

Le monde des start-up, le nouveau visage du capitalisme ?

**Enquête sur les modes de création et d'organisation
des start-up en France et aux Etats Unis**

Marion Flécher

Maitresse de conférences en sociologie

Université Paris-Nanterre, IDHES, UMR CNRS 8533

Flecher.marion.f@gmail.com

**Enquêter sur les start-up.
Défis théoriques et
empiriques**

Un problème de définition

- ❖ **Un objet méconnu**, bien que sujet à de nombreux **mythes** et **idées** reçues
 - Au cœur des discours politiques et médiatique
 - Seulement deux enquêtes en sociologie
- ❖ **Problème de cet objet : sa définition**
 - Des acteurs qui ne s'accordent pas sur une définition
 - Impossible à isoler dans les bases statistiques de l'Insee car question des critères à retenir : taille, âge, innovation, secteur
- ❖ **Larousse** :
« **start-up** (nom féminin invariable) : mot anglo-américain, de *start*, démarrage, et *up*, haut. Jeune entreprise innovante, notamment dans le secteur des nouvelles technologies. (Recommandation officielle : jeune pousse)
- ❖ **Défi** : trouver une **approche théorique et empirique** pour ne pas figer les frontières *a priori* à un terme dont la définition fait justement l'objet de débats

Approche théorique

Défi théorique

- ❖ Etudier une **catégorie « indigène »** : l'étudier ou la mettre à distance ?
- ❖ Trouver un cadre théorique pour ne pas **essentialiser** cette catégorie
- ❖ Déplacer la focale de la start-up au « **monde des start-up** »
- ❖ Notion de « **monde** » empruntée à **Howard Becker** (1988) POUR :
 - Réinscrire l'activité de création dans un réseau d'acteurs
 - Analyser les logiques d'étiquetage
 - Analyser l'ensemble des discours et des justifications qui vont assigner à une entreprise cette étiquette
 - Penser les spécificités qui contribuent à son unité, aussi bien que les divisions qui le traversent
 - Etudier cet objet dans toutes ses dimensions : économiques, organisationnelles, idéologiques

Approche empirique

Défi empirique

- ❖ Etudier cet objet dans toutes ses dimensions et dans toute sa complexité : économiques, organisationnelles, idéologiques
- ❖ Adopter une **démarche inductive** pour comprendre de quoi la start-up est le nom
- ❖ Une enquête sur les entreprises **étiquetée** comme start-up par leurs créateurs ou les institutions de ce monde
- ❖ Croiser les méthodes et terrains
 - Entretiens
 - Observations
 - Statistiques

Une proposition de définition

La start-up est un modèle d'entreprise qui se caractérise par 3 éléments :

- ❖ **Son modèle économique** : croissance forte et rapide – innovation – incertitude – modes de financements par spéculation (capital-risque)
- ❖ **Son modèle organisationnel et managérial** : se veut en rupture avec la grande entreprise classique en mettant en avant horizontalité, coopération, esprit d'équipe, autonomie, plaisir et épanouissement au travail
- ❖ **Son modèle idéologique** : repose sur un esprit de rupture et en rupture vis-à-vis de la grande entreprise – récupération de la critique artiste pour justifier l'engagement dans le capitalisme et produire l'adhésion des acteurs de ce monde

La question de recherche

La rupture proclamée des start-up vis-à-vis de l'entreprise classique, était-elle réelle ou bien simplement rhétorique et idéologique ?

Autrement dit, alors qu'elle prétend battre en brèche le modèle de la grande entreprise, la start-up propose-t-elle un modèle véritablement subversif, ou n'est-elle que le nouvel instrument de légitimation du capitalisme, qui, sous des airs plus doux et plus colorés, lui a permis de se relever de ses critiques ?

L'enquête

*** Une enquête sur les créateurs et créatrices de start-up**

- Objectif : analyser les logiques de leur entrée dans la carrière entrepreneuriale au prisme de leurs caractéristiques et trajectoires sociales
 - Entretiens biographiques avec 90 créateurs et créatrices (45 en France, 45 aux US)
 - Base de donnée par questionnaire (500 réponses)
 - Exploitation de la base Sine de l'Insee sur les créations d'entreprise

L'enquête

**** Une enquête sur le modèle organisationnel et managérial de la start-up**

- Objectif : mettre en évidence les modes d'organisation spécifiques des start-up et analyser les effets des dispositifs managériaux sur les conditions de travail subjectives et objectives
 - 2 enquêtes ethnographiques en start-up (cas d'échec et cas de réussite) par **observation participante**
 - 70 entretiens avec travailleurs et travailleuses

***** Une enquête dans la Silicon Valley**

- Objectif : éclairer les dimensions idéologiques et symboliques de ce monde
 - Une enquête par **immersion** de 3 mois
 - 45 entretiens des créateurs et créatrices de start-up Français·es (apports et limites)

Focus sur les modes d'organisation des start-up

- Des entreprises qui servent de « modèles » (privé comme public)
- Légende dorée : entreprise « libérée » (Getz, 2021) – *babyfoot, chief happiness officers, etc.*
- Légende noire : bullshit jobs, « happycratie » (Cabanas, Illouz, 2018)
- Objet loupe pour observer les transformations du travail et des entreprises à l'ère du numérique

