

Du design capitalism au capitalisme cognitif : art et industrie, nouveaux liens, nouvelles tensions ?

PAR YANN MOULIER BOUTANG

Professeur de sciences économiques
à l'Université de Technologie de Compiègne
et à l'École supérieure des Arts
et du Design de Saint-Étienne

Argument

Le paradigme artistique (et académique) prend une importance croissante dans la production de biens, de services et de connaissance. Quelle est l'origine de ce phénomène ? S'agit-il d'une simple mode ? S'agit-il d'un recours à l'art décoratif romantique, ou bien, comme aux beaux jours du Second Empire, d'un autre visage de l'industrialisation, qui conjuga, en réaction contre le décor «antique», fonctionnalité,

esthétique et goût d'un public appréhendé désormais comme tel ? S'agit-il d'une variété d'industrialisation d'un domaine de la culture qui avait échappé jusqu'à présent à la marchandisation grâce aux technologies du numérique ? D'une industrialisation qui en laisserait intacts les principaux paramètres ?

À notre sens, la relation est beaucoup plus radicale et profonde. Elle traduit une nouvelle grande transformation. Le *design capitalism* implique le *prosumer* dans l'individualisation de l'objet. La créativité est requise de la part des différents agents aux différents étages de la production (conception, maîtrise de la qualité, suivi des produits, consommation intelligente). La « Cité par projet » décrite par Ève Chiapello et Luc Boltanski¹ reformate toutes les catégories : le travail, la valeur, la division du travail, l'organisation, le rapport forme et fond, forme et fonction. Mais il ne s'agit pas seulement d'une justification nouvelle de l'industrie où le procédural habermassien servirait de nouvel élément décoratif de fonctionnalités inchangées. De nouvelles perspectives comme de nouvelles tensions y trouvent leur origine.

On partira d'un constat : l'art et la connaissance constituent désormais des attracteurs du monde industriel. On examinera ensuite les raisons de cette transformation. La raison principale tient, à notre sens, à ce que l'art joue le rôle d'une véritable matrice de ce que j'appelle l'avènement du capitalisme cognitif² et d'une vraie mutation de la nature même de l'industriel grâce au numérique et à la technique dans des domaines

aussi variés que la division du travail, la rétribution, la valorisation des intangibles et des réseaux. Cette transformation est, à mon sens, si importante que j'ai tendance à accentuer cette discontinuité en évitant d'employer le mot même d'industriel. C'est dans ce cadre global qu'il convient d'examiner les nouvelles contradictions qui secouent ce que Bernard Stiegler appelle l'hyper-industriel.

L'art et la connaissance, attracteurs du monde industriel La créativité et l'inventivité sont les nouvelles règles

Le constat : l'incorporation de la production de connaissance nouvelle joue un rôle de plus en plus important dans la production tout court. Le phénomène n'est pas en soi nouveau. La connaissance scientifique fait corps avec l'émergence de la technique et de la transformation du monde dont la révolution industrielle est la fille directe. Ce qui change, c'est l'ampleur que revêt le phénomène. L'art également n'a pas été en reste. Le monde de la métallurgie, de la tour Eiffel, est aussi celui du palais de la Découverte et de ses imposants frontons néoclassiques. Ce qui est nouveau, la véritable modernité que le postmoderne n'a pas écornée, c'est que l'art devienne non pas l'habillement de l'industriel, mais son centre de gravité. Autrement dit, le capitalisme industriel avait accepté le *design* comme conciliant le fond – la répétition à l'identique qui permet de bénéficier des économies d'échelle – ou la fonction – la valeur d'usage – avec la forme artistique ou décorative – cela correspond en

1. Luc Boltanski et Ève Chiapello, *Le Nouvel Esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard, coll. « NRF Essais », 1999.

2. Yann Moulier Boutang, *Le Capitalisme cognitif, la nouvelle grande transformation*, Paris, Editions Amsterdam, 2007.

musique au motif, ou leitmotiv. On assiste en apparence à une inversion (annoncée et performée par l'art contemporain) : la forme industrielle devient le fond(s) de l'art au sens des deux homonymes : substrat ou substance et fonds de commerce.

