



HAL
open science

La création de start-up, une affaire de dispositions ?

Marion Flécher

► **To cite this version:**

Marion Flécher. La création de start-up, une affaire de dispositions ?. Journée d'étude "Socialisations Economiques", Mar 2019, Paris, France. hal-02190569

HAL Id: hal-02190569

<https://hal.science/hal-02190569>

Submitted on 22 Jul 2019

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

La création de start-up, une affaire de dispositions ?

Marion Flécher¹

Résumé

Nous nous proposons de nous intéresser aux start-ups, ces jeunes entreprises censées croître rapidement en proposant une activité innovante sur des marchés à fort potentiel de croissance. Il s'agira de comprendre les modes d'engagement dans la carrière entrepreneuriale à l'aune des dispositions et des socialisations primaires et secondaires des entrepreneur-es de start-ups. Cette entrée par les dispositions nous permettra de mettre en évidence les inégalités à l'œuvre dans le processus de création de start-ups, en termes de rapports sociaux de genre et de rapports sociaux de classe.

Mots-clés : entrepreneuriat, socialisation, dispositions entrepreneuriales, genre, inégalités sociales.

The creation of start-up companies, a matter of dispositions?

Summary

This article aims to study the process of creation of start-up companies, that are expected to bear an innovative business with high growth potential. It aims to understand the modes of socialization to the entrepreneurial career, regarding to the dispositions of start-ups' founders. This contribution will highlight the social and gender inequalities that shape the process of creation of start-up companies.

Key words: entrepreneurship, socialization, entrepreneurial dispositions, gender, social inequalities.

¹ Doctorante en sociologie, Université Paris Dauphine, PSL Research University, CNRS, UMR CNRS [7170], IRISSE, flecher.marion@gmail.com

De nombreux travaux s'intéressent aux dispositions sociales et économiques de celles et ceux qui décident de s'engager dans la carrière entrepreneuriale (Granovetter, 2003 ; Grossetti, Barthe 2008 ; Grossetti *et al.*, 2006 ; Zalio, 2009), mais peu de recherches se consacrent aux effets des socialisations différenciées, selon le genre et la classe sociale, sur la réussite des entreprises. Si la figure et l'activité de l'entrepreneur ne se cantonnent pas aux secteurs technologiques dits « innovants » (Grossetti, *et al.*, 2014), il s'agira ici de nous intéresser à la création de start-ups, qui constitue un objet à la fois emblématique des processus entrepreneuriaux et tout à fait singulier, pourtant peu étudié en sociologie.

Les start-ups sont à bien des égards des « entreprises comme les autres » (Grossetti *et al.*, 2018), mais leurs modes de création sont néanmoins très spécifiques et très codifiés. Contrairement à la création d'entreprises classiques, il ne suffit pas de disposer de fonds propres ou de décrocher un emprunt à la banque pour développer son activité. Les sommes investies sont généralement loin de pouvoir, à elles seules, assurer la croissance visée de l'entreprise (Moreau, 2005), et les entrepreneur-es de start-ups doivent alors s'adresser à des instances de financement extérieures (« prêts d'honneur », subventions de la BPI France, levées de fonds, etc.). Dès lors, l'entrepreneur de start-up est loin d'être un industriel innovateur solitaire (Schumpeter, 2011), portant seul et héroïquement un projet d'entreprise.

La « nouvelle sociologie économique » a largement pu montrer l'importance des réseaux personnels de l'entrepreneur dans sa capacité à développer un projet d'entreprise innovante (Granovetter, 1995 ; Ferrary, Granovetter, 2009 ; Ferrary, 2001 ; Fligstein, 2001). Michel Grossetti, Pierre-Paul Zalio et Pierre-Marie Chauvin nous invitent donc à déplacer le regard de la figure de l'entrepreneur à « l'activité entrepreneuriale » et aux logiques sociales qui interviennent dans cette activité (Chauvin *et al.*, 2014). L'étude des contextes dans lesquelles se déploie l'activité entrepreneuriale a donc permis de mettre en évidence un des traits caractéristiques majeur des start-ups, à savoir leur caractère collectif (Grossetti, Barthe, 2008 ; Grossetti *et al.*, 2018). Elles sont en effet le plus souvent créées par une équipe de plusieurs co-fondateurs, qui doivent s'insérer dans un « écosystème », composé d'organismes de financements et d'institutions d'accompagnement, où s'échangent des ressources et des informations déterminantes. Si l'activité entrepreneuriale est donc appréhendée au travers des contextes sociaux et économiques dans lesquels elle est encadrée, rares sont les travaux portant sur le processus et les instances de socialisation à l'entrepreneuriat, dont les effets sont pourtant déterminants, tant dans l'entrée que dans les chances de succès au sein de cette carrière. L'objet de cet article est donc de s'intéresser aux effets des socialisations différenciées entre les hommes et les femmes, mais aussi entre les différentes classes sociales, sur les modalités d'exercice de l'activité entrepreneuriale, et sur son potentiel de croissance.

On sait à quel point ces dispositions à entreprendre dépendent de la socialisation primaire qui s'opère dans le milieu familial (Berger et Luckmann, 2006), mais également des autres institutions socialisatrices comme l'école (Rozier, 2014), l'université (Chambard, 2014) ou le milieu professionnel (Abraham, 2007), qui peuvent aller jusqu'à transformer ou à convertir les *habitus* acquis lors de socialisations antérieures (Darmon, 2011). Cette approche par la socialisation nous permettra de mettre en évidence les instances socialisatrices jouant dans la création de start-up, afin de comprendre la formation du « goût » et des dispositions pour l'entrepreneuriat en général, et de l'attrait pour le modèle des start-ups en particulier. Pour

qui et pour quelles raisons la création de start-up se présente comme une carrière désirable ? Nous chercherons alors à analyser la sous-représentation de certaines catégories de la population parmi les entrepreneur-es de start-ups au regard de ces socialisations différenciées, mais également au regard de l'inégal accès aux instances socialisatrices à l'univers des start-ups.

Nous nous appuyerons pour cela sur 45 entretiens d'une heure et demi en moyenne, réalisés avec des fondateurs et fondatrices de start-ups entre décembre 2016 et décembre 2018, ainsi que sur les résultats d'un questionnaire administré à plus de 1500 fondateurs et fondatrices de start-ups, auquel 500 réponses ont été obtenues. Les start-ups ne renvoyant à aucune forme définie d'entreprise, nous avons sélectionné nos enquêtés sur un critère d'auto-identification. En effet, les start-ups d'aujourd'hui constituent un champ bien plus vaste et hétérogène que dans les années 1990, où elles étaient avant tout caractérisées par leur lien à internet et leur secteur d'activité, celui des hautes technologies (Marty et *al.*, 2003). Pour pouvoir parler de start-up, il faut donc tout d'abord que les créateurs considèrent leur entreprise comme telle, et qu'ils suivent ainsi les modes de financement et d'accompagnement spécifiquement dédiés à ce modèle d'entreprise.

ENCADRE 1

Méthodologie de l'enquête

Nous nous sommes attachés à diversifier un maximum les profils des entrepreneurs de ce corpus d'entretiens en termes de genre, d'origine sociale et de zone géographique. Ainsi, notre corpus compte 12 femmes et 33 hommes, âgé-es entre 22 et 52 ans ; 20 ont grandi et résident à Paris, 13 ont grandi et résident en banlieue parisienne (2 dans le 91, 2 dans le 92, 3 dans le 93, 2 dans le 94, 1 dans le 95, 2 dans le 78 et 1 dans le 28), et 12 viennent de grandes villes de province (3 de Lille, 4 de Bordeaux, 1 de Rennes, 2 de Toulouse, et 2 de Lyon). Grâce à ces entretiens, nous pourrions porter une attention particulière aux effets de l'origine sociale et géographique sur les processus de socialisation à l'univers des start-ups. Un regard sera porté en particulier sur les différences de socialisation observables entre les entrepreneurs de Paris et ceux de banlieue, dont la séparation géographique redouble, plus qu'ailleurs, de fortes inégalités sociales.

