

Des inégalités d'accès aux inégalités de succès : enquête sur les fondateurs et fondatrices de start-up*

Marion Flécher**

Parfois utilisé pour désigner des entreprises innovantes, d'autres fois pour désigner un modèle d'entreprise risqué ou pour mettre l'accent sur des entrepreneur·ses jeunes et héroïques, le mot *start-up* ne trouve aucune définition objective, ne correspondant à aucune catégorie juridique. Cet article propose d'apporter un éclairage sur cet objet largement médiatisé et pourtant peu étudié. En nous appuyant sur une double enquête qualitative et quantitative menée depuis 2016 auprès de fondateurs et fondatrices de start-up, nous questionnerons les prétendues spécificités du modèle des start-up en analysant les représentations qui leur sont associées. Sont-elles vraiment des entreprises plus jeunes, plus innovantes, avec un potentiel de croissance plus important que les autres ? Après avoir explicité les modes de création et de développement qui distinguent les start-up des entreprises classiques, nous montrerons qu'ils viennent renforcer les inégalités de classe et de genre, tant dans les chances d'accès que dans les chances de succès, alors même que le modèle des start-up se présente comme un modèle d'entrepreneuriat plus démocratique et méritocratique que ce qui existe par ailleurs.

Symboles des idéaux californiens du progrès, de l'innovation et de la modernité, les start-up ont aujourd'hui largement envahi la sphère médiatique et les discours politiques en France. L'intérêt porté à ces entreprises n'a cessé d'augmenter ces dix dernières années, au point d'avoir été au cœur de la campagne présidentielle de 2017 d'Emmanuel Macron, qui voulait faire de la France une « *start-up nation* ». Étymologiquement, le terme *start-up* désigne de jeunes entreprises censées connaître une croissance rapide et exponentielle (*up*) dès le démarrage (*start*), mais il ne renvoie à aucune catégorie juridique d'entreprise. Dès lors, si aucun cadre officiel ne permet de définir les contours de ce modèle d'entreprise, comment mesurer l'ampleur des

* Ce travail a bénéficié d'une aide de l'État gérée par l'Agence nationale de la recherche au titre du programme d'investissements d'avenir portant la référence ANR-10-EQPX-17 (Centre d'accès sécurisé aux données – CASD).

** Université Paris Dauphine, PSL Research University, CNRS, UMR CNRS [7170], IRISSO ; flecher.marion.f@gmail.com.

créations de start-up ? Se distinguent-elles réellement des entreprises classiques ou sont-elles juste devenues une référence à laquelle il serait prestigieux de s'identifier ?

Jusqu'au début des années 2000, le terme *start-up* renvoyait à des entreprises porteuses d'innovations techniques dans le domaine de l'électronique et de l'informatique (GROSSETTI *et al.*, 2018), avec l'idée que leur activité permettrait de créer de nouvelles richesses – supports de croissance –, tant au niveau des entreprises que de l'économie globale. Auparavant, elles constituaient un modèle entrepreneurial propre aux secteurs de la biologie et des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) et incarnaient l'utopie d'un nouveau rapport au travail, affranchi des contraintes hiérarchiques. L'engouement médiatique dont elles ont fait l'objet au tournant de la décennie 2000 a nourri la bulle spéculative autour d'Internet, voire a conduit à l'effondrement de ce premier modèle (MARTY *et al.*, 2003). Depuis les années 2010, ces entreprises semblent néanmoins avoir retrouvé une partie de leur attractivité : le nombre d'articles de presse qui leur sont consacrés ne cesse de croître¹, tandis que le nombre de start-up en France aurait augmenté de 30 % entre 2012 et 2015, soit dix fois plus que celui de l'ensemble des entreprises françaises². Pourtant, les enquêtes portant sur ces entreprises sont loin d'être satisfaisantes³, car aucune définition officielle ne permet de s'accorder sur l'existence et les caractéristiques de cette catégorie d'entreprise.

Or, si les start-up méritent justement d'être étudiées, c'est qu'elles constituent, en dépit de leur absence de définition officielle, un objet politique et économique qui bénéficie d'un encouragement et d'un accompagnement inédits. De nombreux acteurs cherchent à en définir les contours et à les faire exister en tant que catégorie d'entreprise à part entière. Sur le site de Bpifrance⁴, qui soutient et finance les projets de start-up, on peut lire qu'« il y a une différence fondamentale entre une entreprise et une start-up » dans la mesure où « le caractère innovant de son offre et de son modèle économique ne permet pas de définir clairement toutes les composantes de son marché et de lui assurer une rentabilité immédiate ». Pour Bpifrance, quel que soit le secteur d'activité, ce ne sont alors « ni l'âge et ni la taille qui font d'une entreprise une start-up, mais les trois conditions suivantes : la perspective d'une forte croissance,

1. Plus de 5 000 articles de presse comprennent le mot *start-up* dans la presse nationale française en 2016 et en 2017, contre à peine plus de 900 en 2010. Source : Europresse.

2. Source : *La Performance économique et sociale des start-up numériques en France*, Baromètre 2017, réalisé par France digitale et le cabinet Ernst & Young Associés (EY – cabinet d'audit et de conseil en fiscalité, droit et transactions).

3. L'enquête menée par France digitale et le cabinet EY a été « envoyée par France digitale et capital-risqueurs aux start-up dans lesquelles ils ont investi », et les données ont ensuite été « consolidées » par « EY, tiers de confiance », qui a « veillé à leur confidentialité ». Outre l'absence de définition et le nombre relativement faible de participant-es (317 participant-es), les modes de sélection des entreprises enquêtées sont très biaisés et ne permettent pas de rendre compte de l'ensemble du paysage des start-up françaises ni des logiques de sélection à l'œuvre dans le soutien et le financement de ces entreprises.

4. La Banque publique d'investissement – ou Bpifrance – a été créée en 2012 dans le but de soutenir les petites et moyennes entreprises (PME), les entreprises de taille intermédiaire (ETI) et les entreprises innovantes. L'État en est le principal actionnaire, via la Caisse des dépôts notamment.

l'usage d'une technologie nouvelle, et le besoin d'un financement important⁵ ». Nous prendrons ainsi comme point de départ cette définition institutionnelle de la start-up, entendue comme une entreprise innovante, censée croître rapidement et financée par des levées de fonds.

Néanmoins, ce « type » d'entreprise n'existe pas seulement du fait des institutions qui en encouragent la création, mais également parce que des individus cherchent à s'y identifier. Enquêter sur les start-up suppose donc de dresser l'espace des représentations auxquelles elles sont associées et de confronter la définition dominante portée par les organismes qui les soutiennent à la catégorie indigène telle qu'elle est mobilisée par ceux et celles qui se disent être des fondateurs et fondatrices de start-up. Comment comprendre la volonté de certain-es entrepreneur-ses de s'en revendiquer ? Quelles ressources symboliques en retirent-ils-elles ? Quels enseignements peut-on tirer de leur rapport à l'emploi et de leur vision des « grandes » entreprises ? Cette enquête nous permettra ainsi d'analyser empiriquement quelles sont les ressources sociales, économiques et symboliques qui permettent aux entrepreneur-ses de reconnaître et de faire reconnaître leur entreprise comme une start-up par les institutions qui les accompagnent et les financent.

En effet, la création de start-up ouvre le droit à de nombreux avantages, tant dans les formes de financement (subventions publiques, exonérations de cotisations⁶, crédits d'impôts⁷, etc.) que dans les manières de les héberger et les accompagner (espaces de *coworking*⁸, pépinières, incubateurs, accélérateurs,⁹ etc.), qui pourraient laisser croire à une certaine démocratisation de l'accès à la création d'entreprise. Néanmoins, ces ressources sont-elles réellement à la portée de tous et toutes ? Dans quelle mesure les modes de création des start-up viennent-ils rompre avec les logiques d'héritage et de transmission patrimoniale à l'œuvre dans les dynasties patronales (PINÇON, PINÇON-CHARLOT, 1999) ou dans les familles d'agriculteurs (BESSIÈRE, 2010) ? Le processus de création et de financement des start-up serait-il affranchi des inégalités de classe et de genre pourtant à l'œuvre dans le champ entrepreneurial (BERTAUX-WIAME, 1982 ; LANDOUR, 2017) ?

Pour interroger cette « catégorie » et tenter d'apporter des éléments de réponse aux questionnements posés par la littérature, nous nous appuyerons sur une double enquête qualitative, menée par entretiens auprès de 52 fondateurs et fondatrices de start-up, et quantitative, menée par questionnaire auprès de 501 fondateurs et fondatrices de

5. Source : <https://bpifrance-creation.fr/moment-de-vie/quest-ce-quune-startup>, consulté le 23 janvier 2020.

6. Notamment pour les entreprises qui ont le statut de jeune entreprise innovante (JEI).

7. En particulier le crédit d'impôt innovation (CII) et le crédit d'impôt recherche (CIR).

8. Ces lieux offrent des espaces de travail partagés, visant prioritairement des entreprises en phase de création.

9. Ces institutions sont des structures d'accompagnement dédiées aux entreprises dites « innovantes ». Les incubateurs interviennent généralement au début des projets en offrant un soutien matériel (hébergement, locaux, etc.) et en mettant à disposition un réseau de professionnels (investisseurs, conseillers, avocats, etc.). Les accélérateurs n'accompagnent que des entreprises déjà lancées et cherchent davantage à « accélérer » leur développement. La plupart du temps, les accélérateurs investissent également dans les entreprises qu'ils accompagnent et prennent en échange une part de leur capital (entre 5 et 10 % le plus souvent).

start-up (encadré 1). Puisque les contours et les caractéristiques de la catégorie étudiée font débat, nous avons choisi d'interroger ceux et celles qui se reconnaissent dans ce modèle entrepreneurial et qui se définissent eux-mêmes comme étant des fondateurs et fondatrices de start-up, plutôt que de centrer l'enquête sur un secteur d'activité en particulier ou sur les entreprises jugées innovantes par les organismes de financement. Ainsi, à la différence de ceux et celles des deux – et uniques – enquêtes existant sur le sujet (MARTY *et al.*, 2003 ; GROSSETTI *et al.*, 2018), nos enquêté-es n'ont pas été sélectionné-es sur des critères *a priori*, mais sur un critère d'auto-identification à cette catégorie. Ce choix méthodologique permettra de questionner les représentations qui entourent les start-up au regard des caractéristiques mises en avant par les institutions pour en décrire une « norme ». Nous avons par ailleurs procédé à un traitement statistique des données de l'enquête *Système d'information sur les nouvelles entreprises (Sine)* de l'Institut national des statistiques et des études économiques (Insee) portant sur les créations d'entreprises en 2014¹⁰ et leurs créateurs et créatrices afin de disposer de données de cadrage et de situer notre échantillon d'entreprises et d'entrepreneur-ses parmi l'ensemble des créateurs et créatrices d'entreprise.

ENCADRÉ 1

Une enquête qualitative et quantitative

Cette enquête mobilise des données qualitatives et quantitatives récoltées entre 2016 et 2018 dans le cadre d'une thèse portant sur les modes de création et d'organisation des start-up en France et aux États-Unis. Des entretiens biographiques semi-directifs d'une heure et demie en moyenne ont été réalisés avec 52 entrepreneur-ses (12 femmes, 40 hommes) ayant créé une start-up en France, afin d'analyser leurs représentations du modèle des start-up selon leurs caractéristiques socioéconomiques et leur trajectoire scolaire et professionnelle.