Que ce soit pour le tenir à distance dans une critique du monde des objets ou au contraire pour éliminer les scories décoratives qui habillaient et parasitaient la perception de la fonction pure – mouvement qui se poursuit jusqu'à la remise en cause de la représentation –, le monde industriel devient la matière première et la nature naturée, le monde commun où l'art puise ses motifs ainsi que ses objets d'effectuation. La lisière entre l'art et la vie quotidienne devient un objet de questionnement ironique et l'étude de la culture récuse les partages traditionnels entre les échelles du grand et du petit, de l'élite et de la masse. Certes, l'art se popularise, se démocratise – « *Everyone is an artist* » – et comme la religion, il connaît une laïcisation et une crise du caractère « à part » de ses artistes. Tout un versant de la critique issue de l'École de Francfort y perçoit simplement une dégradation, une décadence. (Même si le mot n'est jamais employé, il renvoie trop à la philosophie discréditée de Toynbee, c'est bien ce contenu qui transparait dans les analyses, de matrice heideggerienne, de l'homogénéisation et de la banalisation du « on » et du « mondain ».) Mais cette « banalisation » s'accompagne en même temps d'un mouvement de sécularisation et de dissémination de l'artistique (du sacré et du religieux) dans la vie quotidienne. Une re-sacralisation païenne des états accompagne une perte de statut de l'*ens summum* monothéiste ou de la mort des dieux. Le divin comme l'éros se diffuse à la surface des choses (comme les

kami japonais). Dans ce cadre, la place de l'humain terrestre (qu'il soit conçu comme l'image de Dieu ou le Dieu anthropomorphe) fait l'objet d'une réévaluation radicale et, en premier lieu, d'un violent décentrement. L'homme n'est plus le centre, il a détrôné la valeur suprême, mais, comme valeur suprême, il est à son tour ravalé à une partie de la biosphère animale et de la vie dans l'univers (avec la possibilité croissante que des hexoplanètes puissent abriter d'autres vivants).

Post-humain en tant qu'il n'est plus à l'image de l'*ens summum*, ni la plus haute créature, l'homme ne tombe pas pour autant au statut animal ou de simple vivant. Il redevient avec la maîtrise croissante du vivant très proche de Prométhée, un Prométhée cyborg producteur de la procréation, de son corps, des « instincts », de son genre, de la performance physique et intellectuelle assistée par ordinateur et différentes prothèses biochimiques. La créativité réclamée dans les manuels de gestion des ressources humaines s'adosse à une généralisation de la création, d'une création immanente qui recourt à des modèles auto-poétiques et dans les phénomènes d'auto-organisation (comme dans la construction énactique de la perception) beaucoup plus que dans les modèles transcendants. Les impératifs d'autonomie et de production de soi (de la morale à la gestion du capital humain, à l'entreprenariat de la prise de risque) ne sont pas seulement des « valeurs » de justification et une idéologie étonnamment fonctionnelle à la dissolution des résistances des corps sociaux dans une recombinaire fluide permanente.

Quelles que soient les racines profondes de l'impératif de créativité, dans le domaine des ressources

humaines, le double impératif contradictoire : « Soyez créatifs et vendeurs » devient : « Soyez vendeurs parce que créatifs. » Ce qui revient à remettre en cause la distinction et la hiérarchie entre les ingénieurs et les commerciaux. On peut certes traiter ce nouvel impératif comme un simple slogan publicitaire dissimulant, derrière un effet de mode, une carence substantielle d'originalité. L'entreprise Renault a beau s'afficher comme « créateur d'automobiles » et emprunter d'avantage aux rites de la haute couture qu'à ceux de la métallurgie, les conditions de travail qui prévalent au technocentre de Guyancourt, son département de recherche & développement, appartiennent bien au monde industriel du temps taylorisé à l'extrême. La *back door* (l'entrée de service) industrielle demeure derrière des halls d'accueil qui ressemblent de plus en plus à des musées ou à des hôtels de luxe.

