

Steve Jobs, Christian Dior... À la rencontre des fantômes qui hantent les entreprises

À l'instar du défunt PDG d'Apple Steve Jobs, il existe plusieurs cas de personnes disparues qui conservent une influence sur le quotidien d'une organisation.

Temps de lecture : minute

28 mars 2021

Cet article est republié à partir de [The Conversation France](#)

En 2011, le monde apprend le décès de l'iconique Steve Jobs. Il laisse derrière lui un véritable empire, fortement marqué de son empreinte. La maladie l'avait contraint à se retirer progressivement de l'entreprise, mais son influence restait extrêmement forte et son absence palpable. Trois ans plus tard, en 2014, Yukari Kane publiait un livre sur Apple intitulé "*L'empire hanté*". Selon cette ancienne journaliste du *Wall Street Journal*, la figure du fondateur était encore omniprésente dans l'entreprise.

Tim Cook, l'actuel et très rationnel PDG, déclarait en 2018 à un journaliste de *Wired* qu'il lui était impossible de s'installer dans le bureau de Jobs après sa mort. Personne d'autre ne s'y serait d'ailleurs tenté. Aujourd'hui encore, le bureau est intact : fauteuils, bibliothèque, tableau blanc annoté.

Le PDG d'Apple témoignait :

|

"On peut encore y sentir sa présence [...] des gens vont au cimetière pour penser à quelqu'un [...] moi je vais dans son bureau."

Tim Cook révèle ici un penchant étonnement mystique et soulève notre interrogation : Comment l'influence d'un défunt peut-elle se traduire dans une entreprise ? Et plus généralement, quels effets concrets un acteur absent peut-il avoir sur une organisation ? Ce sont les questions auxquelles nous avons cherché à répondre dans un [article](#) académique publié dans la *Revue française de gestion*.

Les fantômes existent

Pour répondre à ces interrogations, il faut commencer par faire un pas de côté par rapport aux approches très rationnelles des organisations. Car le cas d'Apple n'a rien d'exceptionnel et nous connaissons tous ces situations où une personne absente conserve une influence sur le quotidien d'une entreprise. Nous en sommes donc arrivés à un premier constat quelque peu contre-intuitif : les fantômes existent et peuplent bel et bien les organisations.

Naturellement, nous ne parlons pas ici des formes flottantes et translucides, couvertes d'un drap blanc. Ce que nous appelons fantômes organisationnels correspond aux acteurs et figures qui, bien que physiquement absents, ont des manifestations et des impacts concrets sur la vie des organisations. Ce faisant, nous nous inscrivons dans un courant en sciences sociales de plus en plus important ces vingt dernières années : le [tournant spectral](#).

Tim Cook à propos de Steve Jobs : " son bureau est resté comme il était " (Bloomberg, 2014).

Reconnaissons donc que nos vies quotidiennes, organisationnelles comme sociales, ne sont pas limitées à des interactions et collaborations matérielles, entre acteurs physiquement présents. Le passé et l'histoire, les nôtres comme ceux de notre entreprise, restent souvent présents, voire obsédants, dans notre quotidien. Il arrive ainsi qu'un acteur organisationnel se manifeste justement par son absence : un bureau vide, une anecdote chuchotée... comme un fantôme qui hanterait les couloirs de l'organisation.

Nous avons identifié deux principaux types de fantômes dans les sciences sociales : les revenants épistémiques et de spectres éthiques.

Les deux types de fantômes

Les psychanalystes ont très tôt été confrontés à des patients hantés par des fantômes qui revenaient sans cesse. Dans leur très bel ouvrage publié en 1987, *L'écorce et le noyau*, Nicolas Abraham et Maria Torok ont appelé fantôme " ce travail dans l'inconscient du secret inavouable d'un autre ".

En psychanalyse, on parlera donc de revenant, une figure étrangère qui revient sans cesse et qui est porteuse d'un secret. Et pour s'en soigner, il faudra réussir à accueillir ce dernier, le faire sortir de sa crypte : le décrypter. Accepter sa révélation permet alors " l'éjection de ce bizarre corps étranger ". Puisqu'il faut convertir son secret en connaissance, nous disons que le revenant est épistémique.

La seconde figure vient de celui qui domine très largement le tournant spectral aujourd'hui : le philosophe français Jacques Derrida. Dans son ouvrage "*Spectres de Marx*", publié en 1993, Derrida réfute l'idée du fantôme comme objet épistémique :

|

"C'est quelque chose qu'on ne sait pas, justement, et on ne sait pas si précisément cela est, si ça existe [...]. On ne le sait pas : non par ignorance mais parce que ce non-objet [...] ne relève pas du savoir."