Les start-up ne constituant pas une catégorie d'entreprise identifiable dans les grandes enquêtes de l'Insee, l'enquête quantitative a été menée par questionnaire, comportant 52 questions relatives au profil des fondateurs et fondatrices (sexe, âge, niveau de diplôme, origine sociale, situation familiale, statut, profession et catégorie socioprofessionnelle [PCS] antérieurs, etc.), au processus de création (date de création, modes de financement, nombre d'associé-es, accompagnement, difficultés, etc.) ainsi qu'aux caractéristiques économiques de l'entreprise (secteur d'activité, chiffre d'affaires, type d'innovation, nombre de salarié-es, etc.). Ce questionnaire a été administré en ligne : nous avons contacté 50 structures d'accompagnement dédiées aux start-up (incubateurs, accélérateurs, pépinières, etc.) pour qu'elles le diffusent en leur sein ; nous l'avons publié sur des groupes Facebook réunissant de nombreux-ses entrepreneur-ses de start-up (« Paris Startup Ecosystem »,

10. Nous n'avons pas pris en compte le volet de l'enquête spécifiquement destiné aux auto-entrepreneur-ses.

« French Startups »), ainsi que sur LinkedIn où nous nous sommes mis en rapport avec 1 500 personnes qui répondaient aux mots-clés « fondateurs/fondatrices/*founders* » ou « cofondateurs/cofondatrices/*cofounders* ». Les enquêté-es viennent principalement de Paris, mais aussi de Bordeaux, Lille, Strasbourg, Rennes, Toulouse, Marseille et Lyon¹. Au total, 501 réponses ont été obtenues.

Cet échantillon comporte plusieurs limites : puisque la taille de la population étudiée est inconnue et inquantifiable², il ne saurait en être statistiquement représentatif. Néanmoins, notre enquête révèle des tendances très marquées, tant dans les profils des entrepreneur-ses que dans les caractéristiques des entreprises créées, et constitue la plus large base de données existante sur les individus se disant fondateurs et fondatrices de start-up.

En outre, les données de l'enquête *Sine* de l'Insee portant sur les créateurs et créatrices, et les créations d'entreprises de 2014 seront mobilisées (hors volet auto-entrepreneur-ses). Au total, le champ de cette enquête comportait 45 515 entreprises, parmi lesquelles nous n'avons retenu que celles encore actives en 2014, soit un effectif de 41 797.

1. Les zones rurales, où les start-up sont peu implantées, ont été laissées de côté.

2. L'Agence du numérique évalue à 9 400 le nombre de start-up en France en 2016, mais le cadre méthodologique de ce sondage reste flou, et ces chiffres peu fiables. Source : Agence du numérique, *Rapport d'activité 2015-2016*, Paris, ministère de l'Économie et des Finances, https://www.aménagement-numerique.gouv.fr/files/2019-03/20170505_Rapport-dactivite-Agence-du-Numerique.compressed.pdf, consulté le 23 janvier 2020, p. 43.

Dans un premier temps, en partant de la définition donnée par les organismes qui financent et accompagnent les start-up, nous examinerons les caractéristiques qui en feraient un modèle d'entreprise distinct de celui des entreprises classiques. Nous interrogerons ensuite le mythe du self-made-man, souvent présenté comme un ascenseur social méritocratique, à la lumière des caractéristiques socioéconomiques et des trajectoires sociales et professionnelles de ceux et celles qui se reconnaissent dans la catégorie des fondateurs et fondatrices de start-up. Cela permettra de confronter une première définition provisoire (notamment construite par les institutions) à celle de la catégorie indigène, qui prend sens pour ceux et celles qui s'y reconnaissent. Enfin, nous nous demanderons dans quelle mesure ce modèle entrepreneurial contribue à redistribuer les cartes et les chances d'ascension et de réussite sociale. Nous montrerons que les logiques de croissance des start-up, telles qu'elles sont définies dans le champ institutionnel, s'appuient sur des critères de sélection qui reproduisent des inégalités de classe et de genre pourtant déjà fortement discriminantes à l'entrée de ce champ entrepreneurial.

Les start-up, des entreprises singulières ?

Bien que les premiers travaux qui leur ont été consacrés aient montré que les start-up étaient, à bien des égards, des « entreprises comme les autres » (GROSSETTI *et al.*, 2018), elles font l'objet d'un accompagnement économique et institutionnel inédit, et de nombreux acteurs s'attachent à en démontrer les spécificités. Sélectionnant les projets sur la base de critères spécifiques, les organismes qui accompagnent et financent les start-up participent à la construction d'une définition institutionnelle de la start-up. Ce faisant, ces critères prennent le statut de normes que les porteur-ses sont contraint-es de respecter s'ils et elles veulent accéder à ce monde entrepreneurial.

Un modèle économique distinctif : des entreprises non rentables en quête de financements

Parmi les caractéristiques qui reviennent régulièrement lorsqu'il s'agit de définir ce qu'est une start-up, la plus courante concerne son modèle économique et ses modes de financement. D'après l'Agence du numérique, une start-up est une « jeune entreprise innovante, à la recherche d'un modèle économique, qui lui assurera une croissance très forte et très rapide, avec un développement international¹¹ ». Dès lors, la « différence fondamentale » entre les start-up et les entreprises classiques résiderait dans le fait que les premières chercheraient à expérimenter et tester leur marché alors qu'elles ne sont pas encore rentables, tandis que les secondes cherchent à supporter leurs coûts grâce à leurs profits¹².

Alors que, d'après l'enquête *Sine* (2014), 60 % des créateurs et créatrices d'entreprise disent avoir financé leur projet eux-mêmes¹³, les sommes requises pour développer une start-up ne peuvent, dans la plupart des cas, être couvertes par les seuls fonds propres des fondateurs et fondatrices (MOREAU, 2005). En effet, notre enquête quantitative indique que la plupart des start-up ne génèrent pas un chiffre d'affaires suffisant pour financer leur croissance¹⁴, de sorte que leurs créateurs et créatrices doivent se tourner vers des sources de financement extérieures. Mais vers quelles sources ? D'après l'enquête *Sine* (2014), 37 % des entreprises créées en 2014 (toutes catégories confondues) ont été financées par l'emprunt bancaire. Or les projets de start-up représentent un risque trop important pour les institutions classiques de financement que sont les banques. D'où le développement des organismes de financement spécifiquement dédiés à ce modèle économique.

11. Source : Agence du numérique, *Rapport d'activité 2015-2016*, Paris, ministère de l'Économie et des Finances, https://www.aménagement-numérique.gouv.fr/files/2019-03/20170505_Rapport-dactivite-Agence-du-Numerique.compressed.pdf, consulté le 23 janvier 2020.

12. Source : Bpifrance, « Qu'est-ce qu'une startup ? », <https://bpifrance-creation.fr/moment-de-vie/quest-ce-quune-startup>, consulté le 23 janvier 2020.

13. Source : Insee, enquête *Sine* 2014. Sauf mention contraire, les calculs sont de l'auteur.

14. 49 % des start-up de notre échantillon de 501 personnes ont généré moins de 5 000 euros de chiffre d'affaires en 2017.

Les fondateurs et fondatrices de start-up peuvent par exemple s'adresser aux réseaux Entreprendre et Initiatives pour obtenir des « prêts d'honneur¹⁵ » qui, à la différence des emprunts bancaires, ne sont pas contractés au nom de l'entreprise, mais au nom des créateurs et créatrices qui s'engagent à les rembourser quelle que soit l'issue de leur projet. Outre ces prêts d'honneur, les fondateurs et fondatrices peuvent bénéficier de subventions publiques destinées à ces jeunes entreprises. Parmi elles, les subventions et les prêts dits « d'amorçage » accordés par Bpifrance sont presque devenus un passage obligé dans la création de start-up et permettent aux entrepreneurs d'embaucher leurs premières employées et de tester leur produit sur le marché.

« On a obtenu aussi des aides : 30 000 euros de prêt d'honneur et 40 000 euros de la BPI. Et à ce moment-là, on peut embaucher du coup. Donc on a pu avoir deux salariés et deux stagiaires, et on va encore élargir en août. »

(Gabriella¹⁶, 24 ans, diplômée d'une école d'ingénieurs et d'un master de finance, père médecin, mère décoratrice d'intérieur.

Start-up créée en 2016 avec un associé. Entretien réalisé en janvier 2016)

Néanmoins, le montant de ces subventions est rarement suffisant pour financer la croissance espérée de l'activité et des effectifs¹⁷. Ce sont surtout les levées de fonds auprès d'acteurs spécialisés dans l'investissement à risque qui sont déterminantes dans le développement des start-up, car les sommes investies peuvent alors s'élever à plusieurs centaines de milliers d'euros, voire à plusieurs millions. Ces investisseurs peuvent être d'anciens entrepreneurs ayant fait fortune, et que l'on appelle des « *business angels* » (BA), ou des fonds de capital-risque spécialisés dans l'investissement à risque, appelés « VC » pour « *venture capitalists* ». Contrairement aux banques, les investisseurs cherchent justement à investir dans des projets à risque en espérant un retour sur investissement futur, même si le succès des start-up n'est jamais assuré.

« Le *business angel*, il a plutôt tendance à investir dans le «*fit humain*¹⁸», alors que les VC, ils gagnent rarement, car sur dix boîtes dans lesquelles ils vont investir, y en a six qui ne réussiront pas à faire ce qu'elles disent, quatre qui y arriveront à peu près et une seule qui réussira vraiment et beaucoup [*sic*]. Donc le VC dépend beaucoup de cette start-up-là qui réussira. [...] Mais il faut savoir que 40 % des deals VC sont non profitables, même si ça ne représente que 15 % de l'argent investi. »

(Jean-David Chamboredon, coprésident de France digitale et président du fonds d'investissement ISAI.

Observation réalisée à une table ronde sur les modes de financement des start-up en France, 13 juin 2018, université Paris Dauphine)

15. 26 % des fondateurs et fondatrices de notre échantillon ont eu recours à un prêt d'honneur.

16. Tous les entretiens ont été réalisés par l'auteure et tous les noms des enquêtés ont été modifiés pour garantir leur anonymat.

17. 50 % de celles et ceux qui en ont bénéficié, dans notre échantillon, ont touché entre 10 000 et 50 000 euros.

18. *Fit* est un terme emprunté à l'anglais pour désigner une situation de correspondance et d'ajustement. Dans ce contexte, l'enquêté veut dire que le *business angel* va être attentif à la relation humaine qu'il entretient avec les entrepreneurs.

