



HAL
open science

Une normalité ostentatoire

Olivier Alexandre

► **To cite this version:**

Olivier Alexandre. Une normalité ostentatoire. Politix, 2023, n° 140 (4), pp.47-76. <10.3917/pox.140.0047>. <hal-04852629>

HAL Id: hal-04852629

<https://hal.science/hal-04852629v1>

Submitted on 21 Dec 2024

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

Une normalité ostentatoire. Ethos égalitaire et hiérarchies sociales au sein la Silicon Valley

Ref. *Olivier Alexandre*, « Le prix de l'égalité. *Ethos égalitaire et hiérarchies sociales au sein la Silicon Valley* », *Politix* (à paraître en 2023).

La Silicon Valley est devenue au XXI^e siècle le premier foyer de richesse au monde. Il concentre le plus important volume d'investissements du pays : 74 milliards de dollars y avaient été investis en 2015, 107,7 en 2018, soit 24,4% du total des investissements réalisés au sein du pays¹. Les seules dépenses en capital-risque ont atteint 100 milliards de dollars en 2021². Cette accumulation de capital économique explique qu'en dépit du ralentissement de l'activité et des vagues de licenciement intervenues en 2022, la Silicon Valley soit attachée à la réussite et l'enrichissement. Huit entreprises ayant leur siège social dans la région comptaient parmi les vingt et une plus importantes capitalisations boursières de la planète en 2021. En 2017, la Silicon Valley comptait moins de milliardaires que les villes de New York ou Hong Kong, mais davantage que Moscou ou Londres. Or, ce groupe des grandes fortunes de la Silicon Valley se démarque de ceux des autres foyers économiques par le poids des représentants du secteur technologique : à l'exception des promoteurs immobiliers, l'ensemble est constitué d'entrepreneur.euses, de veuves d'entrepreneurs, de dirigeant.es d'entreprises technologiques, d'employé.es de la première heure et d'investisseurs en capital risques. Par ailleurs, selon une enquête du *Wall Street Journal*³, le nombre de foyers comptant plus d'un million de dollars d'actifs s'élevait à 123 780 dans la zone San Francisco-Oakland au nord de la région et à 51 642 dans celle comprise entre San Jose et Sunnyvale, soit la plus importante concentration de millionnaires aux Etats-Unis⁴. Le PIB de la région s'élevait enfin à 497 milliards de dollars en 2018, soit une moyenne de 128 308 dollars par habitant, un niveau équivalent aux micro-États que sont le Qatar, Macao, Singapour et le Luxembourg.

Sur cette base, les « *techies* » de la Silicon Valley, catégorie indigène utilisée pour désigner les professionnel.les hautement qualifié.es du secteur des nouvelles technologies, ont été présentés comme une élite d'un nouveau genre. Leur statut social ne reposerait pas sur la proximité aux institutions, leur maîtrise d'un capital culturel, la transmission familiale d'un capital économique, ni même leur cohérence idéologique. Des auteur.es ont ainsi opposé la Silicon Valley à la côte Est du fait des différences en termes d'accès aux fonctions de direction et de culture de travail, horizontale et collaborative dans le nord de la Californie, verticale et hiérarchique dans les reste du pays. En étudiant les parcours des dirigeant.es de grandes entreprises aux États-Unis sur un siècle, A. Mayo et *al.* ont notamment souligné la différence entre deux modes d'accès au pouvoir économique. Dans le premier cas, des individus, issus de franges et de fractions sociales « périphériques », accéderaient à des fonctions de direction au terme d'un parcours relativement indéterminé, caractérisé par un surinvestissement dans le travail et par les opportunités saisies dans des secteurs émergents. Le trait commun des membres de ce premier groupe serait d'avoir opté pour une migration précoce vers l'ouest des Etats-Unis, pour certain dès le début du 19^e siècle, et d'avoir fondé des entreprises dans le domaine des nouvelles technologies. Dans le second groupe, les dirigeants de la côte Est s'appuient sur des privilèges de naissance validés et consolidés par l'accès sériés et sélectifs aux *prepschools*, aux campus de la *Ivy League*, à des postes de direction et de management dans

¹ Source : *National Science Foundation*. Consulté le 15 février 2021.

² Source: "Silicon Valley Competitiveness and Innovation Project". Consulté le 08 mars 2022.

³ « The IPO Millionaires are coming! », *Wall Street Journal*, 29 mars 2019.

⁴ Selon une étude du Boston Consulting Group datant de 2018, les Etats-Unis comptaient sept millions de millionnaires en 2020 (la Californie étant la plus forte concentration régionale), contre deux millions cent vingt-quatre milles en Chine, plus d'un million au Japon et huit cent vingt-et-un-mille en Angleterre.

les grandes entreprises et dans des cabinets de conseil⁵. Les auteur.es considèrent que ces deux pôles sont identifiables dans un cas à des « *insiders* », dans l'autre à des « *outsiders* ». Dans le prolongement, on peut également opposer la figure de l'« héritier » à celle du « génie social » théorisée par Edward Ross. Le sociologue, considéré comme l'un des fondateurs de la sociologie nord-américaine et ayant enseigné à Stanford à la fin du 19^e siècle, expliquait l'importance des « grands hommes » dans la société nord-américaine par leurs capacités à inventer, prendre des initiatives, diriger, faire valoir leurs opinions et leurs goûts, au point d'initier leur propre « religion sociale » dans des territoires éloignés des institutions⁶. Alors que la fréquentation d'établissements sélectifs et privés ont permis aux grandes familles de la côte Est d'assurer l'accès aux plus hautes fonctions dans le monde politique et économique⁷, dans le nord de la Californie, les entrepreneur.euses et dirigeant.es ne sont pas issu.es de grandes familles du pays. Ils et elles ne font pas carrière au sein d'institutions mais viennent en majorité de catégories intellectuelles supérieures, pour moitié originaires d'un autre pays⁸.

Tandis que l'église épiscopale a véhiculé, dans les élites de la région de Boston, un socle de références, de valeurs et un espace de socialisation, la Silicon Valley est réputée pour son cosmopolitisme. Au-delà même de l'église, l'éthique héritée de la pratique religieuse avait été identifiée par Max Weber, à partir notamment d'entrepreneurs américains incarnés par B. Franklin, comme le principe d'un investissement dans le travail et d'une valorisation de la réussite professionnelle. Or, dans la Silicon Valley, les croyances et pratiques religieuses sont moins représentées que dans le reste du pays⁹. Plus généralement, les entrepreneur.euses de la région se disent fréquemment en rupture avec les institutions, la création d'entreprise procédant, de leur point de vue, d'une volonté de rompre avec l'inertie des bureaucraties, tant publiques que privées. L'historien Fred Turner a montré que cette défiance aux institutions présentait une forme de cohérence historique puisqu'à la fin des années 1960, des technologistes du Nord de la Californie se sont volontairement détournés de la *New left* et des mobilisations organisées sur les campus universitaires, pour s'orienter vers les nouvelles technologies, la mise en réseaux des communautés de retour à la terre et les expérimentations¹⁰. Cette orientation prenait la direction inverse de l'investissement par les membres de « l'*establishment*¹¹ » des clubs étudiants, des organisations corporatives, et des partis politiques, qui d'A. Lincoln à J. F. Kennedy ont servi les intérêts d'une élite culturellement homogène. Sur ce dernier point, les « *techies* » de la Silicon Valley se différencient également : la culture lettrée, dans ses formats et ses contenus, apparaît reléguée au profit d'une culture de travail, axée sur la performance, la mise en réseau, la réputation professionnelle¹², la maîtrise des sciences de l'ingénierie, la conception d'objets techniques et le DIY¹³. Alors que les étudiant.es d'un établissement comme Saint Paul continuent d'apprendre, d'incarner et d'user de leurs privilèges en exerçant les codes

⁵ Mayo (A. J.), Nohria (N.), Singleton (L. G.), eds, *Paths to Power. How Insiders and Outsiders Shaped American Business Leadership*, Cambridge (MA), Harvard Business School Press, 2006.

⁶ Cf. Ross Edward (A.), *Social Control. A Survey of the Foundations of Order*, Madison, The Macmillan Company, 1901 (l'auteur remercie François-Xavier Dudouet pour ce conseil de lecture).

⁷ Baltzell (E.), *Philadelphia Gentlemen: The Making of a National Upper Class*, London, Routledge, 1958.

⁸ Les deux principales diasporas du secteur étant composé par des travailleurs et travailleuses d'origine chinoise et indienne. Cf. Saxenian (A.), *Silicon Valley's New Immigrant Entrepreneurs*, Public Policy Institute of California, 1999.

⁹ Selon une étude du Pew Reseach Center, les « non-religieux » représentaient 35% de la population adulte de la région de San Francisco en 2019, contre 26% dans le reste du pays

¹⁰ Turner (F.), *From Counterculture to Cyberculture. Stewart Brand, the Whole Earth Network, and the Rise of Digital Utopianism*, Chicago (IL), Chicago University Press, 2006.

¹¹ Baltzell (E.), *The Protestant Establishment. Aristocracy and Caste in America*, New York, Random House, 1964.

¹² Kenney (M.), *Understanding Silicon Valley. The Anatomy of an Entrepreneurial Region*, Stanford (CA), Stanford University Press.

¹³ Lallemand (M.), *L'Age du faire. Hacking, travail, anarchie*, Paris, Seuil, 2015.

de la culture lettrée¹⁴, l'historien Randall Stross a souligné que les diplômé.es en humanités de Stanford, en dépit de leur capacité d'adaptation au monde de l'entreprise, se trouvaient dévalorisé.es sur le plan des rémunérations et exprimaient un sentiment de déclassement face aux ingénieur.es, dont le profil et le statut sont privilégiés par les grandes entreprises technologiques¹⁵. Bien que des entrepreneur.euses de renom se revendiquent du libertarianisme, le soutien massif de dirigeant.es de grandes entreprises de la région à des candidat.es progressistes dissuade *a priori* d'envisager l'hypothèse d'une idéologie instituée, comparable à la démocratie raciale au Brésil ou l'esprit républicain en France¹⁶.

Les dirigeant.es au sein de la Silicon Valley se différencient également au travers des modalités d'accès au capital économique. En effet, les membres de « l'*establishment* » s'appuient sur un capital économique familialement transmis qui leur permet d'accéder à des lieux privés, payants, puis de se distinguer par l'accumulation de titres et biens de propriété (biens immobiliers, lieux de villégiatures, vêtements, etc.) et des formes de consommation ostentatoires. Dans la Silicon Valley, les membres les plus en vue se sont enrichis par la création d'entreprises fondées à partir d'une double externalité puisqu'elles sont financées en premier lieu *via* des firmes de capital-risque, qui lèvent de l'argent auprès d'investisseurs tiers¹⁷.