En complément de ces entretiens, nous mobiliserons également les résultats d'un questionnaire que nous avons fait passer sur internet² à plus de 1500 fondateurs et fondatrices de start-ups entre mai et juin 2018, auquel nous avons obtenu 500 réponses. En effet, en l'absence de cadre juridique permettant d'isoler la catégorie start-ups dans les bases nationales de l'INSEE, la passation d'un questionnaire s'est avérée précieuse pour améliorer notre connaissance sur ces entrepreneurs. Néanmoins, en l'absence de données sur la taille de la population enquêtée, il est impossible de s'assurer du caractère « représentatif » de nos résultats.

² En particulier sur LinkedIn et sur des groupes et pages Facebook dédiés aux entrepreneurs de start-ups.

Néanmoins, notre échantillon est suffisamment large et diversifié pour repérer des grandes tendances, tant dans les profils des entrepreneurs que dans les modes de création.

Des observations ont également été réalisées dans divers lieux de socialisation à l'écosystème des start-ups (2 « *start-ups weekends* », 5 « *meetups* », 7 « *afterworks* », 2 salons consacrés à l'entrepreneuriat, 5 « concours de pitch » dans des incubateurs), ainsi que dans de trois comités de sélection d'un incubateur parisien.

Nous verrons dans un premier temps que les dispositions à entreprendre se jouent déjà dans la famille ou à l'école, mais que c'est également par l'intermédiaire des Grandes Ecoles, et des lieux parisiens de socialisation à l'univers des start-up, que sont transmis les codes et les informations nécessaires pour se repérer dans ce monde. Ainsi, nous montrerons que l'inégal accès à ces instances socialisatrices contribue à renforcer les inégalités de dispositions sociales entre les entrepreneurs issus de classes aisées, et ceux issus de classes populaires. Enfin, nous proposerons trois modèles de socialisation à l'univers des start-ups, articulant les *habitus* acquis au cours des socialisations antérieures aux modalités et à la temporalité de leur socialisation aux dispositions entrepreneuriales et aux codes des start-ups. Nous verrons que les trois modèles qui se dégagent, entre socialisation de renforcement et socialisation de transformation, dépendent du degré de continuité ou de rupture de ces différentes socialisations, favorisant ainsi les individus aux dispositions déjà proches du monde de l'entreprise.

1. De l'intériorisation différenciée des dispositions à entreprendre : le poids de la famille et de l'école

Si le modèle des start-ups est souvent présenté comme attractif, il ne l'est pas pour toutes. Comment s'opère la socialisation à l'entrepreneuriat, quelles instances socialisatrices participent à l'intériorisation de dispositions à entreprendre ? Nous verrons que les codes et les normes de comportement de l'écosystème des start-ups restent conjugués au masculin, venant redoubler des dispositions déjà différenciées, notamment en termes de genre.

1.1. Le poids de la famille et de l'école dans la transmission des dispositions entrepreneuriales

Parmi les instances qui contribuent à socialiser des individus à l'entrepreneuriat, les plus fondamentales et les plus étudiées sont la famille et l'école (Durkheim, 1922 ; Bourdieu, Passeron, 1964 ; Darmon, 2006 ; Lahire, 1998). Le milieu familial contribue en particulier grandement à l'« intériorisation d'une culture entrepreneuriale » (Grossetti, Reix, 2014). Beaucoup de fondateurs de start-ups viennent en effet de familles d'entrepreneurs qui, à défaut de leur transmettre une exploitation ou une entreprise familiale travail (Bessière, 2010), leur transmettent un *habitus* et un système de valeurs valorisant la prise de risque, le goût de

l'indépendance, de la liberté, le sens des responsabilités et du travail (Grossetti, Reix, 2014). Le fait d'avoir un modèle entrepreneurial dans l'entourage favorise le passage à la création (Audet, 2004), au point que beaucoup d'enquêtés le présentent presque comme une « vocation ».

« 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'entrepreneur, 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, mais pas non plus de manière chiant, et donc je les ai vus heureux comme ça, et ils me disaient "si tu veux être heureux, vas 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". »

Louis³, 30 ans, diplômé Bac + 5 d'une école de commerce. Père entrepreneur, mère entrepreneure, originaire de Paris. Marié, pas d'enfant. Start-up créée en 2013 avec deux associés dans le secteur de l'e-commerce et de l'économie circulaire.

Cependant, si c'est au sein du milieu familial que se transmettent les dispositions à entreprendre, cette socialisation s'opère de manière différenciée entre les hommes et les femmes (Dafflon Nouvelle, 2006 ; Rouyer, 2007) et va s'actualiser différemment au sein des différents milieux de vie (famille, école, travail, etc.) (Leaper et Friedman, 2006). Au sein de familles d'entrepreneurs, c'est le plus souvent aux (premiers) garçons des fratries que la reprise de l'entreprise familiale est attribuée (Bessière, 2010). La socialisation qui s'opère dans le milieu familial contribue en effet à produire et reproduire des stéréotypes de genre, en associant davantage le goût du risque et de l'indépendance à un comportement typiquement masculin (Granié, 2010). On peut comprendre alors que les femmes ne représentent que 29% des créateurs d'entreprise en 2014 (SINE 2014). Ce constat est encore plus frappant dans le milieu des start-ups, puisqu'elles ne constituent que 26% de notre échantillon, alors même qu'une attention particulière a été portée pour les surreprésenter.

C'est aussi dès le collège et le lycée que s'opère la socialisation à l'entrepreneuriat (Tanguy, 2017 ; Rozier, 2014), où différents projets pédagogiques, comme les « mini-entreprises » ou les « projets de start-ups », sont développés afin de « promouvoir le goût d'entreprendre des élèves » et de les sensibiliser à « l'esprit d'entreprise » (Rozier, 2014). La socialisation à l'*habitus* entrepreneurial commence donc désormais dès la 6^{ème}, mais on sait que la socialisation secondaire opérée par l'école tend à renforcer les différences de dispositions entre les hommes et les femmes intériorisées dans le milieu familial. En dépit d'une meilleure réussite scolaire des filles, du primaire au lycée (Marry, 2004), les femmes continuent de s'orienter majoritairement vers des disciplines et des métiers moins valorisés leur permettant de concilier vie de famille et vie au travail (Lemaire, Lesueur, 2005), tandis que les garçons s'orienteraient vers les voies scientifiques les plus prestigieuses (Rossi-Neves, Rousset, 2010).

Les dispositions entrepreneuriales sont donc davantage transmises aux hommes, tandis que les femmes tendent à s'autoexclure de la carrière entrepreneuriale. Mais c'est surtout au

³ Tous les noms des enquêté-es ont été anonymisés.

sein des Grandes Ecoles que la création de start-up est présentée comme une option de carrière valorisable. Dans quelles mesures ces institutions participent-elles à socialiser les étudiant-es à la création de start-up ? Cette socialisation a-t-elle les mêmes effets sur les hommes et les femmes ?

