

La place de l'art plastique dans une école de management

par Dorina Coste et Loïck Roche¹

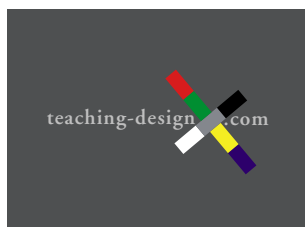
Aller en tout du connu à l'inconnu.

(Jean Guilton)

Sans entrer dans des considérations telles que le talent, si nous pouvons dire que nous naissons tous avec un potentiel créatif, il semble que, dès le plus jeune âge, pour répondre aux normes d'intégration d'un environnement bien défini où chacun doit occuper une place bien précise, la famille et la société se chargent de normaliser et même d'inhiber cette énergie créatrice — que ce soit par une autorité excessive, l'acceptation rigide des choses acquises, le besoin accru de sécurité, les systèmes totalitaires (sociaux, familiaux, professionnels), la culpabilité, la honte, la tristesse, la crainte de l'inconnu et de l'incongru, une mauvaise capacité d'écoute de l'autre... (Rummel Walker, R.M., 2002).

Dans le même temps, les entreprises, aujourd'hui, se trouvent confrontées à un déficit d'« imaginaire » (Boia, L., 1998). Pour Christian Mayer, cité par Sarah Delattre, les entreprises, pour combler ce déficit, recherchent aujourd'hui des hommes et des femmes capables de « donner forme à de nouveaux projets », des hommes et des femmes capables « d'avancer dans l'inconnu », des hommes et des femmes capables, dans l'idéal, d'être de vrais « visionnaires » (Delattre, S., 2003). Aussi, et bien que la connaissance et la pratique des arts plastiques peuvent apparaître, au moins dans un premier temps, peut-être très éloignées des outils et préoccupations du manager, il semble que les qualités que cette connaissance et pratique permettent de développer chez les hommes et les femmes, ou simplement de révéler, puissent être un moyen efficace d'introduire une capacité à penser de façon créative dans l'entreprise. Pour Valérie Bobo, fondatrice et directrice de l'agence parisienne de conseil et de formation, citée par Sarah Delattre : « Les entreprises qui passent d'un marketing de la demande à un marketing de l'offre doivent susciter des besoins. Dans un univers confus, il faut aussi qu'elles cherchent à se différencier. L'art peut les aider à stimuler la créativité de leurs équipes et les aider à trouver des idées nouvelles » (Delattre, S., 2000). Au-delà, et de façon plus générale encore, Pascal Rousseau, Arnaud Pierre, Jonathan Crary et Georges Roque montrent, dans le Catalogue de l'exposition des « Origines de l'abstraction, 1800-1914 » (musée d'Orsay, 2003), comment l'histoire de l'art peut faire sens avec d'autres histoires — l'histoire des idées, des sciences, des techniques, des organisations — et éclairer leur actualité présente et même faire explication pour partie du monde d'aujourd'hui (Dagen, P., 2003, a).

1.- Dorina Coste est professeur
à Grenoble École de Management.
Loïck Roche est directeur
de la pédagogie et directeur
de la recherche à Grenoble
École de Management.



Si, dans l'entreprise, des expériences ont été tentées — présence d'un chef d'orchestre chez Boiron pour faire réfléchir sur le leadership et les articulations entre le travail individuel et le travail collectif; expositions de peinture ou de sculpture sur le lieu de l'entreprise; visites guidées dans les musées d'Art moderne chez Schering SA... (Delattre, S., 2000) — ces expériences n'ont, en réalité, que bien peu de chances de réussir. Penser autrement ne se décrète pas mais répond aux exigences d'un véritable apprentissage (Roche, L., Grange, T., 1999). Aussi, parce que la connaissance des arts, la pratique des arts plastiques — pour développer la capacité d'innovation, la créativité, la capacité de créer et d'optimiser les conditions d'émergence d'une culture du sensible, de l'affectif et de l'intuition — ne se décrète pas, la connaissance et la pratique des arts plastiques, pour être pleinement efficaces et induire chez les hommes et les femmes qui font l'entreprise une capacité à penser de façon créative, doivent être pensées bien en amont de la vie professionnelle et donc, à défaut d'avoir pu être développées dès le plus jeune âge de l'enfant, au niveau même de la formation des étudiants.

