



Startup : avènement d'un mot d'ordre

Arnaud Saint-Martin, Maxime Quijoux

► To cite this version:

Arnaud Saint-Martin, Maxime Quijoux. Startup : avènement d'un mot d'ordre. *Savoir/Agir*, 2020, 51, pp.15-22. [⟨10.3917/sava.051.0015⟩](https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-03097718). [⟨halshs-03097718⟩](https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-03097718)

HAL Id: halshs-03097718

<https://shs.hal.science/halshs-03097718v1>

Submitted on 5 Jan 2021

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.



HAL Authorization

Startup : avènement d'un mot d'ordre

Maxime Quijoux (CNRS, LISE)

Arnaud Saint-Martin (CNRS, CESSP)

Hiver 2019-2020, les mobilisations contre la « réforme des retraites » surprennent par leur inventivité et l'identification d'adversaires inédits. De nombreuses catégories de travailleurs donnent de la voix, parmi lesquelles les universitaires et les chercheurs, vent debout contre les réformes qui promettent de bousculer encore un peu plus leurs institutions et leurs activités. Les interventions les plus détonantes de ces collectifs, syndiqués ou non, sont relayées dans la presse nationale : parmi elles, une rencontre organisée le 12 décembre 2019 par l'Agence Nationale de la Recherche dans la salle de conférence de la Station F est joyeusement perturbée. Frédérique Vidal, ministre de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation, est chahutée par des manifestants – enseignants-chercheurs, chercheurs, étudiants et travailleurs précaires – alors qu'elle doit s'exprimer sur « La recherche, créatrice d'innovations ». Dans cet espace dédié à l'entrepreneuriat « 2.0 » dans le numérique et les technologies « de pointe », la « recherche amont » – formule pléonastique, s'il en est – est enrôlée dans la matrice rhétorique du management par projet et de la socio-économie de l'innovation « de rupture ». Le programme prévoit que les prises de parole soient complétées par des séances de réseautage. C'est de l'ordre d'un *business as usual*, et l'on comprend dès lors pourquoi le mot d'ordre « start-up : piège à cons ! » qui retentit dans la salle est malséant. C'est, en effet, toute l'*illusio* de l'entrepreneuriat technologique qui se trouve soudainement bousculée. Malgré ce coup d'éclat, l'interruption de service n'aura duré guère longtemps. Passées les interventions très sonores au mégaphone et l'interpellation d'une ministre passablement indifférente, tout est rentré dans l'ordre : les entrepreneurs de la connaissance « aval » ont pu démontrer leurs concepts sur scène, les argentiers et les experts de la finance des technosciences ont pu échanger leurs vues comme leurs cartes de visite.

Les startups en marche !

Les activistes n'ont pas choisi pas d'intervenir dans la Station F par hasard. Non seulement ce lieu, de par son organisation et les objectifs qu'il poursuit, incarne une certaine idée de la recherche assujettie à la contrainte du marché et du retour sur investissement (public), mais en plus il se trouve que le pouvoir politique en place persiste à y voir la panacée.

La Station F a été inaugurée en juin 2017 en présence du Président de la République récemment élu Emmanuel Macron, en compagnie notamment de son fondateur, l'entrepreneur Xavier Niel. L'enceinte relookée de la Halle Freyssinet, avec ses 34 000 m² de bureaux et d'espaces de « *co-working* » *lounge*, est promue dans les plaquettes publicitaires comme le plus grand « campus de startups du monde ». Une multiplicité d'acteurs y intervient, des impétrants de l'économie du numérique aux fonds d'investissements en recherche de « jeunes pousses » à acquérir, des services de l'Etat aux grandes entreprises françaises et étrangères *via* des comptoirs d'innovation ouverte. Cet « incubateur » à startups numériques s'est imposé comme l'un des sommets de l'« écosystème » de la *tech* française et internationale, en complément d'autres équipements, dispositifs et institutions : entre autres, le label « French Tech » attribués à des « écosystèmes » innovants dans l'hexagone, les services de Business France à l'international, les mannes de la Bpifrance, les subventions des grands organismes de recherche publique, comme le CNRS, ou encore les incitations fiscales généreuses *via* le crédit d'impôt recherche, le crédit d'impôt innovation, etc. Comme d'autres structures nées ces dernières années (dans le champ académique, songeons au bétonnage d'établissements d'excellence sur le plateau de Saclay), la Station F réalise les plans des économistes de l'innovation qui, depuis les années 1980, n'ont pas cessé d'insister sur la nécessité de rassembler un même site tous les acteurs de la connaissance « amont », afin que surgissent les « licornes » dont l'économie de la nation aurait tant besoin.

