

Economiste, directeur de la revue *Multitudes*, Yann Moulier Boutang est actuellement Professeur de sciences économiques à Université de Compiègne, Directeur du COSTECH (Connaissance, Organisation, Systèmes techniques) Université de Technologie de Compiègne. Il poursuit ses recherches sur l'histoire du mouvement ouvrier, sur l'esclavage et le salariat, les migrations internationales, les transformations actuelles du capitalisme dans la mondialisation et l'Europe, les nouveaux modèles productifs dans l'entreprise et les territoires à partir des nouvelles technologies (logiciels libres, open source) et leur impact sur les droits de propriété intellectuelle.

Olivier Assouly : Comment se distinguent les différents âges du capitalisme ? En quel sens doit-on parler d'économie immatérielle ?

Yann Moulier Boutang : Les trois âges du capitalisme se distinguent essentiellement par la substance de la valeur économique, par leur mécanisme d'extraction de cette valeur et par ses acteurs principaux. Pour le capitalisme mercantiliste (XIV^e-XVIII^e siècle) : production de valeur au moyen de l'échange marchand, donc du profit commercial résultant essentiellement de la mise en communication de zones autrefois cloisonnées et de création des instruments techniques permettant d'assumer les risques inhérents à ce type d'échanges (lettre de change à Gènes au XIV^e siècle, produits dérivés, c'est-à-dire achat à terme, compagnie d'assurance

maritime, création de compagnies coloniales par actions au XVII^e siècle). Les agents principaux sont les marchands, l'Etat et les esclaves. C'est un capitalisme financier qui s'empare du monde et qui tourne autour de la production de biens monde (le bois, l'or, les diamants, le sucre, le café, l'indigo, le coton). Son problème est essentiellement d'assurer l'offre de marchandises. Il se heurte vite dès 1550 à quatre obstacles : les limites du pillage de l'or et l'argent par les conquistadors, une pénurie de main-d'œuvre généralisée et la piraterie (c'est-à-dire des niveaux de résistance multiples) et la mise au travail des pauvres au centre avec la création de droits de propriété axés sur la transférabilité sans limites. Il passe d'une économie de comptoirs à une économie de production dans des enclaves coloniales reposant essentiellement sur l'esclavage, tandis qu'émerge corrélativement l'Etat moderne.

Le capitalisme industriel qui lui succède (1775-1975) est avant tout un capitalisme de la production matérielle. Il produit des marchandises au moyen de marchandises et sa marchandise centrale est la force de travail salariée libre, ce qui suppose une prolétarianisation forte de la société (avec une classe ouvrière largement hégémonique) puis une salarisation croissante de la main d'œuvre. Il est dominé par une division croissante du travail (de Smith à Taylor) à la fois technique et sociale. Le travail est avant tout une dépense d'un quantum d'énergie physique et l'usage de machines qui requièrent une portion croissante des investissements. Ses institutions les plus caractéristiques sont la grande entreprise de taille transnationale (beaucoup plus spécifique que le marché ou que la finance) et l'Etat nation régulateur du cycle économique à travers sa politique industrielle, sa politique sociale et son contrôle de l'offre de monnaie et de la dépense publique. Son indicateur est le profit moyen obtenu dans son cœur productif, à savoir la grande entreprise. Il repose sur une offre de travail abondante, un bas coût de matières premières et des énergies carbonifères et une baisse du prix relatif des biens industriels.

Le capitalisme cognitif dans lequel nous sommes entrés en 1975 (fin des trente glorieuses) voit un changement simultané de presque toutes les composantes du capitalisme précédent. La production centrale pour la formation de la valeur économique devient la production de connaissances au moyen d'autres connaissances ou du vivant au moyen du vivant. La création et l'innovation sont les éléments qui permettent une diversification des marchés face à une intensification de la concurrence. Les connaissances sont composées de deux parties : les connaissances explicites ou codifiées nourries par des informations, des données calculables, mais leur mise en œuvre requiert une coopération entre cerveaux reliés par des ordinateurs ; ce qui implique une attention et l'accumulation de compétences à travers un apprentissage continu et donc des connaissances implicites. L'interface emblématique de cette production est l'activité à partir d'un ordinateur qui cumule quatre composantes : le matériel (*hardware*), le logiciel (*software*), la vie cérébrale (*wetware*) et le réseau (*netware*). Le deuxième élément emblématique est le déplacement du modèle de la productivité de l'horloge mécanique avec des rendements de 10 000 % au maximum à des modèles biologiques où la puissance répliquatrice du vivant est maîtrisée par les biotechnologies. Dans le vivant produit au moyen du vivant on passe de quelques cellules à deux ou trois milliards.

Ce capitalisme produit des immatériels (services, biens connaissances, biens informations) même si pour le faire il consomme de l'énergie, et de l'économie matérielle (en particulier les énormes investissements en réseaux numériques). L'émergence du numérique (informatique, numérisation, puissance de calcul et mémoire des ordinateurs qui croît, révolution de la transmission des données) bouleverse totalement l'économie matérielle. Le machinisme sous le capitalisme industriel s'était substitué à la force physique, c'était donc la coordination du travail physique qui devenait la ressource économique. Avec les ordinateurs les

aspects répétitifs de l'activité mentale sont incorporés dans les données et dans les processus de traitement formalisés (les logiciels). Désormais ce qui représente le cœur de la valeur, c'est l'activité cérébrale non répétitive, créatrice de gains de temps, de gains d'organisation et de nouveauté et de mémoire. C'est aussi ce qui permet l'organisation collective, la coopération mentale. Bref cet implicite qui accompagne la coopération des cerveaux reliés par des ordinateurs. Dans ce type de capitalisme, l'aspect immatériel de la production (brevets, marques, droits d'auteurs, services, compétence, organisation, bref ce que les comptables nomment les intangibles, ou plus généralement les externalités positives) devient beaucoup plus important. Le prix auquel peut être vendue une chaussure Nike ne correspond à des coûts de production matérielle que pour 20 %, le reste est la marque qui est un condensé de ressources difficiles à évaluer, mais très importantes, comme la qualité des réseaux de sous-traitants, des vendeurs et l'opinion et la confiance des clients. La valeur des immobilisations physiques et financières de Microsoft représentait en 2000 à peine 10 % de sa capitalisation boursière (son évaluation par les marchés). Pour Cisco, ce ratio était de 5 %¹.