Cet artifice décoratif n'ôte toutefois rien au fait massif que les entreprises se présentent désormais comme créateurs de monde d'émotions, d'expérience, de milieu de vie¹, bref d'une nouvelle esthétique (au sens premier qu'à ce mot : éprouver des émotions, être affecté). Ce que la publicité avait rêvé ou devancé, le nouvel âge industriel (post- ou hyper-industriel) l'a fait. Au-delà de la sphère du *marketing*, le glissement ou « tournant artistique » touche aussi l'évaluation des ressources humaines du côté des directions, mais de la part du salarié ou « fournisseur » de services (quand il est installé à son compte) qui doit intérioriser une nouvelle conception de sa « valeur ». Ce qui est mis

1. Jeremy Rifkin, *L'Âge de l'accès : la vérité sur la nouvelle économie*, Paris, La Découverte, 2000; Maurizio Lazzarato, *Puissances de l'invention. La psychologie économique de Gabriel Tarde contre l'économie politique*, Paris, Les Empêcheurs de tourner en rond, Le Seuil, 2002.

en avant désormais, c'est la compétence et l'employabilité, opposées à l'emploi et à la qualification technique ou à la cotation par poste. Ce n'est pas tant l'individualisation du poste de travail qui prévaudrait que l'impossibilité d'apprécier le pouvoir d'apprentissage, de répondre par des solutions adaptées à des contextes nouveaux en dehors de situations chaque fois singulières. La règle générale (la loi) ne cède pas seulement au contrat, comme tant de juristes l'ont noté, mais à la singularisation artistique pour laquelle tout est cas particulier. Que cette normativité plus proche du jugement esthétique de la troisième critique de Kant que de la maxime morale (éthique ou politique) ou des catégories de la raison scientifique s'avère une redoutable machine à déconstruire les compromis sociaux est une évidence, mais cette réalité s'impose de plus en plus crûment.

Une dernière remarque préliminaire : l'artistique s'avère une modalité du cognitif à partir du moment où l'on ne réduit pas la connaissance aux connaissances codifiées et simplifiées et que c'est le complexe dont on entend rendre compte. L'art est alors une modalité privilégiée d'accès au complexe. Quelles sont les raisons de ce nouveau cours « artistique » et « esthétique » du monde industriel ?

Les raisons de la mutation

La logique profonde du nouveau cours cognitif et artistique du capitalisme tient aux facteurs suivants. La pression de la concurrence mondialisée tout d'abord : elle contraint les entreprises et les nations à se différencier par l'innovation permanente, ce qui

entraîne un raccourcissement spectaculaire du cycle du produit. Les économies d'échelle sont alors reléguées au second plan, car les séries sont trop courtes. Les économies d'apprentissage deviennent la clé d'une adaptation rapide aussi bien du producteur que du consommateur. Les entreprises remontent en amont et en aval du moment de la fabrication pour exploiter dans les segments les plus porteurs de valeur ajoutée, donc vers les immatériels. Dans ces immatériels, nous distinguons les immatériels 1 et 2, comme nous allons le voir tout à l'heure.

L'intégration de la commercialisation, ainsi que de la relation client en aval, et l'incorporation amont du maximum de connaissances et d'innovations se traduisent par une globalisation de la performance économique. La compétitivité hors coût renvoie aux intangibles ou immatériels, c'est-à-dire à la qualité totale, à l'organisation, aux réseaux de fournisseurs, de clients, ainsi qu'à des facteurs encore plus instables comme la confiance, au capital humain ou intellectuel et pour finir à la qualité des équipements publics et de l'environnement. C'est la société, voire la production de la société, qui devient le terrain d'affrontement entre les nations¹.

La tâche des entreprises consiste à intégrer dans leurs produits et leurs services le maximum des externalités positives provenant des équipements, des territoires productifs. On voit qu'on est loin des simples habits neufs du bon vieux capitalisme industriel et de simples hors-d'œuvre en prélude à une marchandisation du monde.

