La place du marché Saint-Roch:

un exemple d'intégration des qualités de l'effervescence urbaine

Essai (projet) soumis en vue de l'obtention du grade de M. Arch.

Émilie Labrecque

École d'architecture
Université Laval
2012

Superviseur : Érick Rivard

Cet essai (projet) porte sur la conception d'un marché public au cœur du quartier St-Roch de Québec, dans l'idée d'une intégration des qualités de l'effervescence urbaine comme éléments générateurs d'une conception architecturale, tout en considérant les caractéristiques des marchés québécois, actuels et anciens. Comment l'effervescence peut-elle transparaître dans un espace, comment peut-elle se traduire architecturalement? La démarche de recherche création vise, d'une part à relater les caractéristiques des marchés anciens québécois, ainsi que de quelques-uns actuellement en fonction, et d'autre part à définir les qualités de l'effervescence urbaine afin d'en tirer des critères de design clé qui guideront la conception du nouveau marché.

Membres du jury

François Dufaux, architecte et professeur

Érick Rivard, architecte et chargé de cours

Anne Carrier, architecte

Emmanuelle Champagne, architecte et chargée de cours

Avant-propos

Merci à ma famille pour leur support constant tout au long de mon long parcours académique.

Merci à mon conjoint, Samuel, de partager ma vie.

Merci à Claudia, d'être toujours là.

Merci aux huit femmes de ma vie, sur qui je peux toujours compter.

Table des matières

Introduction.....1

Chapitre 1 – Les anciens marchés de la ville de Québec.....2

1.1 Localisation névralgique au cœur du quartier

1.2 Une architecture simple et polyvalente

1.3 Place du marché, ou prolongement de la place publique

1.4 L'intensité du marché

1.5 De l'apparition au déclin

Chapitre 2 – Les marchés publics d'aujourd'hui.....9

2.1 Localisation, accessibilité et contexte

2.2 Architecture et fonctionnement

Chapitre 3 – Les qualités de l'effervescence urbaine.....15

3.1 Mixité

3.2 Flexibilité

3.3 Stimulation sensorielle

Chapitre 4 – Le quartier Saint-Roch ……..……..…26

4.1 Contexte architectural

4.2 Identité commercial

4.3 Accessibilité

Chapitre 5 – Le projet: La place du marché Saint-Roch.....……29

5.1 Le site

5.2 Implantation du projet

5.3 Fonctionnement

5.4 Intégration des qualités de l'effervescence urbaine

Conclusion……..……..38

Annexes……..……..……..……..……..41

Figure 1 : marché devant l'église Notre-Dame-des Victoires à Québec, autour de 1840 (Picturesque Canada, Part I, p.9)

Figure 2 : marché Haute-Ville de Québec 1844 (ANQ, fonds Michael Ayre, N 81-9-14)

Figure 3 : plan et élévation de la halle du marché de la Basse-Ville, Place Royale 1810 (tirée de *Analyse de l'évolution architecturale des halles de la ville de Québec au cours du XIXe siècle,* de R. Chouinard, 1981)

Figure 4 : plan et élévation du marché de la Haute-Ville construite en 1818 (tirée de *Analyse de l'évolution architecturale des halles de la ville de Québec au cours du XIXe siècle,* de R. Chouinard, 1981)

Figure 5 : marché de Saint-Roch 1910-1977 (ANQQ, 20365-44)

Figure 6 : marché de la Haute-Ville de Québec au XVIIe siècle (ANQ, collection initiale, GH2707)

Figure 7 : marché du Vieux-Port, Québec

Figure 8 : marché Jean-Talon, Montréal

Figure 9 : marché Atwater, Montréal

Figure 10 : schéma des qualités de l'effervescence urbaine

Figure 11 : Central Saint-Gilles Court, London, Renzo Piano et Fletcher Priest Architectes

Figure 12 : Central Saint-Gilles Court, London, Renzo Piano et Fletcher Priest Architectes

Figure 13 : Rotterdam, place publique de Schowburgplein

Figure 14 : Theaterplein à Anvers, Paola Vigano et Bernardo Secchi

Figure 15 : Spanish step à Rome

Figure 16 : Plan d'implantation de la nouvelle place de marché Saint-Roch

Figure 17 : Wm. A Marsh & Co. Limited – manufacturiers de chaussures - 1912

Figure 18 : Wm. A Marsh & Co. Limited – manufacturiers de chaussures - 1912

Figure 19 : schéma: relever le site au niveau Saint-Vallier

Figure 20 : schéma: occupation maximale du site permise par la ville de Québec

Figure 21 : schéma: création d'un vide pour la place publique, ajustement des hauteurs

Figure 22 : schéma: percement selon les voies existantes rendant la place perméable

Figure 23 : schéma: léger abaissement de la place graduelle, selon la topographie

Figure 24 : schéma: distribution des usages

Figure 25 : schéma: modulation de la façade

Figure 26 : schéma de circulation de la nouvelle place du marché Saint-Roch

Figure 27 : coupe transversale de la nouvelle place du marché Saint-Roch

Figure 28 : tables pliantes encastrées dans la nouvelle place du marché Saint-Roch

Figure 29 : trames de la nouvelle place du marché Saint-Roch

Introduction

Les marchés publics ont toujours été d'avantage que des espaces à simple vocation commerciale. Au cours des siècles, ils ont dessiné dans le tissu urbain des lieux publics où se manifestait toute l'intensité d'une ville. En effet, ces espaces permettaient d'une part l'approvisionnement régulier des gens de la ville, mais ils permettaient aussi d'y développer un contact direct entre la population paysanne et citadine. Places publiques par excellence, les marchés publics animaient, l'espace d'une journée, un quartier, un village, ou une ville. Aujourd'hui, les marchés publics sont beaucoup moins présents, mais conservent leur statut de lieu de rassemblement et de place publique importante. En effet, le marché est toujours perçu comme un lieu traditionnel, mais intense, un monde unique d'ambiance, d'évènements, de sensations, de bruits, de couleurs, de parfum et de texture.

« *On y recherche des lieux particuliers ou se perpétuent des traditions qui n'existent pas ailleurs, l'atmosphère de la campagne dans la ville, des produits synonymes de fraîcheur, de variété et de santé. Et le contact vivant avec le paysan heureux de mettre un nom sur le visage des gens qu'il nourrit. C'est le main à main, dans un sentiment d'interdépendance vitale qu'une simple marque de commerce ne peut offrir.* » (Bergeron, 1993; 32)

1. Les anciens marchés de la ville de Québec

Les marchés publics faisaient jadis parti de la culture québécoise. Ces endroits où se faisait initialement le commerce, étaient aussi des lieux d'échanges et d'interactions entre les gens d'une même localité. Au cours des siècles, plus de dix marchés publics, ont pris place à travers la ville de Québec. Le recensement des caractéristiques physiques, fonctionnelles et sociales des anciens marchés publics québécois, aide grandement à la compréhension de son rôle comme pôle commercial incontournable au sein de la ville, mais aussi comme lieu de rassemblement par excellence. L'objectif de relater ces différentes caractéristiques est de déterminer les points forts qui ont fait de ces marchés leur succès et de les utiliser à titre de critères de design pour la conception du nouveau marché.

1.1 Localisation névralgique au cœur des quartiers

Les places destinées au marché étaient à l'époque situées au cœur d'un quartier, dans les noyaux villageois, faisant généralement face aux parvis des églises, ces derniers étant également perçus comme des lieux de rassemblement de choix. (voir annexe 2) Par ailleurs,

cette localisation stratégique au centre de la ville, permettait une accessibilité accrue étant donné qu'elle représentait souvent la distance la plus courte à parcourir de tous les points de venus. En effet, la facilité d'accès aux marchés était une caractéristique indispensable, tant pour les livraisons de marchandise que pour les consommateurs venus faire leurs emplettes. À Québec, par exemple, le premier marché était installé à l'actuelle Place Royale, en face de l'église Notre-Dame-des-Victoires. (figure 1) Ainsi, il se retrouvait au centre du quartier, mais aussi près du fleuve, qui était à l'époque un moyen de transport très utilisé pour les marchandises. Aussi, les marchés étaient souvent situés à proximité de différents commerces, ce qui permettait aux consommateurs qui s'y déplaçaient d'effectuer d'autres type achats par la même occasion. Par exemple : « Dès 1640, les plans dressés par Jean Bourdon situent la place du marché tout près des magasins du Roi et des Cents-Associés (…) on y trouvait toutes sortes de produits qui attiraient vendeurs, paysans, pêcheurs et marchands. » (Bergeron, 1993; 11) De plus, à l'intérieur d'une même localité, plusieurs types de marchés se côtoyaient, tel que le marché aux denrées, le marché aux poissons et le marché à foin et à bois. Cette mixité de marchés et d'autres types de commerces permettait de créer un pôle d'échange commercial important au sein d'une communauté, où les gens s'y rassemblaient souvent.

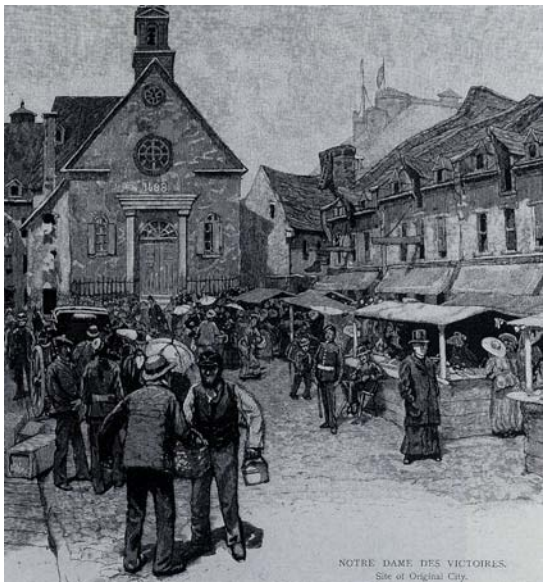


Figure 1 : marché devant l'église Notre-Dame-des Victoires à Québec, autour de 1840 (Picturesque Canada, Part I, p.9)

Figure 2 : marché Haute-Ville de Québec 1844 (ANQ, fonds Michael Ayre, N 81-9-14)

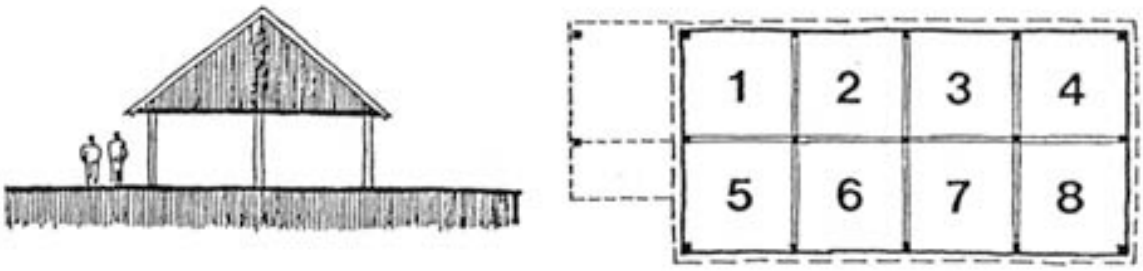


Figure 3 : plan et élévation de la halle du marché de la Basse-Ville, Place Royale 1810 (tirée de *Analyse de l'évolution architecturale des halles de la ville de Québec au cours du XIXe siècle,* de R. Chouinard, 1981)

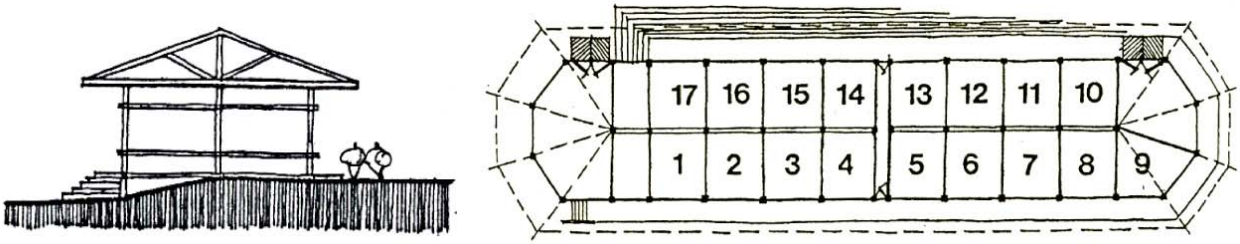


Figure 4 : plan et élévation du marché de la Haute-Ville construite en 1818 (tirée de *Analyse de l'évolution architecturale des halles de la ville de Québec au cours du XIXe siècle,* de R. Chouinard, 1981)

1.2 Une architecture simple et polyvalente

Dès leur apparition, l'architecture des halles du marché alliait simplicité et polyvalence. Au tout début, à l'ère du Régime français, les places destinées au marché étaient en fait des espaces vides. Ceux-ci se comblaient momentanément par l'installation temporaire des charrettes de chevaux, cordées en rangées les jours de marché, où les marchands y faisaient, directement à partir de celles-ci, la vente de leurs produits. (figure 2) Peu à peu, au début du XIX siècle, des constructions plus permanentes sont érigées sur les places de marché : « Les halles de marché présentaient une architecture peu élaborée, qui servait uniquement à abriter les étals de boucher. » (Bergeron 1993; 11) En 1805, la première halle de la Basse-Ville de Québec fut construite. (figure 3) Elle était de forme rectangulaire, construite en bois, et regroupait huit étals de boucher sous un toit à deux versants qui s'ouvrait sur la place publique. Au milieu du XIX siècle, les architectes deviennent de plus en plus attentifs au besoin des usagers : « de plus en plus sensibilisé au confort des clients, (les architectes) proposèrent les premiers espaces

semi-intérieurs. Les étals s'ouvrent toujours sur la place du marché, mais de larges marquises protégeaient dorénavant les acheteurs du soleil et des intempéries. » (Bergeron, 1993; 13) À titre d'exemple, en 1844, une halle en Haute-Ville de Québec propose une construction rectangulaire en bois entourée de colonnades supportant une projection de toit au dessus des 22 étals de bouchers. (figure 4) De plus, un large trottoir de bois ceinturait la halle, permettant aux clients de circuler aisément. Aussi, dû à leur situation névralgique, les dirigeants de la ville sont peu à peu appelés à construire des bâtiments publics plus complets qui abriteront à la fois le marché et le siège social du conseil municipal. C'est le cas par exemple du marché Bonsecours à Montréal, qui, en 1847, sert à la fois d'hôtel de ville, de salle de réception et de marché. Les locaux adjacents servent aussi à l'arrimage d'autres types de commerces, tel qu'un magasin de meubles ou un magasin d'outils agricoles.