Deux enquêtes ethnographiques par observation participante

❖ **Vino (anonymisé) : un chatbot de conseil dans le vin**

- 3 co-fondateurs + 6/7 stagiaires
- Fraichement créée : BPI + PIA + Incubateur Paris & Co
- Embauchée comme *community manager* stage non rémunéré 2 mois
- Cas emblématique d'une start-up en démarrage
- Cas d'échec : abandon

❖ **Boomerang (anonymisé) : une marketplace en hypercroissance**

- Créée en 2014 (5 ans d'ancienneté)
- Levée de fonds de 41 millions d'euros
- Cas emblématique d'une start-up en hypercroissance : 60 > 120 salarié·es en 6 mois
- Embauchée comme chargée de projet RH : non rémunéré 4 mois
- Cas emblématique d'une réussite : licorne

Un modèle producteur d'auto-engagement au travail

❖ Favoriser la proximité relationnelle et hiérarchique

- Idée que affect > contrainte hiérarchique

« L'idée, c'est de créer un cadre agréable, parce que moi, j'avais un patron qui était un horrible connard avant, et je me disais : "J'espère ne jamais être comme ça". Dans la *start-up*, tu as moins de contraintes, mais en même temps tu crées quelque chose à plusieurs, tu le vois monter et ça fait plaisir de voir que les gens sont investis et qu'ils ont l'air hyper contents, autant que nous. » (Jean-Baptiste)

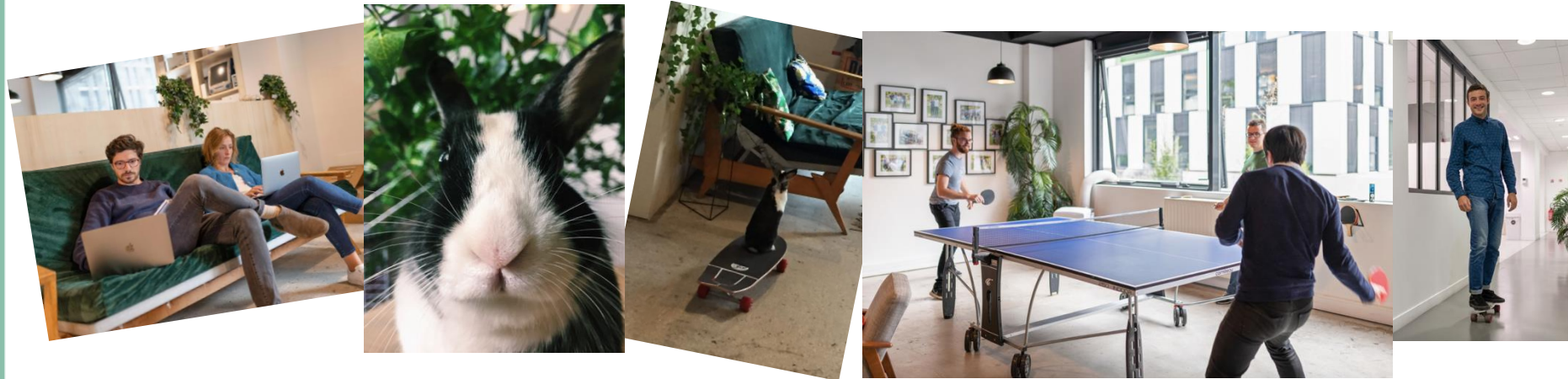
- Recrutement : entretiens de *fit* qui crée une proximité sociale et générationnelle
- Bonne entente entretenue par les soirées d'entreprise
- Tutoiement et informalité des échanges (Slack)
- Des salariés qui valorisent ce cadre plus « humain » (vs « grand groupe »)

« Moi, je venais d'un monde beaucoup plus déshumanisé. Donc moi, mon critère numéro un, avant tout le reste, c'était l'humain (...). Tu as l'impression d'avancer sur des projets avec aussi un peu plus de légèreté, sur comment t'abordes les choses (...). Tu ne te fais pas arracher la tête de la même manière quand tu as ton n+3 qui vient te voir, que quand c'est ton pote qui te dit : "Bon, tu as cassé la prod [fait planter le site]. Allez, on répare et tu fais 20 pompes." Donc je pense que tu évolues plus humainement, dans une boîte de cette taille-là . » (Liam)

Un modèle producteur d'auto-engagement au travail

❖ Bien-être et convivialité au service du surinvestissement

- Brouillage des frontières travail/loisir, pro/perso, collègues/amis
- Argument managérial pour attirer et fidéliser les salarié-es : photos + label



