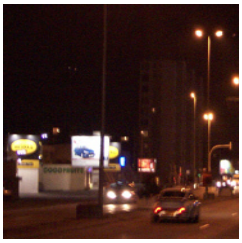
UNIVERSITÉ DE NANTES – ÉCOLE POLYTECHNIQUE DE NANTES
ÉCOLE D'ARCHITECTURE DE NANTES – CERMA
ÉCOLE D'ARCHITECTURE DE GRENOBLE - CRESSON

Diplôme d'Études Approfondies
Ambiances Architecturales et Urbaines
Option : Acoustique et Éclairagisme



AMBIANCES URBAINES NOCTURNES ET PERCEPTIONS DE L' ECLAIRAGE COMMERCIAL

Claire Mouillaud

Soutenu le 10 septembre 2003
devant la Commission d'Examens composée de

M. F. MIGAY	Maitre Assistant des EA., - CERMA
M. J.F. AUGOYARD	Directeur de Recherche CNRS
M. O. BALAY	Maitre Assistant des EA., Architecte
M. R. NARBONI	Concepteur Lumière

et sous la direction de :

Melle S. FIORI	Maitre Assistant des EA., - CRESSON

UNIVERSITÉ DE NANTES – ÉCOLE POLYTECHNIQUE DE NANTES
ÉCOLE D'ARCHITECTURE DE NANTES – CERMA
ÉCOLE D'ARCHITECTURE DE GRENOBLE - CRESSON

Diplôme d'Études Approfondies
Ambiances Architecturales et Urbaines
Option : Acoustique et Éclairagisme

AMBIANCES URBAINES NOCTURNES ET PERCEPTIONS DE L' ECLAIRAGE COMMERCIAL

Claire Mouillaud

Soutenu le 10 septembre 2003
devant la Commission d'Examens composée de

M. F. MIGAY	Maitre Assistant des EA.,- CERMA
M. J.F. AUGOYARD	Directeur de Recherche CNRS
M. O. BALAY	Maitre Assistant des EA., Architecte
M. R. NARBONI	Concepteur Lumière

et sous la direction de :

Melle S. FIORI	Maitre Assistant des EA., - CRESSON

RÉSUMÉ

Cette recherche de DEA interroge les ambiances architecturales et urbaines à travers la question de la perception de l'éclairage commercial. Elle s'appuie sur l'analyse d'un corpus d'une vingtaine de discours d'usagers ordinaires recueillis sur deux sites: le centre et la périphérie, où les espaces commerciaux et ambiances s'opposent.
La présentation de deux traversées polyglottes accompagnées d'un répertoire d'effets visuels et lumineux, ainsi que celle de configurations sensibles suivant la question de la visibilité et de la lisibilité, offrent des résultats sur la qualification de l'éclairage commercial. Les paroles des usagers complètent le discours valorisation/ pollution des professionnels.
Les résultats montrent ainsi, comment l'éclairage commercial participe de l'expérience ordinaire de l'espace urbain nocturne.
Au niveau théorique, cette recherche contribue à préciser et à enrichir le répertoire des effets lumineux et visuels. Au niveau de la pratique, les effets mais également les configurations sensibles attestent d'un éclairage commercial qui est à concevoir dans son interréaction avec l'éclairage public et les illuminations.

MOTS CLÉS

Eclairage commercial - espace public - perception - effets lumineux et visuels -

AIRES GEOGRAPHIQUES

Grenoble : Grande-Rue et rue Brocherie
(Pl. Grenette, Pl. Claveyson, Pl.aux Herbes et Pl. Notre-Dame)
Saint-Martin d'Hères : Avenue Gabriel Péri
(Avenue J.Flandrin à Grenoble, Avenue Esclangon et Rue du Bois Taillis à Gières)

SOMMAIRE

INTRODUCTION 7

1 - AMBIANCE ET ÉCLAIRAGE COMMERCIAL 9

▶ Le contexte de la recherche 9
- Du renouveau dans la pratique de l'éclairage urbain 10
- Les lumières commerciales : aperçu historique 11
- La ville, le commerce et l'éclairage : bilan des recherches 12

▶ Problématique et hypothèses : dépasser la polémique 12
- Dépasser la polémique 12
- Les discours divergents des acteurs de l'aménagement nocturne 12
- L'éclairage commercial : une difficile insertion 14
- La question de la perception des usagers 16
- Le vécu des usagers en hypothèses 16

▶ Méthodologie 17
- Une approche contemporaine 17
- La méthode des parcours commentés 18
- Le choix des sites d'investigation 21

2 - PERCEPTION EN MOUVEMENT DE L'ÉCLAIRAGE COMMERCIAL IN SITU 23

▶ Présentation des terrains 23
- Rues commerçantes du centre ancien de Grenoble : La Grande-Rue et la rue Brocherie 25
- A la périphérie de Grenoble, telle une entrée de ville : L'avenue Gabriel Péri à Saint-Martin d'Hères 26

▶ Protocole des parcours commentés 27
- Le recueil des perceptions en mouvement : les parcours 27
- L'observation 30
- L'entretien 30
- La prise de photographies et la réactivation sensorielle 30
- La conclusion de l'enquête in situ 30

▶ Présentation des résultats et début d'analyse : Traversées polyglottes 31
- De la retranscription des paroles des usagers à l'analyse intermédiaire 31
- Traversée polyglotte : De la place Grenette à la Place Notre-Dame 32
- Traversée polyglotte : De Gières à Grenoble, de Grenoble à Gières 55

3 - EFFETS VISUELS ET LUMINEUX 67

▶ Les catégories des effets visuels et lumineux 67
- Effets visuels 67
- Effets lumineux 69

▶ Définitions illustrées 71

4 - CONTEXTUALISATION DES PHÉNOMÈNES LUMINEUX ET CONFIGURATIONS SENSIBLES 115

▶ Retour sur le terrain 115
• Relevés métrologiques 115
• Fiches synthétiques : lumières commerciales et éclairage public 116

▶ L'homme, l'environnement et les phénomènes lumineux 117

▶ Expériences des usagers (Entrer, traverser, sortir) 117
• Grande-Rue : intrusion, irrégularité, encadrement 124
• Rue Brocherie : approfondissement, attraction, intrusion 139
• Avenue Gabriel Péri : trou noir, encadrement, tableau lumineux 153
• Tableau synthétique 159

CONCLUSION 160

BIBLIOGRAPHIE 165

ANNEXES 167

INTRODUCTION

Si la vision n'est possible sans lumière alors la perception de l'espace construit nocturne dépend bien du mode d'éclairage. Le jour, le soleil demeure la seule source naturelle à révéler nos espaces habités. La nuit, la lune n'apparaît pas suffisante pour remplir l'ensemble des fonctions qu'Abram Moles[1] définit en 1981. Même si l'objectif n'est pas de faire de la ville nocturne, une ville diurne, l'éclairage urbain semble devoir répondre aux diverses fonctions de balisage, de sécurité, de valorisation, de spectacle, etc. Ce qui nous interpelle aujourd'hui c'est la fonction de «promotion visuelle», car l'histoire de la ville se confond également depuis longtemps avec celle du commerce, *« toute ville (...) est un lieu de marché »* écrivait Max Weber.[2]

La ville nocturne ne semble pas recouvrir aujourd'hui une réalité si différente d'hier. Elle était noire et inquiétante, mais il y a bien longtemps. Dès le XVIII^{ème} siècle la bourgeoisie vaquait à ses affaires sous l'éclairage des lieux de commerce (boutique de luxe) et de plaisir (café, restaurant). L'éclairage était déjà censé attirer les passants : des acheteurs potentiels. L'atmosphère lumineuse hétérogène des boutiques offrait de la vie à la ville. A ce titre, nous ne pouvons nous empêcher de citer un court extrait du roman d'Emile Zola, *Au bonheur des Dames :*

«Denise, cédant à la séduction, était venue jusqu'à la porte, sans se soucier du rejaillissement des gouttes qui la trempait. A cette heure de la nuit, avec son éclat de fournaise, le Bonheur des Dames achevait de la prendre tout entière. Dans la grande ville, noire et muette sous la pluie, dans ce Paris qu'elle ignorait, il flambait comme un phare, il semblait à lui seul la lumière et la vie de la cité.»[3]

Le calme ne survenait vers minuit qu'après l'extinction de l'éclairage des boutiques. Les faibles lumières des lanternes reprenaient aussitôt leur rôle de «gardiens d'ordre» et donnaient au paysage un caractère lumineux uniforme et homogène.

Encore aujourd'hui, la visibilité des espaces de ventes depuis l'extérieur relève d'une véritable stratégie de communication. L'éclairage est une composante essentielle de la relation client / produit / espace de vente.

L'éclairage commercial participe à l'ambiance nocturne, non seulement dans les centres villes mais aussi dans les périphéries. Geneviève Dubois-Taine explique que «*Les zones commerciales se pratiquent uniquement en voiture. Ce ne sont plus les lieux collectifs, c'est pourquoi elles donnent un sentiment de plus grande liberté. Dans ces juxtapositions de magasins, les uns à côtés des autres, les enseignes ont tendance à se regrouper par secteurs, si bien que la notion de libre choix fait partie intégrante de ces ensembles. (...) Pour attirer leur clientèle, les bâtiments sont couverts de couleurs, de signes, de toutes sortes d'animations. Dans un monde*

1. A. MOLES, «Des fonctions de la lumières dans la ville», in lux, n°111, février 1981, p17
2. M. Weber, *la ville,* extrait de Wirtschaft und Gesellschaft, Tübingen, 1947, trad. Françaises Paris, Aubier, 1982, p19.
3. E. Zola, *Au bonheur des Dames,* Livre de poche p74. Dans l'ensemble de ses oeuvres, Emile Zola semble décrire parfaitement l'ambiance de Paris au XIXème siècle. Du point de vue sonore, Olivier Balaÿ s'est attaché aux descriptions faites dans « L'Assommoir » pour montrer que l'environnement sonore industriel modifie la motricité et l'orientation dans l'espace. Pour plus d'explications on pourra consulter son ouvrage : L'espace sonore de la ville au XIXe siècle, Editions A la Croisée, 2003, p 142-146.

en déprime, les gens interprètent cette densité visuelle comme une démonstration de gaîté, de dynamisme, d'opulence, de liberté, et d'une certaine manière, d'une certaine permissivité.» [4]

La lumière demeure un symbole de vie, même si certains pensent qu'elle devient peut être un outil de propagande. Eclairer les «boites à chaussures» en zone péri-urbaine ou les commerces en centre ancien n'est qu'un moyen de faire exister le territoire aux yeux de la population. Les aménageurs, y compris les concepteurs lumière ne cessent de travailler sur la représentation construite de la ville.

Le paysage nocturne de nos villes suscite des réactions face au déploiement de l'éclairage commercial qui sont du même ordre que celles de l'éclairage des monuments historiques. En effet, les éclairages du patrimoine (plus ou moins réussis) semblaient donner de l'identité aux villes mais ils tendent aujourd'hui à les banaliser. Alors, le débat entre les défenseurs de l'ombre et les enthousiastes de la lumière plein feux s'est intensifié.
Le concepteur lumière Mark Major n'hésite pas à dire que ces lumières peuvent être débranchées facilement. Faut-il allumer les enseignes et vitrines ou faut-il les éteindre? La question n'est pas simple, d'un côté nous avons la lumière signe de vie et de l'autre nous avons une menace de prolifération et surtout celle de l'accroissement de la consommation énergétique.

Ce mémoire intitulé «Ambiances urbaines nocturnes et Perceptions de l'éclairage commercial» propose ainsi de saisir la perception des usagers directement dans l'espace urbain nocturne afin d'amener des réponses au débat valorisation / pollution et cela, autour d'une hypothèse portant sur l'architecture ordinaire.
Nous développerons ce thème après avoir retracé un bref historique de l'éclairage urbain et commercial. Nous présenterons aussi la méthode qui nous aura permis de recueillir les perceptions des usagers.
Ensuite, nous effectuerons une synthèse des commentaires obtenus puis nous les expliquerons notamment à travers les effets visuels et lumineux.
Pour finir, ces perceptions seront recontexualisées afin d'obtenir des configurations sensibles qui pourront ouvrir des pistes pour la conception des ambiances nocturnes.

4. G. Dubois-Taine *«La ville émergente»* in *Le commerce et la ville* Architecture intérieure - Créé, n°275, p 30

1

AMBIANCE ET LUMIÈRES COMMERCIALES

▶ Contexte de la recherche

• Du renouveau dans la pratique de l'éclairage urbain

Pendant longtemps, la ville la nuit, a été révélée essentiellement par un éclairage fonctionnel soucieux de la protection des biens et des personnes. L'augmentation et la rapidité de la circulation automobile avec la volonté de réduire les accidents ont conduit à produire un éclairage de plus en plus intense et homogène dans les espaces urbains. L'effort a donc été porté sur l'éclairage des chaussées, «douchées» d'une lumière au sodium haute pression[5] conformément aux recommandations, oubliant parfois le piéton, sujet lui aussi à différents dangers.
En revanche, depuis maintenant une quinzaine d'années, la conception de l'éclairage urbain a trouvé un nouvel élan. La fin du XXème siècle aura été marquée d'une part, par les chocs pétroliers qui ont conduit les fabricants à proposer de nouvelles sources de lumière plus efficaces et surtout plus économiques et d'autre part, par les lois de décentralisation qui ont fait prendre conscience aux élus du pouvoir de l'éclairage en terme d'amélioration du cadre de vie[6]. Ainsi, l'éclairage ne reste plus seulement affaire de technicien. Si les concepteurs lumière ont présenté des mises en lumière événementielles ou pérennes[7], les plans lumières (bien souvent l'éclairage du patrimoine pour un attrait touristique) leurs ont offert la possibilité de concevoir et de programmer des solutions globales d'éclairage pour l'ensemble de la ville. A l'heure à laquelle les parcs d'éclairage public devaient se renouveler, les grandes et moyennes villes ont alors commencé à se doter de véritables projets d'éclairage urbain[8] ou autrement dit, d'un réel outil vivant et évolutif : le Schéma Directeur d'Aménagement Lumière.
Aujourd'hui, la notion de paysage, de *grand paysage*[9] s'impose pour donner aux espaces habités une nouvelle image nocturne. Le dernier ouvrage de Roger Narboni *La lumière et le paysage* en témoigne. Les discussions sur la pratique de l'éclairage ont également pris une nouvelle direction, celle du développement durable : les premières assises de l'écologie de la lumière se sont tenues à Lyon, le 6 décembre 2002. Par conséquent, la ville nocturne se lit et se lira à l'avenir, davantage dans des «écritures»[9] qualitatives. Les mises en scène urbaines accompagnent dorénavant, la déambulation nocturne des habitants.

---

5. Lampes à décharge offrant une lumière blanche dorée (chaude) de température de couleur de 2000 à 2500 degré Kelvin et permettant d'apprécié le bon rendu des couleurs avec des fortes puissances 250W et 400W.
6. Au cours des premières assises de *l'Ecologie de la Lumière,* Vincent Lagagnier soulève l'introduction du mot «ambiance» dans les définitions de la commission Internationnale de l'éclairage (CIE).
7. A ce sujet tout le monde s'accorde à donner comme emblème la nouvelle illumination de la tour Eiffel réalisé par Pierre Bideau en 1986. Aujourd'hui, ce concepteur propose une nouvelle mise en lumière pour une période de 10ans.
8. A ce titre on peut se reporter à la Thèse de Sandra Fiori intitulée *La Représentation graphique dans la Conception du projet d'Eclairage urbain.* Suivant une analyse de l'argumentaire des concepteurs lumière, Sandra Fiori a soulevé le décalage entre : «d'une part l'argumentaire développé dans les projets, qui privilégie la mise en valeur symbolique de l'espace construit, d'autre part l'affirmation d'une démarche générale qui suggère les fortes potentialités de la lumière à requalifier les espaces publics, notamment par une plus grande prise en compte de l'usager et des usages sous leurs différents apects»
9. *«Pour le concepteur lumière, le grand paysage, d'un point de vue nocturne, ce serait alors plutôt l'espace physique délimité abstraitement par l'ensemble des perspectives depuis la ville ou depuis ses alentours, en l'absence de toute considération géographique, historique, administrative ou politique.»* in La lumière et le paysage, Roger Narboni, p19
10. Le terme d'écriture est ici emprunté à Anne CAUQUELIN dans *La ville la nuit*, Paris, PUF, 1977, p 31.

• Les lumières commerciales : aperçu historique

Seulement, il ne faudrait pas oublier que parallèlement à ces lumières de la *Citadelle* et du *Théâtre*, une autre forme de lumière, celle du *Bazar* [11] a petit à petit gagné du terrain. Se composant d'enseignes, de publicités, de vitrines, cette lumière de la production, de l'échange s'est pourtant affirmée avec le développement des villes.

Au cour du XVII^{ème} et du XVIII^{ème} siècle, le local commercial perd ses enseignes saillantes qui gênaient la circulation. Alors les commerçants compensent cette disparition par la décoration intérieure. Le verre et le miroir donnent l'impression à l'aristocratie d'être dans une pièce de réception. Le commerce s'affiche alors comme lieu de rencontre du monde élégant. Seulement, la clientèle devient de plus en plus anonyme : le commerce s'ouvre à la rue grâce à l'apparition de la vitrine totalement indépendante, le verre vient anoblir les produits déposés sous la flamme vacillante de la lumière au gaz.

Au XIX^{ème} siècle, les lumières commerciales participent plus que jamais à l'ambiance lumineuse des boulevards et des passages. Les réverbères au gaz accompagnent les flâneurs qui s'enchantent devant l'esthétique et la clarté des grands magasins. Dès 1825, le propriétaire du café des Muses au Palais Royal fixe au-dessus de l'entrée une roue mobile et flamboyante. Du coup, intrigués par ce dispositif lumineux et brillant, les passants remarquent l'enseigne du café. Le succès est assuré, les clients en admiration sont attirés. Les enseignes éclairées et les publicités lumineuses vont se développer considérablement [12] et toujours en relation avec l'évolution des techniques et des sources de lumière. La lampe à incandescence inventée par Dechaugy en 1848 et perfectionnée par Thomas Alvar Edison en 1880 dessine les nouvelles publicités . Dans les vitrines, les sources au gaz qui pendaient au milieu des marchandises peuvent dès lors disparaître du champs de vision.

Au début du XX^{ème} siècle, *Les écritures de la nuits* [13], trouvent encore une nouvelle voie avec Georges Claude qui propose des tubes luminescents aux gaz rares. La richesse de leurs couleurs est incomparable, leur grande souplesse répond aux exigences formelles des publicités et enseignes mais c'est pendant l'entre-deux Guerres que les lumières commerciales brilleront le plus.
En 1920, au lendemain de l'extinction forcée, l'architecte Mallet-Stevens ne se résigne point et soutient l'idée que *la lumière fait vendre* [14]. Les panneaux lumineux animés rayonnent alors sur les façades entières à la joie des passants, les images et les slogans demeurent de plus en plus dynamiques. Durant cette période les Expositions Universelles de 1925 et de 1937 glorifient de nouveau la fée électricité. La lumière des enseignes et des publicités se présente tel un art. Dans les années 1930, les différentes sources sont utilisées comme un élément du vocabulaire architectural, la façade et l'enseigne doivent ne faire qu'un. Intimement étudié les motifs lumineux font partie intégrante de l'immeuble devenu pour le coup immeuble-signal, une architecture publicitaire cohérente. Nous pensons ici à l'architecte Roux-Spitz et à son projet jamais réalisé place Clichy ainsi qu'à « La Maison de la Publicité » de Oscar Nitzchké (1935).

A la fin de la Seconde Guerre mondiale, les tubes fluorescents offrent une lumière blanche presque fidèle à la lumière du jour. L'éclairage des étalages devient un des procédés même de la publicité. Ce sont alors les magasins qui éclairent la rue, mais les lumières des publicités et des enseignes ne seront jamais aussi puissantes qu'avant 1939. Effectivement, depuis leur apparition, les lumières « outrageantes » sont craintes par les défenseurs de l'ombre, seulement après chaque *black-out*, la

11. Gerhard Auer, in *La lumière des villes,* Acte du séminaire, Nancy ,1991.
12. Le dirigeant de Paz et Silva, M. Fonsèque écrit « Les enseignes lumineuses de l'époque étaient volumineuses et grossières, mais leur efficacité publicitaire était telle qu'elles se développèrent rapidement.» in les *Ecriture de la Nuit*, p18.
13. Ulmer B., Plaichinger T., *Les écritures de la nuit,* Paris, Syros, 1987.
14. Dès 1920 les manuels de publicité titre « La lumière fait vendre ».

polémique est ravivée. A ce titre, nous pouvons donner l'exemple de l'inflammation de la tour Eiffel par Fernand Jacopozzi en 1925, où des milliers de lumières brillent au nom de son mécène André Citroën. *«Spectacle merveilleux» s'écriaient les uns, «Une honte pour Paris»* répondaient les autres choqués par cette utilisation mercantile du symbole de la capitale.[15]

Pour restreindre les abus de ces lumières qui contribuent pourtant à développer le sens esthétique et la beauté de la ville, les lois et les arrêtés se succèdent. Dès 1950, une démonstration in-situ montre que la loi de 1943 interdisant toutes ces lumières, n'a aucune raison d'être puisque les supports demeurent invisible durant la journée. Et si les dernières restrictions ne sont jamais réellement appliquées, les publicités lumineuses seront de nouveau acceptées par le décret du 11 février 1976, *à condition qu'elles soient placées de manière à ne pas causer d'éblouissement direct pour les conducteurs, et que l'emploi de la couleur verte soit exclue et qu'elle soit à l'intérieur d'une zone agglomérée*. (Journal officiel du 14 février 1976). Un décret ajoutera d'ailleurs l'interdiction de ressembler à la signalisation routière.

Les années 70 marquent le début d'un «changement politique publicitaire» qui amène la suppression des supports de longue conservation au profit de supports d'utilisation plus souples, que l'on peut abandonner rapidement. Avec l'apparition du mobilier urbain, les affiches s'éclairent par transparence. Le mot « produit » est éclipsé par celui de « marque » qui s'affiche désormais au niveau des axes de grande circulation. Les emplacements du centre s'oublient au profit de la périphérie comme si ces lumières avaient été à l'étroit. De plus, face à la société de consommation en phase d'expansion, la publicité se présente sous de nouveaux supports (télévision, radio, presse, affichage, cinéma, publicité sur le lieu de vente) et devient un facteur déterminant dans la stratégie des entreprises.

Aujourd'hui, dans la ville éclatée, les implantations commerciales et de loisirs de la périphérie (cinémas, multiplex) dessinent les nouvelles formes de centralité et polarisent d'autant plus le territoire. La nuit tombée, le commerce constelle des points lumineux dans la ville. Que se soit dans les rues du centre ville ou dans les zones commerçantes périphériques, l'éclairage des vitrines et des enseignes se superpose à l'éclairage public. Inévitablement ces lumières contribuent à l'aspect du trottoir, du quartier et de la ville. *«Dans les rues commerçantes, il y a l'éclairage des magasins. Celui-ci apporte des flux lumineux souvent dix fois supérieurs à ceux de l'éclairage public»* nous disait déjà Abraham Moles, dans *Des fonctions de la lumière des villes*.[16] Mais le système est incohérent, il explique surtout qu'il s'établit *un cycle convergent de désaffection du spectacle urbain*. En effet, les restrictions légales des enseignes lumineuses et la diminution progressive des prospects préférant *l'ambiance télévisionnaire* a entraîné la désaffectation de l'éclairage soit une perte de spectacle et donc par là, une perte de l'animation urbaine.

• La ville, le commerce et l'éclairage : bilan des recherches

Les lumières commerciales, nous les côtoyons quotidiennement non seulement dans les centres villes mais aussi dans les périphéries, les zones industrielles, artisanales, commerciales qui marquent nos entrées de villes. Aucune étude sérieuse n'a été faite à notre connaissance sur la contribution effective de l'éclairage commercial à l'éclairage des lieux publics. Les différentes disciplines se sont intéressées de manière récurrente à la relation du commerce à la ville. Depuis la loi Royer qui réglemente l'exercice commercial, nous avons vu la recherche économique se revêtir, par exemple, de la dimension de l'Aménagement et de l'Urbanisme.[17] La dynamique engendrée par les nouvelles formes de commerce et de distribution ont permis de

15. Ulmer B., Plaichinger T., op cit. p 67
16. A. MOLES, op cit, p17
17. Le Laboratoire CERAC de l'Université de Paris XII-Créteil (Centre d'Etudes et de Recherche des Activités commerciales et de l'Aménagement des Cadres de vie) se consacre entièrement à la recherche commerciale dans l'aménagement du territoire.

déployer au sein du Plan Construction et Architecture, un thème de réflexion plus large, celui de la «*ville émergente*». Les opinions des architectes, urbanistes, paysagistes, acteurs du monde commercial, spécialistes du marketing, philosophes, sémiologues, sont également recueillis dans *Architecture et Urbanisme commercial*, afin d'*explorer quelque uns des constituants de la réalité urbaine et des espaces commerciaux, pointer leur complexité et inévitablement souligner l'ampleur des réflexions qu'elle suggère*.[18]
Mais face à la floraison de recherches entreprises par les sociologues, politologues, économistes, un bilan critique avait été dressé dans un ouvrage s'intitulant tout simplement *Le commerce et la ville*.[19]
Et l'éclairage commercial? La lumière des enseignes n'est souvent malheureusement évoquée que pour décrire l'état des lieux de nos périphéries. L'éclairage commercial n'apparaît que sous la forme d'un qualificatif péjoratif : «vulgaire», «tapageur», «arrogant»... ce qui fait d'ailleurs dire à Patrice Goulet qu' *il n'y a rien de plus inquiétant que l'unanimité, surtout quand il s'agit d'esthétique.*[20]
Du point de vue de la sémiologie, Jean-Pierre Sautot et Vincent Lucci ont montré que les enseignes désignent un magasin particulier situé dans un lieu précis mais que les lecteurs ne reconnaissent pas tous les jeux de mots. Les auteurs concluent que *cette perte de sens semble paradoxalement liée à la réussite de l'implantation publicitaire d'un nom de marque.*[21]
Quant aux sciences de l'ingénieur, elles développent des logiciels de simulation et d'aide à la conception en éclairage, mais une fois de plus l'éclairage commercial n'est pas au coeur de la question.[22]

▶ Problématique et hypothèses

• Dépasser la polémique

Alors, dans le contexte de regain d'intérêt pour l'éclairage urbain où une divergence de point de vue s'amplifie entre ceux qui désirent déployer les illuminations spectaculaires et ceux qui envisagent l'espace nocturne comme un lieu de convivialité au quotidien, l'éclairage commercial constitue un facteur d'ambiance nocturne qui ne peut être ignoré, sous prétexte qu'il échappe en partie aux aménageurs. Même si les acteurs de la ville se réapproprient la maîtrise de l'éclairage des enseignes à travers des chartes, l'enjeu est de taille : l'intégration de ces lumières dans une ambiance lumineuse globale doit dépasser la polémique animation/nuisance.

• Les discours divergents des acteurs de l'aménagement nocturne

Le discours des différents acteurs s'intéressant à l'éclairage commercial atteste en effet la divergence de point de vue sur la question de la valorisation et de la pollution.
Dans un grand nombre de publications sur la lumière des villes, on trouve des affirmations telles que : *«Les enseignes créent l'animation. Elles contribuent à l'éclairage général de la cité. En ce sens on peut dire qu'elles constituent une sorte de service public.»*[23] Béla Ibusza dans « *L'éclairage public et la signalisation»* écrit : *«La publicité lumineuse, les enseignes, les affiches lumineuses donnent à l'éclairage public, à l'environnement nocturne, une puissance suggestive que n'est pas*

18. D. HOCHART, en préambule de *Architecture et Urbanisme commercial*, Ecole d'architecture de Lille,
19. M. BOUVERET-GAUER, C. MARENCO, M.-J. RIZET et P. PÉRON, *Le Commerce et la Ville*, 1994
20. P. GOULET, «Des Hangars Décorés», in *Architecture et urbanisme commercial*, p 46
21. J.-P. SAUTOT et V. LUCCI, «Lire dans l'Espace Urbain : les paradoxes des enseignes commerciales» in Langage et Société, n°96, juin 2001
22. Le Cerma à Nantes et le Map-Crai à Nancy simule et visualise l'éclairage et les illuminations.
23. Document : Les Lumières de la Ville, fait à la préfecture de Paris par la Direction générale de l'Amènagement urbain, Direction de la Voirie, Service Eclairage.

capable d'égaler, ni la lumière du jour, ni aucun autre moyen dont pourrait disposer l'urbanisme moderne.» [24]
Pour les enseignistes, les écritures lumineuses font partie intégrante de la vie des villes : «*Elles ne sont pas uniquement une nécessité commerciale destinées à situer le magasin et à attirer le passant, elles participent également à l'animation des rues.*» [25]
Selon ces professionnels, les réglementations très strictes des centres villes pénalisent fortement le commerce de proximité en faveur des centres commerciaux en périphérie où il s'établit des rivalités d'excentricité. L'enseigne s'affirme comme un élément déterminant du paysage urbain. Les technologies les plus récentes permettent de créer des enseignes au design qui s'adapte parfaitement à l'environnement. La quête de l'esthétique devient prépondérante.
Du côté des commerçants, l'enseigne reflète généralement le concept du magasin, mais, l'éclairage doit dépasser celui de l'enseigne. Tout le magasin doit être mis en lumière. *«Donner plus de clarté, de lisibilité à l'offre»* explique le Président du groupe Pareil au Même. *«Nous avons bien compris qu'il fallait aller bien au-delà des quelques toilettages qui avaient été apportés à l'enseigne au fil du temps.»* relate pour sa part le directeur du Groupe Elior pour sa chaîne de restaurants Pomme de Pain. [26]

Le propos des Architectes des Bâtiments de France semble plus nuancé. Concernant les monuments historiques et leurs abords, les sites protégés et les secteurs sauvegardés, l'un d'eux explique: «*qu'il ne s'agit pas bien entendu d'interdire toute enseigne dans ces espaces ce qui porterait atteinte à la vie des centres ville, mais tout au contraire d'examiner dans quelle mesure l'enseigne peut participer à l'animation de ces lieux et comment elle peut contribuer à leur développement. (...) Notre souci est de veiller à ce que les produits soient de qualité et qu'ils s'adaptent bien à l'architecture de l'immeuble. (...) La difficulté réside dans le fait de trouver un juste compromis entre l'effet diurne et l'effet nocturne. Autant un éclairage bien étudié peut contribuer à la mise en valeur d'une architecture, autant il peut nuire à l'environnement si le matériel est trop apparent.*» [27]
La philosophe Anne Cauquelin défend l'ombre : *«Cependant, direz vous, Paris, la nuit, n'est pas seulement le grisé du plan, où brillent les lumières du plaisir culturel ou gastronomique : vous avez raison. L'éclairage des vitrines subsiste et ce n'est pas un lieu de consommation. Eclairées, les boutiques sont cependant fermées, il ne s'y fait aucun commerce. Il y aurait donc de la lumière gratuite, pure glorification urbaine? (...) Cependant, les enseignes privées ne doivent pas troubler le repos des quartiers historiques préservés. La souillure du commerce est éloignée par des règlements, 71 périmètres sont ainsi protégés de manière libérale (...)mais d'autres le sont plus rigoureusement(...).»* [28]
La ville contemporaine se lit-elle dans l'imbrication, dans la stratification, ou dans la pétrification? La question du patrimoine se pose également en terme d'éclairage. Faut-il «sédimenter» les lanternes à l'ancienne et donc refuser les couleurs arrogantes des enseignes dans les centres villes?
Vincent Lagagnier, architecte éclairagiste, exprime lui aussi son inquiétude : *«En milieu urbain, l'enseigne commerciale en façade située à l'alignement du front bâti, peut être une source de gêne pour les riverains situés de l'autre côté de la rue, d'autant plus qu'elle sera éclairée toute ou une partie de la nuit. On parlera de nuisances visuelles. (...) A l'échelle de la place, le risque majeur est la destruction urbaine nocturne. Sur un espace remarquable l'aspect hétéroclite de l'éclairage des façades commerciales donne une mauvaise perception à la ville* [29]*.* Le clignotement d'une enseigne disposée sous une fenêtre, peut évidemment devenir un cauchemar pour l'habitant. Cependant, on peut se demander si face à un tel propos, l'éclairage

24. IBUSZA Béla, *L'Eclairage public et la Signalisation*, Paris, Jacques FREAL, 1972, 250 p.
25. In la brochure proposée par le Synafel : Les lumières de la ville
26. In Icona, le Magazine de la Communication visuelle, n°10 mai 2002.
27. in la brochure proposée par le Synafel : Les lumières de la ville
28. Cauquelin A., op. cit.
29. V. Laganier, Vers une meilleure Maîtrise des Ambiances, in lux n°210, novembre-décembre 2000, p 51

commercial n'est pas pris en otage. En effet, les villes commencent juste à se munir de véritables scénographies lumineuses urbaines, mais le «mauvais éclairage urbain» existe encore. Par l'intermédiaire des enseignes, ne serait ce pas lui qui serait visé? Qu'en pensent les usagers? L'aspect hétéroclite de l'éclairage des façades donnent-il vraiment une mauvaise perception de la ville?
La recherche que nous proposons porte sur une interrogation de la perception des usagers, les premiers concernés par l'espace nocturne. Leurs propos devraient permettre d'éclaircir le débat ou du moins l'enrichir.

• L'éclairage commercial : une difficile insertion

Entre défiance et valorisation, l'enseigne lumineuse soulève la question de l'intégration de l'éclairage commercial dans l'espace urbain, d'autant plus que l'éclairage commercial se situe à mi chemin entre l'éclairage privé et l'éclairage public. Les plans lumière, les schémas directeurs d'aménagement lumière, les mises en lumière éphémères ou pérennes, ne prennent pas encore forcement acte des lumières commerciales. Le concepteur Roger Narboni avait tenté pour la ville de Roubaix de relancer la vie commerçante au centre ville avec des lumières commerciales d'un nouveau genre. *«Nous avons proposé de mettre en scène la rue à partir de décors lumineux graphiques, des cadres colorés de différentes tailles qui modifiaient à la nuit tombée la perception de la rue. Les commerçants n'ayant pas les moyens de se payer des enseignes de grande dimension ou des vitrines aguicheuses, la situation nocturne était très pauvre. En attirant les chalands, ces décors pouvaient leur donner envie de découvrir cette rue la nuit (...), l'idée a séduit le maire (...), mais les élus ont craint que les commerçants leur reprochent cet investissement au lieu de les aider à financer leurs propres enseignes.»* [30.] Le problème se situe bien au niveau de la gestion et de ce point de vue, ce sont les décideurs qui ont les cartes en mains. Prendre en compte les lumières commerciales dans les projets sont pourtant indispensables à l'approche qualitative. En proposant un diagnostic de l'ambiance lumineuse qui prendra compte de l'éclairage commercial, des mutations au niveau de la prise de décisions pourront peut être voir le jour. Mais pour l'instant on peut se demander comment la nouvelle manière de penser et de concevoir l'éclairage urbain influence celle de l'éclairage commercial.

Jusqu'au milieu du XX^{ème} siècle, les sociétés de publicités et d'enseignes ont pu promulguer les lumières commerciales pour l'animation de la ville et proposer de nouveaux systèmes un peu moins visibles de jour [31]. La réglementation actuelle qui a pour but de concilier d'une part la liberté d'expression et d'autre part, la protection du cadre de vie, demeure quant à elle assez contraignante : matériaux, emplacements, surfaces, hauteurs et entretiens. A ce sujet, certaines municipalités ont souhaité adapter la réglementation nationale [32] à leur environnement local. Des groupes de travail sont alors constitué de membres à voix délibérative (Conseillers municipaux, DDE, Préfecture, ABF...) et de membres à voix consultative (chambres de commerces et de l'industrie, associations locales d'usagers et professions directement intéressées.). Les discussions débouchent sur les objectifs d'organiser le positionnement des enseignes sur le support bâti, d'en limiter le nombre, la surface, la saillie, la hauteur, d'en favoriser l'intégration... Or, il apparaît que les professionnels de l'enseigne défendu par le Synafel, Syndicat national de l'Enseigne et de la Signalétique ne participe pas toujours à la préparation de ces chartes. Pierre Ingoglia (enseignes Somaco) s'adresse à ses semblables et souligne l'importance de participer à ces commissions : *«Il est extrêmement important, comme certains d'entre vous le font déjà, d'être présent en faisant acte de candidature auprès du syndicat,*

30. R. NARBONI, «Stratégies Nocturnes exploratoire», *in Penser la Ville par la Lumière,* ss dir Ariella Masboungi, ed de la Villette. 2003, p 46, 47E
31. La première réglementation relative aux enseignes lumineuses est formulé en 1921, elle porte sur le temps d'allumage. En 1928, le nouveau Préfet de Paris demande pour sa part une concentration des efforts sur l'invisibilitée diurne des appareillages. La loi de 1937, s'attache quant à elle, au soucis des couleurs disparates.

qui transmettra vos coordonnées aux préfectures concernées. Je ne saurais trop insister sur la nécessité de votre participation, car la tendance évolue de plus en plus vers une restriction de nos prestations : dimensions des enseignes, couleurs, matériaux... Pour avoir participé à bon nombre de groupes de travail, je puis vous affirmer que seule notre présence effective peut dans certains cas, et arguments à l'appui, faire en sorte que les décisions néfastes à notre profession ne soient pas mises en application.» [33] La pratique de l'éclairage commercial serait alors menacé du point de vue « enseigne lumineuse », il reste alors celle de l'éclairage de la vitrine qui ne fait pour l'instant l'objet d'aucune réglementation. Les architectes d'intérieurs, les décorateurs prescrivent de plus en plus de projecteurs pour l'éclairage de certaines vitrines. Dans les centres villes, on observe ainsi un contraste important entre les vitrines des boutiques : certaines apparaissent murées par les rideaux métalliques et d'autres font l'objet de véritables scénographies.

Cependant, les rencontres du 6 décembre 2002, risquent peut être de changer la donne. Les premières assises de l'écologie de la lumière ont permis de dresser un état des lieux des connaissances et des pratiques actuelles mais aussi d'ouvrir de nouvelles perspectives. L'optimisation de la consommation électrique, le recyclage des lampes, l'impact de l'éclairage sur les organismes vivants, l'urbanité nocturne, la qualité du ciel nocturne selon le regard des astronomes, la question du gaspillage énergétique sont autant de thèmes qui ont été développés pour aller dans une nouvelle direction. [34] Comment l'éclairage commercial va-t-il s'inscrire dans ce nouveau courant?

L'engouement d'éclairer les espaces publics d'une manière scénographique a demandé aux fabricants de développer de nouveaux systèmes d'éclairage. Pour ne citer qu'un exemple les diodes électroluminescentes amènent des solutions intéressantes pour la conception et la réalisation des projets, elles sont aujourd'hui employées dans la création d'éclairages graphiques et signalétiques. Sandra Fiori rappelle que : *«Sur le plan technique, on assiste à une diversification constante des solutions d'éclairage et ce, non plus seulement en termes de sources. Ont en effet été favorisés, à côté des traditionnels candélabres à éclairage direct, le développement et l'utilisation d'autres luminaires et supports : Candélabres à éclairage indirect, projecteurs encastrés de sol, balises, dalles lumineuses...Ces appareils ont ainsi donné lieu à la création de nouveaux dispositifs d'éclairage des espaces publics. (...) Si ces dispositifs ont pu être conçus au début dans un but décoratif, en complément de l'éclairage public ou pour des mises en lumières architecturales, ils s'intègrent de plus en plus dans des solutions d'éclairage général. (...) Ils créent ainsi des configurations et des effets lumineux qu'on avait jusqu'ici peu l'habitude d'éprouver en ville.»* [35]
Bizarrement, l'enseigne lumineuse ne semble ne pas suivre cette direction, les tubes luminescents sont sculptés par les néonistes et les sources traditionnelles se cachent derrière des lettres boîtiers, des bandeaux «designés» pas les enseignistes. L'évolution de la technique de l'enseigne est simplement amenée par les nouveaux matériaux. Cela dit on peut se demander pourquoi l'évolution des techniques d'éclairage n'offre pas de nouvelles possibilités à la création d'enseignes.

32. La loi n°79-1150 D du 29 décembre 1979, elle à été renforcé par la loi N°95-101 du 2 février 1995 et par le décret n°96-946 du 24 octobre 1996.
33. In Icona, n°10, mai 2002, p28
34. Nous pouvons également noter que le premier Congrè National sur la Protection de L'environnment Nocturne oragnisé par le Centre de Protection du Ciel Nocturne, s'était tenu à Rodez le 7 et 8 octobre 1995. Les astronomes ne sont pas les seuls a ressentir une gêne lumineuse, ansi la misssion était d'amener une sensibilisation au problème de pollution.
Le ciel nocturne a d'ailleurs été inscrit au patrimoine mondial par l'UNESCO en 1992.

• **La question de la perception des usagers**

Face à, d'une part, le renouveau de l'éclairage urbain, et d'autre part des discours des acteurs concernés par les lumières commerciales, aux réglementations qui induisent une pratique de l'éclairage et à l'évolution des techniques, la question est alors de savoir :
Comment l'éclairage commercial participe de l'ambiance nocturne de l'espace urbain?
Comment le point de vue de l'usager permet-ils de contribuer à qualifier l'éclairage commercial?
Son point de vue rejoint-il celui des professionnels, des décideurs ou apporte-t-il de nouveaux modes et critères de qualification?

• **Le vécu des usagers en hypothèses**

A l'avenir, les lumières commerciales peuvent participer à construire les ambiances nocturnes. Telles des véritables poétiques du paysage nocturne elles pourraient certainement offrir aux usagers un renouvellement de leurs sensations.
Les constats que nous venons de développer pose ainsi l'hypothèse de l'éclairage commercial comme élément à part entière de l'architecture ordinaire :

• Les enseignes lumineuses ne sont pas obligatoirement vécues comme une pollution lumineuse, une gêne et un inconfort. Elles possèdent un caractère spectaculaire, un rôle mythique qui contribue au plaisir de la ville.

Concernant le plaisir nocturne de la ville, il faut prendre compte qu'un espace est d'autant moins utilisé qu'il est plus inquiétant et d'autant plus inquiétant qu'il est moins utilisé. A l'inverse, plus l'espace est attractif, plus il est pratiqué et plus il est rassurant. C'est bien ce que Anne Laibedeur [36] explique dans ses travaux, il existe implicitement un contrat social entre le piéton qui déambule et autrui. Ce contrat a pour but d'assurer à l'individu la sécurité vis-à-vis d'autrui dont il ignore les intentions. La fonction de contrôle de ce contrat est alors assuré par le regard social. Les yeux voient et jugent. Or ce regard social semble dépendre de la densité d'individus présents dans l'espace parcouru. Si la densité est insuffisante, l'individu augmentera son sentiment d'insécurité. Dans le cas d'un éclairage faible ce sentiment est maximisé. C'est là que l'éclairage commercial, en plus de l'éclairage public et celui des particuliers, prend son importance pour faire reculer les agressions et le sentiment d'insécurité. Cela nous amène à l'hypothèse suivante :

• L'éclairage des vitrines, des enseignes et des publicités est vécu comme un sentiment de sécurité très important pour la déambulation nocturne, mais cela impose une intégration au projet d'éclairage urbain.

Une des possibilités d'intégration et de dialectique serait que ces lumières commerciales relèvent d'un art urbain reconnu et accepté. Les artistes du Land Art [37] ont exploité les caractéristiques du paysage, ses qualités sensorielles ou symboliques. Les lumières commerciales pourraient devenir un complice de l'éclairage urbain et de l'espace à l'image de ce mouvement. Les métaphores tel que résidus urbains, temples de la consommation, nouvelles cathédrales, grandes machines urbaines, boîtes vulgaires, usines à vendre, hangars, entrepôts, pour définir les grands commerces de la périphérie de jour, peuvent peut-être se revêtir d'une image plus positive la nuit : un tableau où chaque lumière serait un élément de la composition d'ensemble. Il n'est peut être pas question de revenir au concept de «hangar décoré»

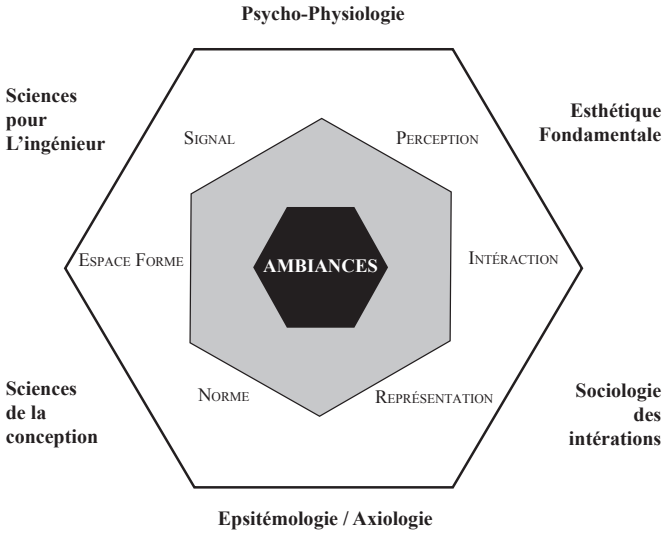
35. S. FIORI et R. THOMAS, *Une Ethnographie sensible de la place Schuman (Grenoble) et de la place des Terreaux (Lyon)* , Grenoble, CRESSON, déc 2002.
36. A. LAIDEBEUR, «La lumière, le Piéton et la Ville» in *Les Facteurs lumineux du Sentiments d'insécurité,* ss dir. J.-F. AUGOYARD, Grenoble, Cresson, 1990.

si cher à Robert Venturi, mais d'amener un éclairage qui traite le bâtiment - et non simplement sa façade - comme un volume signifiant de la scénographie urbaine. Seulement aujourd'hui, on observe que les enseignes et les lumières commerciales sont banalisées. Nous présumons ainsi qu'aux dires des usagers :
• L'éclairage commercial des rues et des zones commerciales pourrait manquer d'originalité pour construire un véritable paysage nocturne.

▶ Méthodologie

• Une approche contemporaine

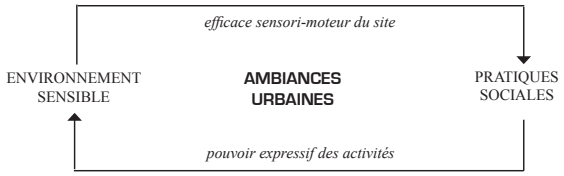
Dans le cadre de la recherche sur les ambiances architecturales et urbaines qui s'intéresse à la pluri-sensorialité et même l'inter-sensorialité, le sens visuel mérite encore de poser la question de son rôle dans l'interaction : espace nocturne / usagers. Il s'agit de savoir comment les usagers perçoivent l'éclairage commercial et en quels termes ils le qualifient. Pour répondre à la question de la perception, de nombreuses méthodes au sein du Cresson ont été développées. Les approches proposées sont différentes d'un travail classique où d'une part les mesures du flux lumineux ou de la luminance donnent uniquement des réponses technologiques et où, d'autre part, l'aspect humain ne se limite pas à une étude des réactions du sujet, type psycho-éclairage ou statistique de la socio-éclairage. Le laboratoire et l'enquête statistique sont délaissés au profit de l'observation locale et du recueil de récit livré par les usagers. Le schéma ci-contre situe l'ensemble des disciplines qui entrent en jeu dans la recherche des ambiances. [38]



Epistème de la recherche sur les ambiances architecturales et urbaines

37. Ce mouvement Artistique, né aux Etats-Unis à la fin des années 60 et qui s'est étendu progressivement en Europe a posé la question du paysage.
38. *Cinq Leçons sur les Ambiances architecturales et urbaines* - Jean-François AUGOYARD - cours de DEA « Ambiance Architecturale et Urbaine » 2002/03

Ce n'est que par une approche contextuelle que nous pourrons en effet saisir les interférences, les rapports entre le citadin et son environnement. L'environnement construit, affecte le citadin et en retour celui-ci le façonne. Pour rendre compte de cette double spécification ou mise en situation des phénomènes lumineux, nous utiliserons l'effet visuel et l'effet lumineux. Jean Paul Thibaud schématise ainsi :



La problématique des ambiances architecturales et urbaines impose une articulation de divers registre d'analyse. Les signaux physiques architecturaux et les conduites perceptives et sociales doivent être saisis. L'objectif est de comprendre pourquoi tel ou tel jugement est formulé par l'usager.
Afin d'évaluer et de comprendre les rapports sensibles entre lumière commerciale et perception, la démarche qui sera entreprise portera essentiellement sur le terrain.

1/ La phase des parcours commentés
Elle permettra de rendre compte de la manière dont se perçoit et se configure, en mouvement, l'espace. Simultanément une phase d'observation pourra être mise en place afin de compléter les données de la perception en mouvement. Quelles sont par exemple les modalités du regard?

2/ La phase de l'entretien sur image réactivée et de l'observation récurrente
En continuité de parcours commenté, elle permettra de prolonger les paroles des usagers et de confronter les propos des interviewés entre-eux.

• La méthode des parcours commentés

La méthode des parcours commentés a été préférée à d'autre parce qu'elle permet de rendre compte à la fois de « l'emprise du contexte environnemental de la perception », de « l'activité perceptive des citadins » et de la manière dont « les façons de percevoir sont indissociables du cours d'action dans lequel le passant est engagé ». La méthode des parcours commentés offre ainsi, la possibilité de révéler le rapport entre l'environnement sensible et l'expérience ordinaire et perceptive de l'usager et également de mettre en exergue ses compétences. Elle permet d'accéder à des comptes-rendus de perception en mouvement. Autrement dit, elle permet de rendre compte des cadres sensibles de l'espace.
Elle répond d'une part à l'exigence d'interroger la perception des citadins sous l'angle des déplacements et la diversité de situations qu'ils mettent en jeu, d'autre part à notre souci d'appréhender l'activité du piéton ou du passager sous la configuration lumineuse dû à l'éclairage commercial.

Elaborée par Jean-Paul Thibaud, elle permet de répondre à trois questionnements ou problèmes majeurs posés par l'étude de l'environnement sensible de l'espace urbain : [39]

- La complexité d'articulation des sens (toute ambiance in situ articule simultanément diverses modalités sensorielles)
- La nécessité d'une voie d'analyse interdisciplinaire (située entre les approches qualitative et quantitative de l'objet d'étude.)

39. Les deux paragraphes suivants sont largement inspirés de « La Méthode des Parcours commentés », in Grosjean Michèle et Thibaud Jean-Paul, *L'Espace urbain en méthodes,* Parenthèses, 2001 pp 81-83

- La nécessaire prise en compte de la présence humaine comme facteur déterminant de la constitution d'une ambiance. En effet, «il ne s'agit plus de décrire ce que l'on perçoit mais de rapporter les descriptions à ce qui est observable, enregistrable et mesurable sur place.» On passe alors de la perception située aux cadres sensibles de l'espace urbain, de l'expérience ordinaire des usagers aux configurations sensibles du site.

Jean-Paul Thibaud a fondé cette méthode sur trois hypothèses :

- *L'impossibilité d'une position de surplomb*.
L'activité perceptive du citadin ne peut être observé par le chercheur que s'il s'approche au plus près de son point de vue et en observant le milieu dans lequel se réalise la perception. L'activité perceptive est liée à l'action en cours et au milieu dans lequel elle se situe.

- *L'interstice du dire et du percevoir.*
Il est possible d'appréhender la perception à partir de ce qui peut être rapporté verbalement. Pour qu'un événement parvienne à nous parler et à nous faire parler, il faut qu'il nous soit perceptible, mais plus encore, il doit devenir prégnant, il doit avoir pris forme.

- *L'inévitable « bougé » de la perception.*
Pour Jean-Paul Thibaud, le *«bougé se donne à la fois comme fondement de la perception et condition de possibilité du public »*. Fondement de la perception et condition de possibilité du public car un « monde commun » peut être appréhendé par des personnes ayant des points de vue différents et si je peux me mettre à la place d'autrui alors « l'idéalisation des perceptives réciproques » est possible.
L'interviewé est sollicité : marcher ou circuler, percevoir et décrire.

Les différentes phases de la méthode

Comptes rendus de perception en mouvement par les usagers

Elle permettra de composer un corpus sous forme de texte retranscrit qu'il faudra analyser suivant une variété de circonstances. Le contexte sensoriel d'un lieu évolue au cours d'une journée, d'une semaine, d'une saison. Les descriptions d'un même parcours diffèrent selon qu'elles sont effectuées de jour ou de nuit par temps ensoleillé ou non, en présence de public, lors d'activités intenses ou à des moments d'accalmie. Aussi convient-il de diversifier les conditions temporelles de l'expérience.
Phase d'analyse : pour le contexte de description de l'expérience, deux dimensions sont à prendre en compte : la spatialité du corps et temporalité du site.
Dans notre étude, les variétés de cheminements et les multiples points de vue (selon le type de personne) ne seront pas prise en compte.

La traversée polyglotte

Il s'agira ensuite de croiser les points de vue, de faire émerger les convergences au-delà des différences et de ressaisir un même contenu à partir des manières de décrire singulières. Opérer ces recouvrements, permet de reconstruire la dimension inter subjective de l'expérience et de montrer comment un site mobilise des perceptions partagées. Cette phase d'analyse intermédiaire des descriptions donnera lieu à une «traversé polyglotte». Le receuil des paroles une fois retranscrite permet de recomposer un «parcours idéal». *«Pour un trajet donné, il s'agit de reconstruire un parcours qui exacerbe au maximun les potentialités des dispositifs spatio-perceptif. Le problème n'est donc pas celui de la vraisemblance de la reconstitution mais de sa puissance démonstrative.»* [40]

40. THIBAUD Jean-Paul, «La Méthode des Parcours commentés», in GROSJEAN Michèle et THIBAUD Jean-Paul, *L'Espace urbain en méthodes,* Parenthèses, 2001 p 88

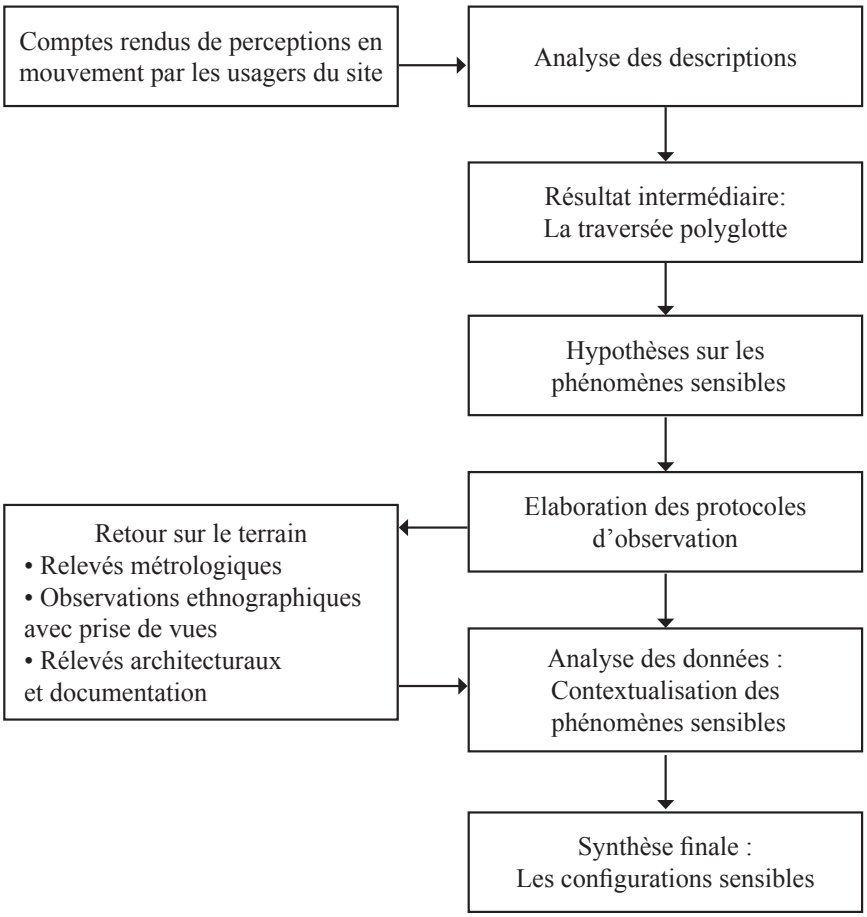
La contextualisation des phénomènes

Les résultats intermédiaires demandent à être explicités, donc un retour sur le terrain deviendra néccessaire. L'objectif étant de repérer en détail les conditions à partir desquelles apparaîssent les phénomènes décrits par les passants.

Les configurations sensibles

L'analyse finale devra opérer une synthèse des différentes données recueillies. Elle fera alors émerger des configurations sensibles.

L'ensemble de la démarche peut être présentée selon le schéma ci-dessous.[41]



Différentes phases de la démarche de terrain

41.op cit. p 83

Une modulation de la méthode

La méthode de la perception en mouvement a fait à ce jour ses preuves et a été de nombreuses fois utilisées par les chercheurs s'intéressant aux ambiances architecturales et urbaines. Dans le cadre de notre étude nous proposerons une petite variation. La démarche initiale sera adaptée sur l'un des sites retenus. En effet l'avenue Gabriel Péri à Saint Martin d'Hères semble être un espace donné aux automobilistes. Le parcours s'effectura en voiture.

Les retombées attendues de la méthode

Les configurations sensibles devraient faire émerger des solutions pour composer de nouvelles perceptions de ces lieux et re-qualifier l'espace sensible. Les lumières commerciales devraient à l'avenir participer à la cohérence des perceptions nocturnes, au renouvellement des sensations et à la poétique du paysage.

• Le choix des sites d'investigation

Grenoble, la préfecture du département de l'Isère, près de la confluence du Drac et de l'Isère, dans la plaine du Grésivaudan, entourée de montagnes, ne possède rien d'une ville typique et cela même du point de vue de l'éclairage. L'urbaniste Jean-François Parent nous présente les trois manières de découvrir la ville de Grenoble.[42] La lecture des *écrits* sera soit « *nature* » si nous arrivons par les routes qui débouchent du Vercors, de la Chartreuse ou des balcons de Belledonne, soit « *Banlieue de ville européenne traditionnelle* » si nous l'abordons par les routes nationales de l'est, de l'ouest ou du sud, soit encore *« américaine ». D*ans ce cas là, nous nous retrouvons, sans avoir eu le temps de nous y préparer, au cœur de la ville par l'une des trois autoroutes de Lyon, de Chambéry ou l'autoroute du Sud. Mais si pour l'auteur, il semble parfois bien difficile de trouver le petit panneau blanc cerné de rouge « Grenoble » dans le fouillis des indications routières, des « pubs » et des enseignes, notre observation nocturne a été bien différente. Le désordre dû aux panneaux d'affichages, aux néons des supermarchés et aux enseignes géantes des firmes, que nous relevons le jour, n'apparaît pas dans la nuit tel une surenchère d'agressivité de lumière contrairement à certaines villes. Bien au contraire, les lumières commerciales semblent parfois avoir été gommées. Ce constat nous a conduit à rechercher à Grenoble et dans son agglomération, des lieux pourvus d'une lumière commerciale caricaturale.

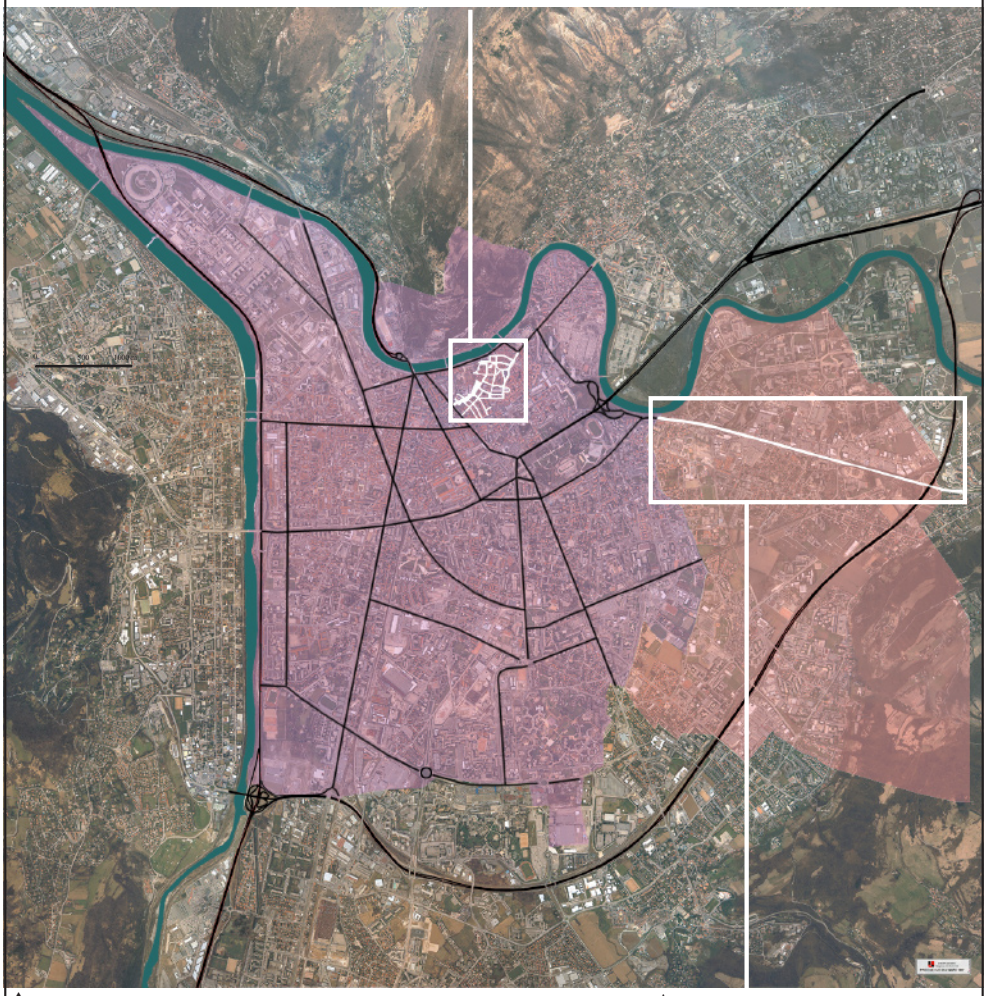
Nous avons ainsi retenu comme site d'étude trois rues : deux rues piétonnes du cœur de la ville de Grenoble et une avenue d'agglomération à Saint-Martin d'Hères.
Nous reviendrons plus tard et plus précisement sur les caractéristiques de ces deux zones d'interventions. Ces deux zones au tissu urbain bien différent reçoivent une multiplicité de fonctions, mais c'est la fonction commerciale qui les caractérise le plus. Lieux de circulation piétonne ou automobile, on y passe, on s'y arrête, on y flâne parfois même sans avoir à acheter, on y est attiré par l'animation. Aussi, la rue, l'avenue, lieux de jonction, offre visibilité et lisibilité. Dans ces véritables espaces publics de transitions, de passages, des choix sont à prendre : direction, repérage.

L'agglomération Grenobloise connait, elle aussi, des bouleversements très profonds depuis quelques années. Les nouvelles formes de distribution contribuent à un remodelage de l'espace urbain, tant au niveau local des communes qui les accueillent, que dans le fonctionnement global de l'agglomération et de la région urbaine dans son ensemble. Le centre s'oppose à la périphérie par le type activités commerciales qu'il offre. L'agence d'Urbanisme de la région Grenobloise, nous

42. Parent J.-P., *Grenoble et ses lectures* in Préface *Des écrits dans la ville*, Paris, l'Harmattan, 1998
43. Agence d'urbanisme de la région Grenobloise, *Espace ville et commerces*, Brochure Point de répère, AURG, 1993.

donne un état des lieux dans la brochure *Espace ville et Commerces* [43].
«*Malgrès le fort développement de l'habitat dans les communes de l'agglomération et au-délà dans les trois branches de l'Y, Grenoble concentre toujours la majorité du petit commerce de la région urbaine*». Au centre ville l'activité commerciales connait entre 1982 et 1992 une diminution significative. Le secteur alimentaire est le plus touché, les équipements de la personne connait une baisse sensible et les équipements de la maison demeure en fort recul. Dans l'hypercentre où l'accès automobile est possible, les activités semblent rester en équilibre. Dans les autres périmètres (Bérriat, Saint-Bruno,...) une tradition d'animation commerciale perdure :le marché. Mais les rues du centre ville exigent un commerce de qualité, un commerce plus luxueux.
En périphérie, les grandes surfaces, après avoir accompagné l'urbanisation, s'implantent près des sorties d'autoroutes. *«Après 1981, les points de vente non alimentaires se multiplient. (...) le secteur de l'équipement de la maison a pris une place dominante.»* Les établissements de plus de 400 m² occupent 70 hectares dans l'agglomération. Les grandes voiries et échangeurs favorisent la mobilité géographique des consommateurs et la concurrence entre grands pôles commerciaux. On notera que l'aggomération présente une spécificité : des galeries marchandes liées aux grandes surfaces qui confortent leur impact.

