

Photocopieuse

En tant que système de croyances, l'économie a besoin de héros. D'après le sociologue Anthony Galluzzo, ce rôle incombe à l'entrepreneur, figure autour de laquelle se cristallisent systématiquement les mêmes valeurs et les mêmes éléments de biographie. En résumé, l'entrepreneur n'est pas un simple homme d'affaires. Mu par une vision, il propose des marchandises ou des services qui changent le monde. En bien naturellement. Parti de rien, il franchit de nombreux obstacles et trahisons avant de connaître le succès mérité.

À côté d'une photocopieuse, une galerie de portraits évoque les principaux bénéficiaires de cette construction mythologique à répétition. Les grands industriels du XX^e siècle y côtoient leurs successeurs des GAFAM. Sous eux, d'autres images rappellent que ces légendes font l'impasse sur de nombreux·ses collègues, ami·e·s, parent·e·s, aides ou mentors sans qui l'aventure n'aurait jamais décollé. En filigrane s'esquisse un *storytelling* profondément antisocial, rodé par des professionnel·le·s de la communication. Au fond du tableau, dans les poubelles, végètent les perdants de l'histoire: les micro-entrepreneur·e·s de la *gig economy* encouragé·e·s à se projeter dans un modèle qui – par définition – ne peut pas réussir à tout le monde.

Fotokopierer

Als Glaubenssystem braucht die Wirtschaft Helden. Dem Soziologen Anthony Galluzzo zufolge fällt diese Rolle dem Unternehmer zu, dessen Figur aber fast systematisch immer dieselben Werte und biografischen Elemente aufweist. Der Unternehmer ist nicht einfach nur Geschäftsmann. Er ist von einer Vision getragen und bietet Waren oder Dienstleistungen an, die die Welt verändern. Zum Guten natürlich. Er begann mit nichts, überwand zahlreiche Hindernisse und Intrigen, bevor sich der wohlverdiente Erfolg einstellte.

Neben einem Fotokopierer sind in einer Fotogalerie die grössten Nutzniesser dieses abgegriffenen mythologischen Konstrukts zu sehen. Zu den Grossindustriellen des 20. Jahrhunderts gesellen sich die Internetriesen der Gegenwart. Darunter verweisen andere Bilder darauf, dass beim Erzählen dieser Legenden viele KollegInnen, FreundInnen, Verwandte und MentorInnen, ohne die das Abenteuer nie ins Rollen gekommen wäre, verschwiegen werden. Als Wasserzeichen ist ein von Kommunikationsprofis ausgefeiltes zutiefst antisoziales *Storytelling* zu erkennen. Und ganz unten, im Abfall, vegetieren die Verlierer der Geschichte vor sich hin: Kleinstunternehmer der *Gig Economy*, die dazu angetrieben werden, sich in ein Modell einzugeben, das von Haus aus nicht alle zum Erfolg kommen lässt.

Copy room

Like all belief systems, the economy needs heroes. According to sociologist Anthony Galluzzo, this role falls to the entrepreneur, a figure around whom crystallizes a common set of values and biographical elements. In short, the entrepreneur is not simply a businessman; driven by a vision, he proposes goods and services that change the world. For the better, of course. Starting from nothing, he overcomes numerous obstacles and betrayals before achieving the success he deserves.

Next to a copy machine, a portrait gallery evokes the main beneficiaries of this mythological construction. The great industrialists of the 20th century rub shoulders with their GAFAM successors. Beneath them, other images remind us that these legends overlook the many colleagues, friends, relatives, helpers and mentors without whom their venture would never have gotten off the ground. The subtext of this storytelling, as perfected by professional communicators, is profoundly anti-social. At the bottom of the display, vegetating in the dustbins, we find the story's losers: the micro-entrepreneurs of the gig economy, who are encouraged to take inspiration from a model that – by definition – cannot work for everyone.