3) طراحی صنعتی برای تبلیغ، ارضا، شخصی و فروش خودش عمل نمی‌کند مثل ساختمان‌ها، آنها نمونه‌ای از طراحی صنعتی هستند که برای فروش خود عمل نمی‌کنند حتی با تعدد موجودیتشان و این نتیجه‌گیری را می‌توان کرد که ساختمان‌های صنعتی طراحی شده‌اند بر اساس نیاز و ضرورت‌ها هستند و نتیجه آن این که حقیقتاً غیر رقابتی و غیر انحصاری می‌باشند. در حقیقت ساختمان‌های صنعتی خودشان را در پشت تمام ضرورت‌ها و ماهیت‌های موجودیت یک ساختمان صنعتی نگه می‌دارند یعنی آنها دارای تمام ضرورت‌های موجودیتشان هستند بدون آنکه شما مثلاً نام طراح را بدانید. گمنامی یک طراحی صنعتی (ساختمان‌های صنعتی) همواره در دوران تاریخ وجود داشته است و این گمنامی همواره مرجعی برای اینگونه از طراحی بوده‌اند. در رقابت کشنده طراحی و خلاقیت امروزه ثبت حقوق ایده کاملاً سختگیرانه پیگیری می‌شوند. ولی با این حال گمنامی در ساختمان‌های صنعتی همواره بوده و هنوز هست و همیشه خواهد بود و این تا زمانی است که طراحان که تقلید می‌کنند نباید قانون پرداخت ثبت حقوق کپی را بپردازند. این شانس کوچکی است، طراحی تقلیدی وابسته به تقلید و تکرار هستند و همان گمنامی دلیلی برای ادامه طراحی صنعتی است خارج از هرگونه ایسم یا موجنویی، بر عکس تعداد زیادی از ایسم‌ها زاییده شده از اینگونه طراحی‌های صنعتی هستند.

4) هرچند که ساختمان صنعتی برای خودشان تبلیغ نمی‌کنند. اما زیبایی ناخواسته تاثیرگذار دارند. این مثل آن است که یک شخص به تنهایی بر روی صندلی در گوشه‌ای باشد، زیر چتری از اعتماد به نفس، ظاهر سازی و تاثیرگذاری شخصی عمیق(والترگروپیس می‌گوید این یک زیبایی ناخواسته ساختمان‌های صنعتی است). این تاثیرگذاری ساختمان‌های صنعتی تظاهر نیست بلکه کاملاً حقیقی و هدفمند است و بازتابی از خلاقیت و درخشش چهره آنها است. دومینیک پرولت یکی از معماران فرانسوی آگاه سازنده ویزا – ویز هتل در خصوص ساختمان صنعتی می‌گوید: ساختمان ژان باپتیست که آن باعث مشهور شدن او در نیمه 1980 بود اساساً ساختمانی صنعتی است که باور بودن قفسی صنعتی یا زندانی صنعتی از آن اشتباه است در حالی که بر عکس ما از این ساختمان‌ها انرژی می‌گیریم.