




**TOUT L'ÉTÉ AU MARCHÉ JEAN-TALON
DES WEEK-ENDS ALLONGÉS
POUR LES PIÉTONS**

Du 11 juin au 10 octobre 2010,
les week-ends piétonniers
sont de retour au marché Jean-Talon.

Les tronçons nord et sud
de la place du Marché-du-Nord
seront donc fermés à la circulation automobile
du vendredi au dimanche, de 11 h à 17 h.
Cette initiative vise à rendre l'expérience
du marché encore plus agréable et sécuritaire.

Renseignements : 311
ville.montreal.qc.ca/rpp

Rosemont
La Petite-Patrie
Montréal



VII. Flânerie graphique au marché Jean Talon

Conditions de l'observation :

Vendredi 25 juin 2010

10H00 – 11h00

Matinée douce, ciel dégagé et ensoleillé

Le marché Jean Talon est spacieux et très attractif. Reconnu pour la variété et la qualité des produits qui y sont proposés, il s'érige en véritable lieu de promenade. La déambulation dans ses allées se fait à allure réduite. Les visiteurs passent en toute tranquillité devant les étales et prennent le temps d'observer les fruits, les légumes et les plantes de saison. La lenteur apparente n'est pas la conséquence d'un harcèlement, mais plutôt celle de la flânerie et de la détente. Cela se voit dans les postures, les corps ne sont pas tombants, repliés sur eux-mêmes, tirillés et déformés par le port des achats. Les corps des passants sont droits et souples. Le marché est aussi un espace et un temps de courtoisie, à la fois pour les clients et les commerçants. D'une façon générale, il se dégage une forte disponibilité de toutes les personnes présentes.



Flânerie et courtoisie dans les allées du marché Jean Talon

« Après j'ai trouvé les corps très nonchalants. Tout le monde flâne en fait, y a personne qui est stressé, personne va vite, tout le monde est au même rythme. On regarde les gens marcher, tout le monde va à la même vitesse. » (Gabriel)

« C'est de la flânerie. (...) le rythme est très lent, c'est... cette espèce de temps suspendu où on a du temps devant soi. Voilà. On peut prendre du temps devant soi. » (Rachel)

« Mais on retrouve quand même ce côté apaisé de Sao Joaquim, c'est-à-dire de... qui fonctionne de façon très fluide. » (Suzel)

« Tu vois, les commerçants ils discutent entre eux, ils rigolent, ils rigolent avec les clients, et puis c'est très familial aussi, pour les commerçants. » (Gabriel)

Vision graphique

Une autre caractéristique du marché Jean Talon est relative à la mise en œuvre d'une séduction visuelle. Tous les étales font l'objet d'une attention particulière pour ce qui concerne la présentation des produits. L'ensemble du marché est un jeu de déclinaisons de couleurs, de formes, de petits conditionnements très attrayants. Tout est calibré, calculé, rien ne semble laisser au hasard. À l'échelle du marché, la grande uniformité qui règne sur l'ensemble des

éventaires permet de mettre en avant le soin particulier que les commerçants apportent à toujours offrir une table bien garnie de produits disposés de façon systématique dans des petits contenants qui sont le reflet de leur préoccupations graphiques.



Maîtrise graphique des étals (photos RT / SB)

« le côté séduction il est là à fond, on est plongé dans le visuel. » (Suzel)

« Alors c'est plus large, c'est plus plat, j'ai pas fait attention moi non plus aux choses en hauteur, c'est très très rangé, moi je me suis dit : c'est comme un décor pour enfants. Tu sais les jeux de la marchande en bois qu'on vend chez je sais plus qui. » (Rachel)

« J'ai été frappée aussi par le rangement, l'ordonnancement. Donc les abricots dans les petits seaux en métal ... Je me suis dit : c'est le comble de la coquetterie. Non seulement tu ranges dans des petites barquettes, mais en plus c'est des petits seaux en métal, des seaux d'enfants décorés. Alors voilà, y a ce côté un petit peu précieux. Et c'est rigolo parce que ça combat pas du tout le côté désordonné du marché quand même. C'est-à-dire qu'il y a quand même tellement de fleurs, de couleurs, de... de choses, plus les odeurs, que c'est une piètre tentative. Ça reste quand même un marché. Ça reste quand même foisonnant. » (Suzel)

« Juste, sur ce rangement, là où il y a la crêperie à un endroit, la personne a fait une décoration. Y a une orange, un citron jaune, un citron vert, une orange, un citron jaune, un citron vert, j'ai trouvé ça génial ! Graphiquement, ça résume... » (Suzel)

« Tu as un poivron rouge, un poivron jaune et un poivron orange, et le panier d'à côté il est exactement rangé de la même façon. » (Rachel)

L'amplitude olfactive, un geste ambiant au marché Jean Talon

L'amplitude olfactive au marché Jean Talon, en tant que geste ambiant, permet de toucher l'impalpable de cette expérience qui est largement marquée par les odeurs. À la fois inscrite dans le temps, dans l'espace, caractérisée par la distinction des sources qui la compose et bien entendu par ses variations ; l'amplitude olfactive rejoint en cela l'effet de métabole, tel qu'il est défini pour l'étude de l'environnement sonore⁴⁹.

