

Au seuil de l'âge de l'accès.

Extrait de "L'âge de l'Accès - La révolution de la nouvelle économie" de Jeremy Rifkin (éditions La Découverte, Paris, 2000), pages 9 à 15.

Le rôle de la propriété est en train de subir une transformation radicale. Les conséquences de cette révolution sont d'une importance et d'une portée fondamentales pour notre société. La modernité avait fait du marché et de la propriété deux concepts pratiquement synonymes. De fait, l'économie capitaliste est fondée sur l'idée même d'échange de droits de propriété sur un marché. La première apparition du mot marché dans la langue anglaise remonte au XIIe siècle et désigne l'espace physique réservé aux vendeurs et aux acheteurs échangeant des produits et des têtes de bétail. Vers la fin du XVIIIe siècle, ce terme avait perdu toute connotation spatiale et servait à décrire le processus abstrait de la vente et de l'achat de biens quelconques ¹. Notre univers quotidien est tellement lié à cette conception de la vente et de l'achat sur un marché que nous pouvons difficilement imaginer une autre façon de structurer les échanges entre humains. Le marché est omniprésent dans nos vies, et nous sommes tous profondément affectés par ses caprices et ses aléas. Sa prospérité est la mesure de la nôtre. Si tout va bien sur les marchés, nous aussi nous allons bien. Si la crise les frappe, elle nous frappe aussi. Le marché est notre talisman et notre boussole, et parfois aussi la malédiction jetée sur notre existence.

Les premières expériences sociales d'un jeune enfant passent souvent par le filtre du marché. Qui, au cours de son enfance, n'a pas contemplé une vitrine et demandé timidement: «Combien ça coûte ?» Dès le plus jeune âge, nous apprenons que pratiquement tout a un prix et que tout est à vendre. En grandissant, nous faisons connaissance avec le côté obscur du marché et nous sommes avertis que le consommateur doit toujours être sur ses gardes: *caveat emptor* ². Nous vivons sous la loi de la main invisible et tâchons de nous perfectionner constamment dans l'art d'acheter bon marché et de vendre cher. On nous enseigne que l'acquisition et l'accumulation de propriétés sont un des aspects essentiels de notre séjour terrestre et que nous sommes, au moins en partie, la somme de ce que nous possédons. Nos conceptions fondamentales du cours des affaires de ce monde reposent en grande partie sur l'idée que les êtres humains échangent des biens entre eux sous l'emprise d'un instinct de propriété primordial et irrésistible.

Notre dévotion à l'égard du marché est sans partage. Nous chantons ses louanges et admonestons ses détracteurs. Qui n'a pas plaidé avec passion, un jour ou l'autre, les vertus du marché et de la propriété ? Les notions de liberté individuelle, de droits inaliénables et de contrat social sont des attributs inséparables de cette fiction sociale fondamentale.

Mais ce fondement même de notre modernité est en train de s'écrouler. L'institution dont les partisans et les adversaires se sont livrés tant de batailles idéologiques, de guerres et de révolutions, est en train de dépérir sous l'impact de toute une constellation de nouvelles réalités économiques qui amènent la société à repenser le type de lien et de cadre qui définiront les relations humaines au cours du siècle qui commence.

Cette ère nouvelle voit les réseaux prendre la place des marchés et la notion d'accès se substituer à celle de propriété. Les entreprises et les consommateurs commencent à perdre contact avec la réalité fondamentale qui caractérisait la vie économique moderne - celle de l'échange de biens sur un marché de vendeurs et d'acheteurs. Cela

¹ Jean-Christophe Agnew, *Worlds Apart: The Market and the Teather in Anglo-American Thought 1551-1570*, Cambridge University Press, Cambridge, 1986, p.41-42, 52-53, 56.

² Expression latine signifiant «Que l'acheteur soit vigilant».

ne veut pas dire que l'âge de l'accès est celui de la disparition pure et simple de la propriété. Bien au contraire, celle-ci reste une réalité centrale, de l'activité économique, mais elle est de moins en moins l'objet d'un échange sur un marché. Les pourvoyeurs de l'offre continuent à être propriétaires de biens matériels ou immatériels, mais ils en contrôlent désormais l'accès à travers diverses procédures de location, de *leasing*, de concession, de droits d'admission, d'adhésion ou d'abonnement qui en définissent l'usage provisoire. L'échange de biens entre vendeurs et acheteurs - caractéristique centrale de l'économie de marché moderne - est remplacé par un système d'accès à court terme opérant entre des serveurs et des clients organisés en réseaux. Les marchés classiques subsistent mais leur rôle a de moins en moins d'importance dans notre existence.