1.3 Place du marché, ou prolongement de la place publique

Au XVII et XVIII siècle, suivant la tradition européenne, les marchés ne se définissent pas uniquement comme étant un lieu d'approvisionnement alimentaire, mais aussi comme des places publiques où se déroulent théâtre et culture populaire. C'est dans leur enceinte que : « (…) le crieur public faisait lecture des arrêts, édits, et ordonnances des autorités coloniales, et que toute la colonie se trouvait : paysans, commerçants, cabaretiers, hôteliers, artisans, ouvriers, voyageurs, matelots, soldats et nobles. » (Bergeron, 1993; 8) Dans son ouvrage, Bergeron rapporte aussi que c'est là que les nouvelles du jour et les potins étaient rapportées, que les criminels étaient condamnés, c'est aussi là que les gentilshommes s'affrontaient en duel. La place du marché fut dès lors témoin d'événements sensationnels et éphémères, et cette vocation prendra de l'ampleur au cours des années. Au XIX siècle, les places de marché sont devenues tantôt point de ralliement pour les défilés et débats politique, tantôt lieu de rencontre et terrain de jeu pour les enfants. (figure 5) « C'est là également que se déroulaient les spectacles ambulants et ceux des grands cirques américains qui, depuis 1885, allaient de ville en ville. » (Bergeron, 1993; 24) Une vocation culturelle est donc aussi octroyée à la place du marché. Les aménagements seront même prévus à ces fins. En effet, des salles publiques

destinées aux spectacles et au divertissement adjacentes au marché deviennent disponibles pour les citoyens. Il y a même des salles réservées aux réunions et aux fêtes. C'est le cas notamment de l'aménagement des espaces à l'étage des halles du marché Jacques-Cartier à Québec en 1857, qui étaient consacrés aux événements culturels. Le marché a donc toujours eu une fonction à la fois socio-économique, socioculturelle et récréative. Au cours des années, certaines de ces salles seront même converties en cinéma. Le marché a aussi été le théâtre de nombreuses coutumes traditionnelles populaires, notamment dans le cadre des fêtes de Noël ou de Pâques. La place du marché a donc toujours été vécue comme un espace multifonctionnel, ayant à la fois le rôle de pôle commercial et de place publique.

Figure 5 : marché de Saint-Roch 1910-1977 (ANQQ, 20365-44)

Figure 6 : marché de la Haute-Ville de Québec au XVIIe siècle (ANQ, collection initiale, GH2707)

1.4 L'intensité du marché

La place du marché prenait réellement vie une à deux fois par semaine, quand les marchands chargeaient leur charrette de divers produits pour se rendre à l'emplacement loué à l'année. Les jours de marché, la vie urbaine augmentait sa cadence, et une activité intense animait toute la ville.

« Tous les samedis depuis le printemps jusqu'à l'automne, il règne dans Québec une animation extraordinaire. C'est le jour du marché. Ce matin-là, les braves gens de nos faubourgs

se lèvent avec l'aurore, on les voit se diriger péniblement vers les marchés. Les petits chars urbains sortent de grands matin, eux aussi, et transportent des flots d'acheteurs qu'ils déversent à chaque voyage sur le marché. Toute la matinée, c'est une circulation interrompue de voitures débordant de légumes, de gibiers et de viandes de toute espèce qui rempli les rues de bruit et d'activité. » (Lessard, 1894; 3)

Cette intensité décrite est sans aucun doute une des caractéristiques les plus importantes. Elle participe à agir comme aimant faisant se rassembler les gens. Cette intensité est d'ailleurs ce qui explique que le marché a toujours aujourd'hui une valeur aussi particulière.

1.6 De l'apparition au déclin

Les places de marchés formaient ainsi un important réseau de distribution de denrées alimentaires pour le milieu urbain de la ville de Québec. Elles sont apparues dès le Régime français et ont constitué la principale source d'approvisionnement jusqu'au tout début du XXième siècle. En effet, le commerce alimentaire urbain était jusqu'à lors monopolisé et contrôlé sur les places de marchés, puisque l'approvisionnement des villes était considéré comme une responsabilité publique. Tous les aliments s'achetaient sur les marchés publics au jour et à l'heure fixés par les municipalités. Le début du XXième siècle est marqué par une libéralisation du commerce alimentaire alors que les municipalités délaisseront peu à peu aux commerces privés la responsabilité d'approvisionner la population des villes. Au fur et à la mesure que les boucheries et les épiceries permanentes se multiplient, les marchés publics perdent de leur importance. « Leur nombre a décru rapidement avec l'urbanisation. Le développement des grandes villes a favorisé la pratique du commerce de détail sur une échelle plus vaste ... nécessitant le développement de réseaux de distribution ou le consommateur est assuré de la permanence des approvisionnements » (Barret, 1970; 28) Ils disparurent donc peu à peu, en grande partie au cours des années 1950 et 1960. À la fin des années 70, et plus particulièrement au début des années 80, on assiste à un renouveau. Une nouvelle forme de commerce alimentaire inspiré des marchés public fait son apparition. Il est généralement

composé d'un bâtiment incluant un marché permanent à l'intérieur et ayant la possibilité de s'étendre à l'extérieur. « C'est parce qu'elles sont avant tout des places publiques, des lieux de sociabilité urbaine, que les marchés ont survécu et qu'ils continuent à se développer sous de nouvelles formes. » (Bergeron 1990; 13)

Somme toute, malgré leur faible présence dans les villes québécoises d'aujourd'hui, plusieurs caractéristiques sont à retenir des anciens marchés québécois. D'abord, la localisation stratégique de la place, vide, destinée au marché, est primordiale. Ce vide devait être facilement accessible, bien encadré et proposer des connexions avec d'autres commerces. Ensuite, la multi-fonctionnalité du marché, qui servait non seulement d'espace commercial mais de place publique, permettait à toutes sortes d'activités de s'y dérouler. Par ailleurs, l'architecture des marchés, simple et polyvalente, permettait une transformation du lieu, tout en agrémentant le confort de ses occupants. Finalement, l'intensité de celui-ci, les jours de marché, était particulière et contribuait au rassemblement des gens. Ces caractéristiques retenues serviront de critères de design pour la conception du nouveau marché.

2. Les marchés publics d'aujourd'hui

Le marché est généralement perçu de nos jours comme un point de repère dans le tissu urbain, et ce à travers les villes du monde entier. En effet, c'est un des endroits de prédilection pour les touristes et visiteurs qui veulent en apprendre davantage sur la culture d'une ville, mais c'est aussi l'endroit par excellence pour faire des achats avec une multitude de choix ou pour prendre contact avec les gens d'une localité. Le marché a un pouvoir attractif essentiel pour une ville. C'est d'ailleurs un pôle d'animation incomparable, un monde unique d'ambiance, de sensations, de bruits, de couleurs, de parfum et d'évènements. « Même si l'espace y est souvent encombré et sujet à la bousculade, c'est un lieu de vie effervescent et haut en couleur où l'on s'attarde volontiers. Son pouvoir d'attraction dépend de la diversité de l'offre et de l'animation qui en résulte. » (Maillard, 2004; 7)

Dans le présent chapitre, une analyse sommaire de trois marchés québécois actuellement en fonction sera élaborée, soit le marché du Vieux-Port de Québec (figure 7), ainsi que le marché Jean-Talon (figure 8) et le marché Atwater (figure 9) de Montréal. L'objectif de cette analyse est de relater les différentes caractéristiques en lien avec la localisation, l'accessibilité et le contexte immédiat du marché, ainsi que de l'architecture et du fonctionnement de celui-ci, dans le but de déterminer les caractéristiques qui procurent au marché un bon fonctionnement et de les utiliser à titre de critères de design pour la conception du nouveau marché.

Figure 7 : marché du Vieux-Port, Québec

Figure 8 : marché Jean-Talon, Montréal

Figure 9 : marché Atwater, Montréal

2.1 Localisation, accessibilité et contexte

Le marché du Vieux-Port de Québec est situé entre la rue Saint-André et le bassin Louise, à l'est de la Gare du Palais. Son emplacement semble logique puisqu'il est près d'un pôle important de transport en commun, soit la gare, ainsi que du fleuve, bien que celui-ci ne soit aujourd'hui plus utilisé pour le transport des gens ou des marchandises destinées au marché. Bordé de grands espaces de stationnement, il est facile de s'y rendre à l'aide d'une voiture. Bref, le marché est facilement accessible en utilisant un moyen de transport. Cela dit, lorsqu'une analyse des usages des bâtiments et espaces de son contexte immédiat est fait (voir annexe 3), le constat qui en résulte est que le marché est surtout entouré de vides et d'espaces verts, qui a pour cause d'enclaver le marché et de diminuer la proximité direct des gens du quartier d'avec le marché. L'accès des piétons est donc plus ardu, en plus de procurer au marché un caractère plus formel, donc moins intégré au quartier.

Les marchés Jean-Talon et Atwater à Montréal ont, quant à eux, des contextes et une accessibilité semblables, bien qu'ils aient chacun leur particularité. Le marché Atwater est situé dans le quartier Saint-Henri, au sud de la rue Notre-Dame, à l'ouest de l'avenue Atwater, et au nord du canal Lachine. Le stationnement est présent, bien que restreint. Il est donc relativement facile de s'y rendre en voiture. Le marché Atwater est facilement accessible par transport en commun, avec deux lignes d'autobus ainsi qu'une station de métro, Lionel-Groulx, à quelques minutes de marche. La proximité du canal Lachine, qui est bordé d'une piste cyclable fréquenté,

contribue à l'accessibilité piétonnière. Le marché Jean-Talon, quant à lui, est situé dans le quartier de la Petite Italie, entre les rues Saint-Laurent et Saint-Denis. Avoisinant le marché, les rues Jean-Talon et Bélanger sont d'importantes artères commerciales, lui conférant une qualité de plus. Il est facile de s'y rendre en voiture, vu son spacieux stationnement sous-terrain, et il est tout aussi facile de s'y rendre en transport en commun par les trois lignes d'autobus ou par le métro Jean-Talon. Aussi, une piste cyclable nord-sud y donne accès, sur la rue Boyer, quelques rues à l'est du marché. Le marché Atwater et Jean-Talon sont tous les deux localisés dans un contexte où l'habitation et le commerce prime (voir annexe 3), ce qui rend les marchés plus intégrés et facilement accessibles pour les gens de leur quartier respectif, contrairement au marché du Vieux-Port.

2.2 Architecture et fonctionnement

Du strict point de vue formel, la halle du marché du Vieux-Port se voulait, au moment de sa construction, une inspiration de l'architecture des anciennes halles de Québec, alliant tradition et modernité. Le marché ouvre ses portes le 4 juillet 1987 et on relate dans la Gazette de Québec que: « L'architecture du marché s'inspire à la fois des aménagements récents du Vieux-Port et des bâtiments anciens du Vieux-Québec. Ainsi, on y retrouve une structure d'acier semblable aux nouveaux bâtiments du Vieux-Port et sa toiture métallique s'harmonisera très bien avec les toits du Vieux-Québec. » (Bergeron, 1990; 182) Le marché du Vieux-Port est composé d'un bâtiment central de 500 mètres carrés constituant les halles, qui pourront accueillir des consommateurs toute l'année, où les étals sont installés de façon permanente, adossés aux murs extérieurs. Néanmoins, vu la configuration et l'emplacement du marché, les étals faisant face à la rue Saint-André se trouvent avantagés puisque le flux principal de piéton s'y trouve, et que l'autre côté fait face au fleuve. La livraison de la marchandise se fait généralement à partir des accès principaux des deux extrémités du marché donnant sur le stationnement, où les camions s'y garent temporairement. La circulation n'est pas optimisée et plutôt mal hiérarchisée. En effet, les piétons doivent volontairement faire dévier leur chemin pour se rendre au marché. La circulation intérieure est efficace, bien qu'en cul de sac, grâce à sa

largeur considérable. (voir annexe 4) Mais lorsque le marché s'étend à l'extérieur, la circulation favorise qu'une seule partie du marché. La livraison quant à elle, aurait eu avantage à être mise à part du reste de la circulation principale, pour éviter d'encombrer la circulation.

Le marché Atwater jouit d'une excellente visibilité grâce à sa forme rectangulaire allongée ayant des dimensions imposantes, sa place de marché extérieure qui longe l'édifice, et sa tour. Construit en 1932, cet édifice de style Art Déco s'étend sur une superficie totale de 9 757 mètres carrés, et est occupé sur deux niveaux, le second étant réservé à des bureaux d'administration. À l'extérieur, des étals sont disposés en rangée et couverts par des toiles. Le marché Atwater a aussi servi d'emplacement pour des activités autres que commerciales. Par exemple, des soirées et des concerts de musique y on déjà eu lieu. La circulation s'y fait aisément, surtout l'été, grâce à la disposition des étals extérieurs qui permet la formation d'une boucle de circulation continue, traversant les étals intérieurs permanents et ceux saisonniers à l'extérieurs. (voir annexe 4) Durant la saison hivernale, les étals extérieurs ne font plus partie de cette boucle, la circulation s'y fait moins bien puisque celle-ci, en plus d'être peu large à l'intérieur, oblige le consommateur à revenir sur ses pas. Cela dit, la hiérarchisation entre piéton, voiture et camion est bien défini puisque le stationnement et la voie de circulation de livraison se trouvent du côté sud du bâtiment, tandis que les étals et la circulation piétonne se trouvent du côté nord.

Le marché Jean-Talon, quant à lui existe depuis 1934. La superficie totale du marché est considérable avec 21 254 mètres carrés, ce qui en fait le plus grand marché public en Amérique du Nord. À l'intérieur, les étaux sont disposés de chaque côté le long des deux allées qui se rencontrent au centre pour donner place à des aires de repos et restauration. Des dalles de béton sur poteau ont été rajoutées pour protéger les étaux extérieurs de chaque côté du bâtiment principal, de manière à former plusieurs 'ailes'. Certains murs du bâtiment principal sont amovibles : ils sont retirés à la fin du mois d'avril et replacés dès les temps plus froid. Le marché ne possède pas de style précis, il s'agit d'une structure purement fonctionnelle agrémentée de quelques décorations auxquelles chacun participe. La circulation s'y fait bien, dû

aux grandes dimensions du marché et à sa perméabilité. Contrairement aux marchés où l'espace est restreint, le marché Jean-Talon permet une circulation de type 'déambulatoire', c'est-à-dire qu'il est plutôt difficile de suivre un chemin précis, ou de faire une boucle, d'autant plus que le marché est accessible par plusieurs entrées, la plupart informelles. En ce sens, la circulation des piétons et de la livraison doivent se côtoyer régulièrement. Quant à la circulation des voitures, elle est délimitée au pourtour du marché. La hiérarchisation y est donc peu présente, mais comme mentionné plus tôt, les dimensions exceptionnelles du marché estompent cette lacune.

En résumé, les marchés sont aujourd'hui fragilisés par les commerces alimentaires à grande surface, trop nombreux, ainsi qu'au changement des habitudes de consommation. Ils réussissent malgré tout à subsister, surtout s'ils sont bien intégrés au tissu urbain, ainsi que situés dans un contexte immédiat favorable. En effet, il est préférable que celui-ci soit composé majoritairement d'habitations et de commerces. D'une part, pour favoriser l'accès piétonnier des gens du quartier, en plus de lui procurer une meilleure intégration ainsi qu'un statut plus conviviale, d'autre part pour profiter (et faire profiter) les commerces à proximité. Aussi, il est important que le marché soit facilement accessible, autant pour le piéton, la voiture, que pour les camions de livraison, ceux-ci étant nécessaires au fonctionnement du marché. Une hiérarchisation des voies de circulation aide grandement à délimiter la zone de circulation de chacun afin d'éviter d'encombrer la circulation de prévenir les désagréments.

