1

L'indifférence

L'indifférence procède d'un excès de fermeture.
Elle décrit le premier des quatre
grands mécanismes d'échecs.

Mettez-vous dans la peau d'un industriel

Nous vivons dans un monde de plus en plus ouvert. Les gens voyagent de plus en plus, passent leurs vacances de plus en plus loin, s'intéressent de plus en plus aux langues étrangères. Le volume international d'exportation s'accélère. Le monde se mondialise en quelque sorte, au moins autant sur le plan économique que sur le plan culturel. Il n'y aura bientôt plus un petit coin de la planète où l'on ne bafouillera pas un peu l'anglais, où l'on ne pourra pas commander un hamburger ou un Coca-Cola, où l'on ne pourra pas s'acheter un grand parfum français dans les boutiques de luxe de l'aéroport.

Dans ce monde mondialisé, l'information s'échange encore plus vite que les marchandises. Grâce aux satellites, le téléphone, Internet et les grandes chaînes de télévision (CNN) pénètrent absolument partout et permettent à chacun peu à peu d'avoir accès, en temps réel, à la totalité de l'information gratuite disponible : celle des morts et celle des vivants. N'importe qui peut devenir un érudit à moindre frais sans trop s'éloigner de chez lui. Il suffit de rester l'après-midi à la bibliothèque, dans un cybercafé ou plus prosaïquement dans un divan sous les flots de culture offerts par la télévision.

Des terminaux multimédias gratuits permettant à chacun de savoir à peu près tout sur tout, tout de suite, commencent à peupler notre univers. Coexistent ainsi :

— L'ordinateur portatif amélioré, qui joue non seulement à l'ordinateur, mais également à l'imprimante, au Fax, au scanner, à la photocopieuse, au lecteur de CD-DVD, au téléviseur, au téléphone audio, audiovisuel demain et après-demain, multisensoriel…

— La montre-poignet ornée d'un bel écran couleur et reprenant toutes les fonctions ci-dessus énoncées, à l'exception peut-être du Fax, de l'imprimante et de la photocopieuse. Un logiciel de reconnaissance vocale qui n'obéit qu'à la voix de son maître autorise l'économie d'un clavier.

— L'écran géant en 3 dimensions, qui occupe tout un mur de la salle à manger ou même la totalité des murs de votre chambre à coucher sans oublier le sol et le plafond. On peut alors avoir l'impression de flotter sur un nuage ou au fond d'un immense aquarium.

— Les petites lunettes hallucinogènes, avec un écran sur chaque œil et un petit haut-parleur dans chaque oreille. Elles sont accompagnées éventuellement d'une souris dans le creux de la main et d'une sorte de survêtement électronique. Des millions de transistors-simulateurs sont cousus dans les doublures et font jaillir en chaque point de la peau des sensations de froid, de pression, de plaisir ou de brûlure.

— L'implant greffé directement à l'intérieur de votre crâne, en prise directe avec les centres de l'expression et de la perception. Toute frontière entre le réel et le virtuel s'abolit alors définitivement.

Chacun de ces milliards de terminaux éparpillés sur Terre est bien sûr connecté en permanence avec chacun des milliards d'autres. Cela implique des conséquences sociales.

La notion de hiérarchie, caractéristique de la civilisation industrielle, perd brutalement toute signification.

Le « chef » était celui qui, situé au centre de l'étoile ou au sommet de la pyramide, coordonnait le travail des uns et des autres en recueillant, synthétisant et diffusant la totalité de l'information disponible. Telle était la racine de son

pouvoir et la justification de son train de vie et de ses privilèges.

Si A et B peuvent dorénavant se passer de C pour s'entendre, à quoi les « chefs » peuvent-ils encore servir ?

Un chef d'entreprise, c'est d'abord quelqu'un qui téléphone. Une entreprise, c'est d'abord un nœud de communications entre des fournisseurs, des clients, des actionnaires, des banquiers et un environnement institutionnel. Avec l'apparition du téléphone de poche et Internet, la notion même de hiérarchie devient pour l'entreprise un handicap et non plus, comme hier, la garantie d'une bonne organisation. Par un effet de boucle rétroactive, la montée en puissance des télécommunications se trouve à son tour stimulée par les structures interactives qu'elle suscite. Les mastodontes industriels disparaissent rapidement pour la même raison que les dinosaures il y a soixante millions d'années : à cause de leur lourdeur, de leur lenteur, de leur consommation énorme d'énergie, de leur manque de productivité par rapport aux petits mammifères au sang chaud.

La civilisation industrielle de nos parents et de nos grands-parents avait deux fondements :

— La primauté de l'organisation hiérarchique.

— La primauté des valeurs matérielles, ce que Marx appelait le « Capital ».

La civilisation interactive possède également deux fondements :

— La primauté de communications fluides, immédiates, horizontales, à l'image des zappings sur le Web.

— La primauté des représentations et des symboles.

Ce qui coûte le plus cher, aujourd'hui, ce sont en effet les images. Quand vous achetez un flacon de parfum

Chanel ou Yves Saint Laurent, vous payez à peu près 0,5 € la matière et 50 € le concept, une certaine image de vous en train d'acheter une bouteille de parfum qui coûte cher.

Trois sortes de produits, trois sortes d'entreprises, trois sortes d'emplois sont aujourd'hui en concurrence : les matériels, les culturels et les sociaux. Les premiers ont devant eux un marché saturé, les deux autres un avenir radieux. Le désarroi moral en vigueur aujourd'hui n'est que l'inséparable compagnon de la saturation matérielle du marché. L'avenir est aux marchés immatériels.

Si vous souhaitez faire prospérer votre entreprise :

- ***Renoncez à l'ambition d'être un « industriel ».***

  Orientez votre entreprise vers les activités à forte valeur ajoutée qui intègrent le plus possible de « service » et le moins possible de « matière ».

  Faites de votre entreprise une entreprise ouverte et perméable aux informations extérieures en mettant par exemple en place un réseau de « capteurs » (veille technologique, insertion dans de nombreux annuaires, ouverture d'un site Web).

  Débrouillez-vous pour assurer la fluidité des communications internes en allégeant par exemple le protocole ou en raccourcissant les « distances » hiérarchiques entre les individus.

Si vous êtes au contraire un vieux dirigeant soucieux d'être plaint et consolé pour vos déboires et vos efforts, désespérés mais inutiles, il est bien sûr recommandé d'adopter une ligne de conduite tout à fait différente. Sachant que les entreprises industrielles, hiérarchisées, centralisées, marchandes et matérialistes n'ont décidément plus le vent en poupe, il vous suffit par conséquent :