L'expérience menée depuis cinq ans au sein de Grenoble École de Management montre l'apport potentiel de l'enseignement des arts plastiques à la formation des futurs managers. Dans cet article, nous allons décrire cette expérience et la façon dont nous avons fait travaillé des étudiants de 2e et de 3e année qui ont suivi l'option « création artistique ».

1. La connaissance et la pratique des arts plastiques dans une école de management

Un artiste est un chercheur, une personne capable d'innover et qui a le désir et la passion d'aller là où d'autres n'ont pas encore été. Son domaine de recherche est la matière, le temps et l'espace. C'est de la rencontre de la personne avec ces trois termes que sont la matière, le temps et l'espace, alliée au désir de sortir des territoires du connu, que peut naître une « œuvre d'art » — pour la peinture, par exemple, cette « sortie des territoires » peut se traduire par la capacité d'improviser avec la couleur, de la faire respirer, vibrer, d'en jouer comme des musiciens (Dagen, P., 2003, b)]. Sans prétendre vouloir faire des étudiants d'une école de management des artistes — des personnes capables de maîtriser les techniques principales que sont le dessin, la peinture et la sculpture pour reproduire une réalité objective ou un modèle classique en référence à des lois académiques — notre objet a été de faire découvrir et comprendre aux étudiants ce qu'est la démarche artistique — ce désir d'innovation, de recherche, de rencontre de la matière, du temps, de l'espace — pour que les étudiants puissent intégrer cette démarche et alors, parce qu'ils auront développé une meilleure confiance en eux, réussir peut-être à changer leur manière de voir les choses et donc, de leur donner les moyens de réussir demain — une fois intégrés dans le monde professionnel — à travailler peut-être un peu différemment, parce que de façon plus créative, des autres personnes dans l'entreprise.

Dans une école de gestion, dans une école de management, la connaissance et la pratique des arts plastiques peuvent être naturellement légitimées. Il est, par exemple, important d'apprendre à convaincre, d'apprendre à argumenter sur tel produit ou tel projet. Tous les objets qui nous entourent ont été dessinés et conçus par des hommes et des femmes. Aussi, et sur ce seul exemple, avoir une culture artistique peut-il être considéré comme d'autant plus important que cette culture peut permettre de faire le lien entre l'origine de l'objet et les différentes influences esthétiques. Pour préciser cet exemple, nous pouvons considérer la communication visuelle. Il est alors important de savoir décrypter, de donner plus de sens à une image à travers une grammaire spécifique, mais aussi de comprendre les différentes influences des courants artistiques et des tendances qui peuvent renforcer le sens d'un message. Aussi, si nous considérons la formation des étudiants aux métiers de la gestion et de management, est-il important de développer une

culture artistique ; une culture qui doit permettre aux futurs gestionnaires et managers d'acquérir davantage de force et de confiance en eux lorsque ceux-ci occuperont des postes qui, pour certains d'entre eux, et pour certaines de leurs caractéristiques, vont se situer en interface des agences de communications et des entreprises.

Pour travailler avec les étudiants — et comme souligné ci-dessus, parce que notre objectif n'est en aucun cas d'en faire des artistes, des « designers » ou des « graphistes », et parce que notre ambition se borne à leur donner la possibilité de passer par un processus de compréhension pour mieux communiquer dans leur vie professionnelle — nous sommes partis de quelques-unes des exigences et évidences particulières que requiert la formation classique aux métiers du management pour les ouvrir aux exigences et évidences de la pensée artistique.