TABLEAU RÉCAPITULATIF DES CONSTATS SUITE À L'ANALYSE SOMMAIRE DES MARCHÉS

	MARCHÉS:	Vieux-P.	Atwater	J.-Talon	
ACCESSIBILITÉ	T.C. (autobus, métro à proximité)	A	F	F	**F**acile **A**cceptable **D**ifficile
	Voiture (stationnement)	F	A	F	
	Piéton (perméabilité)	D	F	F	
CONTEXTE IMMÉDIAT	Habitation	A	B	B	**B**eaucoup **A**cceptable **P**eu
	Commerces	P	B	B	
VOIES DE CIRCULATION	Piétons	D	P	D	**P**résente **D**éficiente
	Voitures	P	P	P	
	Camions	D	P	D	
HIÉRARCHISATION DES VOIES		D	P	D	

Tel que le tableau précédent le démontre, le marché Jean-Talon est le meilleur exemple à suivre en terme d'accessibilité et de contexte immédiat favorable, tandis que le marché Atwater est, en plus d'être également un modèle de contexte immédiat remarquable, le modèle à suivre en terme de délimitation et de hiérarchisation des voies de circulation.

3. Les qualités de l'effervescence urbaine

Comme démontré dans le premier chapitre, le marché est avant tout une place publique où toutes sortes d'activités peuvent se dérouler, grâce à la transformation momentanée de celle-ci. Ce niveau d'activités intense permet de rassembler les gens et de leur faire vivre des expériences sensorielles particulières. En effet, le marché est l'endroit où tous les sens sont stimulés; la couleur, l'odeur et le goût des produits frais qui y sont vendu et qui varient selon les saisons, les discussions animées et l'échange de poignées de mains entre les consommateurs et les marchands, le va-et-vient et les rencontres impromptues des gens d'un même quartier, les spectacles et animations improvisés de toute sorte… En somme, plus la variété des activités, des types d'espaces et d'expériences vécues est grande, plus ce lieu agit comme aimant.

Un thème qui se prête bien aux différentes caractéristiques qui décrivent toutes les acticités et expériences vécues au marché est l'effervescence. De nos jours, ce thème est récurent, employé souvent pour définir un nouveau lieu ou un espace « in », en pleine expansion, qui bouge beaucoup et qui a énormément de potentiel. Spécifiquement, l'effervescence se défini par un état, généralement de courte durée, caractérisée par une vive agitation sociale, politique ou intellectuelle (CNRTL, 2011). Mais comment l'effervescence peut-elle réellement transparaître dans un espace, comment peut-elle se traduire architecturalement? Dans le présent chapitre, trois ''qualités'' de l'effervescence urbaine ont été

retenues et seront définies pour démontrer comment elles peuvent être utilisées comme critères de design dans le but de traduire architecturalement ce qu'est l'effervescence. Il s'agit de la mixité, ou de la variété et diversité en termes d'activités et d'usages, de la flexibilité, ou de la transformation de l'espace à différents usages en différents moments, et des différentes stimulations sensorielles, ou la variété des expériences relié aux sens. (figure 10)

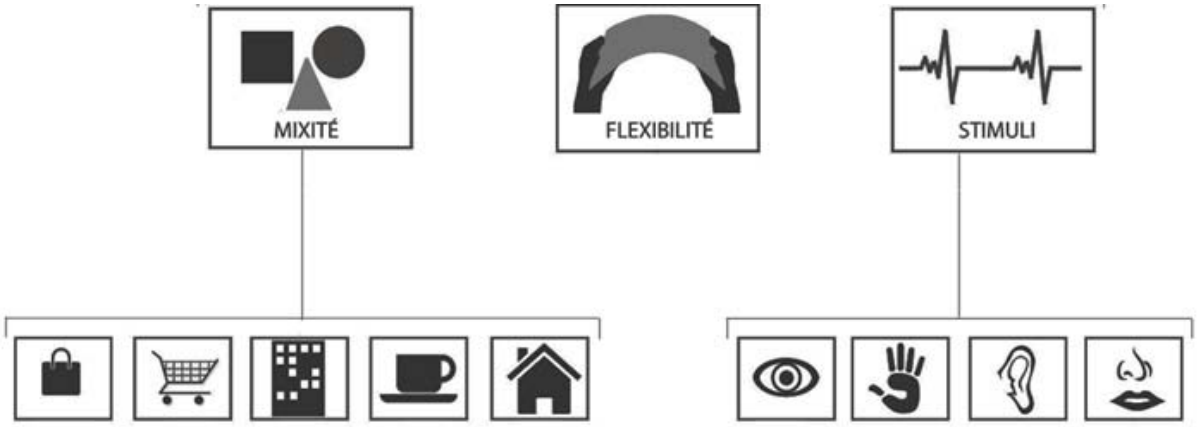


Figure 10 : schéma des qualités de l'effervescence urbaine

3.1 Mixité

La mixité se caractérise par la variété en terme d'activités et d'usages dans un environnement défini. Cette variété influence le nombre et la qualité de choix offerts aux usagers, ayant pour but de les attirer et de les rassembler. La mixité des activités se traduit par les différents types d'activités offert aux usagers, c'est-à-dire des endroits pour se reposer, se restaurer, se divertir, bouger, etc. Les usages sont quant-à-eux ce qui concerne l'habitation, les bureaux, les commerces et les institutions. Comme Bentley le démontre, pour bien fonctionner, la variété des usages et des activités doivent se supporter, se compléter : « Variety is not acheived merely by dumping a mixed bag of activities on a site. To work well, the uses should give each other mutual support. » (Bentley, 1985; 30) Certains usages sont définis comme primaires. Il s'agit par exemple d'une forte concentration d'habitation ou de bureaux dans un

même secteur. Ces usages primaires sont des endroits forts en concentration de gens puisqu'ils sont indispensables à ces derniers. En effet, ces usages sont très fréquentés sur de longues périodes de temps. Un magasin à grande surface regroupant plusieurs services peut aussi avoir le même effet: plusieurs personnes doivent s'y rendre régulièrement en différents moments de la journée. Les usages dits secondaires sont, quant à eux, souvent reliés aux commerces et aux services de plus petite envergure et ont peu de pouvoir d'attraction, soit dû à leur emplacement ou à leur taille, et sont souvent détachés des usages primaires. Il est d'ailleurs souvent plus difficile pour ces commerces de survivre aux constantes évolutions en matière de consommation. Pourtant, ces commerces et services sont nécessaires au bien-être des gens. Un bon dosage d'usages primaires et secondaires dans un environnement défini, aide non seulement à la survie des usages précaires, mais accommode aussi grandement les usagers en leur procurant proximité et choix. En localisant adéquatement les usages primaires par rapport aux usages secondaires, l'irrigation de la circulation des gens qui les utilisent favorisera les usages qui en ont de besoin. Le temps est aussi un élément important dans ce système de support mutuel. Quelques usages secondaires, souvent les plus conviviaux, comme les cafés ou les pubs ont besoin d'une longue plage horaire pour survivre, c'est à dire soit de très tôt le matin à très tard la nuit. Ils sont donc évidemment avantagés lorsqu'ils sont associés à des usages primaires, puisque ce sont eux qui sont utilisés sur une plus longue période de temps.

Pour rendre la mixité des usages et des activités efficace, il est nécessaire de concevoir des espaces perméables entre eux et avec leur environnement immédiat pour que l'irrigation de la circulation se répartisse et se fasse adéquatement. Généralement, les endroits facile d'accès attirent plus aisément les gens, et plus un environnement offre aux gens le choix d'accéder à celui-ci, plus il est attirant. Il est aussi important de considérer et d'utiliser les liens physiques déjà existant sur le site. Idéalement, tous les espaces publics devraient être accessibles visuellement et physiquement. La perméabilité d'un espace public dépend du nombre de chemin qui sont offert d'un point à un autre. Mais ces alternatives doivent être visibles et facilement repérables. Par contre, les espaces plus privés, tel que l'habitation, doivent

conserver une certaine ''privacité'' visuelle, pour le confort des ses occupants. Cela dit, leur perméabilité respective doivent être complémentaire s'ils veulent pouvoir se supporter entre eux.

Somme toute, pour attirer un maximum de gens dans un même environnement, il est nécessaire de leur offrir des choix en leur procurant une mixité bien dosé d'usages primaires, soit une forte concentration d'habitation ou de bureaux, et secondaires, soit des commerces et services de petite envergure, ainsi qu'une mixité d'activités. Cette mixité d'usages et d'activités doit être perméable entre elles pour qu'elles fonctionnent bien. C'est le cas notamment du projet Central St-Gilles Court de Renzo Piano et Fletcher Priest Architects. (figures 11 et 12) En effet, le concept proposé pour le site était de transformer un bâtiment à usage unique de bureaux, en un développement d'usages mixtes, incluant bureaux, petits commerces, restaurant et habitation, dans le but de créer un lieu intégré au sein de la localité. Le bâtiment entoure une nouvelle cour intérieure qui est connectée par des accès publics au niveau du sol, soit par les rues et les espaces avoisinants.

Figure 11 : Central Saint-Gilles Court, London, Renzo Piano et Fletcher Priest Architectes

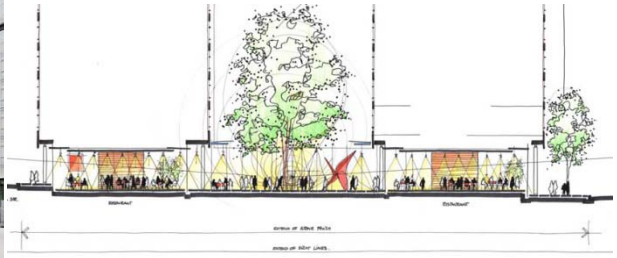


Figure 12 : Central Saint-Gilles Court, London, Renzo Piano et Fletcher Priest Architectes (coupe)

3.2 Flexibilité

Une place publique doit avoir la qualité de pouvoir se transformer et offrir plusieurs types d'activités en différents moments. Pour ce faire, il est important de varier le rythme des activités dans le temps (jour, soir, semaine, weekend, saisons) et de provoquer l'animation des espaces en terme de concentration et d'intensité, en créant, par exemple, des espaces ''aimants'', des secteurs thématiques temporaires, mais surtout des espaces modifiables. Ainsi, une place publique attire plus facilement les usagers en leur offrant davantage de choix que des endroits où l'aménagement de l'espace limite un seul usage fixe. Les activités qui se déroulent au cœur des places publiques sont, évidemment, publiques, et ont rarement besoin d'être physiquement séparées les unes des autres, contrairement aux activités qui demande de la ''privacité".

La transformation physique d'un espace permet de modifier efficacement le caractère qui s'y dégage, tout en la rendant flexible, ce qui procure aux usagers différents choix d'expériences. En effet, un espace passant d'un état à un autre entraîne un changement significatif dans la manière dont l'espace peut être utilisé ou vécu. La transformation d'un espace peut se faire de deux façons : manuellement ou mécaniquement. La transformation manuelle est possible grâce à une action physique simple qui modifie non seulement l'espace, mais qui intensifie la relation entre l'usager et l'espace. La transformation mécanique, quant à elle, permet de mettre en mouvement un espace en activant un mécanisme. Ces interventions sont puissantes, puisqu'elles permettent de transformer des espaces inanimés en leur donnant la qualité d'être momentanément en vie, en plus de solliciter la participation des usagers.

« Les éléments mobiles susceptibles de changer la fonction d'un espace en modifient indéniablement le caractère, en le rendant différent et en lui permettant de réaliser son potentiel, ce qui est impossible pour une architecture conventionnelle. Cette opportunité d'affecter l'image ou l'identité de l'architecture est une possibilité réelle pour un projet transformable et peut être souhaitable pour toutes sortes de raisons. » (Kronenburg, 2007)

C'est le cas entre autre pour la place publique de Schouwburgplein à Rotterdam (figure 13). En effet, les objets rouges en forme de grue hydraulique, sont en fait des appareils d'éclairage interactifs, puisqu'ils sont contrôlés depuis un panneau de commande situé sur la place publique. Les gens sont donc invités à déterminer la position des éclairages, et transforme ainsi eux-mêmes l'expérience qu'ils y vivent.

Figure 13 : Rotterdam, place publique de Schowburgplein

Par conséquent, la flexibilité d'un espace public est un critère essentiel pour attirer les gens dans un même espace. De plus, cette flexibilité participera à inclure la mixité d'activités décrite précédemment. La transformation de l'espace est un bon moyen de rendre un endroit flexible, en plus faire participer l'usager et d'accroitre l'expérience sensoriel qu'il y vivra.

3.3 Stimulations sensoriels

La variété des stimulations sensorielles qu'un usager peut ressentir dans un espace s'expérimente à travers tous les sens. La vue est sans aucun doute le sens le plus dominant, mais il est également primordial de prendre en considération la ''cinétique'' (ou le sens du mouvement), l'odorat, l'ouïe, le toucher, et même le goût. Les espaces affectent les gens par leur esthétisme, ils stimulent leur esprit et leur sens, et peuvent ainsi influencer l'expérience qu'ils y vivent. Il est donc important de concevoir un espace public dans le but d'offrir aux gens différentes expériences sensorielles, en différentes occasions. Car, comme Thomsen le fait remarquer: « Architecture without sense appeal makes people moody, grumpy, at first emotionally unsatisfied and then physically ill' » (Thomsen, 1998; 103)

La première impression que les gens ont par rapport à un espace se transmet par la vue, et c'est : « The most powerful sensory experience for people with good sight. » (Shaftoe, 2008; 57) La vue est sans aucun doute le sens dominant et le plus sollicité en ce qui attrait à un espace par sa forme, ses couleurs, bref, ses qualités esthétiques. C'est le sens qui donne le plus d'informations sur les qualités d'un espace et c'est celui qui est le plus contrôlable. En effet, en bougeant seulement les yeux, un espace peut être perçu, comme vécu différemment, ce qui accentue d'autant plus l'importance à la richesse visuelle d'un lieu. Celle-ci peut se faire par la présence de contrastes visuels, dépendant de l'orientation de la surface et des positions depuis lesquels elle est vue. Les couleurs, les gradients, ou les jeux d'ombre et lumière, par exemple, peuvent être un bon moyen d'y parvenir. La place Theaterplein de Paola Vigano et Bernardo Secchi à Anvers (figure 14) en est un bon exemple. En effet, une trame de baguette d'acier forme une toiture semi-transparente qui crée un jeu d'ombres et lumière impressionnant sur la place. De plus, la place présente les qualités de mixité et flexibilité présenté plus tôt. Mais comme le fait remarquer Rasmussen : « It's not enough to see architecture; you must experience it » (Rasmussen, 1959; 33)

Figure 14 : Theaterplein à Anvers, Paola Vigano et Bernardo Secchi

L'expérience 'cinétique' d'un espace se perçoit à travers le mouvement, et implique donc les différentes possibilités de se déplacer à travers un espace. Comme le mentionne Taylor : « movement throught space (along with time of day and seasons) has to be factored into any consideration of aesthetic principles, and this applies just as much to non-visual as visual aspects » (Taylor, 2008). À moins d'être assis, de s'attarder en un endroit, ou de flâner, l'expérience que les gens font en général d'un espace se fait par le déplacement d'un point à un autre. En lien avec les caractéristiques expérientielles non-visuelles, cela peut impliquer la sensation des textures sous les pieds, le vent ressenti sur la peau, ou l'effort produit pour passer à travers un espace, particulièrement si cela implique de monter ou descendre. Pour optimiser l'expérience, le traitement des surfaces est important. Les pentes douces et les escaliers sont importants à gérer modérément pour un espace facilement accessible. La topographie du site est un déterminant fondamental des différents niveaux et de l'inclinaison de l'espace. Tant que les changements ne soient pas trop drastiques, il semblerait que les gens apprécient la

tridimensionnalité créé par les pentes et les niveaux. Par exemple, la popularité de la pente Piazza Del Campo à Sienne, ou Spanish Steps à Rome. (figure15) Le changement de niveau est présent et il est autant senti que vu.