Rues commerçantes
du centre ancien de Grenoble



nord ▲

Avenue commerçante
à Saint-Martin d'Hères

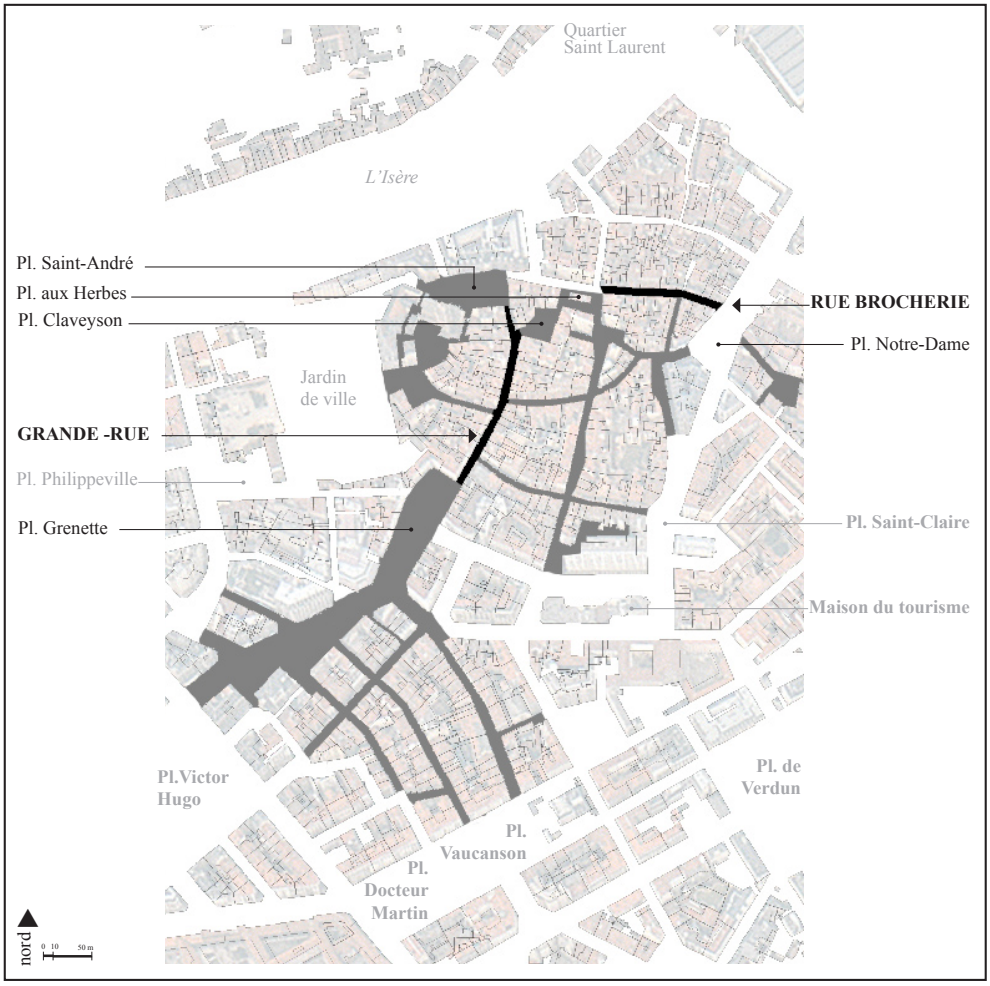
2

PERCEPTION EN MOUVEMENT DE LA LUMIÈRE COMMERCIALE IN SITU

▶ Présentation des terrains

• Rues commerçantes du centre ancien de Grenoble : La Grande-Rue et la rue Brocherie

Le noyau historique de Grenoble, coupé par l'Isère autour de laquelle il s'est développé, est décentré tout au nord de la ville. La rive droite serrée entre la rivière et la montagne est le lieu d'élection des pizzerias aux néons multicolores avec leur animation vespérale.



La rive gauche offre quant à elle, dans un dédale de petites rues, une floraison de rez-de-chaussée commerçants, dont les enseignes changeantes attirent le regard et l'animation. Situées ainsi dans la « ville-centre » (qui n'abrite que le 1/3 des

habitants de l'agglomération et ne couvre que le 10e de sa superficie), la Grande-Rue et la rue Brocherie font partie des plus anciennes rues de la ville. Depuis l'époque antique ces voies ont bien évidemment subi des transformations morphologiques et cela notamment au XVIIIe siècle : leurs dimensions se sont élargies et leurs bâtiments se sont alignés. Ils laissent place aujourd'hui à un réseau piétonnier (ou semi piétonnier).
Dans ce tissu de ruelles deux, trois places irrégulières, permettent une perspective sur les rares bâtiments historiques que recèle Grenoble : une Cathédrale austère, un Palais de Justice époque Renaissance, une Collégiale, un Hôtel du XVIIe, qui fut Hôtel de ville, et quelques traces, çà et là, de fortifications. Ici, c'est à pied qu'il faut lire l'urbain et découvrir les objets éclairants.

Place Grenette

Place Saint-André

Place Claveyson

Rue du Palais

Place Notre-Dame

Place aux Herbes

Grande-Rue :

La Grande-Rue (nom déjà cité en 1101, mais officialisé en 1801 après de nombreux changements), constitue l'un des pôles d'attraction du quartier. Elle s'étend de la place Grenette (anciennement place Granaterie, lieu de marché aux grains et aux bestiaux mais également lieu des exécutions publiques, et place de la Liberté) jusqu'à la place Claveyson où vivait autrefois Claveyson de Lionne, membre du parlement du Dauphiné. Mais elle conduit également à la place Saint-André cernée de la Collégiale Saint-André et de l'ancien Palais de Justice (style Renaissance et Gothique flamboyant). La place Saint-Andrée est réputée l'été pour ses terrasses de café qui s'étendent jusqu'à la statue du chevalier Bayard (1823).

La Grande-Rue est bordée d'immeubles aux façades très sobres, dans les tons de ocre, et qui offrent divers commerces au rez-de -chaussée. Au n°8, on a la maison natale du peintre Henri Flantin-Latour et l'entrée de la cour de Chaulnes. De jour, les deux enfilades de vitrines ne manquent pas d'être appréhendées par les yeux des piétons. La nuit, la rue semble s'endormir. En effet, l'activité des livreurs domine le matin, la foule déambule l'après-midi (notamment le samedi) et le champs visuel semble se libérer la nuit tombée. Rachel Thomas explique dans sa thèse[44] «qu'en période nocturne, la lumière est blanche et jugée froide par les passants. (…) L'éclairage de la Grande-Rue donne en effet à voir clairement les conduites d'autrui en période nocturne. Elle participe alors d'un sentiment de sécurité». Nous présentons les paroles d'usagers qu'elle avait retenues et qui nous permettent de comprendre la différence d'ambiance diurne et nocturne :

« C'est une rue aussi où il a du monde. Or elle n'est pas si large que cela et on est tous encadrés comme ça et obligés de circuler plus ou moins au milieu puisque sur les côtés on a les vitrines. Du coup, ça dirige pas mal la circulation »

« Elle semble presque insignifiante parce qu'elle est vide. Enfin,il n' y a personne alors qu'on est habitué à la foule ici. C'est plus la Grande-Rue comme ça. C'est mieux pour circuler… En plus, elle a un côté sombre auquel tu ne t'attends pas vraiment. La Grande-Rue, c'est les commerces. Et on l'imagine plus éclairée. »

Rue Brocherie :

Plusieurs hypothèses ont été formulées quant à l'origine de son nom. Le mot «Brocherie» proviendrait soit une déformation du mots «Bucherie» en référence à l'hôtel Pierre Bucher, soit de la présence des marchands de brocs, de pots et de vases (on y faisait donc le commerce de la «Brocherie»). Cependant l'explication la plus vraisemblable serait que dans cette rue se trouvaient les fabricants de broches, qu'utilisaient les tisserands. La rue Brocherie relie la Place aux Herbes avec sa petite halle métallique du XIXe, coiffant le marché aux fruits et légumes, à la Place Notre-Dame où se dressent des immeubles cossus, la Cathédrale et la Fontaine des «Trois Ordres». Elle marque une limite nord à l'espace piéton. Par son traitement au sol, la rue apparaît piétonne. Mais les garde-fous marquent l'espace réservé aux passants qui se confrontent au passage régulier des voitures. La rue est circonscrite

44. R.THOMAS, Ambiances publiques, mobilité, sociabilité. Approche interdisciplinaire de l'accessibilité piétionnière des villes, 2000,CRESSON, p160

de bâtiments datant du XVIIIe. Au n°6, 8 et 14 ce sont des cours intérieures qui distribuent les logements. L'hôtel Pierre Bucher, sis 1 impasse Brocherie et datant de 1560, manifeste l'Architecture civile du XVIe. On relève au n°6, l'Hôtel de Croy Chastel où l'entresol accueillait les boutiquiers.

De nuit, l'éclairage blanc doré paraît convivial. *«* Cependant, la parole demeure mobilisée par la mise en scène colorée du lieu. (…) La rue Brocherie bénéficie ,comme la rue Chenoise, d'une chamarrure d'enseignes colorées des restaurants. Celles-ci créent des événements lumineux dans la dynamique du parcours. Elles participent d'un jugement qualitatif de l'espace *»*.* Voici des commentaires d'usagers qui avait été recueillis[45]:

«Sinon, là ce sont des rues étroites avec des bâtiments très hauts et plutôt vieux, ce qui ne donne pas un aspect très agréable. Du coup, ce sont des rues plus à l'ombre. »

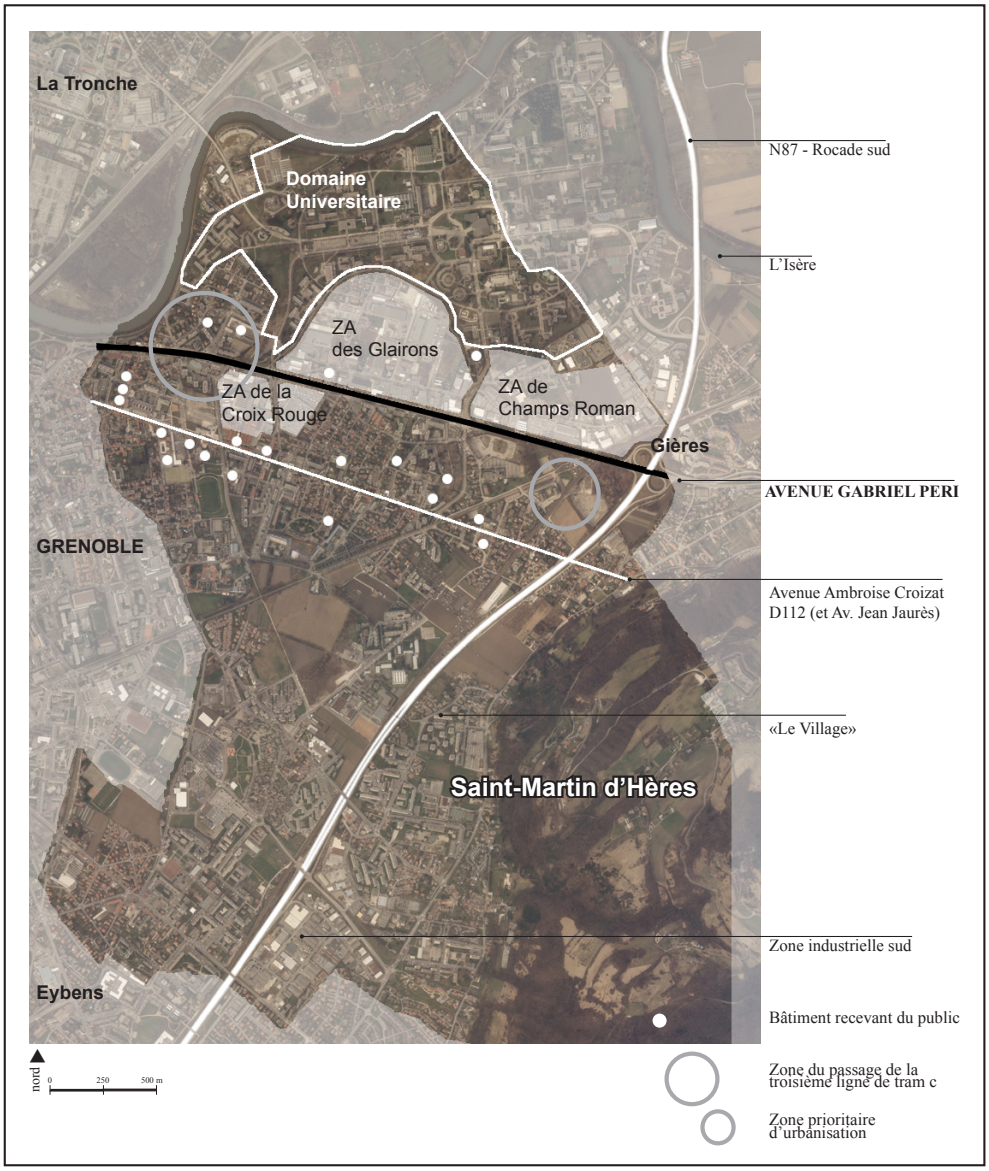
« C'est éclairé comme la rue Chenoise. Même si y a pas les marques au sol, ça donne la même impression… De convivialité au niveau de la lumière… Peut être un peu moins parce que c'est plus large ici. Or, tout ce qui est étroit fait encore plus ambiance de fête. Mais on ressent bien cette convivialité quand même… »

En journée, autour des commerces, la Grande-Rue et la rue Brocherie semblent être des lieux privilégiés de la convivialité, du partage du temps et de l'espace entre communautés diverses. A la nuit tombée, il apparaît que l'épanouissement des vitrines éclairées, des enseignes lumineuses, amène un éclairage plus sporadique au paysage de la Grande-Rue alors qu'au niveau de la rue Brocherie l'ambiance lumineuse assez dense semble amener une grande animation.

• A la périphérie de Grenoble, telle une entrée de ville :
L'avenue Gabriel Péri à Saint-Martin d'Hères

L'urbanisation se prolonge au-delà de la limite communale de Grenoble, à l'est de la « Bajatière » et de « l'Abbaye », par le quartier Martinérois de la Croix-Rouge qui forme une continuité urbaine. Cette urbanisation a introduit de la modernité et une vitesse de lecture différente de la ville. On accède alors à Grenoble par le sud suivant deux ou trois avenues qui offrent quelques équipement publics. Ces voies canalisent l'essentiel de la circulation vers le centre et l'essentiel de l'animation commerciale.
L'avenue Gabriel Péri constitue l'accès sud-ouest au centre de Grenoble. Situé sur le territoire communal de Saint-Martin d'Hères, cet axe majeur (D523) relie la commune de Gières situé au sud de la rocade à Grenoble au niveau d'un des méandres de l'Isère, non loin du parc Mistral. Cette longue avenue rectiligne se caractérise par les zones d'activités commerciales et artisanales qu'elle distribue. Les zones d'activités Champs Roman, des Glairons, du « Portail Rouge » sont ponctuées de hauts immeubles (les Sapins Bleus, le Chamrousse, les Tulipes, les Cèdres, les Aulnes) d'une architecture des années 50 et des années 60.

45. R.THOMAS, op cit, p160



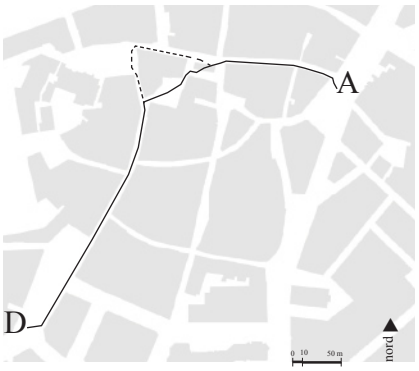
Ces habitations offrent un sky-line mouvementé à la voie. Le domaine universitaire (comprenant trois universités) implanté vers 1969 pour moitié sur la commune de Saint-Martin d'Hère et pour l'autre sur la commune de Gières s'accroche également à l'avenue. Le Palais de l'Université, place de Verdun à Grenoble, même délesté de l'Université des Sciences et de la bibliothèque, était devenu insuffisant. L'avenue offre une première entrée verdoyante à l'ouest et une seconde dissimulée à l'est derrière de larges structures aux bardages métalliques peints. A proximité de l'accès principal (à l'ouest) du campus universitaire, la clinique Belledonne et des annexes médicales s'érigent face au centre commercial Géant Casino.

▶ Protocole mis en place pour les parcours commentés

Nous rappelons que l'enquête in situ a pour objectif de définir comment les usagers perçoivent les lumières commerciales des espaces publics que sont les rues.
Les enquêtes in situ se sont déroulées selon trois phases.
- La perception en promenade
- Le questionnaire
- Les photographies
- (Suite du questionnaire)

• Le recueil des perceptions en mouvement : les parcours

Pour chaque site, un parcours-test a été effectué afin de vérifier les consignes et la durée du trajet. Les parcours sont apparus suffisamment longs pour que nous puissions obtenir de riches commentaires.
Nous avons réalisé les parcours commentés suivant ces deux sites :



1/ Grande-Rue et rue Brocherie

Les parcours commentés au centre ville de Grenoble ont été effectués à pied, les observateurs étaient entièrement libres de leurs mouvements. Ils pouvait arrêter leur marche, revenir sur leurs pas, changer d'allure. Le parcours commençait au niveau des Galerie Lafayette, Place Grenette. Arrivés à la fin de la Grande-Rue, les interviewés avait le choix de poursuivre le trajet soit en passant par la Place Saint-André, soit en empruntant la Place Claveyson afin de rejoindre la Place aux herbes qui ouvre sur la Rue Brocherie. Le parcours se terminait Place Notre-Dame. La pratique du cheminement dans le sens inverse a été effectué lors de la phase de photographie mais elle ne peut constituer un corpus suffisant de qualité pour envisager le croisement des commentaires.

2/ Avenue Gabriel Péri

Pour les parcours commentés qui se sont déroulés à Saint-Martin d'Hères, les interviewés percevaient l'avenue Gabriel Péri en temps que passager d'une voiture.
Le point de rendez-vous pour ces trajets se situe à l'entrée de la ville de Gières, au niveau du rond point en construction. Comme pour les parcours en centre ville, les sites étudiés étaient abordés en amont, dans un contexte plus large. Ceci offrait l'avantage de mettre en confiance les observateurs. La perception de l'avenue s'est donc effectuée avec une vitesse réglementaire de 50 km/h. Dans ce type de parcours l'interviewé n'avait que le choix de ce laisser conduire. Aussi l'avenue a été parcourue dans le sens aller et le sens retour, avec demi-tour au niveau de l'avenue Flandrin à Grenoble, offrant la possibilité aux passagers de revenir sur certains points. Les rythmes des parcours ont donc été fonction de la signalisation tricolore et des conditions de circulation.

Comme Jean-Paul THIBAUD le recommande dans son ouvrage, nous avons varié les moments de l'expérience, les heures, et les jours. Nous ne pouvions pas prendre en compte le facteur saison dans le temps imparti pour ce mémoire de DEA. Ainsi les parcours ont été effectués entre le 5 mars et le 8 avril 2003. Les horaires de départ ont varié selon trois moments forts de la soirée [46]:

- à la tombée de la nuit, moment où l'ensemble des vitrines et enseignes sont allumées. Vers 18h30 les clients effectuent leur derniers achats. A 19h les magasins se ferment et à 19h30 les vendeuses ont terminé leur caisse, le rangement et le nettoyage.
- début de la soirée, après la fermeture des magasins, les vitrines et enseignes sont en grande majorité éclairées. La lumière commerciale est hétérogène. Vitrines et enseignes allumées ; rideaux métalliques (vitrine éteinte) et enseignes allumées ; vitrine et enseigne éteintes ; vitrine allumée et enseignes éteintes, toutes les configurations sont possibles. L'enchaînement des boutiques constitue un rythme de lumière.

L'éclairage public est en place dans un environnement sombre. (20h à 22h)

- début de la nuit, extinction des feux, certains éclairages commerciaux perdurent et l'éclairage public veille sur la ville. La ville s'endort. (22h-1h)

Nous n'avons pas retenu la période du lever du jour qui correspond à une période de reprise des activités et où les vitrines des commerces sont éteintes.

Pour ces parcours nocturnes nous avons tenté d'obtenir une population la plus variée possible. A partir d'un petit réseau de connaissances, nous avons donc pris préalablement des rendez-vous avec vingt personnes. Treize «usagers ordinaires» ont effectué le parcours en centre ville et sept se sont laissés conduire sur l'avenue Gabriel Péri. Deux personnes expertes ont participé à ce second parcours. Ce petit échantillon permettra d'obtenir les récurrences suffisantes et nécessaires à notre étude. (cf: La présentation des interviewés - annexe 1)

Les passants et passagers qui ont accepté de participer à cette enquête ont été muni d'un micro-cravate et d'un magnétophone portable, afin que nous puissions enregistrer leurs commentaires.
Nous leurs avons préalablement expliqué ce que nous attendions de leur part. Il s'agissait de faire l'état des lieux le plus précisément possible de l'ambiance immédiate du lieu proposé tel qu'il était perçu ici et maintenant. Afin de savoir où l'interviewé se situait nous indiquions des repères spatiaux supplémentaires au enseignes énoncées afin que nous puissions les utiliser lors de la phase d'analyse.

La consigne que nous avons donné aux parcourants était :

Nous allons nous promener à pied (en voiture) dans le centre ancien de Grenoble, Grande-Rue et rue Brocherie (à Saint-Martin D'hères, le long de l'avenue Gabriel Péri). Tout au long du parcours, j'aimerais que vous me décriviez l'ambiance des lieux, ce qu'ils vous inspirent et ce que vous ressentez. Vous pourrez vous appuyer sur vos souvenirs, faire des comparaisons... Pourriez-vous me parler de l'ambiance lumineuse et notamment de ce qui constitue pour vous « les lumières commerciales ». (Eléments, formes, tailles, couleurs, effets, intensités, ...) Vous pourrez lire à voix haute ce que vous voyez, vous en amuser, commenter et même si vous le souhaitez : analyser.

Il nous est apparu essentiel de ne pas laisser trop de liberté dans le choix du trajet, afin de faciliter les recoupements pour l'analyse. Mais le parcours «centre-ville» a pu laisser dans une certaine mesure un choix de trajet à l'enquêté. S'il le souhaitait l'individu avait le choix de s'arrêter momentanément, de revenir sur ses pas, de changer d'allure. Alors que celui de l'avenue Gabriel Péri n'offrait aucune liberté mise à part la faible rotation du corps, de la tête.

46. Passage à l'heure d'été, le 30 mars.

En tant qu'enquêteur, nous avons accompagné les passants ou passagers qui nous adressaient les descriptions. Dans le cas du parcours en centre ville, nous avons respecté l'allure de leurs déplacements. Nous sommes intervenus le moins possible, nous nous sommes limités à un rôle *d'auditeur bienveillant*. Cependant nous avons parfois relancé la parole de nos observateurs qui montraient des difficultés. Voici quelques relances que nous avons formulées :

- Est-ce qu'une enseigne vous invite ?
- Vous trouvez que par rapport au début du parcours il y a plus ou moins de lumière commerciale ?
- Les lumières commerciales sont elles les mêmes ici ?
- Est-ce que les enseignes lumineuses sont mieux organisées?

Pour cette première phase de l'enquête, les parcours ont duré entre dix et trente minutes selon que les parcours s'effectuaient en voiture avenue Gabriel Péri ou en « Centre ancien » avec des personnes qui flânaient et qui était aussi assez bavardes.

• L'observation

Durant les parcours nous avions prévu de compléter les données sur l'appréhension de l'éclairage commerciale par de l'observation. Mais cette méthode c'est avérée difficile à mettre en place. Nous avons relevé certains comportements, certains gestes qui ont été notés a posteriori dans les retranscriptions. Mais pour que les observations aient une véritable portée, il aurait été nécessaire d'être accompagné par un autre enquêteur.

• L'entretien

A la fin des parcours un questionnaire, un petit travail de mémorisation, a permis de rendre compte :
- de la connaissance et des occasions de fréquentation du quartier,
- des événements les plus marquants du cheminement,
- de la distinction des lieux traversés en fonction des ambiances lumineuses et commerciales.

Dans notre cas la reconstitution du parcours sur plan, avec l'interviewé n'est pas apparu nécessaire. (Cf : le questionnaire en annexes)

• La prise de photographies et la réactivation sensorielle

Nous avons demandé aux interviewés où ils souhaiteraient se rendre afin qu'ils prennent deux ou trois photographies : un endroit, une enseigne qui les avaient interpellé positivement ou négativement. Dans les deux types de parcours, cette phase permettait au participant de compléter leurs commentaires ou de revenir sur certain de leurs propos. Le recueil des commentaires s'étoffaient.
Après que nous ayons obtenu spontanément un titre aux photos qui venaient d'être prises, nous présentions trois photos faites par les interviewés précédents grâce à un appareil photo numérique. Nous avons ainsi demandé à la personne si elle reconnaissait les lieux et ce qu'elle pensait des clichés. Nous relations ce qui avait motivé la personne, et l'interviewé poursuivait ses commentaires. La prise de photo à constitué un véritable embrayeur de parole.

• La conclusion de l'enquête in situ

Nous donnions fin à l'entretien par une évaluation de l'expérience et le recueil de quelques renseignements personnels tel que l'âge, le lieu d'habitation et la profession.
A la fin du questionnaire semi-indirect clôturant la phase de parcours, certains interviewés ont montré une petite fatigue passagère, l'expérience demandait effectivement un effort d'attention, mais lors de la conclusion de l'expérience (après la phase photographie), les réponses relatives à l'évaluation de l'expérience prenaient assez souvent la forme de nouveaux commentaires sur les lieux (ou répétition ou continuité du discours). Les interviewés s'étaient «pris au jeu».

▶ Présentation des résultats et début de l'analyse : Traversées polyglottes

• De la retranscription des paroles à l'analyse intermédiaire

Les propos énoncés ont été intégralement retranscrits, pour qu'elle soit le plus fidèle possible les fluctuations de parole ont été également notées (silences, hésitation, onomatopée, bégaiement). Le principe de passage de la description à l'analyse repose sur d'une part la redondance et d'autre part sur la diversité des modes d'accès aux phénomènes sensible.*« A cet égard, l'analyse des commentaires consiste moins à classer les objets perçus lors du parcours (que perçoit-on ?), qu'à examiner les façons de dire ce que l'on perçoit (comment perçoit-on ?)* »

La traversée polyglotte est une analyse intermédiaire. Comme nous l'avons évoqué auparavant, les textes que nous allons présenter correspondent à une sorte de parcours idéal dans lequel nous avons insisté sur la puissance démonstrative et exacerbé les potentialités sensibles du site. Cet agencement hétéroclite de paroles plurielles a été obtenu par un collage de fragments descriptifs. La dimension contextuelle demandait de respecter la direction et la localisation du locuteur, de respecter le changement de locuteur (code du point). Aussi le texte recomposé respecte une des temporalité du site (celle de la tranche horaire). Nous avons mis entre crochets certains commentaires qui correspondaient à des créneaux horaires différents. La lumière est dynamique dans le temps, éteinte à un moment et allumée à un autre. Les variations sont liées à des facteurs environnementaux connexes, aux données sensorielles qui qualifient la situation dans laquelle se trouve l'individu.

• Créneau Horaire
Les horaires quotidiens d'ouverture et de fermeture des magasins engendrent alors une dynamique dans l'extinction et l'allumage des lumières.
« Ainsi trois périodes essentielles rythment la vie nocturne du Centre Ancien : la première est marquée par la mise en marche de l'éclairage public, l'activité commerçante et l'animation des rues. La seconde correspond à la fermeture des magasins et à l'extinction de l'éclairage des vitrines. La troisième est celle où l'éclairage public prend toute son importance, l'activité marchande est définitivement terminée » [47]

• Jours ouvrables et week-end
Le dimanche sera ressenti plus calme et plus sombre que le mardi.

• Cycle saisonnier
L'hivers et été, amènent des ambiances différentes, le facteur de température semble alors générateur de la fréquentation des lieux. La perception de la lumière serait lié à ce phénomène. La ville éclairée, l'hiver apparaîtrait plus sombre et l'été, plus lumineuse.

Le texte dans la première colonne est une description « en train de se faire ». La colonne de droite constitue des hypothèses des phénomènes sensibles. Situé entre l'analyse et de nouvelles hypothèses, les effet lumineux et visuels ont ainsi été relevés. Certains effets ont été exprimés directement par les parcourants, d'autres sont fonctions des conditions spatiales physiques et perceptives et nécessiteront d'être explicités et validés par la suite par les relevés métrologiques et analyses de l'espace construit. La définitions des effets lumineux et visuelles sont présentés dans la partie suivante. Elles constituent une analyse thématique et un premier pas vers l'élaboration d'un répertoire des effets lumineux et visuelles. [48]

• Traversée polyglotte : De la place Grenette à la place Notre-Dame

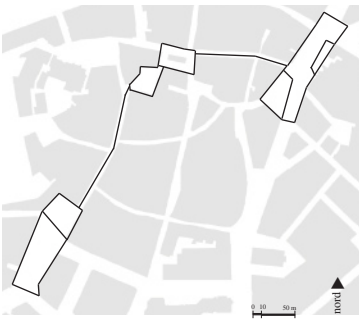
• Traversée polyglotte : De Gières à Grenoble, de Grenoble à Gières

Nous informons d'or et déjà, le lecteur que le relevé des commerces sur les deux parcours sont présentées dans la partie contextualisation sous forme de cartes.

47. CHELKOFF G., THIBAUD J.-P., BARDYN J.-L., *Une approche qualitative de l'éclairage public,* CRESSON, 1990, p 66
48. A l'image de l'ouvrage de Augoyard J.-F., Torgue H., *A l'écoute de l'environnement*, *Répertoire des effets sonores*, Marseille, Parenthèse, 1995.

Traversée polyglotte
De la place Grenette à la place Notre Dame

Grande-Rue et Rue Brocherie



Donc voilà, on est place Grenette. On est en face des Galeries Lafayette, donc pour moi c'est un repère vraiment traditionnel des villes, donc ça évoque ma ville à moi, (...) c'est toujours un lieu ressource. Donc, la vitrine, à travers la porte qui n'est pas encore fermée par les grilles, nous plonge dans la perspective intérieure. Bon alors on avance…
Ben, c'est mieux l'été parce que quand il fait chaud y a toujours plein de monde et puis avec les bars c'est vachement attractif ! L'été, ouais, et le soir, bon, ben voilà, l'hiver c'est différent quoi. C'est vrai que c'est très peu fréquenté sachant que tout le monde est plus à l'intérieur qu'à l'extérieur. Mais j'aime bien cette place de toute façon, parce que c'est piéton. Ici je trouve que..., alors ici, on a une place super bien éclairée et tout le long. La lumière, c'est un peu trop fort, trop éclairé. Tu vois la première chose quand on se retourne, ben voilà, moi je pense qu'il y a un manque d'éclairage au niveau de l'église, là par exemple. Au niveau de l'hôtel, du bâtiment ancien c'est pareil, pas d'éclairage, on éclaire la place ici parce qu'il y a des commerces.
Alors tant qu'à parler des commerces, vu qu'il y en a pas mal, y en a un que j'avais repéré qui est ici (à droite), parce qu'il y a une vitrine qui est au deuxième étage et je trouve ça assez marrant quoi. 1,2,3, c'est un magasin féminin, léger quand même, y a pas grand chose. Juste avant la pizzeria, ben, à vrai dire par rapport à ce qu'il y a en face, y a pas grand chose non plus. Ils ont même pas besoin d'éclairer leurs vitrines sachant que c'est tellement trop éclairé que voilà, ça ne demande pas d'éclairage. Donc là, je suis en face de la Crêperie Le Sporting (à gauche), donc un éclairage plutôt bien fait, bleu, bleu violet, euh, la crêperie surtout bien ressortie. D'un côté c'est surtout les éclairages plutôt vifs : rouge, jaune, tandis que de l'autre côté, c'est les boutiques et elles sont moins éclairées voire pratiquement négligées, pas du tout (au niveau enseigne et non des vitrines). Bon, la Brasserie Grenette, ouais, un peu mieux, avec les gros parasols Schweppes, c'est pas génial non plus, enfin il y a des lampes qui illuminent tout ça, les pots de fleurs... Après, c'est justement celui qui aura la plus grosse lumière qui attire le plus de monde ! (rire) Dire qu'avec le Bistrot Romain (à gauche) avec le rouge et lui (à droite) avec le vert, c'est pas mal. Ben, déjà ici, la lumière qui attire le plus c'est celle du restaurant là (Le Privilège, en vert), déjà parce que bon c'est la plus lumineuse, même si en face elles sont lumineuses, c'est pas pareil en fait,

1 - La place Grenette - terrasses
Repérage / Reconnaissance
Anamnèse
Attraction

(Qualification ambiance)

Anamnèse (Créneau temporel)

(Accessibilité)
Uniformité
Suréclairement
Sous-éclairement (dénuement)

Polarisation
(densité)
Emergence (vitrine en hauteur)

Sous- éclairement

Suréclairement

Esthétique
Emergence (T. Luninescent)
Polarisation

Attraction (taille)
Coloration / Balayage visuel
Attraction (luminosité)
Emergence (intensité lumineuse)

le pare-soleil ça cache la lumière de l'intérieur. Déjà de ce côté de la rue, déjà on le voit moins et puis quand on arrive de là-bas (Rue Félix Poulat) de toute façon c'est la première que l'on voit. Pizzeria, y a rien… Si, y a des néons verts sur l'écriteau, mais Pizzeria Restaurant, c'est pas éclairé. Donc, je trouve que le vert, il va mieux, il va bien, avec la face - tout carré - du restaurant, il est bien décoré en fait, donc il y a un rectangle avec un petit arc. Alors ici c'est pas joli, il aurait du mettre une autre couleur, je sais pas une couleur plus chaleureuse. Sinon, leur entrée, elle est bien décorée par le rouge, c'est à dire qui donne bien, qui identifié bien leur entrée. C'est une couleur qui vraiment attire l'attention, voilà.

«La place enchantée» (ca1)

Alors, le Bistrot Romain, rouge, avec ses néons, c'est le style Brasserie Parisienne, tu vois que ça quoi. Ils ont tous la même forme, les mêmes couleurs et les mêmes peintures et c'est écrit pareil, toujours les lettres qui sont à moitié éteintes. Au bureau, vert et rouge, un peu moins mais avec la bâche en rouge, c'est pareil, donc une enseigne pas typiquement Grenobloise, c'est une enseigne généraliste. [Pour le moment (19h), les enseignes sont pas très, disons, mise en valeur, parce qu'il fait pas vraiment nuit. Pour le moment, enfin je me sens attiré par ce passage puisqu'il y a un va-et-vient des personnes(...)] Donc là, c'est des codes couleur qu'on connaît. Voilà, ou blanc ou rouge ou vert, ça c'est les néons finalement, c'est les néons que je retiens, beaucoup, sur la place. Les néons qui font des lumières très..., un peu dures en fait, comme des lignes, des lignes de lumière. Sinon après, c'est les devantures qui ressortent parce que ça fait des carrés blancs, c'est avant tout l'éclairage blanc, comme l'éclairage de l'hôtel où on voit Célio ou encore... Les vitrines apparaissent parce que l'éclairage est blanc, on retient beaucoup mieux.

«Ville ou grande ville» (ca8)

Sur la place, c'est vide même avec l'éclairage public. C'est juste des tout petits…, c'est pas des gros spots, quoi, c'est ça qui est bien, parce que quand c'est trop lumineux ça fait moins convivial. Bon après y a certaines rues où je préfère que ça soit un peu plus éclairé. Quand je me mets devant la rue, je vois, ouais effectivement les boules, les boules de l'éclairage public toujours blanc. Je trouve que ça a été traité..., enfin ils ont voulu faire un peu ancien, mais ça fait pas mal rococo, quoi. Remarque que la place n'est pas fantastique. C'est un peu tamisé. C'est pas agressif, mais on a pas forcement envie de regarder vers les vitrines contrairement à ce qu'on pourrait imaginer, d'ailleurs on a plutôt envie d'être protégé de la lumière, ça doit dépendre des gens mais on n'a pas envie de raser les vitrines par exemple. On parle souvent de la lumière c'est la sécurité, bon là, il y a un peu côté inverse, on a envie d'être protégé par l'ombre. Si on se tient à distance, non ça va, c'est pas trop puissant. Je sais même pas si ça serait nécessaire avec l'éclairage d'à côté. Je remarque que je n'avais jamais regardé un lampadaire, jamais, par contre quand on traverse les rues piétonnes, souvent je regarde chez les gens, c'est ces lumières là qui sont attirantes. A part ça, alors sinon en parlant de l'éclairage, je ne sais pas si, peut être que tu pourras me répondre, mais pourquoi ils laissent les trucs de Noël et ils les allument pas. Les éclairages de Noël, éteints, on est le deux avril…

Bon là, les glaces Hagen Dass… Là, l'éclairage de… et les néons, presque qu'on dirait qu'il chauffe, ça doit chauffer d'ailleurs. Du coup les gens sont là, avec la lumière du chauffage, ça créé une lumière d'intimité. Y a du monde qui

Obstruction visuelle

Emergence (T. Luminescent Vert)

Graphisme
Esthétique

Refroidissement
Repérage
Focalisation

Connotation
Focalisation
Synecdoque (Ressemblance)

(irrégularité)

Filtrage
[Créneau temporel
Uniformité
Attraction]
Reconnaissance
Coloration
Emergence (T. luminescent)
Graphisme
Graphisme
Emergence (vitrine blanche)

Coloration

Spatialité

Intensification

Synecdoque / Couloir

Connotation
Tamisage

Répulsion (mise à distance)

Suréclairement (Vitrine + E.P.)

Attraction (intérieur privé)
Regard vers le haut
Intrusion
Créneau temporel

Réchauffement

vient, dans cet endroit là.
Mais par exemple, le style de ces vitrines là, enfin, tout à fait éclairées, je pense que quand je passe, je me tourne même si les produits ne m'intéressent pas, mais je m'intéresse à ce genre d'éclairage plutôt qu'à des enseignes placées à une hauteur euh, enfin, élevées. Promod, c'est une boutique de vêtements pour les filles, ils ont bien mis en valeur la vitrine, avec plein de petites lumières, mais ça, c'est qu'à l'intérieur, à l'extérieur y a aucune lumière. C'est une bonne idée ce qu'ils ont fait dans la vitrine de mettre les lumières qui illuminent les habits… C'est juste des luminaires, une vitrine hyper sobre euh, peu fournie, en plus avec le gros rideau de fer au milieu, certes nécessaire, mais bon, non mais c'est carré, c'est..., en plus sur un vieux bâtiment quoi, ça fait quelque chose de moderne alors que le bâtiment est pas tout récent, ça aurait peut être pu être traité autrement quoi. *[La lumière je trouve que ça va donner un petit peu, ça va parfumer un petit peu la vue, et dommage qu'il n'y a pas de lumière, voilà. Donc ici, on trouve le rôle de la lumière, c'est indispensable pour attirer un petit peu l'attention de l'acheteur, du client. (22h15)]*
Ben, à part les gens qui marchent c'est pas..., ben, il y a déjà pas beaucoup de lumière sur la place, ben, c'est éclairé par les lampadaires mais sinon y en a pas énormément, y a aucun magasin qui est éclairé à part un, mais bon il attire pas plus l'œil que..., enfin il n'y a pas beaucoup de couleur en fait, donc c'est des lumières qui se confondent un peu avec les lumières des lampadaires.
A gauche, on passe à (l'enseigne) Grand Optic, y a une partie qui est allumée y a l'autre elle est éteinte. On remarque le Grand Optical qui est une boutique assez marrante parce qu'ils ont mis des lentilles sur les vitres et donc quand tu t'approches, tu vois bizarre à l'intérieur, tu vois l'effet que ça donne. Je peux savoir ce qu'il y a comme activité puisque enfin, ils ont fait en sorte que l'on voit ce qu'il se passe à l'intérieur, par la transparence qu'ils ont fait, ou par l'éclairage puisqu'il fait nuit. C'est d'une froideur médical, bon, c'est bien ce que ça veut dire, mais, euh, c'est l'asepsie complète, tout blanc. C'est hyper épuré, il n'y a pas de..., ben ça me donne pas envie d'y aller, quoi.

«Trop et moins» (ca3)

Donc là, on est moins dans l'emprise des enseignes là. Alors vers le Taxi c'est un peu sombre quand même hein ! Oui, c'est ça en fait on est un petit peu bloqué par le passage des voitures, c'est pas grave ! Là on traverse… Et puis aussi je sais pas si ça doit être illuminé, je pense les publicités, je sais pas si c'est lumineux ou si c'est moi qui le voit avec les éclairages publics mais ça doit être illuminé en fait, ouais, voilà. C'est assez doux donc je l'ai moins vu au début. (...) Et quand j'arrive sur là sur la place avec la fontaine un peu plus loin c'est encore une fois le grand, grand truc, le magasin de chaussures avec les, avec le blanc et le jaune qui ressortent en fait, et toujours rectangulaire.
Là-bas, à côté, à droite, regarde cette rue (de la République), pas beaucoup d'éclairage, l'ancien éclairage, là, jaune machin et tout, et ben forcement les boutiques, elles sont un peu plus éclairées, y a un peu plus de lumière. Ça donne, on va dire, je sais pas, moi ça me donne pas envie d'y aller.
Ben, là déjà, c'est moins gai, là. Il faut dire… C'est la même place mais vraiment divisée en deux quoi ! (...) Je crois par rapport à la place Grenette enfin, la partie que l'on a traversé là, peut être aussi parce qu'il y avait des terrasses, là qui, y avait beaucoup de chaises, là, donc c'est une surface enfin plus aérée, donc agréable à voir, à traverser. L'éclairage est bien assez pour qu'on voit correctement mais c'est pas non plus, ben ça fait pas éclairage de fête quoi. Ouais, c'est pas très bien éclairé en fait, donc on voit pas, enfin c'est éclairé, la lumière je ne sais pas comment dire les lampadaires et tout, mais les magasins ils sont assez, y a aucun éclairage la nuit, donc on a pas envie d'aller voir ce qu'il y a dans les vitrines, y a rien qui attire spécialement en fait.

Attraction (vitrine)
Regard à 1.50m

Esthétique

Filtrage
(Plafond)

[Créneau temporel]
[Dénuement / badinage nocturne / Attraction]

Contraste (focalisation modérée)
Dénuement / Estompage

Fondu
Irrégularité

Distorsion

Transparence - Dilatation

Refroidissement
Qualification

Repousse

Emersion Assombrissement
Obstacle
(Destabilisation)

Adoucissement

Emergence (Taille, couleur)
Graphisme
Echappé Visuelle - Polarisation
Connotation
Pondération
Repousse
Coupure Qualification ambiance

Dilatation
Affaiblissement
Connotation
Qualification ambiance (paradoxe)
Destabilisation
Repousse

En face, il y a une vitrine qui est relativement agressive par contre… Ce magasin que l'on voit en gros : Raymond Christian chaussures. Donc là, ouais, c'est un peu trop quoi, surtout de face comme ça, non c'est pas terrible. Non, c'est triste là. Ben par rapport aux autres qui sont à côté..., la première chose que j'ai repéré, ce qui m'attire c'est la forme globale, c'est plutôt la façade jaune au-dessus de Raymond Christian, ouais, la touche de couleur, dans un monde de brutes quoi, en fait c'est relativement gris, hein, ça fait gris. C'est à dire que..., disons que c'est éclairé même s'il n'y a pas de sources lumineuses disposées en haut. *[Alors, on atteint le must du moche avec Raymond Christian, façade éteinte chaussure partout, du doré qui brille la nuit (…) des années soixante.]*

(Répulsion/ Intrusion)

Qualification ambiance - contraste
Attraction (Façade)
Fuite du regard en hauteur
Coloration
Dilatation (verticale)
[Créneau temporel]
[Brillance]

Là, c'est plus l'ambiance sonore qui prédomine que les ambiances lumineuses, avec la fontaine et les voitures. André sur la droite, ouais très éclairée, regarde cette rue (rue de la République), franchement, très peu, on passe d'un extrême à un autre, coté obscur, regarde là t'as l'ombre, là tu fais, y a dix mètres, y a, hop, cinq boutiques éclairées et là tout de suite tu arrives en face de la fontaine, y a plus de lumière(…). André comme je t'ai dit tout à l'heure, les gens, ils insistent un petit peu plutôt sur le rouge parce qu'elle attire un petit peu l'attention, c'est un peu des couleurs d'excitation, euh, voilà les vitres sont bien propres bien claires avec des lumières, voilà. *[Donc « André » pas d'éclairage, un immeuble hyper pourri euh, peinture décrépie, pas de traitement, façade éteinte, comme les plupart des façades de la place.]* *C'est toujours un petit peu pareil sauf que je remarque les enseignes commerciales, surtout celles qui sont vraiment très « néons » et très découpées, voilà, là on voit le nom, le magasin Jennyfer, c'est très, très flagrant. Ils ont insisté sur..., ils mettent double couleur. C'est tout, en rose et blanc. L'enseigne du Jennyfer elle attire parce que c'est la seule qui est éclairée, puis du coup ils ont mis de la lumière au-dessus, on le voit mieux en passant devant, pas de loin, mais en passant devant, donc ça attire un peu l'œil. La façade est traitée sympa, la petite avancée même si c'est pas super beau, ça sort de l'ordinaire quoi. Ils veulent sortir du lot. Puis les lumières plus douces en fait, un peu plus tamisées, enfin je sais pas si on peut dire tamisées, les..., comme les petits points jaunes, là au-dessus de l'enseigne on les repère moins, il faut vraiment s'y attarder.*

«La froideur» (ca10)

Coloration (rouge)

Dilatation (transparence)

[Créneau temporel (Heures)]
Regard en hauteur / panoramique

Découpe (Relief) - Graphisme
Emergence (enseigne)
Attraction
Contraste (contexte)
distance - visibilité

Adoucissement/ Tamisage
Pointillisme

Lorsque l'on se retourne, là-haut, on voit juste les enseignes aux Galeries Lafayette un peu qui fusent vers le haut. Et ce qui domine là, c'est le vert du Restaurant Pizzeria Italien là, et le rouge du Bistrot romain quoi, les néons là y a… quelque part, ils cachent tout quoi. Ils pètent, quoi, vraiment. Je trouve qu'ils ont bien placé les lumières mais je crois qu'elles illuminent pas assez quand même, ils auraient dû mettre des lumières plus fortes. Ah! oui! j'ai oublié de dire en fait, je trouve un petit peu l'ambiance, s'il y a différentes couleurs, ça donne un petit peu, un goût un petit peu..., plutôt, bon, pour quelqu'un qui se promène, donc c'est joli avec les arbres, ça donne une jolie ambiance. (La place est…) ben, d'une pauvreté remarquable, avec ses misérables ballons de fêtes et puis les façades aucunement éclairées. C'est que les enseignes qui sont allumées, y a pas grand chose qui est mis en valeur par rapport aux restaurants et aux bars, il faut dire aussi que c'est le soir.

Emergence (T.L. et couleur)
Coloration
Obtruction visuelle / Irruption
(Composition
Pondération vu l'effet d'irruption)
Coloration

Filtrage

Dénuement (façade)
Emergence (enseigne)
(Gommage éclairage public)

On reprend le cheminement, voilà, toujours y a du rouge partout. Les néons de la banque Caisse d'épargne. Ensuite, on passe devant Éram, et bien rien, rideau de fer. Il n'est pas éclairé, c'est dommage (la vitrine). Comme tout les Éram, en minuscule quoi, vert, ça n'accroche pas particulièrement le regard si ce n'est que tous les autres sont éteints donc bon. Times Quartz, c'est pas éclairé. *[Et puis là, c'est un autre type de, de vitrine, c'est la vitrine ouverte,*

Synecdoque / Coloration

(Regard en fuite)
Contraste (contexte)

où ça doit être chauffé à l'intérieur pour pas que les vendeuses se caillent et qui (...) t'invite plus facilement à quitter ta route pour avancer. Et puis la nuit, du coup la nuit, on voit aussi cet espèce de seuil éclairé (...).]

[Réchauffement]
[Paradoxe attraction /obstacle]

On est au niveau de Raymond Christian, voilà, c'est l'enseigne de Grenoble partout dans les quartiers hyper reculés, t'as cette énorme Raymond Christian qui te vend des milliards de chaussures. Il a mis une sacrée pancarte de magasin, avec une vitrine assez lumineuse, voire même beaucoup. Y a des boutiques qui dépensent pas mal pour l'éclairage surtout pour des pompes... Donc là, il y a un amas de lumière, de lumière qui vient chatouiller les pieds.

Emergence (magasin)
(obstacle : arrêt dans le parcours)

Inondation

«Contraste» (ca2)

Et l'éclairage public pas plus que ça, parce que c'est pas un endroit pour se poser, c'est un endroit de passage plus qu'autre chose quoi, même si on veut s'asseoir ici, il faut aller sur les marches du France loisir. Donc à part France Loisir et Raymond Christian y a pas grand chose d'autre d'allumé. La fontaine ça aurait été pas mal qu'elle soit éclairée quand même. C'est dommage la fontaine disparaît, on l'entend mais on la voit pas. Même avec les lampadaires ça fait pas ressortir les sculptures, rien du tout. C'est quand même place Grenette, la fontaine je pense que ça manque d'éclairage. C'est dommage, c'est..., je pense qu'on devrait mettre beaucoup plus ça en valeur que la place en elle-même. Ben là, dis donc, ce truc je ne l'avais jamais remarqué. Alors de jour, j'avais jamais remarqué Réserve Naturelle, ce magasin, là euh, du coup de nuit, il est énorme. C'est pareil que le restaurant, sauf que c'est pas la même couleur. Elle est plus jolie.

Dénuement lumineux

Estompage / Emergence sonore

Dénuement lumineux

Repérage
Emergence (enseigne)
Esthétique

«Art contemporain» (ca9)

Ils se basent un petit peu sur le bleu que je ne trouve pas vraiment aussi attirant que le rouge. Il insiste aussi sur les dessins. [Ben là, ici, y a la lumière de la Réserve Naturelle qui flashe un peu parce que le reste c'est pas vraiment éclairé donc c'est vrai, on a tendance à se retourner quand on passe. Donc les couleurs bleues enfin, c'est sympathique, moi j'aime bien le bleu, alors, c'est vrai ça attire plus l'œil que, ben en face, le magasin de chaussures qui n'est pas éclairé du tout.(22h30)]

Attraction (couleur)
Graphisme
[Irruption]
[Contraste (contexte)]
[Attraction (intensité)]
[Illumination / coloration]
[Focalisation (couleur)]
[Polarisation]

Là, si on arrive après la place dans la Grande-Rue, au début, je vois..., qu'est ce que je vois ? Euh, Réserve naturelle en bleu, ce magasin là, en bleu encore, c'est moins visible que SFR en blanc et rouge là-bas et puis d'autres magasins et c'est encore une fois tout ce qui est blanc qui ressort, qui ressort vraiment en fait. Donc je repère un coiffeur et le reste ça va trop loin.

Accomodation
Perspective

Emergences / Colorations

2 - Grande-Rue

On rentre dans la Grande-Rue et on passe le long de Raymond Christian. Alors ici, c'est illuminé, beaucoup, chez Raymond Christian. C'est vraiment des lumières qui «fruu», ça crache ! Je trouve que ça fait trop, en plus les vitrines qui sont éclairées en même temps, bon, ben, l'enseigne suffirait je pense. Ouais, surtout que le reste de la rue est plutôt sombre. A part ça, la plupart des enseignes sont éteintes, on passe devant Arthaud, librairie lambda, qui est éclairée mais bon, vu qui y a les échafaudages devant, ça attire pas beaucoup. Echafaudages qui masquent la librairie Arthaud dont les vitrines sont toujours hyper pauvres. Alors, je crois que c'est la pauvreté de la mise en scène quand même, bon mais l'éclairage participe. Pas d'éclairage spécifique à part deux gros spots par vitrine, bien blancs qui flashent bien, atténués par les couleurs marron-ocre, jaune-rouge de l'intérieur. Là aussi, le fait que les couleurs soient assez chaudes, on a pas forcement envie d'y aller, tout est rangé, c'est carré, c'est bien, tout est droit, bien propre sur soi. Il n'y a pas d'enseigne lumineuse là, (...) elle sort pas, quoi!

Irruption
Suréclairement
Contraste (contexte) Regard ajusté

Repousse
Obtruction visuelle / filtrage
Composition (négative)

Irruption et Adoucissement /Attenuation
Repousse / (Graphisme)
Applanissement

Ici, en fait, une fois qu'on dépasse la place Grenette, on commence à rentrer dans la nuit. Ben, c'est déjà moins éclairé que sur la place, déjà on est renfermé en plus entre les immeubles, donc ils auraient dû mettre plus de lumière. Comme il y a du monde ça va, c'est calme, ouais. Y a déjà plus le bruit de l'eau (...) ça fait un peu plus calme. Les boutiques, l'éclairage, c'est pas du tout allumé, donc on peut rien dire sur l'éclairage. Ben, là, dit donc, question enseignes lumineuses, y a pas grand chose.	Assombrissement /(émersion) Compression / Affaiblissement Descrecendo sonore Qualification ambiance Dénuement lumineux
Alors, au loin, enfin, dans l'immédiat, tout de suite, y a pas de points lumineux ou d'enseignes qui m'attirent spécialement mais peut être que si je prolonge ma vision vers, au fond, y a ces trois carrés, ou ces trois points lumineux qu'on voit là, avec la couleur un peu, je ne sais pas comment, rose, enfin à peu près, et euh, la SFR aussi en rouge, parce que c'est la couleur rouge, je trouve, pas par rapport à la forme de l'enseigne ou à son emplacement mais parce que c'est un rouge un peu vif qui attire, voilà. Sinon là, tout les magasins sont éteints, là, y a aucune enseigne d'allumée à part celle de Camille Albane, qui est plus loin. Mais y a que l'enseigne apparemment.	Echappée visuelle / perspective Pointillisme Distorsion / Destabilisation Attraction (couleur) - Dénuement
Tu passes dans la rue, les rues piétonnes, c'est toujours pratique pour traverser ; tu peux déjà remarquer des magasins que tu n'aurais pas déjà aperçu la journée, quoi, là, surtout que bon y a déjà des enseignes, bon il suffirait juste de mettre une petite lumière. [Donc là, à gauche, Camélia on voit l'éclairage intimiste sur les dessous, qui est pas mal réussie, qui fait subjectif quoi, qui est, c'est assez sexy finalement, c'est bien ce qu'il faut. (19h)]	(Accessibilité - mobilité) Repérage [Illumination]
C'est un peu chaud pour passer, sincèrement, c'est pas rassurant, c'est vrai. Je passerais plus du côté de la rue euh, comment euh, Jean Jacques Rousseau, sur la droite, celle-ci elle est un peu plus éclairée que… en tout cas, Grande-Rue. Oui, c'est la rue Jean-Jacques, ben là quand on arrive y a pas de lumière, les vitrines ne sont pas éclairées… voilà… C'est rigolo, parce que si les magasins n'ont pas ces lumières là, on les repère pas du tout, enfin là, je les vois parce que j'y fais attention, mais sinon c'est vrai qu'on a tendance à passer.	Repousse / sentiment Insécurité Echappée visuelle / Eclaircissement Dénuement lumineux (cf : souséclairement)
Alors Kanoé, rien. [Et finalement quand on sort du ciné ou du restau, on fait les vitrines puisque l'on n'est pas perturbé par la masse des gens et bon là, « Zao » qui ferme ses grilles pour des raisons de sécurité, elle se grille cette possibilité de, d'un espèce de badinage nocturne quoi, qui marche assez bien quoi, puisqu'on est pas perturbé, on est calme, on sort du restau, on aime bien faire les vitrines aussi. (19h)]	Dénuement lumineux [Créneau temporel (heure)] [Accessibilité visuelle]
Ici, non plus, c'est pas éclairé, Bonzaï! [Y a des personnes qui circulent et… je me sens beaucoup plus près des vitrines que où on était en fait, parce que j'avais juste à ma droite euh, des magasins que je pouvais voir et euh, je ne pouvais pas savoir ce qu'il se passe et du côté gauche parce qu'ils étaient un peu loin mais, là, j'ai deux côtés, donc je me promène plus lentement. (19h)]	Dénuement lumineux [Créneau temporel (heure)] [Encadrement / Ralentissement]
Et je, enfin, je balance, si tu veux, ma vision à droite et à gauche. Tiens et bien à droite, y a un torréfacteur, tu vois, j'avais jamais vu qu'il y avait un torréfacteur. [Voilà le « café Frédéric », bien réussi quoi, qui avance comme enseigne, et à l'intérieur, on est plongé dans toute une douceur jaune des thés, cafés qui donnent bien envie quoi, ça mets en appétit. Hum! Je pense que c'est les théières, cafetières qu'ils ont mis en vitrine qui donnent..., et peut être la physionomie en couloir qui attire. L'intérieur est très chaleureux quoi. La petite lumière indirecte, au plafond aussi, mais c'est sûr, c'est le reflet dans les… (19h)]	Balayage visuel Repérage [Créneau temporel (heure)] [Immersion] [Attraction (couloir)] [Réchauffement] [Attraction / Reflet]
Maintenant, y a aucune luminosité, y a juste une enseigne SFR qui est allumée. C'est la couleur rouge qui attire, je trouve, c'est pas par rapport à la forme de l'enseigne ou à son emplacement mais parce que c'est un rouge un peu vif. [C'est bizarre de savoir que la journée et surtout le week-end c'est bondé de monde, on a du mal à circuler et en fait, c'est 21h30 il n'y a pas un chat et c'est pas éclairé, (...) il n'y a quasiment aucune vitrine mise en valeur. (…) ces rues piétonnes, ouais en fait c'est ça, tout barricadé, il y a des rideaux de fer partout les grillages partout, SFR n'a plus envie de faire de pub, tout est éteint, mortel, quoi.] [Alors là, après SFR et la boulangerie, la lumière jaune du..., c'est étonnant tiens, elle est surprenante cette lumière choisie, « The Athlete's	Assombrissement Emergence / Focalisation Créneau temporel Dénuement Emergence (rideau) / (synecdoque) (Etonnement)

foot» là, on l'a retrouve pas ailleurs forcement cette lumière jaune, là, des supports. Alors je sais pas ce que ça m'évoque ça hein. Ouais, peut être les ambiances un peu, un peu en sueur (…) des vestiaires pour mecs. C'est quand même de la vitrine ça ! Tu vois que des alignements de chaussures et elles sont toutes alignées, parallèles et perpendiculaires. C'est du rationnel là. C'est bourrin un peu, c'est un peu bourrin. (19h15)]

Coloration
Connotation

Graphisme (vitrine cadrillage)

Si y a pas d'enseigne, il faut que la vitrine soit allumée, si la vitrine est éteinte, je préfère qu'il y ai une enseigne, l'un ou l'autre, là, tu vois y a pas d'enseigne mais c'est bien éclairé, donc tu vois quand même et puis c'est pas trop là, ça va, on devine juste ce qui y a, tout en ayant envie d'y aller parce que justement on ne voit pas trop (rire)…

Pondération (enseigne/vitrine)

Attraction (lueur/ flou)

Tout le centre globalement est quand même relativement homogène, enfin je trouve au niveau de l'atmosphère, je ne sais pas si c'est lié à la lumière ou pas (...). C'est vraiment une rue par laquelle on est quasiment obligé de passer pour..., parce qu'elle donne directement sur la place du Tribunal où il y a beaucoup de commerces, de bars, etc.

Homogéneité (synecdoque)

Et l'éclairage de la rue n'est pas très fort avec ces..., ça fait comme des torches anciennes. Des lanternes toutes simples. J'aime bien ce système de lumière, je trouve cela, en plus c'est esthétique et ça éclaire vraiment juste ce qu'il faut mais il en faudrait un petit peu plus je trouve… parce que ça éclaire juste qu'en dessous quoi, ça fait que ça fait des ronds de lumière par terre, mais y a des zones d'ombres… Là, on a l'éclairage blanc et de l'autre côté, c'est jaune. Les lumières blanches, ça déforme moins, je trouve les couleurs, ça fait qu'on voit la couleur des murs des immeubles. L'éclairage public, c'est relativement discret. Là, ils n'ont pas essayé de surcharger, enfin au niveau de l'éclairage, enfin ils n'ont pas renforcé quoi que ce soit.

Connotation
Esthétique

Halo (mauvaise uniformité)

Distorsion (mauvais IRC)

Adoucissement / Estompage(E.P.)
Assombrissement

L'éclairage de la rue (...) ça s'assombrit. On perd peut être la puissance lumineuse de la Place Grenette et euh, en plus comme le tissus se ressert, on est plus… en haut et devant nous. L'éclairage de la place était beaucoup plus fort, beaucoup plus de lampadaires en ligne, qui ont trois boules, ici on a une seule lampe à chaque fois, ça donne un côté beaucoup plus tamisé, beaucoup moins, euh, beaucoup moins actif, beaucoup moins «fête», je pourrais dire. C'est beaucoup plus calme, même si il y a des gens qui se promènent, ben y a de l'éclairage mais pas, pas très puissant en fait, donc ils nous éclairent, on se voit (...). Et encore les lampadaires sont, y a beaucoup de distance entre eux, ils sont espacés… je sais pas tous les combien de mètres en fait et du coup je pense que une distance moins grande fera que, ils seront plus efficaces. Là, vu leurs hauteurs et leurs espacements, on les ignore complètement. Ils sont assez bas, dans la Grande-Rue, ils doivent pas dépasser, ils doivent tous être au-dessus du premier étage, entre le premier et le deuxième étage, bien on à l'impression que c'est un petit peu tassé en fait, surtout par rapport aux immeubles qui sont en hauteur. Ça fait comme, pas un casque, mais peut être comme un pont en fait. Ils sont placés à une hauteur qu'on ne peut pas voir facilement par rapport à la hauteur des enseignes qui est plus visible disons pour une personne qui traverse.

Compression / Dilatation verticale
Perpective
Guidage optique
Tamisage
Connotation Qualification

(Bain lumineux)
Visibilité (proche)

Gommage (hauteur et espacement)

Plafond / (Estompage)

regard peiné (ajustement)

Il y a moins d'éclairage, parce les enseignes aussi euh sont moins éclairées que sur la place. J'ai le sentiment que la rue est éclairée pas par les..., l'éclairage public disons, mais par les enseignes en fait. Euh, ben la plupart des magasins ils ont des lumières blanches, ben surtout pour les magasins de vêtements ou de coiffeur ou des choses comme ça. C'est pas des écriteaux pour attirer l'œil, des pancartes…

Assombrissement (enseigne)
Gommage (éclairage public)

Emergence (blanc)
Emergence (éclairage public)

On continue, ça s'assombrit un peu, ça s'assombrit, les vitrines portent moins la lumière. Ben là c'est, c'est de pire en pire, y a même plus aucune lumière, à part, aller, quatre lampadaires qui se courent après, y a vraiment pas grand chose. Là, on passe devant, la Galerie Grenette, c'est plutôt triste, le seul éclairage donc le balisage, (…) c'est du vert, donc on peut dire que les gens, ils se basent plutôt sur le vert et le rouge. Alors elle est toujours, tout aussi barricadée… avec l'enseigne Pimki qui est bien éclairée, voire même beaucoup. Et puis à Gauche, Etam lingerie, une belle vue sur un joli

Assombrissement (vitrine)

Dispersion (éclairage commercial)
Qualification ambiance

Coloration
Emergence / Esthétique

rose, à moins que ce soit blanc et coloré rose. Y a juste un tout petit morceau d'éclairé. Alors là je vois pas du tout pourquoi, y a juste un tout petit morceau d'éclairé… je comprends pas, soit tu éclaires la vitrine entière soit tu… ou des petits trucs par ci par là, là y en a qu'un, donc celui là il pourrait être éclairé. Nous sommes maintenant au niveau de la rue Diodore Raoul. Ben là, on va arriver, y a quelques enseignes lumineuses et puis y a un magasin qui est bien éclairé, qu'on voit déjà d'ici. Dans la rue à gauche, la seule touche sympatique, c'est la flèche rouge du snack, mais bon, ça donne une touche de rouge, là où il n'y a rien d'autre après. Ouais en faite l'éclairage, j'y pense en voyant au fond là bas. J'ai constaté une différence : l'éclairage de la place au fond m'a attiré, il a été traité en orange (jaune) ce qui est plus, enfin c'est plus chaud, c'est plus sympa alors que l'éclairage de la Grande-Rue est froid et blanc. Je pense que c'est par rapport à la couleur, parce que c'est le même type d'éclairage public placé à la…, enfin le même dispositif.
Comme on est dans la Grande-Rue et que y a beaucoup de magasins, y a que ça des deux côtés, ça… c'est aussi assez fort le fait qu'il y ait toutes ces enseignes blanches. Donc, finalement ça me donne la même impression au niveau des enseignes, peut être qu'elles sont encore plus rapprochées mais comme elles sont, comme la lumière est plus basse, ça me donne une sensation équivalente en fait, alors que je pense qu'il y a plus de magasins ici que de l'autre côté (Place Grenette). Ben là y a l'enseigne Mobistore, Orange, (à gauche) donc c'est la seule couleur à peu près, dans la rue, donc elle ressort bien. Ça flashe assez, ben là, ils ont mis en valeur le magasin. Ça attire plus que le blanc en face ou y rien du tout à vrai dire.
La rue des clercs, à droite, elle m'attire pas spécialement parce que sur une quinzaine de magasins, une dizaine, il n'y en a que deux qui sont allumés… Enfin on a une échappée, avec le bleu là, la toque bleu, ça, c'est chaque fois quand y a des néons qui, ça pète, les néons ça pète.
C'est la profusion des petites boutiques. Là, c'est la grille taguée. Kili, le second marché du livre neuf, on voit cette fois-ci, ils mélangent le jaune et le vert (bleu) ça donne une bonne ambiance. On passe devant Mise au Green, à part la petite enseigne dehors et un petit néon à l'intérieur, y a pas grand chose d'autre non plus. Y a la Grille, qui arrête en plus.