Ce fonds de commerce des innovations est l'objet de toutes les attentions politiques, son développement a été encouragé, soutenu par la puissance publique. Emmanuel Macron en a perçu les potentialités: il s'est démarqué dans le champ politique par son attachement à l'économie du

startuping, et plus encore, à « l'esprit entrepreneurial » qu'il a tenté d'incarner à plusieurs reprises, notamment dans un langage idoine franglisé, comme sur la grand scène de la Station F lors de son inauguration. C'est aussi une certaine vision de l'entreprise politique (de l'entreprise en politique) qu'il a ainsi exprimée, par la référence à un darwinisme social assumé et à peine nuancé par les renvois à la philosophie bienveillante de Paul Ricoeur. Il en résumait le fond par une formule qui a donné le ton dès premiers mois de son mandat :

« Ne pensez pas une seule seconde que si demain vous réussissez vos investissements ou votre start-up, la chose est faite. Non, parce que vous aurez appris dans une gare, et une gare, c'est un lieu où on croise des gens qui réussissent et des gens qui ne sont rien, parce que c'est un lieu où on passe, parce que c'est un lieu qu'on partage. »

Les commentaires ont alterné entre l'étonnement, l'adhésion et la perplexité pour dire le moins. Il n'en reste pas moins que ces vues sont fondées sur des constructions idéologiques. L'idée même d'une « *start-up nation* », qu'E. Macron a vulgarisée alors qu'il était ministre de l'Economie, de l'Industrie et du Numérique, à partir notamment de sa visite en Israël en septembre 2015 jusqu'au *Consumer Electronic Show* de Las Vegas en 2016, a peu à peu pris corps et est devenue un gimmick de propagande électorale, résumant l'offre supposément transgressive du mouvement « En Marche ! ». Elle annonçait aussi l'émergence irrésistible d'un « Nouveau Monde » sur les décombres de l'ancien.

Genèse idéologique d'un programme économique

Cela ne relève pas seulement de la communication politique. Le substrat théorique en a été explicité dans des écrits à prétention savante, auxquels l'ancien collaborateur de la revue *Esprit* a contribué : par exemple, cet ouvrage collectif au titre choisi, *L'État en mode start-up*, dont E. Macron signe une préface où s'exprime l'urgence de la transformation d'une action publique « en pointe » et en symbiose avec des « partenaires privés » au service de « l'intérêt général ». Il s'agirait dans cette perspective de rendre l'action publique plus efficace et *low-cost*, de la dématérialiser au plus près des besoins des usagers, de la « moderniser » et de l'adapter au 21^e siècle. Les « modernisateurs » ne manquent pas de créativité. Depuis 2013, ils ont conçu l'improbable alliage de la « *startup* d'État » afin de transformer l'administration française de l'intérieur. Ainsi des dizaines de services publics numériques (droit à l'erreur, rentrée scolaire, ordonnances médicales, Pass culture, etc.) ont-ils été mis en place par telle ou telle administration, après « incubation » et formation d'« intrapreneurs » au sein d'un réseau « *beta.gouv.fr* », dans le but de « résoudre un problème » d'un coup de clic. Cette acclimatation du « solutionnisme technologique » par les outils numériques s'opère par l'entremise d'une Direction interministérielle de la transformation publique, dont l'existence même est une gageure. Elle a pour elle la certitude d'aller dans le sens de l'histoire, d'écraser les alternatives et de réaliser enfin, sous le label du « progressisme », les transformations en profondeur de la fonction publique, désirée par tous les technocrates modernisateurs depuis des décennies.