Figure 15 : Spanish step à Rome

Les odeurs ont aussi un rôle signifiant à jouer dans l'espace urbain. Le sens de l'odorat ne peut être dirigé; c'est un sens qui parvient directement aux gens sans aucun contrôle possible. Le choix offert aux usagers dans ce cas ne peut se faire que par l'emplacement des sources d'odeurs, agréable ou non. Les effluves de la végétation, ou l'odeur de la nourriture ou du café en provenance des commerces à proximité, par exemple, sont des odeurs appréciées dans ces espaces, mais : « it could also be the absence of smell that could make somewhere an aesthetically pleasing environment. » (Shaftoe, 2008; 58), contrairement à l'odeur des poubelles, des égouts ou de la pollution des villes.

L'ouïe est un sens qui affecte spécialement les gens. En effet, les sons, particulièrement celui de la circulation véhiculaire dans la ville, pénètrent tous les espaces urbains, même les plus isolés. Écouter (ou entendre) est un acte involontaire, il peut difficilement être contrôlé. Offrir des endroits qui permettent aux gens d'échapper aux sons indésirables, ou de masquer certains

bruits, est un moyen de rendre l'expérience d'un espace plus agréable. Le plaisir d'entendre le bruissement du vent dans les feuilles des arbres est un antidote fort contre la cacophonie urbaine. L'eau peut, elle aussi, offrir une couverture sonore appréciable. Il existe aussi une autre dimension auditive active, celle de la conversation. Les opportunités de conversation doivent être bien conçues, c'est-à-dire que les gens doivent être capables d'avoir des conversations sans crier ou sans avoir de la difficulté à entendre leur interlocuteur.

Le sens du toucher peut se retrouver dans la richesse texturale des surfaces, autant au sol, que ceux à la porté de la main, qu'il est possible d'effleurer ou toucher directement. La différence des textures est une qualité recherchée pour un espace, de même que les éléments du bâti environnant. Ceux-ci, même s'ils ne peuvent être directement touchés, peuvent faire partie de l'expérience. Le confort d'un occupant est aussi un aspect à privilégier, comme par exemple, l'expérience tactile d'un banc confortable. Il est important d'offrir des endroits pour se prélasser, que se soit des bancs formel ou non. Les éléments naturels font aussi généralement sentir les gens confortable. Ceux-ci sont visuels, mais peuvent aussi être expérimentés par l'ouïe et le toucher. Aussi, la variété du mouvement de l'air est un effet qui peut être ressentis, tout comme la sensation de chaud et de froid, causé par les microclimats. Ceux-ci peuvent être gérés à travers l'usage des espaces fermés versus ouverts. Généralement, au Québec, il est préférable de protéger les gens du vent et du froid, et de maximiser l'exposition à la lumière du jour. Les murs et les bâtiments peuvent être un moyen de protéger les gens de ces microclimats, tout comme les arbres et les arbustes. La lumière naturelle, de même que l'ombre sont aussi des aspects dont il faut tenir compte. Ils doivent être présents dans un espace, en lien avec la saison ou l'activité pratiquée dans celui-ci.

Le confort passe aussi par l'offre d'espace où l'on peut s'attarder, s'assoir, manger, boire et converser. Car, en effet, un autre aspect qui affecte l'expérience vécu d'un endroit est le goût. Ce sens est sollicité seulement s'il est possible de manger ou de boire dans un espace public. La nourriture et les breuvages offrent un grand plaisir sensoriel, ce qui devrait encourager à prévoir des restaurants, des cafés ou de la vente de nourriture, ainsi que des endroits pour les consommer, dans les espaces publics.

Bref, les expériences sensorielles qui peuvent être provoquées et expérimentées dans un espace sont innombrables. En plus d'accentuer le plaisir des gens de se trouver dans un espace précis, elles sont nécessaires pour leur permettre d'apprécier cet espace dans son ensemble, tout en les rendant confortable. Finalement, comme Shaftoe l'écrit dans son ouvrage, l'expérience vécue dans un endroit est basée sur une combinaison de plusieurs sens : « We may think (…) that we are being enthralled by what we see, but warm breeze against our skin and the smells of marble and roasted coffee along with the sound of conversations are also contributing to our sense of place. » (Shaftoe, 2008; 63)

4. Le quartier Saint-Roch

Défini comme le centre-ville de Québec, le quartier Saint-Roch est au cœur des nouveaux développements propulsés par la ville de Québec. De grandes institutions et des équipements majeurs sont au cœur du quartier, de même qu'un pôle de transport important, en plus des lofts et condos urbains qui s'ajoutent à l'offre résidentielle grandissante, faisant ainsi de ce quartier un emplacement de choix dans les développements futurs. Le quartier est aussi un endroit où l'offre culturelle, commerciale et artistique est en force. De plus en plus d'événements éphémères y prennent place, faisant de Saint-Roch un secteur dynamique de la ville, et ainsi l'emplacement idéal pour un pôle commercial important.

4.1 Contexte architectural

Saint-Roch est l'un des plus anciens faubourgs de la ville. Ses rues étroites, ainsi que son architecture témoigne de son histoire. En effet, les premières maisons du quartier, dont plusieurs sont toujours présentes, ont été inspirées des faubourgs du régime français. Elles sont compactes, construites directement en bordure du trottoir, et revêtues de briques de couleurs. Ces façades de briques font aujourd'hui toujours parties du paysage du quartier, en plus d'arborer en cour arrière, de multiples galeries de bois. Par contre, les nouveaux bâtiments construits dans le quartier, imposent souvent un gabarit beaucoup plus imposant, et des matériaux beaucoup plus modernes, surtout ceux construits près du boulevard Charest. (voir annexe 5)

4.2 Identité commerciale

Tout au long du XIX siècle, le quartier se forge une identité d'activité commerciale forte. Dans la première moitié du siècle, c'est le commerce de bois et la construction navale qui prédomine. Dans la seconde, ce sont les activités commerciales et les manufacturiers qui se développent à une vitesse phénoménale. La situation géographique favorise d'ailleurs grandement le développement du quartier : la proximité du port, des voies ferroviaires, des grands espaces d'entreposage, ainsi que l'implantation du tramway reliant les marchés, aura pour impact d'augmenter l'achalandage, et apportera ainsi l'ouverture de nombreux commerces de vente au détail. L'ouverture de ces commerces se fera principalement sur l'artère Saint-Joseph, qui connaîtra son moment de gloire avec la construction d'un centre commercial couvert sur une portion de la rue. Malgré que la rue Saint-Joseph demeure aujourd'hui une rue commerciale importante, trois autres artères commerciales se démarquent aussi dorénavant dans le quartier : le boulevard Charest, la rue de la Couronne, ainsi que la rue Saint-Vallier (voir annexe 6). Les rues Saint-Joseph, de la Couronne et Saint-Vallier sont de type commercial local, avec des voies étroites et des gabarits de bâtiment moins imposant, où les activités commerciales sont davantage à l'échelle du quartier. Le boulevard Charest, quant à lui se rapporte davantage au type ''commercial boulevard'', avec des rues et trottoirs larges, des bâtiments hauts, et une activité commerciale plus régionale. (voir annexe 7)

4.3 Accessibilité

Saint-Roch est l'un des quartiers les mieux desservis en transport en commun, (voir annexe 8) qui est d'ailleurs le mode de déplacement principal des gens du quartier, avec la marche et le vélo. En effet, 50% des gens n'ont pas de voitures. La place de l'automobile y est cependant importante, puisque le boulevard Charest est une voie transit. Avec l'îlot Fleurie, le quadrilatère Charest, de la Couronne, Saint-Joseph et Dorchester est un lieu important de déplacement, autant par les piétons, les autobus que les automobiles. Le Plan de Mobilité Durable de la ville de Québec propose d'ailleurs un projet de tramway où ce quadrilatère deviendrait un noyau important.

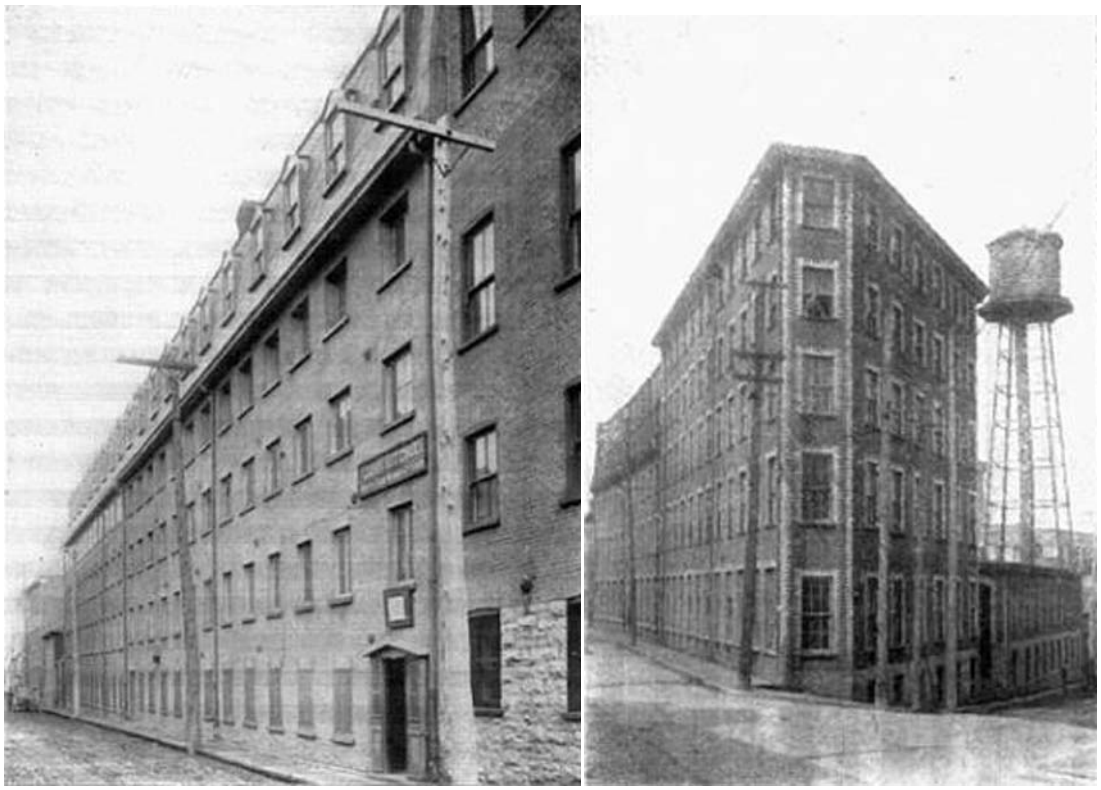
5. Le projet : La place du marché Saint-Roch

Le présent chapitre est une description du projet, la place du marché Saint-Roch, qui consiste en la conception d'un nouveau marché public dans la ville de Québec. Le projet intègre les critères de design retenus des anciens marchés québécois, de quelques uns des marchés actuellement en fonction, ainsi que des qualités de l'effervescence urbaine, soit la mixité, la flexibilité et les stimulations sensorielles.

Figure 16 : Plan d'implantation de la nouvelle place de marché Saint-Roch

5.1 Le site

Le site choisi se situe dans un vide actuel, soit un stationnement, qui, de par sa position stratégique, mais surtout sa valeur, a besoin d'être comblé rentablement. En effet, le site choisi se situe sur l'îlot du stationnement situé derrière la Fabrique (figure 16), une école d'arts visuels, entre les rues Saint-Vallier et Sainte-Hélène, et entre les rues Dorchester et Caron. La position stratégique du site, lui confère une accessibilité et une visibilité essentielle à l'élaboration du projet. En effet, en plus d'être situé au cœur du quartier Saint-Roch, il présente plusieurs caractéristiques notables. Au sud, le site est bordé de la rue Saint-Vallier. Parcours mère, cette artère est depuis bien longtemps utilisée pour faire le pont entre la basse ville et la haute ville de Québec. On retrouve le long de Saint-Vallier plusieurs petits commerces et restaurants implantés dans des bâtiments datant pour la plupart des années 30, ce qui en fait un axe commercial important du quartier. À l'ouest, au-delà de la rue Caron, le site s'ouvre sur des ilots résidentiels relativement dense, et plus loin, sur le quartier Saint-Sauveur. Au nord, le site fait directement dos à la Fabrique, ainsi qu'à un vaste immeuble résidentiel de quatre étages récent, qui eux-mêmes donnent sur Charest, une artère ayant un flot d'automobiles et d'autobus majeur. Cette artère est en constante évolution depuis sa création. Sans relater l'historique complet de celle-ci, notons seulement que la future ligne de tramway y est prévue. Finalement, à l'est, le site donne sur Dorchester, qui est la rue donnant l'accès principal au site, puisque celle-ci, en plus d'être le lien directe entre la basse et la haute ville, est l'artère des autobus à haute fréquence de la ville. Le site est donc facilement accessible, autant pour les piétons, que par transport en commun ou voiture. Le site est relativement près de la falaise, qui constitue une barrière notable. Néanmoins, trois escaliers et un ascenseur sont en lien direct avec le site (voir annexe 9) ce qui permet aux piétons des quartiers voisins de la haute-ville d'avoir accès plus aisément à celui-ci. L'îlot du stationnement de la Fabrique faisait anciennement partie de l'îlot des Tanneurs. Les bâtiments sur cet îlot étaient principalement des manufactures de chaussures, donc des bâtiments avec un gabarit assez imposant, placés près des rues, avec des façades de briques et une trame de fenêtre régulière, comme retrouvé encore beaucoup dans le quartier (figures 17 et 18). Les bâtiments de cet îlot furent démolis dans les années 80.



Figures 17 et 18 : Wm. A Marsh & Co. Limited – manufacturiers de chaussures - 1912

Aussi, une analyse des usages du contexte du site a été fait (avoir annexe 3). Le constat qui en résulte est que cet îlot a un contexte semblable aux marchés Jean-Talon et Atwater, c'est-à-dire qu'il possède un plus haut taux d'habitation et de commerce, contrairement au marché de Vieux-Port dont l'environnement est composé de vides et d'espaces verts, ceci validant d'autant plus le choix de ce site.

