

LIVRE

La vie professionnelle, comme une partie de go

Depuis longtemps les consultants en entreprise font « jouer » leurs clients pour développer leurs capacités d'anticipation et leur créativité. Dans cet ouvrage intitulé « Le Manager joueur de go » (1), ce sont les principes du jeu de go qui sont présentés, dont l'ambition est « d'aider à se représenter simplement la complexité ». Le go se joue à deux et chaque joueur dispose de 180 pions. Ce sont les « pierres », dont la valeur dépend de leurs liens les unes avec les autres. Le but du jeu est d'occuper le plus d'espace possible sur le damier en constituant des territoires et en délimitant des espaces libres. Il ne s'agit pas d'éliminer l'adversaire, « mais de permettre aux partenaires, forts et faibles, de coexister en se répartissant l'espace ».

Pour développer ses zones d'in-



fluence et tenter de circonscire celles de son adversaire, les moyens ne sont pas déterminés d'avance. Le « dessein » prime les objectifs à court terme et il se précise, pierre par pierre, sur l'ensemble du damier, en maintenant des lignes de connexion entre les pierres de même couleur (« on cherche à créer des archipels, pas des îles ») et en évitant les chocs frontaux.

Alliances

Au go, on commence par s'assurer des soutiens en bordure de damier : « Il faut tenir les bords pour tenir le centre ». Traduisez, il faut s'appuyer sur le terrain, les salariés de la base, le management de proximité pour soutenir tout projet. En externe, l'adversaire n'est pas considéré comme un ennemi à abattre mais comme un handicap

à surmonter : « Les pierres adverses sont aussi des points d'appui pour consolider ses propres positions et la coexistence est la règle. » Jeu de mouvements imprévisibles, tout se décide au go « dans la capacité de coopérer, de créer des interactions et des connexions. Une pierre en se connectant à une pierre amie (celle qui a la même couleur) récupère la force des pierres reliées ». Le terrain de jeu peut parfois apparaître comme une série d'enchevêtrements confus à l'instar de la complexité du monde économique. Le joueur de go se lève alors pour avoir une vision globale de l'ensemble du terrain, et être capable de discerner au-delà des imbrications de pierres, des pistes de synergies possibles. Comme devraient le faire périodiquement les dirigeants confrontés à la complexité d'enjeux contradictoires qui leur font perdre le fil conducteur de leurs actions.

(1) « Le Manager joueur de go » de Jean-Christophe Fauvet et Nicola Smia. Editions d'Organisation. 136 pages, 19,90 euros.