L'une des caractéristiques fondamentale de la métabole est « l'instabilité de la structure dans le temps ». La dimension odorante du parcours du marché Jean Talon s'exprime par des variations, des transformations d'odeurs qui ont lieu dans le temps. La fin de la matinée approchant, les mêmes denrées changent d'état (de cru à cuit, par exemple) et ainsi, en peu de temps, apportent de nouvelles senteurs.

« La première chose c'est que le marché m'a vraiment mobilisée d'un point de vue olfactif. La première chose qui m'a marquée assez rapidement, entre le moment où on est arrivé et après que j'ai eu fait un premier tour, je trouvais que les odeurs avaient beaucoup changé. En commençant, je suis partie sur la droite et je me suis retrouvée dans des odeurs de viandes crues et tout ça. (...) Et en fait, en repassant la deuxième fois, et bien là les odeurs avaient commencées de changer, on commençait à entrer dans des odeurs de viandes cuites, grillées, rôties. En fait ça a été assez rapide. Je pense que c'était même pas au bout d'une demie heure » (Aurore)

« Ah oui, pour les odeurs, j'avais noté aussi qu'il était plus odorant que Sao Joaquim, et je pense que c'est dû au fait qu'ici il y a de la nourriture consommée sur place alors que c'était pas le cas à Sao Joaquim. (...) Quand ça cuit, ça grille etc., tu as toutes ces odeurs-là, tout ce champ d'odeurs-là » (Suzel)

Les diverses odeurs perçues et nommées à la suite de la déambulation dans les allées du marché Jean Talon ne constituent pas une odeur « générale » du marché. Les odeurs restent singulières, sans qu'aucune d'entre elles ne s'impose sur les autres. Il faut vraiment faire l'expérience de l'espace pour les distinguer et les désigner. L'amplitude olfactive désigne aussi la rencontre des « bonnes » et des « mauvaises » odeurs (pourriture, fermentation), le passage par la diversité de cet ordre-là.

« Après, au niveau des odeurs, pour la partie fruits et légumes, je trouvais qu'on n'avait pas une odeur de marché, mais qu'on avait des odeurs précises. Tu sentais les pêches. Tu sentais la tomate. Tu sentais les fraises. Mais c'était pas, pour moi ça ne faisait pas une odeur d'ensemble, c'était précis. » (Aurore)

« Sur l'univers odorant, effectivement il est très métabolique, comme un univers sonore. Et puis c'est vrai qu'il est de plus en plus dense, de plus en plus dense. Et là, on est plongé dedans. Ce que j'ai trouvé typique d'un marché, par rapport à cet univers métabolique olfactif, c'est le fait qu'il y avait des odeurs de produits frais, donc les fraises, la terre mouillée des plantes qui sont en vente et puis voilà, et les odeurs de poubelles. Y a des endroits où on a un truc qui est en train de fermenter, de pourrir, et on le sent aussi. » (Suzel)

L'amplitude, qui se joue des écarts, permet aussi de pointer d'autres manifestations liées aux odeurs imperceptibles et qui provoquent cependant

⁴⁹ Jean-François Augoyard (sous la dir.), Henry Torgue (1995). *À l'écoute de l'environnement, Répertoire des effets sonores*, Éditions Parenthèses, pp 86-91

des comportements particuliers. C'est l'exemple des ultra-odeurs des plantes, qui engendrent éternellement et détour.

« Par rapport au côté plantes et fleurs, j'ai fait un tour vraiment très bref parce que... j'ai été prise d'éternuements donc j'ai rebroussé chemin. En même temps je trouvais que c'était marrant parce que c'était encore une sollicitation, je ne sais pas si c'était olfactif, mais en tout cas, ça passait par le nez » (Aurore)



Amplitude olfactive : déplacement, des ultra-odeurs à l'odeur de l'eau (photos SB/ RT)

Enfin, toujours en résonance avec la spatialité, mais cette fois-ci plutôt du côté de l'imaginaire, les odeurs sont chargées d'un imaginaire de la nature et peuvent transporter le passant vers un ailleurs, le délocaliser. Il est bon de noter par ailleurs que l'eau, l'odeur de l'eau enrichit dans ce sens l'amplitude olfactive du marché Jean Talon.

Une parenthèse toujours à propos de l'eau, il est intéressant de pointer, par une citation, la dimension non-aseptique qu'elle recouvre. L'eau comme substance répandue sur un sol lisse, en ne créant pas de relief, suffit à mobiliser l'attention du marcheur sur ses pieds.