Une dernière caractéristique : ce qui conditionne la possibilité même d'extraire une valeur économique, c'est l'opinion commune partagée par un grand nombre de personnes. Ce n'est pas simplement l'utilité subjective (par rapport à la vieille théorie objective de la valeur travail) comme l'avait vu les marginalistes néoclassiques, c'est directement l'opinion commune qui devient la mesure du temps. On a de cette transformation comprise depuis longtemps par les publicitaires et les départements du marketing dans les entreprises des versions nobles, quasiment constitutionnelles. La démocratie mesure le pouvoir, qui a la possibilité d'accéder à la gestion de l'argent public à la faculté de rassembler le plus grand nombre. Le pdg d'entreprise tire son pouvoir (ses marges d'action économiques)

doublément de l'opinion commune (de ses actionnaires pour le nommer ou le révoquer), de ses actionnaires qui déterminent les fluctuations de la capitalisation boursière qui conditionnent sa capacité de s'endetter auprès des banques.

O.A : Dès lors, en quoi ce que vous appelez capitalisme de la connaissance touche-t-il directement à la propriété intellectuelle ?

Y.M.B : Si la transformation que nous venons de décrire est exacte, cela veut dire que l'essentiel de la valeur économique se forme dans les intangibles. Mais comme leur nom même l'indique, les intangibles sont difficilement capturables, touchables. Comment les évaluer ? Une quantité physique peut se délimiter, se diviser, se remplacer de façon certaine. Elle ne comporte pas la dose d'aléas que comportent les immatériels. Tous ceux qui travaillent dans les métiers artistiques, dans la création, dans la mode, bref qui ont affaire au public (et pas simplement au consommateur lambda des modèles microéconomiques) savent que le public est capricieux, changeant imprévisible. Le succès en matière de goût ne se décrète pas. Il ne suffit pas d'avoir un bon produit, il faut attirer l'attention, fidéliser, innover, et malgré cela il faut beaucoup embrasser pour peu êtreindre. Cette croissance de l'incertitude conduit les investisseurs à augmenter la liquidité de l'économie. Comme son nom l'indique, la liquidité permet de s'engager très vite mais aussi de se dégager très vite. C'est ce que l'on appelle la financiarisation. Peu importe ce qui est fabriqué ou le comment, ce qui compte c'est la rentabilité du capital engagé et réalisable rapidement. Et c'est là qu'on débouche sur le problème des droits de propriété intellectuelle et la difficulté qu'ils soulèvent.

Les immatériels aussi difficiles à évaluer que le potentiel d'innovation et de création de l'entreprise, que l'organisation ou que le capital intellectuel de ressources humaines avaient été apprivoisés dans le capitalisme industriel par trois moyens : le brevet donnant la mesure de l'innovation, le droit

d'auteur qualifiant les créations et la marque traduisant la confiance des fournisseurs, des consommateurs dans l'organisation, puisqu'elle est censée fournir une information pertinente sur le produit ou le service et surtout permet d'acheter les yeux fermés le suivant.

Mais il faut bien comprendre trois facteurs qui rendent ces trois solutions de plus en plus difficilement transposables dans un monde où les interactions (et donc les effets externes que les économistes appellent aussi du nom barbare d'externalités) jouent un rôle croissant et où la partie économiquement la plus riche de la production est constituée de biens connaissance et de biens vivants :

– Les droits de la propriété intellectuelle (DPI) sont toujours, par rapport au secret (à la non divulgation), un compromis. En échange du bénéfice social de la révélation d'une invention (le brevet), d'une œuvre (droit d'auteur), de qualités stables de produits (la marque), l'inventeur, l'auteur, le dépositaire de la marque se voient attribuer un monopole temporaire artificiel (l'exclusivité qui permet d'en faire des biens marchandisables) sans quoi, ces biens connaissances ne pourraient être produits dans le secteur marchand. Ils devraient être financés par l'impôt à qui se trouverait alors dévolu en totalité la charge de rémunérer les créateurs. Si, comme c'est déjà largement le cas, la création et l'innovation sont financées par l'impôt (il suffit de penser que l'effort de recherche est supporté à concurrence de 1,5 % du PIB en France par l'Etat, les entreprises se bornant à 0,5 %) le compromis social tend à exiger davantage de « révélation » au public que dans un cas inverse (celui où le secteur marchand finance directement plus de la moitié de l'effort de recherche). C'est sans doute là une des raisons majeures des différences d'acceptabilité du marché qui existe entre la France ou l'Europe en général et les Etats-Unis.

– Une convention de propriété privative est, comme toute convention sociale (à la différence d'une norme naturelle, ou quasiment naturelle), largement dépendante de son

acceptation par la société (donc par le consommateur mais aussi par le citoyen ou, dans le capitalisme reposant par la connaissance, par les apprenants, les créateurs et les producteurs de connaissance). Or la connaissance nécessite pour être créée et inventée en amont (avant d'être valorisée de façon marchande) une dose croissante d'interaction libre et de « disclosure » (révélation)². Les inconvénients collatéraux de l'établissement d'une clôture plus étroite des domaines intellectuels par des brevets, des droits d'auteurs et des marques tendent à être de plus en plus importants et de moins en moins supportés par les consommateurs, les citoyens et les acteurs de la noosphère (écoles, universités, instituts de formation, centres de recherche).

