

Avant-propos

*« J'ai toujours mis toute ma vie dans mes écrits.
Je ne connais pas d'écrits purement intellectuels. »
F. Nietzsche*

Il est rare qu'un livre débute par un avant-propos destiné à faire savoir au lecteur ce qu'un livre n'est pas. C'est pourtant précisément ici l'objectif.

Personne n'aime se dire qu'il va finir par en avoir des nuits plus courtes. Que le sommeil va se faire plus rare. Parce que cela pourrait bien finir par virer à l'obsession. Mais les faits sont là, têtus, qui ont alors raison des meilleures résolutions. Et les nuits, effectivement, deviennent petit à petit plus courtes. C'est ce qui m'est arrivé avec ce concept, dont la puissance heuristique ne m'est apparue que progressivement – mais avec une évidente clarté : le Hip-Hop management. Et c'est ce qui risque fort de vous arriver aussi.

Un détour avant de pousser plus loin. Quinze ans déjà que j'enseigne la stratégie, les théories des organisations, la gouvernance d'entreprise, le contrôle de gestion... Bref, ce que l'on appelle communément les sciences du management, cet art de conduire l'action collective en vue d'accomplir une œuvre commune.

Je ne suis donc pas, je crois, un client facile. Et je sais bien que dans ce domaine précisément du management, des modes fleurissent qui permettent par exemple à quelques habiles cabinets de conseil de renouveler le « business ». Jamais donc, j'en étais convaincu, je n'aurais été de ceux qui proposent de tels concepts entre deux lignes parfois, paraît-il, de cocaïne.

Et pourtant, elle s'est imposée à moi cette idée : il y a quelque chose de radicalement neuf dans ces mots, « Hip-Hop management ». Cela méritait donc de courir le risque d'élaborer à nouveaux frais, de tout reprendre à zéro. Et c'est à ce voyage que convie cet ouvrage par temps difficiles, alors que la perte de confiance est générale, alors que partout fleurissent les replis sur soi et autres désespoirs.

Chaque jour le confirme en effet depuis le mois maudit d'août 2007 et la faillite de nos économies « subprimées » : personne ne sait plus ni quoi, ni comment faire pour redonner espoir en des lendemains qui pourraient chanter. Alors, dans un tel contexte, si sombre, si triste, souvent si désespérant, le risque valait bien d'être tenté de penser à nouveau plutôt que d'importer des recettes pré-emballées. Et c'est ainsi que j'ai progressivement découvert ce concept, dont je me garderais finalement bien de revendiquer la paternité par respect pour ceux qui le pratiquent depuis si longtemps, au prix parfois de leurs vies : le Hip-Hop management.

Avant d'aller plus loin, désarmons – comme le font les meilleurs *rap-battlers* – la critique la plus cinglante qui ne manquera pas d'être formulée à son endroit. Oui, bien sûr, comme vous, lorsque je voyais en face de moi, dans mes amphis, des étudiants avec des sweat-shirts à capuche et des baskets, je pensais comme tous les profs qu'ils ne faisaient que suivre une mode passagère. Que c'était précisément pour les libérer de ce genre de modes que j'étais payé ; et qu'ils allaient l'être par la grâce de ces enseignements de management, de théories des organisations, de stratégie que j'allais leur dispenser.

Aujourd'hui, je le confesse : épreuve du temps et du réel aidant, c'est le contraire qui s'est passé. Ce sont eux qui ont gagné. Face à ces gamins mal élevés, j'ai rendu les armes. Avec un certain bonheur. Parce que l'ancien a beau résister, il a beau se bagarrer, il a beau ridiculiser, l'Histoire montre qu'il finit – souvent au prix de quelques drames – par rompre pour laisser la place au nouveau. Et c'est là la thèse de cet ouvrage : le nouveau est là, dans toute la force de son évidence, devant nous. Et nous, aveuglés de notre arrogance, nous avons déployé une énergie considérable à ne pas le voir. Et pourtant il est là, devant nous. Oui, ces gamins, sont d'abord les symptômes de notre futur et de ce qui va le construire. Et cela s'appelle le Hip-Hop management.

On ne trouvera dans les lignes qui suivent aucune histoire du Hip-Hop, puisqu'on y connaît rien et qu'on en serait donc bien incapable. Si on croisera quelques figures de légende, on verra qu'elles auront été choisies d'abord pour leur influence actuelle qui dépasse large-

ment l'industrie du Hip-Hop, et qu'à ce titre elles sont les plus à même de nous faire comprendre ce qu'est le Hip-Hop management : Eminem, Kanye West, Jay-Z, NTM et puis quelques autres, plus surprenants. Un Steve Jobs tiens, par exemple, pour en prendre un pas tout à fait par hasard. « Exemple » parmi ces « exemples » nouveaux.