La levée de fonds consiste donc à faire appel à ces acteurs qui vont investir dans les start-up en échange de parts du capital. Le montant des fonds levés va dépendre de la valeur financière à laquelle les investisseurs auront estimé la start-up¹⁹ ainsi que du nombre de parts que les fondateurs et fondatrices seront prêt-es à céder pour obtenir les fonds espérés. La valorisation de leur entreprise est donc une étape clé du processus de levée de fonds, dépendant moins de la rentabilité des start-up et des prévisions présentées dans le business plan que de la confiance qu'accordent les investisseurs au projet et à l'équipe de fondateurs et fondatrices (MOREAU, 2005). En effet, les entrepreneur-ses passent beaucoup de temps à élaborer leurs business plans, qui peinent toutefois à convaincre les investisseurs car manquant de prise sur la réalité des marchés (GIRAUDEAU, 2014). La levée de fonds est donc une condition nécessaire à la croissance des start-up, mais elle constitue une forme de réussite en soi tant la concurrence et la sélection sont fortes : d'après l'enquête *Sine* (2014), le recours aux fonds de capital-risque concerne moins de 1 % des entreprises nouvellement créées (toutes catégories confondues) ; dans notre échantillon, 29 % des individus ont levé des fonds.

Pour parvenir à lever des fonds, les entrepreneur-ses de start-up peuvent s'appuyer sur de nombreux dispositifs d'aide et d'accompagnement. Les pépinières et les espaces de *coworking* offrent ainsi des solutions d'hébergement dédiées aux structures en démarrage, tandis que les incubateurs et les accélérateurs – qui peuvent être privés, publics ou académiques – proposent, outre l'hébergement, un programme d'accompagnement adapté aux problématiques des start-up (cf. notes 8 et 9). Enfin, plusieurs organismes de financement ont vu le jour. La French Tech, mise en place en 2013 sous la présidence Hollande, visait, par un programme de bourses et d'accompagnement, à valoriser le développement des start-up sur l'ensemble du territoire français. Les chambres de commerce, les dispositifs PEPITE (Pôles étudiants pour l'innovation, le transfert et l'entrepreneuriat), les agences régionales pour l'innovation, ou encore Bpifrance sont autant d'organismes publics impliqués dans l'écosystème des start-up et qui participent, au même titre que les *business angels* et les *venture capitalists*, à leur financement et à leur accompagnement.

C'est donc leur modèle économique, leurs modes de financement (prêts d'honneur, subventions et levées de fonds) et l'accompagnement dont elles font l'objet (hébergement, incubation, accélération) qui distinguent les start-up des autres entreprises et qui les font exister comme une catégorie à part entière. Dès lors, pour être reconnue comme une start-up, une entreprise doit répondre aux critères de sélection des institutions.

19. La valorisation consiste à calculer la valeur financière de l'entreprise compte tenu des données comptables passées et de son potentiel de développement.

Des entreprises innovantes ?

Parmi ces critères, le caractère « innovant » des projets est essentiel. Dans leur enquête sur les start-up en France, Michel GROSSETTI et ses coauteur-es (2018) ont sélectionné des entreprises reconnues comme innovantes par les organismes de soutien et de financement de l'innovation. Sur le site de Bpifrance, « le caractère innovant du produit, du service ou du modèle économique » est présenté comme un critère « prépondérant [...] pour faire de la start-up une entreprise en croissance²⁰ ». Et c'est sur ce critère que s'opère la sélection des projets : seuls ceux qui sont jugés innovants pourront bénéficier des dispositifs de financement et d'accompagnement qui font exister les start-up en tant que telles.

« On fait un dossier, et eux [BPI] disent si c'est innovant ou pas, et s'ils le reconnaissent comme innovant, ils nous prêtent de l'argent pour qu'on puisse payer, je crois, 50 % des montants. Donc ça marchait surtout si y avait de la presta extérieure, des brevets à déposer, etc. »

(Jean, 41 ans, diplômé de l'École normale supérieure,
père chef d'entreprise, mère au foyer.

Start-up créée en 2001 avec deux associés. Entretien réalisé en septembre 2017)

Dès lors, le caractère « innovant » des projets a un pouvoir performatif alors même que les frontières entre ce qui est innovant et ce qui ne l'est pas peuvent être interrogées : qu'est-ce qui fait, par exemple, qu'une entreprise commercialisant un nouveau type de bière ou une nouvelle marque de sous-vêtements est considérée comme innovante ? Au regard des start-up créées dans les années 1990 et 2000, qui étaient alors entièrement liées aux secteurs des hautes technologies et d'Internet (MARTY *et al.*, 2003), la plupart des start-up françaises actuelles portent des innovations « incrémentales » plutôt que « radicales » (BURGERLMAN *et al.*, 2004) : un nouveau produit, un nouveau service ou un nouveau procédé marketing qui vise à répondre à un besoin spécifique ou à améliorer l'existant. Les fondateurs et fondatrices de start-up sont donc rarement à l'initiative d'une innovation de rupture, dite « disruptive »²¹ ; le plus souvent, ce sont des « consommateurs insatisfaits » par ce qu'ils trouvent sur le marché et qui cherchent à répondre à leur besoin par leur projet (GUICHARD, SERVEL, 2006, p. 30).

Ainsi, dans le processus de développement des projets de start-up, l'innovation intrinsèque compte moins que la capacité des fondateurs et fondatrices à convaincre les organismes de soutien du caractère innovant de leur projet. D'après notre enquête, ceux et celles qui ne considèrent pas leur entreprise comme innovante ont beaucoup moins de chances d'accéder à ces dispositifs (tableau 1).

20. Source : Bpifrance, « Qu'est-ce qu'une startup ? », <https://bpifrance-creation.fr/moment-de-vie/quest-ce-quune-startup>, consulté le 23 janvier 2020.

21. Ce terme vient du domaine électrique et désigne la « décharge électrique éclatant avec étincelle » (Larousse). Il est utilisé pour parler des start-up qui seraient révolutionnaires, car elles proposent des solutions court-circuitant des secteurs ou des entreprises déjà implantés.

TABLEAU 1 – L'effet de l'innovation sur l'accès aux modes de financement et d'accompagnement des start-up

En %

Innovant	Subventions	Accompagnement	Levée de fonds	Ensemble
Oui	91	88	90	80
Non	9	12	10	20
Total	100	100	100	100

Lecture : 91 % des fondateurs et des fondatrices de start-up de notre échantillon considérant innovante l'activité de leur start-up ont obtenu des subventions. Les résultats présentés sont significatifs au seuil de 1 %.

Source : données récoltées par l'auteure entre mai et juin 2018 auprès d'un échantillon de 501 fondateurs et fondatrices de start-up.

Créer une entreprise innovante, c'est donc avant tout mettre en récit l'innovation, « raconter une histoire, rendre accessibles des enjeux techniques, et faire apparaître un futur plausible dans lequel la nouvelle entreprise a une place » (GROSSETTI *et al.*, 2018, p. 63). Outre les caractéristiques économiques du projet, c'est ainsi la volonté et la capacité dont font preuve les fondateurs et fondatrices à se revendiquer de ce modèle d'entreprise qui va faire de leur entreprise une start-up. Par rapport à la création d'entreprise classique du domaine de l'artisanat, de l'agriculture ou du petit commerce (MAZAUD, 2013 ; GRESLE, 1981 ; ZARCA, 1986 ; BESSIÈRE, 2010), où il s'agit de fournir les preuves de la fiabilité et de la rentabilité du projet, la création de start-up dépendrait moins de l'emprunt bancaire, de l'héritage ou des transmissions patrimoniales. Elle reposerait donc surtout sur les représentations véhiculées par les fondateurs et fondatrices eux-mêmes, sur celles des destinataires de leur discours (organismes de financement, investisseurs, banquiers, clients, etc.) et sur la capacité des fondateurs et fondatrices de start-up, en mettant en récit leur projet, à susciter la confiance de ces organismes.

Des entreprises collectives

La troisième caractéristique distinctive mise en avant par les organismes de financement des start-up concerne les équipes de fondateurs et fondatrices. Pour Bpifrance, « une start-up, c'est avant tout une équipe déterminée, ambitieuse et complémentaire²² ». En outre, les rares enquêtes sociologiques consacrées à ce modèle d'entreprise ont fait du caractère collectif de sa création une de ses grandes spécificités (MARTY *et al.*, 2003 ; GROSSETTI, BARTHE, 2008 ; GROSSETTI *et al.*, 2018). Néanmoins, si les fondateurs et fondatrices entreprennent à plusieurs, c'est parce qu'ils et elles y sont encouragés par les instances de financement et d'accompagnement dédiées.

22. Source : Bpifrance, « Qu'est-ce qu'une startup ? », <https://bpifrance-creation.fr/moment-de-vie/quest-ce-quune-startup>, consulté le 23 janvier 2020.

Ainsi, 87 % des fondateurs et fondatrices de notre échantillon ont au moins un-e associé-e²³. Une telle configuration n'est pas la plus répandue puisque, d'après l'enquête *Sine* (2014), 72 % des créateurs et créatrices d'entreprise de 2014 dirigent seul-es leur entreprise et que seulement 15 % ont un-e ou plusieurs associé-es. Il existe donc toujours du collectif derrière les créations d'entreprise, et les fondateurs et fondatrices de start-up s'écartent plus encore que les autres de la figure schumpétérienne d'un entrepreneur solitaire, doté de talents et de qualités exceptionnels (GIRAUDEAU, 2007). La plupart des start-up sont créées à l'initiative d'une ou deux personnes porteuses d'une « vision », mais qui s'associent pour se conformer à la norme des institutions de financement.

Encouragées à s'associer, les porteur-ses de projet vont donc chercher à s'entourer de personnes spécialisées dans des domaines complémentaires du leur, en mobilisant leurs relations personnelles et professionnelles : 32 % des fondateurs et fondatrices de notre échantillon ont rencontré leurs associé-es dans leur milieu professionnel, 23 % au cours de leurs études, 27 % parmi leurs ami-es, 15 % en participant à des forums, salons et autres événements dédiés aux start-up, mais plus rarement au sein de leur cercle familial²⁴.

« Donc on a d'abord monté une équipe avec un copain d'école d'ingénieurs pour la partie technique, un copain collègue chez Microsoft pour la partie marketing, je suis allé chercher une fille dans les RH [*ressources humaines*] pour faire du business développement, et donc monter une équipe multi-compétente, parce que la clé, quand tu montes une start-up, c'est de pas doubler les compétences. Quand tu doubles les compétences, tu doubles les périmètres de responsabilité, et ça devient la merde. Donc il faut surtout pas doubler les compétences, et il faut des gens compétents, leur faire confiance. »

(Gabriel, 33 ans, diplômé d'une école d'ingénieurs, parents commerçants.
Start-up créée en 2007 avec huit associé-es. Entretien réalisé en septembre 2017)

S'ils et elles insistent sur les relations de confiance et de complémentarité présidant au choix de leurs associé-es, le capital est rarement distribué de manière égale entre les différent-es fondateurs et fondatrices, la répartition venant ainsi créer et sacraliser des relations de pouvoir (et donc de prise de décisions) entre associé-es, notamment entre ceux et celles qui revendiquent être à l'origine de l'idée de création et ceux et celles qui se sont greffé-es en cours de projet, ou encore, entre ceux et celles qui se seraient plus investi-es que d'autres. Les tensions ne sont donc pas rares au sein des équipes de fondateurs et fondatrices.

23. Le statut de SAS (société par actions simplifiée) est le plus souvent conseillé pour la création de start-up, car il permet de faire facilement entrer et sortir des actionnaires au capital. Pourtant, ce statut juridique n'est pas si courant dans le paysage des entreprises françaises, puisqu'il concerne seulement 21 % des entreprises créées en 2014, tandis que 70 % sont fondées par des personnes physiques (36 % sous le statut de société à responsabilité limitée [SARL], 10 % dans le cadre de professions libérales, 24 % sous le statut d'artisan-commerçant). Source : Insee, enquête *Sine* (2014).