– A ces deux premiers facteurs vient s'en ajouter un troisième. Les trois modalités de défense de la propriété exclusive (temporaire ou renouvelable pour la marque) des DPI, qui n'ont jamais été faciles à imposer depuis le XIX^e siècle³, pouvaient s'appuyer pour être mises en œuvre (*enforced* dit l'anglais) sur les obstacles techniques à la reproduction des supports des créations immatérielles : l'imprimerie, la photographie, la copie analogique par le cinéma, la télévision ou le magnéscope. En effet, dans l'univers de la reproduction analogique qui est à la base du développement du monde industriel et de l'innovation (par opposition au caractère singulier, unique de l'œuvre à un exemplaire), la copie ne vaut jamais l'original. Elle subit à chaque opération une déperdition de qualité d'une part et, le plus souvent ses supports se dégradent à l'usage (voir l'exemple des microsillons en vinyl usés par les diamants ou saphir des têtes de lecture). Or la révolution du numérique a levé pratiquement tous les obstacles techniques à une divulgation parfaite, très facile, à très faible coût de réalisation et de transport de fichiers numériques. Une copie numérique est aussi bonne que l'original. Le support initial gardé comme original de copie renouvelable pour pallier les accidents arrivant aux supports numériques (DVD, disque de stockage) permet de renouveler

de façon quasiment indéfinie ses disques, ses films, l'ensemble de ses fichiers numériques. Les obstacles de temps, de coûts d'une divulgation rapide des informations et des biens connaissances, sont menacés et le seront toujours davantage, par la puissance croissante en mémoire des ordinateurs, de débit des tuyaux véhiculant, de puissance combinatoire de calcul. Le monde numérique permettant de stocker en quelques secondes de click la totalité des images et documents sonores du MOMA, du British Museum ou du Louvre approche rapidement. Celui des objets interactifs également. La marchandisation du capitalisme industriel reposait sur une rareté des biens. L'abondance possible de biens informations et de biens connaissances fait apparaître ce que Pierre-Noël Giraud⁴ appelait le « spectre de la gratuité ».

En fait, le caractère exacerbé des campagnes des grands médias de l'information et des industries culturelles contre le téléchargement gratuit de fichier *peer to peer*, comme si le monde se transformait en une bibliothèque interactive mutualisant les ressources existantes apparaît comme le révélateur d'une crise des brevets, des droits d'auteurs et des marques. La croissance de la contrefaçon des griffes pour les industries de mode reposant essentiellement sur des marques, pour l'ensemble des industries de haute technologie reposant sur des brevets et des téléchargements gratuits de musique, de films et de livres en sont les illustrations. L'Internet qui constitue un vecteur sans pareil de développement des réseaux de diffusion de biens matériels (les livres comme supports papier) et donc de marchandisation de tout est en même temps un agent non moins puissant de dé-marchandisation des ressources immatérielles. C'est là évidemment la différence de la bataille des clôtures à laquelle le passage au capitalisme cognitif donne lieu avec celle qui s'était déroulée à la fin du XVIII^e siècle, précédée d'ailleurs d'épisodes bien plus sanglants d'inculcation des droits de propriété de biens matériels lors du passage des sociétés communautaires aux sociétés « chaudes ».

Prenons plusieurs exemples récents qui illustrent la crise de chacun des compartiments classiques de la propriété intellectuelle.

L'affaire des médicaments génériques et des licences obligatoires pour les pays du Sud, (en particulier ceux de l'Afrique) illustre la difficulté de maintenir la législation des brevets et l'obligation pour les pays du Sud de se plier aux règles de l'OMC (prévue dans les accords de Marakkech de 1995 aux termes desquels ces derniers avaient dix ans pour appliquer les règles de protection des DPI) pour les anti-rétroviraux à la base des trithérapies. Les accords du Doha ont légitimé une limitation du respect du DPI par le recours aux licences obligatoires (sorte de réquisition) par les Etats ayant décrété une « urgence sanitaire ».

Le dossier de la contrefaçon industrielle en provenance du sud-est asiatique, notamment en Chine, (ce qui explique l'empressement des pays du Nord à faire adhérer ce pays à l'Organisation Mondiale du Commerce) est très fourni. Mais dans des domaines plus immatériels, les déconvenues des industriels qui ont refusé des partenariats de partage de connaissances dans l'électronique ou les logiciels : la firme française Wawecom spécialisée en téléphonie mobile, a été confrontée à un cas classique de rétro-ingénierie de ses programmes et elle a dû abandonner le secteur pour se replier sur les puces équipant divers dispositifs dans les automobiles.

O.A : Peut-on globalement poser la question de la propriété intellectuelle ou faut-il prendre soin de décliner la question suivant les différents secteurs de production ? Par exemple, les transferts de technologie dans le domaine pharmaceutique ne sont ni du même ordre ni liés aux mêmes conséquences que dans les industries de la création comme la mode.

Y.M.B : Ma réponse est simple : il faut avoir une compréhension globale de la crise qui affecte les DPI (c'est-à-dire les mettre en perspective de l'avènement du capitalisme

cognitif) pour pouvoir penser des réponses intelligentes et appropriées, donc adaptées à chaque secteur. Il est clair par exemple qu'il est des secteurs de la mécanique, de la chimie lourde en particulier, qui ne souffrent pas d'une crise aussi aiguë que le secteur pharmaceutique ou que le secteur informatique qui représentent les 3/4 de l'inflation délirante des brevets à laquelle on a pu assister depuis la législation américaine (Arrêt Chakrabarty et Bayh-Dole Act de 1980).