Ces différentes raisons incitent à envisager les élites de la Silicon Valley comme une sorte d'apax sociologique. De ce point de vue, la place de l'argent en offre une expression remarquable : alors que la Silicon Valley est associée à l'enrichissement personnel, les signes de richesse y sont peu présents et peu visibles. Ce paradoxe constitue le point de départ de cet article. L'hypothèse défendue est que cette absence de visibilité des signes extérieurs de richesse renseigne sur l'organisation sociale de la région. La première section présente l'enquête et les données qui ont servi à la rédaction de cet article. La seconde décrit l'*ethos* égalitaire observé, exprimé et revendiqué par les enquêté.es. La troisième section traite de la manière dont cette mise à distance des signes de distinction traduit, dans les faits, une domination symbolique, celle d'entrepreneurs, développeurs et analystes de données, en majorité des hommes, fortement diplômés et particulièrement recherchés sur le marché du travail, au sein d'un ensemble socioprofessionnel hétérogène. L'attention aux écarts, tant à cette norme qu'en termes de niveaux et de types de rémunération, donne ainsi à voir les frontières et hiérarchies sociales au sein d'une société dont les membres se vivent comme les parties prenantes d'une même entité : la « Silicon Valley ».

Enquête et données : surmonter les barrières à l'entrée d'une société ouverte

La Silicon Valley, une société ouverte

Les membres de la Silicon Valley tendent à présenter cette région industrielle comme un univers socialement ouvert, basé en interne sur les rencontres et l'échange d'informations¹⁸,

¹⁴ Celle apprise *via* la famille, les relations amicales et dans les établissements privés, puis mobilisée pour s'approprier des objets de la pop culture, allant de l'*heroic fantasy* au cinéma d'exploitation hollywoodien. Cf. Khan, (S. R.), *Privilege. The Making of an Adolescent Elite at Saint Paul School*, Princeton (NJ), Princeton University Press, 2010.

¹⁵ Stross (R.), *A Practical Education. Why Liberal Arts Majors Make Great Employees*, Stanford (CA), Stanford University Press, 2017.

¹⁶ Cf. Naudet (J.), *Entrer dans l'élite*, Paris, PUF, 2012, et plus particulièrement « L'idéologie instituée : un nouveau concept pour répondre aux défis de la comparaison internationale » p. 257-265 et Paugam (S.), Cousin (B.), Giorgetti (C.) et Naudet (J.), *Ce que les riches pensent des pauvres*, Paris, Seuil, 2017.

¹⁷ Cf. Granovetter (M.), Ferrary (M.), "The Role of Venture Capital Firms in Silicon Valley's Complex Innovation Network", *Economy and Society*, 38 (2), 2009.

¹⁸ Ferrary (M.), « 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 (2), 2001.

et en externe sur l'interconnexion de la région avec le reste du monde *via* les diasporas¹⁹. Si elle apparaissait à certains économistes comme le modèle de la société de marché dans les années 1980 et 1990²⁰, elle semble aujourd'hui correspondre à une « société ouverte » telle que l'a théorisée Karl Popper : une société reposant sur la science et la liberté de pensée, où des points de vue hétérogènes s'expriment de manière optimale, dans le cadre d'un environnement pluraliste et multiculturel²¹. Des historien.nes se sont ainsi intéressé.es à la Silicon Valley en tant qu'univers cosmopolite, où prévaut une forme de tolérance à l'égard des croyances, des opinions et des origines raciales. Un ancien haut dirigeant d'une grande entreprise considère, par exemple :

« C'est très facile d'être étranger ici. La couleur du passeport, on s'en fout, la couleur de la peau, on s'en fout. C'est plus facile d'être noir ou musulman qu'en Europe ; l'autre jour j'avais un chauffeur Uber sikh qui parlait le catalan parce qu'il avait vécu à Barcelone. C'est plus facile d'être gay aussi que dans le reste du pays. La tolérance est parfois même un peu rigide. Dans sa mise en place. Mais c'est pas mal, dans le sens où ça a des effets. Des boîtes comme Google poussent vraiment ces causes... »

Entretien avec un ancien cadre dirigeant d'une grande entreprise des nouvelles technologies, devenu investisseur, homme, américain, résidant dans la Silicon Valley depuis 1983, août 2017

Cette « société ouverte » s'avère toutefois difficile à pénétrer. En plus des limites et contraintes propres aux enquêtes sur les élites²², la Silicon Valley expose à plusieurs écueils spécifiques. Tout d'abord, cette industrie se caractérise par sa technicité. Ses membres se vivent comme partie prenante d'une épistocratie : pouvoir interagir sans se voir marginaliser nécessite d'acquiescer et de faire preuve d'une culture et de capacités de compréhension technique minimales. Qui plus est, la région s'avère géographiquement étendue et difficile d'accès, tant depuis Los Angeles que de Seattle, de l'Orient que de l'Occident, obligeant ainsi les non-résidents à s'y rendre par avion long-courrier. Une fois installé dans le nord de la Californie, la voiture s'avère aussi indispensable que coûteuse que ce soit matériellement et temporellement en raison de la densité du trafic aux heures de pointe.

En outre, la péninsule de San Francisco ne présente pas d'unité administrative : villes, comtés, État fédéral, État fédéré y sont représentés et y défendent des intérêts parfois concurrents. Ce défaut de cohérence institutionnelle explique l'absence de jeux de données publiques exhaustifs sur la sociodémographie d'une population dépourvue d'unité administrative, alors même que les professionnels de la Silicon Valley sont des producteurs et des consommateurs intensifs de statistiques, relatives à la consommation de l'information, au développement des entreprises et à l'évolution des marchés.

Sur le plan strictement économique, deux difficultés supplémentaires sont à noter. Tout d'abord, la vie des affaires est marquée par une relative opacité : les processus de « *due diligence* » demeurent secrets, au même titre que le montant de la majorité des transactions d'acquisition de titres de propriété des entreprises. L'activité économique demeure pour l'essentiel privée et soustraite au regard, d'autant plus que le modèle d'affaires de nombreuses entreprises repose sur la gratuité ou le faible coût marginal de leurs services. Par ailleurs, les ancien.nes dirigeant.es et employé.es en exercice sont tenu.es au secret par des clauses de confidentialité et l'accès sur le site des moyennes et grandes entreprises est systématiquement

¹⁹ Saxenian (A.), *New Argonauts. Regional Advantage in a Global Economy*, Cambridge (MA), Harvard University Press, 2006.

²⁰ Shapiro (C.), Varian (H. R.), *Information Rules. A Strategic Guide to the Network Economy*, Cambridge (MA), Harvard Business Review Press, 1998.

²¹ Popper (K.), *La Société ouverte et ses ennemis*, Paris, Seuil, 1979.

²² Telles que les difficultés d'accès aux lieux fréquentés par les élites, la protection des institutions, la domination symbolique ou la pratique du secret. Cf. notamment Nader (L.), "Up the Anthropologist: Perspectives Gained from Studying Up" in Hynes (D.), ed, *Reinventing Anthropology*, New York, Pantheon, 1972.

et doublement conditionnée par l'invitation d'un salarié, et la signature d'un accord de non divulgation de toute information qui aura pu être livrée ou observée sur le site.

Au surplus, la dynamique d'innovation renouvelle les solutions et les objets techniques à un rythme régulier, au même titre que la démographie, les entreprises et les travailleur.euses. Cette « *liability of newness*²³ » s'avère problématique aussi bien d'un point de vue empirique que théorique. En effet, une analyse en termes d'espace social nécessite de rendre compte de cette évolutivité démographique, de la plasticité géographique de la région, sous l'effet de cycles, aussi bien technologiques qu'économiques. Les grandes entreprises du secteur sont pour la plupart vieilles de seulement quelques années (Facebook fondé en 2004, Twitter en 2006, Airbnb en 2008, Uber en 2009, Snapchat en 2011, etc.) et le monde du travail y est marqué par un renouvellement permanent des métiers et des titres, sans qu'une corporation n'y exerce de contrôle²⁴. Bien que la majorité des entreprises disparaissent au bout de cinq ans, ils n'existent pas d'institutions dédiées à l'accompagnement, la prise en charge, ou la simple comptabilité des « *failures* » de la Silicon Valley. L'« échec » y est certes valorisé par les entrepreneur.euses et investisseur.euses en tant que ressource d'apprentissage, mais ne fait pas l'objet d'un suivi empirique, l'attention des professionnel.les, des journalistes et des chercheurs convergeant vers les réussites, au sens donné à ce terme au sein de la région : le développement d'une entreprise à tendance monopolistique, donnant lieu à plusieurs levées de fonds, un rachat ou une entrée en bourse. Dernier point, le coût de la vie y est particulièrement élevé, y compris dans les zones périphériques : le prix moyen d'un appartement ou d'une chambre à San Francisco s'élevait à près de 3 200 dollars dans le courant des années 2010 (à une époque de parité euros-dollars). Les coûts d'entrée dans cette « société ouverte » s'avèrent donc conséquents.

Exploiter les ressources d'une double identité

Pour contourner ces obstacles, j'ai conduit une enquête entre 2015 et 2022, dont le volet ethnographique a été principalement réalisé de 2015 à 2017 dans le cadre d'un séjour postdoctoral à l'université de Stanford. À cette occasion, ont été mobilisées les ressources d'une double identité. Celle d'un étranger français, jeune, migrant temporaire, chercheur précaire, qui a favorisé des liens de confiance avec les travailleur.es de services dans le secteur des nouvelles technologies ou dépendant.es de ce dernier, mais aussi des fonctionnaires, des artistes et des militant.es, nourrissant parfois une vive hostilité à l'égard des « *techies* ». Cette première identité favorisa également les prises de contacts avec des entrepreneur.euses et ingénieur.es français.es ou européen.nes. La proximité d'âge avec une population relativement jeune s'est également avérée un atout pour les prises de contact. Par ailleurs, comme un certain nombre de personnes récemment arrivé.es ou de passage, le choix de résider dans la ville de San Francisco, l'épicentre de la région dans les années 2010, et les déménagements multiples occasionnés par le coût de la vie (près d'une dizaine en deux ans), ont été un moyen de rencontres et l'occasion de tisser des liens de confiance avec différents professionnel.les. J'ai également bénéficié des ressources d'une identité « néo-californienne » d'homme blanc, chercheur invité à Stanford, d'une trentaine d'années, menant une vie entre deux continents, pratiquant plusieurs heures de sport par semaine, amateur de sorties en vélo, dont le statut de « chercheur » a favorisé des rencontres avec une population active, nomade, cosmopolite et diplômée. Elle m'a permis de nouer des liens avec des travailleurs et travailleuses de la région à partir de différents points d'entrée : affiliation à Stanford, fréquentation de réseaux d'entrepreneurs, d'institutions de

²³ Stinchcombe (A.), "Social Structure and Organizations", in March, J.P., ed., *Handbook of Organizations*, Chicago (IL), Rand McNally, p. 142-193.

²⁴ Pour une étude de cette absence de structuration des professions au sein de la Silicon Valley à partir du cas des développeurs, cf. Alexandre (O.), « Le code va changer. Les développeurs de la Silicon Valley face aux incertitudes de la programmation », *RESET. Recherches en sciences sociales sur Internet* [en ligne], 11, 2022.

recherche et culturelles, participation à des événements et conférences, pratique du yoga, sorties dans les *comedy clubs* ou au festival du Burning Man, etc. J'ai ainsi pu nouer des rapports de confiance et de sympathie avec une grande diversité de professionnel.les, certain.es médiatisé.es et exposé.es, d'autres parfaitement anonymes, qu'une approche directe par les entreprises aurait rendu impossible en raison de la communication contrôlée de ces dernières.