1.2. Les Grandes Ecoles, de puissants lieux de socialisation au monde des start-ups

Les Grandes Ecoles sont en effet de puissants lieux de socialisation à l'*ethos* entrepreneurial et aux idéologies néolibérales (Chambard, 2014). Il s'agit de faire des étudiant-es des « entrepreneurs de leur vie », que ce soit par la création d'entreprise, le statut d'auto-entrepreneur ou l'intrapreneuriat (Chambard, 2013). Pour celles et ceux qui ne viennent pas d'une famille d'entrepreneurs, ces institutions sont centrales dans la socialisation au monde des start-ups et dans la transmission de dispositions à entreprendre.

En effet, ces écoles transmettent tout d'abord des compétences et des savoir-faire concrets, liés à l'entrepreneuriat et à la création d'entreprise innovante : c'est là que la plupart de mes enquêtés ont appris à construire un *business plan*, à réaliser une étude de marché ou à faire un état de la concurrence. Mais c'est également tout un ensemble d'informations, de relations, de codes et de « savoir-être » qui y sont diffusés. De plus en plus, l'entrepreneuriat de start-ups est présenté comme une carrière désirable, permettant de s'affranchir des lourdeurs des grandes entreprises (Chambard, 2013). Les étudiant-es de ces écoles peuvent alors s'inspirer des ancien-nes étudiant-es ayant monté une start-up comme de modèles, et ainsi développer certaines dispositions à entreprendre. Au regard de la force socialisatrice de ces institutions, il n'est donc pas étonnant que la plupart des fondateurs et fondatrices de start-ups soient très diplômé-es (80% ont un niveau de diplôme équivalent ou supérieur à Bac + 5), et qu'ils sortent de Grandes Ecoles (21% sont diplômés d'une école d'ingénieur, 35% d'une école de commerce).

« Si tu prends que les startups, t'auras que des mecs de Grande Ecole (...) 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 Ecole, t'as des potes de promo qui ont créé des startups, (...) bah ça te donne l'inspi et ça te donne l'envie d'entreprendre et de lancer ta propre startup, donc c'est lié à ça. Alors que quand t'as pas fait de Grande Ecole, forcément, t'as pas tout cet environnement-là. »

Mounir, 30 ans, diplômé Bac + 5 d'Ecole d'ingénieur. Père entrepreneur, mère au foyer, originaire d'Algérie et de Paris. Célibataire, pas d'enfants. Start-up créée en 2016 avec 3 associés, dans le secteur du BTP.

En outre, ces écoles offrent de nombreuses ressources pour encourager et faciliter la création de start-up. Sous l'impulsion de l'ESSEC, toutes les écoles de commerce et d'ingénieur se sont désormais dotées d'un programme d'incubation pour celles et ceux qui voudraient entreprendre à la sortie de l'école. Les entrepreneur-es sélectionné-es peuvent alors bénéficier

de locaux et d'un programme d'accompagnement, mais également d'un réseau d'acteurs privés et publics spécialisés dans le financement d'entreprises innovantes.

C'est également au sein de ces institutions que les entrepreneur-es de start-ups développent des qualités oratoires et de mise en scène de soi, déterminantes dans la création. En effet, le succès d'une start-up dépend de la capacité des fondateurs et des fondatrices à lever des fonds, et donc à convaincre des investisseurs. Ils doivent alors apprendre à « pitcher » leur projet d'entreprise, c'est-à-dire à présenter leur équipe, leur *business plan*, leurs prévisions de croissance, les spécificités de leur marché et l'état de la concurrence, tout cela sans notes et en moins de 10 minutes, avec clarté, dynamisme et charisme. Que ce soit pour rejoindre un incubateur, pour obtenir une subvention ou pour lever des fonds, les entrepreneur-es de start-ups se livrent régulièrement à cet exercice, dont la maîtrise est déterminante dans leur capacité à convaincre.

Or, on sait à quel point les « techniques du corps », l'*hexis* corporel et les qualités orales sont inégalement maîtrisées, selon les dispositions acquises au cours des socialisations antérieures (Mauss, 1934 ; Bourdieu, Passeron, 1964). En valorisant qualité de l'expression orale, dont on sait qu'elle est surtout transmise par le milieu familial, les codes de cet écosystème tendent à sacraliser des inégalités de genre. Si ces écoles proposent des formations en la matière pour « apprendre à pitcher », la maîtrise très inégale des qualités oratoires et rhétoriques vient souvent recréer des inégalités sociales et scolaires déjà marquées, notamment entre les hommes et les femmes, dont les inégales dispositions à l'ambition et à la confiance en soi sont intériorisées dès le plus jeune âge (Lignier, Pagis, 2017). Les femmes sont donc souvent moins à l'aise sur ce type d'exercice, qui implique une certaine mise en scène de soi pour laquelle les hommes sont plus souvent socialisés.

Toutes ces dispositions à entreprendre et à convaincre, si elles sont inégalement distribuées entre les hommes et les femmes, le sont aussi entre les différentes classes sociales. Que ce soit les hommes ou les femmes, la plupart des entrepreneur-es de start-ups sont en effet issu-es des classes sociales supérieures : 75% des fondateurs, et 68% des fondatrices, ont un père cadre ou indépendant. Le monde des start-ups serait alors un monde masculin réservé aux plus dotés. Mais comment expliquer cette sous-représentation des entrepreneur-es issu-es de milieux populaires et d'origine immigrée, pour lesquels l'entrepreneuriat constitue une forme répandue d'entreprise de soi, dans un contexte de chômage (Abdenour, 2017) ou de discriminations salariales (Zalc, 2001) ?

2. De l'inégal accès aux instances de socialisation à l'inégalité des dispositions

Pour beaucoup de mes enquêtés, c'est vraiment le passage par l'école de commerce ou par l'école d'ingénieur qui est déterminant dans la réussite d'un projet de start-up. C'est également ce qui va distinguer un entrepreneur de start-up des autres modes d'entrepreneuriat

que l'on trouve en banlieue parisienne notamment. Pourtant, l'accès à ces instances socialisatrices est loin d'être à la portée de tou-tes.

2.1. L'accès aux Grandes Ecoles face aux barrières économiques, académiques et sociales

Le recours à l'entrepreneuriat est fréquent dans les milieux populaires, mais il vise le plus souvent à assurer son propre emploi ou à mettre fin à une situation de précarité, par la création d'un petit commerce (auto-école, restauration rapide, fast-food, etc.) ou par une activité d'auto-entrepreneuriat toujours précarisante (Abdelnour, 2017). Le fait de créer une start-up s'inscrit dans un nouveau modèle d'entrepreneuriat, cherchant explicitement à se distinguer de ces modes d'entrepreneuriat de subsistance.

« L'entrepreneuriat vous l'avez dans le quartier ça c'est clair, mais c'est pas du tout le même type. C'est-à-dire que y a toujours ce système de débrouillardise on va dire, y a des *business* assez classiques, que ce soit la restauration rapide, que ça soit aussi tout ce qui est téléphonie mobile (...) Enfin moi j'ai plein d'amis du Blanc Mesnil, quand ils vont vouloir entreprendre, ils vont ouvrir leur pizzeria, leur autoécole, leur magasin de téléphones. Ils vont le faire ça, c'est pas un problème. Mais la startup, là ça va bloquer. Ça va bloquer pour de multiples raisons. Il a pas la formation, donc le banquier il va pas lui donner l'argent, après faut avoir le garant, il a pas de garant, on va pas lui donner l'argent. (...) Après y a eu des startups 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 Bac + 5 de finances. Père inconnu, mère assistante sociale, originaire du Cameroun et de banlieue parisienne (91). Marié à une professeure de lycée, deux enfants. Start-up créée en 2015 sans associé dans le secteur de la finance.