24. Seulement 9 % des fondateurs et fondatrices de start-up de notre échantillon ont trouvé leur(s) associé-e(s) dans leur cercle familial, tandis que 12 % des créateurs et créatrices d'entreprise, toutes catégories confondues, dirigent leur entreprise avec leur conjoint-e ou un membre de leur famille (source : Insee, enquête *Sine* 2014).

« Je suis majoritaire, mais en mode 49/51 %. C'est juste que pour des raisons de gestion, il faut qu'il y en ait un qui ait le pouvoir. [...] Pour moi 50/50, c'est une connerie. Parce que si on n'est pas d'accord, on peut pas prendre de décision, la boîte, elle est bloquée. Du coup, j'ai dit : "Moi, je veux le pouvoir." Pas parce que je veux m'imposer, parce que je ferai jamais rien sans son accord [*de son associé*], mais parce que je pense à la boîte comme à un bébé, et il faut que le bébé puisse se développer comme il a besoin, et je pense pouvoir développer la boîte comme elle a besoin. Mais après, c'est aussi une question de confiance. En plus, les pourcentages, après t'oublies. »

(Sacha, 27 ans, diplômé d'une école d'ingénieurs, mère infirmière, père chef d'entreprise. Start-up créée en 2017 avec deux associés.

Entretien réalisé en septembre 2017)

Si le caractère collectif des projets représente une norme pour accéder aux structures d'accompagnement et aux financements, c'est à travers les profils des associé·es et leur capacité à susciter la confiance de leurs interlocuteurs qu'est évaluée la fiabilité des équipes. Pour accéder aux dispositifs d'accompagnement et de financement des start-up, les entrepreneur·ses doivent ainsi démontrer que leur projet répond aux critères demandés, en construisant un discours mettant en avant les caractéristiques attendues par les institutions. La start-up comme catégorie est ainsi le fruit d'une construction sociale reposant sur le caractère performatif des normes institutionnelles et des critères de sélection des projets. Mais dans quelle mesure les projets portés correspondent-ils à ces normes ? Qui sont ceux et celles qui s'engagent dans la création d'une start-up et selon quelles logiques ?

Le mythe du self-made-man à l'épreuve des profils des entrepreneur·ses de start-up

Parmi les représentations associées au modèle des start-up, le mythe américain du self-made-man, selon lequel chacun·e, par son effort, pourrait faire fortune en partant de rien, est très répandu (ce qui n'exclut pas que le projet soit construit à plusieurs). Pourtant, notre enquête révèle que les entrepreneur·ses qui s'identifient comme fondateurs et fondatrices de start-up sont loin de partir de rien et sont plutôt sur-sélectionné·es, tant du point de vue de leur origine sociale que de leur trajectoire scolaire et professionnelle. Comment perçoivent-ils-elles la création de start-up ? Qu'est-ce que cela révèle de leur rapport à l'emploi et à l'entreprise « classique » ?

Des entrepreneur·ses diplômé·es de grandes écoles

Plusieurs indices donnent à penser que les fondateurs et fondatrices de start-up forment une population très diplômée par rapport à l'ensemble des créateurs et créatrices d'entreprise. Alors que, d'après l'enquête *Sine* (2014), 13 % de ces dernier·ères n'ont aucun diplôme et que 45 % ont un niveau de diplôme inférieur ou égal au

TABLEAU 2 – Niveau et type de diplôme des fondateurs et fondatrices de start-up

En %

Niveau et type de diplôme	
Sans diplôme	0
CAP/BEP [*]	0
Bac (général, technologique ou professionnel)	3
Bac + 1	1
Bac + 2	4
Bac + 3	5
Bac + 4	7
Bac + 5 diplôme d'école d'ingénieurs	21
Bac + 5 diplôme d'école de commerce	35
Bac + 5 autre diplôme	18
Bac + 8 (niveau doctorat)	6
Total (N = 501)	100

* CAP : certificat d'aptitude professionnelle. BEP : brevet d'études professionnelles.

Lecture : 35 % des fondateurs et fondatrices de start-up sont diplômés d'une école de commerce.

Source : données récoltées par l'auteure entre mai et juin 2018 auprès d'un échantillon de 501 fondateurs et fondatrices de start-up.

baccalauréat, 80 % des fondateurs et fondatrices de start-up de notre échantillon ont un niveau de diplôme équivalent ou supérieur à bac + 5 et aucun-e n'est sans diplôme (tableau 2). En outre, le type de diplôme diffère : 35 % des fondateurs et fondatrices de notre échantillon sont diplômé-es d'une école de commerce et 21 % d'une école d'ingénieurs (tableau 2), tandis que seulement 7 % des créateurs et créatrices d'entreprise sont diplômé-es d'une grande école d'après l'enquête *Sine* (2014). Or, toujours d'après cette enquête, 72 % des créateurs et créatrices disent ne pas avoir été sensibilisé-es à l'entrepreneuriat au cours de leur parcours scolaire. Le passage par une grande école semble donc être déterminant dans la décision de créer une start-up.

La création de start-up est en effet de plus en plus présentée comme un débouché désirable dans les écoles, qui sont devenues de puissants lieux de socialisation à l'*ethos* entrepreneurial et aux idéologies néolibérales (CHAMBARD, 2014). Les étudiant-es y apprennent à valoriser l'esprit d'initiative, l'innovation, le goût du risque, de l'autonomie et de l'enrichissement rapide (CHAMBARD, 2014), ce qui crée les conditions d'un rapport à l'argent, au travail et aux entreprises qui les amènent à désacraliser les grandes entreprises et à préférer le monde des start-up. Ces écoles leur transmettent le savoir-faire nécessaire à la création de ce type de structure (faire une étude de marché ou réaliser un business plan), mais également les codes et le « savoir-être » de cet univers entrepreneurial. Socialisé-es à cet esprit, ces étudiant-es sont donc également armé-es des compétences techniques requises pour faire de leur entreprise une start-up et des compétences sociales nécessaires pour mettre en récit leur projet.

En outre, ces écoles offrent de précieuses ressources pour accompagner les étudiant-es qui veulent créer leur entreprise. Sous l'impulsion de l'Essec (École supérieure des sciences économiques et commerciales), les écoles de commerce et d'ingénieurs se sont désormais dotées d'un programme d'incubation pour accompagner

ceux et celles qui voudraient entreprendre à la sortie de l'école. Les entrepreneur-ses sélectionné-es bénéficient ensuite de locaux, mais également d'un accès privilégié à des étudiant-es en recherche de stage ainsi qu'à un large réseau d'entrepreneur-ses et d'investisseurs. Ainsi encouragé-es et soutenu-es au sein de leurs écoles, 25 % des fondateurs et fondatrices de notre échantillon ont créé leur start-up à la sortie de leurs études, alors que c'est le cas de seulement 3 % de l'ensemble des créateurs et créatrices d'entreprise (enquête *Sine* [2014]).

« Si tu prends que les start-up, t'auras que des mecs de grande école. [...] Moi, je pense que c'est une somme de plein de trucs. C'est la somme de l'environnement que tu fréquentes et de ton milieu culturel. Forcément, quand t'as fait une grande école, t'as des potes de promo qui ont créé des start-up, [...] bah ça te donne l'inspi et ça te donne l'envie d'entreprendre et de lancer ta propre start-up, donc c'est lié à ça. Alors que quand t'as pas fait de grande école, forcément, t'as pas tout cet environnement-là. »

(Mounir, 30 ans, diplômé d'une école d'ingénieurs,
père entrepreneur, mère au foyer.

Start-up créée en 2016 avec trois associés. Entretien réalisé en septembre 2017)

La plupart des fondateurs et fondatrices de start-up bénéficient ainsi de ressources précieuses, liées à leur diplôme et à leur passage par les grandes écoles, qui leur permettent de s'engager plutôt sereinement dans la création d'une start-up et de rebondir en cas d'échec.

Des cadres en quête d'indépendance et d'épanouissement personnel

Si les fondateurs et fondatrices de start-up ne partent pas de rien, c'est également en référence au statut de leur emploi antérieur. Ils et elles entreprennent moins par nécessité que par opportunité, dans une quête d'indépendance et d'épanouissement personnel. Cette jeune génération très diplômée, souvent appelée *millennial*, aspire en effet à accorder une plus grande place à la « dimension expressive » du travail²⁵ (MÉDA, VENDRAMIN, 2013) et voit ainsi dans la création de start-up un moyen de s'affranchir des contraintes de la grande entreprise et de retrouver de la liberté et du sens au travail.

« Et donc moi, j'ai fait beaucoup de stages dans des grands groupes, j'ai même travaillé dans des grands groupes, même encore y a un mois. [...] Les grands groupes, ça bouge pas, c'est inerte, c'est un paquebot sur un océan, donc ça met trois plombs à changer de route, à changer de cap. Et c'est vrai que les start-up permettent d'aller plus vite parce que ce sont des structures très très souples et innovantes où il n'y a pas cette hiérarchie de décision. »

(Luc, 22 ans, diplômé d'une école de commerce,
père chef d'entreprise, mère au foyer.

Start-up créée en 2018 avec deux associés. Entretien réalisé en janvier 2018)

25. La « dimension expressive » du travail renvoie à l'idée que le travail serait une source d'épanouissement et d'accomplissement personnel.

TABLEAU 3 – Statut et PCS des fondateurs et fondatrices de start-up avant la création de celle-ci

En %

Modalités	
Statut antérieur	
Indépendant-e, auto-entrepreneur-se, à son compte, chef-fe d'entreprise	18
Salarié-e du privé	49
Salarié-e du public	2
Scolaire : étudiant-e/stagiaire/en alternance/étudiant-e-entrepreneur-se	25
Au chômage	5
Sans activité professionnelle	1
Total (N = 501)	100
PCS antérieure	
Artisan-e, commerçant-e ou chef-fe d'entreprise	5
Cadre ou profession intellectuelle supérieure	64
Profession intermédiaire	2
Employé-e	6
Ouvrier-ère	0
Non concerné-e car sans activité professionnelle	23
Total (N = 501)	100

Lecture : 49 % des fondateurs et fondatrices de start-up enquêtés-ées étaient salarié-es du privé avant la création de leur start-up.

Source : données récoltées par l'auteure entre mai et juin 2018 auprès d'un échantillon de 501 fondateurs et fondatrices de start-up.

De fait, 64 % des fondateurs et fondatrices de start-up de notre échantillon étaient d'ancien-nes cadres, 49 % des salarié-es du privé (tableau 3) et seulement 5 % étaient au chômage avant la création de leur entreprise²⁶. Alors que l'entrepreneuriat est souvent un moyen d'assurer son propre emploi²⁷ (ABDELNOUR, 2017), de s'élever socialement (GROSSETTI, REIX, 2014) ou de simplement maintenir un certain statut social (PINÇON, PINÇON-CHARLOT, 1999), la création de start-up répond moins à une nécessité qu'à un désir d'accéder à une position sociale dominante tout en se réalisant subjectivement dans la création.

