.2. L'Entrepreneur vert

L'entrepreneur vert est une combinaison de deux mots «vert» et «entrepreneur» (Walley et Taylor, 2002 ; Cooney, 2009), également connu sous le nom d'«entrepreneur environnemental» selon González-Benito et González-Benito (2005) ou d'écopreneur selon Hall et al., (2010). Les entrepreneurs verts accordent la priorité à l'environnement par rapport aux bénéfices chaque fois que cela est possible et ils sont conscients de faire de leur mieux pour réduire leur effet sur l'environnement (Setyawati et al. 2018). De plus, ils sont ceux qui dirigent des entreprises pour atteindre des objectifs environnementaux et commerciaux et qui souhaitent transformer leurs secteurs pour qu'ils soient plus durables (Jolink et Nieston, 2013).

Pour Hockerts et Wustenhagen (2010), l'entrepreneur vert est le type d'entrepreneur qui cherche une combinaison de valeur économique, sociale et environnementale. Cette combinaison est également appelée triple résultat. Dans ce sens, Walley et al., (2010) soulignent qu'un entrepreneur vert est un entrepreneur qui vise à tirer profit de l'entreprise verte.

Dans une économie de marché, les entrepreneurs ont été considérés comme les principaux moteurs de toute évolution vers une économie verte car ce sont les acteurs économiques qui réalisent l'entrepreneuriat vert en transformant des modèles et des prototypes en produits commerciaux tangibles. En démontrant les avantages économiques qui découlent du fait d'être plus écologique, les écopreneurs agissent comme un facteur d'attraction encourageant d'autres entreprises à passer au vert de manière proactive, contrairement aux facteurs

d'incitation de la réglementation gouvernementale et de la pression des parties prenantes ou des groupes de pression (Schaper, 2002 : 27). De même, Walley et al., (2010: 62) notent que l'entrepreneur vert est «... un fondateur individuel d'une nouvelle entreprise à but lucratif et sensiblement verte, soit par la nature du produit (par exemple, les énergies renouvelables), soit par des politiques et des pratiques substantiellement vertes au sein de l'entreprise ». Dans ce sillage, Isaak (2010: 44) avance que les entreprises vertes sont celles qui «... n'ont pas ouvert la voie [pour être vertes] mais, une fois établies, les managers ont découvert le coût et l'innovation et les avantages marketing pour «écologiser» leur entreprise existante ». En outre, l'auteur souligne que les entreprises vraiment vertes ou «green-green» sont celles qui sont conçues pour être vertes dans leurs processus et produits dès le départ, en tant que start-up, et qui sont destinées à transformer socialement le secteur industriel dans lequel elles sont situées vers un modèle plus durable. Switchmed (2015:6) considère ainsi que l'entrepreneur vert est un entrepreneur qui « intègre les aspects environnementaux, sociaux et économiques au cœur de son projet, qui fournit des solutions novatrices dans la façon dont les biens et services sont produits et consommés et dont l'activité contribue à l'économie verte ».

Cet aperçu succinct des différentes acceptions relatives aux concepts d'entrepreneuriat vert et de l'entrepreneur vert nous permet d'identifier les motivations et obstacles inhérents aux entrepreneurs verts.

## **2. Motivations et obstacles des entrepreneurs verts**

La motivation verte est définie comme l'engagement de l'écopreneur à créer une valeur verte par rapport à la production de profit. Certains écopreneurs s'efforcent de maximiser les profits, d'autres veulent maximiser la valeur verte et, encore une fois, d'autres optent pour une combinaison des deux (Tromp, 2015). Alors, qu'en est-il des motivations de ce type d'entrepreneurs?

Il existe deux types de facteurs : les facteurs push et pull (Segal et al, 2005; Alstete, 2002). D'une part, les facteurs d'incitation (push factors) sont souvent marqués par des connotations négatives qui poussent les gens à poursuivre une idée d'entreprise comme les problèmes avec les employeurs, le chômage, l'effet plafond de verre, les licenciements, le besoin de conditions de travail et de vie flexibles. D'autre part, les facteurs d'attractivité (pull factors) sont internes et se rapportent aux choix personnels avant la création de l'entreprise, comme l'existence d'un écart sur le marché, le désir d'un niveau plus élevé d'autonomie, faire un travail satisfaisant, et/ou une orientation pour la richesse et le pouvoir (Alstete, 2002).