Si l'on n'a pas de théorie de la dynamique du capitalisme, on risque fort de se fourvoyer dans une attitude aussi rétrograde qu'improductive finalement. Il faut en effet être bien conscient de la puissance de la révolution du numérique qui est loin d'être arrivée à son terme avec le passage à une ère post-silicium de stockage atomique de l'information sur la matière et de la pénétration de la sphère de la production matérielle par le numérique. Aujourd'hui la sous-traitance allie le CD informatique le plus sophistiqué (qui dissémine inévitablement les savoirs à partir du moment où ils sont codifiés) et la connaissance des spécialisations de main d'œuvre non mécanisables, qu'on retrouve dans les savoirs traditionnels (ce que les économistes appelle les échanges idiosyncratiques, c'est-à-dire singuliers). On en revient toujours à la question des immatériels ou intangibles et à leur conjugaison historique avec l'outil de mesure et de communication universelle qu'est l'informatique.

O.A : La question de la contrefaçon renvoie-t-elle à une approche résolument industrielle, matérielle, de la propriété intellectuelle ?

Y.M.B : Le terme même de contrefaçon semble à première vue bien renvoyer à la division artisanale et industrielle des tâches. Mais en fait l'accusation de contrefaçon renvoie toujours à l'accusation de transgression d'une norme qui se réfère à de la propriété intellectuelle même si cette dernière n'a pas encore émergé et si l'auteur n'est pas encore un individu. Ainsi, au Moyen-âge,

lorsque lorsqu'un compagnon ne se voyait pas attribuer le chef-d'œuvre (c'est-à-dire l'équivalent du diplôme qui donnait le droit d'exercer le rôle de Maître et donc d'embaucher des Compagnons et des Apprentis selon la réglementation des corporations), il exerçait souvent au noir, comme travailleur « libre » (libre veut dire ici libre des règles des corporations). On appelait ces contrevenants des *chambrellans* et ils faisaient l'objet de campagne de répression qui ne sont pas sans rappeler la chasse aux immigrés clandestins sans lesquels des pans entiers de l'activité économique seraient bien incapables d'exister sous la forme qui est la leur (sans compter le travail régulier qui dépend lui aussi de ce travail irrégulier. De fait le travail non agricole, donc hors corporations a représenté très vite la moitié du travail artisanal et primo industriel⁵.

La contrefaçon d'un objet matériel (plagiat pour une œuvre littéraire) a besoin d'un « corps » du délit, donc d'un objet, mais c'est le non respect du monopole exclusif conféré à l'inventeur, au producteur (fût-il collectif quand la notion d'individu n'est pas juridiquement bien assise) qui constitue le cœur de la question. En ce sens, il ne faut pas chercher à reconstituer un corrélat matériel (de plus en plus aléatoire) dans l'univers numérique à la contrefaçon, mais plutôt essayer de relire les conflits de droits de propriété intellectuelle sous l'ère industrielle en voyant le type d'immatériel qui était déjà en cause.

Prenons le cas le plus flagrant et le plus douloureux, qui s'est avéré fondateur de la modernité et de l'ère de l'industrie : celui de la « contrefaçon » de la parole divine, c'est-à-dire de la Réforme sous la Renaissance en Europe occidentale. Au départ, on a une Eglise chrétienne, l'Eglise Catholique, qui a conquis durement (voir la lutte contre le paganisme puis contre les hérésies) le monopole de la parole chrétienne. L'interprétation de cette parole (ou « évangile », c'est-à-dire « bonne nouvelle ») est assurée par un clergé soumis à des règles strictes de transmission du sacerdoce, et de la catéchèse. Le support matériel du dogme

est constitué certes des manuscrits recopiés manuellement en nombre très limité, des Evangiles et de l'Ancien Testament, mais surtout de l'interprétation de la foi (la confession récitée par les fidèles dans le symbole de Nicée ou Credo). L'organisation de l'Eglise catholique, c'est-à-dire du clergé et les substrats matériels de son fonctionnement (des rites aux archives des textes administratifs du droit canon) sont bien plus importants que la source historique et primaire (la Bible). Mais ce monopole de labellisation du christianisme (traduit par des actes symboliques comme le baptême) va se trouver bouleversé par l'invention de l'imprimerie par Gutenberg. La mise à disposition de la Bible à plusieurs milliers d'exemplaires ouvre une brèche dans le monopole interprétatif détenu par le clergé. Si le croyant peut accéder aux sources de la foi, l'interprétation personnelle de la croyance, de la conformité de son action à la parole apparaît comme le fondement bien plus que l'autorité de la tradition et le mécanisme de formation collective de l'obéissance au dogme. L'individu moderne naît avec toutes les conséquences sur le modèle d'organisation de la religion, de son rapport avec le pouvoir politique et enfin du modèle de la cité politique.

Dans un premier temps, de la naissance du « Grand Schisme » quelques vecteurs essentiels de l'échange symbolique⁶ par exemple les reliques des Saints et des Indulgences (monnaie d'échange permettant des remises de peine de Purgatoire), sont atteints dans leur crédibilité. Puis c'est le principe même du culte des Saints modèles d'identification collective, l'autorité même de l'Eglise romaine, puis son principe même qui est remis en cause. Les réactions de l'Eglise catholique contre la contrefaçon qu'est pour elle la Réforme (ce qu'elle nommera toujours la Religion « prétendument réformée ») vise à rétablir le monopole dogmatique par la limitation de l'accès à la Bible, par une spécification de la Bible catholique par rapport à la Bible protestante, par une réglementation des conditions d'interprétation qui doit être conduite sous l'autorité

d'un membre du clergé, sans compter les méthodes plus directement répressives comme l'excommunication des fidèles, la *suspensio a divinis* (l'interdiction d'exercer le ministère pour les prêtres) et l'élimination physique.