En effet, outre le « goût d'entreprendre », cité par 83 % des enquêtés-ées comme l'une des motivations principales les ayant poussés-ées à créer leur start-up, 53 % déclarent avoir entrepris pour « être indépendant-es » et seulement 3 % disent avoir été « contraint-es » de créer ou que la création était le seul moyen d'exercer une profession (tableau 4). Ces jeunes cadres en quête d'indépendance cherchent donc souvent à devenir « leur propre patron » (GRESLE, 1981). En particulier, la création de start-up serait un moyen de se soustraire au statut subordonné de cadre intermédiaire pour

26. D'après l'enquête *Sine* sur les créations et les créateurs et créatrices d'entreprises en 2014 (hors auto-entrepreneur-ses), 11 % étaient cadres avant la création, 35 % étaient salarié-es du privé ou du public et 26 % étaient au chômage.

27. Que ce soit en 1977 avec la mise en place de l'Accre (aide au chômeur créateur ou reprenneur d'entreprise, remplacée en 2019 par l'Acree [aide aux créateurs et repreneurs d'entreprise]), ou en 2008 avec la création du statut d'auto-entrepreneur, l'objectif de ces politiques publiques est le même : responsabiliser les demandeurs d'emploi et promouvoir l'auto-emploi (ABDELNOUR, 2017).

TABLEAU 4 – Motivations à créer une start-up en fonction du sexe des fondateurs et fondatrices

En %

Motivation à créer une start-up	Homme	Femme	Ensemble
Être indépendant-e	51	59	53
Goût d'entreprendre	86	76	83
Idée nouvelle	62	63	83
Opportunité	33	36	34
Seule manière d'exercer une profession	2	4	2
Contraint-e de créer	0	2	1

Lecture : 51 % des hommes disent avoir créé une start-up pour être indépendant contre 59 % des femmes et 53 % de l'ensemble. Les résultats présentés sont significatifs au seuil de 1 %.

Les enquêté-es pouvaient cocher plusieurs réponses.

Source : données récoltées par l'auteure entre mai et juin 2018 auprès d'un échantillon de 501 fondateurs et fondatrices de start-up.

accéder à une position de dirigeant-e beaucoup plus rapidement que par l'ascension des échelons hiérarchiques. Même en cas d'échec, les fondateurs et fondatrices de start-up perçoivent cette expérience entrepreneuriale comme une marque de prestige qui leur permettra de prétendre à des postes plus élevés et d'accélérer leur carrière.

« Déjà, de plus en plus, les gens ne te jugent pas par ton diplôme, mais par ce que tu fais. Et donc entrepreneur, c'est un ascenseur social. On trouvera des boulots bien plus élevés que si on était passé par une grande boîte. »

(Mathieu, 26 ans, diplômé d'une école de commerce, père médecin, mère au foyer.
Start-up créée en 2016 avec deux associés. Entretien réalisé en janvier 2016)

Dans notre échantillon, cette quête d'indépendance concerne plus souvent les femmes que les hommes (tableau 4). Comme pour les « mompreneurs » étudiées par Julie LANDOUR (2017), on retrouve des fondatrices très diplômées et bien insérées dans une activité salariée qui, ne voyant pas dans le salariat une sphère d'affiliation enviable, cherchent à entreprendre pour gagner en indépendance et s'accomplir personnellement.

La plupart des fondateurs et fondatrices de start-up étaient bien inséré-es sur le plan professionnel. Lorsqu'ils et elles décident de se lancer, la stratégie la plus répandue consiste à négocier une rupture conventionnelle avec leur employeur pour bénéficier, pendant deux ans, d'une indemnité de chômage proportionnelle à leur salaire antérieur.

« Non, j'ai pas démissionné, j'ai fait une rupture conventionnelle. C'était obligatoire pour pouvoir m'assurer un minimum vital puisque ça donne droit à l'allocation chômage pendant deux ans. [...] C'est plutôt une chose qui nous permet de quitter "sereinement" une situation stable pour prendre un risque. »

(Marjorie, 27 ans, diplômée d'un master en business et webmarketing digital,
mère cadre et père électricien fonctionnaire.
Start-up créée en 2016 avec un associé. Entretien réalisé en octobre 2017)

L'indemnité de chômage devient alors une ressource précieuse pour ces entrepreneur-ses qui peuvent percevoir un revenu alors même que leur entreprise ne génère encore aucun chiffre d'affaires. De même que les « chômeurs créateurs »

cumulent indemnités de chômage et activité entrepreneuriale dans une « pluriactivité de survie » (AKERMANN *et al.*, 2014), les fondateurs et fondatrices de start-up utilisent les indemnités de chômage comme une ressource de transition entre deux activités, dans le but de réduire l'incertitude et les risques économiques liés à la création d'entreprise. En outre, malgré la quête d'indépendance qu'ils et elles affichent, seulement 10 % des fondateurs et fondatrices de start-up ont opté pour le statut d'indépendant et 8 % pour celui d'auto-entrepreneur. La plupart (69 %) adoptent le statut de chef-fe d'entreprise salarié-e, ce qui montre que la création de start-up est surtout un moyen de gagner en indépendance tout en bénéficiant des avantages du salariat.

Tant du point de vue de leur niveau de diplôme que de leur trajectoire professionnelle, les fondateurs et fondatrices de start-up sont loin de partir de rien, disposent de nombreuses ressources, savent qu'ils pourront rebondir facilement en cas d'échec et ne prennent pas de risques trop importants. Dès lors, comment comprendre qu'ils et elles présentent la création de start-up comme une forme d'ascension sociale ?

Des héritier-ères en quête de distinction sociale

Outre leur niveau de diplôme élevé et leur trajectoire professionnelle sécurisante, les entrepreneur-ses de start-up viennent pour la plupart de milieux sociaux favorisés : 20 % (de notre échantillon) ont un père indépendant, et 53 % un père cadre. Ce modèle entrepreneurial est donc investi par des individus déjà fortement dotés ou déjà socialisés à « l'esprit d'entreprise ». Or on sait que pour les fondateurs et les fondatrices d'entreprise issu-es de familles d'entrepreneur-ses, c'est au sein du milieu familial que se forme leur désir d'entreprendre et leur goût pour la liberté, l'autonomie et le travail indépendant (BESSIÈRE, 2010). Les fils et filles d'indépendant-es héritent ainsi de dispositions entrepreneuriales qui les prédisposent à envisager la création de start-up comme un horizon professionnel préférable à celui d'une carrière dans le salariat. Ils et elles bénéficient de l'appui moral de leur famille, mais peuvent également compter sur leur réseau professionnel pour les aider dans la création.

« Moi, à la base, ce qui me motive, c'est que je suis d'une famille... on va dire que j'ai un terreau familial d'entrepreneurs, au sens où mon père, et même mon grand-père, sont des entrepreneurs, ils ont toujours été heureux dans ce boulot, ils adorent parler de leur taff, [...] et ils me disaient : "Si tu veux être heureux, va dans ce monde des entrepreneurs, et essaie au moins, de toute façon, t'as rien à perdre, au pire tu perds deux ans de ta vie." »

(Louis, 30 ans, diplômé d'une école de commerce,
père entrepreneur, mère entrepreneuse.

Start-up créée en 2013 avec deux associés. Entretien réalisé en décembre 2018)

Lorsque ce n'est pas au sein du milieu familial qu'ils et elles développent des dispositions à l'entrepreneuriat, c'est souvent le passage par les écoles de commerce ou d'ingénieurs qui peut favoriser la socialisation à l'esprit d'entreprise (CHAMBARD, 2014). Cependant, l'accès à ces écoles est très sélectif, tant par le niveau académique

requis pour y entrer²⁸ que par leurs coûts²⁹. Ceux et celles qui font ces grandes écoles sont parmi les plus doté-es socialement : 61 % de ceux et celles qui sont diplômé-es d'une école de commerce ont un père cadre (contre 53 % de l'ensemble de notre échantillon), tandis que seulement 2 % ont un père ouvrier (tableau 5). Pour beaucoup, plus qu'une ascension sociale, c'est donc une forme de distinction sociale que permet la création d'une start-up.

TABLEAU 5 – Niveau et type de diplôme des fondateurs et fondatrices de start-up en fonction de la PCS du père

En %

PCS père	Niveau de diplôme					Ensemble
	Inférieur à bac + 5	Bac + 5 école de commerce	Bac + 5 école d'ingénieurs	Bac + 5 autre diplôme	Bac + 8	
Agriculteur	1	2	1	0	3	1
Artisan, commerçant, chef d'entreprise	22	27	14	17	3	20
Cadre	37	61	54	51	61	53
Profession intermédiaire	13	5	16	11	16	11
Employé	6	2	6	10	7	5
Ouvrier	13	2	5	7	10	6
Profession inconnue	2	1	1	2	0	1
Sans activité professionnelle	6	0	3	2	0	3
Total	100	100	100	100	100	100

Lecture : 61 % de ceux et celles qui sont diplômé-es d'une école de commerce ont un père cadre. Les résultats présentés sont significatifs au seuil de 1 %.

Source : données récoltées par l'auteure entre mai et juin 2018 auprès d'un échantillon de 501 fondateurs et fondatrices de start-up.

Le poids de l'origine sociale dans l'accès à cet univers entrepreneurial se manifeste également dans les entretiens réalisés auprès d'entrepreneur-ses venant d'une banlieue « défavorisée », pour lequel-les les grandes écoles sont difficiles d'accès par manque de ressources économiques, académiques ou par manque d'informations. En marge du modèle dominant de l'homme, blanc, fils de cadre et diplômé d'une grande école, les fondateurs et fondatrices interrogé-es sont nombreux-ses à sentir le poids des inégalités sociales qui se jouent à l'entrée de cet écosystème, comme le souligne

28. Les meilleures écoles de commerce et d'ingénieurs requièrent d'avoir fait une classe préparatoire aux grandes écoles (CPGE) et n'ouvrent leur accès que sur concours.

29. Les frais de scolarité sont particulièrement élevés dans les écoles de commerce. À l'année, pour un master, ils sont supérieurs à 15 000 euros à l'ESCP Europe (École supérieure de commerce de Paris), l'Essec, l'Edhec (École des hautes études commerciales), HEC (École des hautes études commerciales) et l'EM Lyon (École de management de Lyon). Sources : sites et brochures des écoles, juin 2018.

Joseph, originaire du Cameroun et résidant en banlieue parisienne, qui a dû faire face à de nombreux obstacles pour créer sa start-up.

« La banlieue, elle intervient dès l'entrée dans des écoles de commerce, qui est pas si *easy*. [...] Les gars de banlieue, ils connaissent pas l'école d'ingénieurs ou l'école de commerce. Donc déjà, ils savent même pas quels sont les cursus de réussite dans leur environnement. [...] Donc il a pas l'information, le banquier, il va pas lui donner l'argent, après faut avoir le garant. [...] Après, y a eu des start-up avec des levées de fonds, des millions, mais c'est très rare. [...] Et en fait, ceux qui l'ont fait, ils sont passés par des écoles de commerce, etc. Donc il y a toujours cette chape de plomb. »

(Joseph, 34 ans, diplômé d'un master de finances,
père inconnu, mère assistante sociale.