Celles et ceux qui décident de monter une start-up mais qui viennent de milieux populaires sont donc déjà recruté-es parmi les plus diplômé-es de leur entourage, et cherchent, par les Grandes Ecoles et par la création de start-up, à se distinguer socialement des autres modes d'entrepreneuriat, associés à une situation de précarité. Alors que le fait de passer par de Grandes Ecoles est donc souvent une des multiples conditions de la réussite, le fait de pouvoir étudier dans ce genre d'institution dépend très fortement du milieu social d'origine.

Ces écoles semblent donc être des lieux privilégiés de la socialisation au monde des start-ups, mais elles ne sont pourtant pas à la portée de tou-tes. Elles sont en effet très onéreuses, pouvant coûter jusqu'à plus de 15 000 euros l'année pour les plus renommées⁴. Parmi les sept entrepreneur-es issu-es de classe populaire et de banlieue parisienne que j'ai rencontré-es, seules trois d'entre eux ont pu faire une école de commerce ou d'ingénieur, et souvent au prix de situations de cumul ou d'endettement. Or, les conditions économiques dans lesquelles ils

⁴ Les frais de scolarité à l'année pour un master sont à l'ESCP Europe, l'ESSEC, l'EDHEC, HEC et l'EM Lyon sont supérieurs à 15 000 euros. Sources : sites et brochures des Ecoles en juin 2018.

intègrent ces écoles vont peser inégalement sur le processus de création. Par exemple, Chris, qui a réussi à faire une école de commerce, raconte avoir rencontré des difficultés pour obtenir un prêt étudiant du fait de la situation professionnelle de ses parents mais également de ses origines migratoires. Il doit désormais cumuler les « petits boulots » pour rembourser ce prêt, ce qui constitue un frein à la fois financier et temporel à la création de sa start-up.

« Aucune banque n'a voulu me donner l'argent parce qu'ils estimaient que les revenus de mes parents ne me permettaient pas d'avoir accès à ces prêts. Donc ils m'ont quand même fait un petit geste et ils m'ont prêté, je crois c'était 3000 euros, et donc du coup aujourd'hui j'ai quand même un prêt de 3000 euros à rembourser. C'est compliqué si on vient d'un milieu modeste et si on vient de banlieue parce que ben des fois ... C'est moins facile d'avoir un prêt quand on vient de banlieue et qu'on s'appelle Sissoko, Mamadou, Mohammed, je pense. Donc voilà j'ai dû travailler en plus à côté pour payer l'école. »

Chris, 25 ans, diplômé Bac + 5 d'une Ecole de commerce. Père chauffeur de taxi, mère aide soignante, originaire du Cameroun et de banlieue parisienne (93). Célibataire, pas d'enfant. Start-up créée en 2018 sans associés dans le domaine de la musique.

Le fait de venir d'un milieu social modeste ou de résider en banlieue parisienne augmente en effet la distance sociale et géographique qui les sépare de ces instances socialisatrices que sont les Grandes Ecoles. Non seulement elles sont souvent hors de portée financièrement pour la plupart des familles de milieux populaires, mais elles le sont aussi académiquement. Peu présentées comme un débouché possible pour les lycéens de banlieue parisienne, elles sont bien souvent jugées trop sélectives par les étudiants de milieux populaires, qui sont socialisés à vivre « leur désavantage comme destin personnel » (Bourdieu, Passeron, 1964). Si la réussite dans le milieu des start-up dépend donc autant du passage par ces institutions, Joseph explique qu'il est très difficile pour une personne de classe populaire résidant en banlieue parisienne de simplement être informé des différentes voies qui existent « quand tu veux réussir ».

« La banlieue elle intervient dès l'entrée dans des écoles de commerce, qui est pas si *easy*. C'est-à-dire que la sélection elle se fait ... c'est une sélection sur l'information. Si les gens savent pas que quand tu veux réussir t'as école de commerce ou école d'ingénieur, ou médecine, ou quoi d'autre, avocat, bah ce qu'il se passe en banlieue c'est que l'information elle est pas faite au début. Donc les gars de banlieue ils connaissent pas école d'ingénieur ou école de commerce. Donc déjà ils savent même pas quels sont les cursus de réussite dans leur environnement. C'est ça le problème. »

Joseph, 34 ans, diplômé Bac + 5 de finances. Père inconnu, mère assistante sociale, originaire du Cameroun et de banlieue parisienne (91). Marié à une professeure de lycée, deux enfants. Start-up créée en 2015 sans associé dans le secteur de la finance.

Pour les quelques-un-es qui « réussissent » à rejoindre une école de commerce ou d'ingénieur, l'intégration dans l'écosystème des start-ups suppose souvent de quitter leur banlieue d'origine. Il y aurait donc un clivage marqué en termes de réussite entre Paris et sa banlieue. Si cette différence est d'abord sociale, liée au milieu familial et à l'inégale capacité à accéder aux instances socialisatrices que sont les Ecoles de commerce ou d'ingénieur, elle est aussi géographique : c'est à Paris *intra muros* que se concentrent les lieux de socialisation à cet écosystème.

2.2. De l'(auto)exclusion des lieux de socialisation parisiens

S'il existe des incubateurs et autres structures d'accompagnement en banlieue, la plupart des lieux de socialisation à cet univers sont concentrés à Paris. Or, c'est au sein de ces « *start-up weekends* », « *afterworks* », « *meetups* » et autres « *workshops* » que circulent les informations et que se nouent les relations permettant de développer stratégiquement et rapidement un projet de start-up. Fréquenter ces lieux est une étape essentielle dans le processus de création d'une start-up, du moins au début des projets. Pourtant, les entrepreneur-es de banlieue ne fréquentent pas ces lieux. Analysant avec beaucoup de recul en entretiens les raisons pour lesquels ils s'y sentent mal à l'aise, la barrière semble autant sociale que raciale, puisqu'ils disent ressentir une grande distance sociale qui les sépare à la fois géographiquement, physiquement et socialement de la plupart des fondateurs de start-ups parisiens. Ils y voient une forme d'entre soi dont les normes de savoir être sont éloignées des leurs, et qui ont tendance à leur renvoyer le stigmate de leur position sociale et de leur origine migratoire.

« Moi je sais que moi je me disais "oui, quand je vais aller dans l'*afterwork*, y a personne qui va me ressembler, je vais pas réussir à leur parler, on va pas parler le même langage, ils vont me trouver bizarre parce que je viens pas du même milieu ni du même monde qu'eux, donc ça va être compliqué". Surtout que les personnes de banlieue, on n'a pas la culture *afterwork* (...) Et quand mon école organisait ce genre d'évènement, (...) j'ai essayé d'y aller une fois, mais j'étais souvent tout seul dans mon coin, personne venait me parler ils avaient déjà leurs habitudes, ils discutaient déjà entre eux, donc au final j'allais pas dans ce genre d'évènement. »

Chris, 25 ans, diplômé Bac + 5 d'une Ecole de commerce. Père chauffeur de taxi, mère aide soignante, originaire du Cameroun et de banlieue parisienne (93). Célibataire, pas d'enfant. Start-up créée en 2018 sans associés dans le domaine de la musique.

