

# Table des matières

---

<b>SYNOPSIS</b> .....	5
<b>PRÉFACE</b> .....	13
<b>INTRODUCTION</b> .....	19
<b>L'ÉCONOMIE DE L'IMMATÉRIEL</b> .....	19
<b>CHAPITRE 1 - LE DIVORCE DU PRIX ET DE LA VALEUR</b> .....	29
A. PRIX ET VALEUR.....	31
B. PRIX DE L'INFORMATION ET DE LA CONNAISSANCE.....	32
C. VALEUR DE L'INFORMATION ET DE LA CONNAISSANCE .....	39
D. UN NOUVEL ÉTALON DE VALORISATION ? .....	46
<b>CHAPITRE 2 - LES PARADOXES DE L'ÉCONOMIE IMMATÉRIELLE</b> .	49
A. LES PARAMÈTRES ÉCONOMIQUES CLASSIQUES .....	50
B. L'OFFRE ET LA DEMANDE.....	54
C. LES LOIS DE LA CONCURRENCE.....	60
D. LE CONCEPT DE MARCHÉ.....	63
E. UNE DIGRESSION PHILOSOPHIQUE SUR LE ET LE OU .....	64
F. LES PARADOXES IMMATÉRIELS .....	68
<b>CHAPITRE 3 - LA GRATUITÉ : UNE NOUVELLE DONNE</b> .....	71
A. LA STRATÉGIE DE LA GRATUITÉ.....	74
B. LA STRATÉGIE DE PROLIFÉRATION.....	76
C. VRAIE ET FAUSSE GRATUITÉ.....	78
D. LE CAS WIKIPEDIA .....	81
E. VALEUR ET VALIDATION DE L'INFORMATION .....	86
F. PETITE MÉDITATION SUR LA PERVERSION SYSTÉMATIQUE .....	88
<b>CHAPITRE 4 - LA RARETÉ DE LA MATIÈRE GRISE</b> .....	91
A. RARÉFACTION DE L'HUMAIN EXPERT .....	93

B.	LA CHERTÉ DE L'INTELLIGENCE .....	95
C.	L'ENTREPRISE DOIT SÉDUIRE.....	97
D.	L'ENTREPRISE, C'EST UN PROJET .....	98
E.	L'ENTREPRISE, C'EST UN MÉTIER .....	99
F.	L'ENTREPRISE, C'EST UNE AMBIANCE .....	101
G.	NE PAS HÉSITER.....	102
H.	CE QUI EST RARE, C'EST LE GÉNIE, PAS SES PRODUCTIONS.....	103
I.	QUESTION DE CARBURANT .....	105
<b>CHAPITRE 5 - PATRIMOINES IMMATÉRIELS.....</b>		<b>107</b>
A.	TYPOLOGIE DES PATRIMOINES IMMATÉRIELS .....	110
B.	PATRIMOINES CRÉATIFS .....	110
C.	PATRIMOINES COGNITIFS.....	113
D.	PATRIMOINES COLLABORATIFS.....	115
E.	COHÉRENCE ET COHÉSION .....	118
F.	MANAGEMENT PATRIMONIAL.....	119
G.	QUELS MANAGERS POUR DEMAIN ? .....	120
<b>CHAPITRE 6 - LE MYTHE DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE.....</b>		<b>125</b>
A.	ANALYSE .....	126
B.	IDENTIFICATION UNIVOQUE DE L'IDÉE .....	128
C.	IDENTIFICATION UNIVOQUE DU PROPRIÉTAIRE DE L'IDÉE .....	130
D.	IDENTIFICATION UNIVOQUE DE L'USAGE DE L'IDÉE.....	134
E.	PROPRIÉTÉ IMMATÉRIEL : UN MYTHE !.....	135
F.	QUEL EST LE PROBLÈME ? .....	136
G.	QUEL CONCEPT SUBSTITUER À CELUI DE PROPRIÉTÉ ? .....	137
<b>CHAPITRE 7 - CRÉER DE LA VALEUR IMMATÉRIELLE.....</b>		<b>143</b>
A.	CROISSANCE ET CONNAISSANCE .....	144
B.	INVERSION... ..	146
C.	CROISSANCE IMMATÉRIELLE .....	146
D.	ÉCONOMIE POUR QUOI FAIRE ? .....	150
E.	VARIABLES ANTAGONIQUES .....	151
F.	L'ÉCONOMIE DE LA CRÉATION IMMATÉRIELLE .....	153
G.	LA COURBE DE VALEUR MARCHANDE .....	156
H.	EN PRATIQUE.....	159
<b>CHAPITRE 8 - INFORMATION VÉCUE VS. INFORMATION STOCKÉE.....</b>		<b>161</b>
A.	L'IMPASSE CONSOMMATOIRE .....	163
B.	DE LA CONSOMMATION À LA PARTICIPATION.....	166

C.	INTÉGRATION DES RÔLES .....	168
D.	L'ENTREPRISE NÉO-ARTISANALE .....	171
E.	CROISSANCE DES ENTREPRISES IMMATÉRIELLES .....	173
<b>CHAPITRE 9 - L'ACHETEUR REPREND LE POUVOIR .....</b>		<b>177</b>
A.	LE PUSH ET LE PULL .....	178
B.	POLLUTION INFORMATIONNELLE.....	179
C.	COMMENT VENDRE, DÈS LORS ? .....	180
D.	LE VRAI POUVOIR DE L'ACHAT .....	182
<b>EN GUISE D'ÉPILOGUE.....</b>		<b>185</b>