2. L'expérience menée au sein de Grenoble École de Management

Si nous expérimentons depuis cinq ans à Grenoble École de Management (GEM) l'information et la pratique de l'art plastique dans le cadre d'une option « création artistique » sur des publics d'étudiants de 2^e et 3^e année, cette formation, pour réussir, a pris appui sur un environnement très sensibilisé à la place de l'art sur le lieu même de l'école. Ainsi, et comme c'est le cas dans de nombreuses entreprises (cf. ci-dessus), la place de l'art a toujours été une préoccupation constante au sein de GEM. Parmi les exemples les plus récents, l'exposition réalisée dans le cadre du mois du Graphisme d'Échirolles 2002. Lors de cette manifestation, pour le concours « Rapprochements », c'est un concours international d'affiches pour une exposition itinérante en Europe qui a été organisé. Sur les 897 projets réalisés par 652 graphistes originaires de 32 pays — projets soumis à un jury, lui aussi international — l'exposition réalisée à GEM a regroupé 75 projets sélectionnés. Thierry Sarfis, commissaire de l'exposition, a accepté la participation des étudiants de GEM avec une « affiche multimédia ». En amont, plusieurs visites au musée de Grenoble, au Magasin (centre national d'Art contemporain de Grenoble), avaient permis aux étudiants d'initier une première réflexion artistique et, ainsi, de commencer à comprendre ce que peut être une démarche de recherche d'expressions à travers les outils et objets qui nous entourent.

Après cette première étape de sensibilisation, nous sommes passés à l'expérimentation proprement dite, i.e. travailler avec les étudiants pour essayer d'amener ceux-ci, par la pratique de l'expression plastique — par la découverte d'un langage spontané, non verbal, différent des savoirs et savoir-faire ordinairement mis en œuvre dans une École de Management — à développer une vraie démarche de recherche artistique.

L'objectif principal de cette expérimentation était de permettre aux étudiants de développer le sens de l'abstraction et du symbolisme. Au-delà de cet objectif, cinq objectifs secondaires avaient été définis :

- permettre aux étudiants de cultiver leur intuition ;
- permettre aux étudiants de faire une expérience de réelle innovation et donc d'accepter de travailler hors des territoires connus ;
- permettre aux étudiants de mieux comprendre le réel, et donc le lien qui existe entre l'artiste et le monde, le sens de l'œuvre artistique ;
- permettre aux étudiants d'améliorer leur capacité à communiquer avec les autres ;
- permettre aux étudiants d'optimiser leurs ressources créatives.

3. Développer chez les étudiants le sens de l'abstraction et du symbolisme

Le terme d'abstraction, dans sa connotation artistique — cette capacité à peindre des conceptions, des accords (Kupka, F., 1905), est apparu pour la première fois dans une thèse de doctorat de Wilhelm Worringer, *Abstraction et Einfühlung* : Contribution à

la psychologie du style ; thèse présentée à l'université de Berne en 1907. Dans ce travail, Worringer part du principe que l'histoire de l'art doit être conçue comme une histoire de la « volonté de faire » (des *Wollen*) et non comme une histoire du « pouvoir faire » (des *Könnens*). Pour Dora Vallier : « Au lieu d'aller vers l'objet en analysant sa forme, il faut, au contraire, partir du comportement du sujet et, à partir de ce comportement, travailler sur la forme : aborder la forme de l'intérieur, comme une intention, et non comme un résultat » (Vallier, D., 1980). Worringer est ainsi le premier à entrevoir un contenu possible de la forme abstraite. Pour Worringer, seule la forme abstraite peut transcender le réel (Vallier, D., *Idem*).

La consigne que nous avons donnée aux étudiants était celle-ci. Si par « abstraction », nous entendons la capacité de l'esprit à organiser une représentation, nous considérons qu'il est important de développer cette capacité qui doit vous [étudiants] permettre d'apprendre à voir les choses autrement, de faire le lien entre les différentes disciplines qu'on étudie dans une école de management, de comprendre que tout fait sens. Dans les arts plastiques (peinture, sculpture) le terme « abstrait » signifie « non figuratif ». L'expression plastique ne reflète plus le monde extérieur. L'artiste ne désigne plus, il exprime. Au spectateur de comprendre, par sa sensibilité, la signification de ce qui est montré. Dans notre cas, l'objectif est d'exprimer autrement une discipline étudiée dans l'École sans se soucier du terme même d'« abstraction », c'est-à-dire de travailler sur la une représentation d'une matière, d'une manière personnelle, ou à la manière d'un artiste ou d'un courant artistique. [...] Dans une École de Management, quelles sont les matières que nous étudions ? Le Droit, la Finance, la Gestion, la Communication, le Marketing, les Langues, le Management, la Gestion des Ressources Humaines, la Stratégie... La question qui vous est posée — et au-delà des interrogations qu'une telle démarche peut susciter ; ainsi, et comme l'écrit Jimenez : « Comment comprendre [...] que la société moderne placée sous le signe de la civilisation de l'image accorde si peu de place à l'enseignement des arts plastiques aujourd'hui ? » (Jimenez, M., 1997) — est celle-ci : Comment, par un langage visuel, peut-on traduire les matières étudiées à l'École, comment peut-on réussir à les voir autrement ?