Ce sentiment de décalage, que Chris exprime en termes de « langage » et même de « culture » s'explique par les caractéristiques sociales de celles et ceux qui fréquentent ces événements, auxquels j'ai participé à de nombreuses reprises. On y trouve la plupart du temps des hommes blancs d'une trentaine d'années, issus de classes moyennes ou supérieures, très diplômés, sortant d'écoles de commerce ou d'ingénieurs, déjà socialisés à cet *ethos* entrepreneurial de l'échange et du partage de ressources et de recherche de réseau. Leur aisance et leur maîtrise des codes se révèlent dans leur manière de se tenir (souvent très droite et

assurée), et d'interagir avec les autres, témoignant toujours d'une grande curiosité bienveillante, sans cependant perdre de vue leurs intérêts. Ce milieu des start-ups parisiennes concentre donc des individus ayant pleinement intériorisé cet « *habitus* économique » de l'entrepreneur (Bourdieu, 2003), dont les réalités peuvent paraître éloignées de celles des entrepreneurs de banlieue. Même pour Chris, qui a rejoint une école de commerce pour se rapprocher du milieu de l'entrepreneuriat, la fréquentation de ces événements était une épreuve, tant les codes étaient différents de ceux issus de sa socialisation.

Malika, qui exprime clairement ce sentiment de malaise lorsqu'elle va dans des événements parisiens, est même très bien consciente que c'est notamment par ces Grandes Ecoles, comme HEC, que les entrepreneurs parisiens parviennent à gagner en assurance. Elle voit avec clairvoyance les inégalités à l'œuvre dans le monde des start-ups, entre « des personnes qui sont plus favorisées », et d'autres qui doivent redoubler d'efforts pour y parvenir.

« Et vous faites justement des événements parisiens, *afterworks*, etc ?

« On essaie. Mais euh Y a des fois je me sens pas ... comment dire Je me sens pas intégrée à ce genre d'environnement. Je trouve que la façon de penser peut être superficielle pour moi. (...) Les personnes qui y sont, leur façon de penser, n'est pas en adéquation avec la mienne. (...) C'est peut-être que ... on a l'impression que ce sont des personnes qui sont plus favorisées, et que toi pour avoir les choses, t'as du peut être trimer pour les avoir, et que pour eux c'est facile. Donc t'as pas l'impression d'être sur le même pied d'égalité. (...) Enfin on peut prendre un cas un peu concret si tu veux. HEC, c'est l'élite. Et tu le sens en fait dans le comportement, mais j'admire parce qu'on leur véhicule et on leur insuffle cette confiance en eux qui fait qu'ils ne se prennent pas pour n'importe qui. (...) Mais c'est peut-être ça la segmentation qu'il peut y avoir entre des personnes qui ont plus de moyens et d'autres qui en ont moins. »

Malika, 29 ans, diplômée Bac + 8 d'une Ecole d'ingénieur où elle a fait une thèse. Père ouvrier, mère employée, originaire de banlieue parisienne (93). Célibataire, pas d'enfant. Start-up créée en 2017 avec un associé, dans l'industrie des cosmétiques.

Confronté-es à une barrière économique, académique et géographique, qui les excluent des Grandes Ecoles et des réseaux parisiens, ces entrepreneur-es issu-es de milieux populaires et de banlieue parisienne se trouvent marginalisé-es des instances de socialisation au monde des start-ups, et ne sont donc pas également doté-es que leurs homologues parisiens pour tenter de convaincre les investisseurs.

Il apparaît donc assez nettement que les codes et les normes qui structurent le monde des start-ups sont avant tout produits par des individus issus de classes moyennes et supérieures fortement dotés en capitaux culturels et économiques. A l'image de l'Ecole (Bourdieu, Passeron, 1964), ces normes, produites par des acteurs dominants, semblent alors favoriser celles et ceux qui les ont déjà intériorisées, renforçant ainsi les inégalités qui existent à l'entrée et dans le succès de ces start-ups, tout en les légitimant.

Si ces socialisations différenciées expliquent en partie les formes d’(auto)exclusion intervenant dans la décision de créer une start-up, certain-es fondateurs et fondatrices de start-ups sont pourtant bien issu-es de milieux populaires. Comment se déploie alors leur activité entrepreneuriale ? Comment parviennent-ils à se socialiser néanmoins aux codes de ce monde ?

3. Trois modèles de socialisation au monde des start-ups, entre continuité et rupture

Si pour certain-es, la socialisation au monde des start-ups entre en continuité avec leurs socialisations antérieures, elle peut donc, pour d’autres, rentrer en contradiction avec les dispositions et les codes jusqu’alors intériorisés. Comment s’articulent donc les socialisations secondaires au milieu des start-ups avec les dispositions intériorisées lors de la socialisation primaire ? Trois grands modèles d’articulation semblent se dégager, selon le degré de continuité ou de rupture des socialisations secondaires avec la socialisation primaire, révélant des temporalités de création très différentes, et des contextes plus ou moins favorables à la réussite.

3.1. Le modèle de la vocation entrepreneuriale

Pour les entrepreneur-es issu-es de famille d’entrepreneurs, la socialisation à l’*habitus* entrepreneurial se fait dès l’enfance, et ne se trouve ainsi que réaffirmée par les différentes instances socialisatrices qui composent l’écosystème des start-ups. A l’instar des familles d’agriculteurs (Bessière, 2010), la création de start-up se fait pour eux sur le mode de la vocation.

C’est le cas de 20% de notre échantillon, et de 13 de nos 45 enquêté-es, qui ont un père indépendant ou chef d’entreprise. Ils héritent alors d’un véritable goût pour l’indépendance, et aspirent à occuper un statut social au moins aussi élevé que celui de leurs parents. Le passage à l’indépendance est donc facilité par un contexte familial qui y est favorable, et qui, bien loin de freiner la création, le présente comme une option de carrière désirable.

« Moi je suis issue d’une famille d’entrepreneurs. Mon père est entrepreneur, et ma mère, elle est pas entrepreneuse, mais elle est professeur de piano. Donc ça reste dans le libéral. Mon père, son frère, il a également fondé une entreprise, et son autre frère aussi. (...) La boîte, c’était un peu un fantasme (...) bien sûr que j’avais la fibre.

Sofia, 26 ans, étudiante en master de finance à Science Po. Père chef d’entreprise, mère pianiste, originaire de Paris. Célibataire, pas d’enfant. Start-up créée en octobre 2013 avec 4 associées dans l’alimentation durable.

Le soutien est donc moral, mais il est aussi financier. Les entrepreneurs issus de ces milieux sociaux sont en effet les plus aisés que j'ai rencontrés. Felix, dont le père est rentier depuis la vente de son entreprise, a pu bénéficier d'un capital de 15 000 euros en rente pour assurer la transition de son emploi de cadre à la création de sa start-up. Léo, lui, vit également de la rente de l'entreprise familiale de son père, qui compte plus de 2000 salariés. Cette aisance financière est pourtant loin d'être négligeable dans la décision d'entreprendre. Là où celles et ceux qui viennent de milieux modestes hésitent souvent à entreprendre en raison de leurs contraintes économiques, créer une entreprise est, pour les plus dotés comme Félix, de l'ordre du « devoir », pour « prendre des risques pour des gens qui peuvent pas forcément le faire ».