«Intimité perturbée» (ca11)

Ah! ben là, sur la gauche, Cybelle avec la façade qui brille et l'enseigne des années 60, qui en plus est mise en valeur par la..., le seul luminaire de la rue qui est orangé et qui n'est pas blanc, mais c'est pas un éclairage public. C'est l'éclairage du salon de coiffure. Là, en effet, ils ont une putain de lumière, sur la boutique, Mana, la boutique de haute coiffure, c'est vrai qu'elle choque par rapport à... Y a l'enseigne qui est éclairée mais... Ah! si, ça a été rajouté, mais vu que c'est dans les tons de beige marron, ben d'ici, je les vois dans ces tons là et, vu que ça se confond un peu avec les murs, ça attire pas plus que ça. Et puis y a, à côté, vu que celui-là il est vachement plus lumineux, on aura tendance à plus regarder le Bonhomme de bois que le salon de coiffure qui est tout éteint (vitrine). Alors c'est le fait que les magasins soient éclairés, certains magasins pas d'autres, là je vois le magasin de disques, ça donne aussi envie de voir ce qu'il y a (...) sinon ils existent pratiquement pas, parce que le regard est attiré plus par tout ce qui est lumineux.
Alors là, sur la droite, y a aussi Harmundia Mundi (le magasin de disques) qui est éclairé, qui est bien éclairé d'ailleurs, qu'on repère assez, il flashe. Là, ils ont essayé de faire ressortir le magasin avec des spots, alors c'est vrai que ça change. L'éclairage, du niveau de là où je suis, en fait, euh, ben là, je vois que c'est un escargot, mais si je me pousse, mais selon le niveau où on est, on voit pas très bien ce que ça représente. Ils ont essayé de trouver un logo

Distorsion (IRC)

Approfondissement (perspective)
Emergence (rouge)
Echappé visuelle

Contraste (T° couleur)
Réchauffement / Refroidissement

Encadrement

Densité (concentration)
Plafond
Intensification
Emergence (couleur)
Irruption
Polarisation

Repousse
Dénuement (vitrine)
Echappé visuelle / Emergence
Irruption (Tubes luminescents)

Mixage (couleur)
Qualification ambiance
Dénuement (diminution)
Obstacle
(Eclaircissement)
Brillance

Esthétique/ Accentuation

Irruption

Distorsion (IRC)
Fondu

Contraste (intensité)

Attraction
Focalisation

Repérage / Irruption
Emergence (sytème éclairage)

Distorsion (forme)

dessiné. Sinon le nom, il est bien mis en valeur, ça va, puis vu que c'est blanc sur un fond bleu ça ressort bien avec les lumières. C'est en minuscule, c'est tout simple. Et puis le traitement en bleu, enfin bois peint en bleu, je trouve ça sympa, ça fait un peu britannique tout ça. C'est assez gai, à l'intérieur de la vitrine, enfin il y a pas mal de couleurs, bon en fait c'est tout bête, c'est des boîtes à chaussures entourées de papier vert et orange.

«Douceur d'enfance» (ca4)

Alors le Bonhomme de bois, sur la gauche, là, c'est toutes les couleurs, pour les gamins, c'est lumineux, c'est, là aussi il y a un traitement en bois de la façade qui fait un peu écho à Harmundia Mundi, presque en face. La façade avec le bois bien raffiné, je trouve que ça prend bien la lumière, ça éclaire pas trop, ça te réfléchit pas la lumière dans la figure, mais on voit bien le nom du magasin et puis la vitrine est, enfin est bien éclairée, juste la devanture et pas le fond. Ça éclaire en même temps le titre, le magasin et les objets. Ben, oui, y a des SDF partout ...problème... Non, c'est sympa, c'est sympa, je trouve les couleurs, enfin le choix des couleurs vert et rouge pour la dénomination du magasin, alors c'est pareil, cet endroit que je regarde jamais le jour parce que moi je regarde Tarteline et Decitre (...) et je vois jamais le Bonhomme de bois qui là me saute aux yeux quoi, avec ses pinocchios qui brillent. Donc, c'est marrant parce que, on a une espèce, pas un négatif, mais c'est d'autres magasins qui se révèlent là nuit, quoi. Voilà un magasin qui est beau! Decitre! donc face au Bonhomme de bois. Ce qui est agréable, c'est qu'on voit jusqu'au bout du magasin. Le logo et le nom, ouais, ils sont pas éclairés, c'est vrai, disons que c'est bizarre, en fait, il éclaire par des spots les piliers du bâtiment au lieu d'éclairer le logo quoi.

«Désert» (ca8)

«Invitez-moi» (ca7)

La lumière s'estompe part rapport à ce qu'on a vu au départ. Euh, alors sur certaines portes comme il y a des vitres on voit la lumière, d'autres non, donc c'est pareil ça fait le même effet, on est plutôt attiré par la lumière. Ben du coup, là on a tendance aussi à repérer plus facilement les fenêtres qui s'allument, là, j'en vois au bout de la rue, y en a pas trop sur les côtés, enfin sur les côtés je les vois moins puisqu'on est au-dessus (au-dessous). Si on regarde, il y a juste des petits trucs..., c'est vrai que les yeux sont obligés de se porter sur les enseignes. C'est tellement placardé. Au bout de la rue, mais là c'est flagrant je vois que les enseignes commerciales du magasin de chaussures Texto, qui ressortent au dessus du premier étage. Ils sont restés dans l'éclairage banal, le blanc. Sinon, Tarteline, sur la gauche, est éteint.

Ben là, on arrive, c'est tout sombre, encore plus. Donc là, on est un peu dans un carrefour. Je crois que l'on passe à une partie beaucoup moins éclairée ici, peut être parce que la rue, elle s'élargit un peu puisqu'il y a une bifurcation.

Là, on arrive à l'angle de la rue et le seul magasin éclairé c'est le petit épicier Au Vieux Puits qui est ouvert, on le voit bien aussi parce qu'il a un spot qui a tendance à nous éblouir quand on passe. Ah! non il est fermé d'ailleurs, j'ai cru qu'il était ouvert. Non, il est ...non il est ouvert, c'est éclairé dedans, donc, mais en fait, en arrivant on croyait que c'était éclairé mais c'est pas tant éclairé que ça à l'intérieur, c'est le spot qui faisait de la lumière sur la vitre. Une espèce de lampe très forte qui me fait penser aussi à un néon et

Contraste - Relief

Connotation Qualification
Coloration (vitrine)

Coloration (vitrine)

Encadrement

Absorption

Ecran
Diffusion

Mixage (couleur)

Irruption
Brillance

Qualification
Transparence / Approfondeur

Assombrissement

(Discrétisation)

Attraction (lumière)
Focalisation

Approfondissement (Perspective)

Pointillisme
Focalisation

Irruption

Emergence
Dénuement

2 - Grande-Rue / Bifurcation

Elargissement

Emergence (contraste contexte)

Eblouissement
Destabilisation

Regard ajusté
Reflet
Irruption

«L'habitude» (ca7)

c'est assez, en fait c'est très bien pour lui parce que l'on ne voit que ça (rire). Donc on va savoir ce qu'il a à vendre et savoir qu'il est ouvert aussi et c'est pas mal du tout. J'aime bien hein, voir les petits magasins qui restent ouverts tard le soir. Je trouve ça assez sympa, avec des épices dans la vitrine. On a juste un éclairage simple, mais avec les matières (les produits) qui sont différentes dans la boutique ça donne, on a l'impression comme ça qu'on a différents éclairages, ça aussi c'est intéressant. Ça sent bon, ça sent la bouffe, j'ai faim… (rire). Donc juste à côté, y a une petite sandwicherie Le Palais ; kebab, pannini, là, euh, y a juste un néon, y a pas grand chose, bon, c'est bien déjà, il l'a mis en rose quand même pour essayer de faire ressortir le nom du restaurant. C'est le néon rose qui est assez, qui attire et puis vu que c'est éclairé dedans et que c'est tout vitré (pas de vitre) on voit bien, et puis y a du bruit aussi on entend, -la radio-. On peut dire que sans lumière c'est un peu triste, mais comme tu vois là, donc avec la lumière ça donne, même si y a personne, ça donne comme s'il y avait des personnes dedans quoi.
Là-bas (sur la gauche), au loin, regarde, en direction du tribunal, c'est moche. C'est sombre, voire même très sombre c'est triste, c'est pruttt, tout ce qu'il y a de plus morose, voilà. Franchement, on à l'impression d'être dans une ville morte sur cette place, (...) y a des commerces qui sont obligés de mettre des, quasiment, regarde, des gros spots tout blanc pour éclairer pour montrer qu'ils sont ouverts. Le bar (Bulldog Café), regarde et en face tu as le truc d'architecture, et regarde le musée, excuses-moi le Tribunal, il est même pas éclairé. Sinon, y a un mixte entre les éclairages blancs et oranges.
Du côté de la place Claveyson, le logo, le nom de Espace Musik, il y a un chouette traitement de la façade je trouve, avec une vitrine qui à mon avis pourrais plus être mise en valeur que ça, c'est sympa, c'est peint, il y a une recherche. [Y a juste un petit tube qui éclaire juste une petite partie du mur (et le sol !) et à ma droite, enfin y a rien d'intéressant pour mettre en valeur la rue, pour éclairer cette partie de la rue.] Ben sinon de ce côté là, je n'arrive pas à lire, je suis encore ébloui par le spot. On va partir par là (Place Claveyson) y a plus de lumière, on y va pas là (place Saint André).

Donc là, on passe dans la, on quitte la zone commerciale on va dire au sens commerce, acheter des vêtements, des livres, et on rentre dans, pour moi c'est l'endroit où on va chercher à se restaurer. Donc c'est y manger la nuit

«Lumière végétale» (ca13)

quoi et même pas le jour, plutôt le soir avec le… Place Claveyson, qui dans la journée est très bien fréquentée, encore une fois dans la nuit, ben voilà, c'est pareil, c'est assez calme. Ah! ben l'Hibiscus, il est magnifique et il ressort énormement quoi, avec toutes ses fleurs. C'est la forêt vierge. Ça c'est une vitrine qui dégorge quoi, de toute sa richesse et son opulence et qui sort sur la rue, qui est déversée sur la rue et ça fait vraiment envie. Elle est riche, elle est généreuse. Ah! ben l'enseigne on la voit pas, on voit pas que c'est l'Hibiscus mais en tout cas les plantes y en a.
Alors là on voit encore plus, bon l'éclairage est toujours le même que dans la rue principale avec les lampadaires bas, au niveau du premier étage, cette fois plutôt entre le premier et le deuxième étage. C'est toujours le blanc. Ces petits lampadaires, là ça suffit, je trouve pour cette place, parce que même le milieu est plus ou moins éclairé, y a pas une zone d'ombre particulière ça éclaire assez uniformément, sans trop éclairer non plus. Et là on voit, comme c'est une place dont le mouvement est circulaire, enfin on a le mouvement circulaire des

Qualification

Distorsion / démultiplication / pointillisme
Emergence Olfactive

Dénuement
Emergence (source /couleur)

Emergence Sonore

Qualification ambiance
Densité
Echappée visuelle
Assombrissement
Qualification ambiance
Connotation
(Eblouissement) Pondération

Mixage (éclairage public)

Esthétique

Dénuement
(Eblouissement)
Impression Rétinienne

3 - La place Claveyson
Emersion / Immersion
(Coupure : vie diurne /nocturne)

Qualification ambiance
Irruption (vitrine) / Esthétique
Connotation

(Inondation)

Dénuement (enseigne)
Eclaircissement (éclairage public)
Dilatation (verticale)
Emergence/ Coloration (é. public)
Uniformité
Tamisage
Regard panoramique
Circonscription

yeux. Non, là, il est mieux, là il est mieux ressorti, là y en a plus, ils ont mis plus en valeur cette place, y a deux, quatre, y en a six, autour de nous, on se trouve au milieu et c'est vrai que c'est mieux que tout à l'heure que y en avait que quatre lampadaires sur le long du chemin, quatre ou cinq. C'est plus lumineux,

«A l'ancienne» (ca3)

c'est un peu plus lumineux que dans le petit coin juste avant ou j'ai dis que ça faisait très sombre, donc c'est surtout ça qui éclaire bien.

[C'est vrai que là maintenant, dès qu'il fait un peu froid c'est, y a plus, y a pas d'ambiance, y a rien du tout, tout est fermé. Il fait assez sombre. Y a personne, quoi c'est…]

C'est pas une place quoi, c'est pas une place c'est pareil, c'est juste plus large c'est pour que les voitures elles se garent, je sais pas, à la rigueur si on était passé de l'autre côté, je t'aurais dit que c'est vraiment une place parce quand il fait beau t'as toutes les terrasses qui envahissent le truc, dès qu'il a une manif ça fini là-bas. C'est pas hyper chaleureux comme euh… Je vois plus aussi les fenêtres et les intérieurs, les plafonds en bois, d'autant plus s'il y a des lumières blanches, en fait. La petite fontaine à droite qui est toute gelée l'hiver. C'est sobre, toujours un peu de bruit c'est marrant.

« cool» (ca12)

Le café à gauche, le café (le Styk) dans l'angle, bon euh, façade en bois peinte en rouge. Non ça passe bien je trouve avec l'immeuble qui a été peint en plus dans un espèce de ocre, donc ça fait un peu un écrin de couleur au milieu, enfin au bout d'une rue qui est très morne, à mon avis. Alors y a les lumières du café, là c'est plutôt rouge, c'est plutôt rouge et c'est assez, ça se démarque pas mal des lumières que l'on voit autrement. Rouge, Grenat, je sais pas, ben, comme entrée, ça fait un peu maison close. C'est une toute petite ouverture, c'est dans un coin. mais ça attire moins que le orange. C'est vrai, c'est sympa, avec différentes formes de lettres pour l'écriteau. C'est, je sais pas, pas flou, mais je ne sais pas comment dire… Ouais ça à l'air d'être de l'alu, les autres c'étaient du plastic, là, c'est, non ça change. L'éclairage est assez agréable, (...) le fait que l'éclairage soit tourné sur le mur comme une halogène quoi, qui adoucit quand même pas mal, c'est toujours plus doux que l'éclairage comme ça de face (L'hibiscus). Mais ça c'est peut être aussi parce que c'est un café donc on cherche à voir une ambiance tamisée plutôt intimiste.

Donc ben là (en face), c'est un restau, italien, Villa Borgeses, donc euh, avec façade en bois, couleur bois, pas peint, le nom du restaurant en jaune, qui est bien éclairé par un spot mais de loin je n'avais pas réussi à lire le nom. Donc c'est, en fait, y a des reflets. Je trouve ça, ouais ça va bien avec, surtout que dans le fond on voit un petit peu toutes les lumières en chandelle du restaurant, avec une ambiance vachement feutrée, avec des tulles rouges.

Et à côté y a l'Hibiscus, une boutique de fleurs, c'est sympa, ça dépareille, c'est plus sympatique que ce qu'il y a à gauche, genre Nicodème et Casimodo. Et puis y a ce magasin là, qui fait aussi de la lumière. Casimodo, donc en fait, ça éclaire surtout le sol.

Bon y a un bar qui est éclairé à l'extérieur mais qui est très sombre à l'intérieur, je ne sais pas comment il s'appelle, il n'a pas de nom. Y a pas d'écriteau, y a pas de panneau, y a rien du tout. La lumière du bar est plus douce, ça reste intime comme…, mais sinon on a pas envie de rester au milieu de la place. Sinon le devant est bien éclairé, les lumières sont blanches et puis vu que les murs sont un peu orangés, - encore plus ocre que ocre - , ben ça ressort bien aussi. Le système de lumière, entre chaque arche, c'est joli. Et puis ils ont fait une décoration : il y a des plantes grimpantes, il y a des espèces

Amplification

Emergence (éclairage public)
Intensification (éclairage public)

Dénuement
Assombrissement

Dilatation
(appropriation voiture)

Refroidissement
Focalisation
Fond sonore

Emergence (couleur façade bar)

Coloration (façade) Connotation

Emergence (couleur)

Connotation

Graphisme - Ecriture
Flou (Tamisage/ brillance/ Reflet)

Adoucissement

Regard peiné / éblouissement
Reflet
Pointillisme
Tamisage

Inondation
Contraste (int./ext.)
Dénuement (enseigne)
Tamisage

Coloration / Emergence
Esthétique / Composition

de poteries (...) les tables métalliques, les chaises métalliques, tout ça, les petits arbustes taillés, bon y a un traitement quoi. Ça attire l'œil mais quand on regarde à l'intérieur ça attire moins l'œil en fait, vu qu'ils ont surtout basé l'éclairage sur l'extérieur. Donc en s'approchant un peu plus, on voit qu'il y a de la lumière dedans. Y a des grandes baies vitrées donc euh, on voit bien le bar, c'est éclairé par derrière donc on voit les bouteilles translucides, les verres suspendus, ça fait, ça fait « y en a toujours, on est pas en rupture ». Bon, avec le système de vitrine comme ça et puis les lumières différentes et tamisées de l'intérieur du bar ça donne encore ce côté feutrée et euh plutôt intime. Ça attire parce qu'on regarde dedans mais vu qu'on ne voit pas grand chose et ben on tourne vite les yeux. (La boîte à sardines)

(Brillance)

Transparence
Reflet/brillance
Connotation
Tamisage

Fuite du regard
(surexposition)

4 - La Place Aux Herbes

Place aux Herbes, en fait c'est une place qui vit au milieu, la journée avec le marché, petit marché mais super attachant quoi. Puis là, du coup c'est les tours qui… (le pourtour). Pour son rôle de place de marché, elle est assez éclairée. Il se passe toujours plein de trucs différents. Je trouve dommage quand même, qu'il n'y ait pas des bancs pour s'asseoir, ou je sais pas même si on parle de place quoi… C'est vrai que les rues piétonnes on piétonne quoi, on marche, ou alors on se pose à une terrasse voilà. [Ouais place aux Herbes, euh..., je ne l'avais jamais vu avec autant de véhicules… c'est bizarre, non.] Donc place aux Herbes, je trouve c'est un peu plus ou moins éclairé donc euh par rapport en fait à la place…, il y a plus de monde dedans, y a du trafic chaque moment. Quand je suis place aux Herbes j'ai envie d'aller rue Brocherie. Et en plus, je trouve, en fait que des places comme ça, (...) je trouve, en fait qu'il faut qu'elles soient bien éclairées, parce qu'il y a pas mal de gens et peut être au niveau de..., sécurité, donc, euh, il peut se passer n'importe quoi ici, des vols… l'éclairage fait partie de la sécurité.

Circonscription

Hésitation

Attraction (ou Répulsion)
Intensification

Sentiment de sécurité/ insécurité

Alors la place Aux Herbes même type d'éclairage pratiquement, si ce n'est qu'en plus, la halle, elle est éclairée encore en plus avec des petits des spots blancs on pourrait dire, sur chaque poutre, enfin sur chaque poutre de base, par dessous(...) La lumière elle est, enfin c'est dommage ils éclairent le plafond, il aurait dû éclairer un peu plus en bas quand même. Non c'est quand même plus lumineux, pareil pas une lumière direct donc, c'est pas désagréable. De l'éclairage qui est toujours projeté sur quelque chose, enfin avec un reflet. (...) La halle, elle est également éclairée, avec des petits loupions, jaunes assez discrets qui mettent bien en valeur l'architecture en fait, des taches de couleurs ou des taches blanches, jaunes, pour valoriser les arbres ou les bâtiments, les vieux bâtiments. Des espèces de guirlandes qu'on met pour Noël. Alors y a encore les décorations de Noël.

Plafond / Estompage
Qualification éclairage
Reflet / Réflexion
Pointillisme

Intrusion

«La volaille parmi les hommes»(ca11)

Forcement des terrasses de bar partout… C'est vrai qu'il y a pas mal de bar et des Kebabs, ici, de toute façon… Celui-là il est vert, celui-là il est rouge, un peu rouge, non c'est l'effet du mur quoi, c'est le contraste, mais bon… Donc y a des néons verts tout autour là : sur le Renaissance café et puis sur le bar le Baraka, donc eux on les remarque assez bien parce que le vert c'est pas la couleur qui domine, enfin, du moins dans l'éclairage quoi. Bon Renaissance Café, là (...)la décoration avec une espèce de fausse peinture au fond, pour donner le style Renaissance, et puis le vert je trouve que ça fait froid, c'est, il a voulu donner un petit peu de chaleur en peignant son bar en espèce de bordeaux léger là, et puis bon, les verres accrochés c'est sympa mais le reste ça fait froid en plus les grosses pierres, bâtiments grosses pierres, encore plus froid. Le Baraka là, aussi, y a deux néons verts qui refond sortir ben l'enseigne mais bon pas top, parce que l'enseigne c'est écrit sur le mur : Baraka c'est un petit peu, c'est pas trop, trop bien éclairé, mais ça va, c'est ce qu'il faut pour les clients. Les néons, ça attire sur le coup mais en fait, on lit le nom, et on s'en va.

Coloration
Réflexion colorée

Focalisation (couleur)
Emergence (couleur)

Refroidissement

(transparence / Brillance)

Emergence (enseigne)
(Relief / Applanissement)

Focalisation et Fuite

Alors ça dépend où on se trouve parce que si on se trouve là-dessous y aura plus de lumière, plus de luminosité, si on se trouve là, on est moins, déjà on est dans les lumières vertes qui n'éclairent pas beaucoup. Ça attire l'œil mais ça pas tendance à bien éclairer, alors que dessous on voit bien que le sol il est beaucoup plus éclairé…

«Comme si quelque chose avale quelque chose d'autre» (ca9)

Bon Votre Écran 24/24h, ça c'est archi moche, ça dépareille en plus complètement, c'est bien jaune et on voit bien le logo «carte bleue, en cas d'urgence, vidéo, votre écran», d'un peu plus on appellerait les pompiers quoi et bon ce n'est que jamais des cassettes vidéo.
Sinon, y a le restaurant scandinave Troll Ussey du fond. Le devant est vachement, enfin il ressemble pas au mur gris d'à côté. Il accroche le regard parce que c'est une façade en bois qui a été accolée ou posée au milieu de l'immeuble de pierre. Il produit vachement plus de lumière, donc là ben c'est, avec l'écriture en bois ça fait sympathique comme tout, c'est écrit en gros et c'est bien écrit, des lettres un peu « mastock », même si l'intérieur est moins bien éclairé. Il est mis en valeur par trois gros spots qui éclairent le nom, c'est dans les tons un peu marron-rouges et puis vu que c'est écrit en beaucoup plus clair dans les tons plus clairs un peu jaunes, beiges enfin ocres un peu. Par contre là on la voit mieux, y a pas de reflets. Et puis en plus on le voit particulièrement parce qu'il est sous un lampadaire public.
Non, c'est vraiment bien éclairé. Ben surtout le système du halle, moi je pense, l'éclairage public, éclairé, ben en fait, c'est un peu l'ensemble. C'est vrai que si les enseignes, elles sont éclairées, ça mets en valeur la place, mais y a beaucoup d'éclairage public quand même. Ben là, ça doit pas être la même puissance sur les lampes ou quelque chose comme ça.
Bon on va passer sous le magnifique chapiteau là. Donc je confirme, c'est bien éclairé, et on est dans un espace un peu couvert donc l'éclairage blanc sur le toit un peu clair, ça ressort bien, ça donne beaucoup plus de luminosité. Mais là c'est vraiment, à quelque chose près, on se croirait pratiquement dans le jour, en pleine journée, j'ai bien dit à quelque chose près.
Alors la place, alors ce que je vois : le café, le café, l'autre, mais c'est éteint, personne. Le pâtissier banette là tout est caché on voit rien c'est dommage c'est toujours sympa de voir les croissants. On le repère pas du tout, il n'y a pas d'éclairage. Les meubles, les Meubles Fabre, on les voit parce que l'éclairage est intérieur même si y a pas de, ah! si! y a quand même une enseigne sur le côté mais ça se voit pas beaucoup de là où on est, mais ce qu'on repère et ce qui donne aussi envie d'aller voir, effectivement c'est les lumières, et qui du coup, on a envie d'aller voir les meubles un peu, qui sont à l'intérieur.
Donc, sinon les magasins de l'autre côté, ils ne sont pas trop éclairés, la boucherie, l'Eau Vive, c'est pas, ceux-là on les repèrerait pas en passant devant. [C'est un peu calme, y a pas trop de coloration, en fait on voit les affiches (enseignes) en fait, quand même, mais y pas d'éclairage, surtout en ce moment là, où on parle. Peut être on passe à un autre moment, on trouve une autre situation, donc ça c'est en fait, la..., l'intérêt de l'éclairage, voilà.]
Alors l'éclairage du commerce, y a toujours des surfaces vitrées dans les façades qui montrent l'éclairage, l'intérieur plutôt. Je crois que c'est ça qui montre qu'il y a une activité. Au niveau lumière commerciale, par exemple « les Viandes Boudouba », y a les deux, y a l'esprit de montrer par transparence l'éclairage intérieur et aussi l'enseigne qui est vraiment là, du point de vu couleur et enfin la grandeur des caractères, c'est vraiment lisible, c'est simple à lire. On ne voit que ça, le néon rose, c'est très fort. Je trouve cela souvent joli les… même si c'est kitschouille à mort, bizarrement, c'est pas très classe mais c'est pas moche quand même. S'il n'y avait pas Troll… à côté, on verrait, on verrait beaucoup plus Boubouda et c'est plus gênant quoi, mais là… Alors à côté (à l'opposé), c'est la boucherie de la place aux Herbes, c'est boudoudou,

Irrégularité

Inondation / circonscription

Emergence (couleur)
Focalisation
Intrusion

Contraste (façades)

Focalisation (façades)

Esthétique
Graphisme / Ecriture

Distorsion (couleur)
Contraste (figure/ fond) - Relief
Visibilité (netteté)
Accentuation (éclairage public)

(Composition)

Emergence (éclairage public)

Intensification (plafond)

Immersion (lumière naturelle)

Obstruction visuelle

Regard peiné
Attraction

Polarisation

Emergence (vitrine)

Composition (Transparence)

Lisibilité (T. Luminescent)
Focalisation (source et couleur)
Connotation
Esthétique (modérée)
Pondération

son concurrent on le voit pratiquement pas, mais je crois pas qu'il allume de néons, d'ailleurs y a pas de néons là! Et où y a pas de néons et où y a pas d'éclairage on repère plus évidemment les fenêtres qui se détachent.

Emergence (Fenêtre contraste contexte)

L'éclairage public il ne sert plus a rien. Il se noie dans la masse ici. On est tellement habitué que, il faudrait une fois tout éteindre pour se rendre compte, essayer d'allumer que l'éclairage public et puis voir ce qui reste vers… parce que là, c'est : plus il y a d'éclairage moins on voit les choses. En fait, ce qui est bizarre, (...) y a aucune harmonie, c'est chacun éclaire comme il veut, met ce qu'il veut, même dans les façades, dans les magasins. Peut être que c'est le secteur historique aussi, j'en sais rien, dans quel cas ils n'ont peut être pas le droit de toucher les façades mais…

Fondu

Alors là on arrive dans le pays des Kebabs… L'odeur… C'est toujours rouge ou vert quand même, hein! Là, on voit l'alternance, le Café d'Espagne : rouge (au loin), là : le néon vert, là : le néon vert, là : rouge, là : rouge, là : rouge, l'Epicurien : plus doré. En arrivant vers le début de la rue Brocherie, donc on peut remarquer le Restaurant l'Épicurien. Ils ont fait un effort de spots…

Irrégularité

«Suspension lumineuse» (ca9)

Synecdoque / émergence olfactive

Coloration / Rythme

L'enseigne ben là, l'enseigne avec le chaudron qui, si on y fait attention, se, elle se regarde(…). Le style de la façade, enfin, fenêtres en bois comme ça, au milieu du verre surtout qu'elles sont pas immenses, donc ça fait pas tout de suite, enfin on est pas agressé par une grande baie... L'intérieur est sympa, bien éclairé, enfin bien éclairé, on voit bien les poutres, les pierres apparentes bon, c'est chouette. L'éclairage intérieur, c'est vrai que ça attire pas mal l'œil par rapport à son éclairage qu'on voit de l'extérieur. Les lustres avec des cristaux… les lustres comme ceux de ma grand-mère, un vrai bonheur. C'est pas mal, hein, parce qu'on voit qu'il y a du monde en plus… En plus, la puissance, parce que le luminaire en lui-même euh, même je vois que ça, il doit y avoir une, ... Huit ampoules sur le lampadaire et en fin de compte il n'y en a que deux, voire trois qui marchent.

Filtrage (menuiserie)

Focalisation (intérieur)

Contraste (Int./ ext.) Dilatation

(Brillance) Anamnèse (comparaison)

Focalisation (Lustres)

Donc ben d'ici, on est toujours sur la places aux Herbes, on repère beaucoup l'enseigne du Restaurant Indien, dans la rue Brocherie là, parce que les tons verts bleutés, enfin d'ici je vois un peu bleu après, ça dépend des gens… et tout le reste des lumières enfin sont blanches, sauf les lumières des lampadaires qui sont jaunes(...). Euh, ben en fait sur la droite, j'aperçois rien du tout, y a pas d'éclairage, ben pratiquement pas tandis que sur la gauche c'est mieux éclairé. Là je vois Kebab, kebab écrit en jaune et en vert, pour faire ressortir, ben c'est le seul pratiquement ouvert dans cette rue, mais ça éclaire, ça attire l'œil…

Focalisation (enseigne T.L.))

Coloration

Synecdoque

Polarisation

Mixage (couleur) / Emergence

Focalisation

«L'attrait» (ca10)

Tout de suite à l'angle de la rue Brocherie et de la rue Renauldon, La Tienda, on a envie d'aller voir parce que c'est éclairé de l'intérieur, même si c'est fermé. C'est sympa le traitement (..) vachement coloré à l'intérieur. C'est rouge, c'est chaud, ils ont mis un cactus qui est là au milieu, mais en fait, je trouve que ça ne dépareille pas avec le magasin, ça fait un peu exotique. Bon, il y a toujours des bonnes vieilles grilles, mais, qui sont mieux à la limite qu'un rideau, de fer. Donc, c'est éclairé, c'est éclairé un petit peu de l'intérieur et surtout éclairé par des spots depuis l'extérieur. Bon par contre ce qui est bête c'est que du coup ils se réfléchissent bien dans la vitre quoi. Par contre, j'aime bien le traitement de la façade au-dessus : ils ont conservé l'angle du mur en pierre, mais bon un peu de manière aléatoire. Ils ont conservé l'encadrement des fenêtres en pierre, enfin je crois que c'est de la pierre, je ne vois pas, à moins que ce soit du béton

Attraction

Réchauffement

Connotation

Filtrage

Reflet (négatif)

Distorsion

«L'épicurien» (ca11)

je ne sais pas… ça fait un peu comme quand on se balade à Croix Rousse à Lyon. Et puis, par contre ça été traité, avec des couleurs. Les couleurs des immeubles qui changent, donc c'est..., et puis l'éclairage en coin, on voit bien la différence de chaque couleur, ça fait joli les tons oranges et jaunes, sur le coin de la rue.

Connotation

Coloration (façades)

Contraste (couleurs façades)

Si on se retourne juste avant de rentrer dans la rue Brocherie, sur la place aux Herbes, on regarde les halles de nouveau, pareil encore les fenêtres, et puis au fond on a un éclairage un peu différent, plutôt orangé, qui est assez joli vu de là, qui nous amène au tribunal, je suppose. Ben, d'un côté, elle est illuminée, de l'autre moins. Donc on voit que d'un côté : le côté droit. A gauche, avec le marché ça gêne en fait.

Contraste (T° couleur)

Guidage optique

Polarisation

Ostruction visuelle

Ce quartier, c'est un quartier, je te dis quartier ancien, c'est euh, c'est des vieilles constructions, regarde, toutes en pierre, du bois, c'est respecté, c'est assez carré, on fait pas n'importe quoi, au niveau, au niveau des rénovations etc. Donc, ils essayent de conserver un peu ce côté, un peu tu vois ancien et tout, et l'éclairage je pense que c'est pareil. On essaye de conserver l'éclairage à l'ancienne, ils veulent pas trop, en fait, trop éclairer, regardes, tu vois là, on aborde rue Brocherie, la rue Brocherie c'est pareil.

Intégration / Harmonisation

On rentre dans la rue Brocherie. Alors ça, c'est la rue, c'est vraiment une rue très forte. Cette rue, elle est bien illuminée, en fait toutes les rues devraient être comme ça, bien illuminées. Donc la rue Brocherie par rapport à la place aux Herbes, je trouve qu'elle est mieux éclairée, elle est bien éclairée, en plus il y a pas mal de trafic, donc ces deux éléments, ils donnent une ambiance spéciale. Les voitures qui passent au milieu, ouais, elle est pas piétonne cette rue. On est mieux dans cette rue, moi je me sens beaucoup mieux ici, que là-bas. Même s'il y a des voitures qui passent, on peut facilement s'y arrêter. Y a des gens qui parlent, y a beaucoup de passage en fait, dans l'autre y a du passage, mais les gens, ils parlent pas, alors qu'ici ils sont posés, ils discutent. Y a beaucoup de restaurants et ben déjà quand on respire, je trouve que ça sent les épices, c'est agréable. Je joue avec les trucs, avec les passages à pied (les gardes fou). Là, l'ambiance est plus animée, beaucoup plus même. Plus vivante déjà, c'est normal, c'est le palais de la bouche. Donc là, le but ça va être de mettre en valeur le restaurant s'ils veulent attirer la clientèle. Cette rue, c'est du tape à l'œil, quoi, enfin. On voit plus aussi les gens manger, l'éclairage qui vient de l'intérieur, l'éclairage tamisé, euh, du coup y a plus de passage parce qu'elle est pas tellement plus grande que la Grande-Rue finalement.

5 - La rue Brocherie

Eclaircissement

Mixage (lumière/ mouvement)

Ambiance olfactive

Qualification ambiance

Connotation

Suréclairement/ Focalisation

Transparence

Tamisage / Dilatation

C'est le pays d'Italie quand même, donc c'est rouge, blanc, rouge, blanc, vert. C'est surtout les Italiens qui dominent, là. Y a pas tellement une enseigne qui pète plus qu'une autre, dans un aspect général.

Connotation / Coloration

Uniformité

«L'ambiance décontractée » (ca12)

La lumière, y a celle du, la Cantina Mexicaine qui est bien éclairée pareil toujours du bois qui sert à les faire ressortir la Cantina en..., pas forcement en trois dimensions, mais l'écriture c'est vrai que c'est plus sympa. Et pareil, c'est écrit en rouge dessus, donc ça ressort vraiment bien. De là-bas, on le voyait pas mais en passant devant on va regarder dedans en plus c'est bien éclairé. Y a deux spots accrochés de chaque côté de la pancarte, avec un petit écriteau restaurant mexicain éclairé aussi en blanc, euh, l'intérieur ben y a une table qui n'est pas éclairée mais le fond il est éclairé. Après je sais qu'ici c'est l'Indien, avec sa vitrine qui est là, vraiment travaillé, complètement à part, parce qu'elle est peinte, la fenêtre, la vitre est peinte, qui nous plonge déjà dans un intérieur raffiné. Euh, ce qui est

Emergence (matière)

Relief (nom)

Emergence (Couleur)

Profondeur / transparence

Attraction

également sympa, c'est comme la façade est en verre, ça réfléchit la Cantina Mexicaine, ouais, ça fait un écho.
Tagliatelle, ben y a rien à voir. Puis là, pareil, comme que je te disais, pour les constructions, regarde, très ancien, ils ont du pavé, l'éclairage aussi pareil, Je pense que c'est, là par exemple, c'est vrai que c'est peu éclairé, ça fait un peu ruelle etc, mais on en a quand même un peu. C'est assez large, je veux dire la ruelle est assez large, c'est vrai même si elle est peu éclairée, ça donne un peu un côté, c'est un peu plus chaleureux quoi avec tous les restaurants un peu à thème. Y a beaucoup plus de magasins qui sont ouverts, y a beaucoup plus de lumière. Les magasins sont éclairés malgré qu'ils soient fermés. Ben, y a aucune unité, c'est chacun pour soi, ça été fait sûrement à des époques différentes,(...) y a deux écoles dans la rue.
Et donc on regarde les lumières au loin, c'est plus, ça attire beaucoup plus l'œil surtout ils ont mis beaucoup de vert, enfin là je vois c'est beaucoup de vert, y a un restaurant italien, enfin une pizzeria, le drapeau italien, là-bas au fond. C'est pareil, c'est du vert, on voit pas le nom d'ici mais je pense que de face on doit bien le voir. Des enseignes qui sont placées directement sur la façade, mais ici par exemple ce genre d'enseigne perpendiculaire à la façade Chez Stéfano Pizza, ces enseignes là, je vais les lire, mais celles accolées à la façade, non, pas du tout. Ouais, le nom tout seul ça m'aurait suffit quoi. Surtout qu'il y a une lanterne toute mignonne sous la porte, je trouve ça dommage d'avoir accolé un truc…

«Bonne idée» (ca6)

Ben, l'éclairage public est présent contrairement je pense à la Grande-Rue où justement, je ne l'ai pas senti : je regardais les vitrines plus qu'autre chose, ici on regarde peut être moins les vitrines. Sinon c'est pareil les lampadaires, les mêmes. Nous sommes passés devant le London Pub… qui comme tout bon pub se doit un peu « tenneg »… racoleur, ça se veut..., ça se veut ambiance anglaise, tout intime et tout sombre, en rouge en plus ça, c'est ce qui va bien mais euh, non je ne sais pas, on a l'impression que c'est pas si attrayant que ça, en fait, ça fait une vitrine assez sombre, en plus on entend le bordel qu'il y a l'intérieur, ça me paraît vulgaire quoi. Il faudrait un peu plus de lumière, au moins pour attirer, après à l'intérieur, je ne dis pas mais… Ici y a un personnage qui est à l'extérieur, c'est super original quand même, y a pas ailleurs, quoi. Finalement c'est plus l'originalité de la devanture, ouais, et les ambiances intérieures, c'est plus ce qu'il y a derrière que je regarde que la…, où, jusqu'où se perd le regard, quoi. Donc là, ils ont même pas besoin d'éclairer parce que, ils ont la réputation que ça c'est fait donc je pense que là-dessus ils ont pas besoin d'attirer la clientèle. Mais bon l'éclairage… Pas grand chose, y a un néon au-dessus qui éclaire le London Pub et puis y a deux petits lampadaires et puis c'est tout.

«Voyage» (ca7)

Par rapport aux couleurs, je crois, y a pas d'endroit précis où y une couleur qui m'attire, y a pas de traitement enfin y a de volonté de mettre des couleurs un peu plus intéressantes que le blanc, enfin si je passe vite un coup d'œil y a toujours des spots blancs qui… Néon blanc… Là, La Casba, y a juste un écriteau dehors, mais par contre à l'intérieur, c'est bien éclairé voire on se croirait en journée, vraiment en journée, y a quatre néons à l'intérieur et ça suffit largement pour euh, pour éclairer quoi, une assez grande pièce. C'est vraiment à l'ancienne, ça, oui, mais tout est basique cette boutique y a que des hommes… Je crois que c'est pas fait pour être intime. C'est différentes ambiances de café ou de restau. Il devait y avoir un match, ou peut être les infos je sais pas ce qu'il y avait.

Reflet
(Echo - Encadrement)
Dénuement

Connotation
Dilatation
Réchauffement
Intensification / suréclairement

Hétérogénéité
Approfondissement (Perspective)
Focalisation (couleur)

Distance et lisiblité
(regard en attente)

Focalisation (enseigne drapeau)
Suréclairement (Pondération)
Intrusion

Regard ajusté
Repousse (ambiance sombre)

Irruption sonore

Regard fuyant

Dénuement souséclairement

Balayage visuel
Synecdoque (couleur)
Emergence (couleur blanche)

Suréclairement / Immersion

(Surexposition)

Qualification

Et l'éclairage public, il se limite à cet éclairage à mi hau… mi façade quoi. Voilà l'éclairage public il est normal là : même intensité, les mêmes pyramides. Ça éclaire assez la rue, même là, on est de l'autre côté de la rue (du trottoir) par rapport au lampadaire on est assez éclairé. Je trouve que c'est suffisant pour cette rue là, non ? Ben là, on a changé de couleur, là on est dans le orange, (…) ou jaune, non, c'est pas bien franc quoi. (…) c'est justement pour, je pense, on veut pas un éclairage trop fort, avec dernier cris, qui éclaire très fort, c'est beaucoup mieux comme ça avec un éclairage jaune, comme ça avec..., c'est discret. Mais ces lampadaires là, c'est les mêmes qu'il y avait sur la place Aux Herbes.

Enfin je sais pas si, c'est vraiment la couleur pendant la journée, mais la couleur des bâtiments, enfin, à part, le rez-de-chaussée des commerces, c'est un peu sombre à mon avis. Même avec l'éclairage public là, ça, c'est sombre plus sombre qu'avant, voilà. C'est à dire que normalement si c'est des couleurs sombres, on fait en sorte de mettre un éclairage public puissant. Bon, en fait, éclairer, pour que les bâtiments n'assombrissent pas plus la rue en fait. Le orange c'est un peu plus tamisé. Bien, je préfère les lumières blanches que les lumières oranges, donc je trouve que ça éclaire plus et ça dénature moins. Lou Aptchot là, à gauche, ce qui est dommage c'est qu'ils ont traité la façade avec des vitraux, mais euh, y a un éclairage très faible à l'intérieur, ce qui fait qu'en fait on voit pas du tout, si ce n'est le bar puisqu'en fait le bar ce n'est que le seul point de lumière. Ouais, mais bon, ici ils essayent tous de traiter des lampes rouges, dans le genre c'est bien sombre, vous pouvez venir boire un coup entre copains, ça sera intime et en fait on s'entend pas causer tellement c'est fort, quoi, mais bon...

Sur la droite, c'est une pizzeria, non même pas, c'est La Bodega, ben la Bodega, toujours le même système, c'est des petits écriteaux blancs, face à la marche en fait. Et là, je lève là tête, parce que là, il est vachement haut. La Bodega c'est espagnol…, c'est pareil, c'est pas sur du bois, mais je préfère l'éclairage quand même comme ça. Là en plus, c'est vrai que quand c'est tout vitré, surtout les restaurants ou les bars, que c'est un peu vitré, que l'entrée..., je trouve que c'est quand même plus agréable que les trucs fermés où il y a juste une toute petite ouverture… Ouais la pasta pasta, en espèce de céramique, ils ont essayé un peu de faire azuléros comme au Portugal.

«Vitre : on voit bien tout dedans» (ca6)

Et ben on arrive devant... donc même chose que le petit boui-boui là-bas à l'angle de la Grande-Rue, des épices, non, des fruits confits, non, des fruits secs dans la vitrine. Je n'arrive pas à lire… Jasmin : alors c'est Laiterie ou le Jasmin là, un petit problème de hiérarchie car on sait pas trop. C'est pareil, ça continue à donner un côté, un peu fête au quartier le fait que… et en plus on sait que c'est ouvert donc on peut y aller, on la voit parce que vu que c'est tout vitré. Et ça toujours, ça se repère vachement je trouve ces réserves de fruits secs… C'est vachement lumineux. Ça brille. Là, hop, on remarque les, un espèce d'éclairage dynamique, enfin c'est pas vraiment dynamique mais qui bouge en tout cas. (…) voilà une sorte de guirlande électrique rouge, bleue, verte. Ça clignote, ça, on peut dire, en fait, une personne qui passe sans faire attention, il fait comme ça et il est attiré quoi avec l'éclairage.

«C'est décorateur» (ca6)

On avance et puisqu'il y a un passage automobile puisqu'il est placé au milieu, ça rapproche encore plus les gens des vitrines donc là, je, puisque l'on est sur le côté droit, je pense que j'ai toujours tendance à regarder le côté gauche, les enseignes du côté gauche, peut être par rapport à la hauteur des enseignes qui sont là, euh…

(Estompage hauteur bâtiment)

Immersion / uniformité

Flou - regard peiné

Adoucissement

Plafond

Affaiblissement

Tamisage (éclairage public)
Distorsion (IRC)

Filtrage / Tamisage

Synecdoque Coloration

Amanèse sonore

Regard en hauteur

Transparence (entrée)
(Dilatation) / (Attraction)

Connotation / Synecdoque

Connotation
(Ajustement) Regard peiné

Destabilisation (hiérarchisation)

Qualification / Synecdoque
Transparence

Brillance

Clignottement
Attraction

Compression

Regard réglé, adapté (distance)

Donc là, sur la gauche, c'est la Mecque de la bouffe italienne la Tavola Galda, la façade, on se croirait au Moyen-Age amélioré. Ben, c'est un autre système, ils ont mis un écriteau euh, donc euh, comment dire, les néons ils sont cachés derrière l'écriteau en vert, donc vert fluorescent, et puis l'écriture noire avec des lettres en 3D, en relief… donc là c'est vrai que ça change, mais c'est vrai que pour attirer l'œil, c'est un peu juste. Entre nous là, on voit pas écrit Tavola Galda c'est un espèce de halo vert, y a écrit Pizzeria (enseigne sur le côté) et puis trois lampions blancs quoi, c'est un peu miteux finalement.

Connotation
Connotation
Masque (source)
Emergence / Irruption / Coloration
Relief

Halo
Mixage

Je pense que, au niveau de l'éclairage c'est très bien fait, y a pas de..., il faut pas en rajouter parce que si on en rajoute trop c'est..., on éclaire un peu les défauts de l'architecture qui est pas, on va dire, voilà, elle a vécu. Et je vois du coup les enseignes des commerçants : soit ils mettent un éclairage qui éclaire leur enseigne qui elle-même ne produit pas de la lumière, soit c'est un éclairage indirect avec des torches des..., qui éclairent leur enseigne, soit c'est l'enseigne qui produit de la lumière quoi. L'éclairage commercial de manière général, il est coloré, mais sa tourne souvent autour des mêmes couleurs, je trouve en général. Rouge et Vert, ça dépend de leur goût, voilà, un peu de bleu de temps en temps.

(Révélation - Dévoillement)

Coloration / uniformité
(Répétition)

Par contre de ce côté de la rue, là c'est, A…, Atcha et j'ai dû chercher, j'ai dû lever la tête pour essayer de trouver le nom du magasin parce que c'est même pas..., le nom du magasin n'est pas éclairé. Atcha, même chose que les magasins de frings qu'on a vu jusqu'à présent quoi, c'est..., je trouve qu'il n'y a pas forcement de traitement intéressant, en plus il fait un petit peu de tout, des pompes, des sacs, des jupes, des robes et des tee-shirts, quoi, c'est le bordel. En plus la façade est vraiment bien moche, y a pas de traitement de la lumière si ce n'est qu'il y a trois spots dans la vitrine ; avec un vert (enseigne), déjà qui n'est pas lavé parce que ça dégouline bien la grasse des..., de l'immeuble au dessus. Mais, celui-là, tout le monde regarde le soir, cette vitrine, elle est très claire, très lisible, très nette. Elle est…, ils éclairent bien leurs produits et on les voit bien toute la nuit quoi, leur grille est juste là. Ouais, je trouve ça calme, je trouve pas ça agressif, bon forcement quand tu passes là, tu es obligé de..., tellement le spot il est il fort à l'intérieur tu es obligé de regarder la vitrine, (...) c'est le but d'une vitrine quand même! *[On est lundi, c'est pour ça, les restaurants ne sont pas ouverts ; la plupart ; de l'autre côté, et ça fait que c'est très très sombre, et ça ne donne pas envie de rester quand c'est sombre comme ça. On a plutôt envie de continuer, ou toujours pareil de regarder les, les objets les habits, je ne sais pas quel magasin (Atcha).]*

Regard en hauteur

Mixage (dans la vitrine)

Attraction
Transparence

Adoucissement - Regard forcé
Irruption / Focalisation
[Créneau temporel]

[Assombrissement]
[Focalisation]

Et maintenant, euh, comment dirai-je, ici l'ambiance ça se calme un petit peu, ça se calme par rapport à la rentrée. Donc là y a..., ben, je ne trouve même pas le nom du restaurant..., La Fondue, il n'y a pas de traitement particulier au niveau éclairage, par contre au niveau de la façade tout est en bois, bon, ben, ça dépareille carrément dans la rue, mais au moins ils sont allés jusqu'au bout de leur idée, et euh, ça fait un truc, un gros truc, je sais pas, rustique, bien de la montagne au milieu d'une rue où chacun a essayé de trouver le truc le plus kitch et le plus moche pour attirer le client. Ils ont fait encore comme tout les autres magasins, ils ont pas essayé de changer, ils ont pris deux, trois spots (sur quatre d'installés), trois spots pour éclairer la façade, juste sur les extrémités. Ils ont laissé les branches de sapin, de houx, en haut. C'est vrai que cette rue, ils se sont..., les façades sont toutes euh, hyper travaillées, quoi, les façades des restau. Ici, ils s'éclatent bien quand même dans cette rue, ils sont bien..., il rentre..., la façade est bien dans le « trip » qui veulent montrer.

Assombrissement

Irrégularité (façade)
Connotation

Connotation
Homogénéité

Alors sur la droite, y a une petite rue. Là, on a juste une échappée. Ça fait médiéval quoi, un peu, pour moi cette rue là, la rue des Valbonnais avec, comme des torches en haut, tout sombre. Hum!… Non, on y va pas, quoi on a pas envie, on voit pas l'intérêt quoi. Mais là, l'éclairage est pas..., c'est moins... Ah! en fait, j'ai dû..., ah! oui! Y a certain, ici, là aussi, y a des éclairages plutôt oranges alors que sur la place, ils sont blancs. Ah! c'est marrant, et là aussi ils sont aussi orange! Et j'avoue que je ne comprends

Echappée visuelle
Connotation
Connotation
Repousse

Incompréhension Destabillisation

pas bien pourquoi. Y a aucun magasin rien du tout, mais c'est très, très bien éclairé. Alors en quarante mètres t'as quatre loupiottes publiques, sur un petit chemin par rapport à la rue principale, alors que dans tout Brocherie sur cent cinquante mètres tu en a six, sept. Tout ce qui est plus clair, on va la nuit, avoir tendance à rester à côté, on va être attiré. Donc voilà, la rue à droite, là c'est vachement bizarre! Ah! peut être qu'il leur restait des sous à la mairie… Et c'est clair que l'on voit où on marche.

Juste après sur la gauche, l'impasse Brocherie eh! c'est plus une impasse là, c'est « guet à pan » plutôt ouais!

En face, y a le « Chorus café », donc toujours le même système que le London Pub. Le nom est pas très bien éclairé, par contre dessous c'est bien, c'est accueillant en fait, y a la porte qui donne envie de rentrer. Ils ont mis des néons au-dessus de l'entrée, néons bleus, pour faire ressortir le nom. C'est même pas le Chorus Café qu'ils ont éclairé, je rectifie, le N'ombde, Domboloo pub, c'est un pub voilà. Donc pour revenir sur le Chorus café, y a des néons mais ils sont pas éclairés, des néons je ne sais pas de quelle couleur… donc ben voilà, on voit pas. Donc « domboloo pub » (enseigne au dessous), ben y a un traitement en bleu qui en fait est à mon avis plutôt froid en comparaison de ce qu'on entend. Y a des palmiers qui sont à l'extérieur et qui tendent à dire que c'est plutôt chaud, quoi. Je ne connaissais pas le… qui a l'air beaucoup plus lumière tamisée bougies, très sympathique…

«Le côté rustique» (ca13)

Pratiquement en face le Mamamia c'est une autre pizzeria. Là, y a trois sortes de d'éclairage, donc un éclairage comment dire sur la rue que l'on voit en fait de loin en rouge, donc vraiment attirante, ensuite sur l'entrée ils ont mis le nom, numéro de téléphone machin… et ensuite encore plus bas ils ont mis des espèces de petits lampadaires pour éclairer le menu et puis pour éclairer la vitrine quoi, pas la vitrine mais la façade. Ça fait un peu rustique la roue du char et tout, c'est pas très, la lumière elle fait floue à cause du vitrage mais c'est une lumière dans les tons jaunes. C'est pareil, ça attire l'œil parce que de chaque côté y a pas d'éclairage.

L'enseigne du Pavillon d'or, il y a trop d'éléments, trop de couleurs, trop de lumières… c'est ouais… j'ai pas envie de voir ça au milieu de la rue, ça n'a pas sa place. Je me demande si, parce que là l'éclairage public il est quand même bien collé aux fenêtres, si ça gêne les gens ou pas, les gens qui habitent, (...) c'est quand même bien collé, quoi. Alors, l'éclairage, du Pavillon d'or, restaurant vietnamien, chinois, vietnamien, c'est pareil. Y a toujours les...,

«Le clocher rythmé» (ca4)

par contre, les asiatiques vachement prudes et tout, y a toujours le rideau devant pour pas qu'on voit de l'autre côté. (...) c'est assez simple, si ce n'est les lampes (à l'intérieur), ouais ça correspond bien, pour y avoir été… Donc l'enseigne, c'est le, c'est en rouge aussi mais un rouge plus sombre que la pizzeria, donc ça c'est sur la façade, sur le «côté marche», Là par contre les dimensions de la pancarte, elles sont plus importantes que les autres d'avant… Ils essayent d'utiliser beaucoup de couleurs : le jaune, le rouge (le cadrage par le tube). Je trouve en fait, c'est vrai, ça attire, ça attire parce que c'est trop coloré, mais je trouve pas que c'est naturel, tu vois, c'est pas bien adapté les couleurs. Mais enfin toujours le style d'écriture et le fait qu'elle soit chargée, je crois que... C'est vrai que je lis le Pavillon d'or, mais pour pouvoir lire tout ce qu'il y a, après je m'ennuie tout de suite et je m'en vais, donc !

Dénuement (magasins) souséclaire.
Densité

Attraction
Eclaircissement / suréclairement

Echappée visuelle - Trou noir
Connotation

Destabilisation (Hiérachisation)

Refroidissement
Réchauffement (sonore)
Tamisage

Emergence (couleur)
Attraction

Connotation
Tamisage (Flou - distortion)
Focalisation - Contraste
Suréclairement (couleur)
Intrusion (enseigne)
Intrusion (éclairage public)
Halo (sur façade)
Synecdoque

Filtrage

Emergence (couleur)

Irruption (taille)

Focalisation (couleur)

Graphisme
Désharmonie (couleur)
Fuite (abondance)

Là, on regarde, on est plus attiré par la lumière du clocher de Notre-Dame, qui nous fait lever les yeux et moins regarder les… la boucherie en activité… Et donc on remarque le clocher, forcement. J'avais jamais remarqué le clocher comme ça…, on voit les rouages dans les escaliers et tout ça… je ne sais pas si on voit les cloches…

Attraction - regard en hauteur

Je crois que cette boucherie, elle est, comment dire, on sent le passage devant la boucherie à cause de l'intensité de l'éclairage qu'elle dégage à l'extérieur parce que tout le parcours qu'on a fait là, c'est vrai que, y a des enseignes du côté droit où on passait mais qui éclairaient juste la partie du magasin ou le titre ou…, il ne participait pas à l'éclairage du petit trottoir, mais là.... Et enfin, et c'est à ce moment là que j'ai remarqué le traitement du sol (…)

Clôture visuelle

Donc là on arrive vers le bout de la rue, ça c'est quoi? C sport, Lé sport, je sais pas…K sport. Il a fait taguer son intérieur, et y a que des pompes, et puis son logo on dirait un gros tag lui aussi. [Ici on a un machin de sport pareil pas éclairé, pas besoin, normal, très peu de passage à cette heure-ci le dimanche.]

Irruption

Inondation
Regard en bas
Regard peiné

Connotation

Bon ben là, par contre, plus d'éclairage, plus rien du tout(…) Là, par contre c'est pas du tout normal, du tout, c'est un restaurant (la Fontaine de l'Orient) et y a aucun éclairage, ben là on voit même pas que c'est ouvert. Ils ont même tamisé l'éclairage intérieur, c'est rouge mais c'est moins fort parce que c'est dû au rideau. Il ne donne pas envie d'y aller, parce que ça fait tout..., on voit pas à l'intérieur en passant, c'est très renfermé, ça fait très fermé en fait. [Fontaine de l'Orient, bien moche aussi tout tagué, on a pas envie. (Rideau métal)]

Coupure

Tamisage
Repousse
Compression / intensification

«Rayon de lumière» (ca13)

Donc, ben là on arrive, y en a plus qu'un d'allumé. C'est la Sandwicherie Djebel et elle aussi on la voit même si ça reste dans les tons gris, le mur. Déjà ils ont mis une enseigne lumineuse dehors (posé au sol) jaune de derrière. On voit pas ce que c'est l'enseigne, mais y a des couleurs et puis vu qu'il y a de la lumière on est beaucoup plus attiré. Donc voilà, le reste c'est pas assez éclairé mais par contre, par rapport à la sandwicherie d'avant, là, c'est bien, qui ressort bien là, on a l'impression que le reste à côté c'est plus, moins lumineux.

Emergence (contraste)

Fondu

Attraction / Focalisation
Contraste (contexte)

Là, toujours la même chose un restaurant, Tratoria Angelo, puttt, c'est aussi restreint la lumière et y a que l'intérieur et encore y a que le cuisto qui est éclairé pratiquement, les clients à table je ne sais même pas s'ils arrivent à voir ce qu'ils mangent. En fait, l'intérieur c'est blanc, c'est pas sombre donc c'est vrai avec l'éclairage ça fait, avec le peu d'éclairage ça fait ressortir l'intérieur du restaurant. Mais ils auraient dû je ne sais pas mettre de la lumière plus sympatique, en mettre un peu plus. C'est tout blanc, ça donne pas du tout envie de rentrer. Par contre la rue fait moins attrayante, vu depuis la cathédrale, que vu depuis la place Aux Herbes.

Emergence (du blanc int.)

Contraste (contexte)/ Focalisation
Dilatation
Repousse
(Attraction et sens du parcours)

6 - La place Notre-Dame

Là, on est sur la place Notre-Dame, là, c'est pareil, là, on est un peu tout fou quoi, après avoir été canalisé dans la rue Brocherie là, actchiuuu !!! C'est beaucoup plus spatieux, suffisamment pour laisser passer le tram… Un peu une sensation que ça soit vide. Ça attire pas mal les étudiants parce qu' il y a des grandes terrasses, c'est nickel ! Du coup, ça fait jovial aussi, mais pas pareil que la place Grenette, ça fait, comme y a plus d'espace, ça fait à la fois fête mais pour être un peu plus tranquille. C'est moins éclairé quoi par rapport à la place Grenette,(...) si on a une taille petite et éclairée de la même façon qu'une place plus grande, on a l'impression que c'est moins lumineux quoi, voilà donc ici on trouve que c'est plus grand. Donc, en fait, peut être, la lumière s'est dispersée partout. Elle a de la gueule cette place quoi.

Dilatation (éclaircissement)

Qualification ambiance
Qualification ambiance

Elargissement

Alors place Notre-Dame on a encore autre chose, on a un mélange de plein de

Uniformité Esthétique
Mixage (sources)

choses que j'ai d'écrites avant euh, en fait ça fait comme si c'était un mélange de la Grande-Rue oui, en fait, de tout ce qu'on a traversé avant. Y a beaucoup de choses niveaux bâtiments, là, y a un mélange d'architecture ancien, nouveau, donc plus de lumière, (...) donc c'est un peu plus éclairé que bien sûr dans la rue Brocherie, voilà. Les façades bien grattées, bien rénovées. Y en a partout, plus la fontaine ; là, y a tout qui se brassent, les cafés, les banques...

Esthétique
Illumination

« l'histoire» (ca12)

L'église, regarde l'église, celle-ci elle est super bien éclairée. Ça fait pas longtemps aussi qu'ils l'ont rénovée donc, ils ont voulu la mettre en valeur donc là, ils ont rajouté un peu de lumière, pour mettre en valeur les portes, pareil la pierre, le clocher. L'éclairage, il est..., je trouve que ça fait un peu rosé dans le fond, c'est lumineux, et puis j'aime bien. Ah! Puis, j'avais pas vu que la lumière de l'entrée elle venait du sol. Ils ont mis en valeur le petit porche gothique de l'entrée avec quatre lampes au sol, bleu, non, c'est même blanc, blanc vraiment fort, intense. C'est enfin, la position des éclairages mais la couleur, je crois, qu'ils ont choisi pour montrer, euh, je ne sais pas, ça fait pas trop style bâtiment historique, le fait d'éclairer avec cette lumière très, très blanche. J'aurai préféré que ce soit un peu jaune en fait, enfin, pour montrer que c'était traité avec de la pierre. Ça, pour moi ça correspond à des murs blancs, brillants, enfin qui me fond penser à des projets modernes si tu veux, une peinture laquée, à ce genre de truc, que c'est lisse, c'est brillant, mais pas… mais je suis sûr que ce genre d'architecture, elle est toujours rugueuse, c'est sableux peut-être ou je sais pas. Je peux pas voir. Donc en face, on voit au loin un magasin de décoration je crois, rose, où je sais pas ce qu'il vend, on voit pas ce que c'est, mais il est fuschia… C'est une boulangerie, là, pétard, jaune, rose? Et puis, on a le doré intimiste des brasseries… On a ces fameux éclairages blancs (tubes luminescent) par exemple de la brasserie, très forts, comme on avait au début avec place Grenette en fait. Les éclairages des cafés, en fait, ça dépend de l'ambiance qu'ils veulent donner, c'est vrai que la brasserie sur la droite, c'est très fort. Là, le Shaman café c'est plus doux avec des éclairages qui descendent contre le mur qui valorisent plus la façade en fait qu'un nom. Le Shaman Café, j'aime bien, l'éclairage de l'espèce de plaque en bois au-dessus du menu, là, enfin c'est bizarre ça fait… Je trouve qu'il fallait oser pour faire une entrée et un logo tout noir quoi, et en fait ça va bien sur la façade qui est plutôt bien éclairée et euh, en plus à dix mètres de la..., des portes de la cathédrale (…).

Esthétique

Emergence blanc

Connotation

Applanissement / Brillance
Distorsion
Coloration
Emergence blanc

Polarisation

Adoucissement

Illumination

Contraste (enseigne/façade)

«Le coin des amis» (ca1)

Les places, c'est ça qui est bien, les places tu bénéficies de ton éclairage (éclairage commercial) et de l'éclairage de la ville quoi !...Ben c'est surtout l'éclairage public qui fait l'ambiance. Là, déjà y a beaucoup plus de lumière. Cette place, je trouve qu'ils ont, je trouve qu'elle est bien éclairée quoi. Et puis là, on change de type de lampadaire, direct ça change. Il me semble pas les avoir vu ceux là, ils étaient plus fixés sur les façades, tandis que ceux là, ils sont sur les trottoirs. C'est des lampadaires à trois têtes alors qui éclairent plus, quoi, ça donnent un peu plus. Donc là, l'éclairage public, ils ont mis l'intensité, elle est plus forte, ils ont dû mettre des lampes plus importantes. Euh, ouais y en a tout le long. Je trouve mieux que les spots, parce que les spots si tu es en dessous t'en peux plus tellement c'est trop éclairé, alors que là, c'est juste ce qu'il faut, entre le tamisé et l'éclairage… Oui, ils éclairent mieux que les autres, je trouve. Ça, c'est bien mais, à des endroits, il en manque quand même. Ces lampadaires sont plutôt jaunes, que blancs, à moins que je me sois

Synecdoque (éclairage public)

(renforcement)

Surexposition / Eblouissement

Tamisage
Irrégularité

trompé de couleur, il me semblait que là-bas c'était plutôt blanc que jaune. Donc on aurait encore une autre couleur.

Voilà, qu'est ce que je vois encore, euh, là par contre, on a aussi, c'est différent au niveau de l'éclairage parce que euh y a un choix qui est fait aussi d'éclairer au-dessus sur cette place. Au-dessus, donc on a plus un éclairage seulement au premier, enfin au-dessus du premier étage, entre le premier et le deuxième, mais on a un éclairage au-dessus, en haut des immeubles, enfin des immeubles moyens. Là, en face je vois, à coté de l'église, là au niveau du musée, autour de l'église, on a ça aussi en face et on a des, ces éclairages qui valorisent finalement les bâtiments qui sont assez jolis, orange, orange-jaune. J'avais pas vu, d'accord, je me disais que ça éclaire quand même bien beaucoup pour des petits ...comme ça, je me disais «d'où vient la lumière? Et la lumière donc vient de la haut». Donc on voit assez bien toute la rue (...) Ici on est plus, porté en hauteur comme ça. La lumière, ici, elle est..., je la trouve beaucoup plus uniforme que la place aux Herbes où c'était plus des points comme ça qui éclairent, alors que là, c'est le sol, il est pratiquement uniforme, quoi, c'est ce qui fait bizarre en voyant les petits (luminaires), on s'attend à voir un éclairage autour et non pas trop!

Il y a beaucoup d'éclairage public et beaucoup d'enseignes ce qui fait que je t'ai dis que c'était chargé et que... Tu vois le..., une vitrine complètement éclairée et en même temps, après deux mètres, il y a un éclairage public. Mais là, ils peuvent se permettre d'être un peu plus discret, puisque c'est plus éclairé que dans les rues.

L'éclairage commercial, c'est moins important par rapport à la place Grenette, je sais pas pourquoi, peut être, comment dirai-je, je lis ça à la nature des commerces qui sont ici. On a des magasins qui sont pas tellement visibles mais parce qu'ils sont pas éclairés du tout. Ils n'ont pas d'éclairage intérieur. Ben ici c'est très discret, les vitrines sont pas tellement éclairées, c'est plus les enseignes. Je trouve que c'est un peu doux l'éclairage commercial, c'est pas trop, trop renforcé. Finalement, il est moins..., un peu plus camouflé. Il est très hétérogène en fait, on a un peu tout. C'est-à-dire enfin tous les, on a beaucoup de couleur, beaucoup de grandeur de caractères, beaucoup de types de caractères, beaucoup de méthodes.