Difficile ici de se prononcer sur l'efficacité de ces « services publics numériques ». On constatera plutôt que la légitimation de cet investissement gouvernemental dans les *startups* ne date pas d'aujourd'hui et qu'elle a été portée bien avant l'avènement de « l'entreprise Macron ». Toujours est-il que, sous l'inspiration « jupitérienne », le mot d'ordre politique de la *startup* qui sauve l'économie, la politique et la France toute entière s'est banalisé, au point que la « *start-up nation* » s'impose comme une évidence. Car on le sait désormais, « En Marche ! » a été mis sur les rails selon une logique que de nombreux commentateurs ont aussitôt rapprochée du *startuping*. Alors qu'il est ministre de l'Economie, E. Macron promeut déjà cette économie politique de la promesse techno. Défier le *statu quo* dans un champ politique jugé conservateur ; rompre avec les règles de cet ordre engoncé dans ses certitudes ; miser sur l'audace, la subversion des codes et la volonté d'un seul homme passé par l'univers des banques ; lever les premiers fonds auprès d'investisseurs, d'« *early adopters* » et de soutiens moraux jusqu'à la City de Londres, lesquels se cherchent une autorité politique sur laquelle se projeter en toute confiance ; réunir une équipe de collaborateurs évangélisés qui ne comptent pas leurs heures en *open space* ; maintenir l'accélération d'une campagne organisée selon les préceptes de la méthode agile, et portée par un *Chief Executive Officer* visionnaire autant qu'autoritaire ; provoquer, *in fine*, cette bascule inédite dans l'histoire politique française, par un projet « ni de droite ni de gauche » qui a surpris et pris de vitesse la concurrence : « En Marche ! », alias « Emmanuel Macron ! », aurait

ainsi déplacé dans le champ politique l'impulsion destructrice de la « disruption », forçant le respect des exégètes de ce qu'il est convenu d'appeler le « macronisme ». Ainsi la *startup* – « scalée » sous la forme d'un parti, « La République En Marche » (LREM) – résonne-t-elle dans le microcosme des « modernisateurs progressistes » de l'Etat, lesquels rêvent d'importer les standards du capitalisme technologique de la Silicon Valley sur le Vieux continent, tout en les adaptant à la culture politique et administrative énarquique de l'Etat français qu'ils contestent mais dont ils sont les purs produits, d'après un régime doxique qui est en tout point conforme à la vulgate néolibérale.

Maintenant que le soutien du pouvoir politique est acquis, la voie est libre pour « disrupter » à tous les étages. Jusqu'aux prochaines échéances électorales. Au vu de ses résultats opérationnels, le *CEO* de la *startup nation* sera-t-il reconduit par son conseil d'administration, c'est-à-dire les électeurs ?

Startups partout, startups nulle part

Sans épuiser les usages possibles du « mode *startup* » et tout ce qui lui est associé, force est de constater sa dissémination. Outre la fascination d'une certaine organisation sociale du travail, basée sur les valeurs d'horizontalité, d'autonomie, de créativité et d'accélération permanente, cela s'accompagne d'une torsion dans le langage, par un jargon dont la maîtrise est en soi une source de distinction sociale et un gage de connivence dans les milieux professionnels « cool » gagnés par le *startuper*. Chaque entreprise est enjointe à « pivoter » (à positionner son *business model*, NdT) dans un même sens.

Aucun secteur d'activité ne semble pouvoir y échapper. L'atteste, entre autres, la pénétration du *startuper* et de l'entrepreneuriat dans l'Économie Sociale et Solidaire. Le mouvement des Sociétés Coopératives et Participatives a ainsi créé un site spécial pour créer sa « *start-up coop* », affirmant au passage que les « *start-ups sont des scop qui s'ignorent* ». Même le prestigieux CNRS, premier publiant au monde et auréolé d'un corps de scientifiques de renommée internationale, a cédé aux sirènes du *startuper* : partenaire d'événements emblématiques de réseautage comme la *Deeptech Week* (*sic*), le CNRS encourage ses chercheurs à créer des *start-ups via* des challenges, typique de la concurrence ludique qui caractérise cet univers entrepreneurial. Plus globalement, si les appels du pied aux chercheurs à se rapprocher du secteur privé sont anciens, le nouveau PDG Antoine Petit entend désormais faire ployer le genou de la recherche devant le monde de l'entreprise qui, depuis François Hollande, a déjà bénéficié d'un transfert de fonds considérables au détriment de la recherche publique. Dans le but de « construire de réels partenariats stratégiques pluriannuels avec de grands groupes », les chercheurs sont invités à « développer des nouveaux liens avec les entreprises » ou à fournir leur expertise par l'intermédiaire d'une « direction des relations avec les entreprises » pilotée par une ancienne secrétaire générale et directrice générale du Medef.