5.2 Implantation du projet

L'objectif principal est de conserver un vide important sur le site, qui servira de place publique, et qui deviendra le marché. Comme le site se trouve en pente, assez abrupte, vers Sainte-Hélène, la première étape est de relever le site du côté de Sainte-Hélène, pour le mettre au niveau de Saint-Vallier. (figure 19) Comme le site a une valeur considérable, la seconde étape est de remplir le site à sa capacité maximale, en fonction de ce qui est permis par la ville de Québec. (figure 20) Ensuite, un vide imposant est créé, celui de la place publique, donnant face à Saint-Vallier pour faire profiter les commerces existants implantés sur cette artère. La hauteur des pleins autour de cette place est ajustée, pour conserver une capacité de rentabilité du site maximale. (figure 21) La prochaine étape est de créer des percements selon les voies de circulations existantes, ainsi que les différentes entrées présentes dans le bâtiment de la Fabrique derrière, dans le but de rendre le site perméable au maximum.(figure 22) La place publique subi ensuite un léger abaissement graduelle, formant quatre paliers, rendant le site totalement accessible. (figure 23) Cet abaissement est fait en fonction de la topographie existante du site. En effet, le site est également légèrement en pente vers la rue Caron. Ensuite, les usages sont

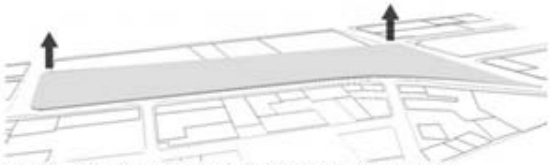


Figure 19 : schéma: relever le site au niveau Saint-Vallier

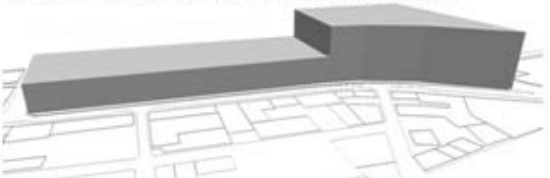


Figure 20 : schéma: occupation maximale du site permise par la ville

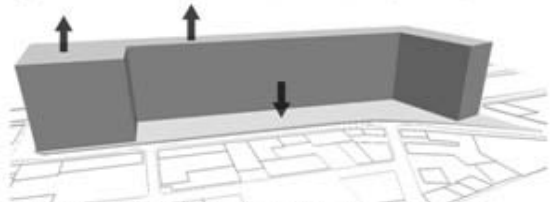


Figure 21 : schéma: création d'un vide pour la place publique

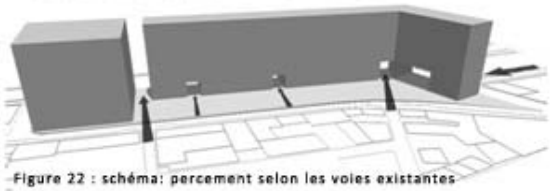


Figure 22 : schéma: percement selon les voies existantes

Figure 23 : schéma: léger abaissement de la place graduelle

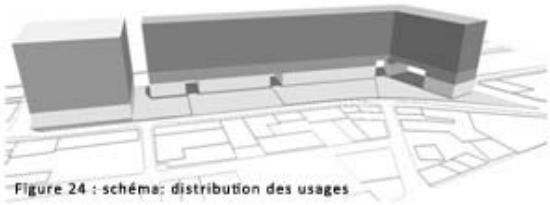


Figure 24 : schéma: distribution des usages

Figure 25 : schéma: modulation de la façade

répartis dans le bâtiment pour répondre au critère de mixité. (figure 24) En effet, le rez-de-chaussée, donnant directement sur la place publique est réservé pour des usages secondaires, c'est-à-dire, plusieurs petits commerces, qui pourront jouir de la présence de la place, tout comme des commerces sur Saint-Vallier déjà existant. Les deux étages directement au-dessus sont conservés pour des usages primaires, soit espaces de bureaux, ainsi que les étages supérieurs, qui sont prévus pour de l'habitation, soit des logements ayant des typologies différentes. D'ailleurs, cette partie du bâtiment sera ensuite modulée, dans le but de créer une façade avec des percements visuels, qui diminuera l'effet monolithique imposant de ce plein. (figure 25)

5.3 Fonctionnement

Comme démontré dans le second chapitre, il est important, pour un bon fonctionnement du marché, que les différentes voies de circulations soient délimitées et hiérarchisées, tout en conservant un maximum de perméabilité entre eux.

Au rez-de-chaussée, se trouve la place publique qui fait face à Saint-Vallier. Cette place est ouverte sur une rangée de petits commerces, café et restaurant qui font dos à la rue Sainte-Hélène. Cette dernière se retrouve au niveau sous-sol du projet, et c'est par celle-ci que les voitures ont accès aux deux niveaux de stationnement sous terrain. De plus, la rue Sainte-Hélène sert également de voie de circulation pour la livraison des commerces, ceux-ci ayant chacun accès à un entrepôt. La rue Saint-Vallier sert également de voie de circulation pour la livraison, les jours de marché, puisque du stationnement sur rue y est aménagé. La rue Dorchester conserve sont statut existant de rue donnant l'accès principal au site, puisque qu'elle est le lien directe entre la basse et la haute ville pour les voitures, et la voie des autobus à haute fréquence de la ville. Ensuite, les percements créés pour permettre la perméabilité au site deviennent des voies de circulation piétonne, et facilite ainsi l'accès au site pour les piétons, peu importe la direction de laquelle ils proviennent.

Sur la place publique, des emplacements précis pour des tables servant à la vente des produits est prévu. Celles-ci sont placées en deux rangées, d'un bout à l'autre de la place, de manière à permettre une circulation en boucle les jours de marché (figure 26). Cette boucle, en plus d'être perméable, permet de faire profiter les nouveaux commerces de la place ainsi que les commerces existants de Saint-Vallier. Cette configuration de tables permet aussi de dégager le centre qui pourra servir temporairement d'espace de stockage pour les marchands.

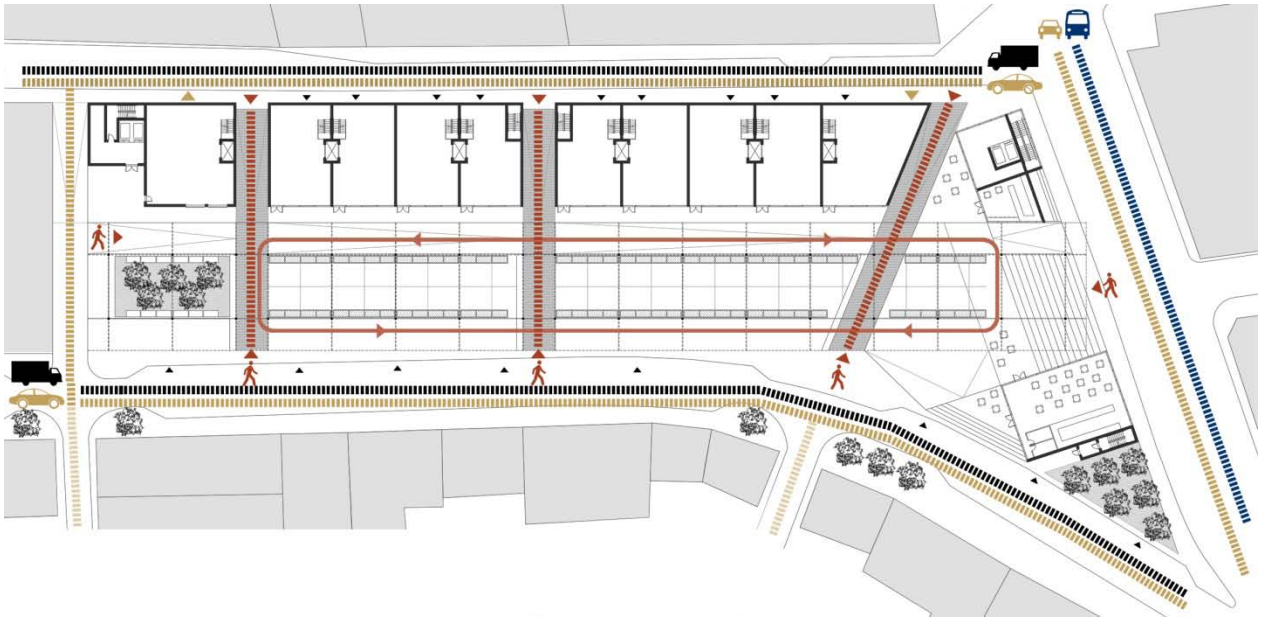


Figure 26 : schéma de circulation de la nouvelle place du marché Saint-Roch

5.4 Intégration des qualités de l'effervescence urbaine

L'implantation et le fonctionnement du marché étant bien mis en place, l'intégration des qualités de l'effervescence urbaine se retrouve un peu partout dans le projet, autant sur la place publique elle-même, que dans le bâtiment encadrant celle-ci. En effet, la mixité des usages est présente dans ce bâtiment. Des petits commerces, un café et un restaurant placé au rez-de-chaussée sont placés entre les deux axes de circulation verticaux principaux, qui donnent sur deux étages de bureaux au dessus, ainsi qu'à plusieurs logements aux étages supérieurs. Cette distribution des usages, de public à privé, permet aux usages secondaires du rez-de-chaussée,

soit les commerces, restaurant et café, de profiter des usages primaires aux étages, et vice et versa. (figure 27)

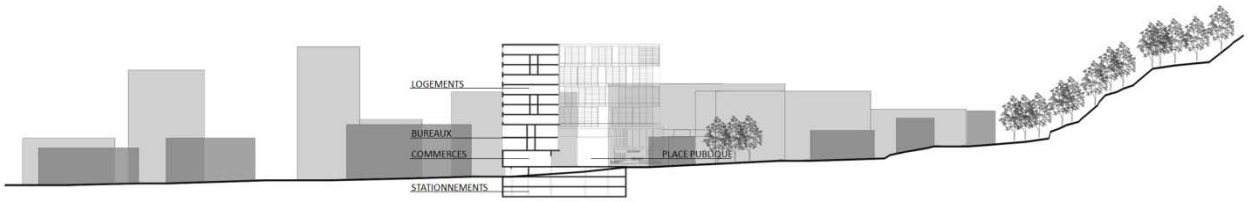


Figure 27 : coupe transversale de la nouvelle place du marché Saint-Roch

La place publique participe aussi à la mixité d'usage, mais surtout à la mixité d'activités. En effet, la place est divisée en quatre zones, qui sont définies par les différents paliers créé par la topographie du site, et délimités par les voies de circulation piétonne de la place. Ces quatre zones, sans être séparées les unes des autres, permettre de créer quatre thématiques différentes à la place, sans être stricte dans le type d'activité qu'elles peuvent proposer. (voir annexe 1) D'abord, une zone verte, où un parc prend place, est l'endroit où il est possible de se reposer, de rêver. Ensuite, une zone évènement, où l'emplacement d'une scène temporaire est prévu, permet la production de petits spectacles, ou présentations de toute sorte. Après, une zone libre est prévue pour laisser la place à toutes sortes d'activités physiques d'avoir lieu, puisque c'est la zone ayant les plus grandes dimensions. Finalement, la zone échange, qui est la zone faisant partie de l'accès principale au site, depuis Dorchester, est l'endroit où est placé le café et le restaurant avec des terrasses extérieurs, et est donc propice aux échanges de toutes sortes.

Cette possibilité d'activités de toutes sortes est aussi ce qui rend la place flexible. De plus, elle fait varier le rythme des activités dans le temps et provoque l'animation des espaces en terme de concentration et d'intensité. La place peut aussi, évidemment, se transformer, en partie ou en entier, en marché public. Dans le sol des espaces permanents sont prévus pour le rangement de tables pliables. Elles peuvent donc être plié et rangé dans le sol, et ainsi former

une trame au sol, ou déplié et devenir les tables de vente du marché. (figure 28) Cette action permet de faire participer les usagers de la place publique, en plus d'accroître l'expérience sensorielle qu'ils y vivront.

Figure 28 : tables pliantes encastrées dans la nouvelle place du marché Saint-Roch

D'ailleurs, les stimulations sensorielles sont partout sur la place du marché. Elles sont présentes par la mixité des usages et des activités, ainsi que par la flexibilité des espaces qui amène les gens à se rassembler pour y vivre une multitude de sensations visuelles, sonores, tactiles, olfactives et gustative.

Sur la place du marché se trouve une trame régulière de poteau-poutre de bois qui est ancré dans le sol et qui retient une toiture. (figure 29) Cette dernière est aussi formée d'une trame, qui est composée de lamelles d'acier qui sont plus ou moins distancées les unes des autres selon les pleins et vides qui modulent la façade. En effet, la modulation de la façade créé des espaces vides qui sont utilisés pour former les balcons des logements, procurant à chacun un espace vert privé. Donc, plus il y a de vides, plus la trame de la toiture est rapprochée. Cette trame, en plus de créer un jeu d'ombre et lumière important sur la place publique qui offre une stimulation visuelle étonnante, joue le rôle de filtre visuel entre la place publique et les logements, ou entre le public et le privé. Il y a aussi quelques éléments plus opaques intégrés dans la trame qui délimitent les voies piétonnes et l'emplacement réservé pour la scène en dessous.

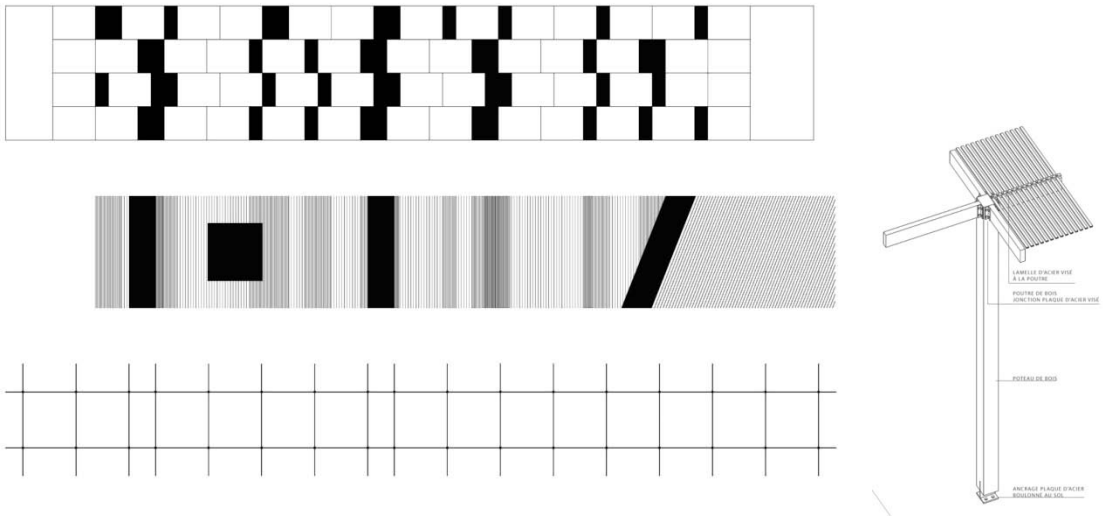


Figure 29 : trames de la nouvelle place du marché Saint-Roch

Les textures sont aussi abondamment présentes sur la place du marché, inspirées des textures déjà présente dans le quartier: les briques de couleurs aux murs des commerces du rez-de-chaussée, le dallage de pierres au sol des circulation piétonne, les tables antidérapantes en acier encastré dans le sol de la place, le bois et l'acier des trames de la toiture, le bois et le verre des modules de logements, font partis des exemples. La cinétique, quant à elle, est créé par les jeux de pentes douces et de niveaux de la place, ainsi que par l'entrée d'escaliers principal depuis Dorchester. D'ailleurs, il est à noter que les pentes douces font parties de tous les accès de la place, la rendant accessible universellement. Aussi, des espaces pour s'assoir sont prévus, soit près du petit parc de la place, ou des terrasses du café et du restaurant, participant au confort de l'occupant. Ces espaces procurent aussi la possibilité à ceux-ci d'avoir des conversations agréable avec d'autres gens. La place du marché étant un espace bien encadré et faisant pratiquement face directement au sud, le confort thermique des occupants est aussi optimisé. En effet, le bâtiment qui encadre la place procure une certaine protection contre les vents, et le soleil assure le réchauffement de celle-ci.