1. Robert Reich, *L'Économie mondialisée*, Paris, Dunod, 1993.

Un mot ici du concept d'immatériel et de son rôle croissant. Pour l'économiste orthodoxe, l'immatériel, c'est le potentiellement codifiable sous des droits de propriété, lorsque l'innovation sera reconnue par le marché comme actif susceptible de générer du revenu. Nous pensons pour notre part que l'immatériel réintègre dans le calcul économique les externalités dont le poids va croissant au fur et à mesure que les interactions marchandes et non marchandes se multiplient dans des mondes complexes. Cette irruption des externalités se décline dans différents domaines : pour le *goodwill* du comptable, il s'agit de l'écart positif entre la valeur constatée lors des acquisitions et la valeur des fondamentaux *in the books* (dans la comptabilité). Pour le financier amené à autoriser des crédits, c'est l'écart entre le concept de profit comptable et le concept de valeur potentielle qui enveloppe le premier et autorise les transformations dynamiques des entreprises. Dans le *marketing*, c'est la valeur de la marque, véritable ADN de l'entreprise¹.

Il faut remarquer également que l'immatériel (l'intangible des comptables) se clive en deux types de ressources que révèlent de mieux en mieux les nouvelles technologies de l'information et de la communication : immatériel 1 et immatériel 2.

Par immatériel de niveau 1 ou immatériel 1, on entendra un processus d'incorporation du cognitif et des savoirs dans la production matérielle accompagnée de l'émission de droits de propriété sur des supports codifiés (brevets, droits d'auteurs et marques). Par immatériel de niveau 2 ou immatériel 2, on entendra ce

1. Yann Moulier Boutang & Antoine Rébiscoul, « Ou'est-ce que l'immatériel ? », conférence à l'EDchangeur, Laser, 22 décembre 2006.

qui entoure immatériel 1, son halo, qui est la clé d'un processus plus délicat et plus complexe de subordination de la production matérielle à des dispositifs de captation de l'innovation. La gouvernance économique classique est perturbée par la prise en compte de ces immatériels implicites dont l'audience, l'opinion publique, la confiance capitalisée dans les marques. Les NTIC permettent une codification croissante des immatériels 1 (en particulier les procédures répétibles et donc industrialisables), mais la production des savoirs qui permettent de faire ce qu'on ne savait pas faire (l'innovation) implique la captation des immatériels 2 et l'informatisation fait apparaître leur irréductibilité et leur valeur croissante.

La numérisation, comme autrefois, au cours des deux siècles précédents, la mécanisation, incorpore les immatériels qui peuvent être codifiés dans les données et les processus sous forme de logiciel. Ce faisant, elle les industrialise, les sérialise, mais fait chuter leur coût marginal en fonction de la progression exponentielle des capacités de mémoire, de copie, d'acheminement et de traitement. Ce que révèle le numérique et la bêtise tenace des ordinateurs, c'est l'intelligence nue, pure, comme capacité d'apporter des réponses nouvelles à des questions non prévues et non des solutions qui n'aient pas été pré-programmées. C'est donc l'intelligence et la production de connaissance de niveau 2, celles qui servent à faire et à *designer* des choses qu'on ne savait pas faire.

L'art, matrice du capitalisme cognitif

Retournons donc vers le nouveau « cours artistique » qui est en train de s'opérer dans la mutation du capitalisme et qu'il nous faut d'autant plus prendre au sérieux que la révolution des nanotechnologies et des objets intelligents n'en est qu'à ses balbutiements, ce qui va amplifier de façon exponentielle les possibilités d'interaction entre les agents, entre les agents et les objets, mais aussi directement entre les objets eux-mêmes. L'art est un moyen de produire de l'attention et aussi du sens dans une société de l'information et du bruit. Cela existait déjà dans la société industrielle. L'injonction artistique produite par le *design*, comme moyen de produire de l'innovation dans une économie globale également. Simplement, ce qui n'était qu'un phénomène d'avant-garde s'est massifié. L'animateur joue un rôle crucial dans la formation du public, de l'audience; l'usager connaisseur (*prosumer*) coproduit aujourd'hui les logiciels en réduisant le nombre de *bugs*, pourvu que le code source soit accessible, comme c'est le cas dans le logiciel libre.

Mais c'est dans la constitution des dispositifs de révélation et de capture d'immatériels 2, particulièrement dans les pratiques de réseau d'utilisateurs, que l'art contemporain se révèle porteur d'une expérience, d'un savoir que les entreprises se mettent à observer dans leur centre de recherche & développement. C'est à leur capacité d'engendrer des immatériels de niveau 2 que se mesure désormais leur faculté de retenir le capital intellectuel.