Ce mode d'insertion a de ce fait permis des observations dans les entreprises (43), la participation à des rassemblements professionnels – *meetups*²⁵ (38), concours de *pitchs* au cours desquels les entrepreneur.euses volontaires ou sélectionnés présentent en quelques minutes leur start-up devant un jury qui votent pour la meilleure présentation (28), hackatons²⁶ (3) et bootcamps informatiques²⁷ (2), salons professionnels (5), ainsi que de très nombreux échanges informels.

Des entretiens approfondis (147) ont également été conduits (sur la base de l'anonymat afin d'échapper aux engagements contractuels avec leurs actuels ou anciens employeurs) avec des entrepreneur.euses (55), des *Chief Technical Officer* (5), des investisseur.euses (16), des développeur.euses (12), des designer.euses (2), des spécialistes d'analyses de données (2), des journalistes technologiques (2), des administrateur.trices (6), des chercheur.euses (3), des conseiller.ères pour des entreprises technologiques (3), des responsables commerciaux (4), des spécialistes en communication (3), des responsables de programmes philanthropiques (3), des diplomates (3), des artistes (13), des militant.es (11), des responsables d'organisations professionnelles (2) et des avocats spécialisés (2). Cette population d'enquêté.es comprend 89,5% d'hommes et 10,5% de femmes, un ratio équivalent à celui des départements techniques des grandes entreprises technologiques. Par ailleurs, près de 50% des enquêté.es étaient d'origine étrangère, conformément à la démographie des travailleur.euses du secteur. Enfin, 39% avait quitté la région en 2022, la moitié pour s'installer dans un autre pays que les Etats-Unis²⁸, et 35% étaient restés dans la même entreprise, aucun n'ayant le même titre ou la même fonction à l'exception de quelques entrepreneurs.

Le suivi de l'activité en ligne des enquêtés et une revue de littérature sur les ouvrages journalistiques consacrées à la Silicon Valley (36) complètent ce matériau.

***Ethos* égalitaire et normalité ostentatoire**

Le point de départ de l'analyse est le paradoxe suivant : la rareté relative des signes de richesse observés dans une région devenue le premier centre de profits au monde. L'histoire de la région recèle certes quelques cas d'usage spectaculaire de fortunes accumulées rapidement. Evan Williams cofondateur de Twitter a fait l'acquisition d'une Subaru juste après la vente de

²⁵ Nom utilisé pour désigner des rassemblements durant lesquels les organisateur.trices et les membres d'un groupe se réunissent pour se rencontrer et échanger sur des centres d'intérêt commun. Dans la Silicon Valley, de telles réunions sur les sujets de l'entrepreneuriat et des technologiques sont organisées quotidiennement, le plus souvent en fin de journée, ouvertes dans la limite des capacités, soit gratuitement, soit contre un ticket d'entrée d'une dizaine de dollars.

²⁶ Rassemblement de développeur.euses durant plusieurs jours, dont au moins une nuit, en vue de collaborer sur des objets ou des programmes développés dans ce laps de temps, les productions sont présentées ou soumises à un vote de spécialistes, et l'événement est souvent sponsorisé par de grandes entreprises.

²⁷ Expression désignant originellement les camps d'entraînement militaires, employée dans l'univers de l'entrepreneuriat technologique pour nommer les formations accélérées destinées aux développeurs, de quelques jours ou quelques mois, pour apprendre à coder. L'objectif est d'offrir une formation par la pratique, *via* des exercices concrets, proches à ce qui est demandé et recherché sur le marché du travail.

²⁸ Cette mobilité est supérieure aux standards connus aux Etats-Unis. Selon une enquête de l'institut Gallup conduite en 2013, 24 % des Américains avaient changé de ville ou de « zone » géographique au sein du pays dans les cinq années précédentes, faisant des résidents des Etats-Unis la deuxième population la plus mobile au monde. Selon le Bureau du recensement aux Etats-Unis, seuls 10,1 % des américains avaient déménagé en 2017-2018.

sa première entreprise à Google au début des années 2000²⁹ ; dans des circonstances analogues, Elon Musk s'était fait livrer à son domicile de Palo Alto devant les caméras d'une équipe de télévision une formule 1, à la fin des années 1990³⁰ ; James H. Clark, fondateur de Digital Graphics et de Mosaic, a fait construire, pour 37 millions de dollars, le plus grand voilier du monde, décoré avec des toiles d'impressionnistes pour une valeur de 30 millions de dollars³¹ ; Larry Ellison, fondateur d'Oracle³², possède un yacht de 87 mètres, finance et participe à une équipe en lice pour la coupe de l'America. Certaines de ces personnalités ont attiré l'attention des médias en raison de la multiplication de leurs relations amoureuses avec des actrices et des tops modèles hollywoodiens. Ce mode de vie semble relativement proche des sociabilités festives et dispendieuses d'hommes d'affaires vivant entre plusieurs pays, faites de soirées à plus d'un million de dollars et de sorties en megayachts décrites par A. Mears³³. Pourtant l'enquête invite à considérer une hypothèse inverse : contrairement à Hollywood, Wall Street, la City de Londres, Miami Beach ou Dubaï, la Silicon Valley semble se caractériser par une forme d'*ethos* égalitaire. Cette dimension se manifeste à travers la rareté des signes extérieurs de richesse, les sociabilités professionnelles et le mode d'organisation du travail.

La Silicon Valley, un monde d'apparences égalitaires

En effet, les signes ostentatoires de richesse y sont relativement absents des univers professionnels et font plutôt l'objet d'une défiance, y compris quand ils sont le fait de personnalités très exposées au sein de la région. Ainsi l'arrivée d'Elon Musk à la tête de Paypal avait été jugée par les employés en place comme un signe négatif préjugant d'un manque de sérieux dans la conduite des affaires de la jeune entreprise³⁴. Marc Abélès, dans une étude réalisée au tournant des années 2000 consacrée à trois nouveaux riches de la Silicon Valley, s'étonnait que ces derniers, une fois fortune faite, se consacraient à des tâches caritatives, à la création d'organisations philanthropiques et au bénévolat, plutôt que de faire usage de leurs ressources à des fins consuméristes et hédonistes³⁵.

Plus généralement, les styles de vie et les modes de sociabilités observables se tiennent à bonne distance des standards tant de la haute société de la côte Est que des nouveaux riches de la région du Golfe³⁶. Le barbecue constitue la forme sociale ritualisée des réunions dominicales où se fréquente un cercle élargi et peu sélectif d'invités. Dans les séances de *networking* observées, l'accès y est soit gratuit, soit payant à hauteur de 10 ou 20 dollars. Y sont proposées des bières, des pizzas, des crudités sous emballage achetées dans des enseignes de grande distribution situées à proximité, et laissées en libre-service, à côté d'assiettes en carton et de serviettes en papier. Concernant les rendez-vous et déjeuners d'affaires, les salades, pizzas, et *ramens* composent l'essentiel des menus présentés dans les restaurants de Palo Alto, Mountain View ou San Francisco que fréquentent les jeunes entrepreneurs et entrepreneuses, y compris les plus en vue, telles Elizabeth Holmes qui, avant d'être condamnée pour fraude, avait

²⁹ Bilton (N.), *Hatching Twitter, A True Story Of Money, Power, Friendship, And Betrayal*, New York, Penguin, 2013.

³⁰ Vance (A.), *Elon Musk. Tesla, Paypal, SpaceX. L'entrepreneur qui va changer le monde*, Paris, Eyrolles, 2017.

³¹ Lewis (M.), *The New New Thing, A Silicon Valley Story*, New York, W. W. Norton & Company, 1999.

³² Wilson (M.), *The Difference Between God and Larry Ellison*: Inside Oracle Corporation; *God Doesn't Think He's Larry Ellison*, New York, William Morrow, 1997.

³³ Mears (A.), *Very Important people*, Princeton (NJ), Princeton University Press, 2020.

³⁴ Jackson (E.), *The PayPal Wars: Battles with eBay, the Media, the Mafia, and the Rest of Planet Earth*, New York, WND Books, 2004.

³⁵ Abélès (M.), *Les nouveaux riches. Un ethnologue dans la Silicon Valley*, Paris, Odile Jacob, 2002.

³⁶ Pour le cas des pays du Golfe, cf. Le Renard (A.), *A Society of Young Women. Opportunities of Place, Power and Reform in Saudi Arabia*, Stanford (CA), Stanford University Press, 2014.

ses habitudes au Coupa Cafe³⁷, une enseigne familiale fondée à Palo Alto en 2004. Comme dans de nombreuses adresses locales, les menus proposés y sont peu sophistiqués, à base d'ingrédients frais, pour un coût équivalent à un ticket dans le cinéma de la ville ou de train entre le Sud et le Nord de la vallée. Les habitations, les espaces domestiques, le mobilier d'intérieur s'apparentent en de nombreux points à ceux de la classe moyenne des grandes villes : à Palo Alto et Menlo Park, où se concentrent pourtant des entrepreneur.euses et investisseur.euses de renom, les logements y sont de plein pied, homogènes d'un point de vue architectural, un garage, des jardins de taille homogène, proche de l'esprit d'un habitat social à la William Morris. Les maisons ont le plus souvent été construites après la seconde guerre mondiale, sur d'anciennes terres agricoles, pour pouvoir accueillir des professionnel.les attirés par les offres d'emploi et la croissance de la région. Pour cette même raison, le mobilier des nouveaux arrivant.es, tout particulièrement ceux et celles venu.es de l'étranger, est acheté sur des sites de seconde main ou dans la grande distribution, afin de répondre aux besoins les plus urgents³⁸.

Cette homogénéité se retrouve encore sur le plan culturel. Dans les réunions et les conférences, les références non techniques sont empruntées à la culture des *comics* et de la science-fiction grand-public. On peut citer parmi les exemples relevés durant l'enquête de terrain : une *slide* sur l'intelligence artificielle dans une conférence sur le traitement de données par le directeur technologique d'une grande entreprise s'accompagne d'un image de Superman prenant son envol pour illustrer le pouvoir prêté à la solution présentée ; une designer utilise une photographie d'elle posant à côté du capitaine Kirk de Star Trek comme moyen d'introduire sa présentation et de s'attirer la sympathie de l'audience ; deux entrepreneurs se rendent à une conférence spécialisée déguisés dans un style croisant les personnages d'Elvis et Captain America, attirant sur eux l'attention recherchée ; le fait que les salariés d'Uber nomment leur siège à San Francisco « l'étoile noire », référence à la décoration blanc et noir du site, à l'univers de Star Wars et à l'agressivité concurrentielle établie comme stratégie par les dirigeants de l'époque.