« Mais mon but, c'est de prendre des risques, pour des gens qui peuvent pas forcément le faire, qui peuvent pas prendre des risques parce qu'ils ont une famille où y a pas ... Voilà j'ai grandi dans une famille où j'ai jamais trop eu de manque ... mon grand père était un entrepreneur, mon père aussi a dirigé plusieurs usines ... voilà on a toujours super bien vécu et je me suis dit "moi, voilà, de par ma situation, de par ce que je suis capable de faire, je me sens, je me dois, de faire ça". Donc c'est un peu né petit à petit comme ça, et puis je me suis intéressé petit à petit à ce qui était start-up, sur ce côté euh ... ingénieur, on dit profil technique. »

Felix, 24 ans, diplômé Bac + 5 d'une Ecole d'ingénieur. Père rentier, ancien chef d'entreprise rentier, mère administratrice INSEE, originaire de Lyon. Célibataire, pas d'enfant. Start-up créée en 2017 dans le domaine de la livraison alimentaire, finalement abandonnée en 2018.

Les femmes qui viennent de ces milieux familiaux semblent être moins victimes des socialisations genrées en termes de dispositions entrepreneuriales. La pression à la conformité aux rôles de sexe est en effet plus relâchée dans les milieux aisés (Rouyer et al., 2010), et elles semblent au contraire incitées à reproduire le modèle familial de l'indépendance. Gabriella et Sofia, par exemple, toutes deux issues de familles d'indépendants, ont pu retourner vivre chez leurs parents, qui habitent dans de superbes appartements haussmanniens de plusieurs étages, dans le 16^{ème} arrondissement de Paris, et qui subviennent entièrement à leurs besoins. Elles peuvent recevoir leurs clients dans leur salon aux plafonds peints et aux murs dorés et disposer d'un bureau, sans avoir à louer des locaux. Elles peuvent donc compter sur leur entourage pour les soutenir à la fois financièrement et matériellement, ce qui lève une barrière économique et psychologique non négligeable.

« La vie entrepreneur, c'est pas de salaire, donc là j'ai pas eu le choix, j'allais pas dire "ah je prends un appart, tu me le paies" donc non, je suis retournée vivre chez mes parents. (...) Donc moi ma vie c'est mes parents... »

Gabriella, 24 ans, diplômée Bac + 5 d'Ecole d'ingénieur et d'un master de finance à l'Université Paris Dauphine. Père médecin, mère décoratrice d'intérieur, originaire de Paris. Célibataire, pas d'enfant. Start-up créée en 2016 avec un associé dans les nouvelles technologies.

Dans un tel contexte, la socialisation à l'univers des start-ups fonctionne comme une « socialisation de renforcement » (Darmon, 2011) par rapport à leur socialisation primaire, faisant de la création d'entreprise une évidence vocationnelle, et valorisant des dispositions sociales déjà intériorisées par le passé.

3.2. Le modèle de l'accélérateur de carrière

Si certain-es peuvent bénéficier d'exemples d'entrepreneuriat dans leur entourage, ce n'est pas le cas de la plupart des fondateurs et des fondatrices de start-ups, qui sont 53% à avoir un père cadre. Ces entrepreneur-es sont néanmoins issu-es des classes sociales supérieures, disposant d'un capital culturel au moins aussi important que leur capital économique, leur permettant de rejoindre les plus grandes classes préparatoires parisiennes, et les plus grandes écoles de commerce et d'ingénieur.

L'absence de modèle entrepreneurial dans l'entourage est pour eux compensée par la force de cette socialisation secondaire exercée par ces institutions, qui les invitent à envisager cette trajectoire professionnelle comme une carrière désirable, tout en leur offrant les ressources nécessaires à la création. La création de start-up est alors perçue comme un « accélérateur de carrière », leur permettant de devenir « chef-fe d'entreprise », sans avoir à gravir les échelons de la grande entreprise. Quand ils n'entreprennent pas à la sortie de leurs études, c'est souvent après une courte expérience professionnelle en grande entreprise qu'ils décident de créer une start-up, dans une quête de sens et d'épanouissement au travail, mais aussi de prestige et de reconnaissance sociale.

Pour ces jeunes entrepreneur-es fortement doté-es en capital culturel et en capital économique, le passage par les Grandes Ecoles opère donc une forme de « socialisation de conversion » (Darmon, 2011), venant insuffler à ces étudiant-es un désir d'entreprendre, là où le milieu familial n'aurait pas été le terrain le plus favorable, tout en leur donnant les codes pour s'y repérer.

3.3. Le modèle du parcours du combattant

S'ils sont peu nombreux, une part des entrepreneur-es de start-ups est issue de classes populaires, et réside en banlieue parisienne. Eloigné-es géographiquement et socialement de l'écosystème des start-ups parisien, leur socialisation ne leur transmet pas souvent les dispositions sociales nécessaires à entreprendre, et les informations pour y parvenir.

La première barrière est économique. Venant de milieux sociaux populaires, ils ne peuvent pas bénéficier, autant que leurs homologues parisiens issus de classes supérieures, de l'aide de leurs parents. Pour beaucoup, la décision d'entreprendre peut se trouver freinée par les contraintes économiques pesant sur eux.

« Ben ... c'est particulier, parce que moi je suis issu d'une famille très modeste en

fait. Euh ... ma mère était femme de ménage, et mon père était chauffeur de taxi en France, enfin en banlieue quoi. Et du coup, moi ... bah contrairement à certaines de mes potes qui lancent leur boîte, qui sont dans mon école etc... Là où eux ils peuvent avoir des parents qui suivent à fond, et qui aident financièrement, bah moi j'ai pas vraiment eu ça tu vois ... Et du coup ça a toujours été pas mal de débrouille, de "tu te démerdes toi-même. T'as besoin de tunes ? bah vas bosser" ».

Eric, 23 ans, diplômé Bac + 5 d'une Ecole d'informatique. Père conducteur de taxi, mère femme de ménage, originaire de banlieue parisienne (95). Célibataire, pas d'enfant. Start-up créée en 2017 avec un associé dans le domaine de la musique.

La barrière est également symbolique. N'ayant pas d'exemples de création de start-up dans leur entourage, ils doivent en outre faire face à de nombreuses formes de découragement de la part de leurs proches.

« Dans ma cité, y avait personne qui avait fait ça, ou ceux qui avaient ça ils avaient monté soit des Grecs, ou des pizzeria, des auto-écoles ... des trucs de ce type-là. Donc j'avais personne sur qui m'identifier, mais j'avais la volonté. Et même pendant mon BTS je disais à mon prof "ouais moi je veux faire une école de commerce etc.", et lui il rigolait et il me disait "ouais ça va être compliqué parce que les sélections c'est dur etc." (...) Mais à ce moment je savais pas c'était quoi une startup, je connaissais rien du tout à tout ça, mais moi je voulais juste monter un truc innovant, un truc où je savais que j'allais me plaire. »

Chris, 25 ans, diplômé Bac + 5 d'une Ecole de commerce. Père chauffeur de taxi, mère aide soignante, originaire du Cameroun et de banlieue parisienne (93). Célibataire, pas d'enfant. Start-up créée en 2018 sans associés dans le domaine de la musique.

La socialisation de ces entrepreneur-es de banlieue est donc clairement éloignée de celles dont les entrepreneurs parisiens ont pu bénéficier. Peu nombreux à vouloir faire une Grande Ecole ou à vouloir créer une start-up, ils sont à la fois isolés au sein de leur entourage, et éloignés des lieux parisiens de socialisation à ce modèle entrepreneurial. C'est donc souvent par l'intermédiaire de réseaux spécifiquement créés pour favoriser « l'entrepreneuriat en banlieue », que s'opère leur socialisation à cet écosystème.