Les odeurs agréables sont aussi présentes, soit par la végétation de l'espace vert de la place, ou de celle intégré un peu partout dans le bâtiment, soit par l'odeur du café frais ou de la

nourriture vendus et servis dans les commerces, le café et le restaurant. Évidemment, les jours de marché, il y aura une explosion de parfum agréable des produits des marchands et des commerçants de la place qui ouvriront leurs portes: fruits et légumes frais, fromages fort, pains chauds, gâteau sucré et fleurs fraîchement coupées viendront se mélanger sur la place du marché. Ces éléments pourront aussi évidemment satisfaire les gourmands, puisque la nourriture pourra directement se faire déguster, soit dans les endroits prévus à ces fins, ou de manière informelle directement sur la place du marché, pour ainsi accentuer l'expérience gustative des gens présents.

Finalement, les sons urbains désagréables seront partiellement coupés de la place grâce à l'encadrement fort du bâti. Plusieurs autres ambiances sonores prendront place, soit par les différentes activités ou les nombreux évènements qui auront lieu sur la place du marché: le crie des enfants qui jouent, la musique des concerts improvisés, les conversations entre les marchands et les consommateurs ou les spectacles d'amuseurs publics, ne sont que quelques exemples.

Conclusion

L'idée d'élaborer un essai projet à partir des marchés public est née de mon intérêt pour ces lieux aux caractéristiques particulières, que je fréquente régulièrement, tant à Québec que dans chacune des villes que je visite, parce qu'ils sont pour moi des lieux de rassemblement incontournable ou il est facile d'en apprendre davantage sur les gens d'une localité. Le défi que je m'étais donc lancé était d'analyser et de comprendre ces caractéristiques qui font que j'apprécie autant ces lieux, pour pouvoir ensuite les transposer dans la conception d'un nouveau marché. Suite à une recherche historique, ainsi qu'à une analyse des marchés actuels, je me suis donc donné comme objectif de concevoir un espace public qui pourrait se transformer momentanément en marché public, de manière à conserver minimalement l'authenticité du fonctionnement d'un marché, mais aussi pour en faire ressortir toute son intensité. Ainsi, le projet se prêtait bien aux qualités de l'effervescence urbaine; mixité, flexibilité et stimulations sensorielles, qualités tirés des principes de base en design urbain que j'ai acquis durant mon parcours académique. En mixant mes recherches et ces principes de base, j'arriverais certainement à créer un marché public actuel et bien ancré dans des bases solides.

Le projet aurait pu se poursuivre pendant plusieurs semaines, les qualités retenues auraient pu être enrichies davantage, et même que d'autres auraient pu être ajoutées au projet, de manière à bien définir le concept général de celui-ci: l'effervescence urbaine. Néanmoins, ce qu'il faut retenir, c'est que le projet a été conçu de manière méthodique, en tenant compte

d'une quantité notable de contrainte que je m'étais moi-même imposées, en passant par le choix du site, l'implantation sur celui-ci, le fonctionnement globale du projet et l'intégration des qualités de l'effervescence urbaine, jusqu'au choix des matériaux et à la concrétisation de certains détails techniques.

Aux yeux du jury, certains de mes objectifs ont bien été démontré, tandis que d'autres un peu moins. Le choix du site, l'implantation du projet sur celui-ci, ainsi que le fonctionnement générale ont bien été approuvé. La réalisation et l'intégration de certains détails, comme la toiture ou les tables rétractables, ont également été souligné. Par contre, bien que les qualités de l'effervescence urbaine étaient présentent dans le projet, elles n'ont peut-être pas été démontrées avec autant d'évidence et de rigueur que les autres objectifs. Le jury aurait aimé en voir d'avantage. Aussi, le dialogue entre les différentes interfaces aurait pu être travaillé encore plus, par exemple, entre la rue et la place, entre la place et les commerces nouveaux et existants, ou entre le nouveau bâtiment et les rues et bâtiments existants.

Somme toute, le projet a bien été reçu par les critiques, bien qu'il aurait été intéressant de le poursuivre et le compléter davantage. Mon objectif de concevoir un espace public qui peut se transformer en marché public, et qui relate bon nombre de caractéristiques de ceux-ci, a pour moi été atteint.

Bibliographie

Agri-Réseau (2003) Rapport final - Étude de marché sur le projet d'un marché public dans le cadre de Sherbrooke, Cité des rivières, en ligne, consulté le 25 septembre 2011

ALLARD, M. (2008) « *Genius loci* Vers la requalification d'un lieu: marché public à Carleton-sur-mer » Essai (projet) de fin d'étude en architecture, École d'architecture, Québec : Université Laval

BARRET, P. (1970) « Étude de l'organisation et du fonctionnement du marché Saint-Roch» sujet de maîtrise, Québec : Université Laval

BENTLEY, Y. et al. (1985) « Responsive environments, a manual for designer» USA: Elsevier

BERGERON, Y. (1990) « Les anciennes halles et places de marché du Québec : étude d'ethnologie appliquée » Thèse, Québec : Université Laval

BERGERON, Y. (1993) « Les places et halles de marché au Québec » Québec : Publications du Québec

DOBBINS, M. (2009) « Urban design for people» Hoboken, N.J.: Wiley

GEHL, J. (2010) «*Cities for people*» Washington, DC : Island Press

HÉMOND, J. et LEMMERS, F. (2010) « Saint-Roch: la marchabilité au Coeur de la mobilité » Projet de fin d'étude en design urbain, École d'architecture, Québec : Université Laval

KRONENBURG, R. (2007) « *Flexible: une architecture pour répondre aux changements*» Paris : Norma

LESSARD, A. (1984) « Trois jours de la vie de Québec – La foire aux chevaux – La pêche à l'éperlan – Le marché du samedi » L'Électeur, vol. XV, no. 5-9

MAILLARD, C. (2004) « 25 halles de marché » Paris: édition du Moniteur

SHAFTOE, H. (2008) « Convivial urban spaces, creating effective public places » London: Earthscan

RASMUSSEN, S.E. (1959) « Experiencing architecture» London: Chapman and Hall

TAYLOR, N. (2008) « Legibility and aesthetic in Urban Design» Journal of Urban Design, vol.13

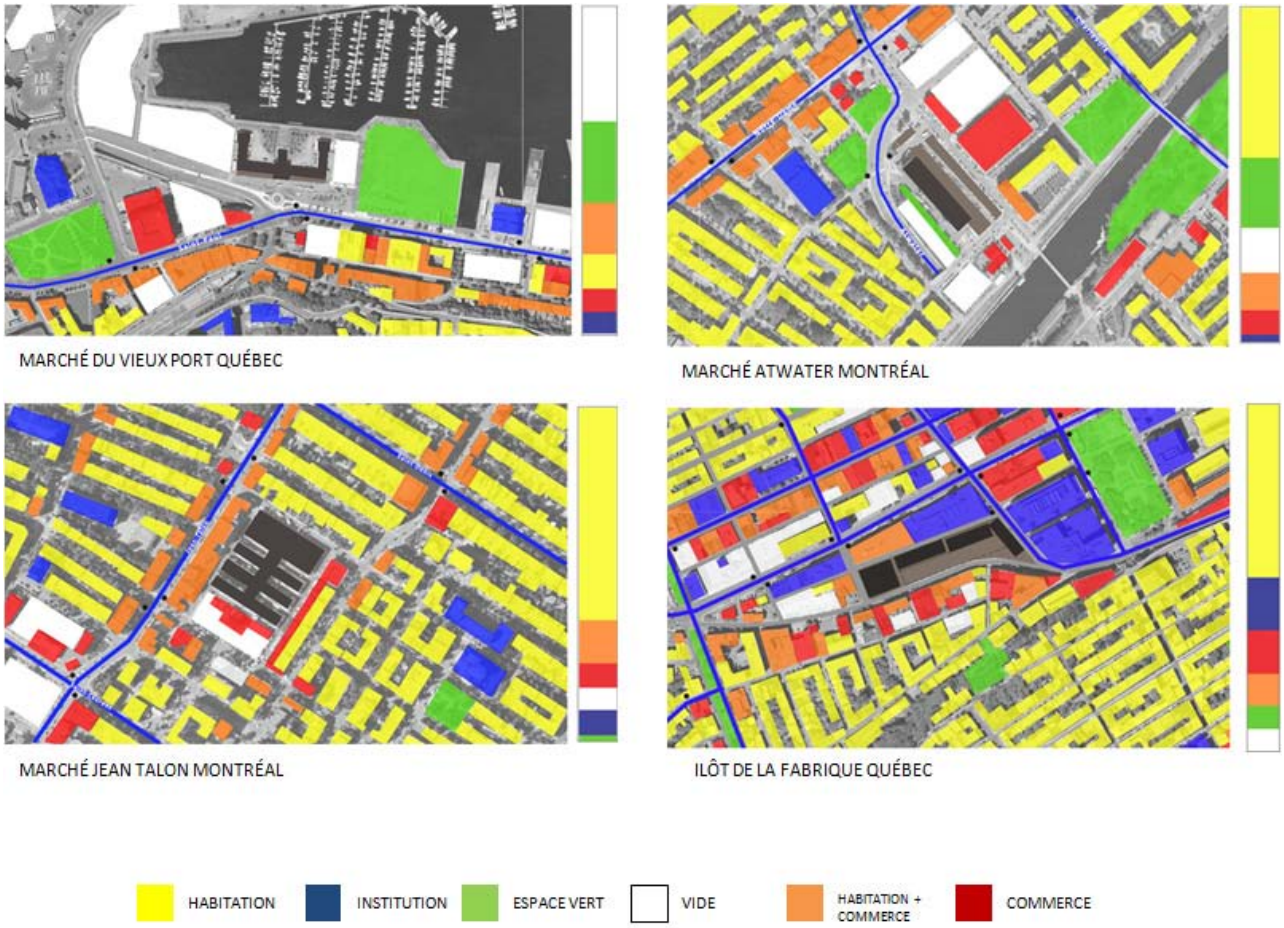
THOMSEN, C. (1998) « Sensuous Architecture » Munich: Prestel

Annexes

Annexe 1 : Planches de la critique finale

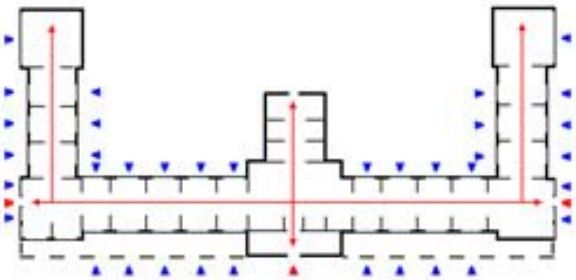
Annexe 2 : Plan de la ville de Québec en 1840, démontrant les différents marchés de l'époque

Annexe 3 : Cartes d'analyse des usages et de l'accessibilité en transport en commun du contexte immédiat des marchés du Vieux-Port, de Jean-Talon et de Atwater, ainsi que du site du stationnement de la Fabrique