La cohérence de ce registre symbolique se comprend à la fois par la volonté de personnes d'origines différentes de communiquer à partir de références communes, et en raison de l'origine sociale de nombreux « *techies* ». Certes, les milliardaires de la Tech ont bénéficié d'avantages et de conditions favorables à leur carrière, à l'image de Bill Gates dont la mère, siégeant dans un conseil d'administration avec le PDG d'IBM, eu l'occasion de convaincre ce dernier d'investir dans la jeune entreprise Microsoft fondée par son fils dans les années 1970 ; Jeff Bezos a bénéficié d'une prêt de 245 000 dollars de ses parents au lancement d'Amazon ; le père d'Elon Musk avait des parts dans une mine de diamants en Afrique du Sud ; Elizabeth Holmes a bénéficié des relations familiales de son père, ancien haut dirigeant chez Enron qui a occupé plusieurs postes de responsabilités à l'international, pour lever de l'argent et composé le conseil d'administration de Theranos. Toutefois, les enquêté.es sont en majorité issu.es des catégories intellectuelles supérieures, tout comme la majorité des travailleur.euses à haut revenu de la Silicon Valley. Les professionnel.les les plus suivi.es sur Twitter et LinkedIn par les dirigeant.es des 1000 principales entreprises de la région spécialisées dans les secteurs des nouvelles technologies ont en majorité des pères médecins (17%), entrepreneurs (13%), chercheurs (10%) et ingénieurs 8%³⁹. De plus, ils et elles ont généralement grandi dans des villes intermédiaires, bénéficiant de conditions d'éducation privilégiées et d'un soutien parental

³⁷ Carreyrou (J.), *Bad Blood, Secrets and Lies in a Silicon Valley Startup*, New York, Knopf, 2018,

³⁸ Compte tenu des coûts de la vie, un employé de Google vivant en couple disait ne pas avoir pu s'acheter de mobilier durant un an après avoir acheté sa maison. Cf. Meehan (M. B.), *Visages de la Silicon Valley*, Caen, C&F Editions, 2018.

³⁹ Alexandre (O.), Coavoux (S.). « Les influenceurs de la Silicon Valley. Entreprendre, promouvoir et guider la révolution numérique », *Sociologie*, 12 (2), 2021.

concernant les pratiques extrascolaires. Les capacités financières de leur milieu d'origine se distinguent toutefois de celles familialement héritées *via* les dynasties des Carnegie, Vanderbilt, Rockefeller à New York, ou des familles Biddles, Cadwaladers et Drexels à Boston⁴⁰. Cette remarque s'applique aux entrepreneurs les plus célèbres de la région, à l'image des fondateurs de Google, fils de chercheurs et professeurs en mathématiques, du PDG de Facebook, fils de dentiste du New Jersey, du fondateur d'Airbnb, fils d'une mère assistante sociale élevé dans une ville de 20 000 habitants de l'État de New York, ou du cofondateur d'Uber, fils d'ingénieur civil ayant grandi dans la région de Los Angeles.

Les enquêtés ont également déclaré privilégier les loisirs qu'ils et elles qualifient de « *mainstream* » tels que les jeux vidéo, les séries, les sorties dans les « *diving bars* » de San Francisco, mais aussi les voyages, les restaurants, quand les budgets argent et temps le leur permettaient. Aucun enquêté n'a déclaré fréquenté l'opéra de la ville. Le fait d'évoluer dans un univers professionnel extrêmement compétitif les conduit en effet à surinvestir le travail, tandis que leur âge et leur situation de vie les portent à des démarches de rencontres amicales et amoureuses, dans une région qui accueille nombre de jeunes arrivants et affiche les plus hauts taux de divorce du pays, comme l'illustre les groupes les plus populaires du réseau social *Meetup* en 2022⁴¹. De même, les modes de déplacement privilégiés par les professionnels sont le vélo, le bus et de nombreux employés des entreprises se rendent sur leur lieu de travail au moyen du Caltrain, l'unique ligne de transport ferroviaire qui traverse la Silicon Valley du Nord au Sud. Les voitures emblématiques de la région ne sont pas des voitures de sport ou des *self-driving cars*, mais des véhicules hybrides ou électriques, les Prius étant prisées aussi bien par des chauffeurs Uber que par les fondateurs de Google⁴², les premiers comme les seconds déclarant être attachés à la défense de l'environnement.

Autre manifestation de cet *ethos* égalitaire : le fait que les tee-shirts, pulls à capuche, et baskets représentent un standard chez les travailleurs et travailleuses des nouvelles technologies, y compris chez les hauts dirigeants. Les sandales et shorts cargo ont pu être présentés dans les médias comme la griffe d'entrepreneurs de renom, à l'image de M. Zuckerberg, fondateur de Facebook, de R. Hoffman, fondateur de LinkedIn⁴³ ou de P. Graham, fondateur du Y Combinator, principal accélérateur de startups de la région⁴⁴. Plusieurs enquêtés ont ainsi déclaré se focaliser sur le travail, au risque de se présenter aux rendez-vous professionnels avec des « pantalons trop long⁴⁵ » ou des vêtements qui seraient jugés peu soignés à Boston, New York ou Paris. Ainsi Silicon Valley apparaît comme un monde d'égalité, alors même qu'elle est le premier foyer de richesses au monde.

« *Les cravates, y a que les chauffeurs qui en portent* ». *Normalité ostentatoire et stratégies d'égalisation des statuts*

À travers la mise à distance des signes de distinction transparait la volonté d'occulter les écarts de statuts. L'environnement de travail et les relations professionnelles donnent à voir le sens pratique et les stratégies associés à cette mise à distance. En tout premier lieu,

⁴⁰ Baltzell (E.), *Philadelphia Gentlemen...*, *op. cit.*

⁴¹ Les groupes les plus populaires étant « *New to SF/Bay area* » avec 9000 membres, « *SF Area Young, Wild and Free Singles* » composé de plus de 5000 membres, tandis que le groupe « *20 & 30 - something friends and fun in SF* » comprenait plus de 17 000 membres. Source: « *Meetup San Francisco* », consulté le 06 mai 2022.

⁴² Wolfe (A.), *Valley of Gods*, New York, Simon&Schuster, 2017.

⁴³ « Reid Hoffman's Big Dreams for LinkedIn », *The New Yorker*, 12 octobre 2015.

⁴⁴ Stross (R.), *The Launch Pad. Inside Silicon Valley's Most Exclusive School for Startups*, New York, Penguin, 2012. Ndlr : les accélérateurs comme les incubateurs de start-up sont des structures – publiques ou privées – d'accompagnement de porteurs de projets innovants dans le but de les aider à développer leur start-up.

⁴⁵ À l'image du fondateur de Twitter au moment de la fondation de l'entreprise, cf. Bilton (N.), *Hatching Twitter*, *op. cit.*, chap. 1.

l'architecture même des grandes entreprises, dont le siège est également nommé « campus », a été conçue pour favoriser l'horizontalité (pas ou peu d'étages), et les employé.es disent y voir régulièrement leurs dirigeant.es : une spécialiste d'analyse de données déclare particulièrement apprécier que le bureau de Zuckerberg, qu'elle appelle « Mark », soit situé au cœur de l'*open space* du bâtiment où sont regroupées les équipes techniques de Facebook au siège de Menlo Park ; un manager chez Netflix rend hommage, lors d'un entretien, au choix de son *chief executive officer*, Reed Hastings, de ne pas avoir de bureau dans les locaux afin de se déplacer et d'être au plus près de ses équipes ; un analyste qualité produit passé par Google se souvient, pour sa part, que dans les années 2000, il croisait régulièrement les deux fondateurs sur le campus ou dans des réunions d'équipe habillés « comme tout le monde ici, en teeshirts et baskets ». Le témoignage d'un diplomate illustre la manière dont les signes de distinction sont susceptibles d'être reçus et interprétés par les professionnels du secteur technologique :

« La première fois que je suis allé chez Google, j'arrive, je me dirige vers la salle de réunion, je rentre, je tombe sur une trentaine de mecs assis qui m'attendaient, et là... Silence. Puis, quelqu'un commence à me dire : "Ah, désolé, on croyait que c'était le chauffeur"... J'ai compris après : j'étais venu habillé comme j'avais l'habitude de faire en Europe : avec une cravate. Mais ici, les cravates y a que les chauffeurs qui en portent. »

Entretien avec un diplomate, devenu investisseur, homme, d'origine française résidant à San Francisco depuis 2011, novembre 2016

L'ensemble de ces indicateurs peut être envisagé comme la manifestation d'une norme ajustée aux intérêts productifs des firmes technologiques. Pour comprendre sa formation et son utilité, il est nécessaire de s'intéresser au mode de production et à l'organisation du travail caractéristiques de la région. En effet, les objets et solutions techniques, au travers des différentes générations allant de la radio des 1910 au logiciel des années 2010, en passant par les transistors et les puces électroniques, y sont développés dans le cadre de projets collectifs, à partir d'une relative égalité de statut initiale, en termes d'âge, d'autorité et de ressources. *A contrario* de la représentation de l'invention comme acte solitaire, Paris Chrysos montre dans une étude sur les développeurs que cette égalité relative était la condition de l'expérimentation et de l'innovation, dans la mesure où elle favorise les affinités électives, les prises d'initiative au sein du groupe, la suspension des jugements hiérarchiques et le maintien d'un rapport de confiance entre pairs. Anna Lee Saxenian souligne pour sa part que la Silicon Valley se distingue d'autres foyers industriels par la qualité, la densité et l'ouverture de ce type de cercles de collaboration, non seulement au sein des entreprises, mais aussi entre les entreprises⁴⁶. Cette forme sociale - celle de petits groupes affinitaires relativement informels réunis au sein d'espaces en clair-obscur (dortoirs, garages, cafés, colocations, etc.) à la fois visibles des pairs, mais en retrait des instances d'autorité (professeurs, dirigeants, parents, etc.) - se retrouve à l'origine de nombreuses entreprises à succès de la région : Hewlett-Packard, Apple, Google (garages) ; Box, Facebook, Snapchat (dortoirs) ; Yahoo, Paypal, Netflix (cafés), etc. Le souci de préserver une forme apparente d'égalité s'étend au-delà de l'entrepreneuriat, comme l'a mis en évidence Michel Lallement dans son ethnographie de Noise Bridge, un *hacker space* situé au cœur de San Francisco, où l'invention s'opère par l'acquisition et le partage de savoir-faire *via* la fabrication d'objets techniques artisanaux⁴⁷.

Cette recherche d'égalité des conditions de travail s'inscrit donc, d'une part, dans la continuité d'une histoire de la Silicon Valley marquée par la volonté des dirigeant.es de maintenir la qualité du travail au sein des équipes de technicien.nes et d'ingénieur.es, d'autre

⁴⁶ Saxenian (A.), *Regional Advantage: Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128*, Cambridge (MA), Harvard University Press, 1994.

⁴⁷ Lallement (M.), *L'Age du Faire. Hacking, travail, anarchie*, Paris, Seuil, 2015.

part, dans le droit fil de stratégies de fidélisation des employé.es à forte valeur ajoutée, dont le profil est particulièrement recherché sur le marché du travail. L'historien C. Lécuyer met ainsi en lumière comment, dès les années 1930, les dirigeants de la région, parfois influencés par les idées socialistes, ont cherché à minimiser les écarts de statut entre salarié.es afin de préserver la cohésion des équipes et la qualité de la production⁴⁸. Des personnalités comme Robert Noyce et Gordon Moore, cofondateurs d'Intel, ont, par exemple, exercé une influence durable sur les pratiques de management en cours au sein de la région. Après avoir quitté Fairchild en raison du refus de son fondateur de céder des parts de l'entreprise aux ingénieurs et de réinvestir les profits réalisés dans les départements techniques⁴⁹, ils ont adopté une politique de hauts salaires pour leurs employé.es et mis en place un système d'intéressement, celui des stock-options⁵⁰. Cette politique managériale explique l'investissement des salarié.es dans leurs entreprises, mais aussi des formes d'effacement des marques de distinction en leur sein, à la demande expresse de leur direction. À l'occasion d'un entretien, un responsable d'équipe de Google m'a ainsi demandé de couper l'enregistrement si je voulais qu'il m'indique le montant de son bonus, conformément aux demandes des équipes de ressources humaines faites aux employés de ne jamais divulguer les montants afin de minimiser les sources de conflits au sein de l'entreprise.