En effet, tou-tes mes enquêté-es de banlieue faisaient partie du réseau « Les Déterminés », destiné à aider et à accompagner les « entrepreneurs de banlieue » dans leur activité entrepreneuriale. Le but de ces groupes d'entraide est donc de « connecter » et de procurer des informations et du réseau à ces entrepreneurs plus démunis en capital social que les entrepreneurs parisiens. Réunissant des entrepreneurs confrontés aux mêmes difficultés, ces réseaux favorisent un certain entre-soi qui leur permet de reprendre confiance en eux, en faisant tomber les barrières et autocensures par rapport à leur manière de s'exprimer, de se tenir ou d'agir.

« Dernièrement, y a des événements de type *afterwork* qui se sont créés, mais en mode plutôt ciblés banlieue. Donc le fait d'intégrer ce genre de réseau, beh moi ça m'a permis de goûter à tout ce qui était *afterwork*, de manière différente. (...) On se sent plus à l'aise, on se dit qu'on est avec des gens qui nous ressemblent. Et si des fois je fais des fautes de français ou si je dis un truc un peu bizarre, il va pas me regarder en mode "lui il sait pas très bien parler, il vient d'où ? pourquoi il parle comme ça ?". Je sais que je serai pas jugé. »

Chris, 25 ans, diplômé Bac + 5 d'une Ecole de commerce. Père chauffeur de taxi, mère aide soignante, originaire du Cameroun et de banlieue parisienne (93). Célibataire, pas d'enfant. Start-up créée en 2018 sans associés dans le domaine de la musique.

Bien plus, les événements organisés par ce réseau sont aussi l'occasion pour ces entrepreneurs de se familiariser et d'intérioriser les codes du monde des start-ups. Ils opèrent donc une socialisation puissante, pouvant se rapprocher des socialisations dites de « transformation », au sens où certain-es disent même avoir dû modifier leur comportement, leur attitude et même leur manière de parler, pour s'intégrer à ce milieu.

« Bah c'est difficile déjà parce qu'on n'a pas les codes. Les codes de l'entrepreneuriat, c'est-à-dire le langage, et des fois juste le comportement. Je sais pas comment t'expliquer mais là toi tu peux trouver que je parle correctement, mais euh ... quand j'étais plus jeune, j'avais une autre façon de parler, je m'en rendais pas compte, et il a fallu que je tombe sur le répondeur et que j'écoute le répondeur pour me dire « putain c'est catastrophique cet accent, j'avais un accent de banlieusard quoi ». (...) Ensuite, ouais c'est la posture, c'est comment tu te comportes, c'est les codes quoi. Et ça, ça s'apprend...

Amir, 31 ans, niveau Bac. Père inconnu, mère employée dans le secteur social, originaire d'Algérie, et de banlieue parisienne (91). Marié à une avocate, qui attend un enfant. Start-up créée en 2015 sans associé dans le secteur médico-social.

Amir dit bien lui-même que pour faire pleinement partie du monde des start-ups, il a dû modifier sa manière de parler et de se tenir, qui lui jouait des tours en le marquant socialement de l'étiquette de « banlieusard ». Cela révèle en creux à quel point le monde des start-ups est dominé par des normes imposées par les dominants, exigeants des entrepreneur-es qu'ils partagent les mêmes codes sociaux que leurs investisseurs.

Des réseaux d'entraide existent également en faveur des femmes, dans le but de les aider à lutter contre les inégalités et les discriminations liées au genre dans le milieu des start-ups. En effet, dans l'écosystème des start-ups, où les banquiers et les investisseurs sont plus souvent des hommes, les logiques de sélection des projets de start-ups passent souvent par une forme de cooptation qui tend à favoriser les hommes et à discriminer les femmes (Kanter, 1977 ; Laufer, 2004). A l'instar de tous les postes de direction (Pochic, Guillaume, 2009 ; Marry et al., 2015), les investisseurs regardent la présence des femmes avec méfiance, doutent de leur capacité à « tenir sur la longueur », et ramènent bien souvent leur capacité à « gérer leur entreprise » à leur vie familiale.

« Tu ressens tout de suite qu'il y a une baisse de considération parce qu'ils ont une femme en face d'eux. Y a aussi cette crainte (...) que comme tu es une jeune femme qui entreprend, tu vas tomber enceinte et du coup tu vas abandonner ton projet, et que eux leur investissement il va partir en fumée parce que t'auras plus envie de t'occuper de ton enfant plutôt que de te consacrer au projet... »

Marjorie, 27 ans, mariée, pas d'enfant, mère cadre, père fonctionnaire, diplômée Bac + 5 d'un master en développement web et marketing.

Ces trois modèles de socialisation au monde très codifié des start-ups montrent à quel point les socialisations antérieures rendent plus ou moins facile l'intériorisation des dispositions nécessaires à la création de start-up. Si, pour certain-es, la socialisation à ce monde ne fait que renforcer et confirmer des dispositions déjà bien ancrées, elle peut requérir pour d'autres d'aller à l'encontre des socialisations et des *habitus* antérieurs, parfois au prix de beaucoup d'efforts et de temps. La socialisation de celles et ceux qui sont donc les plus éloigné-es de la sphère entrepreneuriale et du monde des start-ups se fait donc souvent sur des temporalités bien plus longues, et selon des modalités bien plus incertaines, que pour un entrepreneur issu des classes sociales plus aisées et plus proches du monde de l'entrepreneuriat.

Conclusion

Se socialiser au monde des start-ups est donc une étape essentielle dans le processus de création de start-up. Néanmoins, la maîtrise des codes et des normes qui structurent leur mode de création est cruciale pour pouvoir y faire sa place et espérer « réussir », mais elle n'est pas à la portée de tou-tes.

La socialisation au monde des start-ups est en effet plus facile pour celles et ceux venant de milieux sociaux aisés et ayant un modèle d'entrepreneuriat dans leur entourage. Elle requière bien souvent le passage par de Grandes Ecoles, qui sont devenus de puissants lieux de socialisation à l'entrepreneuriat et à l'esprit d'entreprise, en même temps qu'elles transmettent les ressources nécessaires à la création. Cependant, ces écoles sont souvent hors de portée économiquement et académiquement des entrepreneurs issus de milieux populaires. Si elles constituent une ressource clé et une étape essentielle à la création, leur inégal accès laisse déjà préfigurer à quel point ce mode d'entrepreneuriat est surtout destiné aux individus les plus dotés.

C'est également au sein des lieux de socialisation à cet écosystème, que sont les *afterworks* et autres événements dédiés au monde des start-ups, que s'échangent les informations et les relations. Concentrés à Paris, ces lieux tendent à exclure celles et ceux qui entreprennent en banlieue parisienne, et procurent souvent un sentiment de malaise chez celles et ceux qui ne maîtrisent pas les codes de ces interactions. Si beaucoup d'entrepreneurs de banlieue se retrouvent alors exclus de ces lieux de sociabilité parisiens, ils peuvent néanmoins compter sur

des communautés d'entraide ou sur des réseaux dédiés à aider ceux qui veulent « entreprendre en banlieue ».

Certains fondateurs de start-ups sont donc issus de milieux populaires, mais le processus est pour eux bien plus périlleux, tant la socialisation à ce monde est éloignée des dispositions acquises par leurs socialisations antérieures. Le décalage que ces individus ressentent vis-à-vis des normes de ce monde montre alors bien à quel point elles viennent valoriser les dispositions des plus dotés, dont la socialisation est plus proche de celle du monde des start-ups. A l'image de l'école, la « culture des start-ups » semble donc bien être une « culture de classe », qui crée *de facto* des inégalités sociales entre ceux qui y sont baignés et socialisés, et ceux qui en sont au contraire éloignés.