En même temps, cette diffusion suscite les caricatures et les critiques. D'abord, de la part d'anciens *insiders* qui ont rompu avec l'innovation de rupture et « l'enfer » d'un milieu de travail anxiogène et oppressant. La découverte de l'envers du décor interrompt le cycle de la *hype*, ne serait-ce que l'existence de « boulots de merde » (*bullshit jobs*) précarisés et exposés à la lutte de tous contre tous parmi les « équipes » de stagiaires sous pression, infantilisés et en fort *turn-over*. Les premiers retours d'expériences plus ou moins probants des utilisateurs (candidats entrepreneurs et investisseurs) des dispositifs d'encouragement au *startuper*, à commencer par les services offerts par la Station F, laissent entrevoir une réalité moins enchantée que ne le vantent leurs fondateurs et relais politiques. Ces récits participent de l'exercice d'une lucidité collective, à laquelle les sciences sociales ont largement contribué. Celles-ci apparaissent en effet particulièrement bien armées pour mettre en lumière ce qui s'apparente ni plus ni moins à une nouvelle croyance économique, selon l'analyse de Frédéric Lebaron : dix ans après une mise en cause de la *doxa* néolibérale liée à la crise des *subprimes*, la notion de « *start-up* » semble avoir offert une nouvelle légitimité sociale aux théories économiques dominantes. Autrefois respectées pour leurs dimensions « scientifiques », celles-ci recourent désormais à d'autres formes de construction sociale portant sur des valeurs ancestrales du capitalisme et de l'ordre social : l'initiative personnelle, l'anticipation, le talent. Les nombreuses métaphores tirées du monde de l'art et de la création en général témoignent de ces entreprises d'habilitation. En louant l'innovation ordinaire ou l'inventivité de certaines formes de nouveaux collectifs de travail – par exemple les *fab labs* ou les *makerspaces*, dont certaines variantes pro-

business sont « startupisables » –, on peut se demander d'ailleurs dans quelle mesure certains travaux de sciences sociales ne contribuent pas à ces entreprises de légitimation

Présentation du dossier

Ce dossier prend acte de l'essor de ce mot d'ordre. Il propose d'en reconstituer la genèse, pourquoi il prend dans certains champs d'activité ici et maintenant, et selon quelles modalités le *startuper* parvient à s'installer. Rien n'assure que cette implantation de l'idiome de la « *startup* » soit durable. Il se pourrait que cette emprise dans le milieu de la *tech* soit factice, de pur affichage, qu'elle soit un effet de mode bientôt dépassé. En attendant de le constater, les articles que nous avons réunis envisagent différents aspects à partir d'étude de cas ou de retours réflexifs.

Le dossier s'ouvre sur une contribution historique d'Erwan Lamy sur la notion de *start-up* appliquée dans le champ scientifique. Loin de la modernité affichée par ses promoteurs et la construction charismatique autour de certaines *success stories*, le *startuper* s'inscrit dans un cheminement au long cours qui remonte au moins au 19^e siècle. Cette mise en perspective permet de relativiser la fraîcheur d'une figure entrepreneuriale : derrière l'image attendrissante d'un animal imaginaire – la licorne –, le *startuper* s'éloigne finalement peu de l'archétype du *businessman*. Mais cette mise en abyme historique a l'intérêt aussi et surtout de mettre en lumière la récurrence des dimensions politiques de la construction des figures entrepreneuriales : comme le montre bien l'auteur, les croyances économiques à l'origine des représentations entrepreneuriales s'inscrivent dans des configurations historiques particulières, au cours desquels des luttes pour influencer sur l'acception d'une figure plutôt qu'une autre est en jeu. La question est alors souvent moins de quoi l'entrepreneur est le nom mais à qui profite l'innovation. Les débats autour de la création du CNRS – intérêt privé contre intérêt général – sont, entre autres, très éclairants.

La seconde contribution offre un éclairage rétrospectif et réflexif de l'expérience contemporaine des *startups*. Auteur d'un essai intitulé *Le startupisme : le fantasme technologique et économique de la startup nation* (2019) et lui-même ancien employé d'une *startup*, Antoine Gouritin revient sur la quantité de références, souvent ésotériques, qui peuplent l'imaginaire de cet univers, en revenant notamment sur certaines figures qui l'ont marqué. Se présentant volontiers comme des êtres doués d'une supériorité quasi biologique, ces *startuper*s se vivent comme des *deus ex machina*, créant un gloubi-boulga pseudo-savant empreint d'un technologisme simpliste qui s'érige en nouvel existentialisme du 21^e siècle. L'article ne montre pas alors seulement l'inanité d'un techno-scientisme *bling-bling* au service d'entreprise et de glorification personnelle, mais souligne aussi un scepticisme de plus en plus largement partagé parmi la population. En dépit de ses promoteurs les plus visibles, le monde des *startups* se présente finalement comme un monde qui fonctionne en circuit fermé, un « milieu », prenant le risque d'être oublié aussi vite qu'il n'est apparu.