Donc de ce côté, à gauche, à part le symbole de la pharmacie, y a pas grand chose qui m'attire, euh, je vois plus les façades. C'est plutôt l'éclairage public qui est plus travaillé, je crois ici, que les enseignes lumineuses, sur les deux trottoirs jusqu'à la station au fond. Il y a les petits poteaux avec les trois ampoules qui montrent en fait, que, comme y en a plusieurs, qui montrent les rails du tram, le trottoir, la direction de la rue, enfin plusieurs choses. Ben déjà y a la sandwicherie l'Oasis qui ressort assez bien vu que de chaque côté les magasins sont éteints, puis il est situé devant un lampadaire, donc y a tout un cercle de lumière en fait autour, et on le voit assez bien. Donc les lumières qui attirent là, c'est ben, l'entrée de l'église, les cloches éclairées, là aussi ça fait des traînées, trois traînées au-dessus de la Crêperie. Ben, le Tonneau de Diogène, on le voit pas. C'est plus ça (les luminaires) qui me saute aux yeux, vers le musée de Grenoble on va dire, parce que ça descend, c'est pour ça qu'on a le regard porté vers le haut.

Là, ben là, ça fait pas pareil, c'est bizarre, du côté de la fontaine, parce qu'ici on est plus, ça monte donc du coup notre regard…Tout de suite c'est les points d'éclairage dans le sol qui m'attirent, en fait plutôt que l'éclairage public qui n'est pas très évident. C'est, enfin, peut être parce ce qu'il a une place et qu'il n'y a pas de rue, y a pas de direction, qu'ils ont préféré mettre des spots encastrés au sol qui sont placés aussi au même endroit que les arbres. Ce qui me frappe, également, c'est la Banque Populaire. Il faut avouer, elle pète bien quand même. En blanc, enfin c'est la couleur bleue. C'est alu et verre, et plastic, donc c'est bien design, donc c'est bien, ça fait bien moderne. Et de ce côté, je sais pas, y a différentes couleurs. Y a le bleu, et… Là je vois là, l'opticien en bleu comme ça en néon, le petit truc dans l'angle avec les

Compression (immeuble)

Ubiquité lumineuse
Synecdoque (rue/ place)
Dilatation (verticale)
(Pointillisme place aux Herbes)
Uniformité
Distorsion

Rythme - Mixage
Pondération
Dénuement (extinction)
Adoucissement (é. commerciale)

Emergence (vitrine)
Gommage (é. commerciale)
Hétérogénéité (é.commerciale)

Emergence (Façade)
Emergence (éclairage public)

Guidage Optique
Emergence
Suréclairement
Halo (au sol)

Graphisme

Compensation (Regard en haut)
Dissymétrie (Balayage visuel)
Compensation (Regard en bas)
Pointillisme

Destabilisation

Irruption
Coloration / (Brillance)
Connotation
Coloration

«La blanche» (ca3)

tubes rouges ou encore le café qui a l'éclairage jaune : le Centenaire et je vois que les néons. Ben à part la Banque Populaire je vois pas tellement d'autres magasins d'allumés. Bon ben y a deux bars, deux trois trucs à côté, mais c'est pas fort.

Bon puis y a..., pareil les bruits, l'ambiance, y a toujours l'eau à coté qui donne un côté un petit peu plus chaleureux, un peu plus, je sais pas, un peu plus, ça donne une petite touche de personnalité, quoi, c'est..., on a plus envie de rester là, enfin le bruit du tram : moins bien… Par contre toujours la même chose la fontaine n'est pas éclairée, c'est pas la même mais bon depuis tout à l'heure, mais bon, ça aurait été sympa qu'ils l'éclairent aussi. Bon là aussi je vois aussi qu'il y a encore des éclairages de Noël mais qui ne n'ont pas été enlevées mais qui ne sont pas activés. Et là je vois y a un feu, c'est peut être pour le tram, ce feu rouge.

On va voir d'un autre point de vu, on traverse. Bon ben là, on arrive devant l'entrée, on va monter les marches… Place Notre-Dame qui n'est toujours pas une place, vrai place, quoi que, il y a un banc quand même. Bof ! Non c'est toujours assez soft quoi, je trouve. Ah ! Ça fait gros spot là haut, c'est vrai que quand je lève la tête, je me rends compte qu'il y a des énormes spots quoi. Et que sans ça, ça ferait peut être plus triste quoi, alors que là on a de la vue jusqu'à..., ouais de part en part on a de la vue… Même sur les bâtiments… Pareil d'ici on voit bien la sandwicherie d'en face, donc on a même tendance à..., ça éblouit presque, enfin je ne sais pas l'éclairage est vachement fort par rapport à côté, le Centenaire, il a juste une enseigne lumineuse jaune mais l'intérieur est tout terne, là tout est lumineux dedans. Et pareil d'ici, ben y a l'Annibal aussi qui est pareil, une lumière très, ben elle est blanche, très blanche et qui ressort beaucoup. Ben y a le Tonneaux de Diogène qui a un joli éclairage mais le ton est plus terne un peu plus jaune, qui se confond plus avec l'entourage, mais on le voit quand même, enfin ça fait pas le même style, y en a un qui dit « venez chez moi » et l'autre qui dit juste et ben « si ça vous intéresse venez regarder ».

Focalisation (T.L.)

Ambiance sonore

Réchauffement

Irruption sonore

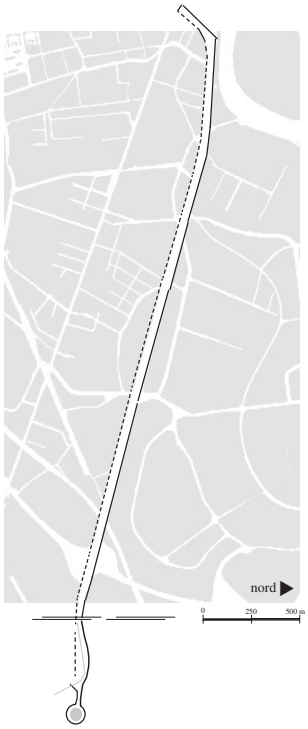
Dénuement - sous-éclaiement
Intrusion

Emergence (couleur)

Qualification ambiance
/ adoucissement
Regard en haut
Emergence (intensité)
Qualification ambiance

Eblouissement (intensité)
Contraste
(Applanissement)
Emergence (couleur)
Qualification lumineuse
Fondu (couleur)

Attraction



Traversée polyglotte
De Gières à Grenoble, de Grenoble à Gières

Avenue Gabriel Péri

Nous sommes à Gières, devant le garage Renault. Là on commence à rentrer dans les petites communes de 10000 habitants à peu près. C'est là où commence un petit peu la campagne. Il fait bien nuit. Donc, très beaux spécimens de boules accrochés sur des piliers! C'est des lumières pas très fortes, c'est assez léger. Là, on arrive au rond point en chantier et tu te sens dans une ambiance chaleureuse parce que la lumière est un peu jaune. Par contre, je sens que c'est un peu trop noir et on voit pas trop de monde donc, on se sent pas rassuré. C'est l'ambiance un peu, pas trop bien éclairée, très chaude des lumières en fait, un peu comme ça, des vieilles autoroutes[2]. Elle est un peu tristounette. En tout cas, j'espère qu'il vont mettre un éclairage un peu plus prononcé. Qu'on voie ! Là, y a un passage piéton[1] qui est bien éclairé et ça, c'est pas toujours le cas. Alors là, ils ont mis un truc complètement éclairé en pleine sortie de virage où tu réaccélères, mais je ne vois pas à quoi ça sert dans la mesure où tu n'as pas le temps de le regarder. Mais bon, la preuve, j'ai vu que c'était éclairé, mais j'ai même pas vu quelle pub! Donc y a une ambiance, ponctuellement un éclairage blanc. Quand y a des panneaux publicitaires ici comme ça, grands, parce que tu peux lire quand tu es loin et quand tu fais ton parcours à pied, ça te permet d'avoir plus de plaisir quand tu te promènes parce que tu as toujours quelque chose qui attire l'attention.

«Le calme de Gières» (gp2)

On sort de Gières, on est sur la route. C'est pas très agréable comme éclairage, c'est très ancien[3], c'est pas accueillant. Avec un joli trou noir, sur la route. Là, il manque un lampadaire pile poil, pour que ça soit mieux éclairé. Ça manque un peu d'éclairage. Y a des arbres sur les bas côtés de la route qui accentuent l'ombre. Ça fait éclairage d'autoroute, c'est suffisant pour faire de la voiture quoi. C'est toujours une lumière jaune, très orangée[4]. C'est assez apaisant pour les yeux. Sur la droite, l'arrêt de bus, éclairé comme ça, ça fait un peu l'idée de vitrine. Sinon, sinon, pour l'instant, on avance en direction de l'avenue Gabriel Péri.

1- Le rond point à Gières

(Transition)
Inesthétique (ironie)

Adoucissement
Immersion
Réchauffement

Sentiment d'insécurité

Connotation / Qualification

Yeux bandés
Sentiment de sécurité
Emergence
Regard furtif

Regard manqué

Repérage
Focalisation

2 - La sortie : Rue du Bois Taillis
Qualification
Connotation - Repousse
Trou noir
Accentuation / Compression
Connotation
Regard apaisé

Connotation (Irruption/surexposition)

1. «Les fameux éclairages piétons, qui sont très contre-versés, aujourd'hui.»
2. « On passe sous des petites sources au sodium très marquées. »
3. « Des mâts bétons mixtes éclairage public»
4. « Une ambiance jaune du sodium..»

«Le vide» (gp6)

Alors là, on arrive dans une zone très sombre. C'est glauque même. On arrive en fait à l'embranchement de la rocade. C'est assez étonnant, on passe d'une lumière un peu tamisée et un peu brumeuse au noir total[5]. C'est pas sécurisant! Donc là, y a plus rien, à part les feux (tricolores) qui te donnent tes points de repère. Par rapport au piéton, même quand tu es avec ta voiture, c'est pas agréable. Donc, effectivement, là, il faut faire gaffe! Grâce au super panneau « interdit de tourner » là, qui réverbère bien la lumière des feux (phares) ça permet aussi de se repérer sur la route. Et on passe sous le pont, sous la rocade, les phares des voitures sont éblouissants par contraste avec l'environnement qui est très, très sombre. C'est à se demander si c'est une question d'économie ou si il y a pas une panne de courant.

3 - L'échangeur, sous la rocade
Qualification

Coupure
Sentiment d'insécurité

Repérage
Qualification

Reflet
Repérage
Eblouissement - Contraste
Incompréhension

On passe le pont. Et là on commence à voir que ça marche un peu, y a un peu d'électricité dans la ville, on voit les lumières au loin, du côté droit et gauche, qui nous indiquent que nous arrivons sur une ville. En fait, on voit aucun luminaire ici, donc, même si la lumière n'est pas forte, mais il y a la lumière, tu te sens déjà plus rassuré. Donc on a un super panorama qui démarre sur la droite, donc avec Meylan et puis donc, en face, Grenoble, la Bastille, ça fait une belle ouverture sur Grenoble. Sinon, ce qui peut, c'est vrai, marquer pour l'instant, on a les premiers magasins sur la droite, certains sont éclairés et d'autres pas. Là, mon regard est interpellé par une grande banderole, par, un fluo rouge de magasin, qui est là-bas, je ne sais pas ce que c'était. On a un éclairage type stade du parking de Castorama qui est éblouissant. [Je sais qu'il y a un Casto et on le voit pas, bizarrement.] Et puis au loin en fond de perspective on voit Gabriel Péri, l'ambiance jaune avec les phares des voitures dans les deux sens, blancs et rouges qui sont très marqués. Les mâts d'éclairages accentuent la perspective. Alors c'est vrai que c'est pas mal de passer de nuit, parce que ça permet de repérer certains magasins, genre, je ne savais pas qu'il y avait un Hygéna, une Halle aux chaussures, ici. Ben, je le saurai, parce que quand tu passes de jour, on a pas forcement le temps de le repérer. Mais ça au moins, c'est éclairé, c'est bien. Là, ça fait très hangar, donc, ça craint un peu, moi je trouve quand on voit des lumières blanchâtres comme ça, parce que c'est très focalisé, c'est très précis la zone d'éclairage et dès qu'on s'en écarte, on est exposé.

4 - L'avenue Gabriel Péri: L'arrivée
Echappée visuelle / Balayage visuel

Sentiment de sécurité
Regard panoramique

Panorama (Dilatation)
(Discrétisation)
Focalisation

Connotation - Eblouissement

Regard fuyant - Perspective
Couloir - Guidage optique
Accentuation (perspective)
Repérage

Connotation
Sentiment d'insécurité - Coloration

Contraste (Surexposition-Trou noir)

Ah, maintenant ça commence la lumière de l'avenue. On a enfin de nouveau de l'éclairage. Nous rentrons dans la zone éclairée. Effectivement l'avenue Gabriel Péri, elle est très illuminée. Les luminaires ressortent un peu. Donc une lumière un peu jaune. Enfin jaune, un peu jaune-orangée quoi, qui est rassurante[6]. C'est pas du blanc qui agresse.

Eclaircissement
Immersion
Emergence
Coloration
Sentiment de sécurité

«?» (gp4)

«La perspective de l'avenue» (gp3)

Et là, c'est farci de publicités éclairées. Les publicités un peu à droite et à gauche qui donnent un peu de couleur, de gaîté un petit peu, à l'avenue. On sait plus quoi décrire parce qu'il y en a partout, des panneaux sur le bord de la route, des panneaux publicitaires 4x3 éclairés, des enseignes ponctuellement. Et donc les feux qui ressortent. C'est vrai qu'on est dans des prototypes de

Densité - Balayage visuel
Qualification - Coloration
Encadrement
Mixage
Emergence

5. «L'éclairage public s'arrête à 150 mètres du feu donc qui pourrait être considéré comme un point de conflit.»
6. «Je pense qu'il doit y avoir 15, 20 lux moyen, ça doit être assez récent.» gp

toutes ces zones, toutes ces entrées de ville qui sont des entrées un peu avec des sites commerçants avec des grandes enseignes.[7] *Darty, c'est très bien, (rire), on le voit tout de suite. C'est pas mal parce qu'on connaît assez bien le sigle rond, enfin, le rond blanc, donc même de loin, sans trop le voir, on le reconnaît tout de suite. Tu vois dans ce carrefour là, y a beaucoup, beaucoup de lumière. Pour moi, les logos comme ça, trop éclairés la nuit, les panneaux publicitaires ça..., mais ici, je trouve que tu vois trop de couleurs. Ça me fait penser aux images de Tokyo au Japon où tu as trop de couleurs, c'est le bordel, et tu penses, tu te sens en consommateur, tu te sens pas en citoyen qui a le droit de marcher, tu te sens toujours attiré et bien sûr qu'ils font ça exprès. Donc à droite et à gauche, on a Intersport et Gémo, c'est vrai on a des enseignes qui sont assez volumineuses. Gémo, ça pète d'enfer, ça ils ont bien choisi les quatre grosses lettres éclairées en bleu très fort, ça se voit bien. Alors par contre, tu vois alors, l'enseigne de l'Intersport n'est pas allumée et donc on remarque pas qu'il y a un magasin de sport ici*[8]*. Bon, ben, ils ont loupé leur coup, hein,... [Par contre c'est vrai là on passe devant Gémo, c'est un peu lugubre, parce que lui il est complètement éteint, y a rien qui le mets en valeur.] Elles sont assez bleutées, un peu de rouge et un peu de bleu donc, c'est vrai que ça, ça tranquillise un peu l'avenue, je trouve que ça change de la lumière blanche qu'on a, comme par exemple ici à ED. D'une manière générale ben là, je suis attiré par le truc qui clignote, d'Horizon, donc c'est peut être pas voulu chez eux mais ça marche bien, c'est plutôt un problème électrique! Donc ici, ben Optic Horizon c'est quelque chose qui frappe à l'œil, ce côté rouge. En continuant sur l'avenue Gabriel Péri. On voit un gros..., le «M» jaune. Le jaune et rouge de super Mac Donald, ça marche, ces couleurs festives. [Donc Mac Donald, pareil, y a pas d'enseignes allumées, ce qui est un peu surprenant.] Il y a aussi des projecteurs qui éclairent les enseignes qui sont pas elles-mêmes éclairées. Euh, là, par contre, y a un espèce de spot qui nous éclaire la tête, on se fait complètement aveugler par le spot, une lumière blanche... Sorti de là, c'est pas top, ça donne pas hyper envie d'y aller. ($ affaire). Donc les enseignes, elles ne sont pas trop hautes, ce qui est pas mal, ça éclaire, ça éclaire bien la voie, je trouve que ça rentre bien dans une ambiance de publicité. Elles sont très présentes, mais, en même temps, c'est une enfilade, comme ça, qui peut être, crée une ambiance plutôt que, qui en tout cas, imprègne l'ambiance du lieu. La route au milieu, enfin la voie, avec des mâts très hauts qui du coup créent un éclairage assez uniforme, enfin une ambiance assez uniforme sur la chaussée elle-même, enfin et au-dessus.*

Là, tout d'un coup, on a un peu moins de publicité, effectivement donc on a passé la première partie où il y avait un peu plus de grosses enseignes, là on est dans tout ce qui est garages, il y a un peu moins d'enseignes...Ça fait un peu moins grande avenue quoi. Et bien Opel n'est pas allumé, par contre on voit le Feu Vert. Alors Feu vert, tout de suite ça pète parce que c'est carrément éclairé dans toute la nuit, ça fait un peu spot, c'est super puissant comme lumière, alors là, encore plus, ça fait boîte de nuit, un peu là. Ce qui est marrant c'est Feu vert c'est tout en vert, donc c'est un truc dont on va se rappeler à mon avis. Alors Distriland (pub), ben là, j'ai été attiré plutôt par le changement d'images et en fait c'est bien éclairé ce truc là. A coté de Feu Vert : d'Atlantic Aok, donc là, pareil, cadre restaurant Altantic Oak donc y a des moules frites à volonté, (rire) c'est pas mal, je trouve ça, ouais, c'est... Les trois là, bleu, vert et rouge, lavage aussi. Ben je disais, comme on est en voiture on n'a pas le temps de s'arrêter sur une enseigne sauf quand on est au feu comme ça. En fait, là, c'est Altantic Oak avec la station de lavage devant. En fait, on distingue qu'il y a une profondeur à côté de l'avenue

« La discothèque Feu Vert» (gp7)

Repérage / Graphisme
Reconnaissance
Suréclairement

Coloration - Connotation
Densité
Emprise
Attraction
Encadrement
Irruption / Graphisme

Dénuement

Créneau temporel

Coloration
5 - L'avenue Gabriel Péri
De Darty à Altlantic oak
Clignotement / attraction

Focalisation
Emergence
Coloration - qualification
Créneau temporel
Typologie

Eblouissement
Repousse / Répulsion

Fondu
Couloir (Guidage optique) /

Uniformité
Enveloppement ?

Decrescendo / émersion
Connotation Synecdoque
Dispersion
Dénuement
Irruption

Connotation

Connotation

Coloration

Focalisation (dynamique)
Graphisme
Coloration

Regard furtif et Focalisation

Approfondissement / dilatation

7 «C'est les enseignes qui permettent de voir un peu ce mélange pas toujours très heureux, d'architectures. Donc c'est tout à fait anarchique bien sur. Mais pour l'instant, il n'y a pas de zone qui apparaisse sur-éclairée, dans le sens qui pourrait gêner ou perturber la vision d'un conducteur.» gp
8. «En faite, il y a un assez fort, enfin une assez forte polarisation de l'espace.» gp

qu'on a pas forcement, quand on regarde devant soi. Donc on est proche de la Clinique Belledonne, donc euh… (dans un petit moment? oui...) Mais y a pas d'harmonie, c'est ça que, je trouve ça un peu… tu me diras un peu pourquoi y aurait une harmonie d'ailleurs entre un lavobatic et puis un Scappy... je sais pas ce que c'est ça, pareil, un truc foire fouille. Et surtout ce qui tape à l'œil, c'est le Géant Casino à gauche, que ce soit dans ce sens là, ou dans l'autre. Là, y a rien soit disant, ben y a rien qui, qui fait le contrepoids au niveau lumière.

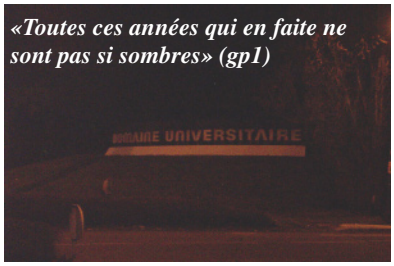
« On a retrouvé la Clinique Belle-donne » (gp2)

Là, l'enseigne, donc à droite, y a la Clinique Belledonne, mais là, il faut, mais enfin là, moi je le connais mais sinon, je serais pas capable de dire que c'est une clinique. Elle est illuminée sans trop, sans plus, quoi. Effectivement on a des enseignes mais qui sont pas trop agressives.

«Le tableau «Géant Casino» (gp3)

Géant, qui a une énorme enseigne mais qui en même temps n'est pas..., pas très..., elle n'est pas éblouissante en tout cas et le parking à la même ambiance lumineuse que l'avenue elle-même. C'est vraiment, c'est dégagé, c'est, moi, j'aime bien ces couleurs, surtout le vert, c'est écrit Géant donc c'est un lieu où on va faire ses courses, on va manger, donc c'est un centre commercial très, très, au sens large du terme. Le centre commercial lui, en lui-même, il donne aussi un côté assez jardin, un petit peu parking. Ça fait..., c'est pas très gris non plus quoi, c'est assez lumineux. Y a aussi des lumières assez basses quoi, c'est ce qui est bien, ce qui donne une sécurité, enfin euh…Puis à côté, c'est le bordel, on voit pas bien, on distingue pas bien les entrées des parkings des magasins. L'accès au Géant qui est..., que même en étant indiqué à plusieurs endroits. J'ai bien mis deux fois avant de comprendre comment on rentre dans le Géant ici, en arrivant dans ce sens là en tout cas. Le repérage dans l'espace m'apparaît encore plus compliqué que de jour.

Et ce qu'il y a, c'est que les feux sont bien réglés, bon, c'est peut être aussi voulu pour qu'on s'arrête et puis qu'on regarde les enseignes, les magasins. Généralement c'est ça, euh, tu remarqueras que les 4x3 sont généralement bien situés sur les carrefours stratégiques, des endroits stratégiques, à des feux. On sait que notre regard va faire une sorte de panorama, comme ça, à 180 degrés. Donc encore une enseigne lumineuse, « Paquet jardin » qui part dans tous les sens, pour tourner (indication entrée du Géant), une 4x3, mais qui change d'images. Mais elles sont bien éclairées celles-là. Une lumière bien blanche qui permet de bien voir les couleurs comme de jours de nuit, j'imagine.



«Toutes ces années qui en faite ne sont pas si sombres» (gp1)

L'entrepôt du Bricolage est tout, ben, son parking est éteint donc c'est difficile enfin, c'est l'entrée du campus en même temps. Le Domaine Universitaire n'est pas du tout éclairé, c'est pas bien, ils auraient quand même pu…. Il faut savoir que c'est l'entrée du domaine universitaire de Saint-Martin d'Hères. Donc, il est un peu dans la forêt quoi, un peu dans la brousse quoi, y a effectivement quelques bâtiments, des habitations, euh, donc c'est un peu plus discret quoi au niveau… On a toujours à droite ce panorama de..., un peu comme sur la Côte, avec ses petites loupiottes, qu'on voit un peu sur les bords de mer, qui est assez sympa, qui est assez... qui est assez agréable à regarder quoi.

Regard anticipé
Désharmonie

Synecdoque Irruption

Polarisation / compensation

(Repèrage difficile)
Synecdoque
6 - De Aaltantic oak à l'entrée du Domaine Universitaire
Emergence modérée

Uniformité/ Continuité?

Dilatation

Connotation

Sentiment de sécurité
Déstabilisation - Désorientation
(Accentuation de l'accessibilité difficile)

Regard forcé

Balayage Visuel
Emergence

Dynamique
bon IRR «Effet jour»
suréclairement

(Evitement)
Dénuement/ Sous-éclairement

Connotation
Adoucissement
Contruction du discour : évitement

Pointillisme
Echappé visuelle
De l'entrée du Dom. Universitaire à Bureau+

Donc là, par exemple, y a Honda donc un magasin de moto, y a Lapeyre. Lapeyre, là, ils ont mis des spots vers le bas apparemment, comme ça on voit tout le magasin on voit pas que le logo, on voit le gros cube blanc. [Le truc « Lapeyre », là-bas, enfin maintenant c'est, ouais, ben, ben ça c'est pas éclairé, mais c'est vrai que c'est assez marrant, y a un magasin sur quatre qui est éclairé. Enfin je sais pas mais, y a pas trop d'uniformité, on n'a pas l'impression que c'est un centre commercial général où tout le monde marche en même temps, tout le monde marche ensemble.]

Suréclairement - Graphisme

Dispersion et diversité des rythmes d'illumination Irrégularité Creneau temporel

Et là, on quitte, j'ai l'impression qu'on quitte la zone commerciale, en tout cas les gros espaces commerciaux. Là, on est dans une séquence peut être un peu différente, plus sombre et plus végétale aussi parce qu'avant c'est vraiment marqué par les parkings. Là, du coup, on a l'impression (…) qu'on arrive dans un truc un peu plus habitation, avec les lumières. Dans une zone d'habitation R+24. On voit bien les lumières des différents appartements, avec des lumières un peu chaudes, toujours, qui tranchent bien sûr, avec les lumières des magasins qui en général sont bien froides, qui contrastent bien. Et là, on a sur les côtés, c'est, du coup, c'est une ambiance un peu plus douce. On s'aperçoit qu'avant c'était quand même un peu agressif. L'éclairage des abords, c'est l'éclairage des fenêtres des immeubles, des feux. Là, c'est, y a que la voie qui enfin est plus ou moins bien éclairée, toujours par cette lumière un peu jaune, donc je la vois un peu jaune. Les luminaires sont pour les voitures. Et puis là y a plus d'enseignes, en fait, pratiquement, enfin y en a beaucoup moins.

Emersion
Assombrissement

Enveloppement / circonscription

Contraste (Température couleur)

Adoucissement

Circonscription

Estompage

Ici on est au niveau de Bidal Péri, quartier Bidal Péri, donc au niveau Buro+. Et puis là, on sent qu'on arrive dans Grenoble, la circulation se ressert, peut-être, l'avenue aussi. Ou alors c'est que, juste une impression mais c'est peut-être parce que il y a le site propre du bus. Y a..., là, je suis un peu en avance, mais cette boulangerie, ça m'a toujours un peu intrigué qu'il y ait cette boulangerie, un peu posée comme ça ici. Puis ensuite, à la hauteur de la boulangerie, euh on a une autre typologie d'immeubles plus bas, et par contre, oui, on change d'implantation d'éclairage. Il me semble qu'avant c'était sur le terre plein central et que là c'est sur les côtés. Donc ça fait peut être un peu plus urbain, en tout cas plus résidentiel, puisque l'on ne peut pas dire que ce soit très urbain comme ambiance, parce que, c'est une avenue assez large, un tissus, c'est assez lâche autour.
Et je sais pas si on est toujours à Saint-Martin d'Hères. Si je crois. Donc y a le Garage Gauduel aussi, pareil lumière blanche sans trop de… Total, le litre, gasoil, 1euro 10… euh, ben ça pourquoi je l'ai vu ? Parce que là, je crois que c'était bien éclairé et puis c'est un carré blanc, euh, en fait il n'y a pas grand chose, donc ici dans cette rue là donc, dès qu'il y a un truc d'éclairé ça se voit tout de suite. [Une station Total ici qui n'est pas éclairée, donc elle ne doit pas fonctionner. A la limite c'est pas plus mal parce que ça évite aux gens de rentrer dedans, pour rien quoi.]
Et c'est toujours bleu et rouge, encore ici (rire). Genre là, Yamaha et puis là Pizzeria - Café : en rouge. Euh on les voit bien tout de suite. Ben on..., là on parle des enseignes, c'est vrai que les enseignes ça tape et surtout sur cette avenue. Y a beaucoup ce rouge vif, rouge pas sang mais je dirais même, c'est le rouge qui correspond aux feux arrières des voitures, tu vois ce rouge là. Donc l'œil est très attiré là-dessus, par contre l'éclairage urbain, il est très discret, je trouve. Avec le Speedy qui est éclairé, a priori Speedy – Feu vert, ils doivent se tirer la bourre parce que, parce que eux, ils sont bien éclairés, quoi… [Speedy » ils auraient pu éclairer leur truc…]
Ici, je crois que même si l'enseigne n'est pas lumineuse, comme Mondiale Moquette, c'est la couleur aussi, et la taille qui attirent ton attention même si il fait nuit avec la lumière de l'avenue[9].

Compression
Regard anticipé

De «bureau+» à la fin de Saint-Martin d'Hères

Qualification

Dispersion

Graphisme
Emergence (Dénuement Contraste)

Coloration

Irruption
Synecdoque
Focalisation
Adoucissement (éclairage public)

Surenchère

Focalisation
Bain lumineux / Immersion

9. «Mais c'est vrai que cette avenue est un peu quand même disqualifiée au niveau des aménagements»

Là, on vient de sortir et donc nous arrivons à Grenoble… Je trouve aussi ici le fait qu'il y ait des arbres sur l'avenue, je trouve intéressant mais… Là, c'est l'ambiance sur les parkings juste un truc (...) y a le nom du parking mais le nom du parking n'est pas éclairé. Et là on arrive en fait au carrefour de l'entrée, enfin qui pour moi, marque l'entrée sur Grenoble. On est à l'embouchure. On a le choix en fait entre se diriger vers les quais (côté de Meylan) ou se diriger vers les grands boulevards (du côté de Grenoble). Du côté droit en allant sur Meylan et sur le centre de Grenoble, c'est là où on se rend compte quand même que y a, c'est vraiment un trou noir au bout. Là-bas, on sait pas trop où on va, en plus le connaissant c'est un échangeur assez compliqué. Sinon, là, on voit bien (la pub) Carrefour, le fameux 3x4 très éclairé par la ville de Grenoble. Et l'ambiance là (sur la droite), c'est assez tranquille quoi, les bords de l'Isère donnent une ambiance un peu..., donc avec une ambiance de parc la nuit..., sympa, avec cette lumière toujours un peu jaune, cette verdure, ces fleurs qui vont..., qui est assez rassurante, qui est bien éclairé enfin pas trop éclairé, c'est assez sécurisant, quoi.

« ?» (gp4)

« ?» (gp4)

Et là, l'ambiance, voilà là on arrive en ville. On voit bien que c'est pas le centre ville, que c'est juste pour les voitures pour qu'elles puissent circuler et… mais pour les piétons y a pas grand chose… Là, on voit que c'est beaucoup plus résidentiel. Un bâti toujours R+12 mais qui est parallèle à la voie, donc qui structure l'espace. Tout de suite l'éclairage public est bien mieux, bien plus puissant[10]. C'est beaucoup plus lumineux cet éclairage urbain, donc ça doit pas venir au niveau des ampoules, ça doit être l'écartement des réverbères. On revient sur terre-plein central et en fait, on s'aperçoit que ça crée un éclairage qui est beaucoup plus enveloppant. Il donne pas la même perception parce que là on est vraiment sous..., dans la lumière. L'ambiance est plus cloîtrée du fait des habitations, on est moins ouvert au panorama, on est plus dans une ambiance de quartier populaire un peu sympa je veux dire, enfin qui crée une ambiance propre à l'avenue, à la voie, en fait, et qui du coup fait un peu plus...Non, c'est pas que les abords disparaissent mais, ils ont pas la même image. Je trouve aussi ici, le fait des arbres sur l'avenue je trouve intéressant mais… et ici, c'est bien par contre c'est bien parce qu'il y a une galerie éclairée à droite où tu peux marcher et tu peux voir mais il y a qu'un point où tu trouves ça. A part ça, y a rien pour marcher. Pourtant y en a (des magasins) mais les enseignes ne sont pas éclairées, alors en fait il n'y a que l'éclairage public donc ça fait plutôt une zone d'habitation pour moi, qui contraste avec la zone très, très commerciale de l'avenue Gabriel Péri. Et puis sur cette partie là, les enseignes sont plus basses, c'est vraiment les rez-de-chaussée des immeubles, donc y a une série, c'est discontinu.

«contraste commercial/ residentiel» (gp6)

Donc on repart dans le sens inverse. Mais c'est un éclairage, c'est orangé, c'est pas très..., je sais pas, on pourrait faire des efforts là-dessus. Au niveau de l'Epi Gaulois c'est très soft quoi, y a pas de..., toujours un peu cette attirance un peu jaune quoi, cette lumière un peu jaune..., enfin je..., qui n'est pas trop agressive c'est vrai que..., qui rentre bien dans la luminosité de la voie, avec

10. «C'est vrai que l'éclairage public, lui par contre n'a pas, toujours sur les mêmes échelles, c'est-à-dire on doit au moins être à 13 mètres avec à peu près le même niveau d'éclairement. Ah ! peut être un peu plus élevé. Là, toujours sodium.»

Filtrage

9 - De la fin de Saint-Martin d'Hères au début de Grenoble

Trou noir

Polarisation
Irruption

Connotation

Sentiment de sécurité

10 - Grenoble - Rue Jules Flandrin

Eclaircissement

bain lumineux - Immersion
Compression

Connotation

Estompage

Contraste

(Plafond)

Discontinuité

Adoucissement

Fondu

les phares des voitures. On a une bonne visibilité quoi. Y a une enseigne devant et y a rien d'éclairé sur le magasin.
Parce que quand même ici, le Tabac à droite, tu vois qu'il était pour être euh..., il est moche sans lumière. Une Clinique Vétérinaire que j'avais jamais remarqué. Et par contre moi, j'aime bien quand y a des bâtiments comme ça qui sont éclairés la nuit, parce que ça te donne une idée que les gens s'occupent de la ville... t'as toujours la façade éclairée comme ça... tu as toujours une belle façade... (ça te donne une idée) que c'est bien entretenu et que... ouais…[12]

Applanissement

Inesthétique
Répérage

Et on requitte Grenoble pour … avec quelques petites… euh... Là on est sur une séquence très sombre des abords[13]*. Je dirais que le site est tellement sinistre, enfin sinistre c'est un bien grand mot, quoi. C'est un peu tristoune ces espaces là. Euh là, c'est différent là, on a plutôt l'impression de sortir, donc on sort bien sur, du centre ville et euh, on a l'impression de rentrer plutôt dans un couloir qui va, qui va s'assombrir de plus en plus, quoi, au niveau luminaire. Y a moins cet effet de densité de lumières, c'est moins dense quoi au niveau de..., que dans le sens Gières-Grenoble quoi. Donc là, on est dans le sens Grenoble-Gières en fait.*

Assombrissement

Qualification
(Emersion)

Compression (couloir)
Dispersion

C'est à partir de ce moment là qu'on a de nouveau la perspective qui se profile de Gabriel Péri. Là, on entre de nouveau à Saint-Martin d'Hères… Là, on reprend l'avenue, on la remonte dans l'autre sens, avec Mondial Moquette sur la droite, qui est uniquement à l'intérieur… Alors ils ont éclairé l'intérieur du magasin, je ne vois pas à quoi ça sert, dans la mesure..., déjà ça n'attire pas l'œil, donc c'est vraiment que la personne qui se promène, mais comme je disais tout à l'heure, tu n'as pas vraiment envie de te promener. [Avec à droite le magasin de moquette qui n'est pas éclairé.] En fait, on s'aperçoit aussi que les panneaux 4x3 sont très … ça structure, non ça structure rien du tout, mais ils sont assez prégnants parce qu'ils sont orientés dans..., face à notre regard. Quand on est conducteur, y a certaines choses qui nous tapent pas à l'œil ou qu'on remarque pas aussitôt, comme les espèces de sucettes là, publicitaires. Il faut vraiment être passager pour pouvoir remarquer ça. Bon, mise à part les… les 4x3 qui sont bien éclairées, mais moi je remarque plutôt ces 4x3 comme ça qui sont euh, c'est les annonces publicitaires qui sont assez « fun ». (…) Donc des restaurants, pizzeria, café. Ben voilà, toujours le fameux Yamaka, on le voit bien, qui est un peu en retrait, qui est écrit en très gros. On voit qu'il y a des motos dedans, mais on n'en voit pas plus. Yamaha, tu sens que le bâtiment a moins d'importance par rapport aux enseignes et ici aussi à Plein Pot tu vois, il donne trop d'importance aux enseignes donc le bâtiment est moche, et en plus pour moi, l'enseigne est moche parce qu'elle attire trop t'attention. Ensuite, une vitrine bien éclairée, avec des néons. Donc on passe devant, on est attiré par les voitures que par..., on sait pas trop ce que c'est en fait, on voit pas trop que c'est Ford même si on reconnaît la « K »… Ford, donc c'est des voitures, effectivement même en passant vite, tu vois qu'il y a des voitures à l'intérieur, tu vois un peu la forme. Par contre Ford ils auraient pu effectivement éclairer leur logo en haut, au moins on verrait que c'est Ford, parce que là, on est obligé de tirer un peu sur les yeux. Donc, c'est plus discret, ça correspond à la marque peut-être aussi. Cette couleur bleue ça correspond surtout au logo, l'enseigne, c'est aussi le logo qui est re-décrit. C'est arrondi. Non, pour moi j'ai l'impression d'un espèce, pas de magma mais un truc, en fait c'est ça , c'est..., on a des logos on a tellement l'habitude de les voir, qu'on a même pas besoin de les lire pour qu'ils nous..., pour les identifier, quoi. Ford on sait que c'est Ford et en même temps si on cherche

Perspective

«Ouverture» entrée sur l'avenue

Focalisation - Répousse (paradoxe)

Emergence
Frontalité

Irruption

Qualification

Emergence

«Vous aurez toujours un oeil sur Ford!» (gp2)

Emergence / Inesthétique

Reconnaissance

Regard peiné
Adoucissement

Graphisme

11. «On s'aperçoit qu'il y a plusieurs typologies de type d'éclairage commercial, là c'est des projecteurs qui éclairent la façade, c'était un éclairage assez uniforme.»
12. «…passage pas au noir mais en tout cas une uniformité qui est moins importante ici.»

pas un..., si on ne se rend pas à un lieu, si on est pas en train de chercher son chemin, on fait peut-être... euh, ça fait vraiment parti du paysage quoi. C'est vrai que les immeubles que l'on voit, là, sont des immeubles des années 50, un peu défraîchis… Euh, ben là, ça se voit pas très bien qu'on est rentré sur Saint-Martin, c'est toujours un peu la même ambiance. Je pense que c'est à partir..., y a un certain niveau alors je sais pas à partir de quels feux où y a plein de magasins qui s'enchaînent. Les panneaux de circulation en fait, je trouve qu'ils sont pas très bien éclairés. Y a que les feux des voitures qui peuvent les éclairer. Buro+ c'est pas mal, ils ont éclairé..., ils ont pas mis l'enseigne. Ils ont éclairé leur mur où buro+ était marqué, ça change un petit peu des autres «avoir une grosse enseigne lumineuse à l'extérieur du magasin». Et en même temps ça éclaire un petit peu le magasin. On voit qu'il y a eu un effort, enfin, une volonté d'être moins lumineux enfin, dans ce sens là quoi (éclairage public). [13]

Composition / Fondu

Regard en attente (de densité)

Esthétique

Accoutumance/ Adaptation

Là, il y a un changement de lumière avec le magasin qui est devant nous. Je sais pas si c'est un magasin on va passer, on verra ce que c'est. Euh, ben là, on repasse devant Lapeyre, la maison,… Tu vois, là, on voit mieux que ce que, ce que ça peut être, d'une part on est plus près puisqu'on est de l'autre côté de l'avenue. Et puis bon, si y a des vitrines, donc on voit ce qui se passe derrière. En fait y a que la façade qui est éclairée et pas l'intérieur. Mais ça c'est des super puissances là, on dirait des lumières de stade, ça crache bien, ça[14]*! Le magasin Lapeyre qui est éclairé avec des projecteurs qui tapent sur la façade d'assez loin et qui sont du coup éblouissants depuis là…[Lapeyre, ils se cachent c'est tout noir, c'est pas fait pour être vu de nuit, dommage.]*

Perspective - Regard anticipé

12 - De «bureau+» à l'entrée du domaine universitaire

Connotation Irruption

Eblouissement

Là, tu as des petites lumières, tu vois, comment on appelle ça..., on va dire des lustres, c'est des petits spots. C'est des plots devant Géant et ça fait un peu bougies, ça fait convivial. J'avais remarqué que sur la voie, là y a que des lampadaires assez jaune-oranges, qui contrastent avec les trucs de Géant, les boules blanches (devant et au loin)…Donc ça change d'ambiance. Et là on revoit sur la droite, l'enseigne Géant Casino, on est sûr de le repérer de loin. Et ça c'est pareil, c'est une enseigne qu'on voit partout, dont on a vraiment l'habitude. Ça fait partie du paysage, donc j'y fais pas plus attention qu'autre chose. Par contre, Casino ici le Géant c'est trop grand. C'est énorme, c'est tellement grand, grand, là, je parle pas des couleurs, je parle plutôt maintenant de la forme. Mais Casino cafétéria, c'est petit je trouve joli, le logo, c'est discret et le rouge et le vert qu'ils ont employé c'est pas trop intense, (…) je trouve discret, je sais pas si c'est l'angle de vision qu'on a ici, on voit que le feu et en plus le feu est rouge, vert maintenant… Puis, c'est marrant, peut être parce que les feux euh, ça baisse le, ça referme un peu l'ambiance quoi, surtout quand ils sont tous de la même couleur, là, ils sont tous rouges. Moi parfois j'aime bien l'harmonie, je trouve harmonieuse quand il y a le feu vert, le feu rouge, la lumière un peu jaune de l'avenue mais parfois les feux quand tu conduis, ils attirent l'attention et t'empêchent de voir l'ensemble donc tu vois que le feu.

Pointillisme
Connotation
Contraste (couleur)

(Coupure / Dilatation)
Focalisation
Reconnaissance
(Paradoxe)
Emergence

Adoucissement

Angle de vision
Plafond
Coloration

Mixage / Composition (esthétique)
Obtruction visuelle - Emergence

Mais par contre les panneaux ici c'est trop, c'est pas bien éclairé tu fais des efforts pour lire d'ici et ça dis rien pour moi, même la taille est grande. Le panneaux, il a une grande taille, on voit pas quoi (panneaux publicité Citroën).

Regard peiné

Le panorama, là donc, au fond, les montagnes on les voit, on les..., on arrive tout juste un petit peu à les voir quoi, à les imaginer plutôt et y a pas beaucoup trop de lumière d'habitation au niveau des…

Panorama (Dilatation)
Photomnèse

L'Entrepôt du Bricolage!… Par contre dans ce sens là, l'entrée, on la voit à 3 kilomètres, l'entrée du centre commercial… Donc là, c'est pareil, si je devais conduire, je ne saurais pas trop où aller parce qu'il y a l'entrée du parking Casino, qui d'ailleurs est marquée, mais du coup le panneau « entrée

Repérage

13 - De l'entrée du Domaine Universitaire jusqu'à Atlantic Oak

Fondu

13. « Là, on est un peu plus habitué au contraste parce que l'on est une zone éclairée depuis un petit moment, alors que tout à l'heure on venait de la nuit, enfin pas vraiment parce que on était déjà donc euh… »
14. « Voilà je crois que là on a la première gêne visuelle du fait d'un projo des magasins Lapeyre, messieurs il va falloir peut être penser à re-régler vos appareils… »

centre commercial » si on n'y fait pas attention, c'est presque une enseigne. Et puis ouais, c'est vraiment ce parking casino, ça me fait penser au casino de Quimper où j'ai fait mes courses ou à Fontaine, même si c'est pas exactement situé de la même manière.
Là, on voit vraiment qu'on est revenu dans une zone ici, c'est beaucoup plus triste au niveau éclairage public. Soit c'est qu'il y en a deux fois moins, soit c'est que ça éclaire moins, de manière moins puissante. Les poteaux c'est super laid, c'est laid, c'est pas beau, non, c'est vraiment une grande longueur,(…) et en plus une grande ligne droite. Honda, Géant, en fait, ouais, ce qui me marque le plus c'est peut être les lumières rouges, mais c'est peut être normal : ça m'interpelle plus, ça fait très américain, Mac Do, et compagnie…
Mais, y a cette ambiance glauque du centre de lavage Éléphant et si, à gauche, ben du coup, c'est marrant parce que je décris, je fais attention à la même chose que tout à l'heure… Là, c'est pareil, tu vois, l'éclairage, là, j'ai l'impression vraiment ça fait un peu éclairage, je dirais ça fait un peu hangar. C'est les tubes néons blancs, là aucun effort (fluorescents). On vient laver sa voiture et puis « basta », quoi c'est euh, c'est pas, on est pas là pour s'arrêter j'imagine.

Donc effectivement, là on va rentrer plutôt dans la partie, on va dire «maison» on va dire : «la partie Village, Gières, Domaine». Là on sent qu'on s'éloigne du centre quoi, c'est là, on est encore, enfin, l'avenue nous rappelle qu'on est encore dans un centre ville, enfin dans une grande ville quoi, mais on s'en éloigne quoi, on rentre plutôt dans des..., du fait de la lumière, du fait de l'avenue qui se rétrécie. Euh, je trouve que c'est un peu tristounet, c'est triste quoi, là franchement euh, euh, c'est assez linéaire quoi, c'est, euh…

C'est vrai que tout d'un coup je me rends compte qu'il y a pas mal d'enseignes lumineuses éclairées, enfin c'est un pléonasme, enfin de publicité de panneaux 4x3 là, et je pensais pas qu'il y en avait encore autant. Mais en même temps comme l'éclairage de voirie est assez uniforme, je trouve qu'ils sont moins choquants que ceux qu'on peut trouver dans certaines villes où l'éclairage de voirie est vraiment insuffisant et donc du coup ça créé un contraste vraiment beaucoup trop important quoi. Puis là, finalement, c'est peut être assez discontinu les enseignes, parce que y a des moments où c'est concentré. Comme là au niveau de Toyota en fait, ce qui domine c'est les panneaux 4x3 et c'est, j'ai l'impression que les enseignes sur cette avenue si je devais euh, ben c'est ça qui marque le plus peut être la perception de l'avenue sauf quand y a des d'énormes enseignes comme Gémo aussi…
La banque Rhône Alpes! Les banques de toute façon c'est toujours éclairé la nuit, donc, euh, (…) au moins ça attire l'œil, en plus c'est un logo, c'est toujours le même. Là, c'est pareil à ce niveau là, tu vois, y a différent, on voit plutôt la pub « foire au ski » qui correspond, tu sais pas trop à quoi, c'est pour Stock, (il faut chercher, je te donne le nom du magasin à côté). Euh, les bâtiments, tu vois les bâtiments, on met en valeur toutes ces enseignes là, donc c'est des marques, c'est du commerce en fait, mais par contre toutes les habitations, peut-être qu'il y a des habitations à mettre en valeur, on sait pas, elles sont mises en valeur peut-être par l'éclairage intérieur mais aussi par l'éclairage central des réverbères. Ouais, moi personnellement je trouve cette avenue moche, je sais pas si c'est l'ensemble de la..., il y a trop d'enseignes lumineuses, on voit, on voit, des verts et des rouges et des bleus partout, mais même les bâtiments, c'est une zone trop commerciale, je crois.

«L'ambiance Verte» (gp3)

On retourne à la discothèque de Feu Vert… par contre on est au feu rouge. A côté de Bosch : Feu Vert, c'est..., on le voit des deux côtés, ça c'est vraiment...,

Anamnèse

Assombrissement
Qualification

Inesthétique
Graphisme - Guidage optique
Emergence - Coloration
Connotation

Qualification

Connotation

Fuite

Eloignement

14 - De «Altantic oak» à Darty

Compression Qualification
Couloir

Densité

Uniformité
Fondu

Densité
Emergence

Qualification - Prégnance
(Mixage)

Focalisation

Emergence

Emergence (habitations)

(bain lumineux)
Inesthétique
Densité
Coloration

Focalisation

Accentuation

ils ont, je pense qu'ils ont dû insister là-dessus pour qu'on voit partout d'où on vient, peut-être pas de cette avenue, là dans l'angle de l'Altantic Oak mais que ce soit d'une rue parallèle ou des deux côtés de l'avenue. Ce magasin là, donc de pneumatique, de services automobiles, ils ont réussi parce que le vert est..., on peut pas le rater et ça inonde le parking aussi, toute l'ambiance est verte devant. Ils l'ont bien signalé.

Inondation
Repérage

On avance et sinon, dans ce sens là, c'est plus discret quoi, c'est vraiment très ponctuel comme euh, y a moins d'effets de densité lumière de grandes villes quoi, de beaucoup de lumière. Même au niveau de la zone, elle est pas très euh, c'est pas très lumineux, donc la zone industrielle donc où se trouve Darty euh, c'est pas très euh. Mais peut être qu'il y aurait des bâtiments à, pour servir de repère, là, quels repères on peut avoir ici, mise à part cette longue avenue euh, on sait qu'il y a Darty (plus loin).

Adoucissement
Dispersion

Repérage

On voit que ça devient de plus en plus sombre hein, même le fond, au niveau du campus, la partie à gauche, les deux tours du campus, c'est vrai, c'est, on voit qu'il y a de l'activité mais euh… là, on rentrerait plus dans la tranquillité du soir, des petits villages du soir, moins dans cette effervescence de ville, d'agitation, de… Voilà, mais en fait les magasins qui sont pas éclairés, on les voit quand même quand on passe devant parce qu'ils ont des logos assez grands. Mais c'est vrai qu'il faut les regarder pour qu'on soit attiré par eux. C'est clair que dès qu'il y a un éclairage, le regard est tout de suite focalisé dessus et on y prête plus d'attention (...) le regard est tout de suite attiré vers les enseignes qui sont éclairées et non pas par les autres. Bon ben là, Intersport là, je regarde parce que je fais attention sinon je l'aurai pas vu. C'est vrai quand les magasins sont fermés aussi, du coup les parkings sont vides devant, les devantures sont fermées aussi, donc c'est vrai qu'à ce moment là le… le bâtiment, c'est pas que le bâtiment disparaît mais le magasin, c'est l'enseigne quoi, c'est pas le bâtiment, ni le parking. Et puis vraiment, cette avenue elle n'est pas lisible au sol quoi, les parkings ça fait que les magasins sont séparés de l'avenue. Du coup on a presque l'impression que le..., ils ne font pas partie de l'avenue. Comme si on était presque sur une rocade avec les magasins sur les côtés et des embranchements spéciaux pour les atteindre.

Assombrissement

Qualification

Repérage

Focalisation

Gommage

Illisibilité / Regard peiné
Coupure / Gommage

Et puis là-bas, y a une lumière blanche ça fait un petit peu stade aussi, c'est bien puissant, qui même éblouit presque… (Casto). Alors ce que je peux dire, c'est que les enseignes sont, pour moi je les vois en premier, par rapport au pub le long de la voie, ça m'attire plus le regard que les pubs de la ville. Et je pense que c'est fait pour. Voilà on est au niveau de Coco Fruit avec son enseigne, à côté de Midas… Il reste un poteau béton, je sais pas trop à quoi il sert mais il est là. Ah! si, il doit servir pour les fameuses illuminations qui restent toujours accrochées sur les poteaux.

Accessibilité
Anamèse (Eblouissement)
Regard ajusté
Emergence / Irruption

Intrusion

Donc là, Midas c'est très, très prégnant, j'ai l'impression aussi que j'y fais plus attention aux enseignes quand y a de l'éclairage blanc, que quand c'est des enseignes de couleur. C'est une avenue, tu vois là, cette avenue, c'est les gens qui vont rejoindre, la rocade, l'autoroute pour aller à Chambéry ou rejoindre Meylan. La circulation là, j'étais en train de regarder à droite et à gauche, y en a pas énormément. Là, les gens empruntent cette avenue soit pour rejoindre le centre ville soit pour aller plutôt..., pour aller à l'extérieur de la ville quoi, en périphérie.

Balayage visuel (Echappé visuelle)
Contraste

Et puis, quand on arrive au bout de l'avenue on à l'impression qu'il y a rien à voir, c'est noir, quand on regarde au fond, donc l'éclairage public ça laisse complètement à désirer. Ben, on voit aussi que c'est la cassure entre Saint-Martin et Gières, c'est peut être un peu le problème d'ailleurs, c'est que je trouve que l'on passe d'une ville à l'autre, y a pas de continuité, c'est vraiment, ouais, c'est assez triste en fait.

Coupure visuelle Trou noir
Perspective

15 - L'avenue Gabriel Péri
La sortie

Qualification

Par contre ici, c'est plutôt bien éclairé. Les carrefours sont assez bien éclairés par contre. Autant quand ça part sur la droite, ça reste dans Saint-Martin, donc tu vois l'éclairage. Il est plus puissant ici. On voit, j'ai l'impression,

Eclaircissement

qu'on sent que ça va être un peu résidentiel en partant sur la droite, qu'on va… Ce pont, on dirait qu'il nous amène au-dessus d'Uriage en montagne, on commence à… (signe de la main : décollage)

Elévation - Regard vers le haut

Et donc là on s'approche d'un trou noir affreux... On repasse au noir. Mais je ne sais pas pourquoi là y a une coupure. Là c'est peut être parce qu'il y a un pont, y a une coupure d'éclairage public, alors je pense que c'est parce que l'on va traverser un pont, mais j'en suis pas du tout sûr, et ça fait ben une impression qu'on sort de la ville et qu'on arrive dans la campagne, tout de suite. Moi en tant que conducteur, j'ai une gêne, dire que..., ça passe d'un..., trop rapidement d'un côté lumineux, qu'on peut peut-être même dès fois considérer comme agressif. Moi, je vois dès fois, ça m'agresse toutes ces lumières là, et euh, on se rend compte, moi je me rends compte plutôt que c'est agressif parce ce que l'on rentre dans quelque chose qui est complètement sombre et complètement noir, quoi. Ici, c'est bien parce que, à droite, ici, ça te..., tu te reposes un peu des lumières trop fortes. Mais c'est dangereux aussi. Je sens un peu dans le parcours même si tu as des ambiances différentes par rapport aux lumières et aux espaces, les bâtiments, c'est pas rassurant je crois, c'est trop, ça me parait trop dangereux. Kéria, la halle aux chaussures, ben là on revient. Autour de bébé, ben là c'est bien éclairé. Bon c'est un peu normal qu'il soit obligé de bien éclairer, je pense de nuit, parce que ça permet aux gens de les repérer dans la mesure où de jour c'est l'arrivée. Dans l'autre sens, en fait c'est l'arrivé sur le cours, tu passes super vite, et pour accéder aux magasins il faut faire le tour. Donc si tu ne sais pas exactement où ils sont, tu les trouves jamais. Donc, c'est plutôt normal. Voilà, donc on a quitté les magasins sauf qu'on a toujours l'éblouissement du parking Castorama. Et puis là vraiment, ouais, l'éclairage de parking de Castorama c'est..., il n'a aucun intérêt puisqu'il y a personne. Mais ça doit être pour dissuader les voleurs. Donc à gauche, on a encore la vue de Castorama qui nous rappelle donc la zone de Saint-Martin d'Hères. C'est la fin là, presque la fin de l'avenue Gabriel Péri.

(Incompréhension)

Contraste
Qualification

Immersion

Regard apaisé /
sentiment insécurité
Irrégularité

Repérage
(Accéssibilité / contournement)
(Désorientation)

Eblouissement
Emersion (commerce)

Anamnèse

Bon là, ça devient de plus en plus sombre, on est sur le pont. Là c'est triste, c'est lugubre, il faut vite rouler, vite, parce qu'on est entre les deux en fait. Euh, ben oui dans l'ambiance de nuit, y a aucun éclairage, y a que des voitures, pour moi c'est reposant en fait par contraste avec tous les magasins, moi ça me rappelle plutôt les sorties de ville où tu vas te coucher et tu te dis « Oh merde, j'ai encore 20 km de route dans la campagne, avant de rentrer chez moi. »

Assombrissement
Fuite

(Apaisement)
Anamnèse

Et on repasse dans la zone non éclairée pour passer sous la rocade[15] donc là, on sent la présence de la montagne derrière parce que l'on voit des petites loupiottes qui se confondent dans le ciel. C'est les loupiottes de village, c'est les collines avec..., donc au fond les lumières d'habitations en montagne, c'est plus la ville quoi, c'est..., on sent, enfin qu'on rentre dans une petite commune quoi. Là quand même y a un branchement qui est important quoi. On a là, une sorte d'échangeur. Là, il faut pas se tromper. Soit on va sur Uriage, soit on va donc prendre la Rocade pour Echirolles, Meylan de l'autre côté. Et ben c'est pas éclairé! Ici aussi on fait attention aux panneaux de direction, y a rien à regarder. On voit les lumières du feu rouge et l'éclairage pour les panneaux pour Chambery et…, ouais, mais, ici c'est les voitures qui font l'éclairage pour les panneaux de signalisation, de direction. Il n'y a que les arbres qui contournent l'avenue, tu fais trop attention à eux, donc c'est un espace pas très riche, je crois.

Pointillisme
Fondu
Adoucissement

Destabilisation

Emergence
Synecdoque
Focalisation
Circoncription / Estompage

Et là, pour moi c'est l'entrée dans Gières, quand on passe sous la rocade. D'ailleurs il y a une certaine logique parce que ça redevient éclairé. Disons dans le champs visuel, l'avenue redevient dessinée par l'éclairage. Et puis en même temps, on sent qu'on est plus en ville parce que le paysage est assez marqué par la végétation. Elle est plus présente de nuit que de jour. Enfin pour

16 - L'échangeur sous la rocade

Perspective

Emergence

15. « Moi je suis en fervent défenseur du non éclairage de toute cette rocade parce que je trouve que ça engendre des coûts et des consommations énormes alors que, et je suis pas sur que ça diminue, à mon avis au contraire ça augmente la vitesse.»

l'instant il n'y a pas de feuilles donc justement, parce que la nuit ça crée des grandes masses sombres. On sent que c'était la campagne avant.

Et là, ah! A nouveaux les lampadaires donc nous revoilà sur Gières. D'accord, donc nous constatons tout de suite le changement de lumière, non pas le changement de lumière mais la coupure entre les deux villes. Après style lampadaire éclairage, euh, peut-être que c'est un peu moins éclairé à Gières : déjà y a moins de magasins, ça paraît plus petit, et puis bon bien sûr les routes sont moins grandes, donc y a moins d'éclairage. Là, voilà, c'est un peu triste, on reprend un peu le même éclairage quand on rentre sur Gières[15]*. Ça fait un peu ZUP quand même, ça fait un peu…, un peu tristounet, quoi je veux dire au niveau du, de l'ambiance lumière. D'ailleurs c'est très..., pour véhicule donc motorisés, donc y aura pas de vélo, à mon avis qui vont passer par là, donc y a pas de piste cyclable, marcher, y aller à pied euh, bon, c'est pas très accueillant. J'ai l'impression tu vois, l'arrêt de bus, bon tu vois y a un abris de bus, il faut vraiment passer devant pour savoir qu'il y a un arrêt de bus. Alors que c'est agréable quand on marche et qu'on veut attraper un bus, de savoir qu'il y a un arrêt un peu plus loin, quoi! Euh, y a un garage Renault au fond, ben voilà, enfin je pense que c'est un garage Renault on reconnaît le sigle. Alors toujours pareil, le sigle c'est bien, c'est en hauteur, c'est la couleur, c'est le sigle, c'est assez bien pour ça. Alors là par contre, y a des endroits résidentiels qui ne sont pas éclairés, genre, tu n'as pas envie de rentrer chez toi le soir parce que, on voit rien quoi, y a pas... Ils n'ont même pas mis un lampadaire devant les entrées.*
Mais au niveau ambiance, c'est là, ça se rapproche de l'entrée sur Grenoble. Ouais là en fait, ça fait une sorte de symétrie : y a eu Gières avec une ambiance un peu chaude, Saint-Martin où ça pète partout, avec tous les spots, et puis après Grenoble où l'on retrouve cette ambiance là. Mais cette zone là alors, je sais pas si c'est... Est-ce qu'ils vont faire des efforts un peu plus tard parce que là, ils sont en train faire des travaux. Là y a Renault et la station service, mais sinon y a pas, là, c'est pareil, on dirait, c'est, on, très vieux, avant d'arriver à Gières, mais y a pas de d'ailleurs le panneau « Gières » on l'a pas vu hein? Et puis là, on revient au parking Renault, toujours pareil cette prégnance des enseignes d'éclairage commercial qui est face à nous, perpendiculairement à la voie en fait. Ici par contre le logo discret de Renault me plaît parce que c'est une lumière discrète, c'est un jaune discret, mais tu le vois bien quand même, je trouve intéressant.

Alors que là, c'est..., là, on est revenu au point de départ c'est vachement plus sympa je sais pas là, on dirait un petit parc. L'été tu te promènes dans les parcs c'est vachement plus sympa. J'ai l'impression, c'est un peu la conclusion : chaque magasin se débrouille, y en a pas un éclairé de la même manière et l'éclairage public laisse complètement à désirer. Sur Gabriel Péri on est toujours, on est dans l'ambiance de la voie, mais j'ai l'impression qu'on est toujours à l'extérieur des magasins.

(Compression)

Eclaircissement

17 - L'entrée à Gières
Avenue Esclangon

Dispersion / Atténuation
Intensification
Qualification
Connotation

Repousse

(Attraction transformée en Répulsion)
(Zone sombre pour le piéton)

Reconnaissance
Emergence

Trou noir
Dénuement

(Symétrie)
Réchauffement - Irruption

Connotation - qualification
Regard manqué

(Frontalité)

Adoucissement

Qualification ambiance
Anamnèse / Connotation

18 - Le rond point à Gières
Hétérogénéité

Enveloppement

15. «Gières où on retrouve des poteaux bétons mixtes…»

3

LES EFFETS VISUELS ET LUMINEUX

Dans les textes polyglottes, nous avons repéré les façons de percevoir l'espace public nocturne. Les effets que nous avons indiqués dans la colonne de droite correspondent aux résultats de l'interaction de la perception située et des dispositifs spatiaux et lumineux. Dans cette partie, nous proposons dans un premier temps, une présentation des différentes catégories d'effets qui ont déjà été proposés dans *Les Mises en vue de l'espace public*,* puis nous donnerons, dans un deuxième temps, des définitions aux effets et notions. Nous les avons largement explicités et illustrés de paroles d'usagers.
L'effet lumineux, à l'image de l'effet sonore, n'est pas un concept proprement dit. C'est un outil qui permet de saisir l'interaction entre l'environnement, le milieu d'une communauté socioculturelle et le paysage lumineux interne à chaque individu. Il se situe à mi-chemin entre l'universel et le singulier. A la fois un modèle et un guide, il se présente aussi comme un discours général qui ne peut se passer d'exemple. L'effet visuel s'attache à une typologie des manières de voir alors que l'effet lumineux classe les phénomènes liés à l'éclairage. En traversant différents champs de savoir, ils sont amenés à s'enrichir progressivement. L'ensemble des définitions que nous avançons demande alors un approfondissement du point de vue de la physiologie, de la phénoménologie, de la perception, de l'éclairagisme, de l'architecture, de l'urbanisme et de la sociologie.

(Les effets visuels et lumineux annotés (*) feront l'objet d'une définition dans la partie suivante.)

▶ Les catégories des effets visuels et lumineux

• Effets visuels

Les formes visuelles sont significatives, elles structurent le vécu de la lumière dans l'espace. Une typologie des formes de regard serait alors à développer*. Dans le cadre de notre recherche, nous nous sommes limités à repérer les variétés de regards en tentant de les nommer. Les formes de regards s'actualisent de façon évidente en fonction du mode d'attention visuel, mais aussi suivant la configuration spatial et/ou des dispositifs lumineux. Nous donnons ici quelques exemples de correspondance avec les effets lumineux que nous détaillerons par la suite :

Regard lié à la dominante physique:

• L'émergence d'une source lumineuse contraint à une *focalisation** (ou *regard happé*). L'enseigne lumineuse, ou la vitrine éclairée, s'impose à la vue. Elle sollicite l'attention de l'observateur qui développe sa description suivant un jugement de goût plutôt positif. L'effet visuel contraire serait un *regard en fuite* (les usagers ont eux-même exprimé le détournement de leur regard - on pourra également se référer à l'effet d'intrusion*). Le *regard furtif* est, pour sa part, lié à un *balayage visuel** très rapide de la scène, ou bien comme nous l'a signalé un interviewé la vitesse de

* Les catégories proposées sont d'ailleurs à l'image de celles développées dans le *Répertoire des effets sonores.* Ainsi la rédaction de la présentation des catégories est largement inspirée de ces deux ouvrages.
* Sandra Fiori a commencé à développer la typologie des regards dans la recherche *Méthodologie pour l'évaluation de la qualité de l'éclairage urbain, Application de la méthode des parcours commentés : Place Foch à Rouen.* Grenoble, Cresson, à paraître. Elle définit les regards *ajusté, perdu, happé, cadré, panoramique, le nez en l'air et la tête baissée*.

déplacement entraîne une lecture légère. Il est difficile de détailler les dispositifs lumineux.
• Le *regard enveloppé* répondrait à l'effet d'enveloppement* ou de bain lumineux (La perception de la propagation de la lumière dans l'espace peut induire des délimitations à l'espace).
• *Regard peiné, yeux bandés, obstruction visuelle*, éblouissement** énoncée dans les textes polyglottes appartiennent au registre du *regard perdu* qui correspondent à divers effets (masque*, filtrage*, trou noir*, contraste*, polarisation*...). En effet, les usagers au cours des déplacements cherchent des repères et éprouvent parfois des difficultés à décrire l'ambiance lumineuse. Ainsi, certains lieux sont sujets à des phénomènes de déstabilisation perceptive :
- gêne visuelle comme l'*éblouissement** dû à une source mal réglée ou trop puissante.
- impression paradoxale (reflet perturbant l'appréciation ouverture/fermeture de la petite épicerie ; mixage*: sources additionnelles sous acrotère perturbant l'appréciation de halo* de lumière place Notre-Dame) .
A ce titre, dans le parcours Gabriel Péri, au niveau du campus universitaire, nous avons vu la *figure d'évitement* apparaître afin de remédier à l'assombrissement*.