Alors, à tout prendre, s'il ne fallait prendre qu'une image pour évoquer ce que l'on veut dire, ce serait celle du combat de coqs. Avec quelques questions simples : et si nous avions eu, en ce domaine comme en d'autres, tout faux ? Et si les méchants, les coqs, c'était en fait les bons ? Et les bons, les organisateurs, ceux qu'on ne voit jamais mais qui organisent précisément le spectacle que l'on consomme et qui commissionnent au passage, c'était d'abord eux, les méchants ?

Renversement sidérant où ce serait d'abord les mal-élevés qui se battent, qui cognent, qui luttent pour leur survie qui seraient ceux qui pourraient nous élever ; où la prostituée serait d'abord l'incarnation matérielle du pouvoir immatériel du maquereau ; ou plutôt que de juger sans cesse le dealer, ce serait sur le parrain que l'on se proposerait d'attirer l'attention. Pour difficile, pour délicat qu'il soit, c'est pourtant ce renversement, révolutionnaire au sens propre, que se propose de réaliser cet ouvrage. Et sa promesse scientifique est la suivante : vous pourriez finir vous aussi par en perdre le sommeil, d'un tel retournement...

Si cet ouvrage n'ambitionne pas de proposer une histoire du Hip-Hop, quel est alors son objectif ? La réponse est simple, et c'est celle qui empêche de dormir à l'heure (tardive) où sont écrites ces lignes : il s'agit ici de proposer que le management et ses vieilles techniques, partout en crise, sont déjà réinventés et – mieux – refondés sans tout jeter, mais bien en se réappropriant l'ancien tout en lui assénant quelques « punch-lines » pour mieux en faire émerger du nouveau. Pour mieux repartir à la conquête du monde et des imaginaires : l'armée des Hip-Hop managers est en marche et si tout est fait pour empêcher sa victoire, rien pourtant ne l'empêchera plus.

C'est la raison pour laquelle si cet ouvrage traitera d'une Histoire, ce sera de celle du management, de ses techniques et de ses théories. Il s'agit de planter le décor, pour mieux démontrer comment a été préparé dans le passé notre présent, sans que l'on en ait pris toujours réellement pleine conscience ; et que dans ce même présent, on peut déceler aujourd'hui les linéaments de notre futur : celui que créera le Hip-Hop Management.

Alors prenez un coup d'avance, glissez-vous au fond de la capuche de votre sweat, préparez-vous à faire avec la fin de la *privacy*, la réinvention du rapport à l'argent et à la possession, les gros mots assurés, assumés et affirmés, puisque c'est ça aussi le Hip-Hop management : voir d'abord partout des opportunités de redémarrer.

Ce genre de trucs ferait frémir sans doute la ménagère de moins de 50 ans dont le cerveau lobotomisé de séries télévisées idiotes était, à l'insu de son plein gré, la principale cible de toutes les campagnes marketing des grandes entreprises industrielles. Mais ce n'est pas elle la cible première, ce sont les autres tant le Hip-Hop management est d'abord invitation à rebattre toutes les cartes, à remettre tous les compteurs à zéro. La marque comme le medium, désormais, ce sont eux, c'est vous, c'est nous, dès lors que nous nous pensons comme des Hip-Hop managers.

Beaucoup trouveront sans doute, une fois ce livre refermé, que nous exagérons. Que non, rien ne dit que Wikipédia s'imposera définitivement sur nos vieux livres. Que non, passer sa vie à traîner dehors, sur Twitter ou sur Facebook, ce n'est pas vraiment une avancée. Qu'un réseau social fait d'amis – et des vrais ! –, c'est autre chose que des milliers de followers, autres choses que des milliers de *followers*. Que le *personal branding*, comme on dit, ça n'est pas bien. Bref, que c'était mieux avant.

Ce à quoi on commencera par répondre que le cimetière des idées regorge précisément de ces bonnes vieilles idées selon lesquelles, « c'était mieux avant ». Et notre conviction est la suivante : à tout prendre, pour s'en sortir dans la rue et survivre, rien ne vaut une bonne armature conceptuelle et théorique. Que si les livres survivront, ce ne sera tout simplement pas de la même manière qu'ils seront reçus. Que si naturellement rien ne remplacera la rencontre physique, l'immatériel recrée sans cesse de l'improbable pour ne pas dire, pour qui sait s'en saisir, de l'incertain.

Cette incertitude, aussi paniquante qu'excitante, du nouveau et du lendemain est après tout le vrai charme de la vie, de nos vies. On verra dans les lignes qui suivront comment elle a parfois pu être réduite à néant, comment elle a resurgi. Ce que cela signifie : quels nouveaux espaces cela peut/doit nous pousser à rencontrer, à (re)-découvrir en attendant une fin qui sera elle, quoi qu'il arrive, un jour, certaine ?

Sur ce, bon voyage au pays nouveau du Hip-Hop management. Il commence par le commencement : ce temps où il n'existait pas, et qui allait donc le rendre si nécessaire.