

# Des mythes et des opéras au service du management

Réfléchir à des situations professionnelles complexes en étudiant le comportement de Figaro, de Titus, d'Orphée... Telle est la proposition originale d'un cabinet de conseil en ressources humaines.

De grandes entreprises se sont laissé séduire par les sirènes de ces opéras et ont réclamé des rappels.

On connaissait les vertus du théâtre et de l'improvisation pour asseoir la cohésion d'une équipe ou résoudre un conflit. Le cabinet de conseil en ressources humaines Alalma propose un autre concept culturel, « Mythe et Opéra », plus original encore : vivre en musique, le temps d'un séminaire, le parcours d'un héros confronté à des épreuves fondamentales, interroger le sens de ces épreuves, en tirer un enseignement, éclairer les enjeux d'une situation. L'outil est né de la rencontre de Stéphane Longeot, philosophe et musicologue qui poursuit depuis quinze ans ses travaux sur les mythes, et de Maria Diaz, juriste en droit du travail et en gestion des ressources humaines, qui mène un travail continu de recherche sur les modes de fonctionnement de l'être humain. Ensemble, ils ont développé Mythe et Opéra pour faire travailler les managers sur des archétypes pertinents par rapport aux problématiques de « team building » ou de développement personnel qu'ils rencontrent, afin de stimuler intelligence des situations et créativité. Des

séminaires sur le thème de la responsabilité prennent ainsi appui sur « La Flûte enchantée » de Mozart, d'autres centrés sur la relance de projet partent de l'étude du « Barbier de Séville » de Rossini. « Les mythes symbolisent les conflits psychiques fondamentaux que tout homme doit traverser : la séduction, le deuil, la rencontre de l'amour, l'initiation... pour entrer dans une relation vivante à l'autre. Ils "parlent" aux managers parce qu'ils sont proches de leurs préoccupations ; les opéras viennent toucher la sensibilité, mobiliser les émotions et l'imaginaire, générer des liens inattendus », commente Stéphane Longeot. Au contact des récits fondateurs, confrontant sa perception à celle des autres, chaque personne est invitée à construire une pensée renouvelée, à élaborer et à défendre des solutions innovantes : Orphée est l'artiste qui a su charmer les enfers, Othello la force d'âme emportée par la jalousie, Ulysse l'homme qui, après des années d'errance, finit par retourner dans sa patrie, Figaro est le barbier toujours à la hauteur de la situation...

Le séminaire propose donc aux participants de prendre connaissance d'un mythe, de découvrir les épreuves que le héros affronte via l'écoute d'extraits d'opéra, le décodage des voix de la trahison, du deuil, de l'errance, de l'aliénation... Puis de réfléchir à la manière dont ce héros les dépasse (Titus accorde sa clémence, Ulysse massacre les prétendants, Moïse sort les Hébreux d'Egypte...), de cerner les enjeux de la problématique abordée (autorité, créativité, reconnaissance, leadership, pardon...), de prendre position, de suggérer des solutions et de faire le lien avec les situations professionnelles vécues. Chaque étape fait l'objet d'une réflexion de groupe, d'un partage d'analyses, d'une synthèse des points de vue. La soirée se terminant par la découverte ludique du chef-d'œuvre d'art lyrique qui aura été préalablement étudié. Le coût est de 15.000 à 20.000 euros pour 12 à 15 personnes.

## Un séminaire valorisant

« Nous nous adressons plutôt au top-management, qui a déjà suivi de nombreux séminaires et trouve là une approche totalement différente en même temps que valorisante », explique Maria Diaz. Parmi les entreprises qui se sont laissé séduire par la proposition de Mythe et Opéra figurent La Poste, EDF, Total... Madeleine Ferland, responsable de la communauté de 350 à 380 managers et top-managers du groupe La Poste, a fait appel à ce cabinet à l'occasion d'un séminaire intitulé « Prise de décision, incertitude et complexité » autour du « Barbier de Séville ». « Cela a permis de stimuler nos cadres aux responsabilités lourdes par le biais d'un détour culturel, mieux adapté aux managers qu'une confrontation frontale, de remettre en question les pratiques à travers le plaisir et l'intellect. On s'inscrit davantage dans la réflexion quand le plaisir est sollicité », explique-t-elle. L'aspect « novateur » de l'approche a séduit Anne Gabillard, responsable de communication de l'Assefic de l'Ouest francilien. Elle souhaitait améliorer et renouveler les échanges en interne, Mythe et Opéra lui a proposé d'aborder « Le leadership et ses enjeux » à travers « La Clémence de Titus ». « Appréhender la cohésion d'équipe par le biais de l'émotionnel et de la musique a permis de

faire des ponts et de mettre tout le monde au même niveau de découverte, de créer un moment consensuel privilégié », observe-t-elle. Quant à Gaétan Guiller, directeur de Sarlam, filiale du groupe d'éclairage Legrand, il a choisi ce type de séminaire suite au licenciement difficile d'un cadre export, afin de remotiver les équipes. « Il s'agissait de faire travailler une dizaine de personnes de l'équipe export sur ce cas pour que chacun comprenne bien les raisons de ce licenciement, à partir de "La Clémence de Titus", des thèmes de la trahison et de la décision », précise Gaétan Guiller qui, fort de cette première expérience, a décidé de reprendre cette formule en préventif et non plus en curatif, avec les commerciaux cette fois (35 itinérants et séden-

taires), afin de réfléchir à l'évolution de leur métier, de leur environnement de travail et à la nécessité de faire des compromis, à partir d'« Aïda », de Verdi. « Ces séminaires donnent une vision plus large des problèmes », ajoute-t-il. Il devient ainsi possible de traiter de la privatisation de La Poste à travers la conciliation des contraires et « Aïda »... Comme le note Stéphane Longeot : « Quand l'action se situe à Rome ou en Grèce, les managers n'hésitent pas à dire beaucoup de choses sur le leadership sans s'autocensurer ! Ils prennent leur distance par rapport au réel, vivent une expérience en dehors de la pression du quotidien, tout en planchant sur des problématiques universelles. »

MARTINE ROBERT



Vivre en musique, le temps d'un séminaire, le parcours d'un héros confronté à des épreuves fondamentales, interroger le sens de ces épreuves, en tirer un enseignement.

LE PACK

Les Echos +  le web de l'économiste

la clé de vos stratégies

abonnez-vous sur

[www.lesechos.fr/abonnement](http://www.lesechos.fr/abonnement)

# Les Echos