Regard lié à la dominante spatiale:

• Le *regard cadré* (ou canalisé) correspondrait par exemple, à une configuration spatiale en couloir à effet de compression. Le regard est souvent canalisé suivant un effet de contraste :
- La fin de la rue Brocherie perçue plutôt sombre, offre un cadrage sur la Cathédrale Notre-Dame illuminée.
- Les abords sombres de l'avenue Gabriel Péri ouvrent sur des «tableaux lumineux. » :
En arrivant de la zone non-éclairée, la perspective de l'avenue amène un effet de *guidage visuel*. L'émergence* de l'enseigne Géant Casino, en retrait, conduit à une *focalisation* du regard : pendant un instant les pourtours de la scène (plus large) sont effacés (effet de gommage*).
• La configuration spatiale panoramique, les effets de polarisation* et de coloration* génèrent un *balayage visuel*.
• L'*échappée visuelle* est un regard lié à l'interaction du proche et du lointain. Il fonctionnerait avec des ouvertures spatiales.

Regard lié à la dominante psycho-motrice :

• L'effet d'émergence* conduit a un *regard en fuite* (répulsion*, repousse*) ou à une *attraction visuelle* (attraction*).
• Le *guidage visuel* et l'*accommodation visuelle* (faire la mise au point) se développeraient avec l'effet d'approfondissement*.
• Les formes de regard se conjuguent avec la posture et/ou le mouvement corporel :
«Le nez en l'air/ la tête baissée» comme le souligne Sandra Fiori est une forme de regard où l'orientation est forte. Le regard donne lieu à une perception sélective, focalisée dans le champ visuel restreint. Après la forte canalisation offerte par la rue Brocherie, la place Notre-Dame ouvre sur un large panorama, les interviewés s'arrêtent face à la cathédrale, baissent les yeux en direction de la porte gothique. Comme la scène ne peut être décrite dans son ensemble, le corps effectue des rotations sur la droite puis sur la gauche. Les commentaires portent sur les émergences lumineuses. Le regard se focalise (*focalisation*) sur l'éclairage public dans le sens de la faible descente et sur les encastrés de sol, du côté de la fontaine (*compensation visuelle*). La place Claveyson offre un effet de circonscription (morphologie circulaire et éclairage centrifuge), le *balayage visuel effectué à 360°* demande au corps de faire un tour sur place.

Regard lié à la dominante mnésique :

• Lié à la temporalité du parcours et à la découverte visuelle, le *regard ajusté* relève

souvent de la focalisation ou du balayage visuel. Il apparaît avec les changements d'ambiance au cours desquels une comparaison avec la perception précédente est énoncée. Avenue Gabriel Péri, les passagers anticipaient leurs regards avec la perception antérieure qu'ils avaient des lieux :
«Donc, on est proche de la Clinique Belledonne... Donc euh...(dans un petit moment?) Oui...» La séquence sous-éclairée amène une séquence avec un effet de polarisation (Clinique/ Géant casino).
« Il y a...Là, je suis un peu en avance... Mais cette boulangerie, ça m'a toujours un peu intrigué qu'il y ait cette boulangerie, un peu posée comme ça ici.» La transition d'une zone commerciale à une zone avec plus d'habitations est annoncée.
Dans les commentaires d'usagers connaissant l'avenue, on s'aperçoit très nettement que cette forme de regard apparaît avec un «dénuement» : soit un sous-éclairement*, soit un estompage* de l'éclairage commercial. L'espace présent semble sans intérêt.

• Effets lumineux

Dominante physique

«La source lumineuse est caractérisée habituellement par sa directionnalité, son intensité, sa température de couleur... mais la lumière revêt des formes différentes et singularise les manières de percevoir les objets.» La prédominance est donnée à la source lumineuse et aux effets de propagation de la lumière dans l'espace. Les effets « élémentaires » sont mesurables. Par leurs connotations sociales et culturelles, ils deviennent significatifs dans l'espace public. Puisque les usagers nous parlaient de sources, de lumières avant celui d'espace, nous avons également situé des notions d'agencement lumineux de l'espace (dominante lumineuse) dans cette catégorie.

Dominante spatiale

Lumière et espace interagissent. Si, dans la première catégorie nous avons également situé la perception de l'éclairage de l'espace, dans celle-ci nous proposons d'envisager l'espace éclairé. La perception de l'espace devient prépondérante et les effets sont évaluables. La notion d'espace lumineux amène à distinguer :
- La perception des dimensions (compression/dilatation)
- La perception de la création ou du renforcement des délimitations (encadrement)
- La perception des volumes, textures et couleurs (aplanissement/approfondissement)

Dominante psycho-motrice

Les pratiques spatiales de l'usager (évitement, allure, séjour) interagissent avec la perception. Nous classons dans cette catégorie les effets où l'action - dimension dynamique- est mise en exergue, soit les conduites adoptées par l'usager et les interprétations d'une lecture de l'espace-mouvement. «*Le caractère mobile de la perception, (les espaces et les événements s'enchaînent dans le déplacement) et le rôle particulier des limites dans tout cheminement prennent alors une grande importance.»* Exemple : attraction/ répulsion.

Organisation perceptive mnésique

Nous classons dans cette catégorie les effets où l'action - les conduites adoptées - est mis en exergue.

Dominante sémantique

Les situations visuelles peuvent s'interpréter à partir des références culturelles et des règles de conduite en public. *«Ce niveau d'analyse touche plus particulièrement ce que nous appelons les «mise en vue» qui sont à l'oeuvre dans l'espace public ; il met en balance à la fois des dispositifs spatiaux et lumineux et notre culture. L'apport des sciences sociales y est, à ce titre, précieux».* Exemple : exposition

Dominante physique

Perception de la propagation de la lumière dans l'espace
• Uniformité / Emergence
• Coloration (Température de couleur)
• Graphisme
• Irruption (inondation)
• Intrusion
• Enveloppement (Bain lumieux)
• Découpe/ Fondu enchainé
• Reflet
• Halo

Perception de la lumière suivant un dispositif (un tiers)
• Filtrage (Tamisage)

Perception des sources entre-elles
• Accentuation/Atténuation
• Mixage
• Pondération

Position de la lumière dans l'espace
• Pointillisme (scintillement)
• Hiérarchisation (composition)
• Ubiquité

Quantité de lumière dans l'espace
• Suréclairement / Sous-éclairement (dénuement)
• Densité / Dispersion

Perception de la lumière selon l'enchaînement des espaces
• Assombrissement/ Eclaircissement
• Estompage

Perception de la dynamique de la lumière
• Clignotement

Effets visuels

• Focalisation (regard happé)*
• Regard perdu :[éblouissement*, obstruction visuelle*, regard peiné (fitrage, tamisage, approfondissement, yeux bandés (trou noir)]
• Balayage visuel*
• Guidage visuel*
• Regard apaisé

Dominante spatiale

Perception des dimensions de l'espace selon l'éclairage
• Compression / Dilatation
• Affaiblissement / Intensification
• Elargissement/ Rétrécissement

Perception des limites de l'espace selon l'éclairage
• Circonscription
• Couloir
• Plafond
• Enveloppement soit bain lumieux
• Gommage
• Eloignement - Distanciation
• Coupure
• Cadrage : (cf regard cadré)

Perception des textures, couleurs suivant l'éclairage
• Applanissement /Approfondissement
• Brillance
• Distorsion

Perception de la qualité de l'espace éclairé
• Polarisation / Encadrement
• Homogénéité/ hétérogène (trou noir)
• Discrétisation
• Esthétique et Harmonie / Inesthétique et Disharmonie
• *Adoucissement*
• *Réchauffement / Refroidissement*

Effets visuels

• Acommodation (mise au point) (regard réglé, regard adapté)
• Adaptation (suivant la durée)
• Compensation
• Echappée visuelle*
• Balayage visuel*
• Regard cadré
• Regard panoramique (regard fuyant)

Dominante psycho-motrice

Effet de la l'éclairage sur la motricité
• Attraction / Répulsion (Repousse)
• Obstacle
• Immersion/ émersion
(cf : Enveloppement)

Effets visuels

• Attraction visuelle
• Regard en fuite
(cf : approfondissement)

Dominante mnémique

Perception de l'espace éclairé suivant la mémoire
• Anamnèse
• Anticipation
• Photomnèse
• Reconnaissance

Effets visuels

• Regard ajusté (anticipé)
• Regard en attente

Dominante sémantique

Perception de l'espace éclairé suivant la culture
• Cadrage ou encadrement

• *(Repérage)*
• *(Synecdoque)*
• *(connotation)*

non développé:
• Exposition ou surexposition
• Effacement

Effets visuels

(jeu de regard avec autrui)

CATEGORIES DES EFFETS LUMINEUX ET VISUELS

A

ACCENTUATION

Effet par lequel l'éclairage d'un lieu est renforcé soit par un éclairage additionnel, soit par l'absence d'un éclairage qui était présent auparavant.

Une enseigne semble émerger d'autant plus qu'elle est à proximité d'un luminaire d'éclairage public :
« *Et puis, en plus, on la voit particulièrement parce qu'elle est sous un lampadaire public.»*
Le nombre d'enseignes installées pour un magasin peut se justifier par les différents axes visuels :
« *Feu Vert c'est... , on le voit des deux côtés, ça c'est vraiment, ils ont... , je pense qu'ils ont dû insister là-dessus pour qu'on le voit partout d'où on vient, peut être pas de cette avenue ; là dans l'angle de l'Atlantic Oak mais que ce soit d'une rue parallèle ou des deux côtés de l'avenue.»*

Après avoir parcouru une rue commerçante dans laquelle on relève des enseignes lumineuses et des vitrines éclairées, l'éclairage public apparaît plus intense. L'éclairage public est accentué par l'absence ou la diminution d'éclairage commercial :
«Non, là, il est mieux; là il est mieux ressorti; là, y en a plus; ils ont mis plus en valeur cette place; y a deux, quatre, y en a six, autour de nous; on se trouve au milieu et c'est vrai que c'est mieux que tout à l'heure où y en avait que quatre lampadaires sur le long du chemin, quatre ou cinq. C'est plus lumineux; c'est un peu plus lumineux que dans le petit coin juste avant où j'ai dis que ça faisait très sombre. Donc c'est surtout ça qui éclaire bien.»

Effet voisin : Sur-éclairement
Effet contraire : Atténuation

Atténuation : Effet par lequel l'éclairage d'un lieu est affaibli par la présence d'ombres elles-mêmes accentuées. La masse sombre formée par les arbres renforce les abords non éclairés :
«Y a des arbres sur les bas côtés de la route qui accentuent l'ombre.»
Ce contraste (délimitation très nette entre l'espace clair et l'espace sombre) conduit ici à un effet de compression*.

ACCOMMODATION

Effet par lequel l'observateur effectue une mise au point. Celle-ci relève d'un processus physiologique mais nous pouvons la transposer au niveau de la perception des enseignes lumineuses et/ou des vitrines éclairées, situées dans le champ visuel à des distances différentes.

«Alors, au loin, enfin, dans l'immédiat, tout de suite, il n'y a pas de points lumineux ou d'enseignes qui m'attirent spécialement, mais peut être que si je prolonge ma vision vers... , au fond, il y a ces trois carrés, ou ces trois points lumineux qu'on voit là, avec la couleur un peu... , je ne sais pas comment... rose... enfin à peu près, et euh... la SFR aussi en rouge, parce que c'est la couleur rouge, je trouve, pas par rapport à la forme de l'enseigne ou à son emplacement, mais parce que c'est un rouge un peu vif qui attire, voilà.»

Dans les parcours cet effet s'est plutôt manifesté avec l'effet de cadrage* à l'entrée de la Grande-Rue et de la rue Brocherie. Mais aussi au moment où les observateurs se retournent pour avoir un autre point de vue et effectuer leurs propres bilans :
«Lorsque l'on se retourne, là-haut, on voit juste les enseignes «aux Galeries Lafayette» un peu, qui fusent vers le haut. Et ce qui domine là, c'est le vert du Restaurant Pizzeria Italien là... Et le rouge du Bistrot romain ..Les néons là... y a... quelque part, ils cachent tout quoi. Ils «pètent», quoi... vraiment... Je trouve qu'ils ont bien placé les lumières, mais je crois qu'elles n'illuminent pas assez quand même. Ils auraient dû mettre des lumières plus fortes.»

[Propriété du cristallin de mettre au point l'image sur la rétine. Pour l'œil normal, la distance maximale d'accommodation est de 65 m et la distance minimale et de 0,12 m. Le pouvoir d'accommodation varie considérablement avec l'âge, le cristallin perdant de sa plasticité avec le vieillissement. Vers 60 ans le cristallin peut se déformer, la mise au point de l'œil est fixe.]

Effet voisin : métabole

ADAPTATION

Capacité de l'œil à s'adapter à la luminosité ambiante.

Dans le parcours «Avenue Gabriel Péri», les passagers expriment sur le chemin du retour leur accommodation à l'environnement lumineux :

« Là, on est un peu plus habitué au contraste, parce que l'on est dans une zone éclairée depuis un petit moment, alors que tout à l'heure, on venait de la nuit... Enfin pas vraiment parce que on y était déjà, donc... euh…»

Sur le chemin aller, un contraste avait été relevé : après une zone complètement noire, l'intensité lumineuse de l'avenue allait en s'affaiblissant. Sur le chemin retour (intensité croissante) la personne semble s'être adaptée; ce qu'il lui fait dire :

«On voit qu'il y a eu un effort, enfin, une volonté d'être moins lumineux... Enfin, dans ce sens-là, quoi.

Définition de l'Adaptation selon M. DERIBERE, in *La couleur dans la publicité et la vente*, Dunod :

La luminance d'un corps éclairé dépend à la fois de l'éclairement, flux lumineux qu'il reçoit, et de la faculté de ce corps à réfléchir la lumière. L'oeil reconnaît ces différences de luminance et s'adaptant à elles. Il a la faculté de fonctionner entre des limites de luminance très larges, grâce au procédé dit d'adaptation. L'adaptation comporte un changement dans le diamètre de la pupille ainsi que des transformations photochimiques de la rétine. (cf Weber et Fechner). Le temps nécessaire à l'adaptation dépend de l'état antérieur d'adaptation et de l'importance du changement. Cependant il faut moins de temps pour s'adapter à un éclairement supérieur que dans le cas contraire. Une minute suffit en général pour s'adapter presque complètement à une lumière plus forte, tandis qu'il faut 30 minutes pour s'adapter à l'obscurité, cette dernière adaptation ne pouvant être complète qu'au bout d'une heure. L'éclairagiste doit tenir compte de ce phénomène dans les études d'éclairage de théâtres, de cinémas, de tunnels, et en général chaque fois que l'on passe brusquement d'un niveau d'éclairement à un autre, ce qui est le cas du passant venant d'une rue sombre vers une vitrine bien éclairée.

Effet contraire : éblouissement

Adoucissement

Plusieurs effets conduisent les usagers à qualifier la lumière, l'éclairage ou l'espace de « calme» «discret», «doux» :

Effet de filtrage : «*Elle est…, ils éclairent bien leurs produits et on les voit bien toute la nuit quoi... Leur grille est juste là. Oui, je trouve ça calme, je ne trouve pas ça agressif.»*

Effet de pointillisme : «*Ils veulent sortir du lot. Puis il y a des lumières plus douces, un peu plus tamisées,.. Enfin je sais pas si on peut dire tamisé ... , Comme des petits points jaunes... Là, au-dessus de l'enseigne, on les repère moins... Il faut vraiment si attarder.»*

Effet de dispersion : « *On avance et sinon, dans ce sens là, c'est plus discret ... C'est vraiment très ponctuel comme euh... Il y a moins d'effets de densité lumière des grandes villes quoi, de beaucoup de lumières.»*

Effet d'homogénéités : *«L'éclairage public, c'est relativement discret. Là, ils n'ont pas essayé de surcharger au niveau de l'éclairage... Enfin ils n'ont pas renforcé quoi que ce soit.»*

Effet d'uniformité : *« Au niveau de l'Epi Gaulois c'est très soft... Il n'y a pas de... toujours un peu cette attirance un peu jaune quoi, cette lumière un peu jaune, qui n'est pas trop agressive, c'est vrai... qui rentre bien dans la luminosité de la voie avec les phares des voitures. On a une bonne visibilité, quoi.»*

Effet de distanciation et comparaison avec l'effet d'émergence : |*« Mais Casino cafétéria, c'est petit . Je trouve joli, le logo. C'est discret... et le rouge et le vert qu'ils ont employé c'est pas trop intense, (…) je trouve discret... Je ne sais pas si c'est l'angle de vision qu'on a ici. On ne voit que le feu... et en plus le feu est rouge, vert maintenant…»*

Effet de contraste : *«Et là, on a sur les côtés... C'est, du coup... C'est une ambiance un peu plus douce. On s'aperçoit qu'avant, c'était quand même un peu agressif.»*

Souvent l'éclairage public est donc apparu «discret» face à l'émergence des enseignes ou de la couleur rouge :

«Ben... là on parle des enseignes. C'est vrai que les enseignes, ça tape, et surtout sur cette avenue. Il y a beaucoup de ce rouge vif, rouge «pas sang» mais... Je dirais même que c'est le rouge qui correspond aux feux arrières des voitures, tu vois, ce rouge là. Donc l'œil est très attiré là-dessus. Par contre, l'éclairage urbain, il est très discret.»

La raison de cette qualification vient notamment de la température de couleur des sources :

«Ben là, on a changé de couleur... Là on est dans le orange, (…) ou jaune, non, c'est pas bien franc quoi. (…) C'est justement pour... je pense... On ne veut pas un éclairage trop fort, avec dernier cris, qui éclaire très fort... C'est beaucoup mieux comme ça, avec un éclairage jaune, comme ça, avec... , c'est discret.»

Les enseignes sont parfois perçues comme «discrètes» par leurs couleurs, ...
«Et puis là, on revient au parking Renault, toujours pareil cette prégnance des enseignes d'éclairage commercial qui est face à nous perpendiculairement à la voie . Ici par contre, le logo discret de Renault me plaît parce que c'est une lumière discrète, c'est un jaune discret, quand même tu le vois bien, quand même je le trouve intéressant.»
... mais également par leur design :
«Donc, c'est plus discret, ça correspond à la marque peut être aussi, cette couleur bleue, ça correspond surtout au logo. L'enseigne, c'est aussi le logo qui est redécrit.»

L'accompagnement par un éclairage en façade adoucit l'éclairage de l'enseigne : (L'effet d'accentuation est alors vécu de manière positive)
«Les éclairages des cafés, en fait, ça dépend de l'ambiance qu'ils veulent donner. C'est vrai que la brasserie sur la droite, c'est très fort... . Là, le Shaman café c'est plus doux avec des éclairages qui descendent contre le mur qui valorisent plus la façade, en fait, qu'un nom. «

L'éclairage indirect est vécu comme adouci :
«L'éclairage est assez agréable... Le fait que l'éclairage soit tourné sur le mur comme une halogène (qui adoucit quand même pas mal)... C'est toujours plus doux que l'éclairage comme ça de face (L'Hibiscus).»

La lumière perçue est relative à l'état de la surface, de la matière et de la couleur :
«Alors, je crois que c'est la pauvreté de la mise en scène quand même, bon, mais l'éclairage participe. Pas d'éclairage spécifique à part deux gros spots par vitrine, bien blancs qui flashent bien, atténués par les couleurs marron-ocre, jaune-rouge de l'intérieur.»
L'atténuation provient de l'absorption : les rayons émis se propagent et atteignent la matière avec un nombre très faible de rayons réfléchis (pour un corps noir l'absorption est totale). Dans ce cas la matière est dite dépolie, c'est à dire qu'elle devient diffusante.

Effet correspondant : Filtrage, Tamisage

AFFAIBLISSEMENT

Effet de proportionnalité entre les dimensions de l'espace et la quantité de lumière. Les espaces plus petits sont moins éclairés.

Dans le cas présenté la quantité de lumière est liée à la largeur de la voie :
« Peut être que c'est un peu moins éclairé à Gières... Déjà, il y a moins de magasins Ca paraît plus petit, et puis, bon bien sûr, les routes sont moins grandes, donc il y a moins d'éclairage.»

L'intensité lumineuse semble aussi fonction de l'éloignement du centre ville :
«On sent qu'on s'éloigne du centre... L'avenue nous rappelle qu'on est encore dans un centre ville, enfin dans une grande ville,.. Mais on s'en éloigne, ... On rentre plutôt dans des... du fait de la lumière, du fait de l'avenue qui se rétrécie.»

Effet voisin : Assombrissement
Effet contraire : Intensification

ANAMNESE

Effet de réminiscence par lequel un contexte lumineux provoque chez l'observateur le retour à la conscience d'une situation ou d'une atmosphère passée.

«Les lustres avec des cristaux… les lustres comme ceux de ma grand-mère, un vrai bonheur! »
«Euh, ben oui, dans l'ambiance de nuit, il n'y a aucun éclairage, il n'y a que des voitures... Pour moi c'est reposant en fait par contraste avec tous les magasins... Moi ça me rappelle plutôt les sorties de villes où tu vas te coucher et tu te dis « Oh merde, j'ai encore 20 km de route dans la campagne, avant de rentrer chez moi. »»

Le magasin Castorama semble être un marqueur dans l'avenue Gabriel Péri. Mais plus qu'une entrée et une sortie, il apparaît comme un symbole de la zone traversée :
«Donc, à gauche, on a encore la vue de Castorama qui nous rappelle donc la zone de Saint-Martin d'Hères. C'est la fin là, presque la fin de l'avenue Gabriel Péri.»

Certains magasins, parkings de grandes surfaces seraient alors constitutifs d'une ambiance spécifique qui accompagnerait les personnes tout au long de leurs *parcours résidentiels* :
«Et puis oui, ... c'est vraiment ce parking Casino qui me fait penser au Casino de Quimper où j'ai fait mes courses, ou à Fontaine, même si c'est pas exactement situé de la même manière.»
«On est en face des Galeries Lafayette... Donc pour moi c'est un repère vraiment traditionnelle des villes... Donc ça évoque ma ville à moi... C'est toujours un lieu ressource.»

Dans les deux sites, les usagers ont parlé d'une atmosphère estivale connue :
«Alors que là, c'est... là, on est revenu au point de départ... C'est vachement plus sympa ... Je ne sais pas là, on dirait un petit parc. L'été tu te promènes dans les parcs, c'est vachement plus sympa.»
«Ben, c'est mieux l'été parce que, quand il fait chaud, il y a toujours plein de monde et puis avec les bars c'est vachement attractif !»

Effet voisin : Photomnèse
Effet contraire : Anticipation

Anticipation : Plusieurs fois, les interviewés du parcours Avenue Gabriel Péri n'ont pas décrit l'instant présent, ils l'ont anticipé. Dans cet exemple, c'est l'éblouissement vécu sur le «chemin aller» qui est ravivé :
«Et puis là-bas, il y a une lumière blanche... (Ca fait un petit peu stade aussi... C'est bien puissant...) qui même éblouit presque… (Castorama)».
La personne est dans l'attente de la situation d'éblouissement à venir, ainsi elle «prévisualise», elle croit être éblouie alors qu'aucune lumière éblouissante n'a encore été propagée.

APLANISSEMENT

Effet par lequel l'éclairage dessine l'espace suivant (uniquement) deux dimensions. L'espace n'apparaît plus que selon un plan frontal. Il n'existe plus de profondeur*. Le relief est gommé.

Dans le parcours centre ville, un observateur expliquait que la Place Saint-André était sombre et qu'il manquait d'éclairage au niveau de l'église :
« Même le clocher donnerait de la perspective »

L'enseigne qui n'est pas éclairée ne se détache pas du support :
«Il n'y a pas d'enseigne lumineuse là... Elle ne sort pas quoi.»

L'éclairage blanc, au niveau du porche de la cathédrale Notre-dame, semble effacer la modénature :
«C'est enfin, la position des éclairages, la couleur, je crois, qu'ils ont choisi pour montrer... euh, je ne sais pas, ça ne fait pas trop style bâtiment historique, le fait d'éclairer avec cette lumière très, très blanche... J'aurai préféré que ce soit un peu jaune, en fait, pour montrer que c'est traité avec de la pierre. Ça, pour moi ça correspond à des murs blancs, brillants qui me font penser à des projets modernes, si tu veux, à une peinture laquée, à ce genre de truc ... C'est lisse, c'est brillant, mais pas… Mais je suis sûr que ce genre d'architecture... Elle est toujours rugueuse, c'est sableux, peut être, ou je ne sais pas.»

Effet voisin : Gommage
Effet contraire : Approfondissement

APPROFONDISSEMENT

Effet par lequel l'éclairage donne de la profondeur à l'espace et produit des reliefs.
«
«Ce qui est agréable, c'est qu'on voit jusqu'au bout du magasin.»
«Il y a deux spots accrochés de chaque côté de la pancarte, avec un petit écriteau « restaurant mexicain » éclairé aussi en blanc. L'intérieur, ben , il y a une table qui n'est pas éclairée, mais le fond il est éclairé.»

• Dans *les mises en vue de l'espace public,* les auteurs expliquent que la notion de profondeur à été reléguée par celle de transparence. En effet, dans les discours, cette notion de transparence est très présente.

Pour Kevin Lynch la transparence du décor permet de laisser apparaître l'activité qu'elle renferme. C'est bien ce que nous a signalé un observateur :
«Je peux savoir ce qu'il y a comme activités, puisque enfin, ils ont fait en sorte que l'on voit ce qu'il se passe à l'intérieur... par la transparence qu'ils ont fait, ou par l'éclairage puisqu'il fait nuit.»
Ainsi :
«On la voit parce que... vu que c'est tout vitré!... ». «Et ça toujours, ça se repère vachement, je trouve, ces réserves de fruits secs…» ; « On voit plus les gens manger... l'éclairage qui vient de l'intérieur, l'éclairage tamisé... ». «Y a des grandes baies vitrées, donc, euh, on voit bien le bar, ...»

Pour certaines personnes la transparence devient une condition sine qua non pour entrer dans un bar, un restaurant :
«C'est vrai que quand c'est tout vitré, surtout les restaurants ou les bars, que c'est un peu vitré, que l'entrée... , je trouve que c'est quand même plus agréable que les trucs fermés où il y a juste une toute petite ouverture…»

Finalement la grille n'apparaît pas tellement comme un obstacle à la transparence :
«Mais là, tout le monde la regarde le soir, cette vitrine. Elle est très claire, très lisible, très nette. Elle est… Ils éclairent bien leurs produits et on les voit bien toute la nuit quoi... Leur grille est juste là.»

L'éclairage accentue parfois les reliefs et modénatures. Le contraste écriture/support (fond/figure) donne alors du relief à l'enseigne :
«Sinon le nom, il est bien mis en valeur... ça va, puis vu que c'est blanc sur un fond bleu; ça ressort bien avec les lumières.»
«Il est mis en valeur par trois gros spots qui éclairent le nom. C'est dans les tons un peu marron-rouge. Et puis vu que c'est écrit en beaucoup plus clairs,... dans des tons plus clairs, un peu jaunes, beiges, enfin un peu ocres... »

Les lettres découpées qui se détachent du support bois et les lettres boîtiers rétro-éclairées semblent être du plus bel effet, mais seulement en vision rapprochée. Le relief n'a jamais été perçu avec l'éloignement et l'angle de vision offert par la rue, c'est pourquoi la description s'est toujours effectuée lorsque l'observateur se positionnait face à l'enseigne :
«La lumière, il y a celle de la Cantina Mexicaine qui est bien éclairée. Pareil, toujours du bois qui sert à les faire ressortir la Cantina en... , pas forcement en trois dimensions, mais l'écriture c'est vrai que c'est plus sympa.»
«Ben, c'est un autre système, ils ont mis un écriteau... euh, donc euh, comment dire... les néons ils sont cachés derrière l'écriteau en vert, donc vert fluorescent, et puis l'écriture noire avec des lettres en 3D, en relief… donc là c'est vrai que ça change mais c'est vrai que pour attirer l'œil, c'est un peu juste.»

• Perspective : effet par lequel l'espace éclairé constitue une profondeur, par les fuyantes qu'il propose. L'effet d'approfondissement - perspective - semble prégnant dans le parcours Avenue Gabriel Péri. Et l'implantation centrale des luminaires renforce la linéarité de la voie :
«Les mâts d'éclairages accentuent la perspective.»
Mais lorsque le regard se détache des fuyantes, l'espace est finalement ressenti dans son épaisseur :
«En fait, on distingue qu'il y a une profondeur à côté de l'avenue qu'on n'a pas forcement quand on regarde devant soi.»

Il peut être alors associé à l'effet de fuite du regard et à l'effet visuel d'accommodation.

- Du proche au lointain :
«Là, si on arrive après la place dans la Grande-Rue, au début, je vois... Qu'est ce que je vois ? Euh, «Réserve naturelle» en bleu... Ce magasin là, en bleu encore... C'est moins visible que SFR en blanc et rouge là-bas... Et puis d'autres magasins... Et c'est encore une fois tout ce qui est blanc qui ressort, qui ressort vraiment en fait... Donc je repère un coiffeur et le reste, ça va trop loin.»

- Du lointain au proche :
«Alors, au loin, enfin... dans l'immédiat, tout de suite, y a pas de points lumineux ou d'enseignes qui m'attirent spécialement, mais peut être que si je prolonge ma vision vers... au fond, y a ces trois carrés, ou ces trois points lumineux qu'on voit là, avec la couleur un peu... Je ne sais pas comment... rose... enfin à peu près, et euh... la SFR aussi en rouge, parce que c'est la couleur rouge... Je trouve, pas par rapport à la forme de l'enseigne ou à son emplacement mais parce que c'est un rouge un peu vif qui attire, voilà.»

- Ruban de lumière - éclairage privé - couleur - ombre, comme fond de perspective :
«Et puis au loin en fond de perspective, on voit Gabriel Péri, l'ambiance jaune avec les phares des voitures dans les deux sens, blancs et rouges qui sont très marqués. Les mâts d'éclairages accentuent la perspective.»
«Ben du coup, là on a tendance aussi à repérer plus facilement les fenêtres qui s'allument... Là j'en vois au bout de la rue... »
«Et donc on regarde les lumières au loin; ça attire beaucoup plus l'œil surtout qu'ils ont mis beaucoup de vert. Enfin là, je vois... C'est beaucoup de vert... Il y a un restaurant italien, enfin une pizzeria, le drapeau italien, là-bas au fond. C'est pareil, c'est du vert, on ne voit pas le nom d'ici, mais je pense que, de face, on doit bien le voir.»
«Et puis, quand on arrive au bout de l'avenue, on a l'impression qu'il n'y a rien à voir... C'est noir, quand on regarde au fond... Donc l'éclairage public, ça laisse complètement à désirer ! »

Le fond de perspective en lumière comme signal d'entrée :
«Et là, pour moi c'est l'entrée dans Gières, quand on passe sous la rocade. D'ailleurs il y a une certaine logique parce que ça redevient éclairé... Disons dans le champs visuel, l'avenue redevient dessinée par l'éclairage.»
«C'est à partir de ce moment là qu'on a de nouveau la perspective qui se profile de Gabriel Péri. Là, on entre de nouveau à Saint-Martin d'Hères…»

La vison de l'espace au loin entraîne une vision floue qui peut tromper l'observateur :
«Là, il y a un changement de lumière avec le magasin qui est devant nous, je sais pas si c'est un magasin on va passer, on verra ce que c'est.»
Finalement l'observateur comprend qu'il n'y a pas de magasin ce sont les boules blanches qui contournent le parking du Géant Casino.

Effet voisin : Eclaircissement, Assombrissement
Effet contraire : Aplanissement

ATTRACTION

Effet par lequel l'espace immergé de lumière ou l'émergence d'une source semble «aspirer» le passant. Alors que l'effet de focalisation se définie comme une forme d'attention visuelle, l'effet d'attraction est une captation passagère qui entraîne l'observateur à se déplacer ou à modifier ses gestes.

L'éclairage invite à se déplacer :
Les Meubles Fabre, on les voit parce que l'éclairage est intérieur... Mais ce qu'on repère et ce qui donne aussi envie d'aller voir, effectivement c'est les lumières... Et du coup, on a envie d'aller voir les meubles qui sont à l'intérieur.
L'éclairage intérieur, même à travers des grilles, invite l'observateur à avancer:
«La Tienda, on a envie d'aller voir parce que c'est éclairé de l'intérieur, même si c'est fermé.»
L'éclairage invite également le corps à se retourner :
«Mais, par exemple, avec le style de ces vitrines là, enfin, tout à fait éclairées... Je pense que quand je passe, je me tourne, même si les produits ne m'intéressent pas.»
Les usagers se projettent presque déjà dans le bain de lumière* intérieure :
«Donc, la vitrine, à travers la porte qui n'est pas encore fermée par les grilles, nous plonge dans la perspective intérieure.»

Quelques raisons de l'attraction :
- Le contraste avec les commerces voisins plongés dans l'ombre
«Alors c'est le fait que les magasins soient éclairés, certains magasins, pas d'autres... Là je vois le magasin de disques, ça donne aussi envie de voir ce qu'il y a.»
- La couleur rouge
«Donc un éclairage, comment dire, sur la rue que l'on voit en fait de loin en rouge, donc vraiment attirante.»
- La température de couleur
«Si on se retourne juste avant de rentrer dans la rue Brocherie, sur la place aux Herbes, on regarde les halles de nouveau, pareil encore les fenêtres... Et puis au fond on a un éclairage un peu différent, plutôt orangé, qui est assez joli vu de là, qui nous amène au tribunal, je suppose.»
- Le dispositif spatial :
«Je pense que c'est les théières, cafetières qu'ils ont mis en vitrine, qui donnent... , et peut être la physionomie en couloir qui attire.»
- L'éclairage patrimoniale dans la perspective de la rue :
«Là, on regarde... On est plus attiré par la lumière du clocher de Notre-Dame, qui nous fait lever les yeux et moins regarder les… la boucherie en activité…»
- L'effet de Clignotement :
«Ça clignote, ça, on peut le dire... En fait, une personne qui passe sans faire attention, il fait «comme ça» et il est attiré, quoi, avec l'éclairage.»

La fréquentation des restaurants serait à l'image de la taille de l'enseigne lumineuse :
«Après, c'est justement celui qui aura la plus grosse lumière qui attire le plus de monde ! «

Les restaurants de la place Notre-Dame avec leur ambiance lumineuse intérieure ne possèdent pas tous le même pouvoir d'invitation :

«Y en a un qui dit « venez chez moi » et l'autre qui dit juste «et ben, si ça vous intéresse venez regarder ».

L'émergence de la lumière commerciale n'est pas toujours indispensable. Le flou lumineux, la petite lueur invitent également :
«On devine juste ce qui y a, tout en ayant envie d'y aller, parce que justement «on ne voit pas trop»... (rire)…»

La vitrine éclairée invite à ralentir, à aller regarder et même à s'arrêter au cours de la déambulation nocturne. C'est ce que nous a fait implicitement remarquer un interviewé :
«Mais, celle-là, tout le monde la regarde le soir, cette vitrine... Elle est très claire, très lisible, très nette.»

Effet voisin : Focalisation
Effet contraire : Répulsion / Repousse

ASSOMBRISSEMENT

Effet par lequel l'intensité lumineuse diminue au fur et à mesure du déplacement dans l'espace ou bien dans le champs visuel de l'observateur (cf : Echappée Visuelle*).

Dans les parcours, les usagers expriment cette baisse d'intensité par :
«Bon là, ça devient de plus en plus sombre.» ; «La lumière s'estompe part rapport à ce qu'on a vu au départ.» ; «Ici l'ambiance, ça se calme un petit peu, ça se calme par rapport à la rentrée.»

Par exemple l'intensité de l'éclairage de la Grande-Rue est énoncée dans son rapport contrasté avec l'éclairage de la place Grenette :
«L'éclairage de la rue (...) ça s'assombrit. On perd peut-être la puissance lumineuse de la Place Grenette (...) L'éclairage de la place était beaucoup plus fort... Beaucoup plus de lampadaires en ligne, qui ont trois boules... Ici on a une seule lampe à chaque fois. Ça donne un côté beaucoup plus tamisé, beaucoup moins, euh, beaucoup moins actif, beaucoup moins «fête» je pourrais dire.»

Les usagers prolongent leurs regards au loin (échappée visuelle*) et relèvent ainsi l'assombrissement :
«On voit que ça devient de plus en plus sombre hein, même le fond, au niveau du campus, la partie à gauche, les deux tours du campus... C'est vrai, c'est... On voit qu'il y a de l'activité, mais euh…»
«Là-bas (sur la gauche), au loin, regarde, en direction du tribunal, c'est moche. C'est sombre, voir même très sombre. C'est triste, c'est pruttt, tout ce qu'il y a de plus morose, voilà.»

Le changement de dispositif ou l'absence d'un dispositif d'éclairage qui avait été relevé auparavant concoure donc à la baisse d'intensité lumineuse.

Du point de vue de l'éclairage public, l'assombrissement proviendrait soit du manque de luminaires installés (quantité) soit d'une puissance installée plus faible (qualité) :
Là, on voit vraiment qu'on est revenu dans une zone. Ici, c'est beaucoup plus triste au niveau éclairage public. Soit c'est qu'il y en a deux fois moins, soit c'est que ça éclaire moins, de manière moins puissante.

L'assombrissement apparaît d'autant plus que les vitrines ou les enseignes disparaissent :
«Donc là, on est moins dans l'emprise des enseignes là. Alors vers le Taxi c'est un peu sombre quand même hein !»
«On continue, ça s'assombrit un peu... ça s'assombrit... les vitrines portent moins la lumière... Ben là c'est... c'est de pire en pire, il n'y a même plus aucune lumière... à part, allez, quatre lampadaires qui se courent après... Il n'y a vraiment pas grand chose.»
Ce qui conduit souvent au Gommage* de l'éclairage public :
«*Il y a moins d'éclairage, parce les enseignes aussi, euh, sont moins éclairées que sur la place. J'ai le sentiment que la rue est éclairée pas par les... l'éclairage public disons... mais par les enseignes en fait» ; «Maintenant, il n'y a aucune luminosité, y a juste une enseigne SFR qui est allumée.»*

Effet voisin : Atténuation, Rétrécissement, Sous-éclairement
Effet contraire : Eclaircissement

B

BALAYAGE VISUEL

Effet visuel par lequel les yeux se promènent suivant un panorama (de gauche à droite ou inversement)

«Et je... enfin, je balance, si tu veux, ma vision à droite et à gauche.»
«On sait que notre regard va faire une sorte de panorama, comme ça, à 180 degrés.»

Le balayage visuel permet pour l'observateur de faire une sorte de synthèse des lumières présentes dans l'espace :
«Par rapport aux couleurs, je crois, y a pas d'endroit précis où une couleur m'attire... y a pas de traitement enfin y a de la volonté de mettre des couleurs un peu plus intéressantes que le blanc. Enfin si je passe vite un coup d'œil y a toujours des spots blancs qui…»
Le balayage visuel s'effectue suivant une certaine profondeur de champ :
«On passe le pont. Et là on commence à voir que ça marche un peu... il y a un peu d'électricité dans la ville... On voit les lumières au loin, du côté droit et gauche, qui nous indiquent que nous arrivons sur une ville.»

«... Le coup d'oeil le plus instinctif, le moins contrôlé, est d'abord une sorte de «tour du propriétaire», un balayage complet du champ de vision, qui s'achève par le choix de l'objet de regard. Ainsi que l'avait compris Rudolf Arnheim, la vision vient de loin. Elle est un sorte de travelling, une activité perceptuelle qui débute dans le passé pour éclairer le présent et mettre au point l'objet de notre perception immédiate (P. Virilio, *La machine de vision*, 1988, p130)» in G. CHELKOFF et J.-P. THIBAUD, *Les mises en vue de l'espace public,* p 156.

Dans un plan plus proche de vision, ce balayage semble indiquer que l'observateur se sent encadré (encadrement*):
«Dire qu'avec le Bistrot Romain (à gauche) avec le rouge... et lui (à droite) avec le vert, c'est pas mal.»
«Les publicités un peu à droite et à gauche qui donnent un peu de couleur, de gaîté à l'avenue.»

BRILLANCE

Effet par lequel la lumière vient se refléter dans une vitre (ou autre matière spéculaire). L'espace, l'objet, observé se révèle sous un éclat lumineux.

Sous la lumière, les façades brillent ...
«Alors, on atteint le must du moche avec Raymond Christian : façade éteinte, chaussures partout, du doré qui brille la nuit (...) les années soixante.» (La connotation renvoie ici à une décoration dépassée)
«Ça, pour moi ça correspond à des murs blancs, brillants... qui me fond penser à des projets modernes si tu veux, à une peinture laquée, à ce genre de truc... C'est lisse, c'est brillant, mais pas...» (La connotation renvoie ici à l'idée de la transparence, de l'épure, de l'asepsie qui caractérise notre modernité)

... mais également les vitrines :
«Je ne vois jamais le Bonhomme de bois qui là me saute aux yeux quoi, avec ses pinocchios qui brillent.»
«Et ça, toujours, ça se repère, ces réserves de fruits secs... C'est vachement lumineux. Ça brille.»
(Idée du plaisir des yeux, mais aussi de l'abondance qui renvoie bien à la société de consommation)

Si l'expression «ça brille» n'a pas toujours été employée, de nombreux commentaires sur la matière en ont témoigné :
« les bouteilles translucides, les verres suspendus» ; «Les lustres avec des cristaux... des lustres comme ceux de ma grand-mère» ; «les tables métalliques, les chaises métalliques»
La répétition des termes montre la dé-multiplication qui ouvre certainement ici sur des effets de densité, de dispersion.

La réflexion de la lumière est fonction de la composition de la matière. Pour un corps blanc la réflexion est maximale. La surface qualifiée de brillante et de réfléchissante est dite polie (Polissage). (Effet contraire : Absorption)

«Un coffret, un plateau de table basse, une étagère de laque brillante à dessins de poudre d'or, peuvent paraître tapageurs, criards voire vulgaires. Mais faites une expérience : plongez l'espace qui les entoure dans une noire obscurité, puis substituez à la lumière solaire ou électrique la lueur d'une unique lampe à huile ou d'une chandelle, et vous verrez aussitôt ces objets tapageurs prendre de la profondeur, de la sobriété et de la densité» J. Tanizaki, *Eloge de l'ombre*, 1978, p 42

C

CIRCONSCRIPTION

Effet par lequel l'éclairage public et commercial révèle les limites périphériques de l'espace.

«Place Aux Herbes, [...] Puis là, du coup c'est les tours qui... (le pourtour).»
«Et là on voit, comme c'est une place dont le mouvement est circulaire, enfin on a le mouvement circulaire des yeux. Non, là, il est mieux. Là il est mieux ressorti. Là il y en a plus... Ils ont mis plus en valeur cette place. Il y a deux, quatre, il y en a six, autour de nous, on se trouve au milieu... »

Dans le parcours Avenue Gabriel Péri, l'éclairage de la chaussée n'offre pas d'alternative au regard; de ce fait, les arbres deviennent une limite :
«Il n'y a que les arbres qui contournent l'avenue, tu fais trop attention à eux, donc c'est un espace pas très riche, je crois.»

CLIGNOTEMENT

Effet par lequel la lumière est émise de manière intermittente.

La lumière est dynamique : éteinte, allumée, tout en mouvement elle attire généralement le regard :
«C'est vachement lumineux. Ça brille. Là, hop, on remarque les, un espèce d'éclairage dynamique, enfin c'est pas vraiment dynamique mais qui bouge en tout cas. (...) voilà une sorte de guirlande électrique rouge bleue verte. Ça clignote, ça, on peut dire, en fait, une personne qui passe sans faire attention, il fait comme ça et il est attiré quoi avec l'éclairage.»
«D'une manière générale ben là, je suis attiré par le truc qui clignote d'Horizon... . donc c'est peut être pas voulu chez eux, mais ça marche bien, c'est plutôt un problème électrique... Donc ici, ben, Optic Horizon c'est quelque chose qui frappe à l'œil, ce côté rouge.»

Sur les parcours, finalement les enseignes clignotantes étaient presque inexistantes. Par exemple : les croix vertes des pharmacies ne sont en fonctionnement que la journée ou les nuits de garde.

Effet voisin : scintillement (voir effet de pointillisme)

COLORATION

Effet par lequel l'espace se colore ou apparaît coloré par l'éclairage.

• La couleur rouge émerge, attire l'oeil et devient prégnant :

«Là, Yamaha et puis la Pizzeria - Café en rouge, euh on les voit bien tout de suite.»

«Comme je t'ai dis tout à l'heure, les gens, ils insistent un petit peu plutôt sur le rouge parce qu'il attire un petit peu l'attention. C'est un peu des couleurs d'excitation.»

La couleur rouge produit de la compression* et amène de l'intimité :

«Puis, c'est marrant, peut être parce que les feux euh, ça baisse le, ça referme un peu l'ambiance quoi, surtout quand ils sont tous de la même couleur... Là, ils sont tous rouges.»

«Ouais, mais bon, ici ils essayent tous de traiter des lampes rouges, dans le genre «c'est bien sombre, vous pouvez venir boire un coup entre copains, ça sera intime » et en fait, on ne s'entend pas causer tellement c'est fort, quoi, mais bon.»

• La couleur verte est moins prégnante que le rouge mais en grande quantité son impact est tout aussi fort :

«Ce qui est marrant Feu vert c'est tout en vert. Donc, c'est un truc dont on va se rappeler à mon avis.»

«Donc il y a des néons verts tout autour là, sur le Renaissance café et puis sur le bar le Baraka. Donc eux on les remarque assez bien parce que le vert, c'est pas la couleur qui domine, enfin, du moins dans l'éclairage, quoi.»

• Le vert et le rouge apparaissent comme les couleurs les plus employées dans les deux sites parcourus. Lorsqu'une de ces deux couleurs est évoquée sa complémentaire n'est pas loin.

«Mais Casino cafétéria, c'est petit , je trouve joli, le logo. C'est discret; et le rouge et le vert qu'ils ont employé c'est pas trop intense.»

«Là, on passe devant, la Galerie Grenette. C'est plutôt triste, le seul éclairage donc le balisage, (...) c'est du vert,. Donc on peut dire que les gens, ils se basent plutôt sur le vert et le rouge.»

• La couleur blanche émerge, attire inévitablement l'oeil et devient prégnante :

«... .c'est encore une fois tout ce qui est blanc qui ressort, qui ressort vraiment en fait.»

«Sinon après, c'est les devantures qui ressortent parce que ça fait des carrés blancs, c'est avant tout l'éclairage blanc, comme l'éclairage de l'hôtel où on voit Célio ou encore, les vitrines apparaissent parce que l'éclairage est blanc, on retient beaucoup mieux.»

• Le bleu apparaît peu :

Rouge et Vert, ça dépend de leur goûts. Voilà, un peu de bleu de temps en temps.

Quelques enseignes lumineuses bleues ont été relevées dans les parcours. Le bleu de Gémo à été connoté «d'aquatique». Les tubes luminescents du Nombolo pub ont été qualifiés de froid, mais dans l'ensemble, la couleur bleue semble relativement agréable ; et puis «elle change» :

Donc les couleurs bleues enfin, c'est sympathique. Moi j'aime bien le bleu, alors, c'est vrai ça attire plus l'œil que, ben en face, le magasin de chaussures qui n'est pas éclairé du tout.

• La couleur jaune est finalement très peu utilisée dans les enseignes et lorsqu'elle a été repérée dans une vitrine d'un marchand de chaussures, l'interviewé l'a connotée plutôt de désagréable.

«La lumière jaune du... C'est étonnant tiens, elle est surprenante cette lumière choisie... « The Athlete's foot » ... Là, on ne la retrouve pas ailleurs forcement cette lumière jaune... Là, des supports. Alors je sais pas ce que ça m'évoque ça, hein. Ouais, peut être les ambiances un peu, un peu en sueur (...) des vestiaires pour mecs!»

• La lumière colorée provenant des enseignes aux tubes luminescents se détache incontestablement :

«Voilà : ou blanc ou rouge ou vert, ça c'est les néons finalement, c'est les néons que je retiens, beaucoup, sur la place.»

«Et de ce côté, je ne sais pas, il y a différentes couleurs. Il y a le bleu, et… Là, je vois là, l'opticien en bleu comme ça en néon, le petit truc dans l'angle avec les tubes rouges ou encore le café qui a l'éclairage jaune, le Centenaire. Je ne vois que les néons.»

• Les couleurs des enseignes produisent un rythme :

«Là, on voit l'alternance. Le Café d'Espagne : rouge (au loin), là : le néon vert, là : le néon vert, là : rouge, là : rouge, là : rouge, l'Epicurien : plus doré.» ; «Les trois là : bleu, vert et rouge, lavage aussi.»

• Les couleurs des produits sont également mis en valeur par l'éclairage de la vitrine. Selon l'ensemble des usagers, elles surgissent de manière agréable :

«C'est assez gai, à l'intérieur de la vitrine. Enfin, il y a pas mal de couleurs. Bon, en fait, c'est tout bête, c'est des boîtes à chaussures entourées de papier vert et orange.»

«Alors le Bonhomme de bois, sur la gauche, là, c'est toutes les couleurs, pour les gamins, c'est lumineux... »

• Les façades colorées sont tout de suite révélées par l'éclairage public surtout après un espace plutôt sombre :

«Et puis par contre ça a été traité, avec des couleurs. Les couleurs des immeubles changent, donc c'est... Et puis l'éclairage en coin... On voit bien la différence de chaque couleur , ça fait joli les tons oranges et jaunes, sur le coin de la rue».

«La première chose que j'ai repéré, ce qui m'attire, c'est la forme globale, c'est plutôt la façade jaune au-dessus de Raymond Christian. Ouais, la touche de couleur dans un monde de brutes quoi. En fait c'est relativement gris, hein, ça fait gris... »

• Lumières, couleurs et façades jouent le jeu de la réflexion colorée et viennent troubler l'interviewé :

«(L'éclairage commercial ?) Celui-ci, il est vert, celui-là, il est rouge. (La boite à Sardine ?) Un peu rouge, non ? c'est l'effet du mur quoi, c'est le contraste... mais bon…»

• Les couleurs amènent incontestablement de la chaleur, de l'animation, de la fête à l'espace.

«Le jaune et rouge de super Mac Donald, ça marche, ces couleurs festives.»

«Ah! Oui! J'ai oublié de dire en fait, je trouve un petit peu l'ambiance... s'il y a différentes couleurs... ça donne un petit peu, un goût un petit peu... , «plutôt, bon» pour quelqu'un qui se promène.»

«Les publicités un peu à droite et à gauche qui donnent un peu de couleur, de gaîté un petit peu à l'avenue.»

• Mais le trop de couleurs peut aussi nuire à la lisibilité de l'espace surtout avenue Gabriel Péri :

«Pour moi, les logos comme ça, trop éclairés la nuit, les panneaux publicitaires... Je trouve que tu vois trop de couleurs.»

«Ouais, moi personnellement je trouve cette avenue moche. Je ne sais pas si c'est l'ensemble de la... Il y a trop d'enseignes lumineuses... On voit, on voit, des verts et des rouges et des bleus partout, mais même les bâtiments. C'est une zone trop commerciale, je crois.»

Au sujet des couleurs, on pourra se reporter à l'ouvrage qui fait date de M. Déribéré, *La couleur dans la publicité et la vente*, Dunod 1969. Il consacre le deuxième chapitre aux préférences en matière de couleur. (pp 27-57).

«Pour le choix du bleu, les raisons indiquées sont le plus souvent d'ordre sentimental : «Je la trouve à mon goût», c'est agréable», «c'est une belle couleur». D'autres l'aiment parce que c'est «calme», «reposant», «distingué», «sérieux», «doux». Une réponse assez fréquente fut : «c'est la couleur du ciel» et certains ont appuyé cette réponse en y ajoutant l'association de grands espaces : la mer, les voyages. [...] Les amateurs du rouge invoquent le plus souvent des raisons sentimentales «c'est plus stimulant», «plus brillant», «plus vif», «plus chaud», «énergique», «fort». Certains indiquent des évocations d'esprit, surtout les enfants, «couleur des cerises, des groseilles... », ou encore des aspects pratiques «voyant», «se voyant de loin»... , l'association avec le feu et la lumière. Ceux qui trouvent cette couleur désagréable ont généralement les idées bien définies : «le rouge me gêne», «c'est trop vif», «cela me porte sur les nerfs», «trop violent». [...] L'orange est oublié. Lorsqu'il apparaît c'est pour des raisons sentimentales, que ce soit dans un sens ou dans un autre, «chaud», «joyeux», «brillant». Le jaune suit les mêmes règles, mais apparaît plus souvent. Il est tantôt préféré, tantôt honni pour des raisons similaires : «lumineux», «clair», «voyant», mais il est certain que le symbolisme attaché à cette couleur joue beaucoup dans le subconscient des sujets. Le vert est parfois préféré pour ses évocations de la nature, du printemps, de l'espérance. Son caractère reposant, calme est pourtant plus souvent indiqué comme désagréable, ce qui peut surprendre, mais est cependant net et constant. Certaines réponses sont de surcroît très catégoriques «cela me fait mal au coeur», «cela me fait mal aux yeux», « cela me crispe les nerfs», tandis que d'autres assurent que cette couleur est de «mauvaise augure», «porte-malheur», «est néfaste», de mauvaise influence». p 51-52

L'auteur précise que le problème n'est pas simple, les résultats peuvent différer selon des facteurs d'éclairage, de pureté, de saturation, de luminance, de surface, le temps de l'examen, l'entourage, l'état psychologique, l'âge et le sexe. Nous pourrions certainement ajouter le facteur «époque». Ces goûts et ces couleurs qui ne se discutent pas sont-ils encore d'actualité?

Michel Pastoureau, dans *Bleu, Histoire d'une couleur*, ed du seuil, 2002, répond à notre interrogation : «C'est la société qui «fait» la couleur, qui lui donne sa définition et son sens, qui construit ses codes et ses valeurs, qui organise ses pratiques et détermine ses enjeux. Ce n'est pas l'artiste ou le savant ; encore moins l'appareil biologique de l'être humain ou le spectacle de la nature. Les problèmes de la couleur sont d'abord toujours des problèmes sociaux, parce que l'être humain ne vit pas seul en société.» Ainsi l'auteur montre que l'histoire de la couleur bleue dans les sociétés européennes est celle d'un complet renversement. Aujourd'hui, le bleu est de loin la couleur préférée devant le vert et le rouge.

Température de Couleur : La notion de température de couleur précise la couleur apparente d'une lampe. La lumière émise par les lampes va des teintes dites chaudes, à dominance rouge, jusqu'au teintes dites froides, d'aspect blanc bleuté.

- Chaudes inférieures à 3300 K
- Intermédiaires de 3300 à 5300 K
- Froides supérieures à 5300 K

cf : Effet de refroidissement et de réchauffement

COMPENSATION

Effet par lequel la topographie du lieu semble influencer la hauteur du regard de l'observateur :

«C'est plus ça (les luminaires) qui me sautent aux yeux, vers le musée de Grenoble on va dire, parce que ça descend, c'est pour ça qu'on a le regard porté vers le haut.»

Et inversement les yeux se portent plus facilement sur le sol, dans le sens de la montée :
«Là, ben là, ça fait pas pareil, c'est bizarre, du côté de la fontaine, parce qu'ici on est plus, ça monte donc du coup notre regard… Tout de suite c'est les points d'éclairage dans le sol qui m'attirent, en fait, plutôt que l'éclairage public qui n'est pas très évident.»

COMPRESSION

Effet par lequel l'éclairage semble diminuer les dimensions de l'espace. L'observateur éprouve la sensation de rapprochement des limites d'un espace. La notion de compression est *«connotée par le repli sur soi résultant de la fermeture à la fois du champ visuel et du contact avec autrui».*

«L'éclairage de la rue (...) ça s'assombrit. On perd peut être la puissance lumineuse de la Place Grenette et euh en plus comme le tissus se ressert on est plus,... en haut et devant nous.»

L'éclairage intérieur atténué donne l'impression que l'espace est de petit taille; L'observateur se projette dans l'intérieur du restaurant et perçoit un espace «comprimé» :
«Ils ont même tamisé l'éclairage intérieur. C'est rouge mais c'est moins fort parce que c'est dû au rideau. Il ne donne pas envie d'y aller, parce que ça fait tout... , on ne voit pas à l'intérieur en passant, c'est très renfermé, ça fait très fermé en fait.»

La végétation sur les abords crée une limite qui semble réduire l'espace :
«Ça manque un peu d'éclairage. Il y a des arbres sur les bas côtés de la route qui accentuent l'ombre.»
«Enfin pour l'instant il n'y a pas de feuilles, donc justement, parce que la nuit ça crée des grandes masses sombres.»

Une rue encaissée ou des espaces de petites tailles demandent plus de lumière pour contrecarrer l'encaissement :
«Ben, c'est déjà moins éclairé que sur la place. Déjà on est renfermé, en plus, entre les immeubles... donc, ils auraient du mettre plus de lumière.»

Les couleurs foncées appellent aussi un éclairage compensatif (compensation*):
«Enfin, je sais pas si c'est vraiment la couleur pendant la journée, mais la couleur des bâtiments, (enfin, à part le rez-de-chaussée des commerces), c'est un peu sombre, à mon avis. Même avec l'éclairage public là, ça, c'est sombre, plus sombre qu'avant, voilà. C'est à dire que normalement, si c'est des couleurs sombres, on fait en sorte de mettre un éclairage public puissant. Bon, en fait, éclairer, pour que les bâtiments n'assombrissent pas plus la rue en fait.»

La fermeture de l'espace peut être horizontale ou verticale, on distingue alors l'effet de plafond et de couloir.

Au sujet de la perception des dimensions , «La relation est double : elle joue sur la perception de l'intensité d'éclairage et sur celle des dimensions de l'espace. Les relations sont-elles d'ailleurs réciproques?» in G. CHELKOFF et J.-P. THIBAUD, *Les mises en vue de l'espace public,* p 108. La question reste à élucider, mais, pour notre part, cette relation semble venir de la sensibilité de chacun. L'architecte parlera d'un espace éclairé et l'éclairagiste de l'intensité lumineuse de l'espace.

Effet synonyme : Couloir, Plafond
Effet voisin : Rétrécissement, Affaiblissement
Effet contraire : Dilatation, Elargissement

Connotations

Dans les textes polyglottes nous avons relevé les connotations qui sont porteur de sens. Nous les avons simplement classées et quelquefois nous avons amené une légère explication qu'il s'agirait par la suite de développer :

Qualification des couleurs et matériaux utilisés en façades :

• Place Claveyson : *«L'immeuble est peint dans un espèce de ocre, donc ça fait un peu un écrin de couleur»*
Après être passé dans une zone plutôt sombre, la couleur de la façade rénovée semble ainsi briller. L'immeuble prend plus de valeur.
«L'entrée, Rouge, Grenat, ça fait un peu maison close.» Le terme de «maison close» renvoie au monde de la nuit, de l'interdit, de l'argent, du sexe, de la prostitution... Le rouge « comprime » et l'interviewé imagine certainement que dans ce café, il faut «montrer patte blanche». La personne ne semble probablement pas vouloir s'identifier au groupe d'où ici un effet de repousse.

• Les matériaux en façade font voyager les passants dans le temps ou dans divers pays :
«Ouais la pasta pasta, en espèce de céramique, ils ont essayé un peu de faire azuléros comme au Portugal.»
«Ils ont conservé l'encadrement des fenêtres en pierre, ça fait un peu comme quand on se balade à Croix Rousse

à Lyon.»

Les différentes façades de la rue Brocherie traitées avec du bois renvoie «*au Moyen-Age amélioré»* (la Tavola Galda)*, rustique, bien de la montagne* (la Fondue et Mamania). Alors que Grande-Rue les façades en bois peint en bleu (Harmundia Mundi), en vert (Bonhomme de bois), *«ça fait un peu britannique tout ça.»*

Qualification des dispositifs d'éclairages :

• L'éclairage public :

- Place Grenette *«les boules de l'éclairage public toujours blanc (...) mais ça fait pas mal rococo.»*

Alors que située «en périphérie» les boules d'éclairage public sont associées à l'idée de parc :

«C'est assez tranquille, les bords de l'Isère avec une ambiance de parc la nuit... Sympa, avec cette lumière toujours un peu jaune, cette verdure, ces fleurs qui est assez rassurante, enfin pas trop éclairé... C'est assez sécurisant, quoi.» , «Alors que là... c'est là... On est revenu au point de départ. C'est vachement plus sympa. Je ne sais pas, là, on dirait un petit parc.»

- L'éclairage des rues «*avec des lanternes toutes simples»* donne aux usagers le sentiment de se situer dans le quartier historique *: «ça fait comme des torches anciennes.»; «Ça fait un peu médiéval»*
- Disqualification de l'éclairage public à Gières:

«C'est l'ambiance pas trop bien éclairée, très chaude, des lumières, en fait, un peu comme ça, des vieilles autoroutes. C'est toujours une lumière jaune très orangée.»

«Ça fait un peu ZUP quand même, ça fait un peu…, un peu tristounet, de l'ambiance lumière.»

• L'éclairage commercial :

- La lumière jaune des supports du commerce « The Athlet's foot » évoque *« les ambiances un peu, un peu en sueur (…) des vestiaires pour mecs.»*
- *«Le néon rose très fort»,* du magasin Bouboudou, est qualifié de *«kitschouille à mort»*
- Le Bistrot Romain, *«rouge, avec ses néons»,* fait *«style Brasserie Parisienne».*
- Avenue Gabriel Péri *la super puissance* des lumières du Castorama sont comparée à *des lumières de stade.*

Ce qui laisse à supposer que l'éclairage choisi ne correspond pas à l'éclairage d'un «hangar décoré». Le mot «stade» renvoie certainement à un effet de dilatation.

- L'éclairage de l'enseigne Feu vert, *«ça fait boîte de nuit».* L'extérieur se transforme en un intérieur enveloppant.
- L'éclairage du centre commercial Géant, avec ses «*plots»,* surmontés *«de boules blanches» «assez basses», « ça fait un peu bougies, ça fait convivial »,* et semble ainsi synonyme de *«sécurité»*
- Les tubes fluorescents de la station de lavage : *ça fait un peu éclairage, ça fait un peu hangar.*

Qualification de la température couleur de l'éclairage : entre «l'ancien» et le «moderne» :

• L'éclairage *«jaune machin»* est qualifié « *d'ancien éclairage»,* de *«très vieux»*

• L'illumination de Notre-Dame avec l'éclairage *«blanc vraiment fort, intense» «fait penser à des projets modernes».*

Qualification des enseignes :

• Deux enseignes «contemporaines» du centre ville - détail sur la typographie et sur la matière :

« K sport. son logo on dirait un gros tag lui aussi.»

« C'est alu et verre, et plastique, donc c'est bien design, donc c'est bien, ça fait bien moderne.»

• L'estompage des enseignes avenue Gabriel Péri conduit à réduire son image «de grande avenue», une ambiance «plus douce» s'installe:

« On a un peu moins de publicité... Là on est dans tout ce qui est garage... Il y a un peu moins de grosses enseignes ça fait un peu moins grande avenue quoi. »

« L'ambiance est plus cloîtrée du fait des habitations. On est plus dans une ambiance de quartier populaire un peu sympa je veux dire. »

Qualification de la végétation :

• La périphérie à proximité de la campagne :

«Donc, il est un peu dans la forêt quoi, un peu dans la brousse quoi. Il y a effectivement, quelques bâtiments, des habitations, euh, donc c'est un peu plus discret au niveau…»

• La lumière dans la végétation donne une tonalité exotique à l'ambiance :

«Ah ben l'Hibiscus, il est magnifique et il ressort énormément avec toutes ses fleurs. C'est la forêt vierge»

«C'est rouge, c'est chaud, ils ont mis un cactus qui est là au milieu ça fait un peu exotique.»

Disqualification par sous-éclairement ou par sur-éclairement :

• La lumière est symbole d'animation et de fête, or le manque d'éclairage amène les observateurs à qualifier les espaces parcourus du centre ville de : *«beaucoup moins actif, beaucoup moins «fête»» ; «Une ville morte» ; «guet à pan»*

• L'abondance renvoie à l'idée de la société de consommation :

«Il y a des grandes baies vitrées... On voit bien le bar, les bouteilles translucides, les verres suspendus... ça fait : il y en a toujours, on n'est pas en rupture » ; « Plus vivante déjà, c'est normal, c'est le palais de la bouche.»

• Les enseignes lumineuses avenue Gabriel Péri renvoient toujours à l'image des temples de l'enseignes :

Tokyo, l'Amérique: *« Ça me fait penser aux images de Tokyo au Japon où tu as trop de couleur, c'est le bordel, Et tu penses, tu te sens en consommateur... » ; « Honda, Géant, ce qui me marque le plus, c'est peut être les lumières rouges, ça fait très américain, Mac Do, et compagnie…»*

• L'effet de surexposition dû au contraste de luminosité :

« L'arrêt de bus, éclairé (...) un peu l'idée de vitrine. »

« Là, ça fait très hangar, donc, ça craint un peu... Des lumières blanchâtres, c'est très focalisé, c'est très précis la zone d'éclairage et dès qu'on s'en écarte, on est exposé. »

Contrastes (notion) / Découpe (effet à développer, cf Graphisme)

Nous avons repéré les différent types de contraste qui renvoient à différents effets :

• L'effet d'émergence :
L'éclairage fait ressortir un élément, un espace dans l'environnement sombre. Au cours du déplacement deux lieux peuvent alors être mis en opposition.
Un magasin ou un restaurant deviennent alors émergents puisque ses voisins restent dans l'ombre par manque d'éclairage.

