

Jean-Louis Fréchin

Jean-Louis Fréchin est arrivé à l'heure (10.00). Sourire en coin de lèvres, il remarque tout de suite que des choses ont changé depuis sa dernière intervention, il y a quelques années, dans le MMI : tous les étudiants sont désormais équipés d'ordinateurs Mac, alors que les PC étaient dominants il y a encore 4 ou 5 ans.

Les élèves se présentent, tour à tour. Même s'il semble occupé à consulter ses mails ou à écrire des messages depuis son téléphone portable, il porte attention à chacun et ne manque pas de réagir, par des sourires acquiesseurs (pour les étudiants venant de l'école Estienne) ou par des signes de sympathie (en se présentant en portugais, à l'attention d'une étudiante brésilienne). Ces signes de sympathie se manifestent également lorsque Charlet Denner explique qu'il enseigne aussi aux Arts-déco de Strasbourg.

JLF et CD se rendent alors compte qu'ils ont des connaissances communes. Il évoque d'entrée son point de vue sur la pédagogie française, notamment dans les formations en design et en art, qu'il met en parallèle avec le modèle anglo-saxon. Il nous explique que cette approche pédagogique repose sur le "faire et comprendre", autrement-dit "faire-faire pour faire comprendre", qui place la pratique et l'expérience au cœur du processus pédagogique. Parmi les rares exemples d'établissement français qui s'inspirent de cette méthode, JLF cite l'ENSCI, où il enseigne, et a suivi une partie de sa formation.

Notre intervenant entame alors sa présentation en évoquant sa formation "initiale" en architecture, à l'ESNBA, que l'on définissait à cette époque, dans les années 70/80 comme une "école classique et communiste" (avec des têtes de file comme Jean Perrotet ou Paul Chemetov). Cet établissement agissait alors dans une logique transversale où ingénieurs, sociologues et architectes travaillaient conjointement.

Il se confronte ensuite rapidement à des outils de programmation techniques et graphiques. Il intègre par la suite l'ENSCI, tout juste ouverte depuis 3 ans. Dans le cadre de sa formation il réalise un stage au Portugal, dans un Institut de recherche, où il travaille sur les "toolbox" et sur Unix.

JLF monte une première agence de design et d'architecture. Il y réalisera un projet global de conception et d'aménagement d'un centre commercial (magasin, mobilier, service, tenues vestimentaires, radio, signalétique) dans lequel il fallait avant tout penser l'usage. Il se confronte alors à la culture marketing industrielle, "faite d'individus peu curieux et opportunistes".

Avec cette même agence, il travaillera par la suite avec des clients chinois. Les problèmes de langues ont incité l'équipe à développer des outils de médiation, et de communication. Ces opportunités n'ont toutefois pas garanti le succès du projet, qui fut un échec relatif. Il travaillera ensuite pour le compte de l'agence Montparnasse Multimédia, sur des projets de médiation scientifique, en tant que designer d'interface, puis chef de projet.

Sa conception du "design": JLF commence par nous donner une définition du "design numérique". Il s'agit, selon lui avant tout d'un "design de service et d'expérience". Il évoque Pierre-Damien Huygues, chercheur, enseignant et directeur de formation à l'UFR 04 de Paris 1, pour insister sur l'importance des mots ("Jean Louis, il faut travailler les mots").

JLF mentionne également Bernard Stiegler, et son ouvrage "Le nouveau monde industriel", pour justifier sa conception du numérique. Selon lui "le numérique n'est pas l'extension des médias", il ne s'agit pas d'un outil mais d'un mode de pensée".

L'ENSCI avait une culture des services et des fonctionnalités (mais pas de culture de

l'image). En accord avec cette philosophie il définit le XX^{ème} siècle comme celui de l'énergie, et le XXI^{ème} comme le siècle de l'information (et nous renvoie aux travaux des philosophes Claude Shannon - et sa théorie de l'information - et à Marshall McLuhan).

Le design d'interface est au centre de tout, toujours selon notre intervenant. Il s'agit de se poser une question simple "comment créer une expérience?". Il évoque deux éléments de réponse: d'un côté par le scénario (le travail de conception), de l'autre le travail d'architecture (le travail d'organisation).