En fait, la question de la « contrefaçon » protestante, qu'on peut comparer à des standards d'accès à l'espèce d'échange particulier qu'est le « commerce de la vie éternelle » ou « salut de l'âme » se réglera par le nombre de fidèles (c'est-à-dire d'utilisateurs ou clients pour ce service particulier). S'instaureront, non sans mal, en Europe occidentale en trois siècles la coexistence ou cohabitation de normes différentes ainsi que la liberté de choix du culte (y compris l'espèce particulière de culte qui consiste en n'en avoir aucun). Cet exemple pourra sembler artificiel. Mais il suffit de remplacer Gutenberg et l'imprimerie par le numérique et l'Église Catholique par les instances chargées d'établir et de faire respecter les règles de l'échange de cette autre espèce d'échange particulier qu'est la propriété intellectuelle (un immatériel non sans rapport avec une vision de la création humaine), pour se demander s'il n'y aurait pas à glaner dans l'expérience historique. Au demeurant, il est fascinant de voir que ce sont dans des pays de tradition protestante qu'est apparue le plus facilement la révolution numérique, même si ce sont aussi les pays qui, protestantisme et individualisme obligent, avaient le plus vite élaboré une théorie de la propriété privée et un traitement des ressources immatériels par le mécanisme d'une concession d'un monopole privatif temporaire.

Quittons cet exemple limite mais instructif, pour revenir à la contrefaçon dans les industries de mode. La mode n'est pas exclusive de l'industrie puisqu'elle repose tout comme l'industrie sur la reproductibilité (ou réplique) d'un bien, d'un service, d'un habitus (comportement souvent complexe et très généraux, comme les manières d'être, de se tenir, de se vêtir, de manger, de consommer) puis, aujourd'hui d'une expérience de vie (Rifkin et Lazzarato). Mais, à la

différence de l'optique industrialiste matérielle, il faut qu'elle incorpore étroitement à un support qui par définition n'est pas singulier (à la différence du prototype de la haute couture), quelque chose d'artistique qui peut être caractérisé par rapport aux canons du beau, du style, mais plus sûrement par rapport au goût du public (et pas seulement du consommateur ou usager). Ce goût du public intrinsèquement variable, imprévisible, comme l'opinion publique (G. Tarde) est l'élément de différenciation des produits, des services. Il fait la différence entre ce qui est validé comme innovation (c'est-à-dire imité, répété, donc générateur d'un marché potentiel) et une découverte, une curiosité excentrique ou œuvre singulière encore à la recherche de son public). Le style par rapport à la phrase banale, est index de sa différence, de son écart par rapport aux usages déjà effectués des mots, des images, des couleurs, des tons et d'un public qui la valide ou est susceptible de la valider en un temps déconcertant (le fameux « cycle court » qui court-circuite les stratégies industrielles de captation des marchés par sa variabilité, sa volatilité).

À la source de la mode et des industries qui travaillent sur ce créneau d'expansion très rapide d'un public et d'une clientèle, il y a l'émulation, l'imitation contagieuse. Aussi bien dans la conception, l'invention, la production du trait innovant, que dans le ressort d'expansion. À la base de l'invention de nouvelle forme, il y a le travail de documentation, le pillage au sens figuré de l'inspiration glanée au fil des promenades dans la ville et de l'observation des comportements collectifs, des vitrines photographiées, le pillage au sens propre des *press books* des élèves stylistes, lors de leurs offres de service ou entretiens d'embauche. Il faut des milliers de variations souvent imperceptibles pour qu'émerge la trouvaille dont la mise en œuvre suppose un potentiel technique, des capacités d'agencement de divers segments productifs, mais aussi la capacité de tirer parti des rentes de localisation métropolitaine, c'est-à-dire des nombreuses externalités positives qu'offre la vie urbaine et l'inventivité sociale⁷.

La pluralité, l'imitation, la différenciation par le style constituent le cœur de métier des industries de mode. Des méthodes de mise en œuvre de la propriété intellectuelle empruntées à des industries classiques qui reposent sur des cycles de vie des produits longs, sur une innovation technique et non pas directement de goût, sont à la fois peu crédibles et surtout risquent de se révéler destructrices des gisements même d'innovation et de créativité.

La protection du droit d'auteur sur la création originale d'un artiste, d'un motif de tissu par exemple, celle sur une marque en général, celle qui couvre un modèle déterminé ne dépendent pas au même titre de l'univers imitatif et naturellement plagiaire de la création artistique. Les techniques de scanérisation numérique des images, l'interopérabilité entre l'ensemble des médias vouent à l'échec nombre des qualifications traditionnelles des délits de contrefaçon. Breveter ou déposer une marque sur des éléments modulaires de dimension très petite, solution adoptée dans des industries mécaniques ou électroniques est peu applicable.

En revanche la mutualisation des marques autour d'un ensemble territorial de type appellation contrôlée, terroir paraît nettement moins contraignant et surtout plus conforme à la nature du style. Si le caractère créatif ou innovant d'une mode qui s'installe ou se renouvelle dépend fortement des externalités positives captées sur place, le nom ou un ensemble de marques localisées dans un territoire dans une culture ont des chances de s'avérer efficaces, c'est-à-dire essentiellement de rencontrer l'aval ou la validation d'un public content de se trouver ainsi exprimé ; tout comme les Bordelais citent l'ensemble des vins de Bordeaux comme une caractéristique positive de leur région.