- Contraste ombre/ lumière
«L'enseigne du Jennyfer, elle attire parce que c'est la seule qui est éclairée.»
«Et puis il y a, à côté, vu que celui-là il est vachement plus lumineux, on aura tendance à plus regarder le Bonhomme de bois que le salon de coiffure qui est tout éteint (vitrine).»
«C'est un carré blanc, euh, en fait il n'y a pas grand chose... Donc ici, dans cette rue là, dès qu'il y a un truc d'éclairé ça se voit tout de suite.»
- Contraste extérieur/ Intérieur : l'éclairement
«Bon, il y a un bar qui est éclairé à l'extérieur mais qui est très sombre à l'intérieur,. Je ne sais pas comment il s'appelle ; il n'a pas de nom.» ; «L'éclairage intérieur, c'est vrai que ça attire pas mal l'œil, par rapport à son éclairage qu'on voit de l'extérieur.»
- Contraste intérieur - d'une vitrine à l'autre :
«Pareil d'ici on voit bien la sandwicherie d'en face... Donc on a même tendance à... ça éblouit presque! Enfin je ne sais pas, l'éclairage est vachement fort par rapport à côté, le Centenaire. Il y a juste une enseigne lumineuse jaune mais l'intérieur est tout terne. Là tout est lumineux dedans»
- Les températures de couleur - réchauffement/ Refroidissement
«On voit bien les lumières des différents appartements, avec des lumières un peu chaudes, toujours, qui tranchent bien, sûr, avec les lumières des magasins qui, en général, sont bien froides, qui contrastent bien.»
«C'est des plots devant Géant et ça fait un peu bougies, ça fait convivial. J'avais remarqué que, sur la voie, là il n'y a que des lampadaires assez jaune-oranges, qui contrastent avec les trucs de Géant, les boules blanches (devant et au loin)...»
- Support et écriture / Fond et Figure : mise en relief
«Sinon le nom, il est bien mis en valeur, ça va. Puis vu que c'est blanc sur un fond bleu, ça ressort bien avec les lumières.» ; «Il est mis en valeur par trois gros spots qui éclairent le nom. C'est dans les tons un peu marrons-rouges. Et puis vu que c'est écrit en beaucoup plus clair, dans les tons un peu jaunes, beiges enfin... ocres.»
- Contraste de matière
«Sinon il y a le restaurant scandinave Troll Ussey du fond. Le devant est vachement... Enfin il ne ressemble pas au mur gris d'à côté. Il accroche le regard parce que c'est une façade en bois qui a été accolée ou posée au milieu de l'immeuble de pierre.»
- Contraste de couleur de façades :
«Les couleurs des immeubles qui changent, donc c'est, et puis l'éclairage en coin, on voit bien la différence de chaque couleur, ça fait joli les tons oranges et jaunes, sur le coin de la rue.»

• Effet de coupure :
«Moi en tant que conducteur, j'ai une gêne : ça passe trop rapidement à un côté lumineux, qu'on peut être même dès fois considérer comme agressif. Moi je vois, dès fois, ça m'agresse toutes ces lumières là. Et euh, on se rend compte, moi je me rends compte plutôt que c'est agressif parce ce que l'on rentre dans quelque chose qui est complètement sombre et complètement noire, quoi. Ici, c'est bien parce que, à droite, ici, ça te, tu te reposes un peu des lumières trop fortes,»
- Contraste entre la fonctionnalité de lieu - zone commerciale / zone d'habitation
« Pourtant il y en a (des magasins) mais les enseignes ne sont pas éclairées. Alors en fait il n'y a que l'éclairage public. Donc, ça fait plutôt zone d'habitation pour moi, qui contraste avec la zone très, très commerciale de l'avenue Gabriel Péri.»
- Contraste entre la fréquentation des lieux - voie primaire / voie secondaire
«La circulation là, j'étais en train de regarder à droite et à gauche, y en a pas énormément. Là, les gens empruntent cette avenue soit pour rejoindre le centre ville, soit pour aller plutôt à l'extérieur de la ville, en périphérie.»

• Effet d'éblouissement :
«Et on passe sous le pont, sous la rocade, les phares des voitures sont éblouissants par contraste avec l'environnement qui est très, très sombre»

• Effet d'exposition :
«Là, ça fait très hangar, donc, ça craint un peu, moi je trouve, quand on voit des lumières blanchâtres comme ça. Parce que c'est très focalisé, c'est très précis la zone d'éclairage, et dès qu'on s'en écarte, on est exposé.»

• (Contribution à) l'effet de mixage : contraste entre patrimoine et modernité
«Je trouve qu'il fallait oser pour faire une entrée et un logo tout noirs.. .Et en fait ça va bien sur la façade qui est plutôt bien éclairée et euh, en plus, à dix mètres des portes de la cathédrale (...).»

Contraste positif /négatif et dur/ doux:
Le contraste positif : l'objet se détache sur un environnement plus fortement éclairé que lui. Ce contraste est perceptible de jour, dans un espace ouvert où un objet est éclairé par une lumière diffuse.
Le contraste négatif est caractéristique du domaine nocturne. Il est celui d'un sujet fortement éclairé par

rapport à son environnement, comme c'est le cas avec un objet éclairé et isolé dans une zone d'ombre. Le contraste fort (dur) ou faible (doux) donne des informations sur la plasticité de l'objet. En lumières parallèles et dirigées l'information est réduite. La lumière provenant de sources avec des réflexions multiples amène le jeu des ombres qui augmente la plasticité de l'objet. Alors que la lumière uniformise, l'absence d'ombre estompe la plasticité de l'objet.

COULOIR

Effet de compression* par lequel l'éclairage impose des limites latérales à l'espace : la profondeur des abords disparaît et de longs murs lumineux s'installent.

«Euh là, c'est différent là... On a plutôt l'impression de sortir... Donc on sort bien sûr, du centre ville et euh, on a l'impression de rentrer plutôt dans un couloir qui va s'assombrir de plus en plus, «au niveau luminaires».»

L'effet de couloir émerge avec l'implantation régulière de sources :
«Euh, je trouve que c'est un peu tristounet, c'est triste quoi, là franchement euh, euh, c'est assez linéaire quoi, c'est, euh…»

Les enseignes « en enfilade », avec la vitesse de déplacement, construisent un couloir qui semble participer à la définition de l'ambiance de l'avenue :
«Elles sont très présentes, mais en même temps, c'est une enfilade comme ça qui crée une ambiance, qui, en tout cas, imprègne l'ambiance du lieu.»

Les voitures dessinent alors des «chenilles» de lumières :
«Et puis au loin, en fond de perspective, on voit Gabriel Péri, l'ambiance jaune avec les phares des voitures dans les deux sens, blancs et rouges qui sont très marqués.»

L'effet de couloir a été uniquement relevé dans le parcours Gabriel Péri, sa manifestation serait non seulement fonction de linéarité de l'espace, mais également celle d'une perception de vitesse élevée.

Effet voisin : compression, plafond
Effet contraire : dilatation

COUPURE

Effet par lequel le changement (chute ou monté) d'intensité lumineuse soudaine établit le passage d'une ambiance à une autre.

Sur le parcours Gabriel Péri, la transition de Gières à Saint-Martin d'Hères est marqué par une zone non éclairée :
C'est assez étonnant, on passe d'une lumière un peu tamisée et un peu brumeuse au noir total.

Lorsque le changement d'ambiance est brutal, on peut observer que l'usager ce projette toujours dans l'ambiance à venir :
Et puis, quand on arrive au bout de l'avenue, on a l'impression qu'il y a rien à voir, c'est noir... Quand on regarde au fond, donc l'éclairage public, ça laisse complètement à désirer. Donc ça change d'ambiance.

Si dans le parcours centre ville le changement de lieu correspond à un certain changement d'ambiance, c'est au niveau de la place Grenette que l'effet de coupure est le plus révélateur :
Ben, là déjà, c'est moins gai, là. Il faut dire… C'est la même place mais vraiment divisée en deux quoi ! (...)
Bon ben là, par contre, plus d'éclairage, plus rien du tout(…)

Mais l'effet de coupure peut se produire également par des contrastes.*

Effet voisin : assombrissement, éclaircissement
Effet contraire : fondu

D

DENSITÉ

Effet par lequel l'espace parcouru peut être délimité ou séquencé suivant une concentration forte de lumière.

«Et là, c'est farci de publicités éclairées.»
«Puis là, finalement, c'est peut être assez discontinu les enseignes, parce qu'il y a des moments où c'est concentré, comme là, au niveau de Toyota, en fait.»

L'éclairage intérieur de la petite épicerie située Grande-Rue qui met en valeur les différents épices et autres produits, renvoie à une image de densité, de fréquentation.
«On peut dire que sans lumière c'est un peu triste. Mais comme tu vois là, donc avec la lumière «ça donne», même s'il n'y a personne, «ça donne» comme s'il y avait des personnes dedans quoi.»
L'éclairage commercial intérieur par le jeu de la transparence à travers les nombreux produits alimentaires exposés conduit à l'envie, mais semble également amener un sentiment de joie et de sécurité.

Nous pouvons ici renvoyer le lecteur aux travaux psychosociologiques d'Anne Laidebeur. Elle explique qu'il existe implicitement un ***contrat social*** entre le piéton qui déambule et autrui. Ce contrat a pour but d'assurer à l'individu la sécurité vis-à-vis d'autrui dont il ignore les intentions. La fonction de contrôle de ce contrat est alors assuré par le regard social. Les yeux voient et jugent. Or ce ***regard social*** semble dépendre de la densité d'individus présents dans l'espace parcouru. Si la densité est insuffisante, l'individu augmentera son sentiment d'insécurité. Dans le cas d'un éclairage faible, ce sentiment est maximisé.
[La lumière, le piéton et la ville *in* Les facteurs lumineux du sentiment d'insécurité, Cresson, ...]

Ici c'est la quantité de luminaires installés qui est commentée. La rue des Valbonnais semble suréclairée et ne semble pas pour autant inviter le piéton à la parcourir :
«Il n'y a aucun magasin... rien du tout, mais c'est très, très bien éclairé, alors en quarante mètres t'as quatre loupiottes publiques, sur un petit chemin par rapport à la rue principale, alors que dans tout Brocherie sur cent cinquante mètres tu en a six, sept.»

La forte concentration de commerces (éclairés) indiquerait que l'on se situe bien (au centre) à Saint-Martin :
«Euh, ben là, ça se voit pas très bien qu'on est rentré sur Saint-Martin, c'est toujours un peu la même ambiance, je pense que c'est à partir, y a un certain niveau alors je sais pas à partir de quels feux où y a plein de magasins qui s'enchaînent.»

Effet contraire : Dispersion

DILATATION

Effet par lequel l'éclairage élargit subjectivement l'espace. Les dimensions des volumes sont augmentées.

«Ça fait un peu ruelle etc, mais on en a quand même un peu c'est assez large, je veux dire la ruelle est assez large, c'est vrai même si elle est peu éclairée, ça donne un peu un côté... C'est un peu plus chaleureux, avec tout les restaurants un peu à thème.»
«On voit plus aussi les gens manger, l'éclairage qui vient de l'intérieur, l'éclairage tamisé, euh, du coup il y a plus de passage parce qu'elle est pas tellement plus grande que la Grande-Rue finalement.»

Alors que pour l'effet d'approfondissement l'éclairage donne la troisième dimension, dans l'effet de dilatation, l'éclairage agrandit l'ensemble des dimensions de l'espace. Avec le même éclairage un espace de petite dimension apparaît plus lumineux qu'un espace plus grand, plus aéré. L'éclairage donne plus de volume à la petite dimension, l'espace ouvert semble aussi plus éclairé.

Les personnes se projetant dans le bain de lumière intérieur semblent alors gommer les limites intérieur/extérieur de la rue Brocherie. En effet, les interviewés se sont attachés à décrire, et cela de manière récurrente, les intérieurs des bars et restaurants. Par conséquent, nous pouvons avancer que l'espace de la rue est élargie :
«C'est pas mal, parce qu'on voit qu'il y a du monde en plus… En plus, la puissance, parce que le luminaire en lui-même euh, même je vois que ça, il doit y avoir une, ... Huit ampoules sur le lampadaire et en fin de compte il n'y en a que deux voire trois qui marchent.» ; «En fait, l'intérieur c'est blanc, c'est pas sombre donc c'est vrai avec l'éclairage ça fait, avec le peu d'éclairage, ça fait ressortir l'intérieur du restaurant. Mais il aurait dû, je ne sais pas, mettre de la lumière plus sympatique... En mettre un peu plus.» etc.

La mise en valeur de la profondeur par la transparence (cf :approfondissement*) du local commercial contribue à cet effet.

La dilatation verticale a été exprimée (effet contraire : Plafond) :
«Alors là on voit encore plus. Bon, l'éclairage est toujours le même que dans la rue principale avec les lampadaires bas, au niveau du premier étage, cette fois plutôt entre le premier et le deuxième étage.»
«Ici on est plus... porté en hauteur comme ça.»

La perception des usagers s'est plus révélée selon un effet d'intensification* (proportionnalité entre l'intensité de l'éclairage et les dimensions spatiales) que selon un effet de dilatation.

Le regard panoramique peut être associé à cet effet :
«Donc on a un super panorama qui démarre sur la droite, avec Meylan, et puis en face : Grenoble, la Bastille... ça fait une belle ouverture sur Grenoble.»

Nous donnons ici les paroles d'un usager qui exprime explicitement cet effet :
« Ces vitrines qui vont jusqu'en bas ça apporte beaucoup de lumière, dehors dans la rue et le passant il voit aussi… il rentre… sans rentrer dans le magasin il voit jusqu'au fond du magasin … ça élargie un peu la rue, ça élargie un peu l'espace finalement »
«L'éclairage donne plus de volume aux masses bâties ce qui peut sous entendre en corollaire que le creux entre les masses bâties semble plus réduit qu'il ne l'est.»
CHELKOFF G., THIBAUD J.-P., BARDYN J.-L., *Une approche qualitative de l'éclairage public,* CRESSON, 1990, p61.

En couleur : Deux carrés ont la même dimension, le carré blanc sur un fond noir paraît plus grand que le carré noir sur fond blanc.

Effet voisin : Approfondissement
Effet contraire : Compression, intensification

DISPERSION

Effet par lequel l'espace parcouru peut être délimité ou séquencé suivant sa faible concentration en points lumineux. L'espace apparaît alors sombre et les quelques points lumineux prennent une grande importance.

« On avance et sinon, dans ce sens là, c'est plus discret ... C'est vraiment très ponctuel comme euh. Il y a moins d'effet de densité « lumière de grandes villes» quoi, de beaucoup de lumières.»

L'usager fait disparaître toute les lumières (Gommage) pour revenir sur ses propos : une ou deux lumières sont tout de même bien présentes :
« Ben là c'est, c'est de pire en pire... Il n'y a même plus aucune lumière, à part, allez, quatre lampadaires qui se courent après, il n'y a vraiment pas grand chose.» DEJA CITE
La petite taille des enseignes donnent l'impression qu'elles sont moins nombreuses alors que leur quantité n'a pas forcement diminué... Cela conduit à avancer en conséquence, qu'elles se sont dispersées dans l'ombre :
« Là, tout d'un coup, on a un peu moins de publicité... Effectivement donc on a passé la première partie où il y avait un peu plus de grosses enseignes... Là on est dans tout ce qui est garage; il y a un peu moins d'enseignes…»

Effet contraire : Densité

DISTORSION

Effet par lequel l'éclairage déforme des objets, des couleurs ou des matières. La vision est mauvaise.

A l'image d'une perception troublée, les paroles des interviewés deviennent nuancées :
Et puis à Gauche, Etam lingerie, une belle vue sur un joli rose... A moins que ce soit blanc et coloré rose... .

«La couleur est la sensation produite en nous par la vision d'un objet coloré convenablement éclairé. Cette définition est fondamentale. Elle nous explique que la couleur n'est ni une matière, ni une lumière, mais une sensation. Elle nous est donc liée . «La couleur est en nous.» disait déjà Goethe.»
(M. DERIBERE, *La couleur dans la publicité et la vente*, Dunod, Paris , 1969.)

«Ils ont conservé l'encadrement des fenêtres en pierre... Enfin je crois que c'est de la pierre, ... Je ne vois pas... A moins que ce soit du béton, je ne sais pas… ça fait un peu comme quand on se balade à Croix Rousse à Lyon.»

L'effet est en principe lié à l'IRC (rendu des couleurs) des sources utilisées, mais la bonne ou mauvaise perception des couleurs par la lumière est du point de vue des usagers lié à la température de couleur des sources :
«Bien, je préfère les lumières blanches que les lumières oranges, donc je trouve que ça éclaire plus et ça dénature moins.»
«La couleur, je crois, qu'ils ont choisi pour montrer, euh, je ne sais pas, ça fait pas trop style bâtiment historique, le fait d'éclairer avec cette lumière très, très blanche... J'aurai préféré que ce soit un peu jaune en fait... . Enfin, pour montrer que c'était traité avec de la pierre... »

Le vitrage semble être à l'origine d'une vision floue (regard peiné) :
« Ça fait un peu rustique la roue du char et tout, c'est pas très. .La lumière elle fait floue à cause du vitrage mais c'est une lumière dans les tons jaunes, ... »
« On remarque le Grand Optical qui est une boutique assez marrante parce qu'ils ont mis des lentilles sur les vitres et donc quand tu t'approches, tu vois bizarre à l'intérieur... Tu vois l'effet que ça donne ? »

La situation de l'observateur dans l'espace conduit également à une mauvaise perception :
«Ben d'ici, je les vois dans ces tons là» ; «L'éclairage, du niveau de là où je suis, en fait... euh, ben là... je vois que c'est un escargot... Mais si je me pousse... et selon le niveau où on est, on ne voit pas très bien ce que ça représente.»
«Il y a ces trois carrés, ou ces trois points lumineux qu'on voit là... avec la couleur un peu... Je ne sais pas comment, rose, enfin... à peu près.»

Le dispositif d'éclairage peut être incohérent par rapport à la lumière propagée réellement dans l'espace :
«Ce qui fait bizarre en voyant les petits (luminaires), on s'attend à voir un éclairage autour, et non pas trop!»
En effet aux candélabres à bouquets triples (gaz) de la place Notre-Dame sont ajoutés des projecteurs qui déploient une lumière très uniforme.

E

EBLOUISSEMENT

Effet par lequel un contraste exprimé par une forte luminance, par rapport à un environnement sombre, produit une gène visuelle ou/et une réduction de l'aptitude à distinguer des objets.
On distingue l'éblouissement d'inconfort, qui produit une sensation désagréable sans troubler la vue, et l'éblouissement d'incapacité, qui trouble la vision sans causer nécessairement une sensation désagréable.

Cet effet apparaît avec des contrastes excessifs dans l'espace et dans le temps ainsi au début du parcours Gabriel Péri :
«Et on passe sous le pont, sous la rocade... Les phares des voitures sont éblouissants par contraste avec l'environnement qui est très, très sombre.»

Les enseignes en bois réfléchissent très bien la lumière provenant des petits projecteurs et suppose une position frontale de l'observateur :
«Donc ben là (en face), c'est un restaurant italien, Villa Borgeses, donc euh... Avec façade en bois, couleur bois, pas peint... le nom du restaurant en jaune, qui est bien éclairé par un spot, mais de loin, je n'avais pas réussi à lire le nom. Donc c'est, en fait... Il y a des reflets.»
L'éclairage est relatif à l'état de la surface, de la matière et de la couleur. Le rayon émis se propage et atteint la matière avec un nombre très faible de réflexions. Pour un corps noir, l'absorption est totale. La matière est dite dépolie lorsqu'elle est diffusante. (Effet de dépolissage)

Dans les deux parcours l'éblouissement provient des projecteurs mal réglés, ils apparaissent dans le champ visuel du passant.
«Mais ça c'est des super puissances... Là, on dirait des lumières de stade, ça crache bien, ça... Le magasin Lapeyre qui est éclairé avec des projecteurs qui tapent sur la façade, d'assez loin, et qui sont du coup éblouissent depuis là…»
«Là, on arrive à l'angle de la rue, et le seul magasin éclairé, c'est le petit épicier Au Vieux Puits qui est ouvert... On le voit bien aussi parce qu'il a un spot qui à tendance à nous éblouir quand on passe.»

Un luminaire offrant une source à une petite hauteur et avec une forte puissance devient également une gène dangereuse pour les conducteurs. C'est le cas au Rond point de Gières où les sources qualifiées de *«très marquées»* entraînent un certain inconfort.

Une répartition défavorable des luminances (ou de leur échelonnement entre des valeurs extrêmes trop différentes) conduit également à cet effet.
« Pareil, d'ici on voit bien la sandwicherie d'en face, donc on a même tendance à... ça éblouit presque... Enfin je ne sais pas, l'éclairage est vachement fort par rapport à côté, le Centenaire ... Il a juste une enseigne lumineuse jaune mais l'intérieur est tout terne... Là tout est lumineux dedans. »

L'impression rétinienne :
«Ben, sinon de ce côté là, je n'arrive pas à lire; je suis encore ébloui par le spot. On va partir par là (Place Claveyson)il y a plus de lumière. On n'y va pas là (place Saint André).»

Effet synonyme : contraste extrême
Effet contraire : Uniformité

ECHAPPÉE VISUELLE

Effet visuel par lequel le dispositif spatial et/ou lumineux modifie le mode d'attention. Le regard des parcourants se détache du bain lumineux dans lequel ils étaient plongés. L'échappée visuelle suppose «un lointain», une mise à distance.

Cet effet est largement apparu en centre ville où les usagers sont canalisés par des rues «étroites». Chaque rue perpendiculaire devient ainsi l'occasion d'échapper à un regard «forcé» (focalisation) , à un regard cadré.

«Alors sur la droite, y a une petite rue. Là, on a juste une échappée.»

Les rues attenantes sont donc vécues comme une ouverture spatiale qui offre alors une nouvelle émergence lumineuse, une autre intensité de l'éclairage, et amène presque inévitablement une comparaison avec l'espace parcouru, une prise de conscience :

«Dans la rue à gauche, la seule touche sympathique, c'est la flèche rouge du snack, mais bon, ça donne une touche de rouge, là où il n'y a rien d'autre après. Oui, en fait l'éclairage, j'y pense en voyant au fond là bas. J'ai constaté une différence : l'éclairage de la place au fond m'a attiré, il a été traité en orange (jaune) ce qui est plus... Enfin c'est plus chaud, c'est plus sympa alors que l'éclairage de la Grande-Rue est froid et blanc.»

Par cet effet, l'ombre pressentie en amont a imposé un choix de directions dans le parcours :

«Là-bas (sur la gauche), au loin, regarde, en direction du tribunal, c'est moche. C'est sombre, voire même très sombre... C'est triste... C'est pruttt, tout ce qu'il y a de plus morose, voilà.»

L'échappée visuelle peut être associée avec l'effet de profondeur (perspective) et de panorama :

«On passe le pont. Et là, on commence à voir que ça marche un peu; il y a un peu d'électricité dans la ville... On voit les lumières au loin, du côté droit et gauche, qui nous indiquent que nous arrivons sur une ville.»

ECLAIRCISSEMENT

Effet par lequel l'espace, au cours du déplacement, est perçu avec une augmentation de l'intensité lumineuse.

Par contraste, après une zone sombre, quelque soit l'éclairage mis en place l'espace semble presque suréclairé*:

«Ah, maintenant ça commence la lumière de l'avenue. On a enfin de nouveau de l'éclairage. Nous rentrons dans la zone éclairée. Effectivement l'avenue Gabriel Péri, elle est très illuminée.»

Cet effet peut apparaître avec un rapprochement des sources, un changement d'implantation :

«Par contre ici, c'est plutôt bien éclairé. Les carrefours sont assez bien éclairés par contre.»

«Là, on voit que c'est beaucoup plus résidentiel. (...)Tout de suite l'éclairage public est bien mieux, bien plus puissant. C'est beaucoup plus lumineux, cet éclairage urbain, donc ça doit pas venir au niveau des ampoules, ça doit être l'écartement des réverbères.»

Cet effet peut aussi apparaître avec une certaine concentration (cf: Densité*/ dispersion*) d'éclairage commercial :

«On rentre dans la rue Brocherie. Alors ça, c'est la rue, c'est vraiment une rue très forte. Cette rue, elle est bien illuminée, en fait toutes les rues devraient être comme ça, bien illuminées.»

«Donc la rue Brocherie par rapport à la place Aux Herbes, je trouve qu'elle est mieux éclairée... Elle est bien éclairé.»

Cet effet peut apparaître avec l'effet d'élargissement. Chaque arrivée sur une place a été vécue comme un éclaircissement :

«Là, on est sur la place Notre-Dame... Là, c'est pareil... là, on est un peu tout fou quoi, après avoir été canalisé dans la rue Brocherie là, actchiuuu !!!»

Echappée visuelle* avec éclaircissement :

«Autant quand ça part sur la droite, ça reste dans Saint-Martin, donc tu vois l'éclairage; il est plus puissant ici... On voit... J'ai l'impression qu'on sent que ça va être un peu résidentiel en partant sur la droite, qu'on va…»

«Donc voilà, la rue à droite, là c'est vachement bizarre. Ah ! peut être qu'il leur restait des sous à la mairie… Et c'est clair que, on voit où on marche.»

Effet voisin :
Effet contraire : assombrissement

ELARGISSEMENT

Effet par lequel l'augmentation des dimensions de l'espace au cours du déplacement donne l'impression d'une faible variation de lumière alors qu'elle n'a pas variée.

«*Donc là, on est un peu dans un carrefour. Je crois que l'on passe à une partie beaucoup moins éclairée ici, peut- --être parce que la rue, elle, s'élargit un peu puisqu'il y a une bifurcation.»*

Pour un éclairage «identique» un espace, avec de grandes dimensions, apparaît moins lumineux que celui de petite taille :
«Du coup, ça fait jovial aussi, mais pas pareil que la place Grenette, ça fait.. Comme il y a plus d'espace, ça fait à la fois fête mais pour être un peu plus tranquille. C'est moins éclairé par rapport à la place Grenette,(...) si on a une taille petite et éclairée de la même façon qu'une place plus grande, on a l'impression que c'est moins lumineux quoi, voilà donc si ici on trouve que c'est plus grand.» (Place Notre-Dame)

Effet voisin : dilatation (effet donné par l'éclairage)
Effet contraire : rétrécissement

EMERGENCE

Effet par lequel un éclairage dans l'espace est ressenti de manière prégnante.
Une enseigne blanche ou colorée se distingue des autres ou se distingue par rapport à l'environnement.

Nous présenteront ici cet effet suivant les deux sites afin de pouvoir les confronter :

1/ Centre ville

• Les enseignes lumineuses passent d'autant plus au premier plan qu'elles sont composées de tubes luminescents :
« C'est les néons que je retiens, beaucoup, sur la place. Les néons qui font des lumières très... , un peu dures en fait.» «C'est chaque fois quand il y a des néons qui... ça pète, les néons ça pète.»
- Emergence de la typographie : « *la crêperie» surtout bien ressortie.»*
- Emergence de l'encadrement de la nomenclature : *«Si y a des néons verts sur l'écriteau, mais «Pizzeria Restaurant», ce n'est pas éclairé.»*
- Emergence par la luminosité : *«Déjà ici, la lumière qui attire le plus, c'est celle du restaurant, là (Le Privilège, en vert)... Déjà, parce que bon, c'est la plus lumineuse.»*
- Emergence selon l'angle de vision - le cadrage : *«Déjà, de ce côté de la rue, déjà on le voit moins et puis quand on arrive de là-bas (Rue Félix Poulat) .De toute façon c'est la première que l'on voit.»*
- Emergence selon la temporalité :
«C'est que les enseignes qui sont allumées. Il n'y a pas grand chose qui est mis en valeur par rapport aux restaurants et aux bars. Il faut dire aussi que c'est le soir.»

Mais les petits projecteurs éclairant non seulement l'enseigne, mais aussi en partie le magasin, amènent une prégnance plutôt bien vécue :
«Là, ils ont essayé de faire ressortir le magasin avec des spots, alors c'est vrai que ça change.»
On note aussi :
- Emergence de l'écriture avec la matière bois : *«La lumière, il y a celle de la Cantina Mexicaine qui est bien éclairée... Pareil, toujours du bois qui sert à les faire ressortir ... la Cantina en... , pas forcement en trois dimensions, mais l'écriture, c'est vrai que c'est plus sympa.»*
- Emergence des enseignes en drapeau dans les rues étroites plus que les enseignes en bandeau qui imposent un certain recul : *«Donc l'enseigne, c'est le... C'est en rouge aussi mais un rouge plus sombre que la pizzeria, donc ça, c'est sur la façade, sur le côté marche»*

• Les intérieurs des restaurants et les vitrines sont également mis en avant :
«En fait, l'intérieur c'est blanc, c'est pas sombre; donc c'est vrai, avec l'éclairage, avec le peu d'éclairage ça fait ressortir l'intérieur du restaurant,... » ; «Il y en a un que j'avais repéré qui est ici (à droite), parce qu'il y a une vitrine qui est au deuxième étage,... »
L'éclairage de la vitrine émerge parfois bien plus que l'enseigne (cf Graphisme*):
«Sinon après, c'est les devantures qui ressortent parce que ça fait des carrés blancs. C'est avant tout l'éclairage blanc» ; «Les vitrines apparaissent parce que l'éclairage est blanc, on retient beaucoup mieux»
Parfois l'émergence lumineuse accompagne de la taille du commerce.
«... Tu as cette énorme Raymond Christian qui te vend des milliards de chaussures.»
«C'est encore une fois le grand-grand truc, le magasin de chaussures avec... avec le blanc et le jaune qui ressortent en fait... Et toujours rectangulaire... ».

• Les couleurs les plus émergentes globalement dans le parcours du centre ville sont le blanc et le rouge. Sauf place aux Herbes où les tubes fluorescents verts se répètent. (cf : coloration*)
«... C'est encore une fois tout ce qui est blanc qui ressort, qui ressort vraiment en fait.»
«Alors, il y a les lumières du café : là c'est plutôt rouge, et c'est assez... ça se démarque pas mal des lumières que l'on voit autrement.»
«Donc il y a des néons verts tout autour là, sur le Renaissance café et puis sur le bar le Baraka... Donc, eux, on les remarque assez bien parce que le vert, c'est pas la couleur qui domine, enfin, du moins dans l'éclairage, quoi.»
Ainsi c'est la couleur de la lumière qui émerge avant même la forme, l'emplacement... , de l'enseigne :
«La plupart des magasins, ils ont des lumières blanches, surtout pour les magasins de vêtements ou de coiffeur ou

des choses comme ça. C'est pas des écriteaux pour attirer l'œil, des pancartes…»
«C'est la couleur rouge qui attire, je trouve. Ce n'est pas par rapport à la forme de l'enseigne ou à son emplacement mais parce que c'est un rouge un peu vif.»

- L'effet d'émergence est évidemment lié
  - aux contrastes de quantité, l'enseigne éclairée ou la vitrine lumineuse semble se positionner dans un environnement plutôt sombre. Cet assombrissement proviendrait non pas de l'éclairage public mais du fait que cette lumière soit seule (effet de dispersion*).
  «Ben là ,il y a l'enseigne Mobistore orange, (à gauche) . Donc c'est la seule couleur à peu près, dans la rue, donc elle ressort bien.» ; «Donc, ben là on arrive... Il y en a plus qu'un d'allumé... C'est la Sandwicherie Djebel et elle aussi on la voit, même si ça reste dans les tons gris, le mur,»
  - au fond de perspective : *«Au bout de la rue, mais là c'est flagrant, je vois que les enseignes commerciales du magasin de chaussures Texto, qui ressortent au dessus du premier étage.»*
  - à une gêne visuelle : *«Là, on arrive à l'angle de la rue, et le seul magasin éclairé c'est le petit épicier Au Vieux Puits qui est ouvert... On le voit bien aussi parce qu'il a un spot qui à tendance à nous éblouir quand on passe.»*
  - Emergence par estompage :
  L'éclairage public devient dominant avec la disparition des éclairages commerciaux : *«Donc de ce côté, à gauche, à part le symbole de la pharmacie, il n'y a pas grand chose qui m'attire... Je vois plus les façades. C'est plutôt l'éclairage public qui est plus travaillé, je crois ici, que les enseignes lumineuses, sur les deux trottoirs jusqu'à la station au fond.»*
  Avec l'estompage des éclairages commerciaux, les éclairage intérieurs privés devient émergent : *«Et où il n'y a pas de néons et où il n'y a pas d'éclairage, on repère plus évidemment les fenêtres qui se détachent.»*
  - au suréclairement, à l'accentuation* : *«Déjà, il y a la sandwicherie l'Oasis qui ressort assez bien, vu que de chaque côté, les magasins sont éteints... Puis il est situé devant un lampadaire, donc, il y a tout un cercle de lumières en fait, autour, et on le voit assez bien.»*

- L'éclairage laisse parfois place à d'autres émergences, celles du sonore ou de l'olfactif :
  «C'est dommage, la fontaine disparaît. On l'entend mais on ne la voit pas.»
  «Ça sent bon, ça sent la bouffe, j'ai faim… (rire)»
  Emergence de l'illumination de la cathédrale dès la fin de la rue Brocherie selon l'effet de cadrage.
  « Ah! Puis, je n'avais pas vu que la lumière de l'entrée, elle venait du sol. Ils ont mis en valeur le petit porche gothique de l'entrée avec quatre lampes au sol... bleu, non, c'est même blanc, blanc vraiment fort, intense.

2/ Gabriel Péri

- La grande dimension des enseignes est énoncée :
  «Par contre, Casino, ici le Géant, c'est trop grand. C'est énorme, c'est tellement grand, grand ! Là, je ne parle pas des couleurs, je parle plutôt maintenant de la forme.» «*Ben voilà, toujours le fameux Yamaka, on le voit bien, qui est un peu en retrait... Qui est écrit en très gros... On voit qu'il y a des motos dedans, mais on n'en voit pas plus.»*
  Les enseignes composées de sigles, de logos, semblent généralement appréciées :
  «Euh, il y a un garage Renault au fond. Ben voilà, enfin je pense que c'est un garage Renault ... On reconnaît le sigle. Alors toujours pareil, le sigle c'est bien, c'est en hauteur, c'est la couleur, c'est la… le sigle c'est assez bien pour ça.»
- Emergence des publicités :
  «En fait, on s'aperçoit aussi que les panneaux 4x3 sont très … ça structure... Non ça ne structure rien du tout, mais ils sont assez prégnants parce qu'ils sont orientés dans... face à notre regard.»
  «... une 4x3, mais qui change d'images ; mais elles sont bien éclairées celles-là. Une lumière bien blanche qui permet de bien voir les couleurs de jours comme de nuit, j'imagine.»
  Ainsi, suivant les séquences de l'avenue, dans les paroles des usagers, on remarque l'émergence basculer, soit vers les enseignes soit vers les publicités :
  «Alors, ce que je peux dire, c'est que les enseignes sont pour moi. Je les vois en premier, par rapport aux pubs le long de la voie... ça m'attire plus le regard que les pubs de la ville.
  «*Comme là, au niveau de Toyota, en fait, ce qui domine c'est les panneaux 4x3 et c'est,... J'ai l'impression que les enseignes sur cette avenue si je devais ... euh... ben c'est ça qui marque le plus peut être la perception de l'avenue... Sauf quand il y a des d'énormes enseignes comme Gémo aussi…»*
- La prégnance de la couleur et surtout du rouge :
  «En continuant sur l'avenue Gabriel Péri, on voit un gros... le «M» jaune. Le jaune et rouge de super Mac Donald, ça marche, ces couleurs festives.»
  «Honda, Géant, en fait, ouais, ce qui me marque le plus c'est peut être les lumières rouges... »
- L'émergence de l'éclairage public, suite à l'estompage des enseignes
  «Effectivement l'avenue Gabriel Péri, elle est très illuminée. Les luminaires ressortent un peu.»
  «... Peut être qu'il y a des habitations à mettre en valeur, on sait pas, Elles sont mises en valeur peut être par l'éclairage intérieur mais aussi par l'éclairage central des réverbères.»
- L'émergence de la signalisation tricolore à un carrefour:

« Ici aussi, on fait attention aux panneaux de directions. Il n'y a rien à regarder. On voit les lumières du feu rouge et l'éclairage pour les panneaux pour Chambéry et… Oui, mais, ici c'est les voitures qui font l'éclairage pour les panneaux de signalisation ! »
« Et donc les feux qui ressortent... »

Cet effet est lié à la notion de contraste, les usagers expriment généralement cette prégnance par : *«ce qui ressort... », «ce qui domine... », «énorme», «très très... », «c'est flagrant» «voire même beaucoup», «ça pète» «ça se démarque».*
L'effet visuel associé est celui de focalisation.

Effet voisin : Découpe
Effet contraire : Uniformité

ENCADREMENT

Effet par lequel l'usager se sent pris dans un entre-deux lumineux. L'éclairage commercial, bien qu'il diverge d'un commerce à l'autre, construit une symétrie spatiale. Pour cela il semble nécessaire que certains éléments soit communs : traitement de la façade en bois, enseignes de couleur blanches, enseignes volumineuses...

Les lumières des commerces, de part et d'autre des rues du centre ville, se répondent :
«Là aussi, il y a un traitement en bois de la façade qui fait un peu écho à Harmundia Mundi, presque en face.
«Euh, ce qui est également sympa, c'est que, comme la façade est en verre, ça réfléchit la Cantina Mexicaine. Ouais, ça fait un écho.»

L'effet d'encadrement semble apparaître avec l'effet de densité :
«Comme on est dans la Grande-Rue et qu'il y a beaucoup de magasins(il n'y a que ça des deux côtés) ça… c'est aussi assez fort le fait qu'il y ait toute ces enseignes blanches.»
«Y a des personnes qui circulent et… je me sens beaucoup plus près des vitrines[...] J'ai deux côtés, donc je me promène plus lentement.»

Cette symétrie lumineuse conduit alors au balayage visuel :
«Donc à droite et à gauche, on a Intersport et Gémo. C'est vrai on a des enseignes qui sont assez volumineuses.»
«Les publicités, un peu à droite et à gauche, qui donnent un peu de couleur, de gaîté, un petit peu, à l'avenue.»
Dans ces deux exemples on relève aussi la capacité de cet effet à générer une perception qui tend à s'élargir à l'ensemble de l'avenue (Synecdoque).

Nous tenons à préciser que l'effet d'encadrement diffère de l'effet de cadrage (que nous n'avons pas développé ici) et qui renvoie au regard cadré (cf : présentation des effets visuels)
«On avance et puisqu'il y a un passage automobile qui est placé au milieu, ça rapproche encore plus les gens des vitrines. Donc là, je, puisque l'on est sur le côté droit, je pense que j'ai toujours tendance à regarder le côté gauche, les enseignes du côté gauche, peut être par rapport à la hauteur des enseignes qui sont là, euh…»

Effet contraire : Polarisation (dissymétrie)

ENVELOPPEMENT - Bain lumineux (nuance : Immersion)

Effet par lequel la lumière homogène et diffuse, donne l'impression d'être complètement plongée dans l'espace nocturne. La lumière donne le sentiment d'être enveloppé. Cette toile de fond ou dominance du micro milieu est dans la plupart du temps offert par l'éclairage public.

Cette sensation d'appartenir à une bulle ou un cocon est souvent la conséquence d'un effet de circonscription ou délimitation de l'espace par l'éclairage.
«Et là ,on voit, comme c'est une place dont le mouvement est circulaire... Enfin on a le mouvement circulaire des yeux. Non, là, il est mieux, là il est mieux ressorti. Là il y en a plus... Ils ont mis plus en valeur cette place... Il y a deux, quatre, il y en a six, autour de nous... On se trouve au milieu et c'est vrai que c'est mieux que tout à l'heure où il n'y en avait que quatre lampadaires, sur le long du chemin, quatre ou cinq.»

Cette sensation d'être environné par la lumière a la capacité de créer un ensemble autonome qui prédomine sur les autres éléments circonstanciels du moments.
«On revient sur terre-plein central et en fait, on s'aperçoit que ça crée un éclairage qui est beaucoup plus enveloppant. Il ne donne pas la même perception parce que là, on est vraiment sous, dans la lumière.»
«Là, on arrive au rond point en chantier et tu te sens dans une ambiance chaleureuse parce que la lumière est un peu jaune.»
Malgré la présence des magasins et de leurs enseignes, les observateurs reviennent toujours sur l'ambiance lumineuse de la chaussée :
« Ici je crois que même si l'enseigne n'est pas lumineuse, comme Mondial Moquette, c'est la couleur aussi et la taille attire ton attention même si il fait nuit avec la lumière de l'avenue»[9].
« Sur Gabriel Péri on est toujours... On est dans l'ambiance de la voie, mais j'ai l'impression qu'on est toujours à l'extérieur des magasins.

Toutes les sources apparaissent visibles et identifiables et la lumière qui se propage fait alors prendre conscience à l'observateur de son propre corps :
«Ça éclaire assez la rue. Même là, on est de l'autre côté de la rue (du trottoir) par rapport au lampadaire,... on est assez éclairé.»
«Ben, il y a de l'éclairage mais pas, pas très puissant en fait. Donc ils nous éclairent, on se voit (...).»

L'effet provoque un sentiment de bien être, de plaisir sans qu'il soit nécessaire de s'interroger sur la provenance de la lumière. On note alors une nette différence avec l'effet d'ubiquité.
Au sujet de la rue Brocherie *« On est mieux dans cette rue... Moi je me sens beaucoup mieux ici que là-bas»*

En éclairagisme : le mode d'éclairage diffus (les rayons de lumière sont transmis à travers un matériau translucide et sont propagés ensuite vers la surface à éclairer. Une partie des rayons est absorbée, l'autre est réfléchie.) est annoncé comme améliorant le confort visuel et créant une impression de volume lumineux.

IMMERSION **:** Effet par lequel l'usager se sent entrer dans un bain lumineux.
«Ah, maintenant ça commence, la lumière de l'avenue. On a enfin de nouveau de l'éclairage. Nous rentrons dans la zone éclairée. Effectivement l'avenue Gabriel Péri, elle, est très illuminée.»'
«Donc là, on passe dans la... On quitte la zone commerciale on va dire au sens commerce, acheter des vêtements des livres, et on rentre dans... Pour moi c'est l'endroit où l'on va chercher à se restaurer. Donc c'est y manger la nuit, et même pas le jour, plutôt le soir avec le…»
Effet contraire : émersion : effet par lequel l'usager se sent sortir du bain lumineux pour entrer dans une zone complètement sombre.
«Moi en tant que conducteur, j'ai une gêne : ça passe trop rapidement d'un côté lumineux qu'on peut être même dès fois considérer comme agressif... Moi, je vois dès fois, ça m'agresse toutes ces lumières là,... Et euh, on se rend compte, moi je me rends compte plutôt que c'est agressif parce ce que l'on rentre dans quelquechose qui est complètement sombre et complètement noir, quoi.»

Effet synonyme : immersion, emersion
Effet contraire : émergence

Esthétique et Harmonie

Le jugement de goûts des usagers en terme d'esthétique s'est révélé surtout en centre ville au sujet :

• du design du luminaire :
« Des lanternes toutes simples. J'aime bien ce système de lumière, je trouve cela... En plus c'est esthétique et ça éclaire vraiment juste ce qu'il faut, mais il en faudrait un petit peu plus je trouve…»
• des façades :
«Du côté de la place Claveyson, le logo, le nom de Espace Musik, il y a un chouette traitement de la façade, je trouve... Avec une vitrine qui, à mon avis, pourrait plus être mise en valeur que ça... ç'est sympa, c'est peint... Il y a une recherche.»
«Le système de lumière, entre chaque arche, c'est joli.»
• des vitrines :
«C'est une bonne idée ce qu'ils ont fait dans la vitrine, de mettre les lumières qui illuminent les habits…»
«Et puis à gauche, Etam lingerie, une belle vue sur un joli rose, à moins que ce soit blanc et coloré rose.»
«Ah ben, l'Hibiscus, il est magnifique et il ressort énormément quoi, avec toutes ses fleurs.»
«C'est assez gai, à l'intérieur de la vitrine,... Enfin il y a pas mal de couleurs... Bon en fait, c'est tout bête, c'est des boîtes à chaussures entourées de papier vert et orange.»
«Donc on va savoir ce qu'il a à vendre et savoir qui est ouvert aussi... Et c'est pas mal du tout. J'aime bien hein, voir les petits magasins qui restent ouverts tard le soir. Je trouve ça assez sympa, avec des épices dans la vitrine.»
• des enseignes et de leur couleur...
«C'est pareil que le restaurant, sauf que c'est pas la même couleur : elle est plus jolie.»
«Donc, je trouve que le vert, il va mieux, il va bien, avec la face - tout carré - du restaurant, il est bien décoré en fait... Donc il y a un rectangle, avec un petit arc.»
«On ne voit que ça, le néon rose, c'est très fort. Je trouve cela souvent joli les… Même si c'est kitschouille à mort, bizarrement, c'est pas très classe mais c'est pas moche quand même.»
«Kili, le second marché du livre neuf, on voit cette fois-ci, ils mélangent le jaune et le vert (bleu), ça donne une bonne ambiance.»
• ... leur matière:
«Il produit vachement plus de lumière... Donc là, avec l'écriture en bois ça fait sympathique comme tout,... »
• de la place Notre Dame :
«Elle a de la gueule cette place quoi.» ; «L'église, regarde l'église, celle-ci elle est super bien éclairée.»

Avenue Gabriel Péri :

• Le commerce de plus petite taille, reçoit un éclairage qui s'apparente avec celui du centre ville. Aussi il semble être bien accueilli.

« Buro+ c'est pas mal, ils ont éclairé, pas mis l'enseigne. Ils ont éclairé leur mur où Buro+ était marqué... ça change un petit peu des autres, d'avoir une grosse enseigne lumineuse à l'extérieur du magasin, et en même temps ça éclaire un petit peu le magasin ».

• Pour un des interviewés, les panneaux publicitaires ont été qualifiés de divertissants, de plaisants :
«Bon, mise à part les… les 4x3 qui sont bien éclairées... Mais moi je remarque plutôt ces 4x3 comme ça qui sont euh... C'est les annonces publicitaires qui sont assez « fun » ; «Les publicités un peu à droite et à gauche qui donnent un peu de couleur, de gaîté un petit peu à l'avenue.»

L'éclairage «à l'ancienne» est apparue comme une intégration logique au quartier historique :
«On essaye de conserver l'éclairage à l'ancienne,.. Ils ne veulent pas trop, en fait, trop éclairer... Regarde... Tu vois là, on aborde rue Brocherie... La rue Brocherie : pareil ! »

L'éclairage du commerce en profondeur et l'éclairage en indirect ont été vécus comme agréable :
«Voilà un magasin qui est beau : Decitre... Donc face au Bonhomme de bois. Ce qui est agréable, c'est qu'on voit jusqu'au bout du magasin.» ; «Non, c'est quand même plus lumineux,... Pareil : pas une lumière directe... Donc, c'est pas désagréable.»
L'éloignement du centre ville dans le parcours Gabriel Péri, les petites terrasses qui se dispersent sur la place Notre-Dame, au contraire de la place Grenette, l'heure de fréquentation des lieux (place Claveyson), la disparition de l'ambiance sonore (fontaine), Grande-Rue ont été énoncés comme une justification d'une qualification d'ambiance plus calme, plus tranquille.

La lumière contribue à l'impression d'animation et de fête :
«On voit un gros, le «M» jaune. Le jaune et rouge de super Mac Donald, ça marche, ces couleurs festives.»
«C'est pareil, ça continue à donner un côté, un peu « fête » au quartier, le fait que… et en plus, on sait que c'est ouvert, donc on peut y aller.» ; «Là, l'ambiance est plus animée, beaucoup plus même. Plus vivante déjà, c'est normal, c'est le Palais de la bouche.» ; «On peut dire que sans lumière, c'est un peu triste, mais comme tu vois là, donc, avec la lumière «ça donne», même s'il n'y a personne... ça donne comme s'il y avait des personnes dedans. »

ESTOMPAGE

Effet par lequel l'ambiance lumineuse commerciale disparaît progressivement.

«Et puis là, il n'y a plus d'enseignes, pratiquement... Enfin il y en a beaucoup moins.»
«Donc là, on est moins dans l'emprise des enseignes là.»

L'effet d'estompage conduit à un effet d'assombrissement :
«On continue, ça s'assombrit un peu, ça s'assombrit... Les vitrines portent moins la lumière. Ben là, c'est... C'est de pire en pire... Il n'y a même plus aucune lumière, à part, allez, quatre lampadaires qui se courent après... Il n'y a vraiment pas grand chose.»

Effet voisin : gommage
Effet contraire : emergence

F

FILTRAGE (TAMISAGE)

Effet par lequel un dispositif se place devant celui de l'éclairage et vient diminuer la puissance lumineuse. La puissance lumineuse est vécue comme atténuée par le filtre en question (rideau, grille, végétation …). Nous distinguerons le filtrage et le tamisage suivant l'adoucissement*.

• Filtrage : la lumière traverse un dispositif où quelques rayons sont interceptés. Il se produit alors un jeu d'ombres et de lumières.

La fenêtre avec petits carreaux et croisillons ou encore la grille métallique jouent le rôle de filtre :
«Le style de la façade... Enfin, fenêtres en bois comme ça... Au milieu du verre... surtout qu'elles ne sont pas immenses, donc ça fait pas de suite... Enfin on est pas agressé par une grande baie, (...)».
«Bon, il y a toujours des bonnes vieilles grilles, mais, qui sont mieux à la limite, qu'un rideau de fer... Donc, c'est éclairé, c'est éclairé un petit peu de l'intérieur, et surtout éclairé par des spots depuis l'extérieur... »

L'éclairage dans les arbres donnent des jeux d'ombres et lumières, mais ici le «mais» exprimé par l'usager signifie que l'effet de filtrage tend plutôt vers un effet de masque. La lumière ne transperce même plus le feuillage...
«Là, on vient de sortir et donc nous arrivons à Grenoble… Je trouve aussi ici le fait des arbres sur l'avenue... Je trouve intéressant mais…»
L'adoucissement ressenti par l'usager dans la Grande-Rue serait la conséquence d'un nombre moins important de sources. L'emploi du mot «tamisé» correspond dans ce lieu à un réel effet de tamisage puisqu'il n'y a pas d'uniformité. Les usagers traversent un jeu d'ombres et de lumières (exprimé par

halo*).
« L'éclairage de la place était beaucoup plus fort... Beaucoup plus de lampadaires? en ligne? qui ont trois boules. Ici, on a une seule lampe à chaque fois, ça donne un côté beaucoup plus tamisé, beaucoup moins, euh... Beaucoup moins actif, beaucoup moins, fête, je pourrais dire.»

• Tamisage : la lumière traverse un dispositif qui uniformise l'éclairage, les ombres sont supprimées et la lumière devient diffuse.

L'objet observé devient alors moins net et le regard semble parfois peiné face à un flou :
«C'est vrai, c'est sympa, avec différentes formes de lettres pour l'écriteau. C'est, je sais pas, pas flou, mais je ne sais pas comment dire… Ouais ça à l'air d'être de l'alu, les autres c'étaient du plastique, là, c'est... Non ça change.»
«Ça fait un peu rustique, la roue du char et tout... C'est pas très... La lumière, elle fait floue à cause du vitrage, mais c'est une lumière dans les tons jaunes,»
C'est dans la rue Brocherie qui offre les bars et les restaurants que l'effet de tamisage a été le plus évoqué :
«On voit plus les gens manger... L'éclairage vient de l'intérieur, l'éclairage tamisé, euh... Du coup y a plus de passage parce qu'elle n'est pas tellement plus grande que la Grande-Rue finalement.»
L'éclairage intérieur (déjà en pointillisme dans ce cas) devient tamisé par les voilages :
« Je trouve, oui, ça va bien avec... Surtout que dans le fond, on voit un petit peu toutes les lumières en chandelles du restaurant, avec une ambiance vachement feutrée, avec des tulles rouges.»
De l'extérieur, l'éclairage intérieur apparaît diffus mais le rideau joue finalement un rôle de masque :
Ils ont même tamisé l'éclairage intérieur... C'est rouge, mais c'est moins fort parce que c'est dû au rideau. Ils ne donnent pas envie d'y aller, parce que ça fait tout... On ne voit pas à l'intérieur en passant... C'est très renfermé, ; ça fait très fermé, en fait.
L'effet de tamisage (de filtrage) peut alors s'opposer à l'effet d'exposition (de surexposition)
« Il y a toujours les... Par contre, les asiatiques vachement prudes et tout... Il y a toujours le rideau devant pour pas qu'on voit de l'autre côté.»
L'éclairage bleu par tubes luminescents émerge à l'extérieur et s'oppose à l'intérieur plus «tamisé» :
«Il y a des palmiers qui sont à l'extérieur et qui tendent à dire que c'est plutôt chaud, quoi... Je ne connaissais pas le… qui a l'air beaucoup plus lumières tamisées bougies, très sympathique…

En éclairagisme : Mode d'éclairage filtré : Une partie seulement des rayons de lumière atteint directement l'objet à éclairer. Soit le filtre est réalisé en verre (sérigraphié) ou en polycarbonate, soit il est constitué d'une grille métallique. La maîtrise de l'intensité et du confort est donc plus facile. La diffusion est quant à elle assurée par des réflecteurs.

Effet voisin : Filtrage
Effet contraire : Fondu

FOCALISATION - (regard obligé/ forcé)

Effet visuel par lequel d'une manière consciente ou incontrôlée le phénomène lumineux capte l'attention du passant.

Les usagers expriment cet effet par ces termes «obligé de regarder», «frappe l'oeil», « je ne vois que ça» «on repère»... Le verbe «attirer» renvoie généralement à l'effet d'attraction où le corps est mis à l'épreuve. Mais les usagers n'ont pas toujours précisé que ce qui était attiré c'était l'oeil, le regard.
L'effet visuel de focalisation correspond entièrement à l'effet d'émergence par lequel certains éclairages passent au premier plan dans une scène lumineuse.

L'attention des usagers est retenue :
- par ce qui est «lumineux»

  - contraste avec l'environnement sombre

« C'est clair que, dès qu'il y a un éclairage, le regard est tout de suite focalisé dessus et on y prête plus d'attention. Le regard est tout de suite attiré vers les enseignes qui sont éclairées et non pas les autres. »
«Donc les couleurs bleues enfin... C'est sympathique... Moi j'aime bien le bleu, alors, c'est vrai que ça attire plus l'œil que, ben en face, le magasin de chaussures qui n'est pas éclairé du tout.»

  - contraste de quantité

« Si on regarde, il y a juste des petits trucs... C'est vrai que les yeux sont obligés de se porter sur les enseignes.»
- par contraste de matière :
« Il accroche le regard parce que c'est une façade en bois qui a été accolée ou posée au milieu de l'immeuble de pierre.
- par la couleur (cf: Coloration)
« C'est une couleur qui vraiment attire l'attention, voilà.» ; «Donc ici, ben Optic Horizon c'est quelque chose qui frappe à l'œil, ce côté rouge.» ; «Et donc on regarde les lumières au loin, c'est plus... ça attire beaucoup plus l'œil, Surtout, ils ont mis beaucoup de vert ... »

- Couleur et les «néons»

«On ne voit que ça, le néon rose... C'est très fort.»
«Là, mon regard est interpellé par une grande banderole, par, un fluo rouge de magasin qui est là-bas... »
« Là, je vois là, l'opticien en bleu, comme ça, en néon... le petit truc dans l'angle avec les tubes rouges ou encore le café, qui a l'éclairage jaune, le Centenaire... Je ne vois que les néons.

- Couleur et écritures

« Bon Votre Écran 24/24h, ça c'est archi moche ; ça dépareille en plus complètement... C'est bien jaune et on voit bien le logo «carte bleue, en cas d'urgence, vidéo, votre écran»... Un peu plus, on appellerait les pompiers et bon, ce n'est que des cassettes vidéo, quoi.

- par le dispositif

« Des enseignes qui sont placées directement sur la façade... Mais ici, par exemple, ce genre d'enseignes perpendiculaires à la façade Chez Stéfano Pizza, ces enseignes là, je vais les lire. Mais celles accolées à la façade, non, pas du tout.

- par la présence d'éclairage intérieur (privé) et cela suivant l'effet de coloration, de contraste ou de dynamique/perspective

« Je vois plus les fenêtres et les intérieurs, les plafonds en bois... D'autant plus qu'il y a des lumières blanches, en fait.»
«L'éclairage intérieur, c'est vrai que ça attire pas mal l'œil, par rapport à son éclairage qu'on voit de l'extérieur.»
«Ben du coup, là on a tendance aussi à repérer plus facilement les fenêtres qui s'allument. Là j'en vois au bout de la rue, (...)»

- par la taille de l'enseigne ou du magasin

« Quand il y a des panneaux publicitaires ici comme ça, grands, parce que tu peux lire quand tu es loin et quand tu fais ton parcours à pied... ça te permet d'avoir plus de plaisir quand tu te promènes, parce que tu as toujours quelque chose qui attire l'attention.»
« Ici, je crois que, même si l'enseigne n'est pas lumineuse, comme Mondiale Moquette, c'est la couleur et la taille qui attirent ton attention, même s'il fait nuit avec la lumière de l'avenue.»
« Voilà, mais en fait les magasins qui ne sont pas éclairés, on les voit quand même quand on passe devant, parce qu'ils ont des logos assez grands, mais c'est vrai qu'il faut les regarder pour qu'on soit attiré par eux.»

- par la puissance

«Oui, je trouve ça calme. Je ne trouve pas ça agressif... Bon, forcement quand tu passes là, tu es obligé de... tellement le spot est fort à l'intérieur... Tu es obligé de regarder la vitrine... C'est le but d'une vitrine quand même !»
« En plus... La puissance... Parce que le luminaire en lui-même... Je ne vois que ça... Il doit y avoir une... Huit ampoules sur le lampadaire, et en fin de compte, il n'y en a que deux voire trois qui marchent.»

- par l'implantation (et la puissance)

«Feu Vert, on le voit des deux côtés, ça c'est vraiment... , Ils ont... , Je pense qu'ils ont dû insister là-dessus pour qu'on voit partout où on vient... »

- par le logo

La banque Rhône Alpes! Les banques, de toute façon, c'est toujours éclairé la nuit... Donc, euh, (...) au moins ça attire l'œil, en plus c'est un logo, c'est toujours le même.

- par la publicité dynamique

« Alors Distriland (pub), ben là, j'ai été attiré plutôt par le changement d'image et en fait c'est bien éclairé ce truc là. »

La contradiction que nous présentons ici montre l'importance de l'éclairage comme participant au plaisir de la promenade nocturne. L'éclairage intérieur du magasin devient presque une intrusion* puisque l'espace n'invite pas à la déambulation.

«Là, on reprend l'avenue, on la remonte dans l'autre sens, avec Mondial Moquette sur la droite... Alors ils ont éclairé l'intérieur du magasin... Je ne vois pas à quoi ça sert, dans la mesure... Déjà ça n'attire pas l'œil, donc c'est vraiment que la personne qui se promène... Mais comme je disais tout à l'heure, tu n'as pas vraiment envie de te promener.»

Effet voisin : attraction
Effet contraire : regard peiné, obstruction visuelle

FONDU

Effet par lequel un éclairage est perçu se confondre avec les autres éclairages afin de composer un espace homogène.

L'effet de mixage propose plutôt l'émergence de multiples éclairages venant complexifier la lisibilité de l'espace.
A l'inverse de l'effet de découpe (contraste) où les limites sont nettes et franches, l'effet de fondu propose un espace au contour flou.
Le fondu-enchaîné correspondrait plus à la qualification des transitions entre les espaces. Dans ce cas il n'y aurait pas d'assombrissement ou d'éclaircissement.

Cet effet apparaît avec :

- La vision panoramique , l'horizon semble disparaître par ce que les lumières au loin se fondent dans la nuit étoilée.

«Et on repasse dans la zone non éclairée pour passer sous la rocade (2) donc là, on sent la présence de la montagne derrière parce que l'on voit des petites loupiottes qui se confondent dans le ciel.»

- l'émergence colorée (l'enseigne jaune) semble se fondre dans le paysage et l'ambiance lumineuse est vécue homogène :

«Au niveau de l'Epi Gaulois, c'est très soft quoi, il n'y a pas de... Toujours un peu cette attirance un peu jaune quoi, ... Enfin je... qui n'est pas trop agressive... C'est vrai que... Qui rentre bien dans la luminosité de la voie avec les phares des voitures... On a une bonne visibilité quoi.»

- le fond/ figure non contrasté (à inverse de l'effet de découpe), la composition devient monochrome et l'enseigne ne se détache plus :

«Ah! si, ça a été rajouté... Mais vu que c'est dans les tons de beige marron, ben d'ici... Je les vois dans ces tons là et, vu que ça se confond un peu avec les murs, ça n'attire pas plus que ça.»

«Ben, il y a le Tonneaux de Diogène qui a un joli éclairage mais le ton est plus terne, un peu plus jaune, qui se confond plus avec l'entourage... Mais on le voit quand même... Enfin ça ne fait pas le même style... Il y en a un qui dit « venez chez moi » et l'autre qui dit juste «et bien, si ça vous intéresse, venez regarder ».

- l'absence d'enseigne colorée conduit à une uniformité lumineuse :

«... Enfin il n'y a pas beaucoup de couleurs, en fait... Donc, c'est des lumières qui se confondent un peu avec les lumières des lampadaires.»

«L'éclairage public, il ne sert plus a rien. Il se noie dans la masse ici.»

- la disposition dans l'espace, à la même hauteur, les publicités et les enseignes se mélangent :

« Donc les enseignes, elles ne sont pas trop hautes, ce qui est pas mal... ça éclaire, ça éclaire bien la voie... Je trouve que ça rentre bien dans une ambiance de publicité.»

- l'uniformité de l'éclairage de la voirie qui tisse une toile de fond pour les publicités.

«... En même temps comme l'éclairage de voirie est assez uniforme, je trouve qu'il sont moins choquants que ceux qu'on peut trouver dans certaines villes où l'éclairage de voirie est vraiment insuffisant... Et donc du coup ça crée un contraste vraiment beaucoup trop important.»

- l'impression d'un paysage re-connu, les enseignes ne semblent prendre seulement une signification dans la recherche d'information, de repère :

«Ford on sait que c'est Ford et en même temps si on ne cherche pas un... Si on ne se rend pas à un lieu, si on est pas en train de chercher son chemin, on fait peut être euh… ça fait vraiment parti du paysage quoi.»

L'effet de fondu laisse apparaitre un risque de confusion :

«Donc là, c'est pareil, si je devais conduire, je ne saurais pas trop où aller parce qu'il y a l'entrée du parking Casino, qui d'ailleurs est marquée... Mais du coup, le panneau « entrée centre commercial » si on n'y fait pas attention, c'est presque une enseigne.»

Effet voisin : Uniformité
Effet contraire : Découpe, Emergence

G

GOMMAGE

Effet par lequel un élément spatial ou un élément lumineux disparaît ou tend à être évacué de la perception visuelle.

Ce phénomène apparaît en centre ville où l'éclairage commercial de la Grande-Rue prédomine et conduit à faire disparaître l'éclairage public. L'éclairage public est alors perçu comme inexistant :

«C'est que les enseignes qui sont allumées... Il n'y a pas grand chose qui est mis en valeur par rapport aux restaurants et aux bars... Il faut dire que c'est le soir.»

«Il y a moins d'éclairage, parce les enseignes aussi euh sont moins éclairées que sur la place. J'ai le sentiment que la rue est éclairée pas par les,... L'éclairage public disons, mais par les enseignes, en fait.»

«Là, vu leurs hauteurs et leurs espacements, on les ignore complètement.»

On relève également l'impuissance de l'éclairage public à mettre en valeur la fontaine, elle s'efface pour laisser émerger le son de l'eau.

« La fontaine, ça aurait été pas mal qu'elle soit éclairée quand même. C'est dommage, la fontaine disparaît... On l'entend, mais on ne la voit pas.»

Sur ce point, il nous apparaît intéressant de ne pas vouloir à tout prix proposer une illumination classique des fontaines de la place Grenette et de la place Notre-Dame (par exemple : éclairage par fibres optiques venant souligner les jets d'eau...) qui pourraient devenir des «tartes à la crème» pour reprendre les mots de Roger Narboni. La pénombre peut ici amener à développer l'aménagement de l'espace sonore.

Sans une volonté d'éclairage, les volumes, «les hangars» s'effacent, la nuit. L'éclairage public ne semble même plus dessiner les façades des commerces donnant sur l'avenue Gabriel Péri. L'enseigne lumineuse émergente donne l'impression que le magasin a disparu :

«C'est vrai quand les magasins sont fermés aussi, du coup les parkings sont vides devant... Les devantures sont fermées aussi... Donc c'est vrai qu'à ce moment là le… le bâtiment... C'est pas que le bâtiment disparaît, mais le magasin c'est l'enseigne quoi.»

La nuit les abords sont gommés et ce sont les enseignes qui les redessinent :

«... Enfin qui crée une ambiance propre à l'avenue, à la voie, en fait, et qui du coup fait un peu plus... Non, ce n'est pas que les abords disparaissent, mais ils ont pas la même image.»

