



"Le manager joueur de go" - la dernière publication de Kea&Partners aux Éditions d'Organisation co-signé par Jean-Christian Fauvet et Marc Smia

Le jeu de go est un prétexte pour parler de management. Un sujet d'actualité puisque après un cycle de performance par les processus, la question de la performance par les hommes redevient centrale.

Que nous apprend le jeu de go dans ce domaine ?

1 – Le jeu nous enseigne avant tout l'art du lien et de la coopération. Le but étant de créer des territoires à l'aide de pierres posées une à une en les reliant peu à peu entre elles, la puissance du joueur naît de sa capacité à jalonner et à connecter.

Par analogie, il nous invite à relier des individus entre eux, des actions entre elles, au service d'un projet ou dessein.

2 – Il nous fait comprendre toute l'importance de la vision. Un joueur ne pose pas ses pierres au hasard, même si son but reste flou et contingent aux actions de l'adversaire. Dans le cas contraire, il est très vite débordé par le jeu de l'autre.

Par analogie, il nous fait ressentir la nécessité d'avoir une vision (ou dessein) pour donner un sens à l'action, quand bien même les contours de la cible restent imprécis.

3 – Il développe une philosophie de la coexistence. "L'autre" n'est plus un ennemi ou un obstacle à abattre mais plutôt un adversaire avec qui il faut jouer pour construire. Ainsi on ne joue pas *contre* l'autre mais *avec*, *en dépit* ou *grâce* à l'autre. C'est une manière stimulante et constructive de considérer l'adversité. Et aussi éthique, puisque le go apprend à exister et à faire exister.

L'analogie est parlante aussi bien en matière de management vis-à-vis d'opposants à un projet qu'en matière de stratégie commerciale et de jeu concurrentiel.

4 – La pratique du go exerce à déchiffrer la complexité. Un joueur débutant ressent très vite une impression de confusion générale : après une cinquantaine de pierres posées, le damier ne ressemble plus à rien. Les joueurs se lèvent souvent pour regarder la partie de plus haut et visualiser les territoires en formation.

La pratique du jeu donne des schémas mentaux qui aident à se représenter la complexité. Le jeu donne aussi une méthode pour agir en stratège (je vois de plus haut, je garde l'initiative, j'anticipe mes coups) et en tacticien (je défends mes positions en local, je relie mes pierres pour construire des territoires imprenables).

5 – Un bon joueur de go, même si le nombre de parties possibles en début de jeu est de 10^{700} , place presque invariablement ses premières pierres près des bords du damier, sur les troisième et quatrième lignes. C'est ainsi qu'il crée des territoires potentiels.

Le bord du damier représente le multiple. Par analogie, le go invite un manager à adosser son action sur un dessein (ou vision) exprimant des valeurs partagées par le plus grand nombre (le corps social). Dans cette optique, la troisième ligne figure le management de proximité.

6 – Le go dépayse la pensée. Originaire de Chine et vieux de plus de 2 300 ans avant JC, il tient une place importante dans les sociétés chinoise, coréenne et japonaise. La pratique du go nous fait appréhender la culture asiatique et mieux comprendre notre "adversaire" économique : est-ce que la Chine cherche à étouffer les pays occidentaux ou à jouer avec ? Est-ce que ces derniers sont prêts à jouer avec elle dans la construction d'un nouveau paysage économique mondial ?