Cet effort des directions et des organisations pour maintenir une sociabilité cohésive au travail se retrouve à travers des exemples en apparence triviaux, comme le fait d'offrir à l'arrivée de tout nouvel employé un ensemble de « *goodies* », comprenant le plus souvent une tasse à café, une casquette et un t-shirt, tous marqués du nom de l'entreprise. Si ces éléments peuvent sembler anodins, leurs usages ne le sont pas : ils sont quotidiennement portés et mis en évidence dans l'espace de travail, l'espace public et l'espace domestique. Ils deviennent de fait des supports de solidarité dans l'entreprise, de sa promotion dans l'espace public, et un principe de définition de l'identité dans l'espace privé.

Ainsi, alors que la Silicon Valley est devenue le premier foyer de concentration de capital économique au monde, les signes de richesse et les marques de distinction tendent à être délibérément occultés par les professionnel.les du secteur. Plus encore qu'un *ethos* égalitaire, les vêtements, l'habitat et les styles de vie tendent à exprimer une forme de normalité ostentatoire. En effet, on pourrait voir dans les formes de sociabilités et les codes culturels relâchés de la Silicon Valley l'affirmation d'un « élitisme sans classe⁵¹ ». L'enquête incite toutefois à envisager une autre hypothèse : celle d'un effet de normalisation et de domination d'un groupe socioprofessionnel spécifique au sein d'une industrie à la fois différenciée et hiérarchisée.

Face à la norme égalitaire : écarts symboliques et économiques

Les enquêtés et les journalistes présentent la Silicon Valley comme une société ouverte culturellement homogène. Cette homogénéité procède, dans les faits, d'une série de stratégies,

⁴⁸ Cf. Lécuyer (C.), *Making Silicon Valley. Innovation and the Growth of High Tech (1930-1970)*, Cambridge (MA), MIT Press, 2005, chapitre 5.

⁴⁹ Berlin (L.), *The Man Behind the Microchip: Robert Noyce and the Invention of Silicon Valley* New York/Oxford, Oxford University Press, 2005.

⁵⁰ Lécuyer (C.), *Making Silicon Valley...*, *op. cit.*

⁵¹ Cette notion fait référence à une organisation sociale hiérarchisée, ne reposant pas sur un système de caste ou de contrôle formel par les membres d'une classe. Dans un article évoquant l'enquête dont est issue *The Protestant Establishment*, E. Baltzell écrit : « un *establishment* signifie qu'une société est dirigée par une classe d'hommes qui agissent selon un code de bonnes manières convenu. Certaines choses ne sont pas faites ; si elles le sont, elles ne sont pas discutées en public, même si les violations de la convention conduisent à l'ostracisme de la classe. En revanche, en l'absence de conventions et d'ostracisme de classe, tout ce qui se passe devient propriété publique et l'exposition médiatique est le seul remède. Les *fuites* les plus institutionnalisées à Washington aujourd'hui sont les symboles d'un élitisme sans classe. » cf. Baltzell (E.), « *The Protestant Establishment revisited* », *American Scholar*, 45 (4), 1976.

entrepreneuriales et managériales. La valorisation du « *casual* », d'un « esprit californien » et des emblèmes que sont le tee-shirt et le sweat à capuche, correspondent à un processus de normalisation d'un groupe socioprofessionnel spécifique au sein d'un univers hétérogène et hiérarchisé. Cette section traite de la manière dont les écarts à cette norme sont susceptibles de révéler cette diversité, tandis que les écarts en termes de niveaux et de types de rémunérations en fournissent plus directement un indicateur. Deux types d'écarts, symboliques et économiques, sont régulièrement constatés et subis par les enquêtés⁵². Ils mettent en lumière les frontières sociales à l'œuvre au sein de la Silicon Valley.

« *Il faut faire partie des cool kids* ». *Le relâchement vestimentaire comme vecteur de domination symbolique*

Alors que l'absence de signes d'autorité et de marques de richesse dans la Silicon Valley ait pu être présentée par des journalistes et des enquêtés comme une absence de norme, elle assoit en réalité la domination symbolique d'un groupe spécifique de travailleurs. Le stéréotype du « *techie* » recouvre une seconde figure : celle du « *brogrammer* » (contraction de l'expression « *bro* » utilisée sur les campus entre étudiants pour se désigner et s'interpeller, et de « *programmer* » informatique). Dans les esprits, elle renvoie à un jeune homme, d'une vingtaine d'année, blanc, sans enfant, passés par des formations prestigieuses, qui vit en collocation avec des collègues du même âge, salariés d'une grande entreprise ou travaillant à créer leur propre entreprise. Or, cette représentation correspond à des identités performées. Des enquêtés ont ainsi évoqué le travail de normalisation qu'ils et elles ont dû engager, s'efforçant d'estomper les marques d'appartenance culturelle à d'autres milieux sociaux, y compris celles qui apparaîtraient du point de vue de la culture légitime comme *a priori* les mieux installées. Un enquêté, d'origine française, pratiquant catholique, passé par des grandes écoles, explique ainsi :

« Ici, il faut être cool, fumer de la beuh, paraître plus jeune que tu ne l'es... C'est pas très clair non plus... C'est un truc californien, dans l'esprit, les vêtements... Tout ça est très loin de moi. Je me suis marié à l'église, j'ai jamais été dans les gens cools à l'école, je me reconnais pas là-dedans. Ici, il faut parfois que je me change pour aller au boulot, que je mette des teeshirts de merde, pour faire plus développeur... Je mets des polos, mais je rajoute un sweat à capuche pour faire cool (*rires*). Ça m'énerve de faire semblant de mal m'habiller... »

Entretien avec un entrepreneur, devenu développeur, homme, nationalité française, résidant à San Francisco entre 2014 et 2018, septembre 2016

Les écarts perçus et déclarés par les enquêtés à cette norme permettent d'objectiver les propriétés individuelles qui servent de fondement aux hiérarchies internes et aux délimitations entre groupes socioprofessionnels. L'analyse des entretiens conduit ainsi à repérer une série de traits individuels différenciants, parfois vécus comme discriminants : être identifié comme femme ou comme membre d'une communauté ethnique, résider dans une zone périphérique de la Silicon Valley, être âgé ou de nationalité étrangère, disposer d'un moindre capital technologique ou d'un réseau constitué à distance des grandes universités.

En effet, du point de vue même des enquêtés, les propriétés sociales conditionnent les ressources affinitaires activables et par extension les opportunités professionnelles très inégales selon que l'on se présente comme homme, femme ou non-binaire, ressortissant.e des Etats-Unis ou membre d'une diaspora, diplômé.e d'établissements prestigieux ou d'une formation méconnue, etc. La manière dont ils et elles se vivent comme distant de la norme, ce qu'ils et

⁵² L'écart constaté et subi se différencie en cela des « pratiques de l'écart », adoptées et valorisées par les membres d'une marges sociale. Cf. notamment Dorso (F.), « Pour une sociologie de l'écart. Affiliation et différenciation dans les processus de socialisation et d'urbanisation », *Nouvelles Perspectives en Sciences Sociales*, 8 (1), 2012.

elles se sentent autorisé.es à faire ou au contraire ce qu'ils et elles s'interdisent, met au jour des différenciations sur le plan normatif. Une entrepreneuse évoque à travers les « vêtements » sa socialisation et son positionnement au sein de la Silicon Valley. Elle envisage ainsi le fait d'être une femme et d'être arrivée dans la Silicon Valley après un passage à Washington DC, comme deux freins à son intégration professionnelle, qu'elle tente de contrebalancer. Alors que les grandes entreprises de la Silicon Valley comptent une minorité de femmes (entre 10 et 30% dans les grandes entreprises), elle évoque en ces termes cet écart de standard, à la fois entre deux régions, mais aussi entre hommes et femmes. En effet, la trajectoire conditionne les propriétés activables et les solidarités investies : les hommes différemment des femmes, les ressortissant.es des Etats-Unis différemment des membres de diaspora, des diplômé.es de grandes écoles différemment de formations peu connues et reconnues sur le marché du travail, etc. L'identification à la condition d'étranger ou au genre féminin permet de mettre au jour ces écarts symboliques attachés au positionnement. Une entrepreneuse l'évoque à travers un objet aussi banal que le vêtement.

« À DC où j'ai passé cinq ans, il faut être sérieux compétent, habillé professionnellement. Dans la vallée, je porte jamais un tailleur... Parce que si tu t'habilles trop bien, les gens te font des remarques, limite en te disant... que c'est pas approprié en quelque sorte. Les règles non écrites sont différentes entre la Silicon Valley et DC. J'ai dû les réapprendre. Et ici il y a un élément moins rationnel. Il faut faire partie des *cool kids* ; ça n'a rien avoir avec la qualité de ton travail, tes compétences professionnelles, c'est quelque chose d'indéfinissable, c'est dans l'œil de celui qui te parle. Là, je viens de faire une conférence, les femmes qui ont été sélectionnées, clairement... J'ai eu le sentiment que c'était pas juste la qualité des propositions, mais aussi : est-ce qu'elles étaient sapées assez cool ? Est-ce qu'elles avaient fait un effort pour être un peu plus *trendy* ? Du coup, je l'ai fait, c'est bien... À DC, il faut pas être habillé à la mode, c'est une mauvaise idée, il faut mettre son tailleur gris et faire comme tout le monde. Alors qu'ici c'est vachement important quand t'es une femme : ça fait plus *entrepreneur* [ndlr : utilise le masculin]. Donc j'ai dû renouveler toute ma garde-robe. Tous les vêtements professionnels que j'avais à DC sont devenus un handicap. Ici, quand t'es une fille, il faut être *fashion*, mais contrairement à Paris, ici, c'est pas une mode... comme à Milan ou New York City. C'est plutôt chacun sa mode. En tant qu'entrepreneuse, ça fait partie de ton image de marque, c'est comme de vendre des beaux bâtiments et d'être habillée comme une souillon, ça colle pas. C'est un élément de communication. Mais je ne suis pas un mec. Donc je ne me retrouve pas dans la culture teeshirts-jean de la Silicon Valley, je vais pas au bureau comme ça, et je ne vais pas rencontrer mes investisseurs comme ça, je ne suis pas Mark Zuckerberg, donc c'est ni le sweat à capuche, ni le tailleur... Obama et Zuckerberg mettent la même chose tous les jours. L'argument c'est : on se concentre sur les choses importantes. Mais tu imagines une femme faire ça ? Non. Il y a une responsabilité. Ça fait partie de mon image de marque, et si je vais dans une conférence tout le monde peut me remarquer si je mets une veste rouge. »

Entretien avec une entrepreneuse, femme, américaine, résidant dans la Silicon Valley entre 2012 et 2019, octobre 2016.