Jean-Louis Fréchin aborde la problématique des musées et du numérique. Selon lui l'expérience numérique au sein des musées relève essentiellement des opérations de communication ou de la perception (du bâtiment). Elle est en quelque sorte une "poubelle à contenu" que les commissaires exploitent "pour mettre dans des écrans ce que l'on ne peut pas mettre dans un espace physique". Le numérique entraîne une réinvention du musée, où toute la scénographie doit-être pensée non pas en fonction de l'espace mais en fonction du temps et des événements.

Notre intervenant mentionne trois exemples de bons dispositifs multimédias proposés par des institutions culturelles:

- les tablettes du Getty Center (Los Angeles)
- mémorial Shoah (Washington)
- musée art contemporain Vienne (Autriche)

JFL estime qu'en France, nous avons trop tendance à fantasmer sur les musées où l'approche pédagogique et éducative prime sur l'expérience. Il justifie ce propos ainsi : "On est plus Descartes que Diderot" (le visiteur doit ressortir plus intelligent à la fin de sa visite). Il estime que nous cherchons à mettre trop d'intelligence pour trop peu de poésie et que les architectes et scénographes ne sont finalement que des cautions à l'émotion. Il évoque également un paradoxe français qui concerne les pratiques patrimoniales : un désir de futur de s'attacher aux valeurs anciennes. Cette approche défend l'idée de "comprendre avant de faire", alors que l'expérience et la pratique peuvent également aboutir à la compréhension d'un problème ou à l'appréhension d'un sujet.

Jean-Louis Fréchin revient sur l'essence du design. Il nous rappelle que les origines latines du terme "design" proviennent de "disegno", qui sera interprété plus tard en France par le terme "dessein", qui véhicule deux idées:

- 1/ l'intelligence de la main
- 2/ l'intelligence supérieure de l'esprit.

Il évoque notamment la séparation qui s'est opérée au XVII^{ème} entre le dessin et le dessein (à la manière de la distinction corps/esprit). JLF cite un de ses confrères architecte/designer qui aurait dit : "ne demandez pas à un designer comment construire un pont, mais plutôt comment traverser la rivière". Ici, l'interface, toujours selon notre intervenant, est la conséquence et le point de connexion de tout (architecture, contenus, usage...).

La mission d'un designer serait donc de pouvoir résoudre un problème de manière raisonnable et poétique. JLF dit d'ailleurs qu'être designer c'est un avoir (ou être) " un cerveau exploitant les hémisphères gauche et droit, la tête vers le ciel, et les pieds au sol", de manière à faire des "synthèses créatives". Il cite une autre personnalité issue du secteur de la création, pour nous dire: "il faut avoir des rêves suffisamment grands pour ne pas les perdre de vue pour les poursuivre". Pour JLF, l'UX design est un dû, et non une stratégie de conception de création. L'homme a toujours été au centre de la conception,

et en ce sens l'UX est déjà dépassée. Les recherches utilisateurs d'Orange, et d'autres enseignes, datent des années 60, au moment où sont apparues les bases du marketing moderne.

Les institutions et acteurs professionnels (notamment ceux du CAC 40) français sont tellement perdus, qu'ils finissent par trouver une ouverture, dans le rapport à la création que proposent l'approche et la philosophie du numérique. Notre génération, qui exploite le numérique comme un corps social et non comme un média, bouleverse et dépasse la génération précédente. Il évoque notamment l'exemple des Fablab, que JLF qualifie de "salons ou cabinets de curiosités du XXIème siècle".

Ces nouvelles ouvertures (fablab, hackaton...) influencent notre quotidien, nos pratiques et nos espaces, et questionnent la problématique de l'intelligence sociale, qui aboutit, entre autres, au concept de "villes numériques".

JFL Fréchin cite l'événement "Futur en Seine", qui a lieu tous ans, au mois de juin, qui présente les nouvelles tendances issues des secteurs de l'innovation et du numérique. Notre intervenant conclut en exposant ses principaux projets, que l'on retrouve (partiellement) sur le site de son agence (<http://www.nodesign.net/>).