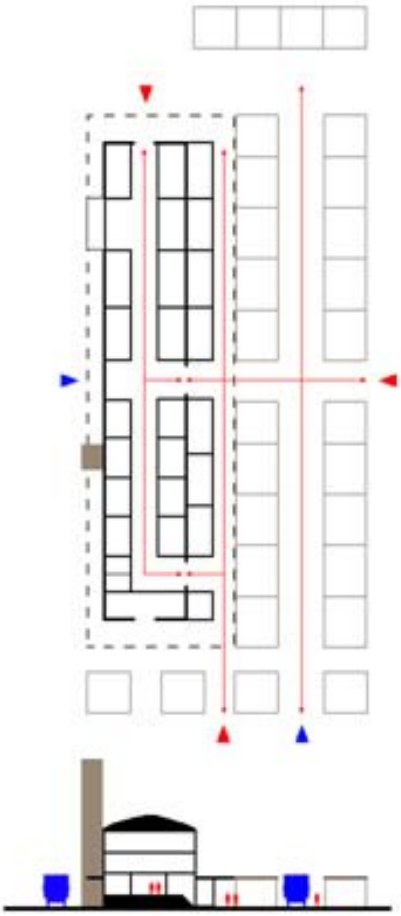


Annexe 4 : Analyse de la circulation des marchés du Vieux-Port et de Atwater

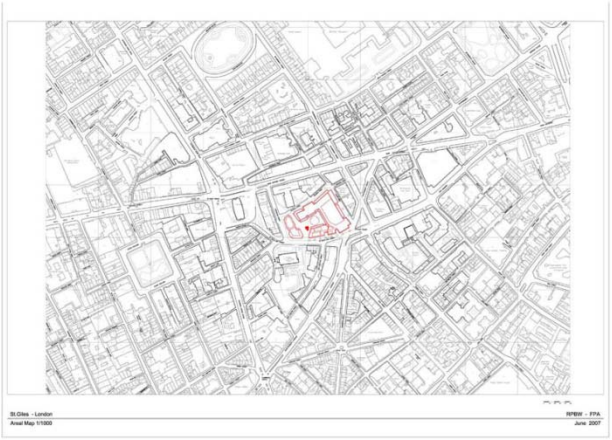
MARCHÉ DU VIEUX PORT QUÉBEC



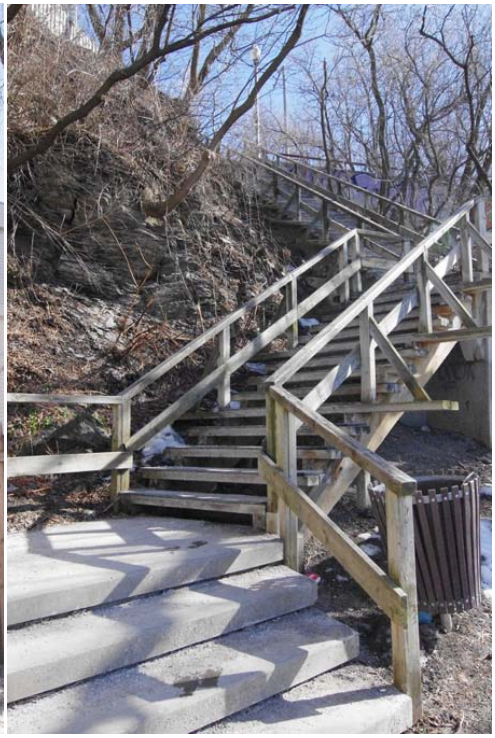
MARCHÉ ATWATER MONTRÉAL



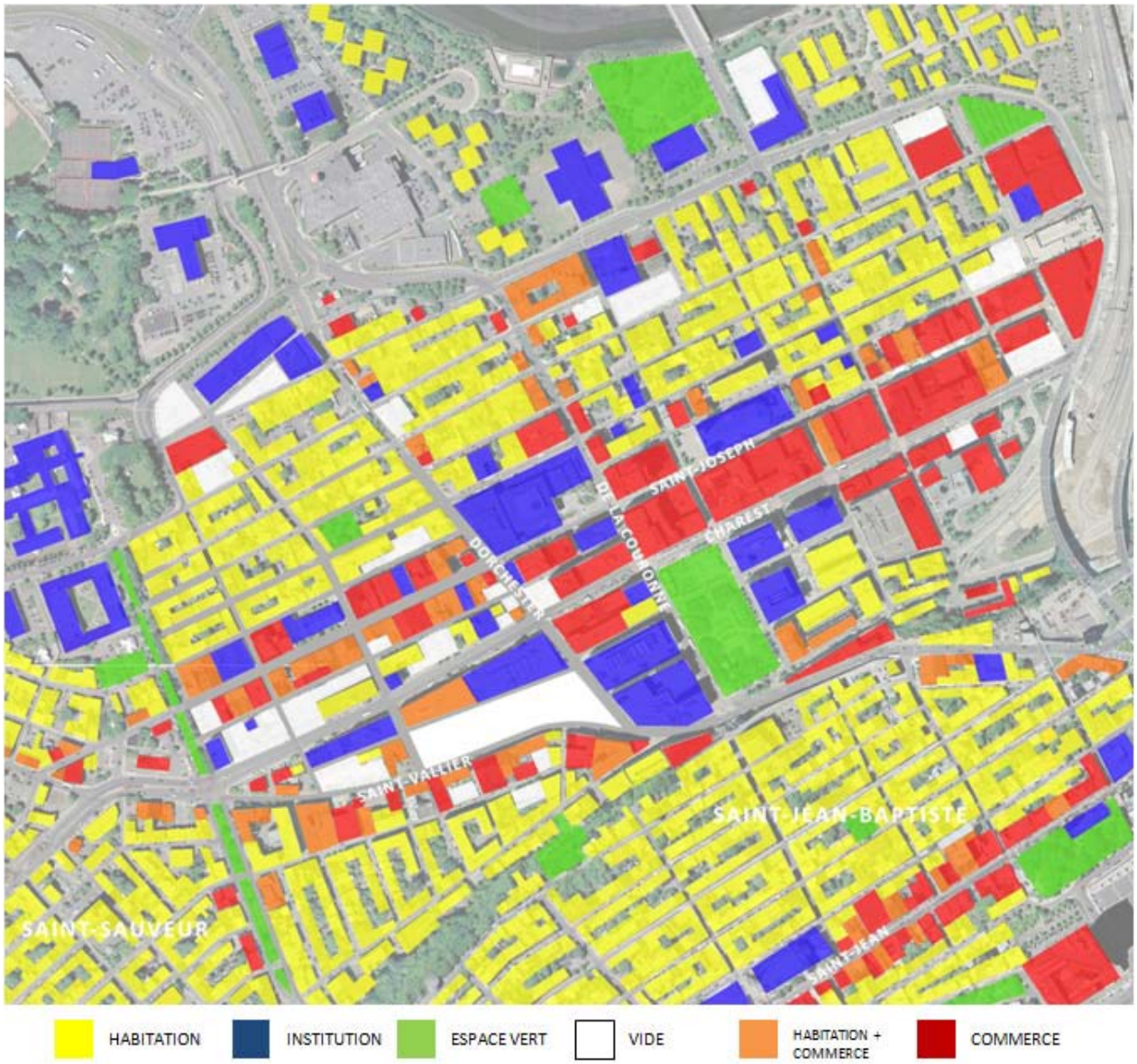
Annexe 5 : Images du projet Central Saint-Gilles Court, London, de Renzo Piano et Fletcher Priest Architectes



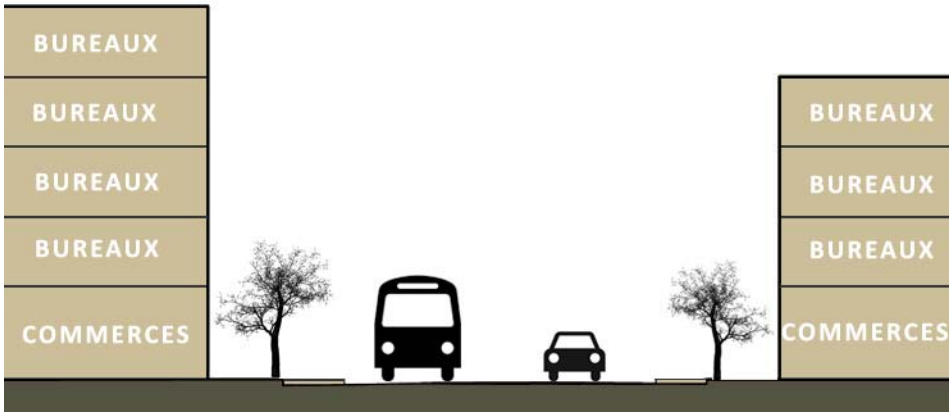
Annexe 6 : Photos du quartier Saint-Roch d'aujourd'hui



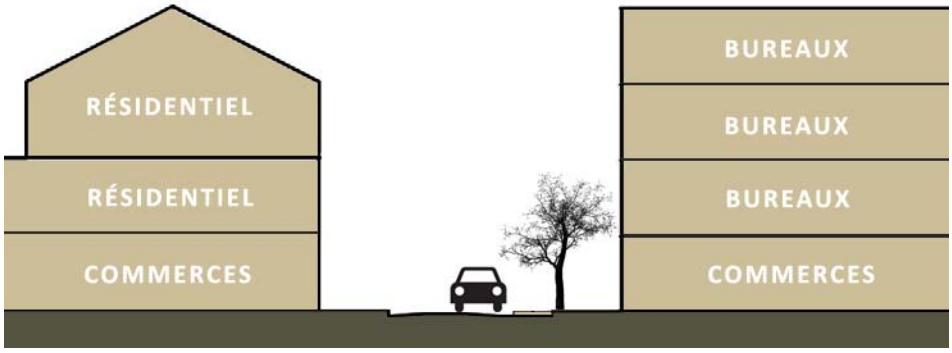
Annexe 7 : Carte d'analyse des usages du quartier Saint-Roch



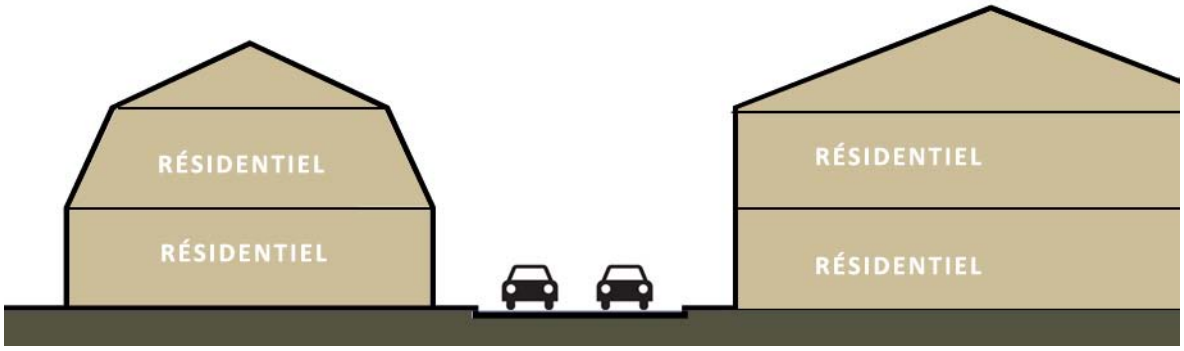
Annexe 8 : Types de voies commerciales dans le quartier Saint-Roch



Type commercial boulevard

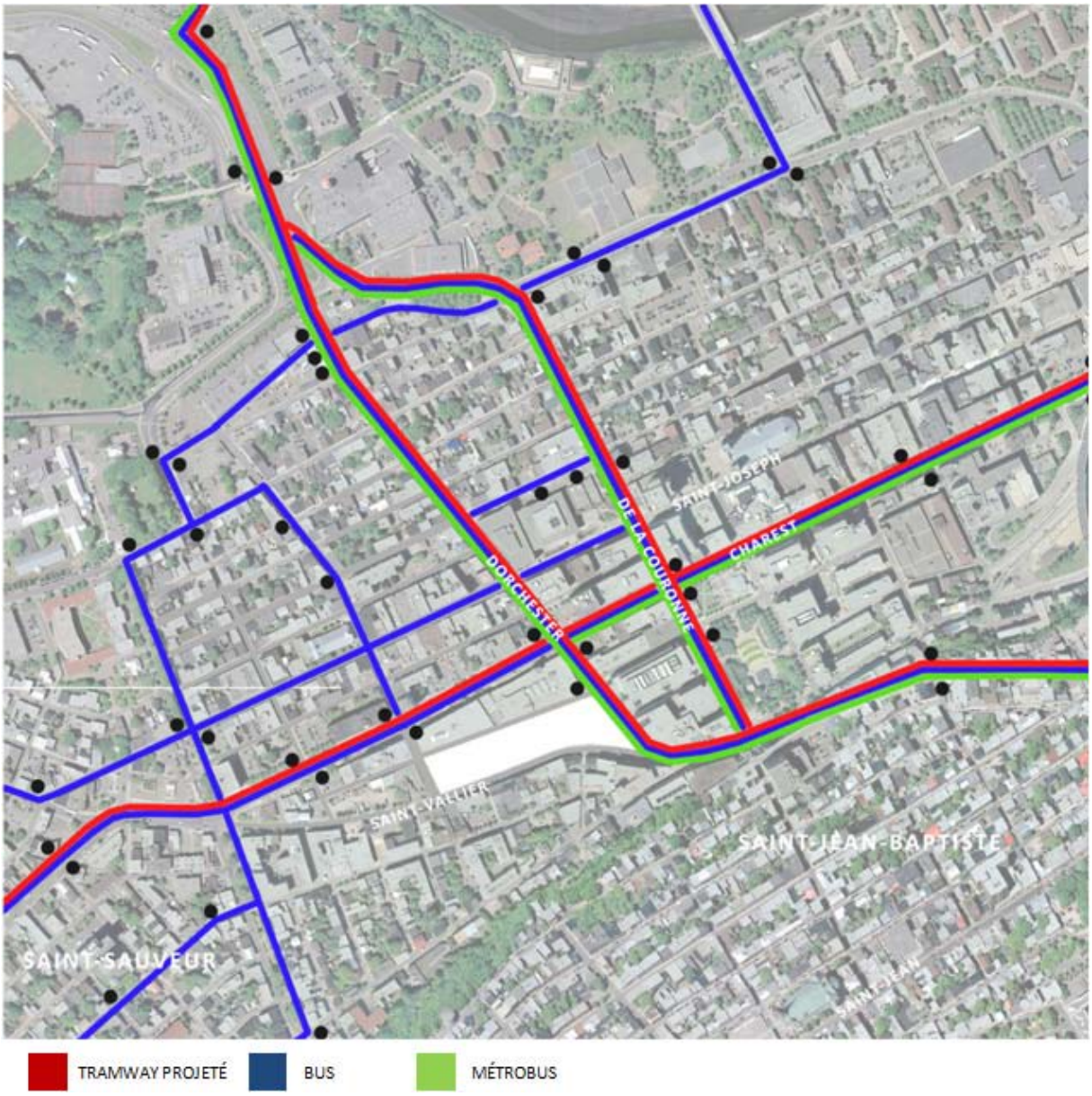


Type commercial local

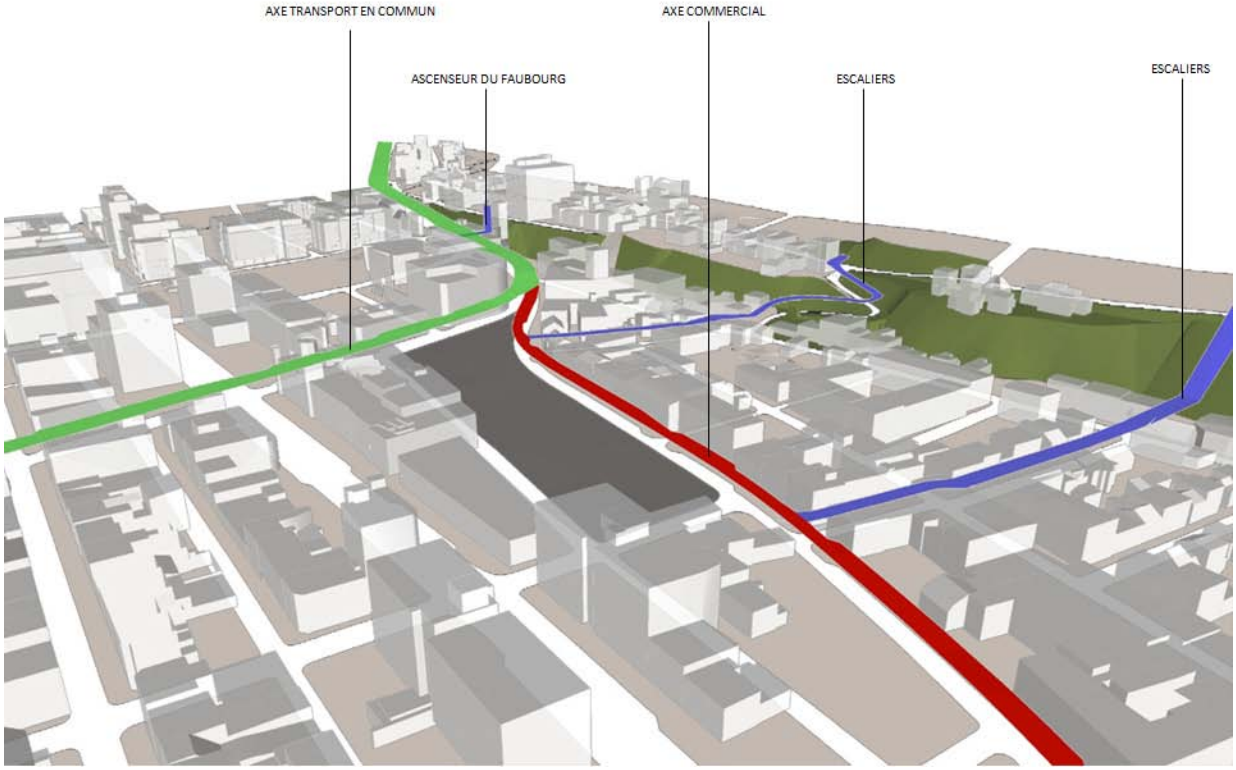


Type résidentiel

Annexe 9 : Carte d'analyse du transport en commun dans le quartier Saint-Roch



Annexe 10 : Localisation des escaliers et ascenseurs du quartier donnant accès au site


AXE TRANSPORT EN COMMUN
AXE COMMERCIAL
ASCENSEUR DU FAUBOURG
ESCALIERS
ESCALIERS

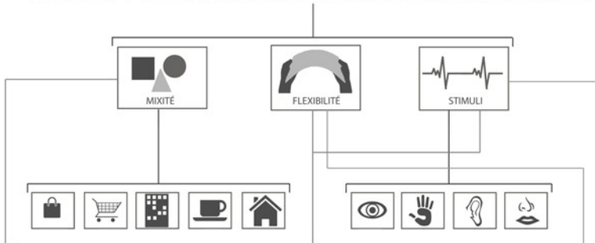
PLAN D'IMPLANTATION 1:2000

ANCIENS BÂTIMENTS ÎLOT STATIONNEMENT DE LA FABRIQUE - 1912

QUARTIER SAINT-ROCH

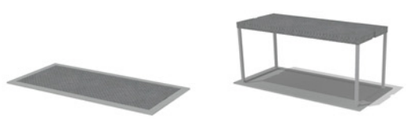
PLACE DU MARCHÉ SAINT-ROCH

UN MODÈLE D'INTÉGRATION DES QUALITÉS DE L'**EFFERVESCENCE** URBAINE

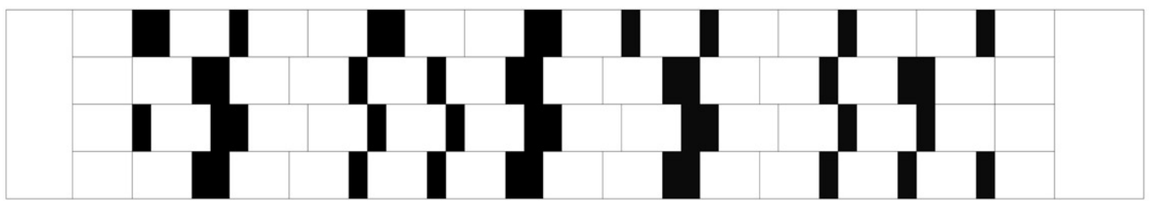


Les marchés publics ont toujours fait parti de la culture québécoise. Ces endroits où se faisait initialement le commerce, étaient aussi des lieux d'échanges et d'interactions entre les gens d'une même localité. Au cours des siècles, plus de dix marchés publics, ont pris place à travers la ville de Québec. Ils ont disparus peu à peu avec l'apparition des marchés à grande surface. Aujourd'hui, les marchés publics sont beaucoup moins présents, particulièrement à Québec, mais conservent leur statut de lieu de rassemblement et de place publique importante. En effet, le marché est toujours perçu comme un lieu traditionnel, mais intense, un monde unique d'ambiance, d'évènements, de sensations, de bruits, de couleurs, de parfum et de texture.