Start-up créée en 2015 sans associé. Entretien réalisé en septembre 2017)

Alors que l'entrepreneuriat peut constituer un puissant vecteur de mobilité sociale pour les individus issus des classes populaires, et en particulier pour les populations issues de l'immigration (BRUNO, ZALC, 2006), ce n'est pas le cas de la création de start-up, réservée à une frange favorisée de la population. En outre, les inégalités pointées à l'entrée de cet univers entrepreneurial se retrouvent dans les chances de réussite des projets. Ce modèle entrepreneurial, pourtant associé au mythe du self-made-man et adossé à l'idéologie de l'égalité des chances, ne semble donc pas redistribuer les cartes de l'ascension sociale.

Le modèle de l'inégalité des chances ?

Notre enquête révèle que la définition institutionnelle de ce que serait une start-up ne rend pas compte des représentations indigènes de ce modèle d'entreprise. Nous allons voir maintenant que les chances de bénéficier d'un accompagnement ou d'un financement sont très inégalement réparties et dépendent fortement des caractéristiques sociales des porteur-ses de projet.

Fortunes et infortunes dans le monde des start-up : un univers à plusieurs vitesses

De grandes variations se dessinent dans les modes de création et les chances de réussite des projets d'entreprise des créateurs et créatrices de start-up. Afin de dresser une cartographie de cet espace social et entrepreneurial, nous avons réalisé, à partir de données de notre échantillon, une analyse des correspondances multiples (ACM) mettant en regard les caractéristiques sociales des fondateurs et fondatrices de start-up avec les caractéristiques de leurs entreprises (encadré 2).

ENCADRÉ 2

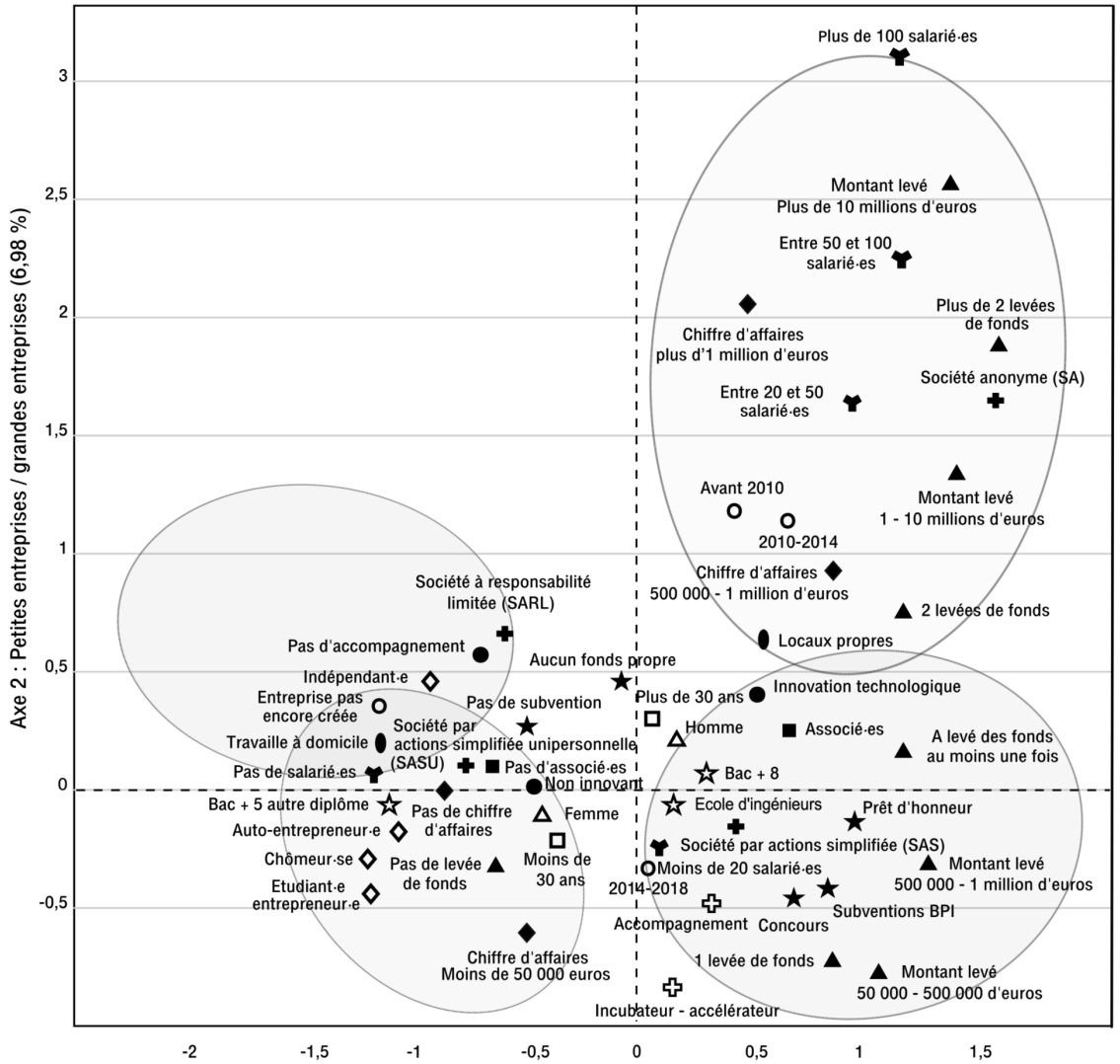
La construction de l'ACM sur les start-up

Pour construire notre ACM, nous avons retenu 24 variables actives correspondant aux caractéristiques des start-up (composition de l'équipe, date de création, catégorie juridique, modes d'accompagnement, types d'innovation, modes de financement, chiffre d'affaires, niveau de revenus des dirigeant-es, etc.), ainsi que cinq variables illustratives (ne contribuant pas à la construction des classes ; ces variables sont utilisées pour caractériser les regroupements établis) relatives aux profils du créateur ou de la créatrice (diplôme, sexe, âge, statut d'emploi avant la création et situation familiale). Nous avons finalement retenu deux axes factoriels, qui contribuent à eux deux pour 19,7 % de l'inertie totale, sur lesquels nous avons positionné les modalités des variables actives dont la contribution aux axes dépassait 1,5 ainsi que celles des variables illustratives dont les valeurs tests étaient supérieures ou égales à 2 en valeur absolue. Nous avons ensuite réalisé une classification ascendante hiérarchique (CAH) faisant ressortir quatre classes d'entreprises représentées sur l'ACM.

L'ACM fait apparaître une forte hétérogénéité du monde des start-up, qui regroupe des entreprises très différentes du point de vue de la taille, du stade d'avancement, du type d'innovation porté ou encore des financements obtenus. Elle permet dès lors de penser les contours de cette catégorie d'entreprise en opposant les créateurs et créatrices qui semblent suivre la norme telle qu'elle est définie par les institutions, et qui ont ainsi plus de chances de voir leur entreprise prospérer, et ceux et celles qui s'en écartent et se trouvent désavantagés dans le processus de création. Le terme *start-up* correspond donc à des entreprises se rapprochant d'un « idéal-type », mais également à des entreprises créées sur un modèle classique. Le premier plan factoriel de l'ACM se structure autour d'un axe horizontal qui oppose des entreprises n'ayant pas levé de fonds (à l'ouest) à des entreprises ayant levé des fonds (à l'est), et un axe vertical opposant des entreprises de petite taille (au sud) à des entreprises plus grandes, ayant jusqu'à 100 salarié-es (au nord).

Le modèle idéal-typique de la start-up est constitué de deux classes. La classe 3 (21 % de notre échantillon), située au sud-est du graphique, regroupe des entreprises de petite taille (moins de 20 salarié-es), mais qui semblent bien parties pour connaître une croissance importante. Considérant leur activité comme innovante, les individus qui ont créé des entreprises appartenant à cette classe ont bénéficié d'un accompagnement à la création de start-up, sont hébergés dans des incubateurs ou des accélérateurs et sont parvenus à décrocher tous les types de financement dédiés (prêts d'honneur, subventions Bpifrance et concours de start-up). En outre, ils sont diplômés d'écoles d'ingénieurs, ont des associé-es et génèrent entre 50 000 et 500 000 euros de chiffre d'affaires annuel. S'ils n'ont que récemment créé leur entreprise (entre 2014 et 2018), ils ont déjà réalisé une à deux levées de fonds. La classe 4 (10 % de notre échantillon), située au nord-est du graphique, réunit des start-up également financées par

ACM – Cartographie des start-up



Axe 1 : Entreprises n'ayant pas levé de fonds / entreprises ayant levé des fonds (12,69 %)

Légende

- | | | | | | | | | | |
|---|----------------------|---|----------------------|---|-----------------|---|--------------------|---|------------------|
| + | Catégorie juridique | ★ | Modes de financement | ▲ | Levée de fonds | ◆ | Chiffre d'affaires | ■ | Associé-es |
| ⚡ | Nombre de salarié-es | ● | Type d'innovation | ○ | Lieu de travail | ⊕ | Accompagnement | ○ | Date de création |
| △ | Sexe | □ | Âge | ☆ | Diplôme | ◇ | Statut d'activité | | |

Source : données récoltées par l'auteure entre mai et juin 2018 auprès d'un échantillon de 501 fondateurs et fondatrices de start-up. Logiciel utilisé : R et R studio.

levées de fonds, mais ces entreprises sont plus grandes. Elles ont entre 20 et plus de 100 salarié-es, les levées de fonds dépassent les 10 millions d'euros, elles génèrent plus d'un million d'euros de chiffre d'affaires et bénéficient de locaux propres pour héberger leurs équipes. Cette classe rassemble donc les start-up ayant visiblement connu une importante croissance. Parmi elles, on trouve principalement des entreprises porteuses d'innovation technologique, créées entre 2010 et 2014, voire avant 2010. Les entreprises des classes 3 et 4 présentent ainsi les caractéristiques d'une start-up telle qu'elle est définie par les acteurs institutionnels de ce monde, mais ne représentent, à elles seules, que 31 % de notre échantillon. Ces entreprises sont en outre plus souvent créées par des hommes, âgés de plus de 30 ans, diplômés d'écoles d'ingénieurs ou titulaires d'un doctorat.

À l'ouest du graphique, on trouve des entreprises qui n'ont pas levé de fonds. La classe 1 (14 % de notre échantillon), située au nord-ouest, regroupe des entreprises ne dégagant aucun chiffre d'affaires, créées par des individus sans associé-es, qui travaillent à domicile, qui n'embauchent aucun-e salarié-e et qui n'ont touché aucune subvention ni aucun prêt d'honneur. Plus souvent célibataires et âgés de moins de 30 ans, ce sont des individus qui entreprennent à l'issue de leurs études sous le statut d'auto-entrepreneur ou d'étudiant-entrepreneur, mais qui n'ont pas encore créé juridiquement leur entreprise. S'ils n'ont pas encore levé de fonds, c'est donc avant tout parce qu'ils en sont encore au stade du projet et ne se sont pas encore engagés dans la création de leur entreprise à plein temps.