D'autre part, au lieu de multiplier les DPI sur des éléments d'une seule marque, ou de vouloir breveter, ou protéger l'amont de la conception, entrant ainsi sur le terrain glissant du brevetage des idées générales, il faut s'interroger sur le pourcentage de la valeur

économique qui est réalisé sur les produits dérivés de nature moins contestable. Prenons l'exemple d'un produit qui a exigé une mise de fonds très importante comme le film *La Guerre des étoiles*. Il faut savoir que si ce film a engrangé des recettes en salles considérables, il a rapporté davantage sur ses produits dérivés : les DVD bien sûr, mais surtout la vente des personnages comme jouet labellisé. Dans ce cas, qui devient de plus en plus fréquent (voir les droits de transmission télévisuels des championnats de football, de basket, les vêtements sportifs ornés de la griffe du club), le piratage (pour le film la copie pirate de DVD ou les téléchargements *bord à bord*⁸) constitue la promotion la plus efficace des produits dérivés. Le producteur perd la recette des spectateurs (pas toujours), mais s'il a bien géré les droits dérivés, il récupère leurs achats de produits aussi variés que les boissons, les gadgets, les jouets, les cartes postales.

O.A : Quelle pourrait être la contribution positive des entreprises – et des marques – dans le cadre d'une approche autre que répressive ?

Y.M.B : Cela découle largement de ce que j'évoquais pour répondre aux deux questions précédentes.

Les entreprises de mode comme un nombre croissant d'entreprises dont le cœur de métier repose sur la captation de la richesse sociale (celle qui se forme à partir des processus de vie et de connaissances), ne peuvent transformer cette richesse en valeur économique que parce qu'elles s'insèrent dans des territoires fertiles en externalités positives. L'urbain est défini par les économistes comme un gisement d'externalités positives. La ville met en contact des gens, des savoirs, des produits, des processus dont l'accumulation provoque des synergies favorables à la création. Or ces externalités positives incorporent une quantité considérable d'activités gratuites, de travail salarisable effectué sans reconnaissance de son utilité et de sa contribution à la produc-

tivité globale des facteurs. La production de ces externalités positives n'est pas très souvent intégrable à des entreprises qui ont plutôt tendance à pratiquer l'*out-sourcing* et la sous-traitance accrue. En revanche une implication plus importante des entreprises dans les organismes existants ou à créer de formation, de capitalisation intellectuelle des territoires, de diffusion des techniques, des modèles innovants est indispensable. Les entreprises françaises ne participent pas assez (sauf exception) à l'effort de recherche. Il faudrait qu'elles multiplient leur effort par trois à l'échelle globale. Mais leur proposer de se charger elles-mêmes de gérer l'interface avec les organismes de recherche, d'éducation et de formation, c'est courir à l'échec. Elles n'ont ni le temps, ni les compétences en leur sein pour ajouter ces tâches à leur arc. Il faut des organismes capables de recruter des évaluateurs de projets, de financer des formations, des stages, des doctorats, des projets. Ainsi les étudiantes et étudiants des écoles de mode, des arts graphiques, du design devraient être financés beaucoup plus largement pour que les entreprises puissent se nourrir dans un vivier d'externalités positives au lieu de pratiquer une prédation sauvage qui ne s'interroge pas sur les conditions collectives de sa reproduction.

La meilleure défense des marques n'est pas le gendarme de la contrefaçon qui peut s'avérer indispensable en certain cas, mais assez rares ou bien insaisissables. Par exemple l'étendue de la contrefaçon dans le Sud-est asiatique est directement fonction du degré d'exploitation de la main d'œuvre. La corruption généralisée que suppose un degré de contrefaçon à l'échelle industrielle, permet à un petit nombre de détourner 0 à 30 % des bénéfices de ce trafic, mais il ne faut pas oublier qu'une majeure partie du revenu généré est le plus souvent redistribué dans des pays où la redistribution sociale est quasiment inexistante. La défense efficace des marques dépend de la communauté des clients, usagers et défenseurs de la marque. La popularité d'une marque dépend largement de son mécénat, de son

implication citoyenne, environnementale ou bio-éthique. La façon dont Benetton a géré son budget publicitaire est très instructive. Mais il semble aussi que la mutualisation des marques constituant des pôles de défense non pas de telle ou telle marque, mais de la mode française, ou de Paris capitale de la mode (qui n'est sans doute plus *la* (seule) capitale mondiale de la mode), soit une piste qui devra être explorée face aux ambitions chinoises par exemple.

O.A : Le capitalisme de la connaissance offre-t-il un nouvel espace public ?

Y.M.B : J'ai défini récemment⁹ l'activité du capitalisme cognitif comme la production de différents types de public. C'est dire deux choses. Tout d'abord il n'y a pas de possibilité de produire la nouvelle chaîne de la valeur économique sans la formation sous-jacente du partage d'un fonds humain communicationnel, linguistique, culturel et biopolitique, ce que j'appelle la noosphère et la biosphère, qui est dominé par la diversité et l'impératif de préserver cette diversité si l'on veut avoir de nouvelles combinaisons qui émergent. Ces nouveaux biens communs virtuels sont à la base de l'extraordinaire productivité de la société numérique. Autrement dit, il y a du public, du commun. Pour parler d'un espace public et pas simplement d'une multitude d'espaces communs, il faudrait que les Etats nations soient capables de dépasser la vision de la souveraineté et de son corrélat politique, le Peuple, pour créer ce que François Fourquet appelait dans son ouvrage célèbre *Les Equipements du pouvoir*¹⁰, les équipements, les infrastructures immatérielles des nouveaux travailleurs productifs.

