

etoy.CORPORATION

Art numérique ou start-up de 2e génération ?

Lancé dans la mouvance des premiers start-up, etoy est une entreprise internationale qui opère artistiquement dans les territoires engendrés par les nouvelles technologies. Le groupe fondé et piloté par une petite équipe hautement qualifiée et pluridisciplinaire s'installe dès 1994 sur le site www.etoym.com, son QG virtuel. Conjoncture économique oblige, etoy adopte aussitôt le modèle et les codes de l'entreprise pour la conduite de ses affaires. Mais il s'agit d'une entreprise radicalement expérimentale, puisque ses produits ne sont pas commercialisables et le seul profit recherché est la valeur culturelle générée par la marque. En effet, l'entreprise, sa marque et les actions menées sous son enseigne composent l'œuvre etoy, structure évolutive qui propose interaction et participation à ses nombreux intervenants. A présent, etoy rassemble près de 3000 actionnaires, représentant un réseau planétaire d'art numérique à forte valeur ajoutée.

Pour connecter son réseau dispersé à travers le globe, etoy dispose de plusieurs plateformes de communication, dans et en dehors du Net. Skype et vidéoconférence sont les moyens privilégiés pour les réunions du personnel ; la coordination des projets se déroule sur un système de blogs développé par un de ses agents. Le réseau le plus vaste possible d'actionnaires et sympathisants peut suivre ou participer aux actions du groupe à travers l'adresse électronique et les liens mis à disposition pour les utilisateurs. Les échanges entre etoy et le monde réel ne sont toutefois pas que immatériels. Sa stratégie d'implantation dans le domaine de l'art a emmené l'entreprise à déployer son réseau vers le grand public, notamment avec l'introduction du etoy.TANK, en 1998. Il s'agit d'un conteneur de transport, similaire à ceux utilisés par le commerce maritime, qui surgit là où etoy décide d'intervenir, lors de foires d'art ou des expositions, pour ensuite disparaître. Transformé en installation interactive, l'etoy.TANK est une architecture habitable et un espace d'accueil qui encourage la participation du public ; le « spectateur » peut lui aussi intégrer l'œuvre etoy. Selon les exigences du moment, les conteneurs font office de bureau, d'hôtel, de salle de conférence, de laboratoire ou d'espace de jeu. Les villes de San Diego, San Francisco, New York, Zurich, Tokyo, Turin et récemment Berlin, ont été ainsi occupées par un etoy.TANK de couleur orange, arborant le logo de sa marque et celui de ses partenaires.

Symbole du commerce international et du mouvement massif de marchandises, le conteneur de transport revu par etoy devient « icône de la mondialisation ». Dépossédé de sa vocation commerciale et reformulé comme espace et lieu de culture, l'e etoy.TANK symbolise l'entrée du phénomène économique dans l'univers de l'art, problématique qui guide l'une des axes de recherche du groupe. Sans être hostile à la nouvelle économie ni à ses tenants, etoy explore le système des valeurs qui s'y rattache et le manipule à sa manière,

assisté par la technologie numérique. Les grandes firmes apparues avec la généralisation d'Internet offrent un terrain fécond pour ses actions. Sabotage, détournement et ironie sont les mots d'ordre pour digital hijack, (1996, <http://www.hijack.org/>) où etoy s'infiltrer dans les sites des géants du marché électronique globalisé. Défense, attaque et stratégie de guerre sont ceux de TOYWAR (1999/2000, <http://toywar.etoy.com>), qui permettra au groupe de remporter une bataille judiciaire au sujet de son nom de domaine et de se positionner sur un pied d'égalité avec une importante entreprise américaine. La dimension subversive de son activité et la volonté de l'inscrire dans le champ de l'art, ne doivent pas pourtant faire oublier qu'etoy opère comme une entreprise. Ainsi, le groupe entretient également des rapports amicaux avec le monde des affaires et a noué des alliances stratégiques avec plusieurs partenaires.

La configuration actuelle d'etoy repose sur l'etoy.CORPORATION, dirigé par l'etoy.MANAGEMENT et représentée par les etoy.AGENTS, auteurs de la stratégie de la marque et créateurs de ses actions et services. Au noyau dur de la structure s'associent les partenaires stratégiques, les collectionneurs, les fans et autres internautes en quête d'art, ainsi que les actionnaires, appelés etoy.SHAREHOLDERS. Collaborateurs de l'entreprise avec droit de vote, ces derniers en sont aussi ses propriétaires et participent à son histoire. Avec l'opération etoy.ART-MARKET-IPO (1998), offre publique de ses actions, le groupe ouvre son capital culturel à tout un chacun. Titre d'un marché immatériel, l'action etoy, ou etoy.SHARE est une fraction de l'œuvre qui incarne la valeur générée par sa marque : satisfaction artistique et culturelle. Pour les actionnaires attachés au classique, le etoy.SHARE-CERTIFICATE a été émis sous forme de photo numérique plaquée sur aluminium, art technologique haut de gamme en format accrochable, comme un tableau traditionnel. Cette référence à l'objet d'art doit être cependant nuancée. L'entreprise etoy ne produit pas d'objets et ne vend rien si ce n'est que sa marque. Les dividendes perçus par l'actionnaire se comptabilisent en termes de sa participation à l'œuvre etoy, œuvre qui reformule l'entreprise et la substitue par un processus artistique où il est inclus.

Détournement, transformation et assimilation de la structure prédominante de l'économie par un système de production d'art, etoy présente son entreprise comme une sculpture économique (corporate sculpture). Cette approche rappellera à juste titre l'héritage laissé par des artistes comme Duchamp, Warhol et Beuys, car comme eux, etoy entend brouiller, déstabiliser ou effacer les frontières entre l'art et ses contextes. L'entreprise etoy offre un discours artistique sur la conjoncture dessinée par l'économie de marché et la mondialisation. Elle se sert en outre de moyens informatiques qui lui permettent d'offrir un paradigme expérimental de l'art à l'ère de l'information. Si etoy s'éloigne de la réalité comme l'indique sa baseline « leaving reality behind », c'est peut être justement pour faire face aux nouvelles réalités, qui concernent aujourd'hui tous les secteurs de la société.

Rose Marie Barrientos - www.iconomix.fr

Liens <http://www.etoy.com> | <http://feed.etoy.com>