Une des premières difficultés avec laquelle nous nous sommes trouvés confronter dans cette expérience a été de faire prendre conscience aux étudiants de leurs sentiments : des sentiments où se mêlaient à la fois inquiétude et exaltation. Une fois, ces sentiments reconnus par les étudiants, nous nous sommes efforcés de leur donner confiance en eux pour qu'ils acceptent de « s'autoriser par eux-mêmes » à créer de manière spontanée un son, un mot, une sensation, une capacité à être à l'écoute de leurs désirs, et à traduire cette création de façon concrète sur une feuille de papier [il avait été convenu avec les étudiants que ceux-ci ne pourraient travailler que sur du papier à dessin, format 50 cm x 60 cm, et utiliser toutes techniques rapides (collage, acrylique, aquarelle, crayons de couleurs, etc.) ; même s'il y eut quelques exceptions, il avait été décidé que l'ordinateur serait banni car l'objectif était de toucher, de reprendre contact avec la matière]. C'est très certainement cette étape qui a été la plus difficile. Pour les étudiants, réussir à s'exprimer hors de codes convenus et formatés ne va pas de soi. Pour réussir, il a donc fallu, à la fois, mettre les étudiants en confiance et, à la fois, les bousculer pour que ceux-ci apprennent à se « laisser aller » au fil de leur pensée et comprennent comment les mots peuvent prendre une autre signification que celle habituellement donnée, et comment des traces, des tâches, des couleurs, des matières, des polices et des caractères typographiques, peuvent, par leur diversité et la manière dont on les agrège, réussir à traduire leur pensée créative.

Le mot-clé, socle commun du travail qui était demandé aux étudiants, a été le mot « décalage » — à entendre la manière la plus pertinente, la plus spontanée, la plus simple et la plus directe pour donner une autre vision des matières étudiées à GEM et, ainsi, arriver à dégager un message fort avec un minimum de moyens. Si, au début, l'expression du mot et le sens que celui-ci était censé recouvrir, ont semblé poser pro-

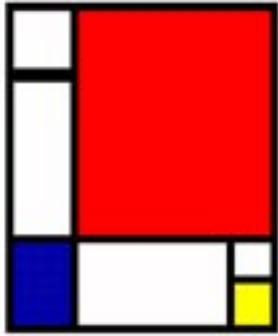
blème, comme si les étudiants craignaient de ne pas savoir « jouer » avec, l'audace, et par là même la confiance ont pris le dessus. Les étudiants se sont donc approprié une compréhension propre de ce terme.

En même temps que la phase suivante qui a consisté à demander aux étudiants de choisir la matière enseignée à l'École qu'ils souhaitaient traduire de façon plastique, pour montrer aux étudiants le travail qu'il est possible de réaliser dès lors que l'on accepte de « s'autoriser de soi-même », et leur faire toucher du doigt ce qu'il est possible de faire à partir d'un thème comme le « décalage », nous leur avons donné quelques exemples. Pour cela, nous avons pris appui sur différents courants artistiques et tout particulièrement chez les « pères » de l'abstraction que sont Mondrian — le premier à avoir été du cubisme et par le cubisme jusqu'à la disparition du motif (Roque, G., 2003), Kandinsky, Malevitch, mais aussi les surréalistes, les nouveaux réalistes, « Fluxus », le « Pop art », l'expressionnisme abstrait, etc. Ainsi, nous voulions, d'une part, faire comprendre aux étudiants l'influence de la recherche fondamentale artistique sur les arts appliqués, d'autre part, réussir à ce que les étudiants puissent se représenter le lien entre l'artiste et la vie. Pour illustration, nous montrons ci-dessous, la façon dont nous avons présenté aux étudiants le travail de l'artiste néerlandais Piet Mondrian.

