

"Les nouvelles technologies signent la mort du capitalisme".

Une interview de Jeremy Rifkin à l'occasion de la sortie en France de son livre *"L'âge de l'Accès - La révolution de la nouvelle économie"* (éditions La Découverte, Paris, 2000).

Cette interview a été publiée sur le webzine Transfert.net le 25 septembre 2000 :

<http://www.transfert.net/Les-nouvelles-technologies-signent>

Jeremy Rifkin était de passage à Paris la semaine dernière à l'occasion de la parution en français de son dernier ouvrage, *L'âge de l'Accès - La révolution de la nouvelle économie* (La Découverte). Président de la Foundation on Economic Trends, un think-tank (cercle de réflexion) politique américain, ce penseur est également l'auteur de *La Fin du travail* et du *Siècle biotech*. Transfert l'a rencontré dans un hôtel chic pour parler du nouvel âge qui s'ouvre, selon lui, avec l'économie en réseau. Ce petit homme moustachu, le front barré de longues rides, est un véritable showman : il discourt sans s'essouffler, et scande ses phrases en frappant la table du tranchant de la main.

Le sous-titre original de votre livre, «La nouvelle culture de l'hypercapitalisme, quand toute la vie devient une expérience payée», a été remplacé, en français, par «La révolution de la nouvelle économie». L'«hypercapitalisme» risquait-il d'effrayer les Français ?

Les éditeurs ont changé le sous-titre dans plusieurs pays. En fait, nous ne devrions pas utiliser le terme «capitalisme». Parce que le nouveau système est complètement différent. On a parfois gardé le sous-titre comportant «hypercapitalisme» pour épargner aux lecteurs un choc trop grand. Ce que je veux dire, en fait, c'est que nous sommes en train de dépasser le capitalisme. On discute beaucoup dans les magazines comme le vôtre des nouvelles technologies : logiciels, télécommunications, B to B ¹, mondialisation... Selon moi, ces technologies mènent à quelque chose de bien plus profond. Elles changent notre système économique. Elles aboutiront finalement à la mort du capitalisme de marché, et laisseront la place à un nouveau système économique. Cela a déjà commencé. Ce système sera aussi différent de l'échange de propriété et de l'économie de marché, que le capitalisme différait de l'économie féodale.

Manuel Castells ², lui, pense que l'économie des réseaux est une nouvelle phase du capitalisme...

Même si sa trilogie est super, Manuel Castells n'a pas tout à fait compris que les réseaux purs ne fonctionnent pas d'après les mêmes protocoles que le capitalisme. Aujourd'hui, on construit les réseaux sur la base du marché, mais ce n'est qu'une phase de transition avant de passer aux réseaux purs.

Qu'appellez-vous un changement de protocole ?

Dans un capitalisme de marché, vous étiez riche si vous aviez beaucoup d'actifs physiques sur votre bilan comptable. Aujourd'hui, une immobilisation physique n'est plus un actif. C'est un passif, au mieux une dépense de fonctionnement. Plus personne ne veut être General Motors. Pourquoi ? Parce qu'ils ont beaucoup de capital : équipement, inventaires, usines... L'entreprise, qui a pourtant une belle balance comptable, ne figure

¹ Business to Business.

² Manuel Castells (Barcelone, 1942) est sociologue et urbaniste, professeur à l'Université de Berkeley en Californie. Il a notamment publié la trilogie «L'ère de l'information».

pas parmi les 40 premières entreprises à la Bourse de New York. Au contraire, regardez Nike. Tout le monde veut être Nike. Elle n'a pas de capital physique sur sa balance comptable. Elle est donc très riche. Vous savez que la fabrication de toutes ses chaussures est sous-traitées en Asie du Sud-Est. Mais ce que Nike a compris, c'est que dans une économie de réseau, la production est une matière première. Le marketing est la façon de se tailler un marché. Nike possède en tout et pour tout un studio de design. Ils promeuvent une formule, ils réalisent le design, le concept. C'est ce que j'appelle du «commerce cérébral». Ils vendent des idées, une histoire. Quand un jeune achète une paire de chaussures, c'est encore une transaction de marché, parce qu'il faut bien livrer. Mais elle ne coûte qu'un dollar ! Les 99 autres dollars, c'est pour l'histoire de Nike. C'est un commerce fondé sur la sémiotique. La propriété ne va, bien sûr, pas disparaître. Elle reste entre les mains des producteurs ou bien, s'ils ont de la chance, elle est abandonnée à des sous-traitants. Il leur suffit d'avoir un «accès» à cette propriété - ils ne veulent pas payer le prix de la propriété réelle. En revanche, la propriété intellectuelle, elle, est critique. Le problème, c'est que la comptabilité est totalement fondée sur le capitalisme de marché. On mesure les actifs en incluant les propriétés physiques. Le capital intellectuel est difficile à mesurer. Si vous surévaluez les concepts et les idées, le gouvernement et le fisc peuvent vous traîner devant la justice ! Si vous le sous-évaluez, vos équipes vont vous quitter. Nous allons devoir repenser la comptabilité de base.