« J'ai l'impression qu'il y a l'allée principale, où là en effet il y a quelque chose de très intense. Et plus on s'éloigne de l'allée centrale et plus les choses sont diffuses et mêlées avec l'odeur de l'eau, moi j'ai trouvé. C'est l'odeur de la fraise mêlée avec celle de l'eau, ou en tout cas de l'humidité. (...) Je trouvais que c'était toujours mêlé, c'est-à-dire l'odeur des fraises et l'odeur de l'eau. Les fleurs et l'odeur de l'eau. Et qu'on a l'impression d'être complètement extrait de la ville, du coup. Du fait de ces odeurs-là. » (Rachel)

« Ici on a des sols lisses, pas de ressauts, pas de, et c'est pas aseptisé. La seule chose que je me suis dite, le seul moment où j'ai du regarder mes pieds c'est là où il y a de l'eau, parce qu'il y avait des flaques et il faut faire une grande enjambée comme on est en sandales et regarder un peu où on marche. Mais c'est le seul moment où on doit un peu faire attention à ses pieds parce que le côté séduction il est là à fond, on est plongé dans le visuel. Donc c'est un peu un paradoxe auquel j'ai pensé, c'est ces sols très lisses. » (Suzel)

Ravissement : un état sensible au marché Jean Talon

Le ravissement est l'état de l'esprit transporté de joie, d'admiration. Si cela a déjà été évoqué plus avant, le charme qu'opère la grande maîtrise visuelle des étales sur le visiteur et son envoutement par les odeurs, il n'en reste pas moins que le jeu, clairement affiché, de cette attirance par les yeux atteint une mise en mouvement de l'ordre de l'esthétique. La séduction est tentatrice, mais n'amène pas réellement le chercheur à agir. Cependant, il y a de l'impulsion

dans le ravissement, de la bienveillance, l'expression de sentiments et d'émotions.

« *Oui, t'es tentée, ça donne vachement envie de faire la cuisine !* » (Suzel)

« *Ah ouhai moi j'avais faim quand je me promenais.* » (Gabriel)

« *Je trouve qu'il y a une générosité. Justement, le fait que ce soit rangé et tout, il y a des choses offertes au toucher, il y a beaucoup d'endroits où on peut goûter, on peut...* » (Suzel)

« *Je trouve que globalement c'est subtil. C'est-à-dire que c'est subtil dans les couleurs, c'est subtil dans les camaïeux, c'est subtil dans les odeurs. (...) Là c'est tout en camaïeux, j'ai trouvé.* » (Rachel)

Dynamiques sensibles de l'expansion et de la suspension paradoxale

Le marché Jean Talon place le piéton dans une dynamique d'expansion. Les corps se développent, s'étendent, physiquement et du point de vue sensoriel. Dans le service auprès des commerçants, l'acheteur déploie ses bras au minimum à la hauteur de ses épaules, et bien souvent au-dessus. D'autre part, tous ces sens sont mobilisés, ou en tout cas invités à prendre part à une expérience complète avec la vue, l'odeur et le goût en tête.



Extension des corps (photos SB / RT)

« *Après, pour les gens, (...), je trouvais que les gens étaient super grands. Alors... j'ai regardé un peu aussi par rapport à la disposition des étales, qui en fait sont hautes. Et les personnes qui servent sont aussi en hauteur. Donc je trouve que pour les gens, on n'est pas dans un marché où on voit les gens porter, écrasés, mais au contraire, ils sont étirés, parce qu'il faut tendre la monnaie, il faut attraper les sacs. Donc là je trouvais qu'on était dans une forme d'étirement... Et vraiment de l'étirement parce qu'on tend le bras pour attraper le sachet, pour donner la monnaie, tout ça. Donc une sorte d'élan dans l'étirement* » (Aurore)

« *Tu as aussi l'expérience gustative qui rentre aussi là-dedans. Mais qui est aussi associée aux autres parce que tu vois les pêches, tu sens les pêches, tu goûtes aux pêches et tu as les odeurs de pêches et tout est amplifié.* » (Gabriel)

La suspension comme dynamique relève de situations presque antinomiques par rapport aux processus à l'œuvre au marché Jean Talon et qui ont été expliqués jusqu'à présent. Si dans les situations ordinaires la tendance à la flânerie est prégnante, curieusement, dès lors qu'il s'agit pour le visiteur de faire une pause, celle-ci semble ne pouvoir qu'être brève et inconfortable. De la même façon, dans cette grande sollicitation des sens, une suspension

paradoxe intervient à propos du toucher. Au marché Jean Talon, on ne peut pas toucher. L'expérience sensorielle est écartée, la distance maintenue.



Le moment de pause et sa brièveté dans les postures (photos RT / SB)

« Il y a un endroit que je trouvais assez intéressant aussi, c'est l'espace avec les tables à l'entrée, le fait de s'asseoir sur la pointe des fesses et sur le bord du banc. J'ai trouvé ça génial, parce que je suis repassée plusieurs fois pour regarder... à chaque fois que je suis passée c'était des personnes différentes, mais tout le monde est installé comme ça, presque en suspension, tac, on fait une petite pause, tac... » (Aurore)

« C'est propre, c'est joli, c'est coloré, y a pas de danger, c'est plat, et en même temps tu oses pas toucher de peur de déranger je trouve. » (Rachel)

« Tu touches pas. Non. Je crois que tu ne peux pas toucher. Oui, quand tu prends les échantillons [c'est] avec les petites pinces ! Attention ! Tu ne mets pas les doigts. » (Suzel)