Le nom de Mondrian est lié au groupe De Stijl — un groupe auquel Mondrian a participé dès sa création, en 1917 — et à celui de sa théorie esthétique appelée « néoplasticisme ». Mondrian est, en effet, l'un des piliers d'un art fondé sur une conception globale du monde. Un diaporama qui reflétait le travail des artistes de l'abstraction [Mondrian, donc, mais aussi Kandinsky, Malevitch...] jusqu'à celui du Pop art] a permis aux étudiants de mieux découvrir l'impact de la recherche fondamentale artistique dans le domaine des arts appliqués. Les exemples présentés ci-dessous avaient donc pour objet de montrer le lien qu'il est possible de faire entre le choix de la matière étudiée et les références artistiques sur lesquelles on prend appui.

Pour permettre aux étudiants de commencer leur propre travail sans rester fixés à ces quelques exemples, nous avons encouragé les étudiants à faire un travail de type « brainstorming » sur des mots à associer au concept de « décalage », pour ensuite travailler la recherche des signes, des images associées au mot, images obtenues par le dessin, la peinture ou des collages d'images, trouvées dans des revues ou d'autres documents. Nous avons alors encouragé les étudiants à apprendre à se laisser surprendre par le hasard de certains de leurs choix — hasard de l'équilibre ou hasard de l'accident — né du mélange des signes.

Une des difficultés rencontrées alors a été la confusion chez les étudiants entre la maîtrise d'une technique propre à un langage artistique moderne et la maîtrise d'un concept. Si la peur de la « libre pensée » avait été levée, demeurait la peur de l'action physique qui faisait écran à la mise en œuvre de leurs idées. Pour beaucoup d'étudiants, en effet, la peur de ne pas maîtriser la technique du dessin, ou la technique de la peinture, représente une forte contrainte dans une expression qui se veut directe et où l'enjeu est de répondre de la manière la plus spontanée et la plus directe possible à une problématique posée. La peur d'agir qui traduit toujours une peur du jugement d'autrui s'est manifestée pour certains par un refus régulier de poursuivre ce travail. Il a donc fallu, à plusieurs reprises, leur faire reprendre confiance en leurs capacités et même leur montrer que leur peur peut être un moteur remarquable pour créer ; ce que les psychanalystes appellent la « sublimation » (Brabant, G.P., 1971).



Piet Mondrian,
Composition avec
rouge jaune bleu,
1921.



Tom Wesselmann,
Nature morte n° 20,
1962.



Stéphane Bourmaud,
Prix spécial agence
New Deal 98.



L'Oréal Studio Line.



Étienne Robial,
habillage Canal +



Yves Saint-Laurent,
robe Mondrian, 1965.



Gerrit Rietveld,
Chaise bleu et rouge,
1818-1923.

4. Exemples des travaux réalisés par les étudiants

Ci-dessous, nous présentons la démarche créative de quelques-uns de nos étudiants. Le premier exemple est celui d'Anne Laure Paccoud, une étudiante de deuxième année qui présente son travail intitulé : « Le CAC 40 et le monde à l'envers ».