Effet synonyme : asyndète

GRAPHISME

Effet par lequel la lumière devient aux yeux de l'observateur un tracé. L'éclairage vient dessiner ou mettre en valeur un volume, une forme, un logo ou encore une écriture.

En centre ville l'éclairage intérieur des vitrines dessinent surtout en vision éloigné des carrés ou des rectangles :

«Sinon après, c'est les devantures qui ressortent, parce que ça fait des carrés blancs... »

«Le magasin de chaussures avec les, avec le blanc et le jaune qui ressortent, en fait, est toujours rectangulaire.»

En vision rapprochée c'est la mise en scène intérieure de certains commerces qui sont décrits :

« C'est quand même de la vitrine ça ! Tu vois que des alignements de chaussures, et elles sont toutes alignées, parallèles et perpendiculaires. C'est du rationnel là.»

« Là aussi, le fait que les couleurs soit assez chaudes, on a pas forcement envie d'y aller. Tout est rangé. C'est carré. C'est bien, tout est droit, bien propre sur soi.»

En périphérie l'éclairage extérieur des bâtiments (très souvent seulement deux façades) dévoile le volume :

«Lapeyre, là, ils ont mis des spots vers le bas apparemment... Comme ça on voit tout le magasin... On ne voit pas que le logo, on voit le gros cube blanc.»

En terme d'enseigne ce n'est plus la lumière qui décrit mais bien une forme :

«... Donc il y a un rectangle avec un petit arc.» ; « le cadrage par le tube» ; «tout carré» ; «... cadre restaurant…» «c'est un carré blanc»

L'éclairage commercial constitué de tubes luminescents apparaît comme des lignes très découpées :

«Les néons qui font des lumières très... , un peu dures en fait, comme des lignes, des lignes de lumières.»

«C'est toujours un petit peu pareil, sauf que je remarque que les enseignes commerciales, surtout celles qui sont vraiment très « néons » et très découpées, voilà, là on voit le nom, le magasin Jennyfer, c'est très, très flagrant.»

Durant les parcours, la notion de couleur a fait l'objet de descriptions détaillées et n'a laissé que peu de temps à celle de la typographie. Ainsi, elle n'a pratiquement pas été évoquée ou a été placée au second plan.

«C'est vrai, c'est sympa, avec différentes formes de lettres pour l'écriteau.»

«Il produit vachement plus de lumière, donc là ben... C'est, avec l'écriture en bois... ça fait sympathique comme tout,

«C'est écrit en gros et c'est bien écrit... Des lettres un peu « mastock »...

«Gémo, ça pète d'enfer... Ils ont bien choisi les quatre grosses lettres éclairées en bleu très fort... ça se voit bien.

«Ils se basent un petit peu sur le bleu que je ne trouve pas vraiment aussi attirant que le rouge. Ils insistent aussi sur les dessins.»

La pratique du site périphérique (vitesse de déplacement plus importante) a conduit les passagers à évoquer plus facilement les «sigles» et «logos» que la typographie.

« Darty, c'est très bien, (rire), on le voit tout de suite. C'est pas mal, parce qu'on connaît assez bien le sigle rond... Enfin, le rond blanc... Donc même de loin, sans trop le voir, on le reconnaît tout de suite.»

« Donc, c'est plus discret, ça correspond à la marque peut être aussi, cette couleur bleue... ça correspond surtout au logo, l'enseigne... C'est aussi le logo qui est re-décrit. C'est arrondi.»

L'éclairage public aussi, produit quant à lui, un graphisme linéaire :

«Donc les lumières qui attirent là, c'est ben, l'entrée de l'église, les cloches éclairées... Là aussi (les projecteurs) ça fait des traînées, trois traînées au-dessus de la Crêperie.»

« Les poteaux c'est super laid, c'est laid... C'est pas beau, non... C'est vraiment une grande longueur,(…) et en plus une grande ligne droite.»

GUIDAGE VISUEL

Effet visuel par lequel l'éclairage est perçu comme une enfilade venant diriger le regard et guider le déplacement.

«Si on se retourne juste avant de rentrer dans la rue Brocherie, sur la place aux Herbes, on regarde les halles de nouveau... Pareil encore des fenêtres... Et puis au fond on a un éclairage un peu différent, plutôt orangé, qui est assez joli vu de là, qui nous amène au tribunal, je suppose.»

Au centre ville l'effet de guidage visuel apparaît au niveau des places Grenette et Notre Dame :

«L'éclairage de la place était beaucoup plus fort... Beaucoup plus de lampadaires en ligne, qui ont trois boules,... Ici on a une seule lampe à chaque fois... ça donne un côté beaucoup plus tamisé, beaucoup moins, euh... Beaucoup moins actif, beaucoup moins «fête», je pourrais dire.»
«C'est plutôt l'éclairage public qui est plus travaillé, je crois ici, que les enseignes lumineuses, sur les deux trottoirs jusqu'à la station au fond. Il y a les petits poteaux avec les trois ampoules qui montrent en fait que, comme il y en a plusieurs, qui montrent : les rails du tram, le trottoir, la direction de la rue, enfin plusieurs choses.»

Avenue Gabriel Péri, l'implantation de l'éclairage sur terre-plein central marque inévitablement la perspective. Le regard suit la ligne droite.
«Et puis au loin en fond de perspective, on voit Gabriel Péri... L'ambiance jaune avec les phares des voitures dans les deux sens, blancs et rouges qui sont très marqués. Les mâts d'éclairages accentuent la perspective.»
«Les poteaux c'est super laid, c'est laid... C'est pas beau... Non, c'est vraiment une grande longueur,(...) et en plus une grande ligne droite.»
«Elles sont très présentes, mais en même temps, c'est une enfilade comme ça qui, peut être, crée une ambiance plutôt que... Qui en tout cas, imprègne l'ambiance du lieu.»

H

HALO

Effet par lequel l'éclairage est perçu dans l'espace, selon une forme circulaire.

L'effet de halo ne s'est présenté que dans le parcours du centre ville :
Plusieurs halos conduisent à l'effet d'irrégularité :
«Des lanternes toutes simples. J'aime bien ce système de lumière, je trouve cela, en plus... C'est esthétique et ça éclaire vraiment juste ce qu'il faut mais il en faudrait un petit peu plus, je trouve… Parce que ça n'éclaire juste qu'en dessous quoi... ça fait que ça fait des ronds de lumières par terre, mais il y a des zones d'ombres…»

Le rond de lumière participe à mettre en avant le commerce (effet d'accentuation*) :
«Ben déjà y a la sandwicherie l'Oasis qui ressort assez bien, vu que de chaque côtés, les magasins sont éteints, puis il est situé devant un lampadaire... Donc il y a tout un cercle de lumières, en fait, autour, et on le voit assez bien.»

L'enseigne constituée de lettres boîtiés noires avec rétro-éclairage n'est pas apparue très lisible. L'éclairage de la typographie «romane» se présente sous la forme d'un brouillard de lumières :
«Entre nous là, on ne voit pas écrit Tavola Galda… C'est un espèce de halo vert... Il y a écrit Pizzeria (enseigne sur le côté) et puis trois lampions blancs... C'est un peu miteux finalement.»

Sur la façade, le halo de lumière prend la forme d'un cône qui peut être source de gène pour les habitants (intrusion*):
«Je me demande si, parce que là l'éclairage public, il est quand même bien collé aux fenêtres... Si ça gêne les gens ou pas... Les gens qui habitent(...) C'est quand même bien collé, quoi.»

HÉTÉROGÉNÉITÉ

L'effet par lequel l'ensemble des espaces parcourus semble irrégulier du point de vu éclairage.

«... Je sais pas, en Angleterre, ben les gens prennent une rue... Il y a des façades en bois... Tu commences au début de la rue ; t'arrives à la fin d'une rue, il y a toujours la façade en bois... Bon la couleur change, mais là c'est pas le cas... C'est vraiment chacun pour soi... »

Dans les deux sites l'éclairage commercial est apparu diversifié :
«J'ai l'impression... C'est un peu la conclusion : chaque magasin se débrouille. Il n'y en a pas un éclairé de la même manière et l'éclairage public laisse complètement à désirer.»

«Finalement, il (l'éclairage commercial) est moins... un peu plus camouflé. Il est très hétérogène en fait, on a un peu tout. C'est à dire enfin tout les... On a beaucoup de couleurs, beaucoup de grandeurs de caractères, beaucoup de types de caractères, beaucoup de méthodes. (Place Notre-Dame)» (effet de mixage)

Mais peut être plus que l'éclairage c'est le traitement des façades qui conduit à une hétérogénéité:

«En fait, ce qui est bizarre, (...)il n'y a aucune harmonie... C'est chacun éclaire comme il veut, met ce qu'il veut, même dans les façades, dans les magasins. Peut être que c'est le secteur historique aussi... Je n'en sais rien, dans quel cas ils n'ont peut être pas le droit de toucher les façades, mais…»

«Les magasins sont éclairés malgré qu'ils soient fermés. Ben, il n'y a aucune unité... C'est chacun pour soi... ça été fait sûrement à des époques différentes,(...)Il y a deux écoles dans la rue.»

Avenue Gabriel Péri, ce sont les créneaux horaires (allumage et extinction) qui sont mis en cause dans l'impression d'hétérogénéité.

«... C'est vrai que c'est assez marrant, il y a un magasin sur quatre qui est éclairé. Enfin je ne sais pas mais, il n'y a pas trop d'uniformité. On n'a pas l'impression que c'est un centre commercial général où tout le monde marche en même temps, tout le monde marche ensemble.»

Effet voisin : irrégularité
Effet contraire : homogène

HOMOGÉNÉITÉ

Effet par lequel l'ensemble des espaces parcourus semble uniforme par leurs éclairages.

«Tout le centre globalement, est quand même relativement homogène... Enfin je trouve au niveau de l'atmosphère... Je ne sais pas si c'est lié à la lumière ou pas.
(Au niveau du caractère «ancien» des lanternes nous pourrions répondre que oui, mais il faut bien noter que ces lanternes ne sont pas toutes de la même époque - les modèles sont divers -!)

Seule la rue brocherie apparaît, avec ses vitrines et ses façades, relativement homogène :

«La Fondue, il n'y a pas de traitement particulier au niveau éclairage... Par contre au niveau de la façade tout est en bois. Bon, ben, ça dépareille carrément dans la rue... Mais au moins ils sont allés jusqu'au bout de leur idée... Et euh, ça fait un truc, un gros truc, je ne sais pas, rustique, bien de la montagne, au milieu d'une rue où chacun a essayé de trouver le truc le plus «kitch» et le plus moche pour attirer le client.»
«Il n'y a pas tellement une enseigne qui pète plus qu'une autre, dans un aspect général.»

Effet voisin : Uniformité (éclairage)
Effet Contraire :hétérogénéité, Irrégularité, Emergence

I

Inesthétique et dishamonie (notions)

L'inesthétique a été énoncée au sujet du parcours Gabriel Péri :

- Les luminaires installés au rond point à Gières
  « Donc, très beaux spécimens de boules accrochés sur des piliers!» (ironie)
- L'avenue Gabriel Péri et ses «hangars décorés» et colorés :
  «Ouais, moi personnellement je trouve cette avenue moche... Je sais pas si c'est l'ensemble de la... Il y a trop d'enseignes lumineuses... On voit, on voit, des verts et des rouges et des bleus partout... Mais même les bâtiments... C'est une zone trop commerciale, je crois.»
  «Mais il n'y a pas d'harmonie... C'est ça que... Je trouve ça un peu… Tu me diras un peu pourquoi il y aurait une harmonie d'ailleurs entre un lavomatic et un Scappy ? »
- La linéarité de l'avenue Gabriel Péri et ses luminaires d'éclairage public :
  « Les poteaux c'est super laid, c'est laid... C'est pas beau... Non, c'est vraiment une grande longueur,(...) et en plus une grande ligne droite.»
- L'absence d'éclairage de l'enseigne :
  «Parce que quand même ici, le Tabac à droite, tu vois qu'il était pour être... euh... Il est moche sans lumière.»

L'ambiance lumineuse à été qualifiée de «tristounette», «triste», «glauque», «pas très agréable», «pas accueillante» et cela notamment au niveau de la *«cassure entre Saint-Martin et Gières»*.
Plusieurs séquences, au niveau de l'ambiance lumineuse, peuvent être notées selon la densité des enseignes mais, d'une manière générale, il s'opère un changement d'ambiance après le carrefour Géant Casino/ Domaine Universitaire :

«Donc ça fait peut être un peu plus urbain, en tout cas plus résidentiel... (puisque l'on ne peut pas dire que ce soit très urbain comme ambiance)... parce que c'est une avenue assez large... un tissus... C'est assez lâche autour.»

Par contre, au centre ville, l'inesthétique n'a pratiquement pas été évoquée directement. Les usagers expriment leur jugement de goût, leur impression, en utilisant la négation ou en passant par la connotation*. Cette réserve renvoie peut être à une représentation du centre historique qu'il faut préserver.

• L'emploi de la négation pour qualifier l'animation :
«Ben, là déjà, c'est moins gai... Là. Il faut dire…» ; «L'éclairage de la place était beaucoup plus fort... Beaucoup plus de lampadaires en ligne, qui ont trois boules... Ici on a une seule lampe à chaque fois, ça donne un côté beaucoup plus tamisé, beaucoup moins... euh... beaucoup moins actif, beaucoup moins «fête» je pourrais dire.» ; «Je crois que ce n'est pas fait pour être intime... C'est différentes ambiances de café ou de restau... Il devait y avoir un match, ou peut être les infos... Je sais pas ce qu'il y avait.»
• Comparaison pour qualifier l'animation :
«Ben, c'est mieux l'été parce que quand il fait chaud, il y a toujours plein de monde et puis avec les bars c'est vachement attractif !»

INTENSIFICATION

Effet par lequel les dimensions de l'espace et la quantité de lumière semblent être proportionnels. Les grands espaces sont plus éclairés.

En arrivant sur les places les usagers commencent par exprimer les dimensions spatiales par : «*C'est dégagé» ; «C'est une surface enfin plus aérée» ;«C'est juste plus large» ; «C'est beaucoup plus spatieux».*

Ainsi les places Claveyson et Notre-Dame plus aérées apparaissent plus éclairées :
Le nombre de luminaires est mis en cause...
«Non, là, il est mieux; là il est mieux ressorti; là il y en a plus... Ils ont mis plus en valeur cette place... Il y a deux, quatre, y en a six, autour de nous... On se trouve au milieu et c'est vrai que c'est mieux que tout à l'heure... Il n'y en avait que quatre lampadaires sur le long du chemin, quatre ou cinq.»
... ainsi que la puissance :
«C'est des lampadaires à trois têtes? Alors qui éclairent plus, quoi... ça donne un peu plus. Donc là, l'éclairage public, ils ont mis l'intensité, elle est plus forte... Ils ont dû mettre des lampes plus importantes. Euh, oui il y en a tout le long.»

Effet voisin : Elargissement
Effet contraire : Affaiblissement

INTRUSION

Effet par lequel des sources d'éclairage, dans l'espace, semblent inopportunes.

Les lanternes en applique, sur une façade à proximité d'une ouverture, provoquent parfois une pénétration de la lumière dans l'espace intérieur. Ainsi, ces éclairages peuvent être perçus comme un inconfort, voire comme une «effraction» :
« Je me demande si, parce que là l'éclairage public il est quand même bien collé aux fenêtres, si ça gêne les gens ou pas... Les gens qui habitent, (...) C'est quand même bien collé, quoi».

Certains éclairages commerciaux sont alors énoncés comme venant troubler une composition d'ensemble :
«Bon Votre Écran 24/24h, ça c'est archi moche... ça dépareille en plus complètement.»
«Des enseignes qui sont placées directement sur la façade, mais ici par exemple ce genre d'enseigne perpendiculaire à la façade Chez Stéfano Pizza ces enseignes là, je vais les lire... Mais celles accolées à la façade... Non, pas du tout». «Oui, le nom tout seul ça m'aurait suffi. Surtout qu'il y a une lanterne toute mignonne sous la porte, je trouve ça dommage d'avoir accolé un truc…»
«L'enseigne du Pavillon d'or... Il y a trop d'éléments, trop de couleurs, trop de lumières… C'est ouais… J'ai pas envie de voir ça au milieu de la rue... ça n'a pas ça place.

Les dispositifs d'illumination des fêtes de Noël captent le regard. Les lumières éteintes suscitent une interrogation :
«A part ça, alors, sinon en parlant de l'éclairage, je ne sais pas si... (Peut être que tu pourras me répondre)... Mais pourquoi ils laissent les trucs de Noël et ils ne les allument pas... Les éclairages de Noël éteints... On est le deux avril !...»
Les lumières allumées apparaissent en décalage temporel :
«*La halle, elle est également éclairée, avec des petits loupions jaunes assez discrets, qui mettent bien en valeur l'architecture... Des taches de couleurs ou des taches blanches, jaunes, pour valoriser les arbres ou les bâtiments, les vieux bâtiments... Des espèces de guirlandes qu'on met pour Noël. Alors ! Il y a encore les décorations de Noël!.».*

Les lumières mal venues tendent à être vécues comme une pollution visuelle. (Il faut noter que le terme de pollution n'a jamais été utilisé dans les parcours des deux sites)

Effet voisin : irruption

IRRÉGULARITÉ

Effet par lequel les lumières semblent se propager irrégulièrement dans l'espace. Dans ce climat lumineux, certaines sources sont particulièrement valorisées et des trous noirs apparaissent.

Soit ce sont des points lumineux émergents qui viennent s'afficher irrégulièrement dans l'espace. Dans le cas présenté, on parlera plutôt de «discrétisation» parce que chaque enseigne lumineuse est bien distincte :
«Sinon, ce qui peut marquer pour l'instant : On a les premiers magasins sur la droite ; certains sont éclairés et d'autres pas. Là, mon regard est interpellé par une grande banderole, par, un fluo rouge de magasin, qui est là-bas... Je ne sais pas ce que c'était.

Soit ce sont des zones sombres qui viennent rythmer l'espace éclairé :
«André, sur la droite, ouais très éclairé... Regarde cette rue (de la République), franchement, très peu... On passe d'un extrême à un autre... Coté obscur ; regarde là, tu as l'ombre... Là tu fais... (Il y a dix mètres)... Il y a «hop!» Cinq boutiques éclairées... Et là tout de suite, tu arrives en face de la fontaine : il n'y a plus de lumière!»
Pour la personne le rythme clair/ obscur a été désagréable.

Par l'absence de point lumineux, l'uniformité de l'éclairage sur la chaussée est troublée. Les propos des interviewés semblent indiquer qu'il n'y a rien de dramatique, mais que leur gêne se fait quand même ressentir :
«Avec un joli trou noir, sur la route.» «Là, il manque un lampadaire pile poil, pour que ça soit mieux éclairé.»
«Oui, ils éclairent mieux que les autres, je trouve... Ça, c'est bien, mais à des endroits, il en manque quand même.»
L'illumination de la halle et l'éclairage commercial de la place aux Herbes conduisent à un contraste de luminance au sol (cf annexe : mesures de luminance). On pressent l'effet de sur-exposition.
«Alors ça dépend où l'on se trouve, parce que, si on se trouve là-dessous, il y aura plus de lumière, plus de luminosité... Si on se trouve là, on est moins... Déjà on est dans les lumières vertes qui n'éclairent pas beaucoup,. ça attire l'œil, mais ça n'a pas tendance à bien éclairer,. Alors que dessous, on voit bien que le sol est beaucoup plus éclairé…»
Les commerces en rez-de-chaussée d'un immeuble de l'avenue Jules Flandrin à Grenoble amènent une concentration d'enseignes qui donnent un aspect d'irrégularité à l'avenue :
« Et puis sur cette partie là, les enseignes sont plus basses... C'est vraiment les rez-de-chaussée des immeubles... Donc il y a une série... C'est discontinu.»
Le dysfonctionnement de l'éclairage d'une partie d'une enseigne produit un déséquilibre qui est toujours remarqué par les observateurs :
«A gauche, on passe à (l'enseigne) Grand Optic... Il y a une partie qui est allumée; il y a l'autre : elle est éteinte!
Ici, la personne ne porte aucun jugement. Le silence laisse supposer qu'il pencherait vers l'inesthétique, mais parfois une lettre manquante dans l'enseigne éclairée amène une lecture ludique.

Trou noir : Effet par lequel l'espace se trouve dans le noir par l'absence d'éclairage.
«Du côté droit, en allant sur Meylan et sur le centre de Grenoble, c'est là où l'on se rend compte quand même qu'il y a... C'est vraiment un trou noir au bout, là-bas... On ne sait pas trop où l'on va... En plus le connaissant ! C'est un échangeur assez compliqué!»
«Et puis, quand on arrive au bout de l'avenue, on à l'impression qu'il n'y a rien à voir... C'est noir, quand on regarde au fond... Donc l'éclairage public ça laisse complètement à désirer.» (Direction Gières)

L'espace, complément noir dans le champs visuel, est inévitablement signe de danger pour les usagers :
«Juste après, sur la gauche, l'impasse Brocherie... Eh! ce n'est plus une impasse là : c'est « guet à pan » plutôt !»
«... Ici, tu te reposes un peu des lumières trop fortes, mais c'est dangereux aussi... Je le sens un peu... Dans le parcours, même si tu as des ambiances différentes par rapport aux lumières et aux espaces, les bâtiments, c'est pas rassurant... C'est trop... , ça me parait trop dangereux.»
Le trou noir est synonyme de repousse* et de répulsion*.

Effet voisin : Hétérogénéité
Effet contraire : Homogénéité, Uniformité

IRRUPTION - nuance : Inondation -

Effet par lequel la lumière commerciale déborde abondamment sur l'espace public. La forte émergence énoncée par «ça crache», «ça pète», «ça flasche», «elle choque» «elle me saute au yeux» semble vécue comme un «imprévu» qui retient le regard et peut modifier le climat du moment. A ce titre, l'éclairage commercial du centre ville semble dicter de nouvelles conduites : les usagers s'arrêtent, parfois ils fuient (évitement*) ou bien encore, ils se sentent invités (Attraction*).

L'effet d'irruption apparaît :
- avec la taille des enseignes : « *Donc, à droite et à gauche, on a Intersport et Gémo... C'est vrai, on a des enseignes qui sont assez volumineuses. Gémo, «ça pète d'enfer»... Là ils ont bien choisi les quatre grosses lettres éclairées en bleu très fort... ça se voit bien.»*
- avec la puissance des enseignes : « *Alors Feu vert, tout de suite «ça pète», parce que c'est carrément éclairé dans toute la nuit... ça fait un peu spot... C'est super puissant comme lumière,... »*
- selon les angles de vue multiples : « *Et surtout ce qui tape à l'œil, c'est le Géant Casino à gauche, que ce soit dans ce sens là ou dans l'autre.»*
- Avec la couleur : *«Ben on... , là on parle des enseignes, c'est vrai que les enseignes, «ça tape» et surtout sur cette avenue... Il y a beaucoup de ce rouge vif, rouge «pas sang» mais... Je dirais même que c'est le rouge qui correspond à... aux feux arrières des voitures, tu vois ce rouge là... Donc l'œil est très attiré là-dessus... Par contre l'éclairage urbain, il est très discret, je trouve.*

La publicité lumineuse ne semble faire irruption dans l'espace que si la personne est passagère d'un véhicule:
«Quand on est conducteur, il y a certaines choses qui ne nous tapent pas à l'œil ou qu'on ne remarque pas aussitôt, comme ces espèces de sucettes-là, publicitaires. Il faut vraiment être passager pour pouvoir remarquer ça.»

Les enseignes émergentes de la place Grenette semblent empêcher l'appréhension de la place : (effet de masque* et atténuation*)
« Et ce qui domine là, c'est le vert du Restaurant Pizzeria Italien là,... Et le rouge du Bistrot romain quoi... Les néons... là il y a... quelque part ils cachent tout quoi... Ils «pètent» vraiment... Je trouve qu'ils ont bien placé les lumières mais je crois qu'elles n'illuminent pas assez quand même... Ils auraient dû mettre des lumières plus fortes».

Les enseignes émergentes semblent alors réduire la perception de l'espace : (focalisation*)
«Au bout de la rue... Mais là c'est flagrant... Je ne vois que les enseignes commerciales du magasin de chaussures Texto qui ressortent au-dessus du premier étage.»

L'enseigne émergente est alors restituée à sa fonction première : celle de promouvoir l'activité marchande:
«Ça flashe assez... Ben là, il ont mis en valeur le magasin.» ; «Une espèce de lampe très forte qui me fait penser aussi à un néon et, en fait, c'est très bien pour lui, parce que l'on ne voit que ça (rire).»

Cependant, certaines intrusions sont vécues comme une dominance de l'animation du lieu, elles deviennent alors attractives :
«Ah ben! l'Hibiscus, il est magnifique... Et il ressort énormément, avec toutes ses fleurs. Ça c'est une vitrine qui «dégorge» toute sa richesse et son opulence... Et qui sort sur la rue, qui est déversée sur la rue (la place Claveyson en fait) *et ça fait vraiment envie!»*

<u>Inondation :</u> effet par lequel l'éclairage déborde sur le sol.
«Et puis, il y a ce magasin là, qui fait aussi de la lumière : Casimodo... Donc en fait, ça éclaire surtout le sol.»

La lumière semble happer les pieds:
«Il y a des boutiques qui dépensent pas mal pour l'éclairage, surtout pour des pompes!... Donc là, il y a un amas de lumière qui vient chatouiller les pieds!. «

L'éclairage des vitrines n'attire pas seulement le regard sur l'étalage, elle participe également à la prise de conscience du traitement de l'espace :
« Je crois que cette boucherie, elle est, comment dire... On sent le passage devant la boucherie à cause de l'intensité de l'éclairage qu'elle dégage à l'extérieur... Parce que, tout le parcours qu'on a fait là, c'est vrai que, il y a des enseignes du côté droit (où l'on passait), mais qui n'éclairaient juste (que) la partie du magasin, ou le titre, ou..., Il ne participait pas à l'éclairage du petit trottoir... Mais là... Et enfin... Et c'est à ce moment là que j'ai remarqué le traitement du sol.»

L'éclairage indirect de la halle place aux Herbes, délimite également l'espace au sol :
«Alors, ça dépend où l'on se trouve... Parce que si on se trouve là-dessous il y aura plus de lumière, plus de luminosité... Si on se trouve là, on est moins... Déjà on est dans les lumières vertes qui n'éclairent pas beaucoup... ça attire l'œil mais ça n'a pas tendance à bien éclairer... Alors que dessous, on voit bien que le sol, il est beaucoup plus éclairé...»

Cette délimitation, à la fois du plafond et du sol «de la boîte», conduit à l'effet d'immersion, où à chaque moment, il est possible de s'échapper. (Située place aux Herbes elle-même délimitée sur ses pourtours on parlera d'un effet d'inclusion). Nous pouvons ici donner une citation d'Henri Alekan : «L'image d'un

paysage dans son ensemble se réduit à ces trois valeurs : le ciel, les masses du paysage, le sol.»

Avenue Gabriel Péri, les tubes luminescents du bâtiment «Feu vert» ne sont pas énoncés comme un soulignement. C'est bien l'effet de la lumière colorée qui est décrite :
«Ce magasin là, donc de pneumatiques de service automobile, ils l'ont réussi... Parce que le vert, on ne peut pas le rater... Et ça inonde le parking aussi... Toute l'ambiance est verte devant... Ils l'ont bien signalé.»

Effet voisin : Intrusion

M

MIXAGE

Effet par lequel l'espace semble être éclairé par une co-pénétration de sources différentes.

Le mélange de différents éclairages à été évoqué :
- au sujet de la place Notre-Dame:
«Alors place Notre-Dame on a encore autre chose, on a un mélange de plein de choses que j'ai d'écrites avant ... Euh, en fait, ça fait comme si c'était un mélange de la Grande-Rue oui, en fait, de tout ce qu'on a traversé avant.»
«Il y a beaucoup d'éclairages publics et beaucoup d'enseignes... Ce qui fait que je t'ai dis que c'était chargé et que... Tu vois le... , une vitrine complètement éclairée et en même temps, après deux mètres, il y a un éclairage public.»
- au sujet de la place aux Herbes:
«Donc, ben d'ici, on est toujours sur la places aux Herbes... On repère beaucoup l'enseigne du Restaurant Indien, dans la rue Brocherie là, parce que les tons verts bleutés... Enfin d'ici, je vois un peu bleu après, (ça dépend des gens)... et tout le reste des lumières enfin sont blanches, sauf les lumières des lampadaires qui sont jaunes.»

Mixage des températures couleurs de l'éclairage public:
«Sinon, y a un mixte entre les éclairages blancs et oranges.»

Mixage (apprécié) de couleurs au niveau des enseignes.
«Kili, le second marché du livre neuf... On le voit cette fois-ci... Ils mélangent le jaune et le vert (bleu)... ça donne une bonne ambiance.» ; «Là je vois Kebab, kebab écrit en jaune et en vert, pour faire ressortir... Ben c'est le seul pratiquement ouvert dans cette rue... Mais ça éclaire, ça attire l'œil...» ; «Non, c'est sympa, c'est sympa, je trouve les couleurs, enfin le choix des couleurs vertes et rouges pour la dénomination du magasin.»
Mais : *«C'est toujours rouge ou vert quand même, hein ? »*

L'installation de nombreuses sources pour un commerce frôle la médiocrité :
«Entre nous là, on ne voit pas écrit Tavola Galda... C'est un espèce de halo vert... Il y a écrit : Pizzeria (enseigne sur le côté) ... Et puis trois lampions blancs, quoi, c'est un peu miteux finalement.

L'observateur éprouve de la difficulté à choisir ce qu'il veut voir et décrire, en arrivant sur l'avenue Gabriel Péri :
«On ne sait plus quoi décrire parce qu'il y en a partout : des panneaux sur le bord de la route, des panneaux publicitaires 4x3 éclairés, des enseignes ponctuellement... ».

L'effet d'émergence semble nuire à la lecture du paysage :
«Moi parfois, j'aime bien l'harmonie... Je trouve harmonieux quand il y a le feu vert, le feu rouge, la lumière un peu jaune de l'avenue... Mais parfois les feux, quand tu conduis, ils attirent l'attention et t'empêchent de voir l'ensemble. Donc tu ne vois que le feu».

En éclairagisme : Mode d'éclairage mixte: L'appareil émet une partie des rayons lumineux en direct et une partie en indirect.

O

OBSTACLE

Effet psycho-moteur par lequel l'éclairage ou un dispositif spatial bloque la déambulation.

A une certaine distance (vision éloignée) une vitrine ou une enseigne dessine un carré blanc. Il s'impose au regard dans le contexte lumineux et apparaît alors comme attractif mais il peut aussi sembler infranchissable. Le «mur blanc» peut créer un effet de répulsion, à une distance plus proche, il apparaît comme transparent : l'effet d'attraction et de dilatation surviennent alors.

Dans ce cas-ci la façade très lumineuse bloque la déambulation, dans un premier temps, puis amène le contournement (évitement).
«Donc là, ouais, c'est un peu trop quoi... Surtout de face comme ça... Non c'est pas terrible! (a personne s'arrête) On est au niveau de Raymond Christian... Voila... C'est l'enseigne de Grenoble partout, dans les quartiers «hyper»

reculés... T'as cette énorme Raymond Christian qui te vend des milliards de chaussures!... Il a mis une sacrée pancarte de magasin, avec une vitrine assez lumineuse, voire même beaucoup! »

Le filtre «grille» est parfois vécu comme un obstacle :
«On passe devant Mise au Green... A part la petite enseigne dehors et un petit néon à l'intérieur il n'y a pas grand chose d'autre non plus... Il y a la grille, qui arrête en plus.»

La place grenette fait l'objet d'une double coupure lumineuse et spatiale. Ici la déambulation est bloquée momentanément par le passage des automobiles :
«Donc là, on est moins dans l'emprise des enseignes là... Alors vers le Taxi ... C'est un peu sombre quand même, hein ? Oui, c'est ça en fait, on est un petit peu bloqué par le passage des voitures... Ce n'est pas grave !»

L'assombrissement, associé à l'émergence sonore, apparaît comme un frein :
«Ça fait une vitrine assez sombre... En plus on entend le bordel qu'il y a l'intérieur... ça me paraît vulgaire... Il faudrait un peu plus de lumière, au moins, pour attirer... Après à l'intérieur, je ne dis pas, mais…»

Pendant le parcours Gabriel Péri, pour un interviewé, la vitesse apparaît comme un obstacle à la description précise d'une enseigne :
«Ben je disais... Comme on est en voiture, on n'a pas le temps de s'arrêter sur une enseigne... Sauf quand on est au feu, comme ça.»

OBSTRUCTION VISUELLE

Effet visuel par lequel un éclairage ou un dispositif spatial bloque la perspective visuelle.

Les lumières dominantes ou émergentes, au premier plan, obligent le regard à se focaliser et semblent empêcher la saisie globale de la scène :
«Et ce qui domine là, c'est le vert du Restaurant Pizzeria Italien là... Et le rouge du Bistrot romain… Les néons... Il y a… Quelque part, ils cachent tout quoi. Ils «pètent», quoi, vraiment.»
«Moi parfois... J'aime bien l'harmonie... Je trouve harmonieux quand il y a le feu vert, le feu rouge, la lumière un peu jaune de l'avenue... Mais parfois, les feux quand tu conduis, ils attirent l'attention et t'empêchent de voir l'ensemble... Donc tu ne vois que le feu.»

«Pare-soleil», «échafaudage», «halle», sont des dispositifs qui gênent la vision et donc par là qui peuvent repousser l'usager :
«Ben, déjà ici, la lumière qui attire le plus c'est celle du restaurant là (Le Privilège, en vert)... Déjà parce que bon c'est la plus lumineuse... Même si en face elles sont lumineuses... Ce n'est pas pareil en fait, le pare soleil ça cache la lumière de l'intérieur.»
«A part ça, la plupart des enseignes sont éteintes... On passe devant Arthaud, librairie lambda, qui est éclairée... Mais bon, vu qu'il y a les échafaudages devant, ça n'attire pas beaucoup... Echafaudages qui masquent la librairie Arthaud dont les vitrines sont toujours hyper pauvres.»
«Ben, d'un côté, elle (la place aux Herbes) est illuminée, de l'autre moins... Donc on ne voit que d'un côté: le côté droit... A gauche, avec le marché (la halle) ça gêne en fait.»

Le manque d'éclairage empêche la vision : (cf: dénuement)
«Le pâtissier Banette : là tout est caché. On ne voit rien. C'est dommage! C'est toujours sympa de voir les croissants!»

Effet voisin : obstacle, masque
Effet contraire : approfondissement

P

PHOTOMNESE

Effet par lequel un usager imagine une scène en visualisant un paysage. La photomnèse est une activité mentale qui utilise la vue pour rappeler à la mémoire des images liées à la scène observée. C'est une scène vécue qui engendre l'imagination d'une nouvelle scène.

Dans le cas présenté, la photomnèse s'exerce par la remémoration du paysage diurne :
«Le panorama, là donc... Au fond, les montagnes on les voit, on les... On arrive tout juste un petit peu à les voir quoi, à les imaginer plutôt... Et il n'y a pas beaucoup trop de lumières d'habitation au niveau des…
Les montagnes disparaissent dans la nuit. Seules quelques petites lumières dessinent le pied de la Chartreuse. L'effet d'anamnèse* est alors relevé :
« On a toujours à droite ce panorama de... Un peu comme sur la côte, avec ses petites loupiottes, qu'on voit un peu sur les bords de mer... Qui est assez sympa... Qui est assez agréable à regarder quoi.»

Effet voisin : Anamnèse

PLAFOND

Effet de compression* par lequel l'éclairage impose une limite verticale à l'espace : le ciel disparaît et un plafond s'installe.

L'effet de plafond émerge avec l'éclairage des commerces en rez-de-chaussée qui *«infléchissent les limites latérales dans les rues étroites»*. Il a été relevé par les parcourants dans la Grande-Rue et dans la rue Brocherie :
«Ils (les éclairages) sont assez bas, dans la Grande-Rue... Ils ne doivent pas dépasser... Ils doivent tous être au-dessus du premier étage, entre le premier et le deuxième étage... Bien, on à l'impression que c'est un petit peu tassé, en fait, surtout par rapport aux immeubles qui sont en hauteur.»
«Donc comme l'éclairage est assez bas, ça fait comme, pas un casque, mais peut être comme un pont en fait.»

Au niveau de l'avenue Gabriel Péri l'effet de plafond s'installe avec la signalisation tricolore :
«Puis, c'est marrant, peut être parce que les feux euh... ça baisse le... , ça referme un peu l'ambiance quoi... Surtout quand ils sont tous de la même couleur... Là, ils sont tous rouges.»
(A certains carrefours on relève 5 feux pour une double voie accompagnée de voies de changement de direction et de bus)

La lumière en plongée (c'est à dire qui est située au-dessus et en avancée) favorise cet effet de plafond, parce qu'elle atténue l'échelle des objets et ancre au sol. On notera que l'effet de plafond est lié à celui d'estompage (gommage des façades en partie haute.)
«Voilà, qu'est ce que je vois encore ? Euh, là par contre, on a aussi... C'est différent au niveau de l'éclairage parce que, euh, il y a un choix qui est fait aussi d'éclairer au-dessus sur cette place, au-dessus... Donc on n'a plus un éclairage seulement au premier, enfin au-dessus du premier étage, entre le premier et le deuxième... Mais on a un éclairage au dessus, en haut des immeubles, des immeubles moyens.»

« Le mur passe par là où cesse l'effet de la lumière. Cela est aussi valable pour la délimitation vers le haut, le «plafond». On pénètre dans un cercle lumineux, qu'il s'agissent du petit cercle de feu de camp ou celui, plus grand, d'un boulevard illuminé. En tant que salle, le boulevard recevait sa délimitation latérale illuminée des façades d'immeubles formées par des vitrines, des restaurants et des terrasses de cafés, et son plafond passait là où l'éclairage commercial cessait, à savoir au premier étage environ de la rangée de maisons.» in Wolgang Schivelbusch, *La nuit Désenchentée*, Le promeneur, p120

Effet voisin : Compression, Couloir
Effet contraire : Dilatation

POINTILLISME

Effet par lequel l'éclairage apparaît sous forme de multiples points lumineux.

Cet effet survient après la perception de lumières émergentes. L'éclairage relève alors de la notion de détail :
«Puis les lumières plus douces, en fait, un peu plus tamisées... Enfin je sais pas si on peut dire tamisé, les... Comme les petits points jaunes, là au-dessus de l'enseigne... On les repère moins... Il faut vraiment si attarder.»

L'effet de pointillisme se dévoile avec la distance et la perspective :
«Alors, au loin... Enfin, dans l'immédiat, tout de suite... Il n'y a pas de points lumineux ou d'enseignes qui m'attirent spécialement... Mais peut être que si je prolonge ma vision vers... Au fond, il y a ces trois carrés, ou ces trois points lumineux qu'on voit là, avec la couleur un peu... Je ne sais pas comment, rose... Enfin à peu près (,..)»
On remarque alors la difficulté à définir la teinte de ces points lumineux.

«Je trouve ça... Oui, ça va bien avec... Surtout que dans le fond, on voit un petit peu toutes les lumières en chandelle du restaurant, avec une ambiance vachement feutrée, avec des tulles rouges. (Place Claveyson)»
«Là, tu as des petites lumières, tu vois... Comment on appelle ça ?... On va dire des lustres... C'est des petits spots. (Gabriel -Péri, niveau Géant Casino)»
Les petites lumières deviennent alors synonyme d'intimité et de convivialité.

Place Notre-Dame, un interviewé relève une contradiction entre l'effet de pointillisme donné par les candélabres au gaz et l'ambiance uniforme de la scène :
«La lumière, ici, elle est... Je la trouve beaucoup plus uniforme que la place aux Herbes où c'était plus des points comme ça qui éclairent... Alors que là, c'est le sol... Il est pratiquement uniforme, quoi... C'est ce qui fait bizarre en voyant les petits (luminaires), on s'attend à voir un éclairage autour, et non pas trop!»

A cet endroit là, l'effet de pointillisme de l'éclairage public engendre une complexité dans la lisibilité :

«*Tout de suite c'est les points d'éclairage dans le sol qui m'attirent, en fait, plutôt que l'éclairage public qui n'est pas très évident. «*

A travers les produits exposés en vitrines, l'éclairage intérieur semble se diffracter sur l'espace public :
«On a juste un éclairage simple, mais avec les matières (des produits) qui sont différentes dans la boutique ça donne... On a l'impression comme ça, qu'on a différents éclairages... ça aussi c'est intéressant.»
La lumière est bien ce qu'elle donne à voir (Ici les différentes variétés de «graines»). L'exposition est pointilliste.

On pourra noter que l'effet de pointillisme demande de l'ombre.

Effet de Scintillement : Effet par lequel les points lumineux brillent avec une fluctuation très rapide. Cet effet relève de la perception alors que le clignotement* relève d'une volonté d'éclairer d'une manière intermittente.

A Saint-Martin d'Hères «les loupiottes» construisent une profondeur (ou une perspective) et inscrivent par conséquent l'avenue Gabriel Péri dans un *«Grand paysage»* :
«Au niveau de l'entrée du domaine universitaire*: «On a toujours à droite ce panorama de... Un peu comme sur la Côte, avec ces petites loupiottes, qu'on voit un peu sur les bords de mer... Qui est assez sympa... Qui est assez agréable à regarder, quoi.»*

Ainsi les lumières lointaines des villes alentours sont comparables à des étoiles.
«Et on repasse dans la zone non éclairée, pour passer sous la rocade... Donc là, on sent la présence de la montagne derrière, parce que l'on voit des petites loupiottes qui se confondent dans le ciel... C'est les loupiottes de village... C'est les collines, avec donc au fond, les lumières d'habitations en montagne... Ce n'est plus la ville quoi,... »

Analyse filmique les Amants du Pont Neuf : «La profondeur donne le rapport des personnages à la ville : un rapport à la fois lointain et profond. La référence à l'espace réel nous donne cette ville comme lointaine. A l'image en revanche, ces petites taches lumineuses renvoient à une intimité, une proximité, une contiguïté. Ce flou fait seulement référence à une sorte d'état gazeux, impalpable, dans lesquels sont plongés les personnages et qui en même temps contribue à la poétique de leur ville. (...) Au cinéma, ce scintillement permanent de la ville semble traduire l'urbanité.» Sandra Fiori, *Eclairage scénique / Eclairage urbain*, DEA, 1995.

Papillotement : Impression de fluctuation de la luminance ou de la couleur se produisant lorsque la fréquence de la variation du stimulus lumineux se situe entre quelques hertz et la fréquence de fusion des images. (Exemple : les anciens tubes fluorescents dans les salles de classe)

POLARISATION

Effet par lequel la lumière révèle l'espace de manière dissymétrique : un plan lumineux s'oppose à un autre sombre.

L'espace est décrit en terme de comparaison entre le côté droit et le côté gauche :
«Euh, bien en fait, sur la droite, je n'aperçois rien du tout... Il n'y a pas d'éclairage... Ben pratiquement pas, tandis que sur la gauche, c'est mieux éclairé.»

- Déséquilibre entre commerce et établissement public (la Clinique Belledonne)
«Et surtout ce qui tape à l'œil, c'est le Géant Casino à gauche... Que ce soit dans ce sens là ou dans l'autre. Là, il n'y a rien soit disant... Ben, il n'y a rien qui, qui fait le contrepoids au niveau lumière... »
- Déséquilibre dans l'éclairage des vitrines :
«Alors là, je vois pas du tout pourquoi, il y a juste un tout petit morceau d'éclairé… Je ne comprends pas, soit tu éclaires la vitrine entière soit tu… Ou des petits trucs par ci par là... Là y en a qu'un... Donc celui là, il pourrait être éclairé»
- Déséquilibre selon la nature des éclairages commerciaux :
«D'un côté, c'est surtout les éclairages plutôt vifs : rouges, jaunes... Tandis que de l'autre côté, c'est les boutiques et elles sont moins éclairées, voire pratiquement négligées, même pas du tout. (Au niveau enseigne et non des vitrines).»
- Déséquilibre de couleurs :
«Ben là, il y a l'enseigne Mobistore orange, (à gauche)... Donc c'est la seule couleur à peu près, dans la rue... Donc elle ressort bien... Ça flashe assez... Ben là, ils ont mis en valeur le magasin... Ça attire plus que le blanc, en face, où il n'y a rien du tout à vrai dire.
- Déséquilibre créé par la halle qui obstrue la vision :
«Ben, d'un côté, elle est illuminée, de l'autre moins... Donc on ne voit que d'un côté : le côté droit... A gauche, avec le marché, ça gêne en fait.»
- Déséquilibre au niveau du carrefour qui peut induire un choix dans la direction :
«Du côté droit, en allant sur Meylan et sur le centre de Grenoble... C'est là où l'on se rend compte quand même qu'il y a... C'est vraiment un trou noir au bout, là-bas... On ne sait pas trop où on va... En plus le connaissant !... C'est un échangeur assez compliqué!(...) Et l'ambiance là (sur la droite), c'est assez tranquille... Les bords de l'Isère donnent une ambiance un peu... Donc avec une ambiance de parc la nuit, sympa... Avec cette lumière toujours un peu

jaune, cette verdure, ces fleurs qui vont... Qui est assez rassurante, qui est bien éclairée,... Enfin pas trop éclairée... C'est assez sécurisant, quoi.»

Effet contraire : Uniformité, homogénéité
Effet contraire : hétérogénéité

PONDERATION

Effet par lequel les divers éclairages induisent une notion d'équilibre.

Ainsi sur une place, le sentiment d'un éclairage public plus satisfaisant que celui d'une rue, conduit à qualifier l'éclairage commercial d'adouci :
«Mais là (Place Notre Dame), ils peuvent se permettre d'être un peu plus discret (au niveau éclairage commercial) puisque c'est plus éclairé que dans les rues.»

Inversement une rue peu éclairée contribue à mettre en avant l'éclairage commercial :
«Là-bas, à côté, à droite, regarde cette rue (de la République) : (il n'y a) pas beaucoup d'éclairage. L'ancien éclairage, là, «jaune machin» et tout... Et bien forcement les boutiques, elles sont un peu plus éclairées... Il y a un peu plus de lumière... »

Au niveau de l'éclairage de la vitrine et des enseignes d'un commerce, l'usager exprime l'idée de dosage :
«S'il n'y a pas d'enseignes, il faut que la vitrine soit allumée. Si la vitrine est éteinte, je préfère qu'il y ait une enseigne... L'un ou l'autre... Là, tu vois, il n'y a pas d'enseigne, mais c'est bien éclairé... Donc, tu vois quand même. Et puis, c'est pas trop; là, ça va... On devine juste ce qu'il y a, tout en ayant envie d'y aller, parce que justement on ne voit pas trop! (rire)…»

Par ailleurs, un espace sombre conduirait le commerçant à déployer un éclairage plus puissant pour se faire remarquer. Dans ce cas l'équilibre jouant avec les extrêmes du sombre et du clair, produit un contraste :
«Franchement, on a l'impression d'être dans une ville morte sur cette place... Il y a des commerces qui sont obligés de mettre des... , quasiment, regarde... des gros spots tout de blanc, pour éclairer, pour montrer qu'ils sont ouverts.»

R

Réchauffement

Effet par lequel l'espace coloré (et révélé par la lumière ou la teinte de l'éclairage) produit chez l'usager la sensation d'être en présence d'une ambiance dont la température est chaude, ce qui ne va pas sans rapport avec la notion d'intimité.

La rue Brocherie n'est pas très large et si l'éclairage commercial tend à l'élargir (dilatation*) elle conserve malgré tout son côté intime :
« La ruelle est assez large, c'est vrai, même si elle est peu éclairée... ça donne un peu un côté... C'est un peu plus chaleureux, quoi, avec tout les restaurants un peu à thème.»

L'éclairage public au sodium est vécu comme chaleureux :
«Là, on arrive au rond point en chantier et tu te sens dans une ambiance chaleureuse, parce que la lumière est un peu jaune.»
«Mais au niveau ambiance, c'est là!... ça se rapproche de l'entrée sur Grenoble... Oui! là en fait, ça fait une sorte de symétrie : il y a eu Gières avec une ambiance un peu chaude, Saint-Martin où ça pète partout avec tous les spots, et puis après, Grenoble où l'on retrouve cette ambiance-là.»

L'ambiance lumineuse cède parfois sa place au sonore ; le clapotement de l'eau réchauffe la place Claveyson :
«*Bon, puis il y a pareil : les bruits, l'ambiance... Il y a toujours l'eau à coté qui donne un côté un petit peu plus chaleureux, un peu plus... Je sais pas, un peu plus... ça donne une petite touche de personnalité quoi, c'est,... On a plus envie de rester là.»*
Les sources d'éclairage dégagent de la chaleur mais, inversement certains systèmes de chauffage produisent de la lumière :
« *Là, l'éclairage de… et les néons... On dirait presque qu'ils chauffent... ça doit chauffer d'ailleurs! Du coup les gens sont là... avec «la lumière du chauffage !»... ça crée une lumière d'intimité. «*

Effet contraire : Refroidissement

Reconnaissance

Effet par lequel une enseigne lumineuse, par connaissance ou par habitude, fait sens aux yeux de l'usager. La nomenclature, la couleur, le logo sont sans surprise et amènent souvent un regard furtif.

Ces enseignes dites « généralistes » sont largement visibles et lisibles :
« On est en face des Galeries Lafayette... Donc pour moi c'est un repère vraiment traditionnel des villes.»
«Donc là, c'est des «codes-couleurs» qu'on connaît.»
«Darty, c'est très bien, (rire)... On le voit tout de suite. C'est pas mal parce qu'on connaît assez bien le sigle rond... Enfin, le rond blanc... Donc même de loin, sans trop le voir, on le reconnaît tout de suite.»
«Euh... Il y a un garage Renault au fond... Ben voilà... Enfin je pense que c'est un garage Renault : on reconnaît le sigle.»

Si elles ont le pouvoir de rassurer le visiteur dans un territoire inconnu, elles font partie entière du paysage pour les usagers-habitants :
«Et là on revoit sur la droite, l'enseigne Géant Casino... On est sûr de le repérer de loin. Et ça c'est pareil, c'est une enseigne qu'on voit partout, dont on a vraiment l'habitude... Ça fait partie du paysage, donc j'y fais pas plus attention qu'autre chose.»

Reflet

La lumière produit des reflets
« Donc c'est, en fait... Il y a des reflets. Je trouve ça... oui, ça va bien avec... Surtout que dans le fond, on voit un petit peu toutes les lumières en chandelle du restaurant... Avec une ambiance vachement feutrée, avec des tulles rouges.

Diffusion
«Non! c'est quand même plus lumineux... Pareil : pas une lumière directe donc, c'est pas désagréable. De l'éclairage qui est toujours projeté sur quelque chose... Enfin, avec un reflet.»
«Euh... Ce qui est également sympa, c'est que, comme la façade est en verre, ça réfléchit la Cantina Mexicaine... Oui, ça fait un écho.» (Encadrement)

Réflexion
« Grâce au super panneau « interdit de tourner » là, qui réverbère bien la lumière des feux (phares) ça permet aussi de se repérer sur la route.»
« Celui-là il est vert, celui-là il est rouge (La Boite à Sardines décrite place Claveyson), un peu rouge... Non c'est l'effet du mur, quoi... C'est le contraste, mais bon…»

Eblouissement
«Non, il est …non il est ouvert! C'est éclairé dedans, donc, mais en fait, en arrivant, on croyait que c'était éclairé!... Mais c'est pas tant éclairé que ça à l'intérieur... C'est le spot qui faisait de la lumière sur la vitre!.

Refroidissement

Effet par lequel l'espace coloré (et révélé par la lumière ou la teinte de l'éclairage) produit chez l'usager la sensation d'être en présence d'une ambiance dont la température est froide, ce qui ne va pas sans rapport avec la notion d'anonyme.

Connotée de température froide, l'enseigne verte du Privilège apparaît alors inesthétique :
«Alors ici, c'est pas joli... Ils auraient dû mettre une autre couleur, je sais pas, une couleur plus chaleureuse.»

La sobriété intérieure du Grand Optical, présentée aux passants, est qualifiée de «froideur», mais l'interviewé insiste : «médical, asepsie». Cette connotation renvoie à l'image de l'hôpital et certainement à la représentation de celui-ci, c'est à dire au sentiment d'inconfort, de mal aise...
«C'est d'une froideur médicale... Bon, c'est bien ce que ça veut dire, mais, euh, c'est l'asepsie complète!... Tout blanc!»

La couleur de l'éclairage public semble aussi venir renforcer l'ambiance de la place Claveyson qui, pour certaines personnes, n'apparaît déjà pas très chaleureux :
« C'est pas hyper chaleureux, comme euh… Je ne vois plus aussi les fenêtres et les intérieurs, les plafonds en bois,... D'autant plus s'il y a des lumières blanches, en fait.»

L'effet de refroidissement, dans un rapport de contrastes, côtoie souvent celui de réchauffement :

A plusieurs reprises les interviewés ont comparé l'ambiance intérieure des bars à celle de l'extérieur, d'un point de vu de la température.
«Renaissance Café, là ... La décoration avec une espèce de fausse peinture au fond, pour donner le style Renaissance, et puis le vert, je trouve que ça fait froid... C'est... Il a voulu donner un petit peu de chaleur en peignant son bar en espèce de bordeau-léger là... Et puis bon, les verres accrochés c'est sympa... Mais le reste ça fait froid... En plus les grosses pierres... bâtiment-grosses pierres... encore plus froid.»
«Il y a un traitement en bleu qui fait, à mon avis, plutôt froid, en comparaison à ce qu'on entend... Il y a des palmiers qui sont à l'extérieur et qui tendent à dire que c'est plutôt chaud, quoi.»

Cherchant à expliquer le changement d'ambiance d'une rue à l'autre, les interviewés remarquent et comparent alors la température de couleur de l'éclairage public :
«J'ai constaté une différence : l'éclairage de la place au fond m'a attiré. Il a été traité en orange (jaune), ce qui est plus... Enfin c'est plus chaud, c'est plus sympa... Alors que l'éclairage de la Grande-Rue est froid et blanc.

Effet contraire : Réchauffement

Repérage

Effet par lequel l'éclairage commercial permet de remarquer, d'identifier un commerce (parfois inconnu) mais également de se repérer de s'orienter dans l'espace en le positionnant dans le cheminement.

L'éclairage commercial permet de repérer un commerce qui ne l'avait pas été forcement de jour. Les usagers expriment alors un certain étonnement.
L'éclairage permet alors à certains magasins implantés en retrait de l'avenue Gabriel Péri (implantation au second plan) ou de l'avenue J. Flandrin (contexte végétal), de passer de l'inaperçu à l'aperçu :
«*Alors... C'est vrai que c'est pas mal de passer de nuit, parce que ça permet de repérer certains magasins, genre... Je ne savais pas qu'il y avait un Hygéna, une Halle aux chaussures... Ici, ben je le saurai, parce que quand tu passes de jour, tu n'as pas forcement le temps de le repérer.»*
«Une Clinique Vétérinaire que je n'avais jamais remarqué.»

Au centre ville de Grenoble, c'est davantage la taille du commerce et les commerces environnants qui peuvent, de jour, mettre le commerce en situation d'inaperçu. La nuit l'éclairage vient les révéler au yeux du passant :
«Tiens! Et bien à droite, il y a un torréfacteur... Tu vois, j'avais jamais vu qu'il y avait un torréfacteur!»
«Alors de jour, je n'avais jamais remarqué Réserve Naturelle, ce magasin-là... Euh, du coup, de nuit, il est énorme!»

Les enseignes lumineuses jouent le rôle d'un véritable signal. L'usager ayant repéré l'accès (l'entrée), aura plus de facilité à se déplacer :
«Par contre, dans ce sens là, l'entrée, on la voit à 3 kilomètres, l'entrée du centre commercial…»
«Sinon, leur entrée, elle est bien décorée par le rouge, (c'est à dire)... qui donne bien, qui identifie bien leur entrée.»

La nuit, les points de repère ne sont plus forcement les mêmes, ce qui est lumineux marque alors l'espace et permet une orientation plus aisée :
«Mais, peut être qu'il y aurait des bâtiments à... Pour servir de repère... Là, quels repères on peut avoir ici, mise à part cette longue avenue ? Euh... On sait qu'il y a Darty... (plus loin).»
«Donc là, il n'y a plus rien à part les feux (tricolores) qui te donnent tes points de repères.»

REPULSION

Effet psychomoteur par lequel un phénomène lumineux provoque une attitude de rejet, ainsi que des conduites de fuites esquissées ou réelles.

« Bon là, ça devient de plus en plus sombre... On est sur le pont... Là c'est triste, c'est lugubre, Il faut vite rouler, vite! Parce qu'on est entre les deux, en fait.»

L'effet d'émergence* conduit à la fuite :
« Les néons, ça attire sur le coup, mais en fait, on lit le nom, et on s'en va.»

La surcharge de couleurs et d'écritures produit de l'ennui et donc l'éloignement :
« C'est vrai que je lis «le Pavillon d'or», mais pour pouvoir lire tout ce qu'il y a après!... Je m'ennuie tout de suite et je m'en vais, donc !»

Ici c'est l'effet de surexposition que nous n'avons pas développé dans notre analyse et qui explique la fuite du regard, puis celle du passant :

« Ça attire parce qu'on regarde dedans, mais vu qu'on ne voit pas grand chose... Et ben, on tourne vite les yeux.» (La Boîte à sardines)
En effet, la devanture du bar possède une grande partie vitrée. Les clients semblent alors observer les passants qui baignent sous la lumière de l'éclairage public, alors que pour le passant, il n'y a pas de réciprocité. Celui-ci se sent alors exposé.

Repousse : effet par lequel l'éclairage n'invite pas l'observateur. L'espace éclairé n'est donc pas accueillant.

«Ça donne, on va dire... Je sais pas, moi... ça ne me donne pas envie d'y aller.»

Plusieurs effets et notions sont à l'origine de cette repousse :

Le suréclairement* et l'éblouissement*:

«En face, il y a une vitrine qui est relativement agressive... Par contre… Ce magasin que l'on voit en gros Raymond Christian chaussures... .» ; «C'est tout blanc... ça ne donne pas du tout envie de rentrer.»

«Euh... là, par contre, Il y a un espèce de spot qui nous éclaire la tête... On se fait complètement aveugler par le spot, une lumière blanche... Sorti de là, «c'est pas top» !... ça ne donne pas «hyper envie» d'y aller !»

Le trop de lumière conduit à la figure d'évitement :

« C'est pas agressif, mais on n'a pas forcement envie de regarder vers les vitrines, contrairement à ce qu'on pourrait imaginer. D'ailleurs on a plutôt envie d'être protégé de la lumière... ça doit dépendre des gens, mais on n'a pas envie de raser les vitrines par exemple. On parle souvent de la lumière : «c'est la sécurité !»... Bon là, il y a un peu le côté inverse : on a envie d'être protégé par l'ombre.»

Le masque ou le filtrage* :

«Ils ne donnent pas envie d'y aller, parce que ça fait tout... On ne voit pas à l'intérieur en passant... C'est très renfermé... ça fait très fermé, en fait.»

« A part ça, la plupart des enseignes sont éteintes... On passe devant Arthaud, librairie Lambda, qui est éclairée... Mais bon, vu qu'il y a les échafaudages devant, ça n'attire pas beaucoup.»

Le sous-éclairement :
«C'est pas très bien éclairé en fait,... Donc on ne voit pas... Enfin c'est éclairé... La lumière, je ne sais pas comment dire, les lampadaires et tout... Mais les magasins, ils sont assez... Il n'y a aucun éclairage la nuit, donc on n'a pas envie d'aller voir ce qu'il y a dans les vitrines... Il n'y a rien qui attire spécialement en fait.»

«C'est un peu chaud pour passer... Sincèrement, c'est pas rassurant... C'est vrai... Je passerais plus du côté de la rue euh... comment ? euh... Jean Jacques Rousseau, sur la droite... Celle-ci, elle est un peu plus éclairée que… en tout cas, la Grande-Rue.»

«Alors, sur la droite, il y a une petite rue, là... On a juste une échappée. Ça fait médiéval, quoi, (un peu, pour moi) cette rue-là, la rue des Valbonnais avec... comme des torches en haut... Tout sombre, hum!... Non!, on n'y va pas, quoi On' a pas envie, on voit pas l'intérêt, quoi.»

La dispersion*:

«La rue des clercs, à droite, elle ne m'attire pas spécialement, parce que sur une quinzaine de magasins... une dizaine... Il n'y en a que deux qui sont allumés.»

L'ombre et le sonore :

« Non, je ne sais pas... On a l'impression que ce n'est pas si attrayant que ça... En fait, ça fait une vitrine assez sombre... En plus, on entend le bordel qu'il y a l'intérieur.»

La température de couleur : (cf coloration*) :

«On sort de Gières. On est sur la route. Ce n'est pas très agréable comme éclairage... C'est très ancien[3]... Ce n'est pas accueillant.»

La décoration de la vitrine :
«Là aussi, le fait que les couleurs soient assez chaudes, on n'a pas forcement envie d'y aller.. Tout est rangé... C'est carré. C'est bien... Tout est droit, bien propre sur soi.»

On note aussi que l'avenue Gabriel Péri n'est pas un lieu qui invite à la promenade et qu'à Gières l'éclairage public n'invite pas, non plus, à se diriger vers l'abris de bus.

RÉTRÉCISSEMENT

Effet par lequel la diminution des dimensions de l'espace, au cours du déplacement, donne l'impression d'une variation de lumière plus forte alors qu'elle n'a pas forcément varié.

«Et puis là, on sent qu'on arrive dans Grenoble. La circulation se ressert... Peut être l'avenue aussi... Ou alors, c'est juste une impression... Mais c'est peut être parce qu'il y a le site propre du bus.»
«L'ambiance est plus «cloîtrée» du fait des habitations... On n'est moins ouvert au panorama... On est plus dans une ambiance de quartier populaire, un peu sympa, je veux dire.» (Gabriel Péri - avant le changement d'implantation)

Distanciation : effet par lequel l'éclairage produit un éloignement par rapport à un élément de référence.

Ici, c'est bien le rétrécissement qui s'accompagne d'une baisse d'intensité et qui produit cet effet :

«Donc effectivement, là on va rentrer plutôt dans la partie... On va dire «maisons» ;on va dire : «la partie village». Gières... Domaine... Là on sent qu'on s'éloigne du centre quoi... C'est là.., On est encore... Enfin, l'avenue nous rappelle qu'on est encore dans un centre ville... Enfin dans une grande ville, quoi... Mais on s'en éloigne quoi, on rentre plutôt dans des, du fait de la lumière, du fait de l'avenue qui se rétrécie.»

Effet contraire : Elargissement

S

SOUS-ECLAIREMENT (Dénuement)

Effet par lequel l'espace semble dénudé ou manquer d'éclairage.

Les observateurs ont insisté sur le manque d'illumination au niveau des façades et des fontaines de la place Grenette et de la Place Notre-Dame (cf : Gommage*) :

«(La place est…) ben, d'une pauvreté remarquable, avec ses misérables ballons de fêtes et puis les façades aucunement éclairées.»

«Par contre, toujours la même chose : la fontaine n'est pas éclairée... Ce n'est pas la même, mais bon... Depuis tout à l'heure... Mais bon, ça aurait été sympa qu'ils l'éclairent aussi.»

A Gières, l'éclairage public manque de transition, au niveau des espaces :

«Alors là par contre, il y a des endroits résidentiels qui ne sont pas éclairés... genre «tu n'as pas envie de rentrer chez toi le soir parce que»... On ne voit rien, quoi ... Y a pas... Ils n'ont même pas mis un lampadaire, je dirais, devant les entrées ! »

Les vitrines éteintes du centre ville sont aussi relevés :

«Alors, Kanoé : rien !» ; «Ici, non plus, ce n'est pas éclairé, Bonzaï. » ; «Tagliatelle?... Ben, il n'y a rien à voir !» ; «Sinon, Tarteline, sur la gauche, est éteint.»

Certains observateurs donnent alors leur conclusion :

«C'est rigolo, parce que si les magasins n'ont pas ces lumières-là, on ne les repère pas du tout,... Enfin là, je les vois parce que j'y fais attention... Mais sinon c'est vrai qu'on a tendance à passer.»

«La lumière, je trouve que ça va «donner» un petit peu, ça va «parfumer» un petit peu la vue... Et «dommage qu'il n'y ait pas de lumière !» voilà... Donc ici, on trouve le rôle de la lumière : c'est indispensable pour attirer un petit peu l'attention de l'acheteur, du client.»

«Alors, par contre, tu vois alors : l'enseigne de l'Intersport n'est pas allumée et donc, on ne remarque pas qu'il y a un magasin de sport ici[8]... Bon, ben, ils ont loupé leur coup, hein?,...»

La vitrine éclairée avec l'absence d'enseigne lumineuse entraîne une impression de pauvreté, sauf si la vitrine fait irruption* :

«1,2,3, c'est un magasin féminin... Léger quand même ! Il n'y a pas grand chose !»

«Ah ben, l'enseigne on ne la voit pas... On ne voit pas que c'est l'Hibiscus, mais en tout cas, les plantes «y en a !»»

L'éclairage de la vitrine de l'intérieur semble primer :

«On a des magasins qui ne sont pas tellement visibles, mais (c'est) parce qu'ils ne sont pas éclairés du tout... Ils n'ont pas d'éclairage intérieur.»