En bref, la motivation principale de l'éco-entrepreneuriat est de gagner de l'argent en contribuant à résoudre des problèmes environnementaux. Les objectifs économiques sont les fins de l'entreprise, tandis que les objectifs environnementaux sont considérés comme faisant partie intégrante de la logique économique de l'entreprise (Schaltegger et Wagner, 2011).

Dans ce sillage, les préoccupations environnementales croissantes concernant la pollution et le réchauffement climatique ont conduit à un changement de paradigme dans les préférences des consommateurs vers des produits plus écologiques. De plus, le changement dans les modes de consommation qui pourrait être dû à une éducation et à une sensibilisation à l'environnement croissantes a conduit à l'émergence de marchés verts, créant ainsi de nouvelles voies pour l'entrepreneuriat vert et des opportunités pour les entrepreneurs verts qui sont motivés par des objectifs sociaux, environnementaux et économiques (Haldar et Dutta,

2017). Alors que le défi de la création de marché ou l'étendue limitée du marché des produits est réel pour tous les entrepreneurs, les entrepreneurs verts sont confrontés à des défis supplémentaires lorsqu'ils démarrent une entreprise. Dans cette optique, la création de marchés est encore plus difficile pour les idées commerciales environnementales que pour les idées commerciales non environnementales. En plus, la communauté financière n'est peut-être pas encore suffisamment mûre pour financer les innovations environnementales et le rôle du raisonnement éthique crée de la confusion dans le courant dominant dans la communauté des affaires (Linnanen, 2010).

Il existe plusieurs barrières qui entravent les entrepreneurs verts. Selon Linnanen, (2010), la première barrière que tous les entrepreneurs verts naissants doivent surmonter est la barrière du financement. Ainsi, ces entrepreneurs semblent avoir du mal à obtenir des capitaux (Pachaly, 2012). En raison des évolutions entrepreneuriales vertes, la percée du marché peut nécessiter des périodes plus longues que l'activité entrepreneuriale normale, dissuadant les investisseurs qui exigent un retour sur investissement plus rapide (Randjelovic et al., 2003). De plus, peu d'investisseurs connaissent le marché de l'entreprise verte et on dénote un manque de sensibilisation aux questions financières par les écopreneurs eux-mêmes (O'Rourke, 2005).

La deuxième barrière est celle de la demande insuffisante des clients (Pachaly, 2012). A ce titre, Linnanen (2010) a suggéré que la réalisation d'une idée d'entreprise verte implique souvent la nécessité de créer un marché pour le nouveau produit ou service en premier lieu.

Le troisième et dernier obstacle des entrepreneurs verts naissants par rapport aux autres entrepreneurs est la non-conformité de l'offre de produits et services verts avec l'image ou aux valeurs fondamentales de l'entreprise (Pachaly, 2012).

Ces développements nous conduisent à nous interroger sur les spécificités de l'entrepreneuriat vers en contexte marocain.

### **3. L'entrepreneuriat vert au Maroc : atouts et obstacles**

Au Maroc, les effets négatifs liés aux changements climatiques, l'augmentation continue des cours de l'énergie et l'épuisement des ressources naturelles imposent la promotion d'une économie verte et inclusive. La mise en place de la Charte de l'Environnement et du Développement Durable de 2010 et la nouvelle Constitution de 2011 qui entérine ses principes, sans oublier l'élaboration d'une Stratégie Nationale de l'Environnement et du Développement Durable en support des nombreux plans sectoriels (plan Maroc vert pour l'agriculture, plan de gestion de déchets, etc.), concrétisent la réorientation nationale vers un modèle durable. Dans cette dynamique, le Maroc est considéré comme pionnier du développement durable sur le continent africain. Celle-ci a été nourrie par l'investissement dans des grands projets énergétiques (programme Noor de l'énergie éolienne et solaire). En outre, le Maroc a abrité plusieurs événements environnementaux (COP22 à Marrakech en Novembre 2016, les premières assises francophones de l'évaluation environnementale et sociale en 2018, la 29<sup>ème</sup> session du Bureau de la Conférence ministérielle africaine de l'environnement (CMAE), etc.), ce qui témoigne de l'engagement du pays d'ériger le respect de l'environnement en priorité nationale.