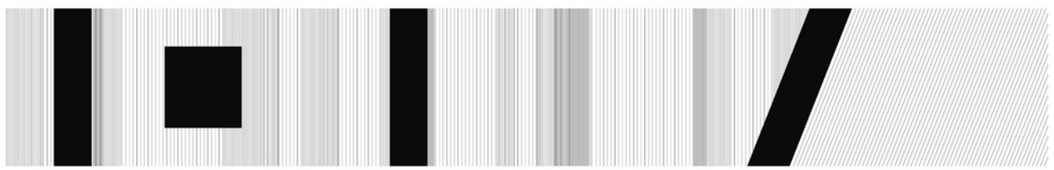
Cet essai (projet) porte sur la conception d'un marché public au cœur du quartier St-Roch de Québec, dans l'idée d'une intégration des qualités de l'effervescence urbaine comme éléments générateurs d'une conception architecturale, tout en considérant les caractéristiques des marchés québécois, actuels et anciens. Comment l'effervescence peut-elle transparaître dans un espace, comment peut-elle se traduire architecturalement? La démarche de recherche création vise, d'une part à relater les caractéristiques des marchés anciens québécois, ainsi que de quelques-uns actuellement en fonction, et d'autre part à définir les qualités de l'effervescence urbaine afin d'en tirer des critères de design clé qui guideront la conception du nouveau marché. Ainsi, la mixité, ou la variété et diversité en terme d'activités et d'usages (habitation, commerces, services...), la flexibilité, ou la transformation de l'espace à différents usages en différent moments, et les stimulations sensorielles, ou la variété des expériences ressentis à travers tous les sens, sont les critères qui ont guidés le projet.



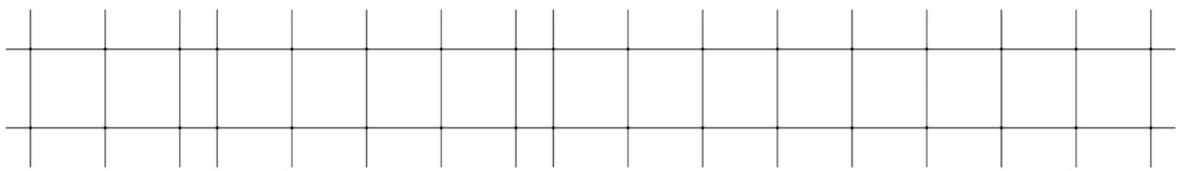
TABLES PLIANTES, ENCASTRÉES DANS LA PLACE DU MARCHÉ



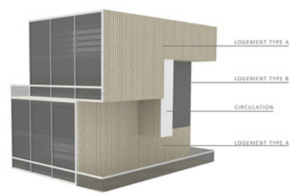
TRAME FAÇADE

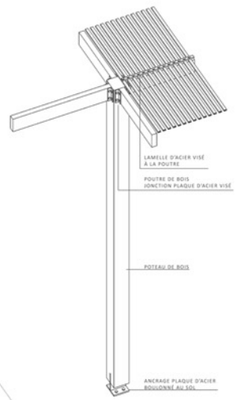


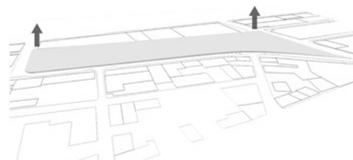
TRAME TOITURE



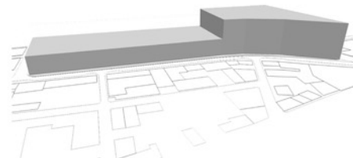
TRAME POTEAU-POUTRE



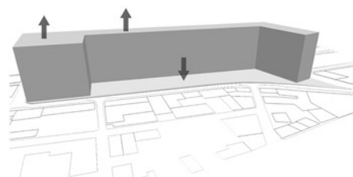




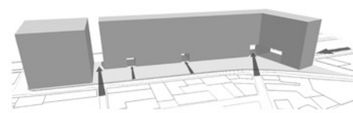
RELEVER LE SITE AU NIVEAU DE SAINT-VALLIER

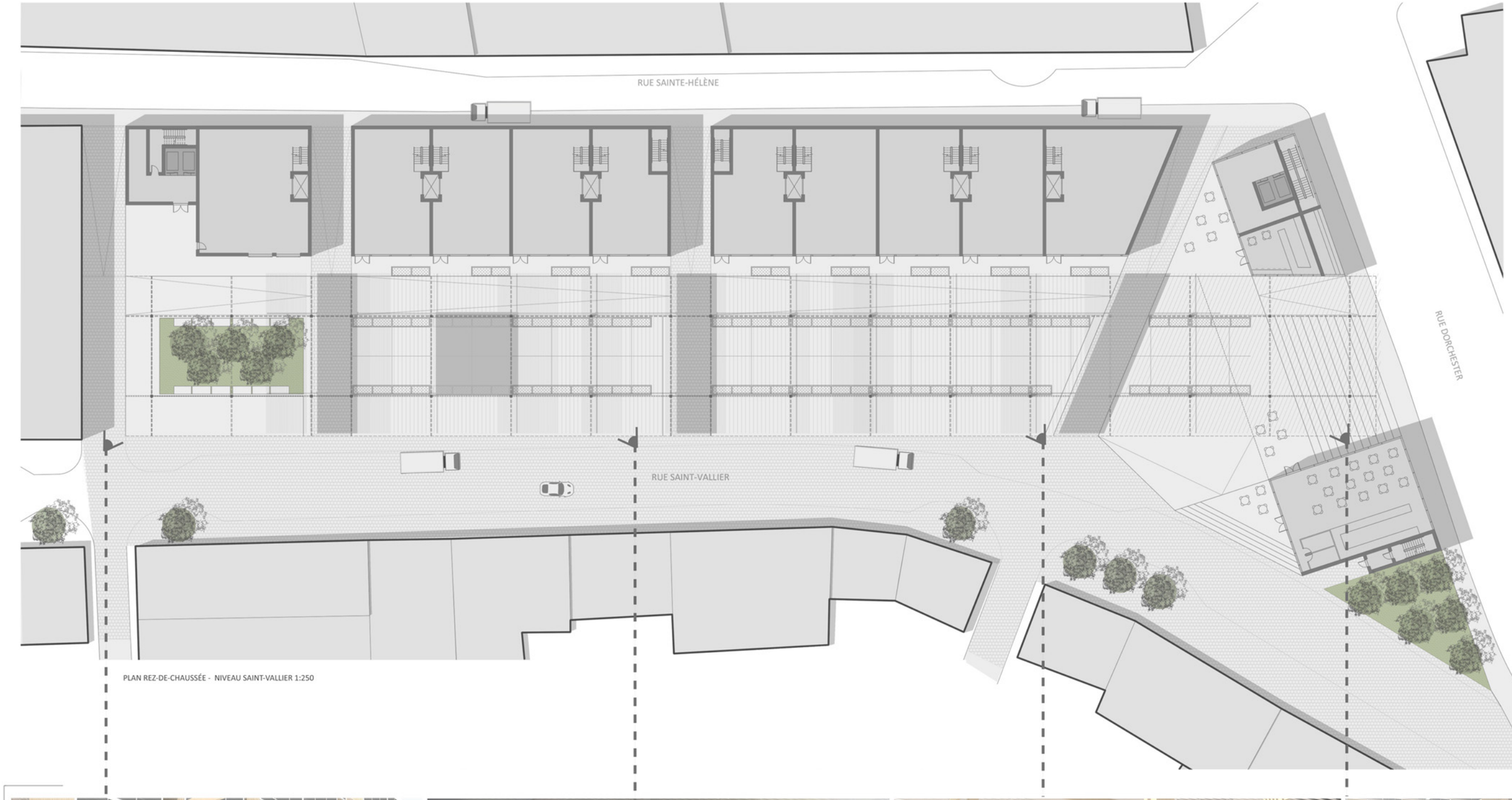


OCCUPATION MAXIMALE DU SITE PERMISE PAR LA VILLE DE QUÉBEC



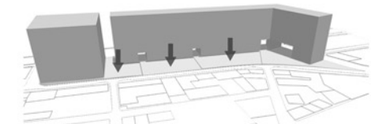
CRÉATION D'UN VIDE POUR LA PLACE PUBLIQUE
AJUSTEMENT DES HAUTEURS POUR UNE OCCUPATION MAXIMALE DU SITE





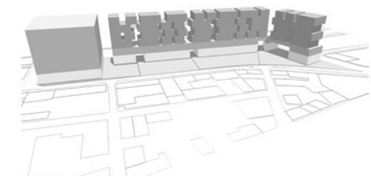
PLAN REZ-DE-CHAUSSÉE - NIVEAU SAINT-VALLIER 1:250

PERCEMENT SELON LES VOIES EXISTANTES RENDANT LA PLACE PERMÉABLE



LÉGER ABAISSEMENT DE LA PLACE GRADUELLEMENT SELON LES COURBES DE NIVEAUX

DISTRIBUTION DES USAGES



MODULATION DE LA FAÇADE

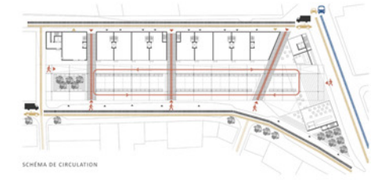


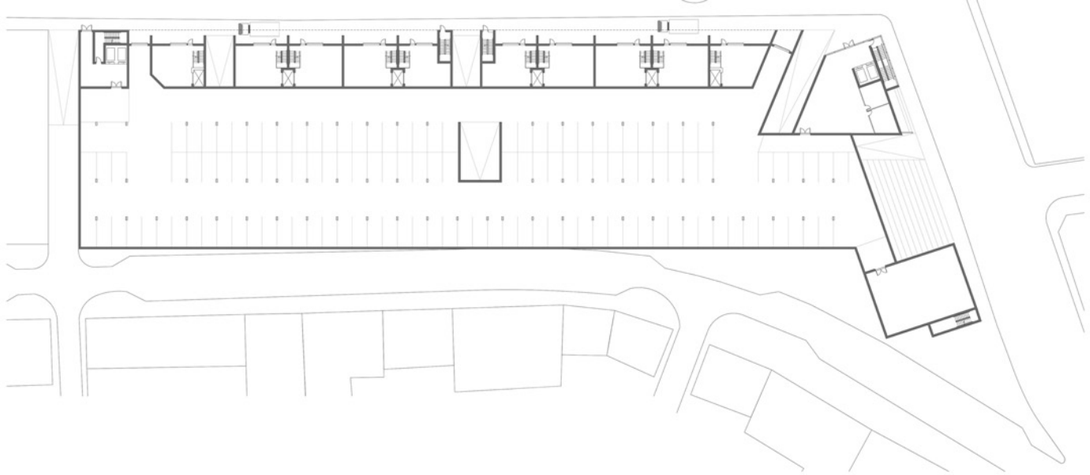
SCHÉMA DE CIRCULATION

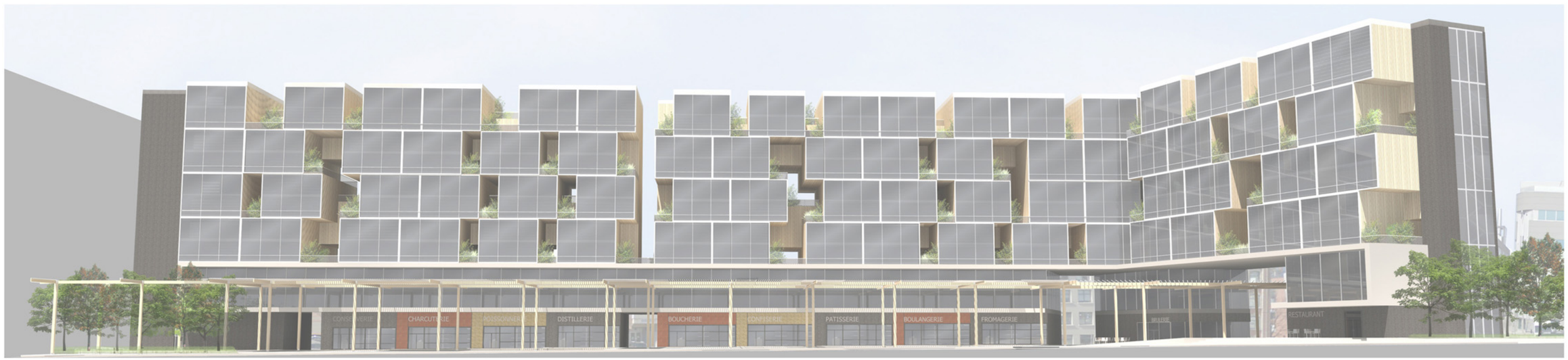
VUE ZONE VERTE

VUE ZONE ÉVÈNEMENT

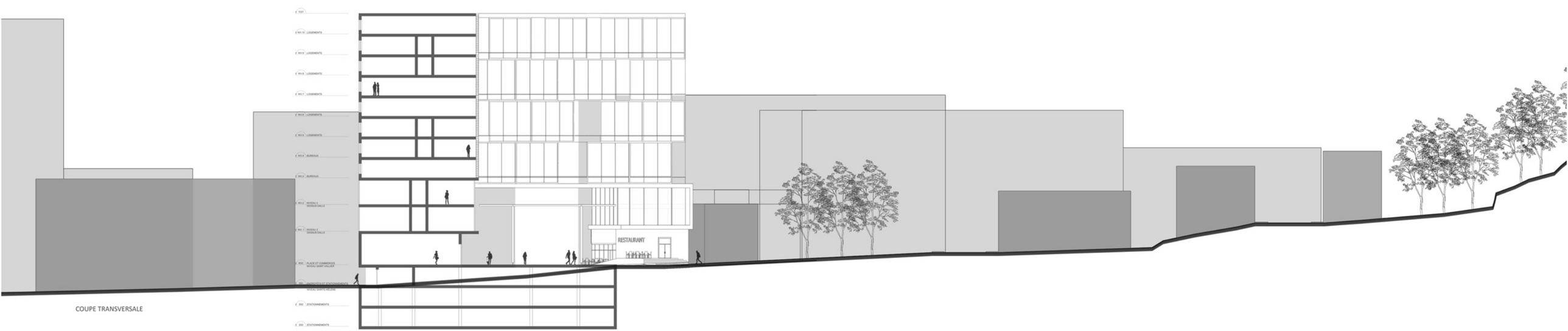
VUE ZONE LIBRE

VUE ZONE ÉCHANGE





VUE D'ENSEMBLE - FAÇADE SAINT-VALLIER



COUPE TRANSVERSALE