Cet extrait d'entretien donne à voir une relative unicité des normes, mais une variété des manières de s'y ajuster en fonction des propriétés sociales et sexuelles. Comblé par des tactiques, cet écart alimente un sentiment de désillusion chez certain.es enquêté.es, confronté.es à l'« hypocrisie⁵³ » de l'entrepreneuriat, entre la promesse d'un fonctionnement méritocratique et le constat du poids persistant des inégalités. En effet, alors même que les professionnel.les se vivent et se représentent comme les membres d'une société ouverte, y compris dans les rapports hommes-femmes bien loin des hiérarchies observables dans d'autres centres économiques tels que ceux des pays du Golfe⁵⁴, cet extrait d'entretien montre en quoi les normes s'appliquent différemment chez les hommes et chez les femmes, les étrangers et les américains, les jeunes et les vétérans, les « *cool kids* » et les autres.

⁵³ Pour reprendre le terme de Patricia Thornton dans Thornton (P.), «The Sociology of Entrepreneurship», *Annual Review of Sociology*, 25 (1), 1999.

⁵⁴ Cf. Le Renard (A.), « "On n'est pas formatés comme ça en Occident". Masculinités en compétition, normes de genre et hiérarchies entre nationalités dans une multinationale du Golfe », *Sociétés contemporaines*, 94, 2014.

Une société culturellement « ouverte » mais socialement hiérarchisée. La stratification des réseaux informationnels

De la même manière, l'enquête a été l'occasion d'observer l'intensité du clivage entre les professionnel.les appartenant à la Silicon Valley et ceux identifié.es comme extérieur.es à cette dernière (que cette extériorité se dise en termes culturels, ethniques ou du point de vue du seul lieu de résidence). Les « petites mains » résident ainsi dans les zones les moins chères et les plus périphériques de la région (parfois à près de trois heures de transport), comme locataires et non comme propriétaires ; les professionnel.les d'origine européenne, indienne et chinoise, fortement représenté.es dans la Silicon Valley, font pour leur part l'objet d'une forme de marginalisation informationnelle par les américains les mieux intégrés, comme le dénote les propos de cet employé d'une grande entreprise :

« Au boulot, c'est à peu près 50% de gens qui vivent à San Francisco, 50% dans le reste de la Silicon Vallée ; les européens qui arrivent, qui ont 20 ans, ils habitent tous dans San Francisco. C'est les petits blancs européens ou américains, qui habitent dans des colocs et se tapent le bus pour venir. Les asiat' sont plus ici dans la vallée... Et dans mon équipe, quand on va bouffer au bureau... Déjà on se donne pas rendez-vous, on se dit juste : "Qui est dispo maintenant ?" Et quand je bouffe avec mon petit collègue chinois qui vient d'arriver, on parle : boulot, s'il a trouvé où dormir... ça vole jamais très haut... Et parler boulot, ça reste assez technique ou sinon c'est du type : "Faut que t'appelles machin, que tu fasses truc..." Les mecs d'en bas, enfin les ingé de l'équipe quoi, c'est des opérateurs... ils me font halluciner... C'est des contributeurs universels, mais sans patrie. Et quand tu montes chez les managers, eux, là tu vois qu'il y en a qui s'intéressent beaucoup à ce qui se passe dans la vallée ; avec eux, tu peux parler de l'écosystème : ils lisent, se tiennent informer de qui fait quoi, vont voir des démos. Je pense par exemple à un mec très haut placé ici, qui est hyper connecté. Ce type de mec sait tout ce qui se passe dans les autres boîtes. L'autre jour, je lui parle [d'une nouvelle entreprise permettant de développer des robots logiciels], il me dit : "Oui, je connais, c'est le parrain de ma fille qui s'en occupe..." Il est socialement connecté avec tous les dirigeants importants [ndlr : *key leaders*] de la vallée. Mais pour moi, ça me semble inaccessible. C'est le même type de réseaux que tu retrouves en Angleterre dans la finance, en Australie dans la banque, sauf que là, c'est pas la famille où faut être né ou l'école privée de tel endroit qu'il faut avoir faite. C'est plus fin que ça. Je connais vraiment pas beaucoup de gens qui ont grandi ici. Mais en tout cas, au niveau n+2 +3, les gens sont beaucoup plus au courant de ce qui se passe dans le monde de la technologie. »

Entretien avec un ingénieur, salarié et responsable d'équipe dans une grande entreprise, résidant dans la Silicon Valley depuis 2012, janvier 2020

La question de la racialisation soulève le même type d'ambiguïtés que celles soulignées par l'enquête entre une société culturellement ouverte et socialement hiérarchisée. En effet, alors que la population dite « caucasienne » représente 29% des adultes de la région⁵⁵, les milliardaires de la Tech sont presque en totalité blancs sans jamais qu'ils ne présentent cette propriété comme professionnellement pertinente. Dans le même temps, le personnel de service faiblement rémunéré qui assure les tâches subalternes de ménage, de sécurité, de restauration et de transport dans les entreprises, sont embauchés explicitement sur des critères raciaux dits « d'inclusion », afin d'augmenter le ratio « diversité » des entreprises. Aux postes de manager.euses des grandes entreprises, on note une quasi-absence des communautés hispaniques et afro-américaines, alors même que de nombreux.euses dirigeant.es ont communiqué sur la volonté de rendre le secteur des nouvelles technologies plus inclusif.

La question de la formation des réseaux s'avère particulièrement heuristique pour éclairer ce paradoxe. Comme le relève Michel Ferrary, « les réseaux socio-économiques de la Silicon Valley sont pour l'essentiel de trois natures : universitaires (Stanford, Harvard, MIT, UCLA...), entrepreneuriaux (anciens salariés de grandes entreprises comme Intel, Sun,

⁵⁵ Source : Silicon Valley Index 2021.

Fairchild...) et ethniques (25 % des résidents californiens sont des étrangers)⁵⁶ ». Toutefois, les enquêtés soulignent que ces réseaux n'ont pas d'étendue et d'influence équivalente professionnellement : ceux et celles ayant occupé.es précocement des postes de responsabilités passés par certaines entreprises (dits « Paypal mafia », « Google mafia », « Facebook mafia »), et dans une moindre mesure, ceux ayant créé une entreprise durant leurs années de formation dans les universités de Harvard, Berkeley et Stanford disposeraient d'un avantage comparatif sur ceux formés dans d'autres universités ou membres de communautés d'appartenance (nationaux, genre, profession, etc.). Or, l'économiste Junfu Zhang a fait la démonstration à partir de données biographiques sur les fondateurs de *startups* que le réseau d'anciens et le niveau de reconnaissance des universités comptaient davantage dans le fait d'être financé que la proximité géographique des fondateurs aux grandes enseignes de capital-risqueurs⁵⁷.

L'*ethos* égalitaire se donne ainsi comme le produit d'une somme de stratégies individuelles, plutôt que comme un acte de foi, chacun cherchant à coller au plus près du standard des professionnel.les hautement qualifié.es et recherché.es sur le marché du travail. De ce point de vue, les asymétries économiques, à travers les modes et le montant de rémunérations, matérialisent les frontières sociales décrites ici. En effet, au-delà des grandes disparités entre « petites mains » et « grands architectes » de la vallée, les lignes de démarcation entre niveaux de rémunération se font jour *via* les salaires, les bonus et les avantages.

Invisibilité de l'argent et valorisation de l'enrichissement. Les paradoxes d'une société inégalitaire

À la suite de leur arrivée dans la Silicon Valley, plusieurs enquêtés ont évoqué une socialisation accélérée à d'importantes sommes d'argents. Toutefois, dans les discours et déclarations publics, la question de l'enrichissement n'apparaît que rarement comme une motivation, s'effaçant derrière le désir de fonder une entreprise, la griserie de l'invention, la volonté de bousculer les *statu quo* ou encore le souhait d'avoir un « impact ». Les travailleurs et travailleuses de la région renoncent fréquemment à de hauts salaires ou des carrières stables au profit d'une trajectoire incertaine et sélective de fondateurs et fondatrices d'entreprises. L'enrichissement personnel n'est donc pas présenté comme un objectif de départ ou une raison de leur engagement dans le secteur des nouvelles technologies. Néanmoins, les professionnel.les de la Silicon Valley n'agissent pas collectivement pour réduire les inégalités économiques à la manière des dirigeant.es politiques, manager.euses de grandes entreprises et scientifiques réunis dans leur soutien au *Welfare State* au cœur du 20^e siècle étudiés par l'historien O. Zunz⁵⁸. Au contraire, ils et elles cherchent à créer des écarts de valorisation économique au sein de la Silicon Valley qu'ils tendent à célébrer comme des écarts de qualité. Certains se réjouissent ainsi de l'importante différence entre le milieu où ils ont grandi et celui où ils évoluent désormais. D'autres rappellent le contraste entre les difficultés des débuts et le niveau de réussite atteint ensuite. Des enquêtés insistent sur leur souhait de valoriser le travail de leurs employé.es et de les mettre « à l'abri ». Des investisseur.euses affirment rechercher les effets d'opportunités, « mettre en concurrence les différences marginales » pour optimiser leurs placements ou disent être « tout naturellement capitalistes ». De ce point de vue, pour les jeunes arrivant.es et débutant.es dans le milieu des nouvelles technologies, les sommes importantes d'argent font l'objet d'une découverte plus ou moins brutale, comme l'évoque un

⁵⁶ Ferrary (M.), « 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 (2), 2001.

⁵⁷ Zhang (J.), « Why do some US universities generate more venture-backed academic entrepreneurs than others », *Venture Capital*, 11 (2), 2009.

⁵⁸ Zunz (O.), *Why the American Century?*, Chicago (IL), Chicago University Press, 1999.

enquête d'origine indienne ayant fait ses débuts en tant qu'étudiant-stagiaire dans la Silicon Valley au milieu des années 1990 :

« Le premier projet sur lequel j'ai bossé, c'était un service de courriel et de calendrier sur une plateforme... Tout ce que tu vois dans Gmail aujourd'hui, on faisait ça avec un copain *via* Usenet en 1994-95, c'était même pas encore Internet ! J'étais vraiment curieux, donc je passais beaucoup de temps sur Usenet, et des gens ont commencé à me remarquer, parce que j'étais très actif. Des banquiers m'ont dit qu'ils étaient intéressés par la création d'une plateforme d'outils de collaboration. Moi, j'ai tout de suite dit : "Oui je peux le faire !" J'avais juste mon ordi de bureau, j'ai codé, j'ai fait les choses avec des logiciels libres, on a monté le truc et on l'a vendu pour 250 000 dollars. La veille de leur présenter, le code marchait même pas ! Mais on y est allé quand même. Ils nous ont mis au Four Seasons [Ndlr : chaine d'hôtel de luxe d'origine canadienne], nous ont envoyé une limousine et on a présenté le produit devant leur équipe commerciale. On était encore étudiants ! J'étais un étudiant qui était déjà payé 20 dollars de l'heure comme stagiaire chez Oracle, soit plus que n'importe quel étudiant, à qui on venait de filer 250 000 dollars. J'avais un stage, une bourse, de l'argent... c'était vraiment fou pour moi, qui avais grandi un Inde avec un père fonctionnaire. Ça nous a donné un aperçu de ce qui était possible. Je me suis dit : "Tout ce que tu as à faire, c'est t'impliquer, t'investir et ça te donnera accès à tout l'argent du monde". »

Entretien avec un entrepreneur, ancien développeur, homme, d'origine indienne, résidant dans la Silicon Valley depuis 1994, février 2020