L'écosystème du Maroc est composé d'un certain nombre d'organisations de soutien à l'entrepreneuriat vert, surtout pour aider les entreprises dans leur phase de démarrage (Startup Maroc; Espace Bidaya; Osez Inc.). Un grand nombre de ces organisations ont été créées, en particulier, après la 5<sup>ème</sup> édition du Global Entrepreneurship Summit (GES) organisé par le

Maroc en 2014. Selon le rapport de la Banque Mondiale (2017 : 32), « *l'entrepreneur vert marocain est généralement jeune et a reçu une éducation supérieure et que c'est le désir d'être son propre patron qui l'a poussé à créer son entreprise* ». Il opère au sein de filières vertes (Énergies renouvelables, Informatique écoresponsable, Efficacité énergétique, Gestion et valorisation des déchets, valorisation du capital forestier) en essayant d'apporter des solutions aux problèmes environnementaux.

Le Maroc a en effet bénéficié de l'appui de plusieurs organismes internationaux, tels que le programme **SwitchMed**<sup>1</sup> qui soutient les entrepreneurs verts et les acteurs du changement introduisant des innovations écologiques et sociales dans la région méditerranéenne à travers des formations, de l'assistance technique et du réseautage ; le «**Global Cleantech Innovation Program/GCIP**»<sup>2</sup> qui intervient sur 3 aspects: la mise en place d'une plate-forme nationale pour les cleantechs, le renforcement des capacités des institutions nationales et organisations partenaires ainsi que le partenariat avec les décideurs afin de renforcer le cadre économique et politique favorable aux TPE, PME et tout type d'entrepreneurs. Chaque année, 6 prix de l'ordre de 150.000 DHS chacun sont attribués dont celui dédié à la femme entrepreneur.

Cependant, malgré les opportunités que peuvent offrir les secteurs verts au Maroc (énergies renouvelables, agriculture, etc.), les marchés verts se développent prudemment et des efforts sont nécessaires à déployer pour relever les obstacles existants. Dans son rapport sur le climat de l'entrepreneuriat vert au Maroc, la Banque Mondiale (2017 :36) a souligné que sur l'ensemble des entrepreneurs verts marocains interrogés:

- Près de la moitié sont des entrepreneurs solos ;
- 84 % des start-ups ont été lancées en recourant à l'autofinancement ;
- 54 % de leurs dirigeants considèrent que l'opacité des données de marché constitue la principale entrave à leur activité.

Ces résultats concordent avec ceux de la littérature dans le domaine et mettent en avant le problème de financement (Pachaly, 2012 ; Linnanen, 2010). Pour les entrepreneurs marocains, les subventions et d'autres formes de financement de démarrage sont accessibles, provenant des sources telles que le Réseau Entreprendre Maroc (Morocco Entrepreneurship Network), Startup Maroc et des initiatives internationales. Cependant, sans soutien financier et service d'accompagnement, il est difficile pour de nombreux entrepreneurs qui se trouvent à ce stade critique de développer pleinement leurs activités. La plupart des sources de financement proviennent du secteur privé (par exemple, l'Office Chérifien des Phosphates), ou de partenariats avec des organisations de coopération internationale, ce qui représente un réel problème quant à la durabilité de financement.

Du même, les entrepreneurs verts marocains jugent généralement la taille du marché très petite et la demande faible pour faire des affaires. Ils soutiennent que le marché public est pratiquement inaccessible et les opportunités sont réservées aux entreprises plus grandes. Les résultats engagés par ce rapport cadrent avec les travaux de Pachaly (2012). Ils déplorent

<sup>1</sup> Le programme SwitchMed (2012-2018) financé par l'Union Européenne, il s'agit une initiative qui soutient et met en relation les parties prenantes qui souhaitent innover dans les domaines écologique et social en Méditerranée. Depuis 2019, les Switchers sont devenus une initiative indépendante menant à la création du programme de soutien aux Switchers. Les pays concernés sont : Algérie, Égypte, Espagne, Israël, Italie, Jordanie, Liban, Malte, Maroc, Palestine, Tunisie, Turquie.