Ces équipements qui supposent de nouveaux droits pour les multiples agents qui concourent à la productique numérique et cognitive, de nouvelles fonctions de l'action publique, requièrent des investissements dont seuls quelques pays nordiques ont compris l'importance. La Norvège par exemple, qui finance la recherche en lui affectant la totalité des gains des jeux publics

(courses, loto, tiercé) mais aussi privé (taxation des jeux numériques).

Cet espace public encoire à naître dans le droit et dans la formation des agents de l'Etat, s'est révélé en pointillé lors des débats de décembre sur la loi sur les droits d'auteurs et droits voisins dans la société numérique. 10,5 millions de foyers sont équipés en Internet et plus de 7 millions en haut débit. Le téléchargement de fichiers de gré à gré entre internautes (*peer to peer*) concerne dorénavant un si grand nombre d'Européens que la législation prévue tant par la Directive européenne de 2002 que par sa transposition en France est applicable et vieille avant que d'être née. Et faisons attention : il ne s'agit pas du romantisme de la gratuité, il s'agit de façon bien plus cruciale, de la condition de survie d'une économie innovante et de sa transformation en capitalisme contemporain, donc des véritables emplois de demain.

O.A : Dans les industries culturelles, sous le rapport de la défense des intérêts des auteurs, on assiste au déploiement de tout un arsenal législatif destiné à restreindre les possibilités de reproduction et de diffusion des œuvres. Que penser de l'engagement des Etats du Nord dans une mission de lutte contre la contrefaçon ?

Y.M.B : L'application de droits de management numérique (*Digital Rights Management* en anglais) résulte d'une application mécanique des droits de propriété intellectuelle tels qu'ils s'étaient mis en place sous le capitalisme industriel en tentant de mettre la puissance du numérique au service d'une clôture des droits d'usage des biens numériques. Dans une telle conception qui ressemble à celle que le brigand Procuste appliquait à ses victimes, on étire ou mutile les jambes du consommateur pour le faire entrer dans le vieux lit industriel. En particulier, puisque tout fichier numérique (une suite de 0 et de 1) est très facile à copier à l'identique quelle que soit sa longueur, on trace les utilisateurs et on soumet leur ordinateur personnel à un

espionnage permanent qui vérifie si ce qu'ils ont téléchargé (y compris les logiciels) est en règle du point de vue des droits d'auteur. D'autre part on équipe les DVD et CD de dispositifs anti-copiage. George Orwell n'avait pas pu imaginer un degré pareil de surveillance des individus, la notion de *privacy* ou privauté indissociable de la liberté des citoyens se trouvant allègrement sacrifiée. Stallman avait cependant bien montré¹¹ que la logique d'exécution des droits d'auteur sur les logiciels conduirait à l'interdiction de lire des livres prêtés, de prêter son ordinateur et avait écrit une nouvelle sinistre décrivant la vie des étudiants sur le campus des universités ainsi normalisées. Comme on ne peut avouer au consommateur, surtout s'il est programmeur, qu'il est considéré comme l'ennemi, ces instructions sont cryptées. Du coup, cette *back door* (porte d'entrée dans l'ordinateur dont l'existence n'est pas connue de l'utilisateur, mais seulement du fabriquant) facilite l'intrusion de virus. On en a eu un exemple très récent avec l'installation par Sony sur son dernier logiciel de jeu d'un dispositif DRM de cette nature. L'infection de 160 000 ordinateurs de clients par un virus a conduit au rappel du produit tandis que les consommateurs portaient plainte. De façon plus générale, indépendamment des questions de sauvegarde des libertés publiques, la philosophie des DRM en considérant le consommateur comme l'ennemi par excellence et à priori comme un fraudeur présumé, est totalement contraire à la construction et à la fidélisation du public qui est à l'œuvre dans le capitalisme cognitif qui mise sur une interaction positive avec les utilisateurs innovateurs et non sur une relation de subordination passive.

L'engagement des Etats du Nord de lutter contre la contrefaçon a de grandes chances de rester un vœu pieux, une promesse qui ne coûte rien, et qui n'engage que ceux qui la croient tant que les pays du Sud d'une part et les pays en voie de décollage (les cinq petits dragons asiatiques, le dragon chinois, l'Inde, le Brésil, le Mexique) seront loin de standards d'emploi de leur main d'œuvre

non qualifiée. Comme je le soulignais plus haut, le bénéfice d'une partie de la contrefaçon industrielle et massive (celle qui fait le plus mal car les autres sont plutôt des facteurs d'appel vers les véritables marques) rémunère un peu mieux les salariés sur-exploités du Sud. La meilleure arme contre la contrefaçon, ce sont les grèves des pays du Sud et l'élévation du niveau de rémunération de leurs salariés. Pour l'ensemble des pays du Sud (y compris les moins développés en Afrique qui ont très peu d'industrie de transformation), le problème des DPI perçus surtout sur les services et les hautes technologies est qu'ils incarnent la nouvelle forme d'échange inégal : les royalties qu'ils impliquent épongent totalement les bénéfices de l'ouverture tardive des marchés des produits agricoles et industriels de l'économie matérielle.

O.A : Dans les industries du textile, quels sont les enjeux et la pérennité d'un modèle qui assigne respectivement le contrôle de la création aux pays du Nord et la production entre autres à la Chine?