L'argent apparait de fait comme ambivalent au sein de la population étudiée. En effet, il est rare en tant que médium. Il occupe une place réduite dans le quotidien des travailleurs et travailleuses de la Silicon Valley. Peu de pièces et de billets s'échangent, les cafés et boutiques fréquentés par les « *techies* » proposent des modes de paiement dématérialisés, et les factures et tickets de caisse sont fréquemment transmis par courriels. Les travailleur.euses de la Silicon Valley comptent parmi les premiers utilisateurs et promoteurs de services de paiements alternatifs développés dans la région (Paypal, Ebay, Amazon, bitcoins, etc.). Leurs entreprises privilégient le développement de services gratuits tandis que leurs employé.es disent leur attachement à l'univers du logiciel libre⁵⁹. Les idées, les informations, les conseils et les visions stratégiques s'échangent quotidiennement sans faire l'objet d'une rémunération spécifique, d'un bilan annuel ou d'une comptabilité. Les activités de loisir tendent à être intégrées à l'espace-temps de l'entreprise, au travers d'ateliers gratuits comme chez Google ou Facebook. Les employé.es de ces entreprises se rendent chaque année en nombre au festival du Burning Man⁶⁰ dont l'un des principes fondateurs est celui de « démarchandisation » (ndlr : « *decommodification* »), Google étant devenue actionnaire majoritaire de l'organisation en 2020. Pour autant, l'argent s'avère omniprésent en tant que signe du succès⁶¹. Cet enquête donne ainsi à voir la manière dont les entrepreneur.euses s'étant enrichi.es symbolisent aux yeux de leurs interlocuteur.trices une réussite plausible et une proximité *aux* modes de sociabilité égalitaires précédemment évoqués :

« Quand je suis arrivé ici, je suis allé à plein de *meetups*. Ma femme était enceinte, elle venait pas trop, se plaignait de pas me voir... Mais, moi, j'aimais aller à ces trucs, parce que je rencontrais des gens hyper intéressants qui avaient un but : réaliser quelque chose, et pas juste devenir riche. Il y a beaucoup de gens qui osent prendre des risques ici, c'est ça qui est génial. Et j'ai rencontré à ce moment un *designer* qui bossait pour une boîte assez importante ; je l'ai gardé dans mes contacts Twitter, LinkedIn, etc. Je savais qu'il était parti créer une boîte à New York, et là, il sort un calendrier sur iOS, je télécharge, le truc est bien designé, mais ça reste un calendrier, c'était y a deux ans. La semaine dernière : un pote organise un

⁵⁹ Cf. notamment Alcaras (G.), « **Des biens industriels publics. Genèse de l'insertion des logiciels libres dans la Silicon Valley** », *Sociologie du travail*, 62, 2020.

⁶⁰ Turner (F.), *L'usage de l'art. De Burning Man à Facebook, art, technologie et management dans la Silicon Valley*, Caen, C&F Editions, 2020.

⁶¹ Kantorowicz (E.), *Les Deux Corps du roi. Essai sur la théologie politique au Moyen Âge*, Paris, Gallimard, 1989.

barbecue improvisé, et je retrouve ce type, qui en fait venait de vendre sa boîte pour 100 millions de dollars à Microsoft. Il a 25 ans. Respect. On discute, le mec est super, je lui demande ce qu'il va faire, il me dit : "Écoutes, on a une clause, on doit rester trois ans chez Microsoft si on veut toucher tout notre argent, on a vachement d'autonomie, un vrai projet, donc c'est super"... Et ça, de voir ça, je trouve ça génial, j'ai adoré, je me dis : "Tout est possible !" Y a plein de cas comme ça ici où tu te dis : "C'est possible". »

Entrepreneur/CTO, cofondateur de trois startups, homme, d'origine française, résidant dans la Silicon Valley depuis 2012, mars 2016

Si l'enrichissement est socialement valorisé, c'est aussi parce qu'il est perçu comme accessible sur des bases relativement égalitaires, *via* l'intelligence, l'initiative et le travail. Peu de fortunes reposent sur l'exploitation et le commerce de ressources naturelles ou sur l'appartenance à une famille privilégiée, et il s'agit davantage des réussites entrepreneuriales. Toutefois, bien que la richesse, consécutive au succès entrepreneurial, opère comme un facteur de croyance en la possibilité de la réussite de tous (à la manière de la réussite scolaire de quelques boursiers dans le système français), l'enrichissement demeure aléatoire et asymétrique. En effet, plus de 60% des entrepreneurs de la région gagnent moins de 50 000 dollars par an⁶². Or, le coût de la vie (en termes de logement, d'éducation ou de consommation courante) fait qu'un ménage avec deux enfants disposant d'un revenu de 80 000 dollars par an peut être considéré, par le bureau des études socioéconomiques de la ville de San Francisco, comme proche du seuil de pauvreté. Nombre d'événements et de conférences portent également la trace de cet écart entre l'économie projetée et l'économie de moyens resserrée de l'entrepreneuriat technologique. L'illustre cette réunion rassemblant entrepreneur.euses, investisseur.euses et ingénieur.es à laquelle nous avons assisté. Se succèdent sur l'estrade des présentations affichant des projections de marchés dépassant toutes des dizaines de milliards de dollars. Pourtant, en contre-champ, les décors rappellent l'économie de moyens relativement sommaire dans laquelle évoluent les entrepreneurs en quête de financement et le contraste avec les ambitions affichées sur scène :

L'événement - un tournoi de présentations (« *pitch contest* ») – prévoit une dizaine de présentations. Il a lieu dans les bureaux d'une start-up du quartier de Soma (South Market), ancien quartier des ateliers, un temps délaissé et paupérisé, puis réinvesti par les start-ups dans les années 2010. J'apprends plus tard que les bureaux sont loués. Des chaises de plastique blanc ont été installées en rangs serrés dans cet ancien atelier mal isolé. Les murs sont délavés et une vieille moquette grise contraste avec la décoration qui a l'air de tenter de les faire oublier : un grand arc en ciel peint ou collé, avec au second plan la ville de San Francisco, reprenant les mêmes couleurs acidulées. Un écran de télévision fait défiler des nombres à la manière du film *Matrix*. La décoration et les couleurs criardes « à la Google » utilisées ne permettent pas d'effacer le contraste avec l'état du bâtiment, à la fois en mauvais état et aux couleurs ternes visiblement héritées des années 1980-1990. L'événement s'achève finalement plus tôt de prévu car, selon un employé que j'interroge, ils sont « obligés » de louer ce soir, pour un second événement...

Extrait du journal de terrain, 19 janvier 2016

Ce type de contraste excède les seuls espaces de travail. En effet, la Silicon Valley compte 9 millions d'habitants, trois millions de travailleur.euses dans le secteur des nouvelles technologies⁶³, et seulement 74 milliardaires⁶⁴. La « réussite », au sens que lui donnent les

⁶² Ce chiffre est tiré d'une enquête réalisée par le magazine professionnel *The Next Web* à partir des données de Compass recensant les revenus d'entrepreneurs de plus de 11 000 startups dans le monde, selon laquelle 75% des entrepreneurs de la Silicon Valley se rétribuent moins de 75 000 dollars par an, 66% moins de 50 000 dollars par an. En comparaison, le revenu moyen des entrepreneurs était de 72 363 dollars en Australie, et de 30 208 en Inde. Source : « Startup CEO salary : how much do founders pay themselves. Probably not a very high one », *The Next Web*, 14 janvier 2014.

⁶³ Lehman-Frish (S.), *Sociologie de San Francisco*, Paris, La Découverte, 2018.

⁶⁴ En 2017, 2743 milliardaires étaient recensés dans le monde, avec une concentration dans les régions de New York (103), Hong Kong (93), San Francisco (74), Moscou (69) et Londres (62).

investisseurs.euses de la région, soit une entrée en bourse (2% des entreprises ont réalisées une IPO selon la base de données Crunchbase) ou une acquisition (11% des entreprises renseignées), reste en effet l’apanage d’une minorité des 12 000 entreprises en activité. Ainsi, les plus hauts niveaux de réussite ne concernent qu’une fraction très réduite d’individus et d’organisations, qui ont en commun d’être dirigées par des américains, diplômés de grandes universités du pays, blancs, dont le nom se trouve durablement associé à une entreprise, alors même que la Silicon Valley se caractérise sociologiquement par l’importance des travailleur.euses étrangers, une distance aux institutions, une volonté d’ouverture et d’inclusion, des passages réguliers d’une entreprise à une autre, et la fréquence de l’échec.

Mais, l’argent - son volume et ses formes d’acquisition – permet, au-delà d’une élite resserrée, de fixer les hiérarchies et les différenciations entre et au sein des groupes socioprofessionnels. Alors qu’il n’existe pas de contrôle professionnel des activités entrepreneuriales et techniques dans la Silicon Valley⁶⁵ (par le biais d’académies, de corporations ou d’associations professionnelles), la stratification des compétences et des statuts se fondent sur les rémunérations. Les catégories d’activités nécessitant de hauts niveaux de formation présentent ainsi des niveaux de rémunération disparates.

Tableau 1. Niveau de rémunération moyen par catégorie d’activités professionnelles au sein de la Silicon Valley

Titre	Software developer	Product manager	Data analyst	Sales manager	Designer
Salaire	119 500	114 000	83 100	82 250	71 600
Bonus	5 000	5 000	2 000	30 000	NR

Source : Indeed

Ces variations rendent explicites les hiérarchies socioéconomiques qui structurent ce milieu professionnel. Les profils les plus techniques (*backend*) sont les plus fortement demandés sur le marché du travail et se voient offrir des salaires supérieurs aux développeur.euses *frontend* et aux designer.euses. Les développeur.euses bénéficient de rémunérations supérieures comparativement à ces derniers, mais ces rémunérations sont elles-mêmes variables selon les langages de programmation maîtrisés, allant de JavaScript (80 000 dollars en moyenne par an pour un premier emploi) à C++ (110 000 dollars à grade équivalent). Ces hiérarchies peuvent fluctuer, être maximisées, minimisées ou parfois renversées selon l’entreprise et son cœur d’activité : les ingénieur.es logiciels sont ainsi rémunérés 120 000 dollars par chez Paypal, 160 000 chez WhatsApp, 175 000 chez Lyft⁶⁶.

Sans doute la mise en évidence de ces hiérarchies monétaires n’épuisent-elles pas la description des hiérarchies symboliques qui trament l’univers des entreprises technologiques. Un responsable des ventes ayant travaillé chez Google déclare ainsi lors d’une discussion informelle qu’il a préféré quitter l’entreprise en dépit de son salaire car « c’est une boîte construite par des ingénieurs, et seuls les ingénieurs y sont vraiment écoutés » (journal de terrain, septembre 2017). De même, les activités pourvoyeuses de « rock stars » (une expression populaire chez les travailleurs à hauts revenus de la Silicon Valley depuis les années 1970), varient en fonction de l’entreprise et de ce qu’elle considère comme son foyer de valeur : le design produit (avec Jony Ive) chez Apple, l’ingénierie logicielle (avec Andy Rubin) chez Google, le *product management* (avec Chris Cox) chez Facebook, etc. Un employé d’Apple décrit ainsi les frontières sociales qu’il perçoit au sein de son entreprise :

⁶⁵ Cf. sur ce point Alexandre (O.), « Le code va changer. Les développeurs de la Silicon Valley face aux incertitudes de la programmation », *RESET. Recherches en sciences sociales sur Internet* [en ligne], 11, 2022.