Et à terme, l'ancienne économie basée sur le capital physique disparaîtra ?

L'ancienne économie ne mourra jamais. L'économie néolithique - l'agriculture - est encore là. Elle est indispensable pour vivre. C'est une matière première. Mais on ne fait plus de bénéfices là-dessus. C'est devenu une sous-structure sur laquelle l'économie de production est fondée. Jadis, on pouvait faire de l'argent dans l'économie de production. Elle est maintenant devenue une matière première, la structure sur laquelle on bâtit l'économie de services, qui servira de base à l'économie de l'expérience. Un exemple concret : l'automobile. Quand j'étais enfant, c'était la seconde plus grosse acquisition d'une vie, surtout pour un homme. J'ai discuté récemment avec le PDG de Ford Italie. Je lui ai dit : Ford ferait mieux de ne plus jamais vendre de voiture. Dans un marché, la seule relation que Ford a avec son client, c'est le jour où ils lui vendent une voiture. Et c'est tout. S'ils parviennent à le faire rentrer dans un réseau afin qu'il loue un véhicule, alors le client paiera pour l'expérience de conduire une voiture 24 heures sur 24, 7 jours sur 7 pendant deux ans. Il sera conscient de conduire votre voiture à chaque moment. Il aura plus de chance de revenir chez vous ; alors que s'il achète, il ne reviendra que dans 25 % des cas. Ce que Ford devrait faire dans le futur, c'est créer des partenariats B to B avec des entreprises du secteur. Ainsi, ils vous fourniront non seulement une voiture, mais aussi l'assurance gratuite - Ford Italie le fait déjà - des services gratuits, de l'essence gratuite, des places de parking gratuites, des nettoyages gratuits... Ils pourront partager leurs gains au sein de ce partenariat.

Comment les nouvelles technologies provoquent-elles la fin du capitalisme ?

Si vous considérez l'histoire, les grands changements dans le système commercial ont eu lieu à la fin de l'âge médiéval en Europe. On passe alors de l'économie féodale à l'économie de marché. En 200 ans, une série de nouvelles technologies sont apparues, qui ont ensemble considérablement modifié la vitesse, le volume, et l'impact de l'activité commerciale. Par exemple, les nouvelles technologies agricoles à la fin de l'âge médiéval, l'irrigation, ont permis de produire davantage de nourriture. L'horloge mécanique a permis à la société de régler l'heure pour que le commerce ait des horaires prévisibles. La presse écrite a fourni une forme de communication pour organiser les activités

au-delà du marché local. Et finalement, la machine à vapeur a énormément accru la vitesse de l'activité, en facilitant les déplacements. La vieille économie féodale, fondée sur les droits de propriété, était trop lente. Trop statique, trop fixe. Elle ne pouvait s'adapter à la vitesse créée par les nouvelles technologies. Les droits de propriété de l'économie féodale ont donc cédé la place à l'échange de propriétés dans une économie de marché. C'était le début de l'âge moderne. Aujourd'hui, les nouvelles technologies - logiciel, télécommunications, B to B, sciences de la vie - sont en train d'accroître considérablement la vitesse, le volume, la diversité, et l'impact de l'activité économique. Ce que cela signifie essentiellement, c'est que les transactions de marché sont trop lentes pour s'adapter à la vitesse des nouvelles technologies qui dopent la vie commerciale. Je crois qu'autour de 2005, l'économie des échanges et du marché deviendra marginale et sera remplacée par une économie de réseau très différente de la définition qu'on en donne habituellement.

Qu'est-ce qui change, dans l'économie du réseau telle que vous la définissez ?

Primo, c'est que nous passons de la géographie au cyberspace. Cela paraît évident, mais rappelez-vous que tous nos concepts de marché sont fondés sur la géographie. Ce que nous n'avons pas vraiment compris, c'est qu'une fois que vous vous projetez dans le cyberspace pour commercer, tous les protocoles changent.