Y.M.B : J'évoquais précédemment la volonté chinoise affirmée de « remonter » les filières de produits vers l'amont et vers les segments incorporant du travail qualifié, des innovations. En particulier, les responsables chinois ne font pas mystère de leur intention de se servir de leur hégémonie sur la fourniture de la soie (qui repose pour l'instant sur les coûts extrêmement bas des cocons payés aux paysans et du filage) qui ne durera pas éternellement pour construire une industrie de la mode et hisser Shanghai aux rangs des capitales de la mode mondiale. De façon plus générale, je crois qu'il serait dangereux de penser que le modèle actuel de la Chine, simple atelier manufacturier du monde, va durer longtemps et de compter sur la pérennisation de cet état de fait pour assurer la survie de l'industrie textile, de la confection, du prêt-à-porter. Les enjeux dont dépendra la survie du textile français dépendent de sa réorganisation à l'échelle de l'Union européenne et de la rive sud de la méditerranée

(Maroc, Tunisie, Egypte) dans un sens plus innovant, sur des séries courtes. Il faut regarder quels besoins futurs nouveaux émergent de la société cognitive, celle qui correspond au capitalisme cognitif. Je pense à l'incorporation des puces et des équipements cyber par exemple. Nous savons, autre exemple, que nombre d'équipements de surveillance des malades en temps réel seront inclus dans les chaussures, dans les ceintures. On peut imaginer des vêtements dont les tissus réagissent au taux de pollution. Mais ce sont surtout les nouvelles activités, les nouvelles formes de loisirs qui inventent des vêtements. Il n'est que de penser aux lignes de maillots des surfeurs.

Autre point : il faut se préparer à des partenariats technologiques (accompagnés de transfert) avec les pays comme l'Inde, la Chine, le Brésil et ne pas en rester à l'optique néo-coloniale qui chercherait ou donnerait simplement à penser que nous cherchons à les cantonner dans le rôle de manufacturiers de la vieille ère industrielle. Si nous les traitons en ennemi ou rivaux, le réveil sera amer. J'ajouterai que les transferts de technologie peuvent s'opérer dans les deux sens : je ne serai pas étonné que les Chinois, dont l'aptitude commerciale est proverbiale, aient beaucoup de choses à nous apprendre, y compris dans le *serviciel* (logiciel de service).

O.A : Dans quelle mesure ces mesures sont-elles compatibles avec ce mouvement de démarchandisation dû à la profusion des techniques de reproduction ?

Y.M.B : Comme je l'ai expliqué, ces mesures d'*enforcement* ou de renforcement des DPI ressemblent dans leur ensemble (je n'exclus pas que sur quelques points secondaires, il y ait des mesures justifiées) à une nouvelle ligne Maginot. Les gains qu'il faut en attendre sont faibles mais ce n'est pas le plus grave. Elles concourent à alimenter la conviction que la mondialisation est forcément négative, qu'elle est un jeu à somme nulle (les gains des uns étant forcément compensés par les pertes des autres). Or

dans la transformation en cours, les droits de propriété seront profondément modifiés dans un sens compatible avec la croissance et pas l'inverse. Les conventions de propriété privée et collective (publique) requièrent un consensus minimal d'une part et remplissent le rôle de facilitateurs de l'instauration d'un régime stabilisé de capitalisme cognitif. L'application des droits de propriété intellectuelle selon le modèle dix-neuviémiste (hégémonie de la transférabilité intégrale de la propriété d'actifs immatériels par attribution d'un monopole temporaire) ne correspond plus ni à l'intérêt général du capitalisme, ni à celui de son secteur le plus avancé. Ricardo pourchassait dans ses *Principes de l'économie politique et de l'impôt* (1919) la rente foncière. Notre problème est différent quant à son objet mais non dans sa forme : il s'agit aujourd'hui de nous débarrasser au plus vite de la rente industrielle lié à l'économie de production matérielle et énergétique si nous voulons entrer dans une économie de l'innovation et de l'intelligence.

Yann Moulier Boutang

1. B. Lev, *Intangibles, Management, Measurement and Reporting*, The Brookings Institution, 2001, p. 31.
2. Voir en particulier Paul A. David "The Economic Logic of 'Open Science' and the Balance between Private Property Rights and the Public Domain in Scientific Data and Information: A Primer," in National Research Council, *The Role of the Public Domain in Scientific Data and Information*, Washington, D.C.: National Academy Press, 2003.
3. Les Etats-Unis n'ont pas reconnu le copyright des livres publiés en Angleterre pendant presque tout le XIX^e siècle. Les Pays-Bas ont refusé tout brevet pendant une période. Les pays communistes n'ont pas reconnu les brevets ni les droits d'auteur entre 1917 et 1991.
4. P.N. Giraud, « Un spectre hante le capitalisme : la gratuité », *Le Monde*, 5 mai 2004, http://www.lemonde.fr/web/recherche_articleweb/1,13-0,36-363592,0.html
5. Voir notre *De l'esclavage au salariat, économie historique du salariat bridé*, PUF, 1998, chap 10-11-12.
6. Ce dernier relève d'une espèce particulière d'échange. La religion (au sens du lien selon l'étymologie du mot) régit par des règles sophistiquées de la théologie l'échange continué entre des agents asymétriques et incommensurables (Dieu et sa créature).

7. M. Lazzarato, A. Negri, G. Santini, *Des entreprises pas comme les autres*, Benetton et le Sentier, Paris, PubliSud, 1993.

8. Nous traduisons ainsi dans la langue de Molière l'anglais *peer to peer* (*échange entre pairs*), en filant la métaphore navigatrice de l'espace cybernétique. Le « bord à bord » se pratique quand deux vaisseaux ne vont pas à quai et ne transitent pas par un port pour échanger leur cargaison.

9. Yann Moulier Boutang, « La viabilité d'un capitalisme à la fois porté par la dynamique des connaissances et le développement de la finance », Université de Toulouse I, LEREPS/ GRES, Isys-Matisse/7 juin, Toulouse (2005).

10. *Les équipements du pouvoir : villes, territoires et équipements collectifs*, UGE, 1976.

11. Voir le premier texte de l'Anthologie réalisée par Florent Latrive et Olivier Blondeau, *Libres enfants du numérique*, Editions l'Éclat, 2000.