

Se ré-inventer et se projeter dans l'avenir grâce à l'art

L'exemple d'un projet original de Raphaële Bidault-Waddington et son Laboratoire d'Ingénierie d'Idées® pour Le Center For Molecular Medicine de Stockholm

Texte publié en Février 2007 dans "Fabriquer le Futur 2" de Pierre Musso, Laurent Ponthou, et Eric Seulliet, Edition Village Mondial.

Le CMM est un centre de recherche au sein du Karolinska Institute (KI) de Stockholm (le plus important pôle médical de Suède et parmi le top 10 européen) qui a été conçu en 1995 afin de dresser un pont entre la recherche scientifique pure et les pratiques médicales. L'objectif était alors d'accélérer le processus de traduction du savoir académique en solutions médicales appliquées (diagnostic, traitement, techniques de soin, etc.), également appelé "translational research".

Pionnier de ce modèle d'organisation de la recherche, le CMM a donc suivi un développement exemplaire qui le place aujourd'hui à un niveau stratégique aussi bien au sein du Karolinska Institute que vis-à-vis de la communauté scientifique internationale : les 350 chercheurs du CMM ont un taux de publication scientifique bien supérieur à ceux du KI, 7 d'entre eux font parti du jury du prix Nobel de médecine, leurs découvertes les mettent en rivalité immédiate avec des universités comme Harvard ou Stanford bien que leur taille soit largement inférieure, etc.

Ce succès apparent cache cependant de réelles insuffisances notamment en matière de management et la direction du laboratoire ressent la nécessité d'une sincère remise en question afin d'entretenir la mécanique de développement à son niveau d'excellence et préparer les dix prochaines années. Notons aussi le fait que des centres de ce type se développent dans le monde entier, ce qui les oblige à prendre de nouveau de l'avance en questionnant non seulement leur process mais aussi leur identité.

Le projet consistait ainsi à stimuler en douceur une démarche d'interrogation, à apporter un regard et une analyse extérieure, globale et non conventionnelle, puis à suggérer un ensemble d'idées originales (de concepts comme de projets), susceptibles de les inspirer pour construire leur avenir.

La première étape se déroulait comme une sorte d'enquête mélangeant entretiens individuels et confidentiels avec le maximum de chercheurs de tous les niveaux, déjeuners réguliers avec le directeur, rencontre avec les membres extérieurs du comité de pilotage, collecte d'informations en tout genre et autres bavardages de couloir. L'objectif est de rentrer dans l'intimité de la structure, de capter ses spécificités mais aussi d'impliquer le maximum de personnes dans le processus et de semer des points d'interrogations intelligents, notamment lors de workshops aussi ludiques que stratégiques.

Cette première étape est très importante car elle permet de s'assurer que les recommandations qui seront faites dans la deuxième partie sont neuves, pertinentes et accompagnées d'un mode d'emploi crédible même si certaines pourront déborder du cadre réaliste.

La deuxième étape consistait alors à fournir une banque d'idées, clairement ordonnées selon les questions clés, et présentées sous la forme d'un livret ("document d'art" imprimé en maximum 5 exemplaires) que le management pourra utiliser comme source de vision pour élaborer sa stratégie future.

Cette deuxième étape ne s'explique pas beaucoup car c'est la "boîte noire" du cerveau artistique qui entre en jeu et par lequel on peut ré-inventer toute chose.

Ainsi, il était proposé au CMM de rentrer dans une nouvelle ère de développement appelée "CMM 2.0" accompagné d'un programme de travail complet (architecture du lieu, design organisationnel, publications, recrutements, partenariats, etc.) dont l'objectif serait d'inventer à moyen terme une recherche médicale "New School". La confidentialité du projet ne permet cependant pas d'en livrer le contenu dans l'immédiat.

De manière générale, l'apport de l'art dans des pratiques qui ne sont plus artistiques permet de :

- développer une identité charismatique qui dépasse le savoir-faire ou la performance technique, scientifique ou financière,
- engager une démarche réflexive et poétique qui consiste à s'interroger en profondeur sur ce que l'on fait et à trouver un vocabulaire original pour se le représenter.
- trouver des solutions créatives pour incarner de nouvelles visions dans de nouveaux modèles de pratiques,
- créer de la valeur immatérielle comme potentiel d'avenir.

Cette mission est l'enjeu principal du Laboratoire d'Ingénierie d'Idées® qui a construit ses propres méthodologies de travail pour intervenir dans tout type de structure : entreprises, projets urbains, laboratoire de recherche, etc..

Au-delà des nombreux domaines de savoir qu'il hybride, Le Laboratoire d'Ingénierie d'Idées® s'appuie également sur une réflexion de fond et une démarche de création que Raphaële Bidault-Waddington mène dans ses autres laboratoires plus explicitement artistiques.

La Petite Industrie l'Image Sensorielle® est par exemple la marque qu'elle utilise lorsqu'elle crée des "architectures d'images", mi-architecture physique, mi-architecture mentale, exposée dans des galeries, centres d'art, ou médias.

Plus orientée vers la notion de style, La Raffinerie Poétique® orchestre un processus de création textile à la croisée de la mode et de la peinture abstraite.

Chaque laboratoire est ainsi un cadre d'organisation d'une pratique de création dotée d'un vocabulaire spécifique.