



## Évolution de l'intermédiation



Crédit photo : Jimmy Flink

*La bafouille qui suit à été écrite pour rejoindre d'autres contributions du même type dans un booklet à propos de l'intermédiation. Elle est également publiée dans sur le [forum des labs](#) traitant du même sujet.*

---

Les hommes ont, depuis toujours, eu besoin d'intermédiaire pour communiquer. Le premier facteur déclenchant l'intérêt d'utiliser les services d'un intermédiaire a probablement été la distance entre deux personnes.

L'intermédiaire a, de tout temps, été partie prenante dans la transaction commerciale pour le rôle de facilitateur qu'il y a joué : que ce soit via un négociant au fait des us et coutumes de deux pays par exemple, ou via une boutique physique où une personne qui produit quelque chose peut l'exposer dans l'attente qu'un acheteur vienne le voir et s'en porte acquéreur, voire plus simplement, via une entreprise de transport de colis lorsqu'on veut faire parvenir un objet à quelqu'un.

\*

Dans les domaines de la création en général, les intermédiaires peuvent être de deux grandes familles : ceux qui participent à la création de l'œuvre et ceux qui participent à son rayonnement. Les premiers ne sont pas à proprement parler des intermédiaires : ils créent tout autant que l'auteur ou l'interprète. Quant aux seconds, le rayonnement d'une œuvre pourrait lui-même être considéré comme un art, mais je fais le postulat de départ que ce n'est pas le cas.

Certains acteurs appartiennent aux deux catégories. Le producteur, par exemple : sa fonction



est avant tout d'aider à produire l'œuvre, à guider les auteurs et interprètes dans le processus de création, mettre à disposition des moyens techniques, humains et artistiques, puis, en dernier lieu, d'effectuer la promotion de l'œuvre et de s'assurer qu'elle soit distribuée.

Pour l'écrasante majorité des gens avec qui j'ai pu en parler, le rôle du producteur se cantonne à faire distribuer l'œuvre. Pour beaucoup, il ne fait que prendre un MP3 qu'on lui a envoyé par email pour le graver sur un CD et le vendre. Au mieux, il fait faire le design de la pochette, mais c'est tout. Même si elle n'est pas systématique, la phase préparatoire et d'accompagnement semble totalement méconnue du grand public, tout comme le fait qu'un artiste qui rencontre le succès serve à financer 10 autres qui n'ont pas eu cette chance, pour ne citer que deux exemples parmi les plus évidents.

De fait, lorsque la technologie devient l'unique intermédiaire visiblement nécessaire dans la relation avec l'artiste, les gens ne vont pas chercher midi à quatorze heures : Joe gratte sa guitare, je télécharge le MP3 de Joe, le seul intermédiaire perceptible à mes yeux, c'est mon fournisseur d'accès internet, encore qu'il soit facile de l'oublier tant son rôle reste borné à une obscure fonction technique.

Partant de ce principe, pourquoi irait-il donner de l'argent aux distributeurs de CD ou de MP3, quand en plus, les médias rabâchent à longueur de temps que sur le montant payé « l'artiste ne touche que un euro ». L'impression générale est finalement que 90% du prix payé par l'acheteur va dans la poche d'intermédiaires dont la mission est, au mieux très floue, au pire inexistante.

\*

Sur le point précis de l'intermédiation dans les domaines artistique il me semble donc important de restaurer dans l'esprit de chacun la place des entités qui participent à la création d'une œuvre puis à son rayonnement.

Ceci doit peut-être s'accompagner d'une redistribution des cartes. Un distributeur qui s'arroge encore semble-t-il 30 à 50% de la valeur de vente : lorsqu'il devait stocker un objet, le présenter au client, gérer les retours, pourquoi pas, mais à l'heure du numérique ?

Il me semble également important de ne plus communiquer sur « la chaîne de la création » qui donne l'impression que l'œuvre passe de mains en mains, mais sur le fait qu'une œuvre est co-construite par plusieurs entités simultanément avant de suivre une chaîne de mise à disposition du public.

Sur l'intermédiation et internet, la tentation est forte de considérer le fournisseur d'accès comme seul et unique intermédiaire et de le rendre donc responsable, et payeur, de tous les maux. Sauf cas exceptionnel, l'inventeur de la batterie de voiture n'avait pourtant rien à reprocher au vendeur de foin pour chevaux.

La vérité est donc également à chercher du côté de l'horizontalisation des modes de vie et de communication qui, certes favorisés par le réseau, rendent les intermédiaires de moins en



moins utiles tout en favorisant l'émergence de nouveaux métiers d'assistantat pour aider les gens à prendre eux-mêmes en charge ce qui, autrefois, était un rôle dévolu à l'intermédiaire.

\*

Il existe également un intermédiaire majeur en la personne des fabricants de matériels permettant l'accès aux réseaux. Si on ne devait en retenir qu'un seul, ce serait probablement Apple qui est en passe de transformer un objet (le téléphone mobile) en service à valeur ajoutée récurrente.

Deux types d'acteurs semblent donc être les seuls à réussir à monétiser à grand échelle et facilement leur production pendant que beaucoup d'autres n'y arrivent pas ou plus. Le sentiment d'injustice est, en prime, exacerbé du fait de l'hégémonie de ces deux familles qui sont aujourd'hui quasi-exclusivement aux mains de grands groupes.

Ceci n'est qu'une partie de la vérité, car de nouveaux modèles économiques naissent chaque jour au travers des réseaux. Pour rester dans le matériel et le réseau, on citera par exemple le [Neo Freerunner](#), un smartphone qui a été créé de toutes pièces par des passionnés et n'avait, à l'époque de sa sortie, pas grand chose à envier à ses concurrents industriels et [FDN](#), petit poucet de l'internet français, fonctionnant sur le modèle associatif, qui permet à chacun d'être membre et non client de son fournisseur d'accès et donc de s'approprier ses moyens de communication.

Ce type d'initiative est à la fois « porté par » et « portante » de petites sphères de connaissances inter-personnelles. Elles sont, par nature, très éloignées des grandes théories financières et commerciales et suivent, souvent sans trop s'en rendre compte, une partie des théories « small is beautiful ».

\*

Et si, à l'aide des réseaux, l'intermédiaire des grands modèles économiques des années passées devenait le bâtisseur d'un tissu social plus dense, plus local, et plus efficace pour les années à venir ?