

La musique comme métaphore de l'entreprise

Article publié sur le site *Blogres – blog d'auteurs* du journal *La Tribune de Genève* le 8 février 2008

(<http://blogres.blog.tdg.ch/archive/2008/02/08/la-musique-comme-metaphore-de-l-entreprise.html>)



Raphaël, *L'école d'Athènes* (1510), détail: Platon et Aristote

Dans l'Antiquité, la musique était considérée comme une métaphore de l'univers. Nombre rendu audible pour Pythagore et Platon, elle devient une science au même titre que l'algèbre et la géométrie. Au même moment, Aristote la considère d'abord comme une source de plaisir et une expérience des sens. Avec le Haut Moyen Âge, exit le plaisir. Saint-Augustin ne recommande que la musique qui apporte une joie spirituelle. Cette musique là est considérée comme Dieu rendu audible. A la fin du 20^e siècle, exit Saint-Augustin. La musique pour le plaisir triomphe.

Les séminaires de musique pour l'entreprise *Saisir le temps*® ont l'ambition grecque de renouer avec la double nature de la musique en la considérant à la fois comme un modèle abstrait et comme une source de plaisir. La musique dite savante est une remarquable métaphore de l'entreprise. Comme l'entreprise, elle est un système à la fois complexe et accessible, bourré d'intelligence et d'émotion. Comme l'entreprise, la musique conserve la trace des stratégies de son créateur.

Des questions comme le rapport entre changement et stabilité, la distribution des rôles entre les différents acteurs, l'unité dans la diversité, la hiérarchisation des structures, l'équilibre et la cohérence, la réalisation d'une vision ont trouvé d'éclatantes réponses dans les œuvres des maîtres compositeurs. Ces questions difficiles sont souvent des questions de première importance dans l'entreprise. Il arrive qu'elles ne trouvent pas de réponse, voire même qu'elles ne soient pas posées.

Quand on sait qu'en 2006, le World Economic Forum de Davos (WEF) s'est tenu sous l'injonction de « l'impératif créatif » pour tous les acteurs de l'économie qui veulent être en mesure d'affronter la complexité et l'incertitude croissante qui se profilent au 21^e siècle, gageons que les décideurs, les leaders et les managers seront amenés à se saisir du temps musical pour inspirer leurs décisions.

Claudio Chiacchiarri