Mais l'imaginaire des *startuper*s n'est pas le seul fait de quelques entrepreneurs de morale entrepreneuriale mégalomanes qui, grâce à une fortune personnelle, parviennent à imposer leurs représentations d'un monde rétréci. En s'intéressant aux rhétoriques entrepreneuriales développées dans les écoles de commerce, Olivia Chambard montre que la *startup* bénéficie d'un soutien institutionnel déterminant dans sa diffusion et sa quête de légitimité. Elle montre avec acuité la manière dont l'enseignement supérieur a progressivement mis en place des politiques publiques visant à favoriser l'intronisation de la figure de l'entrepreneur avant que celle-ci s'actualise sous la forme du *startuper*. Elle éclaire également la création d'une multitude de dispositifs à destination des étudiants et la manière dont ces derniers agissent sur les profils des étudiants. Elle montre en l'occurrence comment l'appartenance sociale différencie la façon de s'approprier ce nouveau modèle entrepreneurial : pour les étudiants d'origine modeste, il apparaît comme une opportunité supplémentaire d'échapper à sa condition alors qu'il ne semble être qu'un hobby pour les étudiants des milieux sociaux les mieux dotés. En somme, la *startup* s'impose comme une nouvelle manifestation des privilèges scolaires associées aux positions dominantes.

La contribution de Jean Frances et Stéphane Le Lay s'intéresse également à la façon dont l'enseignement supérieur participe à la socialisation entrepreneuriale de l'univers *startup*. En se focalisant sur le concours « Ma thèse en 180 secondes », vitrine de la valorisation des jeunes pousses des institutions universitaires et du CNRS, les auteurs montrent à quel point celle-ci se rapproche et se nourrit d'une pratique majeure du *startuper* : le « *pitch* ». Après être revenus sur l'émergence et les

contours de cette manière de « se vendre » à de potentiels investisseurs – l’art des bons mots au bon moment, représenté par l’échange dans un ascenseur, le fameux « *elevator pitch* » prisé dans la Silicon Valley –, J. Frances et S. Le Lay reconstituent la manière dont le concours s’installe dans l’événementiel académique à la faveur de recommandations nationales et internationales et de politiques publiques. En décortiquant les pratiques de ce qui s’apparente à un simple jeu entre étudiants, ils mettent au jour un processus voilé de façonnage des pratiques doctorales destinées à vendre leurs services et leurs projets au monde de l’entreprise.

Quel est l’effet de ces politiques d’encouragement à la création de *startups* dans le champ scientifique ? On aurait tort de l’imaginer rétif à l’intérêt à l’intéressement marchand. A partir d’une enquête menée dans le domaine de la biologie de synthèse, Gaëtan Flocco et Mélanie Guyonvarch étudient les raisons pour lesquelles des chercheurs travaillant dans des laboratoires publics s’engagent dans la création de *startups*. Le *motto* est de rendre « utile » une recherche dont l’un des ressorts est d’apporter des solutions à des problèmes pratiques, au service de l’industrie chimique et de la croissance économique, non plus « simplement » la connaissance pour la connaissance de phénomènes naturels. L’imagerie désuète de la tour d’ivoire est implicitement convoquée par des chercheurs souvent critiques vis-à-vis de leur milieu d’appartenance initial. Alors que la recherche publique est sous-financée et que l’atmosphère est pesante dans des laboratoires soumis au « darwinisme », qui est force de loi naturelle pour le PDG du CNRS, les chercheurs métamorphosés en entrepreneurs disent s’épanouir sur les marchés de la connaissance appliquée. Ce qui, en soi, constitue un élément d’intrigue.

La pénétration du *startuper* est aussi un révélateur des transformations au sein des grandes entreprises. Comme le montre Samir Bedreddine dans son article à partir d’une enquête en cours dans les directions de l’innovation de grands groupes français, les *startups* sont un instrument de management utile pour réaffirmer leur domination et leur identité organisationnelle sous les dehors du « cool ». A grand renfort de communication institutionnelle et en phase avec les mots d’ordre politiques du *startuper* à l’ère de la « *start-up nation* », les responsables de ces services au rôle mouvant s’imaginent innover à la façon des entrepreneurs de la Silicon Valley, par le seul contact qu’ils établissent avec des « jeunes pousses » qu’ils « incubent » et dont il exploite le potentiel d’innovation à moindre coût/effort.

Loin de tout aborder, ce dossier a ainsi pour ambition d’apporter des nouvelles pièces et d’encourager une appréhension plus critique de ces réalités hétérogènes et recouvertes d’un discours enchanteur.