Secundo, nous passons des marchés aux réseaux. Dans un marché, le vendeur et l'acheteur se rencontrent pour échanger de la propriété et des services. Vous faites de l'argent grâce aux marges sur les ventes et sur le volume des unités vendues. C'est de l'échange de propriété dans une économie de marché. Dans les réseaux purs, il n'y a ni vendeurs ni acheteurs. Il n'y a que des offreurs et des utilisateurs. Des serveurs et des clients. La propriété existe toujours, mais elle n'est pas échangée. Elle reste entre les mains des producteurs. Puis les clients deviennent des relations [the customer becomes a client]. Ils accèdent à la propriété du producteur quand ils en ont besoin, pour un temps voulu, par une adhésion, un abonnement, une location, un accord de licence. Dans les marchés, vous pouvez modifier les biens et l'immobilier. Dans les réseaux, vous pouvez seulement jouer sur le temps humain, qui devient la ressource la plus rare et la plus valable. D'où ces abonnements, contrats de licence, etc. : ce sont des segments de temps adaptables.

Dans les marchés, vous vendez des choses ; dans les réseaux, vous vendez une expérience d'utilisation des choses. Dans les marchés, nous exploitons des ressources physiques, les transformant en biens et services. Dans les réseaux, nous exploitons les ressources culturelles et nous les transformons en expériences pour lesquelles les gens payent. En fait, vous payez pour votre vie. La diversité culturelle devient la ressource de base de la nouvelle économie, de même que la biodiversité et les ressources physiques étaient la base de l'économie industrielle.

Vous voulez dire qu'on entre dans une économie du contenu ?

Le contenu, c'est réellement un euphémisme pour signifier qu'on a puisé dans toutes les traditions et ressources culturelles accumulées pendant des milliers d'années, pour les transformer en une expérience payante. AOL-Time Warner, Disney, Sony, Bertelsmann, Pearson, Newscorp : quand ils parlent de contenu, il s'agit de prendre la culture que nous avons créée pour nous la revendre à travers du voyage, du tourisme, des parcs à thème, des centres de jeux, des sports, des jeux, de la télé, des films, Internet, et même des clubs sociaux.

De quelle manière les nouvelles technologies accélèrent-elles l'activité commerciale ?

Dans un marché, l'activité commerciale est discontinue. Vous avez un vendeur et un acheteur qui se réunissent à un moment donné, qui échangent la propriété, puis rentrent chez eux... avant de recommencer. C'est discontinu et linéaire parce que les technologies fonctionnaient ainsi. Dans les réseaux, la technologie fonctionne 24 heures sur 24, 7/7, continuellement nourrie de données. Par conséquent, les marchés deviennent trop lents pour accommoder le feedback continu des réseaux. Il vous faut alors adopter le modèle de l'abonnement, de la location, où vous payez une expérience par segments temporels plutôt que d'acheter des choses à un moment donné, sous forme d'acquisition. Un exemple : amazon.com n'est pas un réseau. Beaucoup dans l'industrie high-tech et branchée parlent de réseaux, mais restent dans les marchés. Il y a un amalgame entre média de diffusion et commerce électronique. Amazon.com fait du commerce électronique, mais ce n'est pas un réseau. C'est un vendeur et un acheteur qui échangent une propriété en concluant une vente. Maintenant, EMI Music a annoncé, comme Sony, qu'elle deviendrait un réseau à la fin de l'année, pour ne pas être mis sur la touche par Napster. Dans un réseau, vous payerez à Sony un abonnement mensuel, et vous aurez un accès illimité à une expérience musicale. Vous n'acquierez pas le CD, vous n'échangez pas la propriété physique, vous obtenez juste du temps pour accéder à la musique.

Cette accélération est-elle le seul ferment de destruction de l'ancien système économique ?

Nous passons des marchés aux réseaux d'une autre manière. Dans le commerce électronique, avec toutes les technologies logicielles et de télécommunications, vos coûts de transaction sont proches de zéro. Dans le business, lorsque c'est le cas, le marché devient un anachronisme. Un exemple ? Le dernier livre de Stephen King. Dans l'édition, on gagne de l'argent de la façon suivante : vous signez chez un éditeur, qui imprime votre livre. Il arrive dans les mains du grossiste, puis du détaillant, puis du client. À chaque étape correspondent des coûts de transaction. Les parties font un bénéfice au passage. Si vous pouvez prendre un livre de Stephen King, une seule version électronique, et que vous n'avez plus qu'à le distribuer simultanément à tout le monde contre un droit d'abonnement, les gens paient pour leur temps de lecture, pas pour l'acquisition du livre. Dans les réseaux, vous ne pouvez gagner d'argent sur les coûts de transaction. Vous en gagnez par les services que vous étendez dans le temps.

Propos recueillis par Solveig Godeluck.