• Startup devient un lieu de vie + lieu et vecteur de sociabilité

« Moi, je pense que c'est vachement bien parce que ça crée des liens, et ça construit l'esprit de la boîte. C'est des moments où tout le monde se parle, où t'es un peu bourré donc tu vas parler avec des dev[eloppeurs], des RH, enfin des gens avec qui tu ne parles pas trop normalement. (...) En fait, Boomerang, sa force, c'est la proximité qu'il y a entre les gens. Et ces *some hands, all hands*, ça renforce vraiment le truc. (...) C'est comme la table de ping-pong, c'est des moments où tu sors du cadre de travail, tout en étant dans un cadre de travail. (...) Donc ouais, ce n'est pas une boîte normale. Moi je me marre, tous les matins, j'ai la banane, j'ai une équipe, c'est ouf. On est tout le temps foutus ensemble, on va chercher à manger ensemble, etc., etc., parce que ce sont mes potes, ce ne sont pas juste mes collègues. » (Martin)

Un modèle producteur d'auto-engagement au travail

❖ Organisation par projet et rites managériaux

- Méthodes agiles > s'adapter plus rapidement au marché
- Equipes pluricompétentes en auto-gestion autour de rites qui rythment leur quotidien
 - Stand-up, refinement, sprint planning, retrospective
- Dilution des niveaux hiérarchiques : tout le monde est responsable de qq chose
- Managers => leaders charismatiques avec une « vision »
- Autonomie et sentiment de responsabilité => auto-engagement :

« Je pense qu'en *start-up*, on se sent plus responsable de son travail, parce que dans les grandes entreprises, il y a souvent cette excuse de dire : "C'est pas mon code, je m'en tape." Alors que là tu as ta section, tu es responsable de ta section. Donc tu vas vraiment t'impliquer dessus, chercher à rajouter des trucs et tout. » (Khalid)

❖ Des politiques salariales et managériales hybrides : entre individualisme et collectif

- Dispositifs de mise en concurrence : objectifs individuels, mesure de la performance (KPI) et système de prime individuelle (part variable)
- Dispositifs d'alignement des intérêts : objectifs collectifs + BSPCE

L'engagement en question

❖ **“On gagne en stabilité mais on perd en agilité” : les effets ambivalents de la formalisation du travail**

- Manque de structuration => excès de « process »
- Dépend de la position occupée dans l'organisation : ceux qui conçoivent / appliquent les règles

❖ **De la pression actionnariale à la pression du chiffre**

- Changement de posture des fondateurs car pression des actionnaires
- Plus distants, impersonnels, modes de gestion plus dirigistes (licenciements)

« Quand tu regardes un peu l'évolution de la boîte, il y a quelque chose qui s'est passé ces deux dernières années, et c'est lié aux levées de fonds. Surtout la deuxième, où les actionnaires ont commencé à imposer les choses, et où les fondateurs sont devenus très directifs et très stricts. Et ça a changé l'ambiance de la boîte. C'est devenu... ce n'est plus du tout familial. Si tu ne performs pas, et on a eu l'exemple récemment, on te vire. » (Peter)

❖ **Creusement des inégalités et sentiments d'injustice : des gagnants et des perdant·es**

- Anciens (promesses d'évolution pas tenues) VS nouveaux (rémunérations élevées)
- Segmentation sexuée des métiers : dev VS service client et fonctions « de support »
- Externalisation de certaines fonctions

Conclusion

- Le modèle de la start-up : une tentative de mise en pratique de l'idéologie managériale des années 1990 (réponse à la critique artiste)
- Pas que du discours : une réponse aux attentes à une nouvelle génération de travailleur·ses qui attire et fidélise
 - Moins de contrôle hiérarchique directe
 - Plus de bien être / sociabilité
- Mais des effets pervers
 - Aliénation ++ et temps de travail +++
 - Enrôlement subjectivité
 - Porosité vie pro / perso tenable ?
 - Inégalités de genre

Nouvelle recherche

La féminisation « empêchée » du secteur du numérique

Question de recherche :

Alors que les métiers du numérique sont en plein essor, comment comprendre que les femmes ne représentent que 25 % des effectifs, et restent cantonnées aux métiers et aux postes les moins prestigieux ?

Etudier les logiques et les modalités de la féminisation du secteur autour de 3 axes problématiques

Axe 1 : Trajectoires sociales, scolaires et professionnelles des femmes

Axe 2 : Expérience du sexisme et des discriminations au sein des métiers du numérique

Axe 3 : Mobilisations pour défendre et promouvoir la « cause des femmes » dans le numérique

Nouvelle recherche

4 terrains d'investigation

- Les politiques publiques, chartes, organisations syndicales, associations et mouvements militants qui portent la cause des femmes dans le numérique
- Les femmes dans l'informatique (développeuses, cheffes de projet, cybersécurité, etc.), salariées ou indépendantes
- Les femmes créatrices d'entreprise dans le numérique
- Les femmes dirigeantes dans les grandes entreprises du numérique et de la tech

Questionner :

- Les répertoires d'action et les normes de l'égalité portées par ces acteur·ices
- La socialisation à la technique et les trajectoires d'entrée dans ce secteur, et comment cela joue sur le rapport à l'égalité, au sexisme et au militantisme
- Les normes de la féminité, en fonction de la socialisation, de la trajectoire, du poste occupé et des actions portées pour défendre la cause des femmes