Bibliographie

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

Abdelnour S. (2017), *Moi, petite entreprise. Les auto-entrepreneurs, de l'utopie à la réalité*, Presses universitaires de France, Paris.

Abraham, Y. (2007). Du souci scolaire au sérieux managérial, ou comment devenir un « HEC ». *Revue française de sociologie*, vol. 48(1), p. 37-66.

Audet M. (2004), « La gestion de la relève et le choc des générations », *Gestion*, vol. 29, n° 3, p. 20-26.

Berger P., Luckmann T. (2006), *La Construction sociale de la réalité*, Armand Colin, [1966] Paris.

Bessière C. (2010), *De génération en génération. Arrangements de famille dans les entreprises viticoles de Cognac*, Paris, Raisons d'agir.

Bourdieu P. et Passeron J.-C. (1964), *Les héritiers. Les étudiants et la culture*, Les Editions de Minuit, Paris.

Bourdieu P. (2003), « La fabrique de l'habitus économique », *Actes de la recherche en sciences sociales*, Vol. 150. Regards croisés sur l'anthropologie de Pierre Bourdieu. p. 79-90

Chambard O. (2013), « La promotion de l'entrepreneuriat dans l'enseignement supérieur. Les enjeux d'une création lexicale », *Mots. Les langages du politique*, 102.

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*, 127

Chambard O. (2017), *La fabrique de l'homo entrepreneurs. Sociologie d'une politique éducative aux frontières du monde académique et du monde économique*, Thèse de doctorat de Sociologie, sous la direction de Michel Offerlé, soutenue le 30/06/2017 à Paris, EHESS, dans le cadre de l'Ecole doctorale de l'EHESS.

Chauvin P.-M., grossetti M., zalio P.-P. (2014), « Introduction », in Pierre-Marie Chauvin et al., *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*, Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P.) « Références. », p. 11-32.

Dafflon-Novelle, A. (dir) (2006), *Filles-garçons : socialisation différenciée ?*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.

Darmon M. (2006), *La Socialisation*, Armand Colin, coll. « 128 », Paris.

Darmon M. (2011), « Sociologie de la conversion. Socialisation et transformations individuelles. », in BURTON-JEANGROS C. et MAEDER C. (dir./Hrsg) (2011), *Identité et transformation des modes de vie*, Seismo, p.64-84.

Ferrary M. (2001), « Pour une théorie de l'échange dans les réseaux sociaux. Un essai sur le don dans les réseaux industriels de la *Silicon Valley* », *Cahiers internationaux de sociologie*, 111, p. 261-290.

Ferrary M., Granovetter M. S. (2009), « The Role of Venture Capital Firms in Silicon Valley's Complex Innovation Network », *Economy and Society*, 38 (2), p. 326-359.

Fligstein N. (2001), « Le mythe du marché », *Actes de la recherche en sciences sociales*. Vol. 139, p. 3-12.

Granié, M. (2010), « Effet de l'adhésion aux stéréotypes de sexe sur les comportements à risque accidentel chez les enfants préscolaires », in Sandrine Croity-Belz éd., *Genre et socialisation de l'enfance à l'âge adulte*, p. 51-62.

Granovetter M. S. (1985), « Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness », *American Journal of Sociology*, 91 (3), p. 481-510.

Granovetter M. S. (1995), « The economic sociology of firms and entrepreneurs », in Portes A. (ed.), *The Economic Sociology of Immigration : Essays on Networks, Ethnicity, and Entrepreneurship*, New York, Russel Sage Foundation, p. 244-278.

Granovetter M. S. (2003), « La sociologie économique des entreprises et des entrepreneurs », *Terrains et Travaux*, 4, p.167-206

Grossetti M. et Barthe J.-F. (2008), « Dynamique des réseaux interpersonnels et des organisations dans les créations d'entreprises », *Revue française de sociologie*, 49(3), p. 585-612.

Grossetti M., Barthe J.-F. et Beslay C. (2006), « La mobilisation des relations sociales dans les processus de création d'entreprises. Aperçus à partir d'une enquête en cours », *Sociologie pratique*, 13(2), p. 47-59.

- Grossetti M. et Reix F. (2014), « Parcours biographiques et carrières entrepreneuriales », in Pierre-Marie Chauvin et al., *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*, Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P.) « Références. », p. 412-430.
- Grossetti M., Barthe J.-F., Chauvac N. (2018), *Les start-up, des entreprises comme les autres ? Une enquête sociologique en France*, Presses Sorbonne Université, Paris.
- Kanter R. M. (1977), *Men and Women of the Corporation*, Basic Books, New York.
- Lahire B. (1998), *L'Homme pluriel. Les ressorts de l'action*, Nathan, Paris.
- Laufer J. (2004), « Femmes et carrières : la question du plafond de verre », *Revue française de gestion*, n°151, p. 117-127
- Leeper, C., Friedman, C. K. (2006), « The socialization of gender », dans J. E. Grusec, P. D. Hastings (dir.), *Handbook of Socialization : Theory and Research*, Guilford Press, p. 561-587
- Lemaire, S., Lesueur, B. (2005), « Bacheliers S : motivations et choix d'orientation après le baccalauréat », *Note d'information du MEN*, n° 05.15.
- Lignier W. et Pagis J. (2017), *L'enfance de l'ordre. Comment les enfants perçoivent le monde social*, Seuil, coll. « Liber », Paris.
- Mauss M. (1934), « Les techniques du corps », *Journal de Psychologie*, XXXII, 3-4. Communication présentée à la Société de Psychoogie le 17 mai 1934.
- Marry, C. (2004), « Mixité scolaire : abondance des débats, pénurie des recherches », *Travail, genre et sociétés*, 11, p. 189-194.
- Marry C., Berneri 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), p. 45-68.
- Marty, O., Moreau R. Et Weinberger D. (2003), *Start Up ? Du mythe médiatique aux réalités sociologiques*, L'Harmattan, Paris.
- Moreau, R. (2005). « Les modalités sociales de sélection entre entrepreneurs et actionnaires. Le cas des Entreprises de Nouvelle Technologie », in *4ème Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat*, Paris, 24-25 novembre.
- Pochic S., Guillaume C. (2009), « 7. 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*, La Découverte « Recherches », p. 145 – 167.
- Rouyer, V. (2007), *La construction de l'identité sexuée*, Armand Colin, Paris.
- Rouyer, V., Croity-Belz, S. & Prêteur, Y. (2010), « Introduction. Socialisation de genre : le point de vue du sujet. », in Sandrine Croity-Belz éd., *Genre et socialisation de l'enfance à l'âge adulte*, p. 7-13.

Rozier S. (2014), « Ordre scolaire et ordre économique. Conditions d'appropriation et d'usage des « mini-entreprises » dans des établissements scolaires français », *Politix*, n°105, p. 163-184.

Schumpeter J. A. (1911), « Entrepreneurship as Innovation », *The Theory of Economic Development*, Cambridge (Mass.), Harvard University Press, p. 51-52.

Tanguy L. (2017), « Une socialisation à l'esprit d'entreprise dans l'école en France », *Formation emploi*, 140.

Zalc, C. (2001). Petits entrepreneurs étrangers en ville: Localisations urbaines, réseaux migratoires et solidarités professionnelles dans la Seine pendant l'entre-deux-guerres. *Histoire urbaine*, 4(2), p. 67-82.

Zalio P.-P. (2009), « Sociologie économique des entrepreneurs », in P. Steiner et F. Vatin (eds), *Traité de sociologie économique*, PUF, Paris, p. 573-607.