Si nous examinons les caractéristiques de la production flexible que Robert Reich¹ avait caracté-

1. Robert Reich, *op. cit.*

sée comme la « manipulation d'images, de symboles et du langage » et à laquelle il convient d'ajouter le rôle croissant des sciences cognitives qui interviennent dans la production du perçu, du sensible (avec le paradigme de l'énaction développé à l'UTC de Compiegne¹), nous voyons que c'est sur la frontière entre l'explicite et l'implicite (immatériels 1 et 2), entre le marchand et le non-marchand (externalités), que l'innovation se joue. Ainsi l'externalisation (*outsourcing*) des processus productifs, dont Jeremy Rifkin a analysé la naissance précoce dans les studios de Hollywood et l'extension à partir des années 1980 à l'ensemble de la production industrielle, revêt désormais la forme du *crowdsourcing*. Se trouvent recensées dans cette dernière technique, grâce à l'outil du réseau informatique de l'Internet et en faisant appel à la coopération du public, les ressources disponibles du territoire cognitif en dehors des limites de l'entreprise pour résoudre des problèmes de survie. (Voir l'exemple de la compagnie minière canadienne Goldore pour évaluer correctement ses réserves en minerai aurifère donné par D. Tapscott & A.D. William².)

Un nouveau paradigme de l'activité humaine se met en place. Il ne s'agit plus de produire un *output* de valeur marchande maximale à partir d'*inputs* rationnés dans une économie dominée par la rareté selon un modèle mécanique de dépense d'énergie (selon le modèle canonique de la maximisation sous contrainte de minimisation des coûts). L'efficacité consiste à obtenir un *outcome* (résultat global) dans un milieu

1. Voir les travaux menés au sein du Costech à l'UTC et développés par Charles Lenay, Olivier Gapegne et John Stewart.

2. Don Tapscott & A. D. Williams, *Wikinomics, How Mass Collaboration Changes Everything*, New York, Portfolio, 2007.

complexe où les ressources sont abondantes et où c'est la préservation de la biodiversité qui permet sa reproduction, sa transformation, sa dynamique et tout à la fois son rendement.

Nous employons la métaphore de la pollinisation des abeilles pour caractériser la mutation du concept d'activité productive. L'utilité comme le prix économique des abeilles tiennent beaucoup plus à la pollinisation des plantes, et particulièrement des fruits et légumes, qu'à leur production de miel (le rapport est de 350 fois à 1). Les implications de cette transformation sur la convention d'emploi sont particulièrement visibles dans le régime de garantie de revenu des intermittents du spectacle en France lors de l'enquête nationale menée en 2003-2005¹ sous notre direction.

Dans une économie dominée par le réseau, le modèle de la contribution n'est plus celui de l'échange, marchand ou pas, tandis que l'efficacité du marché, d'un côté, et celle de la hiérarchie verticale (l'État et l'entreprise), de l'autre, sont remises en cause comme modèle organisationnel unique et indiscutable². Nombre de combinaisons productives pratiquées depuis longtemps dans le modèle académique ou artisanique³ étaient considérées par le courant dominant de l'économie avec le mélange de mépris et de commiseration réservé à la marginalité. Elles sont maintenant adoptées par l'industrie « dure », car on s'aperçoit que ces méthodes correspondent à des systèmes complets, qu'elles incorporent facilement les externalités

1. Antonella Corsani et Maurizio Lazzarato, *Intermittents et précaires*, Paris, Éditions Amsterdam, 2008.

2. Yochai Benkler, *The Wealth of Networks*, Yale, Yale University Press, 2007.

3. Pekka Himanen, *L'Éthique hacker et l'Esprit de l'ère de l'information*, op. cit.

positives, qu'elles économisent les énergies à effet de serre, qu'elles diminuent les coûts de transaction et, *last but not least*, permettent des rendements incomparablement meilleurs.

Si ce qui vaut le plus aujourd'hui, sur le plan économique, c'est le pouvoir de différenciation, d'innovation, c'est par l'interactivité de multiples agents et la densité de la pollinisation dans des milieux vivants complexes qu'on l'obtient le mieux. Les questions d'organisation de mesure de la créativité, du temps de cerveaux disponible et la forme emploi et la forme entreprise deviennent autant de défis.