<sup>2</sup> Le «Global Cleantech Innovation Program/GCIP» ou Cleantech Maroc est une initiative mondiale financée par le Fonds pour l'environnement mondial (FEM) et exécuté par l'Organisation des Nations unies pour le développement industriel (ONUDI) visant la promotion de l'innovation en matière de technologies propres et la création d'emplois verts.

aussi l'absence de soutien des entreprises qui ont atteint un stade plus avancé et qui peuvent les guider dans leurs projets. Dans ce sens, en démontrant les avantages économiques retirés des projets écologiques, les écopreneurs leaders sur le marché peuvent agir comme un facteur d'attractivité qui incite d'autres entrepreneurs verts. Ces conclusions corroborent celles de Schaper (2002).

## Conclusion

L'objectif global de ce papier était de mettre en lumière le phénomène émergent de l'entrepreneuriat vert. Il tente d'expliquer les motivations des entrepreneurs verts ainsi que les défis et les obstacles rencontrés pour réaliser leurs activités vertes. Certes, l'entrepreneuriat vert est un nouveau domaine qui offre plusieurs opportunités aux écopreneurs. Cependant, les législations, la réglementation gouvernementale et les structures de soutien doivent jouer un rôle nodal et catalyseur dans ce processus.

Le Maroc ne fait pas exception à cette réalité ; plusieurs initiatives y ont vu le jour et le nombre de start-ups qui se consacrent aux technologies propres est en essor, mais l'écosystème semble souffrir d'un manque de communication entre les parties prenantes. Cette situation nécessite une synergie entre les différents acteurs clés (gouvernement, centres de recherches, organisations internationales, entrepreneurs, etc.) et la définition du rôle de chacun dans l'écosystème.

## Bibliographie

- Alstete, J. W. 2002. «On becoming an entrepreneur: an evolving typology». *International Journal of Entrepreneurial Behaviour et Research*, 8(4) : 222-234.
- Arabiun, A., Abdi, J.A. et Kashefi, A. 2015. «Entrepreneurship in the context of modern technologies: An Approach to Green Entrepreneurship and Sustainable Development, Nanotechnology». In Proceedings of the First International Conference on the Environment and Natural Resources, Kharazmi Higher Education Institute of Science and Technology, Shiraz, Iran, 21 May 2015.
- Bennett, S.J. 1991. *Ecopreneuring: the Complete Guide to Small Business Opportunities from the Environmental Revolution*. Wiley: New York.
- Berle G. 1991. *The Green Entrepreneur: Business Opportunities That Can Save the Earth and Make You Money*. Liberty Hall: Blue Ridge Summit, PA.
- Beveridge, R. et Guy, S. (2005). «The rise of the ecopreneur and the messy world of environmental innovation». *Local Environment*, 10 (6) : 665-676.
- Blue J. 1990. *Ecopreneuring: Managing for Results*. Scott Foresman: London.
- Cooney, T. M. (2009). Developing entrepreneurship programmes for female members of the Irish traveller community. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*.
- Flam, M. 2010. *L'économie verte*. Presses universitaires de France.
- Galkina, T., & Hultman, M. 2016. Ecopreneurship—assessing the field and outlining the research potential. *Small Enterprise Research*, 23(1), 58-72.