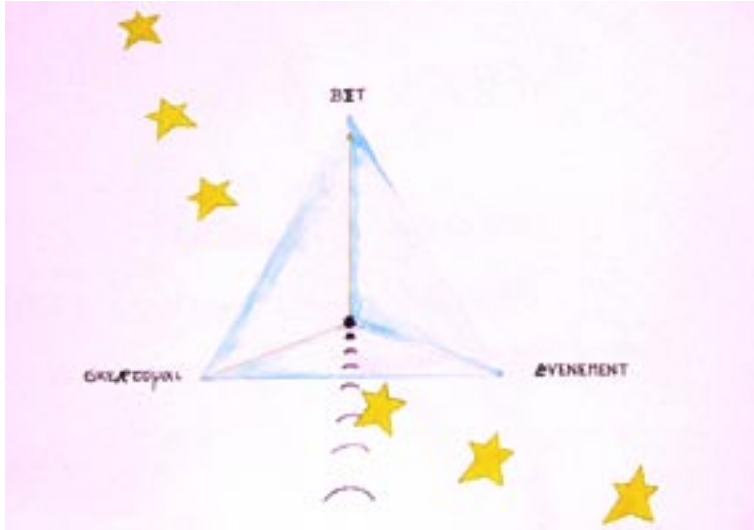
« Le Cac 40 et le monde à l'envers », Anne Laure Paccoud, étudiante en 2^e année, GEM.

Voici comment Anne-Laure Paccoud explique son travail : « Sortant d'une majeure finance, le concept qui m'est venu à l'esprit et que j'ai choisi de représenter est la « courbe du Cac 40 ». Partant de cette idée, plusieurs mots sont venus illustrer et composer mon dessin : rapidité, non-contrôle, argent, société, temps, stress, évolution, désordre (ou désordre ordonné?)... Mon travail — dont le résumé pourrait être la chute du Cac 40, provoquée par les dérives de notre société (la pollution...), qui met en opposition la vie avant et après cet ébranlement de nos marchés si fragiles — est découpé en 4 parties distinctes.

Chaque partie a une taille et des couleurs significatives. La partie 1 (en haut à gauche) met en évidence l'importance de notre société et du matériel quand les valeurs du CAC 40 sont au plus haut. Elle ne cesse de grandir, de se construire avec des fondements plus ou moins solides et stables, avec un temps qui lui est compté (« le temps c'est de l'argent ! »), qui se soucie peu de la nature et qui va même jusqu'à la polluer sans scrupule. Cette partie montre aussi l'illusion de l'amour et du bonheur (avec notamment le cœur incrusté dans le \$ qui saigne si on y voit une goutte ou qui pleure si on voit plutôt une larme!). Les couleurs rendent cette phase pleine de vie mais pas forcément belle. En opposition (ou en décalage), la nature (en partie 2, en bas à gauche) est mise de côté, oubliée dans un coin de la feuille. Le gris permet de faire de ce ciel l'image d'une nature triste et offensée voire blessée. À la chute du CAC 40, tout bascule et s'inverse. Notre société (en partie 3, en bas à droite) s'effondre et l'homme tombe dans un chaos morbide et sombre où l'a entraîné le cercle vicieux de l'argent. On devine un monde humain mais il est déformé et laid. L'utilisation du noir et du blanc permet d'accentuer cet aspect de tristesse désolante que cause le manque d'argent ou la ruine. Enfin, la nature reprend à cet instant, en partie 4 (en haut à droite), tous ses droits. La nature, forte de ses trois éléments : la terre, l'eau et le feu s'illuminent à travers les collines couvertes de champs verts, la mer avec ses nuances de bleu et le soleil brûlant. Les couleurs resplendent et viennent faire écho à la partie 1 tout aussi colorée mais bien moins harmonieuse! [...] C'est Stuart Davis qui m'a inspirée pour représenter notre société peinte dans un style impersonnel et froid. À la fois ses peintures colorées et sombres de la scène américaine ont su trouver leur place dans ma composition. Aussi, pour accentuer l'opposition

entre la société et la nature, j'ai retourné la feuille pour les mettre volontairement en affrontement, comme si elles étaient en guerre! Si on choisit de regarder la nature dans le bon sens de la feuille, on pourra ainsi voir le monde à l'envers!».

Le deuxième exemple est celui de Jessica Chamot, une étudiante de 3^e année. Son travail est intitulé: « Communication ».



« Communication » (par Jessica Chamot, étudiante en 3^e année, GEM)

Voici comment Jessica Chamot explique son travail: «La communication s'inscrit au cœur de notre ère globalisée. À sa base le progrès [...]. La communication s'érige en lien dans cette logique incessante. De par sa science, globale mais incertaine, la communication pénètre la partialité de l'homme, et tente de lui ouvrir les portes d'un avenir qui correspond à ce qu'il cherche. Réfléchie, la communication suscite le rêve. Par nombre d'événements, la communication participe à l'avènement de l'Homme nouveau. Hier, nos racines et l'entendement — la naissance du monde. Aujourd'hui, notre civilisation moderne et pragmatique — le monde tangible. Demain? C'est un monde à construire.»