Le sociologue américain Richard Florida¹ et l'économiste Eric von Hippel du MIT², qui mettent fortement en question la structuration verticale, soulignent tous deux que les systèmes productifs innovants sont ceux qui sont organisés en rhizomes, faisant des réseaux provignants à l'infini (comme dans le marcotage végétal) et qui sont ascendants (*bottom up*) et pas descendants (*top down*). La valeur de la coopération peut être appréhendée dans la production et la constitution à travers les réseaux de l'opinion commune (des consommateurs, des actionnaires, des citoyens, des humains membres de la biosphère, etc.). Les stratégies de marketing et de financiarisation ne constituent pas les modèles sur lesquels viendraient s'aligner les formes nouvelles de production. Ce sont elles au contraire qui miment ces mouvements de la société.

1. Richard Florida, *The Flight of the Creative Class, The New Global Competition for Talent*, New York, Harper Collins, 2006.

2. Eric von Hippel, *Democratizing Innovation*, Harvard, MIT Press, 2005.

Nouvelles tensions

Il serait faux de se représenter le tournant « artistique » du capitalisme contemporain comme une simple promenade qui poursuivrait avec d'autres moyens la démarche rationalisatrice du monde industriel. Comme toujours sous le capitalisme, dans ses trois avatars historiques, de nouvelles tensions apparaissent qui déséquilibrent en avant le système.

La première tension, d'ordre écologique, se fait jour de façon de plus en plus criante. La toute-puissance de la technique qui s'approche de la maîtrise de la production du vivant (y compris du vivant humanoïde) coïncide avec la mise en évidence du caractère non nécessairement positif de l'action et de la croissance qui touche à des limites matérielles globales (les possibilités de la biosphère). Pire, avec le principe de précaution, apparaît dans le monde de la technique et de la science quelque chose de profondément étranger à la rationalité de la Renaissance et refoulé dans les domaines de l'art et de la religion. L'idée que la connaissance, au lieu de déboucher nécessairement sur l'action et la transformation de la *res extensa* cartésienne dans une dynamique linéaire du progrès, incite à s'abstenir d'agir ou à déplacer le champ de réalisation d'accomplissement de l'humanité vers des valeurs de développement extra-économique, voire anti-économique. Il s'agit d'œuvrer à la réconciliation difficile, non plus de la tête bien pleine avec une tête bien faite, mais de la prospérité matérielle des six et bientôt neuf milliards d'humains censée se réaliser par la croissance avec la survie des conditions de vie sur la planète. La première décennie du XXI^e siècle a vu une reprise de l'accélération de l'histoire : le « bascu-

lement du monde» (Michel Beaud) n'est pas une simple extension du monde industriel et du marché à deux milliards d'individus supplémentaires (la Chine et l'Inde essentiellement) ; il détruit une à une les assurances trompeuses en matière de croissance, de viabilité des tendances actuelles, avec une vitesse impressionnante. Le retour du réfoûlé par la croissance et l'optimisme industriel se superposent au « nouveau tournant artistique » du capitalisme. Il serait ridicule dans ces conditions de n'y voir qu'un tour de passe-passe de plus du capitalisme pour se perpétuer. Le tournant artistique est porteur d'une déprise forte des intérêts court-termistes de la règle du profit. Certes, le capitalisme cognitif est conduit à ajouter l'art à son arc et à en faire un dispositif de captation des externalités positives de la société pollen. Mais pareil assujettissement ne va pas sans risque de retournement : la globalisation spatiale ou temporelle (l'extension de la perspective du sort des générations futures dans l'éthique du développement soutenable) fait apparaître les déséquilibres et requiert de façon de plus en plus impérative que les externalités négatives soient soldées (par l'impôt ou par des marchés des droits à polluer).

Une deuxième tension qui surgit au cœur même de l'économie de marché qui paraît ne plus avoir de modèle rival, depuis la chute du socialisme réel, tient à la transformation dans le contenu et la forme de la valeur qu'introduit le passage à une société de l'information. Les connaissances implicites ne sont pas réduites à de la pure information et encore moins à des marchandises. Certaines sont carrément sans prix, au double sens de ce mot (elles sont les conditions de possibilité de tout prix ou marché et donc

hors marché). Elles sont tellement précieuses qu'il est exclu de pouvoir leur attribuer un prix.