Plus de la moitié de notre échantillon (55 % des individus) semble porter des entreprises dont les caractéristiques s'écartent clairement de la définition institutionnelle de la start-up. La classe 2, située au sud-ouest du graphique, compte en effet des entreprises qui ont été créées juridiquement entre 2014 et 2018, sous forme de SASU (société par actions simplifiée unipersonnelle) ou de SARL (société à responsabilité limitée), par des entrepreneur-ses solitaires. Les individus créant des entreprises associées à cette classe n'ont pas bénéficié d'un accompagnement à la création, n'ont pas décroché de subvention de Bpifrance ni de prêt d'honneur et ne considèrent pas leur activité comme innovante. Ils se sont principalement financés par fonds propres et n'embauchent pas ou peu de salarié-es. Ces entreprises sont donc assez éloignées des caractéristiques idéal-typiques des start-up. Les modalités des variables illustratives indiquent que leurs fondateurs et fondatrices sont d'ancien-nés salarié-es ou des inactifs ou inactives, le plus souvent des femmes, qui travaillent à domicile et entreprennent sous le statut de chômeur ou d'indépendant. Les entreprises créées semblent tout à fait classiques et en dehors des dispositifs faisant exister les start-up en tant que telles. Comment dès lors comprendre que nombre de créateurs et créatrices se revendiquent du modèle de la start-up alors que l'entreprise qu'ils ou elles ont créée s'en éloigne ?

Pour apporter des éléments de réponse à cette énigme, nous prenons appui sur le cas de Claire, avec qui nous avons réalisé un entretien. Claire a fondé une entreprise commercialisant sur un site Internet des bijoux qu'elle confectionne elle-même. Elle n'est passée par aucune structure d'accompagnement et a entièrement autofinancé

son activité, mais elle se considère pourtant comme fondatrice d'une start-up, car ce qu'elle entend par *start-up* renvoie à l'idée d'avoir démarré une activité « *ex nihilo* » et de l'avoir menée « de A à Z » :

« Bah moi, je dis que je suis une start-up parce que j'ai lancé mon activité, créé de A à Z, euh... moi, j'entends par là pas une continuité d'un job que je faisais avant, c'est vraiment une création *ex nihilo*. Après, bien entendu, si on est puriste, oui, je suis pas dans les nouvelles tech, oui, j'ai pas fait appel à des *business angels*, oui, je suis pas dans un incubateur. Mais malgré tout, je fonctionne, je pense en mode start-up, d'une certaine manière, dans ma façon de bosser quoi. »

(Claire, 44 ans, diplômée d'une école de commerce, père cadre dans le BTP [bâtiment et travaux publics], mère enseignante. Start-up créée en 2016 sans associé-e. Entretien réalisé en octobre 2017)

Si 31 % de nos enquêté-es portent des projets qui présentent les caractéristiques idéal-typiques de la start-up (classes 3 et 4), la plupart adoptent des modes de création plus classiques, en se finançant par fonds propres et entreprenant seul-es (classes 1 et 2). Mais ceux et celles qui ont le plus de chances de lever des fonds et de voir croître leur entreprise remplissent les conditions fixées par les investisseurs et les structures d'accompagnement du monde des start-up. Or, comme l'ACM le suggère, ce sont plus souvent des hommes, de plus de 30 ans et très diplômés.

La levée de fonds, une condition nécessaire, mais discriminante de la réussite des start-up

Les chances de réussite des start-up correspondent à leurs perspectives de croissance, qui dépendent étroitement de la capacité des fondateurs et fondatrices à lever des fonds auprès d'investisseurs. Nous avons cherché à mesurer, par une régression logistique, ce qui, parmi les caractéristiques sociodémographiques des fondateurs et fondatrices et leurs modes de création, jouait le plus dans la probabilité de lever des fonds³⁰.

D'après les résultats de notre modèle, la probabilité de lever des fonds est 5,3 fois plus importante pour un-e entrepreneur-se qui a des associé-es que pour un-e entrepreneur-se qui n'en a pas, toutes choses égales par ailleurs (tableau 6). C'est ensuite le genre qui semble influencer les chances de lever des fonds, puisque, toutes choses égales par ailleurs, la probabilité de lever des fonds est 2,4 fois supérieure pour les hommes que pour les femmes. Comme dans les entreprises et les hautes administrations (POCHIC, GUILLAUME, 2009 ; MARRY *et al.*, 2015), le milieu des start-up n'échappe donc pas aux logiques de cooptation masculine (KANTER, 1977 ; LAUFER, 2004) et aux discriminations liées au genre.

30. Nous avons inclus dix variables explicatives dans notre modèle : le sexe du créateur ou de la créatrice, le diplôme, l'âge, la PCS avant la création, le statut avant la création, la PCS du père, le nombre de créations d'entreprise passées, le nombre d'associé-es, le fait d'avoir été accompagné-e par une structure et le fait de considérer son projet comme innovant.

TABLEAU 6 – Les déterminants sociaux et économiques des levées de fonds

Variable explicative	Odds ratio	p-value
Sexe		
Homme	2,40	**
Femme		Référence
Diplôme		
Grande école	1,91	**
Pas de grande école		Référence
Âge		
Moins de 30 ans	0,43	***
Plus de 30 ans		Référence
PCS antérieure		
Indépendant	1,33	NS
Autre		Référence
PCS père		
Indépendant	1,28	NS
Autre		Référence
Statut antérieur		
Salarié	0,68	NS
Autre		Référence
Créations passées		
Oui	0,84	NS
Non		Référence
Associé-es		
Oui	5,30	***
Non		Référence
Accompagnement		
Oui	1,81	*
Non		Référence
Innovant		
Oui	2,40	**
Non		Référence

Lecture : toutes choses égales par ailleurs, la probabilité d'avoir fait une levée de fonds est 2,4 fois supérieure pour les hommes que pour les femmes. À l'inverse, avoir moins de 30 ans réduit la probabilité de lever des fonds de 0,4 fois par rapport à la population de référence, toutes choses égales par ailleurs. La p-value est considérée significative à partir du seuil de 1 % (noté *** pour 0, ** pour 0,001, * pour 0,01) et non significative aux seuils de 5 % et 10 % (noté NS pour 0,05 ou 0,1).

Source : données récoltées par l'auteure entre mai et juin 2018 auprès d'un échantillon de 501 fondateurs et fondatrices de start-up.

Ceux et celles qui considèrent leur projet comme innovant ont 2,4 fois plus de chances de lever des fonds que les autres (toutes choses égales par ailleurs). Enfin, être diplômé-e d'une grande école multiplie par deux la probabilité de lever des fonds par rapport à la population de référence (toutes choses égales par ailleurs). Le fait d'être diplômé-e d'une grande école semble ainsi constituer un signal de confiance pour les investisseurs, qui y verraient la promesse d'une meilleure capacité à développer et à gérer l'entreprise.

Les résultats de cette régression révèlent ainsi que les perspectives de croissance des projets, dont dépendent les perspectives de réussite des entrepreneur·ses, sont très

inégalement distribuées. Nous allons en particulier revenir dans les lignes qui suivent sur les inégalités entre les hommes et les femmes.

Des inégalités de genre à la question des discriminations

D'après l'enquête *Sine* de l'Insee, si les femmes sont de plus en plus présentes à la tête d'entreprises, elles restent encore largement minoritaires puisqu'elles ne représentent que 30 % des créateurs et créatrices d'entreprise (toutes catégories confondus) et seulement 26 % de notre échantillon. Or, tout au long du processus de financement et de développement des start-up, de nombreuses discriminations envers elles semblent ralentir, décourager, voire empêcher le développement de leurs projets.

Les inégalités d'accès aux sphères dirigeantes ne sont cependant pas nouvelles et se jouent dès la socialisation primaire, au cours de laquelle les garçons sont davantage encouragés à avoir confiance en eux, à prendre des risques, à être autonomes et à explorer des environnements inconnus que les filles, chez qui on valorise plutôt les comportements d'obéissance, de passivité et de conformité (GIANINI BELOTTI, 1974 ; VOUILLOT, 1986 ; DURU-BELLAT, JAROUSSE, 1996). Dès le plus jeune âge, les garçons intériorisent ainsi des dispositions qui peuvent les amener, plus que les filles, à développer un « goût » et un certain attrait pour l'entrepreneuriat. Pour les femmes, ce choix de carrière est moins évident, en raison notamment de ces différences de socialisation, qui sont renforcées, par la suite, tout au long de leur trajectoire scolaire (BUSWELL, 1981 ; JARLÉGAN, 1999 ; MARRY *et al.*, 2015 ; LIGNIER, PAGIS, 2017) et professionnelle (POCHIC, GUILLAUME, 2009).

En outre, pour les femmes ayant des enfants, le fonctionnement sexué de la cellule familiale rend difficile un engagement et un investissement dans une carrière d'entrepreneuse. Ne pouvant pas autant que les hommes se reposer sur leur conjoint pour compenser, dans la sphère domestique, leur investissement au travail (WAJCMAN, 1996 ; GADÉA, MARRY, 2000), elles peuvent moins facilement que ces derniers consacrer plus de 50 heures par semaine à leur activité entrepreneuriale (tableau 7), même si la plupart déclarent travailler plus de 30 heures par semaine.

TABLEAU 7 – Nombre d'heures de travail par semaine des fondateurs et fondatrices de start-up selon leur sexe

	<i>En %</i>		
Nombre d'heures de travail par semaine	Homme	Femme	Ensemble
Moins de 30 heures	10	11	10
Entre 30 et 50 heures	36	47	39
Plus de 50 heures	54	42	51
Total	100	100	100

Lecture : 54 % des hommes déclarent travailler plus de 50 heures contre 42 % des femmes et 51 % de l'ensemble. Les résultats présentés sont significatifs au seuil de 10 %.

Source : données récoltées par l'auteure entre mai et juin 2018 auprès d'un échantillon de 501 fondateurs et fondatrices de start-up.

Les femmes qui se trouvent en marge du modèle dominant des start-up semblent surtout victimes d'inégalités au sein du couple et de la cellule familiale. Ainsi, Claire m'explique que son conjoint a eu tendance à davantage se reposer sur elle lorsqu'elle a créé son entreprise, profitant du fait qu'elle travaillait à domicile pour se délester presque complètement de la gestion des tâches ménagères. La question de l'articulation entre le travail et la famille reste ainsi un « problème de femme » (GADÉA, MARRY, 2000 ; POCHIC, 2003 ; PAILHÉ, SOLAZ, 2009 ; MARRY *et al.*, 2015), qui ne se pose que très rarement pour les hommes³¹ et a des incidences réelles sur leur carrière (POCHIC, 2005 ; POCHIC, GUILLAUME, 2009).

« Quand t'as pas d'enfants, je pense que c'est beaucoup plus égal entre femmes et hommes. Mais à partir du moment où t'as des enfants, honnêtement, j'en connais pas une qui me dise : "Mon mari en fait plus que moi" ou "Mon mec va rentrer plus tôt parce que [je dois travailler]." [...] Les hommes se disent : "C'est bon, elle bosse à la maison, elle est là, donc tout va bien, on peut lever le pied [sur les tâches ménagères], mais grave." »

(Claire, 44 ans, diplômée d'une école de commerce, père cadre dans le BTP, mère enseignante, mariée, trois enfants. Entretien réalisé en octobre 2017)

En dépit des barrières à l'entrée de ce monde, celles qui ont réussi à bénéficier d'un accompagnement, à toucher des subventions de Bpifrance et à lever des fonds racontent avoir souffert de nombreuses formes de discrimination. En entretien, plusieurs expliquent avoir été victimes de propos sexistes et discriminatoires de la part des banquiers ou des investisseurs, qui doutaient de leur capacité à consacrer un temps suffisant à leur activité, à « tenir sur la longueur » ou à gérer de front leur entreprise et leur famille.

