

Marché Couvert d'Aligre, Analyse Acoustique

Analyse selon les 8 principes vus durant l'intensif

Nous nous sommes rendu au marché couvert d'Aligre dans le 12em arrondissement.

1- Sentir les évènements de la vie

En entrant dans la halle couverte, j'ai pu ressentir un bruit de fond sonore sourd et continu. Ce bruit semble être celui des souffleries d'air et des machines du marché (frigidaires, étales froides..). La halle est aussi le lieu de multiples petits bruits et événement continus, rythmés.

2- Visualiser la géométrie spatiale du lieu

Paradoxalement au grand volume et à la grande hauteur sous plafond, il y a peu de réverbération, sûrement du au multiples éléments présent dans la halle (étales) et filets anti pigeons au plafond. Nous percevons en revanche que l'espace est ouvert sur l'extérieur puisque nous entendons les bruits de la rue (klaxons, véhicules, cris)

3- Propager le symbole culturel

Le marché couvert est un lieu rempli de paroles, de dialogues entre les commerçants et les clients, de phrases du quotidien, de bruits de voitures, klaxons reconnaissables. On reconnaît aussi facilement les «BIP» de caisse et des paiements sans contact. Mais aussi les sonnettes de vélos qui circulent sous la halle, les bruits des roues de chariot de courses sur les pavés de l'allée centrale. on perçoit aussi le tintillement des tasses du café situer sous le marché, ainsi que les bruits de sachets qu'on ouvrent et qu'on froissent.

4- Stimuler l'émotion

On perçoit rapidement un calme surprenant pour un marché. La halle couverte est relativement calme. Il n'y a pas de cris des marchants, pas de brouahah. Le bruit se propage peu, même entre les étalages.

5- communiquer des informations orales

Dans l'espace, nous reconnaissons les informations du dialogue quotidien «bonjour» « combien ?» «avec ceci ?» tout le champs lexical de la vente directe

6- Sentir le mouvement du temps

Nous pouvons ressentir un rythmique continu mais dynamique, la temporalité est rythmé par chaque client qui achète qui change de stand.

7- Construire les relations sociales

Le marché couvert est un lieu d'échanges par définition. Le lieu même oblige au dialogue pour acheter. On peut alors percevoir une certaine tolérance, acceptation au bruit.

8- Retenir la mémoire de l'expérience.

Bruit du marché, échanges. On mémorise aussi l'importance de l'épaisseur dans l'architecture de la halle couverte et de la porosité graduelle du bruit entre l'extérieur et le centre de la halle.