« Communication » (par Jérémie Abric, étudiant en 2^e année, GEM)



« Marketing », à la manière de Ben Vautier (par Julie Imizcoz, Étudiante en 2^e année, GEM)

Enfin, voici présentés deux autres exemples sans autre explication que l'« œuvre » même qu'en donnent les étudiants.

Dans cet article, nous avons essayé de montrer qu'au sein même d'une école de management doit exister une place pour la sensibilisation et la formation à l'art. En effet, et au-delà même du renforcement des compétences des futurs managers — compétences directement utilisables dans des métiers qui, comme souligné ci-dessus, peuvent avoir des liens avec des spécialistes de la communication, des graphistes et des designers — l'exercice de la pratique de l'art est la possibilité pour les étudiants de découvrir leur potentiel créatif. Dans le cadre de l'expérimentation menée à GEM, nous avons ainsi travaillé, à partir de la réflexion, du désir et de la rencontre dans l'œuvre artistique, sur la capacité pour les étudiants à mieux comprendre ce que peut être une démarche artistique à travers un exercice de développement du sens de l'abstraction.

À travers cette expérimentation, dans le cadre de cette option « création artistique », nous avons mis en évidence les qualités de réflexion et le désir des étudiants d'emprunter des chemins dont ils ne connaissaient pas l'issue. En s'exprimant d'une manière peut-être plus spontanée que d'ordinaire, les étudiants sans pour autant s'autoriser à devenir des artistes, se sont autorisés à créer et, surtout, à accepter de montrer, pour la partager, leur création.

Parce que l'approfondissement de ce domaine du sensible doit développer chez les futurs managers l'intuition et l'abstraction indispensables pour comprendre ce qui se joue dans telle ou telle situation, par rapport à tel produit ou à tel projet; parce qu'être manager consiste, à partir d'une vision du futur, à créer du sens et à développer des solutions originales et à les faire vivre dans une œuvre collective, il semble que la pratique de l'art plastique dans une école de management puisse aider les futurs managers à développer un savoir-être qui ne soit pas seulement une copie conforme des attentes et des normes de la société mais un savoir-être créatif qui, développé notamment par la pratique des arts plastiques, puisse générer des habiletés qui vont pouvoir être généralisées dans le travail plus classique que requièrent les autres disciplines que sont le droit, la finance, la gestion, la communication, le marketing, les langues, le management, la gestion des ressources humaines, la stratégie...

Bibliographie

- Boia, L., (1998), *Pour une histoire de l'imaginaire*, Paris, Les Belles-Lettres.
- Brabant, G.P., (1971), *La Psychanalyse*, Paris, Seghers.
- Dagen, P., (2003, a), « Arts, sciences, spiritualité... Une généalogie à plusieurs branches », *Le Monde*, 13 novembre 2003.
- Dagen, P., (2003, b), « Quand l'abstraction naissait en lumière et en musique », *Le Monde*, 13 novembre 2003.
- Delattre, S., (2003), « L'art, outil de management », *Liaisons sociales*, septembre.
- Goethe, (1810), *Traité des couleurs*.
- Jimenez, M., (1997), *Qu'est-ce que l'esthétique ?*, Paris, Gallimard-Folio essais.
- Kupka, F., (1905), « Premiers écrits », publiés par la suite in *La création des arts plastiques*.
- Roche, L., Grange, T., (1999), *Innovation et Management*, Paris, Maxima Laurent du Mesnil.
- Roque, G., (2003), *Qu'est-ce que l'art abstrait*, Paris, Folio.
- Rummel Walker, R.M., (2002), « Stimuler la créativité », <http://www.lausanne-famille.ch>
- Vallier, D., (1980), « Présentation », in Worringer, W., *Abstraction et Einfühlung, L'esprit des formes*, Klincksieck.