⁶⁶ Source : “Towards data Science”, *Medium*, 5 septembre 2019.

« Ici c'est comme des castes. Au bureau [ndlr : un bâtiment circulaire nommé « donut » en raison de sa forme, situé à Cupertino dans le sud de la Silicon Valley], toutes les équipes ne travaillent pas au même endroit et, pour la plupart, on se parle pas. Les designers, tu les reconnais direct. On dirait qu'ils sortent d'un milieu super *arty*, plus proche de LA que d'ici d'ailleurs ; ils vivent à SF, parce que vivre dans la vallée serait pour eux une faute de goût. Et chez eux, la référence, c'est Jony Ive, qui lui est anglais, mais sinon, ils sont américains. Même s'il y a un peu de tout. Les gens du *hardware*, on leur fait l'honneur d'assister à une demo de temps et temps. Et après, de toute façon, les gens n'ont pas le temps. On est dans des rythmes hyper serrés, avec tout un tas de réunions qui durent jamais plus d'une heure. Tout le monde court à la fin parce que l'autre réunion est à l'autre bout du bâtiment. Moi, les designers, je les vois comme mes clients : j'essaie de leur vendre des trucs : "On fait ça..." et ils disent : "Ok, mais est-ce qu'on pourrait faire ça comme ça ?" Nous, on innove et eux ils ont un droit de vie ou de mort là-dessus. On ne fait que proposer, parce qu'au final, s'ils disent : "Moi, l'iPhone, je veux pas qu'il fasse pas plus de 3 millimètres". Si j'ai un super écran, mais qu'il est plus gros, ils vont me dire : "T'es gentil mais il est trop gros". C'est Apple... C'est le design qui gagne chez nous. »

Entretien avec un *product manager*, homme, américain, résidant dans la Silicon Valley depuis 2014, septembre 2019

En dépit des spécificités propres à chaque entreprise, la Silicon Valley apparaît comme une économie de statut et d'emplois fortement hiérarchisée dont on peut schématiquement distinguer cinq strates. À la base de cette pyramide se situent les petites mains de la Tech, qui assurent des tâches de services : restauration, transports, nettoyage, accueil, sécurité des bâtiments et des parkings, etc. Puis viennent les travailleur.euses qualifié.es bénéficiant de contrats temporaires, intérimaires, étudiants ou exerçant comme indépendants sur des missions (dans la communication, le design, la formation ou le développement informatique). Ils et elles forment ce que Karl Marx nommait une « armée industrielle de réserve⁶⁷ » dans laquelle les grandes entreprises puisent abondamment (les « *contractors* » représentaient 40% de la main d'œuvre chez Google en 2019). En effet, alors même que l'indépendance sous ses différentes formes (intérim, vente contractuelle, contractants) représente un credo historique de la Silicon Valley, le fait de bénéficier d'un statut de salarié, et des avantages associés, constituent un critère distinctif pour les professionnel.les. Ces salarié.es sont pour leur part encadré.es par des manager.euses, travaillant en étroites collaboration avec leur direction au sein des grandes entreprises technologiques. En effet, une minorité d'entreprises est capable d'atteindre un niveau de développement nécessitant de cumuler ces différentes strates d'emploi. À son sommet se trouvent la minorité de celles et ceux qui possèdent la Silicon Valley et tirent profit de son développement.

Pourtant, en dépit de cette distorsion entre l'idéal égalitaire et la réalité sociale hiérarchisée de la région, les enquêté.es se posent en défenseur de ce modèle. Ce hiatus renvoie à la manière dont le management tend à temporaliser et à individualiser les modes de rémunérations. Tandis que les sociabilités et les modes de production semblent gouvernés par un *ethos* égalitaire, les modes d'accès au capital économique sont individualisés, notamment si on les compare au monde de la finance⁶⁸. En effet, le système de l'*equity partnership* (échanger des parts du capital contre de l'argent), des stock-options, des bonus, des commissions et des missions, tendent à rendre particulièrement inégalitaire la répartition de la valeur créée et par extension les niveaux d'enrichissement. La logique tient ici à la temporalisation de la rémunération du travail, qui permet à la fois d'optimiser l'investissement de travailleur.euses

⁶⁷ Marx (K.), *Le Capital*, Livre I, Paris, PUF, 1993, p. 717-718.

⁶⁸ Olivier Godechot rappelle ainsi que chez les traders, le bonus est annualisé, discrétionnaire, et rarement le fruit d'une formule individuelle. C'est la formule mutualisée qui prime. Elle évite d'avoir à payer un trader qui obtient un bon résultat alors que la salle, elle, a essuyé des pertes. Ces formules collectives sont calculées au niveau de ce que les professionnels appellent les lignes de métier (*bonus pool*). Elles déduisent du revenu d'ensemble de la salle les coûts de structure, les coûts de risque et la rémunération du capital, pour aboutir à une enveloppe nette avant bonus et avant impôt. Cf. Godechot (O.), « L'argent des traders », *Le Journal de l'école de Paris du Management*, 85, 2010.

motivés par la perspective d'un profit croissant, tout en conservant un droit de propriété majoritaire sur un capital évolutif.

Encadré 1. Le système des stock-options

La paternité en est attribuée à Robert Noyce et au directeur des ressources humaines de Fairchild semiconducteur (1957), l'une des entreprises culturellement les plus influentes de l'histoire de la Silicon Valley⁶⁹. Les deux hommes sont alors désireux de parer au danger le plus pressant dans leur secteur d'activité : voir ses meilleurs ingénieurs quitter l'entreprise pour fonder leur propre société afin de tirer directement bénéfice de leur travail. Cette crainte avait conduit par le passé à maintenir une relative égalité de statut au sein des entreprises, à accorder de hauts salaires, des promotions à rythme réguliers, et à une politique de l'« *open door* » des directeurs à l'égard des salariés. Afin de les fidéliser, les deux dirigeants offrent aux employé.es de Fairchild la possibilité de bénéficier d'une option sur l'achat d'actions de l'entreprise au bout de deux ans au prix du moment où ces dernières leur ont été proposées, ce qui laisse présager une plus-value importante en cas de forte croissance de l'entreprise. Ce principe transforme chaque employé.e et salarié.e en entrepreneur et entrepreneuse, l'incitant à la loyauté. Cette stratégie de fidélisation ne coûte rien pour les entreprises, le coût financier réel étant reporté sur les actionnaires existants ou futurs. L'enjeu pour chaque entreprise est d'identifier les hauts potentiels et de les fidéliser au moyen d'un système gradué de stock-options : 25% la 2^e année, 25% la 3^e année, et 50% la 4^e année. Pour que ces options restent attractives, les entreprises doivent continuer à se développer jusqu'à l'entrée en bourse, qui arrive en moyenne entre cinq à dix ans après leur création. En cas de succès, de nombreux employé.es restés fidèles depuis les débuts deviendront millionnaires, comme l'indique l'expression « *IPO millionnaires* ». Ces employé.es du fait des parts d'entreprise obtenus au moment de leur recrutement et du système des stocks captent ainsi une partie du « bénéfice du fondateur »⁷⁰ constitué par la différence entre la somme engagée pour créer l'entreprise (qui ne dépasse pas quelques centaines ou milliers d'euros dans la Silicon Valley) et l'argent reçu au moment de l'entrée en bourse. La promesse d'une entrée en bourse, cas qui représente seulement une fraction étroite des entreprises en activité, constitue ainsi la clé de voute temporelle de ce système.

Ainsi, la représentation sociale la plus commune de la Silicon Valley n'est pas la pyramide (mode de représentation verticale et fixiste des hiérarchies), mais l'entonnoir (mode de représentation horizontale et dynamique des écarts de réussite), au risque de survaloriser le mérite ou la chance comme facteur explicatif de la réussite. La figuration de cette organisation sociale par une pyramide couchée permet de rendre compte des écarts tant à la norme qu'au mode de rémunération au sein du secteur. L'argent constitue dans cette perspective moins une fin en soi, qu'un horizon d'attente pour les travailleur.euses de la Silicon Valley, et une ressource méthodologique pour l'analyse d'une société qui allie *ethos* égalitaire et asymétrie de profits. L'argent, à la condition d'en suivre la « trace », fait entrevoir un système de croyances et de pratiques spécifiques⁷¹.

Conclusion

La Silicon Valley représente de ce point de vue un cas d'étude atypique, mais éclairante, pour interroger les relations entre argent et pouvoir. L'enquête fait apparaître trois paradoxes : l'élite du secteur s'est formée à distance des institutions politiques traditionnelles, elle ne présente pas d'homogénéité sur le plan idéologique ou religieux, et les signes extérieurs de richesse y sont relégués en tant que marques d'autorité. Les professionnel.les de la région mettent en avant un *ethos* égalitaire au point d'apparaître comme une société sans classe, soit le pendant d'une société de marché, où chacun aurait la chance de s'enrichir au sein d'un système unitaire et cohérent qui égalise les conditions de travail. Les enquêté.es usent d'ailleurs de toponymes tels que la « *Silicon Valley* », « *the Peninsula* », « *the Ecosystem* », la « *Tech community* » ou la « *Tech* », des dénominations qui véhiculent l'idée d'une homogénéité

⁶⁹ Cf. Lécuyer (C.), *Making Silicon Valley...*, op. cit., chapitre 5.

⁷⁰ Hilferding (R.), *Le capital financier*, Paris, Minuit, 1970 [1910].

⁷¹ Ginzburg (C.), *Mythes, emblèmes, traces ; morphologie et histoire*, Paris, Flammarion, 1989 [1986], p. 139-181.

sociale et culturelle. Ces discours plaquent en cela la vision toquevillienne d'une société ouverte et méritocratique.

L'enquête permet toutefois de mettre à distance cette représentation, en l'envisageant comme l'expression d'une représentation dominante ajustée à des stratégies d'organisation du travail et à des modes de production au sein d'une industrie qui valorisent les profils hautement qualifiés spécialisés dans le génie logiciel et le traitement de données. De fait, ce qui apparaissait comme un *ethos* égalitaire correspond à des hiérarchies et des frontières sociales progressivement naturalisées au sein des entreprises et plus généralement dans la région. L'attention aux écarts perçus à ce dernier par les enquêtés permettent de la mettre en évidence : être perçu comme femme, étranger, âgé, n'ayant pas un profil technique ou n'ayant pas fréquenté les établissements les plus sélectifs, joue comme autant de facteurs de relégation dans un univers socialement compétitif où la réussite ne concerne qu'une minorité d'entrants. De ce point de vue, l'argent apparaît comme un médium ambivalent. Alors que l'enrichissement est valorisé, le médium s'avère relativement rare dans les interactions et les échanges. Si toutefois on l'envisage comme une trace ou un signe, il permet de reconstituer l'organisation sociale de la Silicon Valley, et le rôle spécifique qui lui est attaché *via* une dynamique de temporalisation et d'individualisation des profits. Les écarts, normatifs et économiques, donnent ainsi à voir les disparités et frontières sociales au sein d'une population qui se représentent comme culturellement homogène.