- González-Benito, Ó., et González-Benito, J. 2005. «Environmental proactivity and business performance: An empirical analysis». *Omega*, 33(1), 1-15.
- Haldar, S., Dutta, I., 2017. «Green Entrepreneurship in Theory and Practice: Insights from the Indian Market», *International Journal of Trend in Scientific Research and Development*, 1(5) : 706-721.
- Hall, J.K., Daneke, G.A., et Lenox, M.J. 2010. «Sustainable development and entrepreneurship: Past contributions and future directions». *Journal of Business Venturing*, 25(5) : 439-448.
- Hockerts, K., et Wüstenhagen, R. 2010. «Greening Goliaths versus emerging Davids-Theorizing about the role of incumbents and new entrants in sustainable entrepreneurship». *Journal of Business Venturing*, 25(5) : 481-492.
- Holt, D. 2011. «Where are they now? Tracking the longitudinal evolution of environmental businesses from the 1990s». *Business Strategy and the Environment*, 20 (4) : 238-250.
- Isaak, R. 1998. *Green Logic: Ecopreneurship, Theory and Ethics*, Greenleaf: Sheffield, UK.
- Isaak, R. 2002. «The making of the ecopreneur». *Greener Management International*. 38 Summer : 81-91.
- Isaak, R. 2010. «The making of the ecopreneur. In Making Ecopreneurs: Developing Sustainable Entrepreneurship» In. Schaper, M. (Ed.). Gower Publishing: Surrey, UK : 13-26.
- Jolink, A. et Niesten, E. 2013. «Sustainable development and business models of entrepreneurs in the organic food industry», *Business Strategy and the Environment*, 24(6) : 386-401.
- Linnanen, L. 2010. «An insider's experiences with environmental entrepreneurship». In Schaper, M. (Ed.), *Making ecopreneurs: developing sustainable entrepreneurship*, Surrey: Gower Publishing Limited : 109-124.
- Mathur, S., & Tandon, N. 2016. Green entrepreneurship: the emerging paradigm for sustainable growth and development in India-A Study of the Millennials. *Indian Journal of Science and Technology*, 9 (45) : 1-11.
- Nikolaou, E. I., Ierapetritis, D. et Tsagarakis, K. P. 2011. «An evaluation of the prospects of green entrepreneurship development using a SWOT analysis». *International Journal of Sustainable Development et World Ecology*, 18(1) : 1-16.
- O'Rourke, A. 2005. «Venture Capital as a Tool for Sustainable Entrepreneurship», In Schaper, M. (ed.), *Making Ecopreneurs: Developing Sustainable Entrepreneurship* (Aldershot, UK: Ashgate): 122-38.
- Pachaly, M. V. W. 2012. *Barriers and Triggers to Green Entrepreneurship*. Erasmus university Rotterdam.
- Randjelovic, J., O'Rourke, A.R. and Orsato, R.J. 2003. «The Emergence of Green Venture Capital», *Business Strategy and the Environment*, Vol 12: 240-53.
- Schaltegger, S. 2010. «A framework and typology of ecopreneurship: Leading bioneers and environmental managers to ecopreneurship». In Schaper, M. (Ed.), *Making ecopreneurs: developing sustainable entrepreneurship* (pp.75-94). Surrey: Gower Publishing Limited.



- Schaltegger, S. et Wagner, M. 2011. «Sustainable Entrepreneurship and Sustainability Innovation: Categories and Interactions». *Business Strategy and the Environment*, 20 : 222–237.
- Schaper, M. 2002. «Introduction: the essence of ecopreneurship». *Greener Management International*, (38) : 26-30.
- Segal, G., Borgia, D. et Schoenfeld, J. 2005. «The motivation to become an entrepreneur». *International journal of entrepreneurial behaviour et research*, 11(1) : 42-57.
- Setyawati, I., Purnomo, A., Irawan, D. E., Tamyiz, M., et Sutiksno, D. U. 2018. «A Visual Trend of Literature on Ecopreneurship Research Overviewed within the Last Two Decades». *Journal of Entrepreneurship Education*. 21(4).
- Switchmed, 2015. *Create your green business! The handbook for green entrepreneurs in the Mediterranean*.
- Tromp, S. 2015. *Success Determinants for Green Startups Before Market Entry*, University of Amsterdam.
- Walley, Liz E. E. et Taylor, D.W. 2002. «Opportunists, champions, mavericks...? A typology of green entrepreneurs». *Greener Management International*, (38) : 31-43.
- Walley, Liz E. E., Taylor, D. and Greig, K. 2010. «Beyond the Visionary Champion: Testing a typology of green entrepreneurs», In *Making Ecopreneurs: Developing Sustainable*; Schaper, M.T., Ed., Gower Publishing, Ltd.: Aldershot, UK : 59-74.
- World Bank Group. 2017. *Igniting Climate Entrepreneurship in Morocco: Findings from the Climate Entrepreneurship and Innovation Ecosystem Diagnostic*.