Que valent la culture, l'art, ce type particulier de connaissance ? Ils ne sont pas sans coût, mais le plus souvent sans prix. Art et connaissances présentent les caractéristiques des biens quasi publics¹. Leur mise sur le marché affronte trois difficultés :

1. L'appropriation privative ne peut que résulter de conventions juridiques et ne découle ni de la nature de l'objet (divisible, excluable, non rival) ni du fonctionnement « naturel » du marché (voir l'instabilité d'un marché de l'art).

2. Le modèle du gratuit d'une partie des segments de la fabrication progresse très vite puisque c'est sur l'essentiel de la valeur ajoutée en amont et en aval que se concentre le retour sur investissement possible.

3. Le numérique et la puissance de stockage, de copie, d'acheminement et de traitement de l'information font vaciller les barrières techniques qui s'opposent à la transgression des droits de propriété intellectuelle.

Rassemblons quelques conclusions provisoires pour alimenter le débat autour des nouveaux mondes industriels (et le pluriel n'est pas de trop). L'art et la culture de masse ne sauraient être vus simplement comme des instruments de contrôle et de marchandisation à l'ère de la troisième mondialisation, à la manière de l'École de Francfort.

L'art exprime et révèle la contradiction très forte qui existe dans le capitalisme cognitif entre la coopé-

1. Philippe Algrain, *Cause commune, l'information entre bien commun et propriété*, Paris, Fayard, 2005.

ration des cerveaux en réseaux (l'intelligence collective) comme condition même de l'innovation et de la production de connaissances nouvelles et donc de la valeur économique, d'une part, et les structures de l'appropriation de l'activité humaine dans sa dimension pollinisatrice, de l'autre.

Nuage de tags apprentissage art attention audience auteur auto-
mobile Bauhaus brevet capitalisation capitalisme
capitalisme cognitif comparabilité compétence compé-
tition concurrence confiance connaissance *crowdsourcing* création
culture cycle *design* différenciation distribution droit entreprise
esthétique externalités Facebook finance Google grande entreprise
hétérodoxie identité immatérialité incorporation individualisation
industrie innovation inspiration intelligence artificielle marchand-
sation marché marketing marque Microsoft mode modernité
mondialisation mécanisation nanotechnologies numérique numéri-
sation objet opinion organisation orthodoxie *outsourcing* poli-
nisation *privacy* production profit propriété publicité qualité
Rebiscoul, Antoine Reich, Robert Renault ressources humaines Rifkin,
Jeremy rupture réseau savoir signification société société de
l'information subordination travail UTC (Université Technologique de
Compiègne) utilisateur valeur valeur ajoutée Volkswagen échelle
écologie économie

À dessin

PAR ALAIN CADIX
directeur de l'ENSCI-les Ateliers

L'ENSCI-les Ateliers que j'ai l'honneur et le plaisir de diriger est une école de *création industrielle*, et c'est à ce titre qu'elle forme depuis vingt-cinq ans des *designers*. Lesquels ne sont pas destinés à seulement concevoir des objets supplémentaires dans le flux de la production ordinaire, mais surtout à innover, tant sur le plan des formes que des usages qu'on en a. C'est pourquoi l'ENSCI reste attentive aux découvertes scientifiques et aux inventions techniques, ainsi qu'aux pratiques sociales. Suivre et continûment questionner les mutations considérables qui sont apparues depuis ces vingt dernières années, en tentant chaque fois de traduire par des projets, des créations, une réflexion menée au sein même de l'école. La collaboration avec l'IRI et le pôle de compétitivité Cap Digital pour la mise en place des Entretiens du nouveau monde industriel s'inscrit dans cette continuité. Les Entretiens sont pour l'ENSCI une sorte d'observatoire partagé sur les bouleversements de l'industrie qui engagent non seulement l'avenir professionnel de nos élèves, mais également l'économie dans laquelle ils vont s'inscrire et la société à laquelle ils vont s'adresser. Qu'il s'agisse de *designers* ou d'ingénieurs, de scientifiques ou d'artistes, chaque école à l'heure