« Déjà entreprendre, c'est difficile, on va partir sur cette base : c'est difficile pour tout le monde. Pour une femme, ça l'est encore plus parce que [...] on fait pas forcément confiance quand on a affaire à une femme. [...] On m'a demandé si j'étais en couple. [...] On m'a demandé mes charges et tout, je leur ai dit : "Oui bah voilà, j'ai deux enfants dont je m'occupe seule, la pension alimentaire, elle est pas payée et tout", et le monsieur, il m'a dit : "Bah avec tous les problèmes que vous avez déjà, vos enfants que vous arrivez pas à gérer, tout ça, vous pensez que vous serez capable de gérer une entreprise ?" »

(Pascaline, 34 ans, diplômée d'un master en système d'information, père employé, mère employée. Divorcée, deux enfants. Start-up créée en 2016 sans associés. Entretien réalisé en octobre 2017)

Moins souvent socialisées et encouragées à entreprendre, les femmes sont aussi fortement discriminées au sein du monde des start-up. À l'instar des femmes dirigeantes dans les grandes entreprises (POCHIC, 2005 ; POCHIC, GUILLAUME, 2009), elles suscitent

31. Les hommes que nous avons interrogés évoquent d'ailleurs rarement leur situation familiale de manière spontanée. Il n'est pas rare d'apprendre en fin d'entretien qu'ils ont des enfants, tandis que les entrepreneuses évoquent cette question très rapidement.

la méfiance de leurs interlocuteurs, dont le jugement repose encore sur des stéréotypes de genre, alors même qu'elles redoublent d'efforts pour créer leur entreprise tout en continuant à s'investir, plus que leurs conjoints, dans la sphère familiale.



Si les start-up ne correspondent à aucune catégorie juridique d'entreprise, leur création est de plus en plus encouragée, car elles permettraient de créer des emplois, de redynamiser la croissance économique de la France et d'accroître sa compétitivité sur la scène internationale. De nombreux acteurs s'attachent à poser les start-up comme des entreprises singulières qui se distingueraient des entreprises classiques par leur modèle économique, leurs perspectives de croissance et leurs modes de création. Les dispositifs d'accompagnement et de financement qui se sont développés depuis 2010 pour encourager leur activité ont ainsi contribué à faire exister les start-up en tant que catégorie d'entreprise à part entière. En établissant des critères – certes imprécis – servant de normes pour sélectionner les projets, ces institutions ont participé à construire une définition institutionnelle de la start-up, dotée d'un fort pouvoir performatif. L'idéal-type de la start-up serait une entreprise innovante, porteuse d'un fort potentiel de croissance et financée par des acteurs spécialisés dans l'investissement à risque.

Dans l'idée de questionner cette construction et le mythe du self-made-man qui entoure ces entreprises et leurs fondateurs et fondatrices, notre enquête a montré que, loin de favoriser un modèle d'ascension social méritocratique, ces entreprises sont surtout créées par des individus déjà fortement dotés socialement, économiquement et culturellement, cherchant, par la création, à se distinguer socialement. Ce modèle entrepreneurial semble donc avoir été conçu par des acteurs dominants pour des dominants, consacrant ainsi de nombreuses inégalités. En effet, que ce soit du point de vue des ressources scolaires, professionnelles ou économiques qu'il faut mobiliser pour entrer dans ce monde, la création de start-up n'est pas une voie accessible à tous-tes.

En outre, alors que les organismes qui encouragent et soutiennent la création de start-up laissent croire à une certaine démocratisation de l'entrepreneuriat et de la réussite entrepreneuriale, le monde des start-up, par ses critères de sélection, ses logiques internes, ses codes et ses conventions, renforce et (re)produit des inégalités de classe et de genre. Si de nombreuses personnes cherchent à s'identifier à cette catégorie d'entreprise et d'entrepreneur, les chances de succès restent plutôt réservées à une population masculine, diplômée des grandes écoles, bien insérée sur le marché du travail et socialement favorisée, pouvant rebondir en cas d'échec et faire de cette expérience entrepreneuriale un accélérateur de leur carrière.

BIBLIOGRAPHIE

- ABDELNOUR S. (2017), *Moi, petite entreprise. Les auto-entrepreneurs, de l'utopie à la réalité*, Paris, Presses universitaires de France.
- AKERMANN G., CLOUTIER L., DUBOIS F. (2014), « Entrepreneurs pluriactifs », in Chauvin P.-M., Grossetti M., Zalio P.-P. (dir.), *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*, Paris, Presses de Sciences Po, pp. 259-274.
- BERTAUX-WIAME I. (1982), « L'installation dans la boulangerie artisanale », *Sociologie du travail*, vol. 24, n° 1, pp. 8-23.
- BESSIÈRE C. (2010), *De génération en génération. Arrangements de famille dans les entreprises viticoles de Cognac*, Paris, Raisons d'agir.
- BRUNO A.-S., ZALC C. (dir.) (2006), *Petites entreprises et petits entrepreneurs étrangers en France, 19^e-20^e siècle. Actes des journées d'études des 23 et 24 octobre 2003*, Paris, Publibook.
- BURGERLMAN R. A., CHRISTENSEN C. M., WHEELWRIGHT S. C. (2004), *Strategic Management of Technology and Innovation*, Boston, McGraw-Hill Irwin.
- BUSWELL C. (1981), "Sexism in School Routines and Classroom Practices", *Durham and Newcastle Research Review*, n° 46, pp. 195-200.
- CHAMBARD O. (2014), « L'éducation des étudiants à l'esprit d'entreprendre : entre promotion d'une idéologie de l'entreprise et ouverture de perspectives émancipatrices », *Formation emploi*, n° 127, pp. 7-26.
- DURU-BELLAT M., JAROUSSE J.-P. (1996), « Le masculin et le féminin dans les modèles éducatifs des parents », *Économie et statistique*, n° 293, pp. 77-93.
- GADÉA C., MARRY C. (2000), « Les pères qui gagnent. Descendance et réussite professionnelle chez les ingénieurs », *Travail, genre et sociétés*, n° 3, pp. 109-135.
- GIANINI BELOTTI E. (1974), *Du côté des petites filles. L'influence des conditionnements sociaux sur la formation du rôle féminin dans la petite enfance*, Paris, Éditions des Femmes.
- GIRAUDEAU M. (2007), « Le travail entrepreneurial, ou l'entrepreneur schumpetérien performé », *Sociologie du travail*, vol. 49, n° 3, pp. 330-350.
- GIRAUDEAU M. (2014), « Business plan », in Chauvin P.-M., Grossetti M., Zalio P.-P. (dir.), *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*, Paris, Presses de Sciences Po, pp. 65-85.
- GRESLE F. (1981), *L'Univers de la boutique. Famille et métier chez les petits patrons du Nord (1920-1975)*, Lille, Presses universitaires de Lille.
- GROSSETTI M., BARTHE J.-F. (2008), « Dynamique des réseaux interpersonnels et des organisations dans les créations d'entreprises », *Revue française de sociologie*, vol. 49, n° 3, pp. 585-612.
- GROSSETTI M., BARTHE J.-F., CHAUVAC N. (2018), *Les Start-Up, des entreprises comme les autres ? Une enquête sociologique en France*, Paris, Sorbonne université presses.

- GROSSETTI M., REIX F. (2014), « Parcours biographiques et carrières entrepreneuriales », in Chauvin P.-M., Grossetti M., Zalio P.-P. (dir.), *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*, Paris, Presses de Sciences Po, pp. 412-430.
- GUICHARD R., SERVEL L. (2006), « Qui sont les innovateurs ? Une lecture socio-économique des acteurs de l'innovation », *Sociétal*, n° 52, pp. 26-31.
- JARLÉGAN A. (1999), *La Fabrication des différences : sexe et mathématiques à l'école élémentaire*, thèse de doctorat en sciences de l'éducation, université de Bourgogne.
- KANTER R. M. (1977), *Men and Women of the Corporation*, New York, Basic Books.
- LANDOUR J. (2017), « Les mompreneurs. Entre entreprise économique, identitaire et parentale », *Travail et Emploi*, n° 150, pp. 79-100.
- LAUFER J. (2004), « Femmes et carrières : la question du plafond de verre », *Revue française de gestion*, n° 151, pp. 117-127.
- LIGNIER W., PAGIS J. (2017), *L'Enfance de l'ordre. Comment les enfants perçoivent le monde social*, Paris, Seuil.
- MARRY C., BERENI L., JACQUEMART A., LE MANCQ F., POCHIC S., REVILLARD A. (2015), « Le genre des administrations. La fabrication des inégalités de carrière entre hommes et femmes dans la haute fonction publique », *Revue française d'administration publique*, n° 153, pp. 45-68.
- MARTY O., MOREAU R., WEINBERGER D. (2003), *Start-up ? Du mythe médiatique aux réalités sociologiques*, Paris, L'Harmattan.
- MAZAUD C. (2013), *L'Artisanat français. Entre métier et entreprise*, Rennes, Presses universitaires de Rennes.
- MÉDA D., VENDRAMIN P. (2013), *Réinventer le travail*, Paris, Presses universitaires de France.
- MOREAU R. (2005), « Les modalités sociales de sélection entre entrepreneur-ses et actionnaires. Le cas des entreprises de nouvelle technologie », in 4^e Congrès de l'Académie de l'entrepreneuriat, Paris, 24 au 25 novembre.
- PAILHÉ A., SOLAZ A. (dir.) (2009), *Entre famille et travail. Des arrangements de couple aux pratiques des employeurs*, Paris, La Découverte.
- PINÇON M., PINÇON-CHARLOT M. (1999), *Nouveaux patrons, nouvelles dynasties*, Paris, Calmann-Lévy.
- POCHIC S. (2003), « Le chômage des cadres : un révélateur des tensions entre carrière et vie privée ? », in Laufer J., Marry C. (dir.), *Les Cadres et Ingénieurs au regard du genre*, actes de la journée du 20 juin 2003 organisée par le GDR Cadres et le GDR Mage à l'Iresco, *Les Cahiers du GDR Cadres*, n° 5, pp. 27-42.
- POCHIC S. (2005), « Faire carrière : l'apport d'une approche en termes de genre », *Formation emploi*, n° 91, pp. 75-93.
- POCHIC S., GUILLAUME C. (2009), « Les attendus implicites de la carrière : usage et mises en forme de la vie privée. Le cas d'une grande entreprise française », in Berrebi-Hoffmann I., *Politiques de l'intime. Des utopies sociales d'hier aux mondes du travail d'aujourd'hui*, Paris, La Découverte, pp. 145-167.

VOUILLOT F. (1986), « Structuration des pratiques éducatives parentales selon le sexe de l'enfant », *Enfance*, t. 39, n° 4, pp. 351-366.

WAJCMAN J. (1996), “The Domestic Basis for the Managerial Career”, *The Sociological Review*, vol. 44, n° 4, pp. 609-629.

ZARCA B. (1986), *L'Artisanat français. Du métier traditionnel au groupe social*, Paris, Économica.