Dans la nouvelle économie en réseau, plutôt que d'échanger des biens matériels et immatériels, les entreprises en contrôlent et en régulent l'accès. La possession d'un capital physique, jadis solidement établie au coeur de la société industrielle, devient de plus en plus marginale pour la vie économique. Les entreprises y voient un coût de fonctionnement plutôt qu'un actif productif, et préfèrent louer des services qu'être propriétaires. En revanche, le capital intellectuel est le véritable moteur de cette ère nouvelle, et il est d'autant plus convoité. Ce sont les concepts, les idées, les images, et non plus les choses, qui ont une vraie valeur dans la nouvelle économie. Ce sont l'imagination et la créativité humaines, et non plus le patrimoine matériel, qui incarnent désormais la richesse. Or, il convient de souligner que le capital intellectuel n'obéit guère aux lois de l'échange. Il est étroitement associé à ses pourvoyeurs, qui peuvent en louer ou en concéder provisoirement l'accès à des tiers dans des conditions strictement définies.

Le monde des entreprises est déjà largement engagé dans cette transition de l'ère de la propriété à l'âge de l'accès. Les sociétés vendent leur patrimoine immobilier, réduisent leurs stocks, louent leur équipement et font sous-traiter leur activité dans une course à la survie qui passe par l'élimination du maximum de patrimoine matériel. La volatilité et le rythme effréné de la nouvelle économie rendent parfaitement désuète et inadéquate la possession de grandes quantités de biens matériels. L'essentiel de l'infrastructure matérielle du capitalisme contemporain n'a plus besoin d'être la propriété de ceux qui en font usage.

Les protagonistes du marché étaient les vendeurs et les acheteurs, les héros du jour sont plutôt les pourvoyeurs et les usagers. Dans l'économie en réseau, les transactions marchandes cèdent la place aux alliances stratégiques, la cotraitance (*co-sourcing*) et aux accords de partage des bénéfices (*gain-sharing*). De nombreuses entreprises ont cessé de se vendre des biens entre elles et préfèrent mettre en commun et partager leurs ressources en créant de vastes réseaux reliant prestataires et usagers, et gérés conjointement.

On ne sera pas surpris de constater que cette nouvelle organisation de l'activité économique entraîne de nouvelles formes de concentration du pouvoir et de la richesse aux mains d'un petit nombre d'acteurs. Quand c'était le marché traditionnel qui régnait, les plus gros accumulateurs de patrimoine matériel contrôlaient les échanges entre vendeurs et acheteurs. Avec l'ère des réseaux, ce sont les prestataires de services capables d'accumuler la plus grande quantité de ressources intellectuelles clés qui commencent à exercer un contrôle sur les conditions dans lesquelles les usagers peuvent accéder aux idées, aux connaissances et aux éléments d'expertise les plus appréciés.

Dans l'économie de l'accès, le succès ne dépend plus tant des échanges individuels sur le marché que des relations commerciales à long terme. La nouvelle relation entre les biens et les services qui la caractérise illustre parfaitement ce phénomène. Pendant la plus grande partie de l'ère industrielle, l'important était de vendre des produits et le service gratuit au consommateur représenté par la garantie qui était attachée à ces produits n'était qu'un argument de vente supplémentaire. Cette relation est aujourd'hui inversée: de plus en plus d'entreprises font littéralement cadeau de leurs produits aux

consommateurs dans l'espoir de s'attacher leur fidélité à long terme en leur fournissant toutes sortes de services.

Les consommateurs, de leur côté, commencent tout juste à expérimenter cette transition de la propriété à l'accès. Si les produits durables bon marché continueront à être vendus et achetés sur le marché, la plupart des biens et des équipements coûteux, comme les automobiles, les logements et certains appareils, seront fournis par les pourvoyeurs aux consommateurs sous forme de bail à court terme, de location, de droit d'adhésion et autres types de services.