Pas de mystique shakespearienne donc, pas de revenant du roi Hamlet, ni de spectre de Banquo, ni surtout de draps qui flottent ou d'esprits qui frappent. Plus modestement, nous cherchons ici à mieux rendre compte des effets concrets de ces grands absents qui hantent encore leurs entreprises. Les concepts de revenants épistémiques et de spectres éthiques sont là pour nous aider à mieux saisir ce que l'on observe et ressent dans le quotidien des organisations - c'est-à-dire une grille de lecture. À la place, il propose une éthique du spectre dont la rencontre nous lierait à nos valeurs et notre histoire, mais également aux autres. Il faut alors saluer et recevoir les rencontres spectrales, " se laisser habiter en son dedans, c'est-à-dire hanter par un hôte étranger ". Il ne s'agit donc surtout pas de chasser les revenants, mais bien d'accueillir la figure ambiguë et dérangeante du spectre.

Le spectre de Christian Dior

Si l'on observe par exemple le cas de la maison de couture Dior, on se rend compte que les locaux de l'entreprise sont constamment hantés - à l'instar de ceux d'Apple avec Steve Jobs.

Le documentaire *Dior et Moi* de Frédéric Tcheng sorti en 2015, permet d'apercevoir ces figures en suivant les employés qui parlent, par exemple, régulièrement de Christian Dior. Son fantôme y est souvent inspirant et amusant, mais il peut aussi se faire parfois écrasant. Ainsi on assiste à une scène, un soir de préparation du défilé, où les couturières

l'appellent affectueusement " Cricri " avant d'éclater de rire - tout en se demandant ce qu'il aurait pensé de la collection qu'elles préparent.

Bande annonce du film *Dior et moi* réalisé par Frédéric Tcheng (2015).

À un autre moment, on assiste au désarroi de Raf Simons, alors nouveau directeur artistique, devant le poids que l'héritage d'une telle figure constitue - au point qu'il arrête de lire l'autobiographie du créateur tant il l'obsède. Ici le spectre de Christian Dior se rappelle à Raf Simons, l'influençant dans son travail de création en cours et à venir.

À d'autres moments, la même figure de Christian Dior est teintée de traditions, voire de conservatisme, et apparaît alors comme un revenant incarnant le passé de la maison et influençant les choix esthétiques des créateurs, presque 60 ans après sa mort !

Mais la maison n'est pas uniquement hantée par Christian Dior... le documentaire déroule ainsi les anecdotes autour des différents fantômes, jusqu'aux figures plus discrètes, mais aussi plus traumatiques. Tout le monde dans l'entreprise se rappelle du scandale des déclarations xénophobes de John Galliano... pourtant les propos à son sujet sont déguisés et indirects, à la limite parfois chuchotés, étouffés, mais jamais soutenus à voix haute.

Appréhender la présence des absents

Au-delà de ces quelques anecdotes sur Dior, quiconque prenant le temps d'y réfléchir sera capable de trouver des équivalences fantomatiques dans son entreprise. À la manière du petit garçon du film *Le Sixième Sens* qui est capable de voir les morts (le fameux " I see dead people ", " je vois des personnes décédées "), nous souhaitons ici encourager les théoriciens et praticiens des organisations à appréhender la présence et l'influence des absents.

"À la rencontre des fantômes organisationnels qui hantent les entreprises" (FNEGE, 2020).

Mieux saisir les figures fantomatiques demande de les accueillir pour mieux les rencontrer, d'arriver à leur répondre ou à s'en défaire. Il s'agira donc surtout de ne pas les ignorer, de ne pas nier leur présence, car on se priverait alors de leur source d'inspiration, des défis qu'ils nous lancent, et de l'ancrage qu'ils permettent dans l'histoire et la culture de l'organisation. Être hanté par Christian Dior, c'est finalement un signe que l'on fait alors réellement partie de la maison...

La philosophe Gayatri Spivak parlait d'apprendre à danser avec les fantômes en décrivant le rituel amérindien de *ghostdance*, par lequel les membres d'une tribu tentent d'entrer en relation avec leur histoire et leurs ancêtres via un rituel dansé. Dans cette veine, nous affirmons que chaque pratique, chaque décision dans une organisation peut constituer une forme potentielle de convocation des fantômes, et donc une occasion de s'inscrire dans son histoire... pour mieux y laisser sa propre trace.

Yoann Bazin, Professeur en Ethique des affaires, EM Normandie - UGEI et Margot Leclair, Enseignant-Chercheur, Laboratoire d'économie et de sociologie du travail (LEST), Aix-Marseille Université (AMU)