On peut penser que d'ici à vingt-cinq ans l'idée même de propriété paraîtra singulièrement limitée, voire complètement démodée, à un nombre croissant d'entreprises et de consommateurs. En tant qu'institution, la propriété fonctionne à un rythme beaucoup trop lent pour la nouvelle économie, qui opère en termes de nanosecondes. L'idée de propriété se fonde sur la valeur attribuée à la possession d'un patrimoine matériel ou foncier sur une durée plus ou moins définie. «Avoir», «posséder», «accumuler» ont toujours été des notions fort prisées. Mais, de nos jours, l'enchaînement ultrarapide des innovations technologiques et le rythme vertigineux de l'activité économique rendent souvent la notion de propriété fort problématique. Dans un monde de production sur mesure, d'innovation et d'amélioration permanentes où le cycle de vie des produits est de plus en plus court, tout devient très rapidement obsolète. Avoir, posséder et accumuler n'ont plus guère de sens dans une économie où la seule constante est le changement.

Avec l'avènement de l'âge de l'accès, l'économie repose sur toute une série de prémisses qui diffèrent totalement de celles qui régissaient l'ère du marché. Dans ce monde nouveau, les marchés cèdent la place aux réseaux, vendeurs et acheteurs sont remplacés par des prestataires et des usagers, et pratiquement tout se trouve soumis à la logique de l'accès.

Le passage d'un régime de propriété fondé sur une notion de patrimoine amplement distribué au sein de la société à un régime qui repose sur l'usage à court terme de ressources contrôlées par des réseaux de prestataires introduit un changement fondamental dans notre perception de l'exercice du pouvoir économique. Et, comme nos institutions politiques et juridiques sont enracinées dans un système fondé sur le marché et la propriété, cette transition impliquera également de profonds changements dans notre système de gouvernement. Peut-être plus important, encore, dans un monde où la possession personnelle de propriété a longtemps été perçue comme un prolongement de l'être même des individus, et en quelque sorte la véritable «mesure de l'homme», le déclin de son importance dans la sphère économique pourrait complètement bouleverser la perception que les générations futures auront de la nature humaine. On peut même penser qu'un monde structuré autour de relations fondées sur la logique de l'accès risque de produire un nouveau type d'être humain.

Ces changements dans l'organisation des rapports économiques reflètent une transformation encore plus profonde qui affecte la nature même du système capitaliste. Nous sommes en train de passer de la production industrielle à la production culturelle. Les secteurs de pointe du futur reposeront sur la marchandisation de toute une gamme d'expériences culturelles plutôt que sur les produits et les services traditionnels fournis par l'industrie. Les voyages et le tourisme international, les parcs à thème et les villes-musées, les complexes de loisirs, la culture du corps, la mode, la cuisine, les sports professionnels, le jeu, le cinéma, la télévision, les mondes virtuels du cyberspace et toutes sortes d'activités récréatives reposant sur les médias électroniques sont en train de devenir l'axe porteur d'une forme d'hypercapitalisme qui exploite l'accès aux expériences culturelles.

Le passage de la production industrielle au capitalisme culturel entraîne une transition non moins significative de l'éthique du travail à une éthique du jeu. L'ère industrielle a vu la transformation du travail en marchandise; aujourd'hui, ce sont les activités

de type ludique qui sont transformées en marchandise: toutes sortes de ressources culturelles, comme les arts, les fêtes, les mouvements sociaux, les activités spirituelles et communautaires, et même l'engagement civique, peuvent être consommées sous forme d'activité récréative payante. La lutte entre la sphère culturelle et la sphère marchande pour le contrôle exercé sur l'accès à et le contenu des activités ludiques sera l'un des axes de définition de la nouvelle ère.

Les multinationales de la communication, qui disposent de réseaux couvrant la planète entière, sont à l'affût des ressources culturelles des diverses régions du monde pour pouvoir les exploiter et les «repackager» sous forme de marchandises culturelles et de biens de consommation destinés à l'industrie du loisir. Un cinquième de la population mondiale, à savoir ceux qui disposent des plus hauts revenus, dépense désormais presque autant en consommation d'expériences culturelles qu'en acquisition de produits manufacturés et de services de base. Nous sommes en train d'entrer dans ce que les experts appellent une «économie de l'expérience», à savoir un monde où la vie de chaque individu a une valeur marchande. C'est ce phénomène que désigne le nouveau concept opérationnel cher aux stratèges du marketing, la notion de «*lifetime value*» (LTV), à savoir la mesure théorique de la valeur marchande potentielle de chaque moment de la vie d'un individu. Dans la nouvelle économie, les gens consomment leur propre existence en en faisant l'acquisition par segments commercialisés.