Les zones sombres conduisent parfois les personnes à parler d'absence de lumière puis elles poursuivent la description par «il y a juste... ». L'éclairage semble alors sans intérêt :

«Le Palais kebab Pannini, là... Euh... Il y a juste un néon... Il n'y a pas grand chose... Bon, c'est bien déjà : il l'a mis en rose quand même, pour essayer de faire ressortir le nom du restaurant.»

«Mais bon, l'éclairage ?…Pas grand chose! Il y a un néon au-dessus qui éclaire le London Pub et puis, il y a deux petits lampadaires et puis, c'est tout... »

«Il y a «juste» un petit tube qui éclaire «juste» une petite partie du mur (et le sol !)... Et à ma droite, enfin, il n'y a rien d'intéressant pour mettre en valeur la rue, pour éclairer cette partie de la rue.»

Le dénuement est aussitôt compensé par une émergence:

«Sinon là, tout les magasins sont éteints... Là, il n'y a aucune enseigne d'allumée à part celle de Camille Albane, qui est plus loin... Mais il n'y a que l'enseigne apparemment.»

«Et bien Opel n'est pas allumé, par contre on voit le Feu Vert.»

« En fait il n'y a pas grand chose, ici dans cette rue-là... Donc, dès qu'il y a un truc d'éclairé, ça se voit tout de suite.»

Mais le dénuement lumineux est aussi fonction de l'heure à laquelle les parcours ont été réalisés :

«Les boutiques, l'éclairage... C'est pas du tout allumé... Donc, on peut rien dire sur l'éclairage ! ... Ben, là, dit donc, question enseigne lumineuse, il n'y a pas grand chose.» (21h45)

«C'est vrai que là maintenant, dès qu'il fait un peu froid c'est... Il n'y a plus... Il n'y a pas d'ambiance, y a rien du tout... Tout est fermé. Il fait assez sombre... Y a personne, quoi c'est…» (24h)

Effet voisin : atténuation, gommage
Effet Contraire : suréclairement

SURECLAIREMENT

Effet par lequel l'espace semble surchargé de lumière.

Dans les descriptions, la répétition des adverbes montre la surcharge de lumière qui se propage dans l'espace :
«La lumière, c'est un peu trop fort, trop éclairé.»
«Tu vois dans ce carrefour-là, il y a beaucoup, beaucoup de lumière.»

L'éclairage public de la Place Grenette révèle les commerces. L'éclairage commercial semble alors ne pas être utile :
«Ils n'ont même pas besoin d'éclairer leurs vitrines, sachant que c'est tellement trop éclairé, que voilà... Ça ne demande pas d'éclairage.»
«Je sais même pas si «ça» serait nécessaire avec l'éclairage d'à côté.»

L'effet de suréclairement est accentué par le contraste avec l'environnement sombre :
«Je trouve que ça fait trop... En plus, les vitrines sont éclairées en même temps... Bon, ben... L'enseigne suffirait je pense. Oui, surtout que le reste de la rue est plutôt sombre.»
«Lapeyre, là... Ils ont mis des spots vers le bas apparemment... Comme ça on voit tout le magasin ... On ne voit pas que le logo... On voit le gros cube blanc.»
La rue Brocherie apparaît comme sur-éclairée par les enseignes et les vitrines mais demeure très bien vécue :
«Cette rue, c'est du tape-à-l'œil, quoi, enfin.»
«Il y a beaucoup plus de magasins qui sont ouverts... Il y a beaucoup plus de lumières.»

Effet jour : L'espace semble baigner dans une lumière si puissante, si blanche, qu'elle donne aux usagers l' impression d'être en pleine journée :
«Là, La Casba... Il y a juste un écriteau dehors... Mais par contre à l'intérieur, c'est bien éclairé, voire on se croirait en journée, vraiment en journée. Il y a quatre néons à l'intérieur et ça suffit largement pour... euh... pour éclairer une assez grande pièce.»
«Une lumière «bien» blanche qui permet de «bien» voir les couleurs, de jour comme de nuit, j'imagine.»

Effet voisin : accentuation, irruption
Effet Contraire : sous-éclairement

SYNECDOQUE

Effet par lequel les usagers opèrent une sélection valorisant un élément ou un autre.

La synecdoque est une figure de rhétorique par laquelle on prend la partie pour le tout ou le tout pour la partie, le plus pour le moins, l'espèce pour le genre... exemple : Les flots, pour la mer.

Le tout pour la partie - alors que nous sommes sur la place Claveyson :
«Donc, on voit assez bien toute la rue.»

La partie pour le tout - Place Notre-Dame :
«C'est surtout l'éclairage public qui fait l'ambiance.»

La synecdoque est une des deux figures fondamentales décrite dans «Pas à pas» Essai sur le cheminement quotidien en milieu urbain, par Jean-françois Augoyard.
«La synecdoque n'est pas que la simple substitution d'un terme à un autre. Elle porte sur un jeu concurrentiel de significations entre lesquelles il y a le choix selon le contexte et l'intention expressive. La sélection opérée n'est pas nécessairement la meilleurs en ce qu'elle regrouperait tous le sens voisins de manière exhaustive. La prévalence se réfère précisément au contexte. (...) La synecdoque tisse *un double rapport : entre les sens concurrents, entre*

le critère de sélection et le contexte de l'expression à produire.» Pour l'auteur cette figure est intimement liée à celle de l'asyndète.

Asyndète : caractérise la suppression de la perception ou d'un souvenir d'un ou plusieurs éléments. Elle permet la valorisation d'une partie de l'environnement lumineux en évacuant de la conscience les éléments inutiles.

Nous donnerons ici quelques exemples de synecdoque que nous avons relevées, mais nous ne développerons pas une analyse qui exigerait de les recontextualiser dans la retranscription complète des commentaires de la personne afin de pouvoir comprendre leur sens.

Tendance à Généraliser :

L'avenue Gabriel Péri se colore de rouge tandis que la rue Brocherie ne serait teintée que de blanc :
«On reprend le cheminement... Voilà... Toujours... Il y a du rouge partout.»
«Par rapport aux couleurs... Je crois (qu'il n'y a pas d'endroit précis ou une couleur qui m'attire... Il n'y a pas de traitement... Enfin... Il y a de la volonté de mettre des couleurs un peu plus intéressantes que le blanc... Enfin, si je passe vite un coup d'œil, il y a toujours des spots blancs qui… Néon blanc…»

Les bars, les restaurants de la rue Brocherie auraient tous de l'éclairage rouge pour donner un sentiment d'intimité :
«Oui, mais bon... Ici ils essayent tous de traiter des lampes rouges, dans le genre «c'est bien sombre, vous pouvez venir boire un coup entre copains, ça sera intime»... Et en fait, on ne s'entend pas causer tellement c'est fort, quoi... Mais bon... .»

La Grande-Rue serait entièrement «barricadée» comme le disait un interviewé :
«Il y a des rideaux de fer partout, des grillages partout... »

Les enseignes seraient toutes identiques :
« Elles (Les enseignes) ont toutes la même forme, les mêmes couleurs et les mêmes peintures... Et c'est écrit pareil ... Toujours les lettres qui sont à moitié éteintes... »

Avenue Gabriel Péri :
«Là, la Clinique Belledonne... Elle est illuminée sans trop, sans plus, quoi. Effectivement on a des enseignes mais qui sont pas trop agressives.»
Pour cet observateur travaillant et habitant à Saint-Martin d'Hères, l'ensemble de son discours s'est révélé appréciatif, contrairement à l'ensemble des interviewés. L'expression «pas trop agressif» renvoie certainement à l'effet de pointillisme qui s'est nettement dégagé dans ses commentaires.

Effet complémentaire : Gommage, synonyme de Asyndète

U

UBIQUITE

Effet par lequel la lumière semble venir de partout et de nulle part. Les observateurs montrent une difficulté à localiser certaines sources. L'incertitude de la provenance de la lumière amène un questionnement, une sorte d'inquiétude pour lesquelles l'observateur cherche une réponse.

Au niveau de la place Notre-Dame les multiples sources se mélangent (mixage*), se confondent (fondu*), certaines sont mêmes non perçues (gommage*). La lumière est localisée (les observateurs parlent même d'uniformité* :
«*La lumière, ici, elle est... Je la trouve beaucoup plus uniforme que la place aux Herbes où c'était plus des points comme ça qui éclairent... Alors que là, c'est le sol... Il est pratiquement uniforme, quoi... C'est ce qui fait bizarre en voyant les petits (luminaires)... On s'attend à voir un éclairage autour... Et non pas trop! (Place Notre-Dame)*»)
Mais l'ensemble des sources ne sont pas repérées. La majorité des personnes interviewées remarquent effectivement les candélabres à bouquet triple, mais ce n'est que bien plus tard (lors du questionnaire) qu'elles trouvent finalement la cause de l'effet d'accentuation*. Ce sont les projecteurs situés aux acrotères qui éclairent autant la place :
«Je n'avais pas vu, d'accord... Je me disais que ça éclaire quand même beaucoup pour des petits... Comme ça, je me disais : «d'où vient la lumière ?» ... Et la lumière donc vient de la haut…»
L'aménagement lumière de la place apparaît donc désordonné.

Effet contraire : Distinction, localisation.

UNIFORMITE

Effet de propagation homogène et de diffusion régulière de la lumière dans l'espace. Dans ce climat lumineux aucune source n'est particulièrement valorisée.

Les parcourants des deux sites n'ont soulevé ce phénomène qu'au sujet de l'éclairage public. Les enseignes et vitrines ne semble alors déployer que très peu de lumière ou inversement une lumière violente (cf: Effet irruption) qui viendrait alors contredire l'effet d'uniformité.

Au cours des trajets effectués Avenue Gabriel Péri, les interviewés ont facilement énoncé le terme d'uniformité en faisant donc référence à l'éclairage de la chaussée.

Ici l'uniformité est relevé sur la chaussé, le terme «au-dessus» laisse à penser que l'usager se sent «enveloppé, immergé dans un bain de lumière» :
«La route au milieu, enfin la voie, avec des mâts très hauts qui du coup créent un éclairage assez uniforme, enfin une ambiance assez uniforme sur la chaussée elle-même, enfin, et au-dessus.»

L'ambiance lumineuse uniforme crée par l'éclairage public donne l'impression d'une meilleur intégration des publicités et enseignes lumineuses.
«C'est vrai que tout d'un coup je me rends compte qu'il y a pas mal d'enseignes lumineuses éclairées, enfin c'est un pléonasme, enfin de publicité, de panneaux 4x3 là, et je pensais pas qu'il y en avait encore autant. Mais en même temps comme l'éclairage de voirie est assez uniforme, je trouve qu'ils sont moins choquants que ceux qu'on peut trouver dans certaines villes où l'éclairage de voirie est vraiment insuffisant et donc du coup ça créer un contraste vraiment beaucoup trop important, quoi.

A ce titre l'aménageur nocturne devient responsable de cette intégration.

Au centre ville, l'uniformité a largement été évoqué, sauf pour la Grande-Rue et la Place aux Herbes :
«Ici je trouve que... , alors ici, on a une place super bien éclairée et tout le long. (Place Grenette)»
Ces petits lampadaires, là ça suffit, je trouve pour cette place, parce que même le milieu est plus ou moins éclairée, y a pas une zone d'ombre particulière ça éclaire assez uniformément, sans trop éclairer non plus. (Place Claveyson)
Donc, en fait peut être, la lumière s'est dispersée partout. Elle a de la gueule cette place quoi. (Place Notre-Dame)

Effet voisin : Homogénéité
Effet contraire : Irrégularité - trou noir- , hétérogénéité

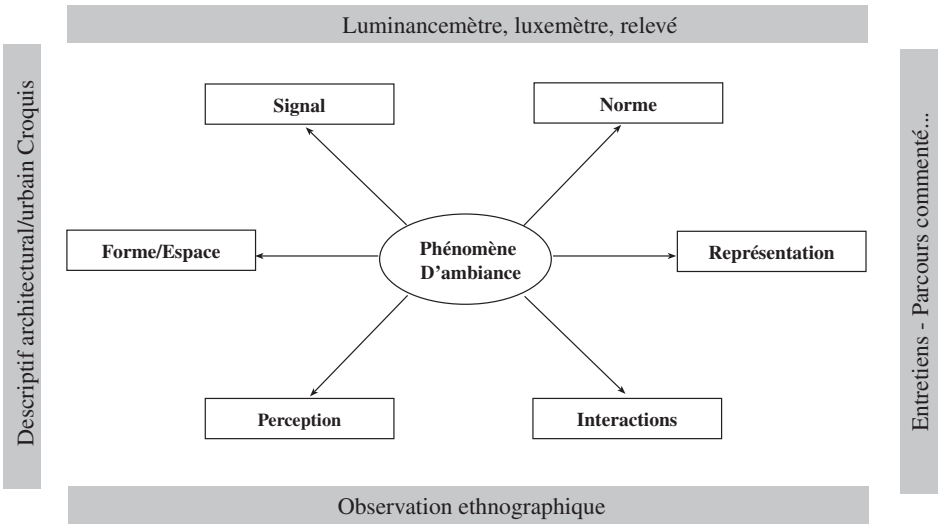
4

CONTEXUALISATION DES PHÉNOMÈNES LUMINEUX ET CONFIGURATIONS SENSIBLES

▶ Retour sur le terrain

Comme nous l'avons vu, les traversées polyglottes demandent à être explicitées. Il est nécessaire de recontextualiser les effets sensibles mis en évidence précédemment. Cela induit un retour sur le terrain afin de repérer, de manière plus approfondie, l'apparition des phénomènes énoncés par les interviewés.

Analyse d'un phénomène d'ambiance in situ [48]



• Relevés métrologiques

Les mesures physiques doivent permettre de valider ou d'infirmer certaines hypothèses et d'enrichir l'interprétation des perceptions recueillies. Les relevés photométriques des niveaux d'éclairement, de luminance, convoquent le milieu physique et définissent de manière quantitative les phénomènes lumineux.
La luminance définit le rapport d'intensité lumineuse d'une source, dans une direction déterminée, par la surface apparente dans le champ visuel d'un observateur. Elle permet d'objectiver les contrastes et les éblouissements. En conséquence, nous avons choisi de mesurer la luminance de quelques scènes caractéristiques du parcours. Nous avons retenu certaines redondances dans les conduites et paroles des interviewés : les usagers tendaient à s'arrêter à des endroits significatifs. On a pu remarquer que leurs paroles se développaient nettement à certains endroits.
Cependant, il faut bien avoir conscience que les valeurs que nous avons obtenues ne sont pas de véritables percepts. L'instrument de mesure, même s'il intègre la

48. Cinq leçons sur les ambiances architecturales et urbaines - AUGOYARD Jean-François - cours de DEA «Ambiance

courbe de réponse de l'oeil d'un sujet en bonne santé, ne donne des indications qui s'attachent à ne décrire qu'une perception a priori.
La campagne de mesure de luminance a tout de même permis de vérifier les paroles des usagers. Ces luminances ponctuelles confortent les éléments que nous avons pu obtenir d'une autre manière (l'observation, les photographies, documentations...).
Au cours du séminaire «Ecologie de l'environnement construit» Jean-Jacques Delétré avait en effet insisté sur l'utilisation et les limites de la mesure : «*Elle est souvent indispensable mais pas toujours nécessaire et surtout jamais suffisante*.»

Dans cette partie, nous présentons les mesures obtenues afin de justifier et illustrer les caractéristiques physiques des effets perçus. Il aurait été nécessaire de procéder à la prise de mesure à la même période que le recueil des perceptions en mouvement, c'est à dire au mois de mars. A la fin du mois d'avril, les conditions météorologiques ont complexifié la prise de mesure. Le sol mouillé ne peut pas être comparé au sol sec (observé lors des parcours). De plus, la nuit noire n'a été appréciable que plus tard dans la soirée, alors que certaines vitrines ou enseignes étaient déjà éteintes.
L'Association Française de l'Eclairage a publié sa Septième édition des recommandations relatives à l'éclairage des voies publiques, nous vérifierons surtout l'uniformité de luminance des voies.

Recommandations relatives à l'éclairage des voies publiques

La sécurité des usagers et de leur déplacements constitue l'exigence première que doit remplir une bonne installation d'éclairage extérieur. Dans le chapitre 6 des recommandations relatives à l'éclairage des voies publiques ont trouve l'explication des principes de visibilité par une analyse complète des notions de contraste de luminance, niveau et seuil de visibilité et critères de qualités photométriques : niveaux et uniformités de luminance, limitation de l'éblouissement. «La diminution constatée de la hauteur de feu des luminaires et l'emploi de lampes ponctuelles de luminance élevée implique de porter une grande attention à la limitation des éblouissements»
Les exigences en terme de densité du trafic, de complexité du panorama visuel, de la présence de piétons, cyclistes, de stationnements, doivent être évaluées ainsi que la luminosité des abords.
Les valeurs photométriques à maintenir sont donc du point de vue de la luminance moyenne selon une exigence faible, moyenne et forte :
- pour les autoroutes, routes express, voies rapides urbaines, rocades, pénétrantes : 1 - 1,5 - 2
(soit U_O à 0,4 et U_1 à 0,7)
- pour les artères interurbaines, routes principales, routes secondaires , pour les boulevards, avenues, rues, voies résidentielles et traversées agglomération : 0,75 - 1 - 1,5 (soit U_O à 0,4 et U_1 à 0,7 ou 0,6)

• Fiches synthétiques : lumières commerciales et éclairage public

Nous avons représenté sous forme cartographique l'ensemble des éclairages existants au moment des parcours :
- Le relevé des éclairages publics des deux sites ont été complétés d'informations livrées par les personnalités chargées du service municipal compétent
- Le relevé des enseignes commerciales et vitrines
Nous avons comptabilisé les publicités de l'avenue Gabriel Péri qui apparaissent tantôt imperceptibles, tantôt prépondérantes dans le paysage. Le tableau synthétique du relevé est annexé.

▶ L'homme, l'environnement et les phénomènes lumineux

Comme nous l'avons souligné précédemment, les textes polyglottes qui précèdent mettent en évidence divers phénomènes sensibles exprimés au cours des parcours. Les effets lumineux et visuels n'ont été, jusqu'à présent, que nommés et illustrés. La première analyse demande maintenant une description de second ordre qui l'explicite et qui contextualise les effets lumineux et visuels. Autrement dit, il s'agit maintenant d'opérer une synthèse des différentes données de terrains recueillies. La question est de savoir comment l'environnement construit favorise ou neutralise certaines modalités sensibles et de comprendre comment le citadin incorpore et actualise les potentialités sensibles des sites.

Le milieu physique mesurable, les phénomènes perçus descriptibles et les conduites sociales observables sont explicitées dans leur rapport de codétermination.
Ce type de ressaisissement permettra de comprendre et d'envisager la construction de l'environnement urbain sensible, en terme de *dispositif de contextualisation perceptive.*

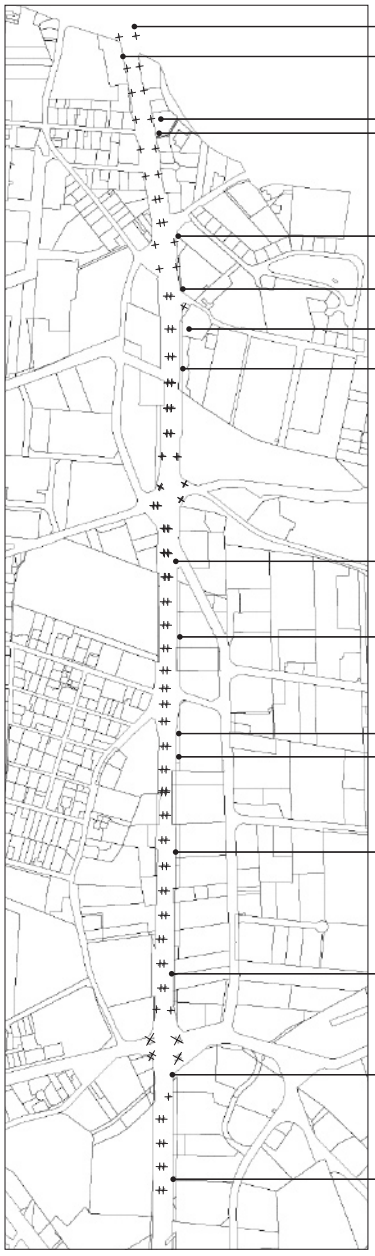
▶ Expériences des usagers

La synthèse que nous allons présenter a été orientée suivant le thème de la visibilité / lisibilité et selon les accès d'entrées et de sorties des rues commerçantes étudiées. En effet, ces espaces de transition nous ont semblé assez remarquables. Aussi, nous verrons comment ces espaces ont façonné, en quelque, sorte le trajet dans ces rues. Un interviewé a utilisé le terme de «traverser la rue» pour non pas indiquer le changement de trottoir mais bien pour aller d'un point A au point B, dans le sens de *parcourir un espace d'une extrémité, d'un bord à l'autre*. Dans les questionnaires et les photographies commentées nous avons observé combien les places publiques ont pu prendre le pas sur les rues qui étaient nos lieux d'étude de prédilection. De même, pour l'avenue Gabriel Péri, les lieux agréablement vécus n'étaient autres que le point de départ et celui de l'arrivée : Grenoble et Gières. Comment l'éclairage commercial mobilise l'activité perceptive des usagers?
Quelles expériences ont les usagers quand ils entrent, traversent et sortent de ces rues commerçantes nocturnes ?

Relevés des luminances dans le centre ancien de Grenoble : répérage de la position de l'observateur et de la direction du regard
(Chiffres correspondant à la photographie où sont annotés les luminances)

Mesures de luminance
Avenue Gabriel Péri :
Plan de localisation de la prise de mesures

Les luminances ont été relevées sur le trajet aller de Gières à Grenoble.



Légende des cartes synthétiques

Commerce jamais évoqué
Commerce parfois évoqué
commerce largement évoqué

Enseigne lumineuse perpendiculaire à la marche (drapeau)

Enseigne lumineuse paralèlle à la façade (bandeau) + couleur
Tubes luminescents

Vitrine lumineuse

Vitrine lumineuse avec profondeur sur le commerce

Commerce entièrement éclairé (transparence)

position de l'observateur et direction du regard
position de l'observateur et regard au loin

T Terrasses
f Fontaine
? Manque d'éclairage
int. Eclairage intérieur privé

Point d'éclairage public (candélabre, projecteur...)

Point d'éclairage non évoqué (gommé, masqué)

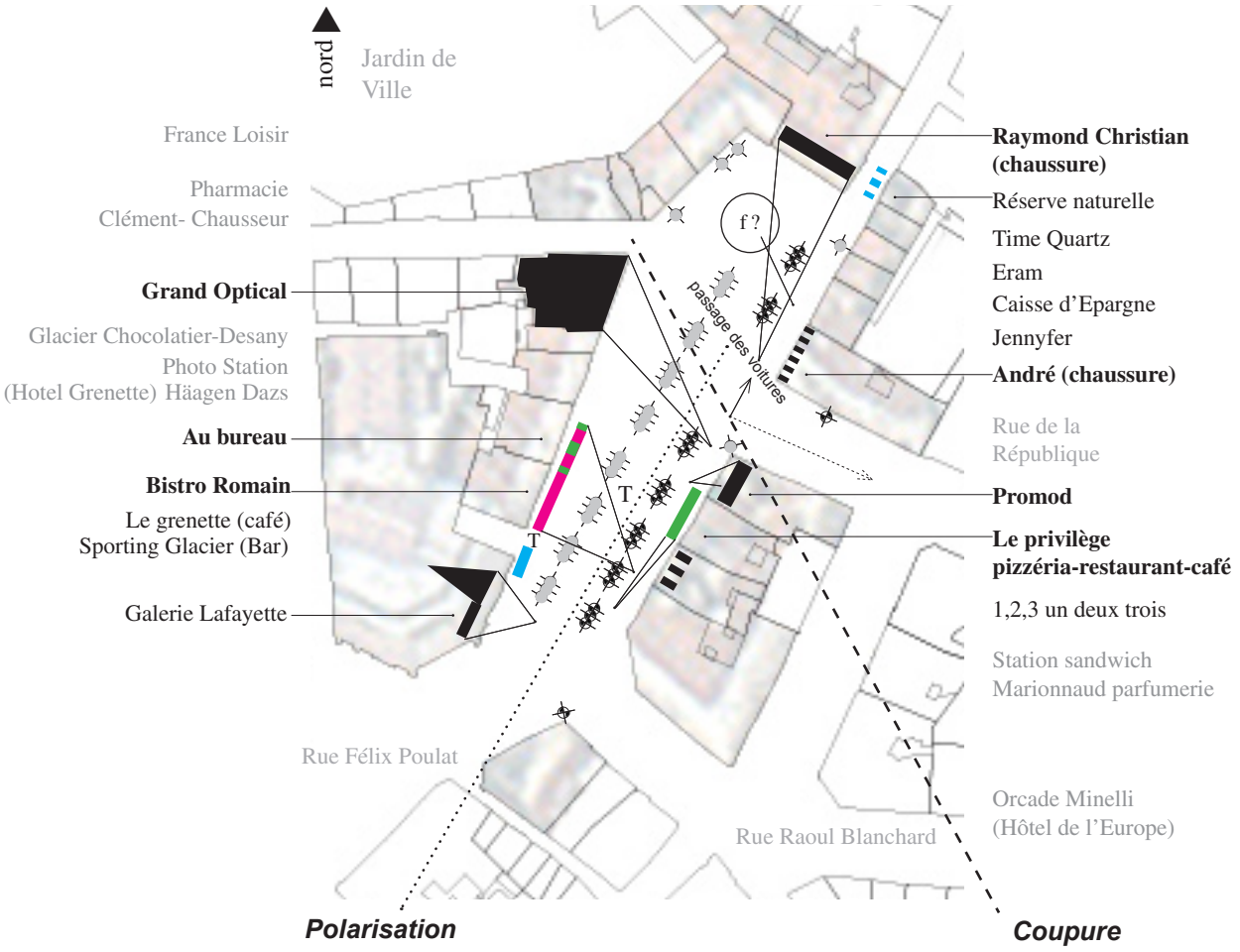
Autre éclairage soulevé (lanternaux)

Tubes luminescents rouges du Bistrot R.

Tubes luminescents verts du Privilège

Place Grenette

110m x35m
Anciennement place Granetière, lieu d'un marché aux grains et bestiaux. Les exécutions publiques s'y tenaient. La fontaine dite aux Dauphins date de 1924.



Nombre de points lumineux : 3x15
Espacement : 8 m
Hauteur de feu : 3,75 m
Luminaire de style : Boules de verre (europhane) sur candélabre à bouquet triple en fonte d'aluminium peint
Lampe : Ballon Fluorescent (HPL-confort)
Puissance : 125 W
Température de couleur : 3400°K

Nombre de points lumineux : 2 + 2
Hauteur de feu : 9 et 13 m
Projecteur : RD3 Commatelec avec réflecteur
Lampe : Iodure Métallique
Puissance : 2 en 250 W + 2 en 400 W
Température de couleur : 4300°K

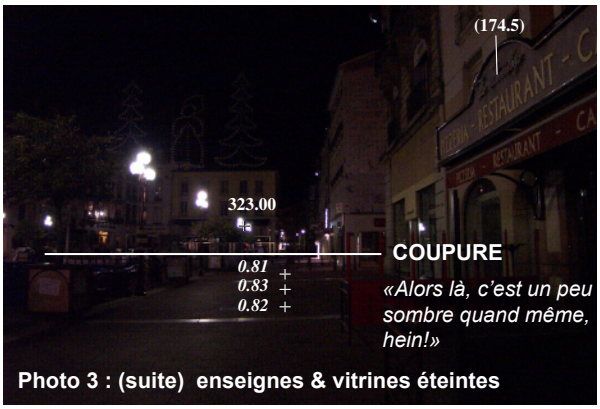
Vitrine blanche de «Promod»

Projecteur non remarqué

Les candélabres à boules blanches

Photo 1 : Début de Place Grenette - UNIFORMITE -

« On a une place super bien éclairée, et tout le long »



«Alors là, c'est un peu sombre quand même, hein!»

Photo 3 : (suite) enseignes & vitrines éteintes

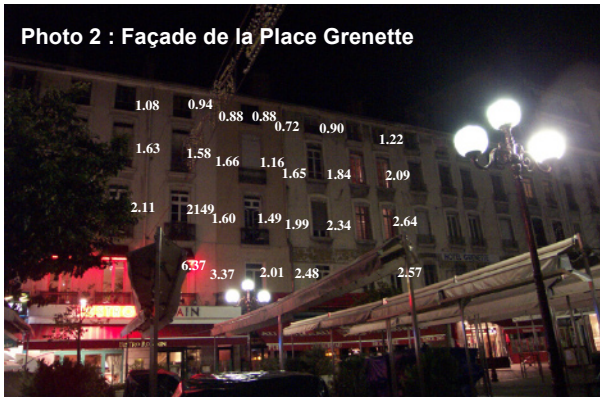


Photo 2 : Façade de la Place Grenette

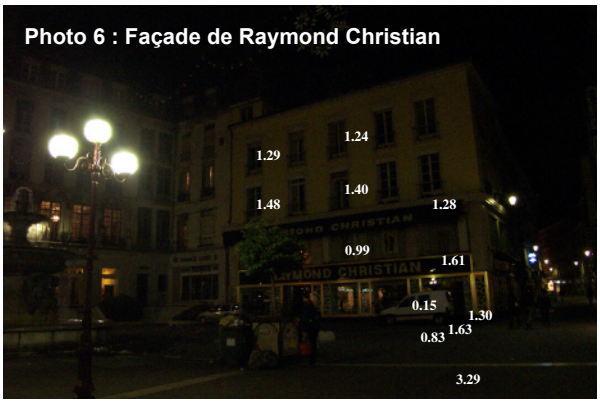


Photo 6 : Façade de Raymond Christian

Photo 4 : Vitrine de Grand Opitcal

«Donc, André : pas d'éclairage...Un immeuble hyper pourri...Euh, peinture décrépie, pas de traitement, façade éteinte, comme la plupart des façades de la place»
«J'ai repéré : ce qui m'attire, c'est la forme globale, c'est plutôt la façade jaune au-dessus de Raymond Christian...Oui, la touche de couleur, dans un monde de brutes quoi...En fait, c'est relativement gris hein...ça fait gris.»

«La lumière c'est un peu trop fort, trop éclairé»
«c'est un peu tamisé»
C'est le luminaire qui induit cette contradiction. Lorsqu'il est regardé, il apparaît très nettement. Par contre, l'éclairage étant omnidirectionnelle, une partie seulement de la lumière est diffusée sur le sol.

Transition Place Grenette / Grande-Rue

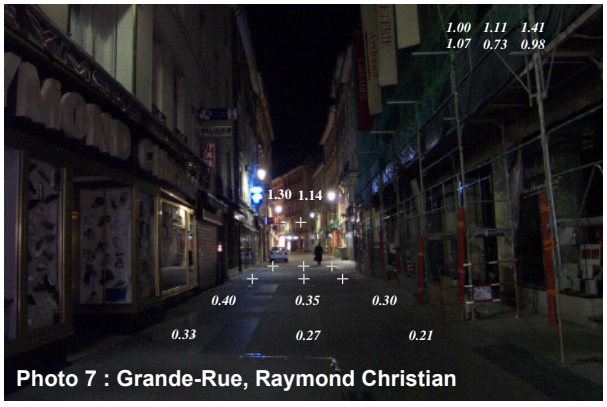


Photo 7 : Grande-Rue, Raymond Christian

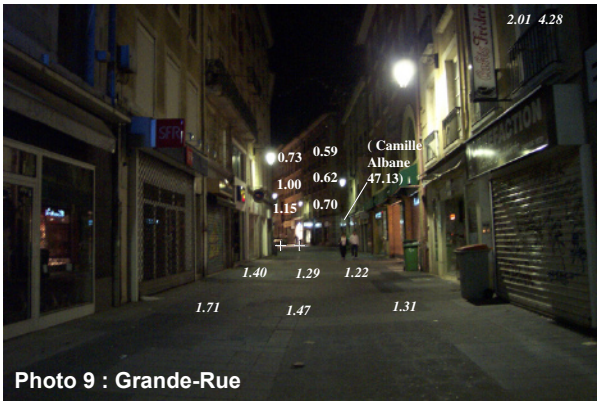


Photo 9 : Grande-Rue

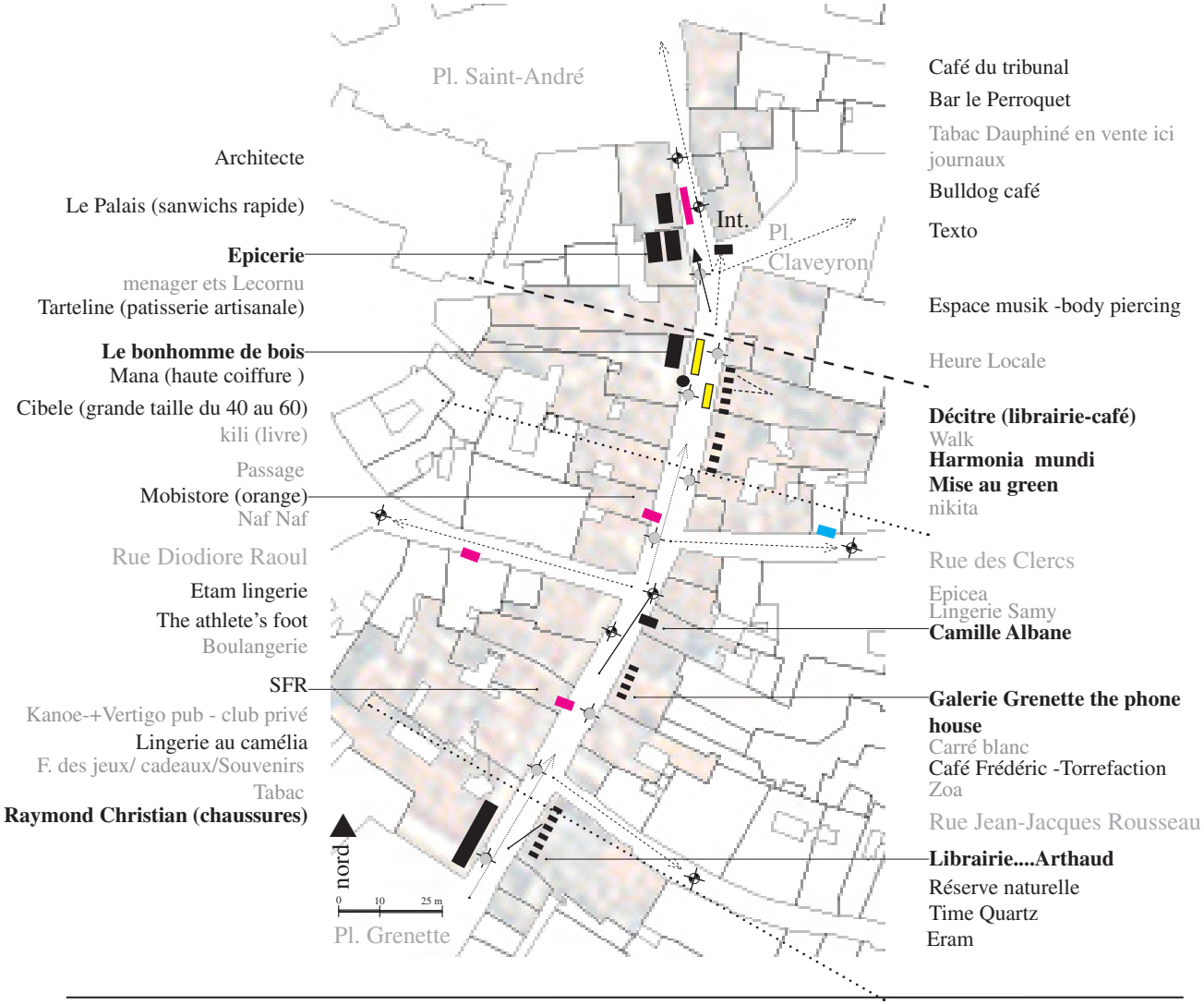
«Des lanternes toutes simples. J'aime bien ce système de lumières...Je trouve cela...En plus c'est esthétique et ça éclaire.vraiment juste ce qu'il faut...Mais il en faudrait un petit peu plus, je trouve… Parce que ça éclaire juste qu'en dessous quoi...ça fait que ça fait des ronds de lumières par terre...Mais il y a des zones d'ombres…»

Grande-Rue

Longue de 180 m et large de 7,5 m.
Hauteur des bâtiments 11m (R+4)
Immeubles datant des XVe,XVIe, et XVIIe siècles. Secteur réhabilité ces dernières années. Les façades se teintent de couleurs ocres. Elles sont très simples. La seule décoration provient des gardes-corps et portes en bois.

Facade bois et petits projecteurs

Rideaux et Grilles : zone sombre



Nombre de point lumineux : 12 ou 13
Espacement : entre 15 m et 25 m
Hauteur de feu : 6 m

Luminaire de style : Lanterne à l'ancienne en applique sur console en façade (Europhane)
Lampe : Ballon Fluorescent ((HPL-confort)
Puissance : 250 W
Température de couleur : 3400°K

Début de la Grande-Rue direction place Grenette : Arthaud/ Raymond Christian

Attraction des enseignes blanches à mi-parcours de la Grande-Rue

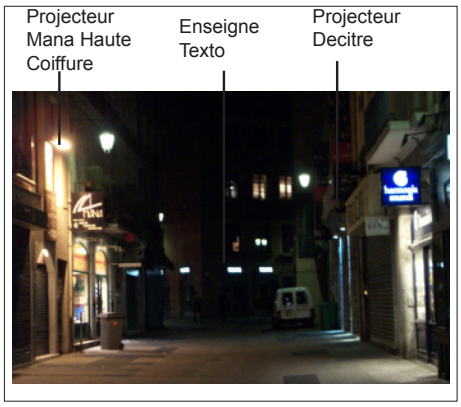
Fin de la Grande-Rue
Zones bien éclairée avant le noir.

Photo 9 : Rue Diodore Raoul - ECHAPPEE VISUELLE

« Oui, en fait l'éclairage, j'y pense en voyant au fond là bas...J'ai constaté une différence : l'éclairage de la place au fond m'a attiré. Il a été traité en orange (jaune) ce qui est plus...Enfin c'est plus chaud...C'est plus sympa alors que l'éclairage de la Grande-Rue est froid et blanc. Je pense que c'est par rapport à la couleur, parce que c'est le même type d'éclairage public placé à la...Enfin le même dispositif.

«Orange» à l'angle de la rue Diodore Raoul : 10.30 cd

Photo 10 : Grande-Rue, harmundia mundi



«Nous sommes maintenant au niveau de la rue Diodore Raoul...Bien là, on va arriver...Il y a quelques enseignes lumineuses et puis il y a un magasin qui est bien éclairé, qu'on voit déjà d'ici.»

Photo 12 : Grande-Rue, bonhomme de bois
HALOS DE LUMIERES AU SOL

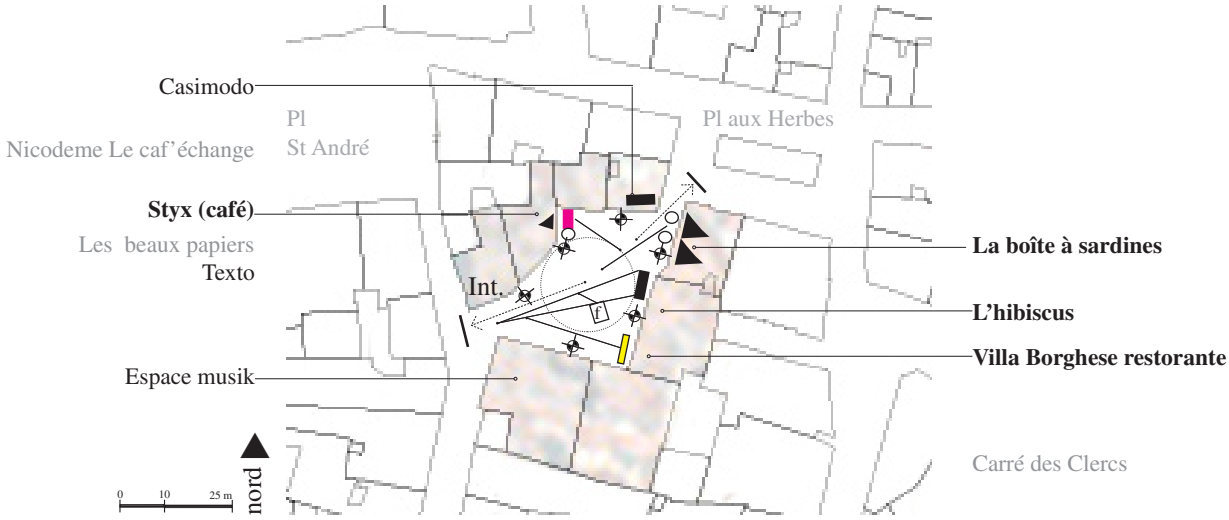
Photo 13 : Bifurcation (direction place Saint-André) : EBLOUISSEMENT

Place Claveyson

L'Hibiscus

Le Styx

Dénommée en 1973. Passage en baïonnette. Auparavant, place aux Oeufs. Au n°1 : maison de François Blanc. Au RDC, épicerie à deux arcades. Au n° 3, l'ancien atelier des Haches. Au n° 5, bel encadrement de porte, surmontée d'une balustrade Louis XIII.

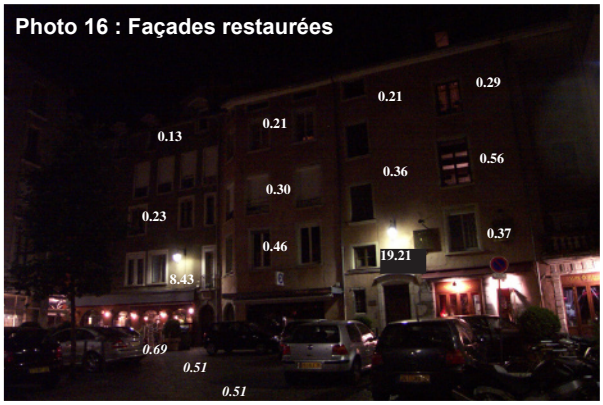


Nombre de point lumineux : 6
Hauteur de feu : 6 m

Luminaire de style : Lanterne à l'ancienne en applique sur console en façade (Europhane)
Lampe : Ballon Fluorescent (HPL-confort)
Puissance : 250 W
Température de couleur : 3400°K

«Non, puis, le café dans l'angle...Bon euh...Façade en bois peinte en rouge. Non ça passe bien, je trouve, avec l'immeuble qui a été peint en plus dans un espèce de ocre,...Donc ça fait un peu un écrin de couleur au milieu...Enfin, au bout d'une rue qui est très morne, à mon avis.»

«La lumière du bar qui est plus douce, ça reste intime comme…Mais sinon, on n'a pas envie de rester au milieu de la place...Sinon le devant est bien éclairé, et puis, vu que les murs sont orangés (encore plus ocres que ocre) ...Un peu...Ben ça ressort bien aussi. Le système de lumières, entre chaque arche, c'est joli.»



• Grande-Rue : intrusion, irrégularité, encadrement.

- Entrer dans la Grande-Rue par la place Grenette

Deux effets lumineux caractérisent la place Grenette, celui d'une polarisation lumineuse sur la largeur et celui d'une coupure sur la longueur.

Coloration et enseignes commerciales

« D'un côté, c'est plutôt des éclairages plutôt vifs, rouges, jaunes...Tandis que de l'autre côté, c'est les boutiques et elles sont moins éclairées, voire pratiquement négligées... » (ca12)

« La place Grenette avec les bars, sachant que les bars sont déjà éclairés...Regarde Bistrot Romain, franchement !...Tu as vu comment c'est ! C'est rouge, tu ne vois que ça...Au bureau un peu moins...Mais avec la bâche en rouge, c'est pareil » (ca3)

« Donc là, c'est des codes couleur qu'on connaît. Au bureau, vert et rouge, Bistrot Romain avec ses néons...» (ca4)

Les tubes luminescents, bleus pour le Sporting, jaunes et blancs pour le Grenette, rouges pour le Bistrot Romain, donnent un effet d'enfilade et constituent une densité lumineuse colorée qui oriente l'espace du côté gauche, malgré deux points :

- L'enseigne du Privilège surlignée de tubes luminescents verts répond par complémentarité colorée à cette prégnance :

« Dire qu'avec le Bistrot Romain en rouge, et lui avec le vert, c'est pas mal ! » (ca1)

Cette enseigne demeure la première enseigne vue depuis la rue Félix Poulat.

« Déjà de ce côté de la rue, déjà, on le voit moins...Et puis, quand on arrive de là-bas, de toute façon, c'est la première que l'on voit...Donc celle-ci, elle attire le plus, l'œil. »(ca13)

L'enseigne est donc tout à fait visible, il se passe quelque chose là-bas, mais la lisibilité de l'enseigne demande aux interviewés de s'approcher. En effet :

«Il y a des néons verts sur l'écriteau...Mais « pizzeria restaurant » c'est pas éclairé. » (ca7)

A l'entrée de la place l'enseigne n'est pas lu :

« …donc il y a juste celle que je vois là, avec les...l'encadrement couleur verte...Mais je n'arrive pas à lire ce qui est écrit là. »(ca2)

« …Lui avec le vert !… » (ca1)

Devant le restaurant la description devient plus précise :

« Donc, je trouve que le vert, il va mieux...Il va bien, avec la face du restaurant...Il est bien décoré en fait...Donc, il y a un rectangle avec un petit arc, voilà...Leur entrée, elle est bien décorée aussi par leur rouge...C'est à dire qui donne bien, qui identifie bien leur entrée. »(ca5)

- Les structures vélums, auvents pourtant repliés au-dessus des terrasses, les jardinières séparatives et les stores, fonctionnent comme des filtres affaiblissant la visibilité :

« Même si en face elles sont lumineuses, c'est pas pareil en fait...C'est moins déjà...Je ne sais pas comment ça s'appelle, devant, le pare soleil ...Ou je ne sais pas ce que c'est...Et ça cache la lumière de l'intérieur » (ca12)

« Bon, la Brasserie grenette ? ...Oui, un peu mieux, avec les gros parasols...C'est pas génial non plus...Enfin y a les lampes qui illuminent tout ça, les pots de fleurs » (ca10)

Plus loin, l'enseigne Grand Optical est lue de manière raccourcie ou saccadée, mais seulement après l'accroche de la luminosité de la vitrine.

« Grand Optic ?...Je trouve en fait un petit mal : il y a une partie qui est allumée; il y a l'autre, elle est éteinte...Donc, euh!… » (ca5)

« A gauche, même commentaire que pour Promod, Grand Opti…cal, très moche… » (ca10)

A la période des parcours les arbres n'avaient que très peu de présence, mais au moment des relevés métrologiques, on constate que les arbres contribuent à filtrer la deuxième façade de la place.

Ainsi, *« les lignes de couleurs »*, premiers éléments lumineux énoncés, marquent l'entrée de la place. Elles sont *« dures »(ca8), « Bistrot Romain franchement !...Tu as vu comment c'est ?...C'est rouge...Tu ne vois que ça quoi… »(ca3)*

Le regard des interviewés se focalise presque inévitablement sur ce type de lumières. Il s'effectue de droite à gauche. Ce balayage visuel de l'espace donne ensuite lieu à un élargissement du regard en profondeur, appuyé par un court moment d'arrêt dans la description. Les pas reprennent et un nouveau type de lumière commerciale (apparaissant prégnant), donne lieu à de nouveaux commentaires.

Couleur blanche des vitrines et éclairage public

Effectivement, dans les commentaires, viennent ensuite l'éclairage des vitrines du « 1,2,3 » ou du « Promod » disposées sur la droite de la place selon le sens du parcours.

« Mais par exemple, le style de ces vitrines-là, tout à fait éclairées...Je pense que quand je passe, je me retourne, même si les produits ne m'intéressent pas »(ca2)

« Puis on voit beaucoup les devantures aussi...Les magasins qui ressurgissent énormément. »(ca8)

Les enseignes de ces boutiques ne semblent pas visibles : *« elles sont moins éclairées voire pratiquement négligées...Pas du tout... »(ca12) C*e sont les vitrines qui déploient leurs éclairages sur l'espace public, qui attirent le passant. Mais la puissance des lampes installées tient le passant à distance.

« On a envie d'être protégé par l'ombre. Si on se tient à distance...Non ça va...C'est pas trop puissant… » (ca9)

« On a une place super bien éclairée...Et tout le long »(ca3)

« C'est un peu trop fort, trop éclairé » (ca4)

La puissance de cette lumière blanche qui dessine, en vision éloignée, « *des carrés blancs* » *(ca8)* (aussi visibles que les tubes luminescents) et qui, une fois en vision rapprochée, se mêle à l'éclairage public, apparaît comme trop forte, au point que les interviewés finissent par énoncer que l'éclairage des vitrines n'est pas utile.

« Ils n'ont même pas besoin d'éclairer leur vitrine, sachant que c'est tellement trop éclairé... » (ca3)

« L'éclairage de la vitrine) Je ne sais pas si ça serait nécessaire avec l'éclairage d'à côté (le candélabre)» (ca9)

L'éclairage des vitrines, associé à celui de l'espace public, pose alors la question du suréclairement.

La perception de l'éclairage public contribue à la polarisation :

«La lumière, c'est un peu trop fort, trop éclairé» .«c'est un peu tamisé»

C'est le luminaire qui induit cette contradiction. Lorsqu'il est regardé, il apparaît très nettement..Par contre, l'éclairage étant omnidirectionnelle, une partie seulement de la lumière est diffusée sur le sol.

Le double alignement des candélabres n'est pas évoqué. L'implantation linéaire des luminaires situés à gauche, semble disparaître alors que les candélabres positionnés sur la droite *« tout le long » (ca5)* avec l'éclairage des vitrines, produit un effet de mixage :

« C'est des lumières qui se confondent un peu avec les lumières des lampadaires » (ca12)

L'effet de dissymétrie opère également sur la deuxième partie de la place Grenette où se situe la fontaine. Les commerces situés derrière celle-ci sont complètement gommés, bien qu'au-dessus du France Loisir, deux lanternes à l'ancienne « style rue de la paix » illuminent la façade. Les boutiques du côté droit (Jennyfer, Caisse d'épargne, Eram, Time Quartz, Réserve Naturelle) font l'objet de commentaires, soit sur la vitrine, soit sur les enseignes, qu'elles soient éteintes ou allumée. Mais très souvent, c'est en comparaison avec le commerce voisin que le commentaire est formulé :

« Comme tous les Eram en minuscule, vert, ça n'accroche pas particulièrement le regard, si ce n'est que tout les autres sont éteints… » (ca10)

Sur 13 parcours qui ont été effectués 11 personnes ont préféré longer la place du côté droit. La pratique déambulatoire nocturne semble se calquer sur les parcours diurnes. Les terrasses installées au centre de la place induisent un fort passage des piétons du côté opposé aux bars et restaurants.

« Je me sens attiré par ce passage, parce qu'il y a un va-et-vient de personnes… » (ca2)

En effet, le couloir gauche qui se dessine entre les tables et les chaises, est moins emprunté. L'occupation domaniale conduit a défavoriser le passage de ce côté.

Changement d'ambiance

« C'est la même place, mais vraiment divisée en deux » (ca1)

L'origine de cette coupure provient d'un alignement moins présent des luminaires et du passage des voitures *«C'est ça en fait, on est un petit peu bloqué par le passage des voitures »(ca5)*

L'intensité lumineuse est d'un coup plus faible :

« Alors vers le taxi, c'est un peu sombre quand même, hein ! » (ca6)

« Je crois que c'est un peu plus aéré… » (ca2)

L'effet d'assombrissement est expliqué par le changement de la nature des commerces. Ici les bars et les restaurants cèdent leur place aux boutiques : *« toutes les fringues pour gonzesse » (ca10)*

On peut noter que pendant cette période hivernale, la fréquentation des lieux était relativement faible. Les terrasses de la première partie de la place étaient vides. Les enseignes de couleur venaient remplir et animer l'espace. Ce côté festif se perd totalement :

« Ben là, déjà c'est moins gai » (ca1)

Lorsque que la vitrine du Raymond Christian est éteinte, l'espace reste sombre. Ce qui va *« parfumer un peu la vue »(ca5),* c'est bien les couleurs des deux ou trois enseignes. Le Jennyfer (avec *sa «petite avancée »(ca10)* et sa *« double couleur »(ca5)), et* la Réserve Naturelle (*« …Du coup de nuit, il est énorme quoi » (ca4))* se détachent immédiatement du fond sombre des façades et de la place. Le contraste attire l'œil inévitablement.

L'écran de lumière

Par contre, si la vitrine de Raymond Christian est allumée, l'éclairage dessine un écran de lumière et marque le sol. L'effet d'inondation produit par cette boutique est soulevé. Nous avons vu que cet effet engendre d'ailleurs une irrégularité de l'éclairage. Ainsi, on assiste pratiquement au gommage de l'éclairage de l'espace en plongée, par des projecteurs situés à une hauteur de sous-toiture. La diffusion de cet éclairage additionnel n'est jamais perçu en tant que tel. C'est par l'intermédiaire de la façade colorée que celui-ci existe.

« La façade jaune au-dessus de Raymond Christian...Oui, la touche de couleur, dans un monde de brutes...En fait, c'est relativement gris, hein...ça fait gris. » (ca10)

«Et là ce qui m'attire c'est plutôt la couleur du bâtiment, où il y a l'enseigne Raymond Christian » (ca2)

Mais ici, c'est bien l'éclairage commercial qui éclaire l'espace :

«Raymond Christian…Trop violent...ça prend de la place, ces lumières...ça te bouffe la place »

« C'était celle de l'angle là...Qui inonde la moitié de la place, et qui donne envie de contourner le halo lumineux » (ca8)

Nous reviendrons sur la figure d'évitement qui a été énoncé ici.

« André, oui, très éclairé » (ca3)

Une nuance doit être amenée à ces interprétations puisque, au cours de la période des parcours, le magasin André est apparu. Situé à l'angle de la grande place et de la rue de la République, il propose deux manières de percevoir l'espace suivant l'éclairage mis en place. Si la vitrine est éclairée « plein feu », elle inonde alors le sol de lumière et amoindrie l'effet de coupure. Dans ce cas les enseignes rouges passent au deuxième plan. Elles sont pratiquement inaperçues. Par contre, si la vitrine est éteinte, la zone d'ombre est bien confirmée. Les enseignes rouges attirent le regard, juste un instant, mais les commentaires s'enchaînent rapidement sur la vitrine de Raymond Christian. D'ailleurs, les interviewés n'ont, dans ce cas, jamais soulevé la notion de reflet, qui est pourtant bien présente au niveau des grandes surfaces vitrées.

On note que le magasin Times Quartz qui offrait un éclairage «en douche» sur un rideau métallique, a cédé sa place à un nouveau magasin qui, à l'heure du retour sur le terrain, déploie dans une partie de la soirée un éclairage identique à celui de Promod ou de André. On peut supposer que ce nouvel apport de lumière contribuera d'autant plus à baigner le passant dans un bain de lumière et accentuera d'autant plus le contraste avec la Grande-Rue ressentie sombre.

Les diverses sources qui attirent le regard donnent à l'espace une image découpée, fragmentée. La répartition des deux systèmes éclairage commercial, les tubes luminescents d'une part et les vitrines d'autre part, amène la nuit, de l'hétérogénéité, de la fragmentation à l'espace.

« Je crois que c'est hétérogène, comme traitement, puisqu'il y a des vitrines comme celle-ci complètement éclairée, des enseignes sans indication sur ce qu'il se passe à l'intérieur du commerce… » (ca2)

« On passe d'un extrême à un autre, côté obscur...Regarde là, Tu as l'ombre...Là, tu fais...Il y a dix mètres...Il y a, hop ! cinq boutiques et là...Tout de suite, tu arrives en face de la fontaine...Il n'y a plus de lumière » (ca3)

- Parcourir la Grande-Rue : irrégularité entre deux extrémités marquées

La Grande-rue est caractérisée par ses extrémités, où l'éclairage semble faire irruption dans l'espace (effet d'inondation).

Angle de la rue avec la place Grenette (irruption, intrusion et évitement)

« C'est encore une fois le grand, grand truc, le magasin de chaussures avec les...avec le blanc et le jaune qui ressortent , en fait, et toujours rectangulaire. » (ca8)

La lumière apparaît dans un premier temps frontalement, elle est agressive, le regard se détourne et fuit alors sur le sol.

« Il y a un amas de lumière qui vient chatouiller les pieds » (ca8)

La lumière de la vitrine crée un bain de lumière dans l'espace et autour du passant. Il contribue ici à un sentiment d'irruption mal vécu et articule la deuxième partie de la place Grenette à la Grande-Rue. Les usagers changent de rythme dans leur déplacement : ils accélèrent leurs pas, jusqu'à se séparer de la vision frontale et désagréable de cet éclairage intempestif.

Après cette séquence, l'observateur s'arrête à l'entrée de la Grande-Rue et commence généralement à décrir la scène lumineuse qui se présente à lui.

*« Là si on arrive après la place dans la Grande-rue, je vois...Qu'est ce que je vois ?...Euh...Réserve Naturelle en bleu, ce magasin là en bleu encore...C'est moins visible que SFR en blanc et rouge là bas...Et puis d'autres magasins et c'est encore une fois tout ce qui est blanc qui ressort, qui ressort vraiment en fait...*Donc je repère un coiffeur et le reste ça va trop loin » (ca8)

« Sinon là tout les magasins sont éteints...Là, il n' y a aucune enseigne d'allumée, à part celle de Camille Albane » (ca13)

Le regard c'est d'abord fixé sur les tubes luminescents bleus qui se situent au premier plan puis, il s'est évadé au loin, le plus loin possible. Notons que la Grande-Rue offre une petite courbure qui bloque le fond de perspective. Le coiffeur correspond en fait au point d'inflexion de la courbe. (effet d'accommodation)

En passant le long de la vitrine de Raymond Christian, cette fois-ci, le regard cherche au loin.

«...ça «crache» quoi, surtout que le reste de la rue est plutôt sombre » (ca1)

Les yeux ont la possibilité de se tourner sur la droite pour se reposer. Ainsi, le magasin Arthaud amène une description quasi obligée et plutôt négative, d'autant plus que des échafaudages filtrent la vision de la vitrine.

« La Librairie Arthaud, dont les vitrines sont toujours hyper pauvres...Enfin ils mettent mal leurs affaires, je trouve.» (ca4)

« Oui...Euh, ben par rapport à ce qu'il y avait en face de moi, j'ai...La Librairie Arthaud...Elle n'est pas éclairée...Ben, elle est éclairée, mais bon, on ne voit pas grand chose. » (ca12)

Ce jugement négatif portait sur l'esthétique de la vitrine, avant même la critique de l'éclairage. Mais n'oublions pas que la lumière donne à voir. Alors l'échafaudage qui filtrait la vision de la vitrine est aujourd'hui démonté...La façade et les vitrines rénovées vont changer les données. On voit alors comment les usagers ont largement contourné la lumière de la vitrine de Raymond Christian, vécue comme un intrus. Cette irruption conduit inévitablement à la figure d'évitement.

Marquage de la fin de la rue après une zone de concentration d'enseignes et de vitrines allumées. (immersion, émergence et coupure)

La concentration de lumière a déjà été perçue au niveau de la rue Diodore Raoul :
« Ben là, on va arriver...Il y a quelques enseignes lumineuses et puis il y a un magasin qui est bien éclairé, qu'on voit déjà d'ici. » (ca13)

Si la Grande-rue est perçue relativement sombre, elle reste sécurisante par l'appel lumineux. Le regard cherche toujours au loin. Le fond de perspective offre une luminosité qui attire, jusqu'à l'instant où l'usager entre dans le bain de lumière. Ce fond de perspective est composé par :

- Deux enseignes sur façade bois avec des petits projecteurs éclairant en indirect. Elles ont été largement appréciées.

Harmundia Mundi

« Alors Harmundia Mundi (…) ils ont essayé de trouver un logo dessiné et puis...Le traitement en bleu, enfin bois peint en bleu, je trouve ça sympatique...ça fait un peu britannique… » (ca10)

« Bon, ben là, Il y a Harmundia Mundi, bon ben là, c'est un autre style d'éclairage...Là ils ont essayé de faire ressortir le magasin avec des spots...Alors c'est vrai que ça change, mais bon, ce n'est pas ce que je préfère spécialement...Je préfère les écritures comme Mobistore qui attirent plus le regard » (ca12)

Le Bonhomme de bois

« Cette boutique, elle insiste sur la matière, aussi ils mettent du bois...Je trouve aussi...C'est joli, ça va, le bois bien raffiné, bien coloré, ça va aussi » (ca5)

« J'adore ce magasin, je trouve que c'est bien éclairé en plus, la façade avec le bois...Je trouve que ça prend bien la lumière...ça n' éclaire pas trop, ça ne te réfléchit pas la lumière dans la figure...Mais on voit bien le nom du magasin et puis la vitrine est, enfin...est bien éclairée...Juste la devanture et pas le fond. » (ca1)

« Donc, je vais beaucoup chez Decitre et je ne vois jamais le bonhomme de bois qui me saute aux yeux, quoi...Avec ses Pinocchios qui brillent et toutes ces couleurs rouges » (ca4)

« …Elle est mieux parce que ça éclaire en même temps le titre, le magasin et les objets » (ca 6)

« Alors le bonhomme de bois sur la gauche, là...C'est toutes les couleurs pour les gamins. C'est lumineux...C'est là aussi...Il y a un traitement en bois de la façade qui fait un peu écho à Harmundia Mundi, presque en face. (ca10)

- Plusieurs projecteurs propageant la lumière en plongée et en mode rasant, indiquent l'enseigne et mettent en valeur les piliers du bâtiments.

« Là, ils ont une putain de lumière, sur la boutique : Mana, la boutique de haute coiffure...C'est vrai : elle choque par rapport à...ça va, même s'il n'y a pas trop de lumière...C'est un peu l'ambiance d'une rue piétonne(…) » (ca11)

« Il y a l'enseigne de,...Je ne sais pas comment ça se dit,… Mana haute coiffure...Qui est éclairé...Mais , ah ! ...Ah ça a été rajouté...Mais vu que c'est dans les tons de beige-marron...Ben d'ici, je les vois dans ces tons-là...Et, vu que ça se confond un peu avec les murs qui n'attirent pas plus que ça...Et puis, il ya, à côté, vu que celui-là est vachement plus lumineux...On aura tendance à plus regarder le bonhomme de bois que le salon de coiffure qui est tout éteint (l'intérieur du salon)...Et puis, vu que l'enseigne est avec des couleurs...Et puis, c'est le style de la porte...Ce n'est pas le même que là...Ils ont changé du mur...Ils ont mis du bois...Donc ça change un peu...Donc on a tendance à regarder aussi.» (ca13)

« Decitre…non là ce qui est agréable, c'est qu'on voit jusqu'au bout du magasin...Bon les rayonnages, tout ça, c'est coloré, c'est… Oh, c'est sympa sans plus...C'est les portes vitrées, des portiques à l'entrée...Bon ben, en plus du rideau, j'aime bien le logo et le nom...En fait il n'est pas éclairé, c'est vrai...Disons que oui, c'est bizarre, en fait, il éclaire par des spots les piliers du bâtiment, au lieu d'éclairer le logo (…) » (ca10)

- Au cours des relevés métrologiques, nous avons observé que l'espacement des lanternes était plus réduit sur cette zone, ce qui conduit par conséquent à rendre l'espace plus lumineux.

L'éclairage public de la Grande-Rue

Après le passage devant Raymond Christian et Arthaud, la perception de l'espace est évoquée :

« On perd peut être la puissance lumineuse de la place Grenette...Et euh, en plus, le tissus se ressert...On n'est plus... ça se ressert en haut et devant nous » (ca4)

« ça fait pas comme un casque, mais peut être comme un pont, en fait. » (ca8)

La baisse de l'intensité lumineuse (assombrissement) est largement perçu :

« On continue...Ben là c'est...c'est de pire en pire, il n'y a même plus de lumière, à part allez, quatre lampadaires qui se courent après...Il n'y a pas grand chose. » (ca12)

Le manque d'éclairage vient de la quantité des lanternes installées. Et l'éclairage est même parfois gommé :

« Là, vu leur hauteur et leur espacement, on les ignore complètement. » (ca2)

« Là, ils n'ont pas essayé de surcharger...Enfin au niveau de l'éclairage...Enfin ils n'ont pas renforcé quoi que ce soit, enfin… c'est relativement discret, mais les vitrines, certaines sont éteintes… » (ca8)

Cette discrétion de l'éclairage provient de l'implantation bilatérale en quinconces.

Les remarques sont formulées avec le regard qui se porte sur le sol, mais également sur les façades :

« ... ça fait que ça fait des ronds de lumière par terre, mais il y a des zones d'ombres. »(ca1)

« Ben là quand on arrive il n'y a pas de lumière, c'est, les vitrines qui ne sont pas éclairées. » (ca6)

« ...ça se calme un petit peu, les boutiques , l'éclairage, c'est pas du tout allumé, donc on ne peut rien dire sur l'éclairage. » (ca5)

Cette séquence, où les enseignes et vitrines lumineuses sont dans l'ensemble vécues comme absentes, offre alors aux interviewés la possibilité de commenter l'éclairage public.

Les enseignes et vitrines de la grande-Rue (entre le rideau de fer et les divers effets d'attraction)

« Là c'est la grille taguée, Killi ? oui. » (ca4) »

« je pense que pour certain, regarde dans l'état dans lequel ils sont y pas besoin de lumière ! (rire) » (ca 3)

Le nombre de magasins fermés semble assez conséquent. Par leur clôture, les usagers semblent être privés d'un plaisir de regard. C'est ce que J. F. Augoyard nomme dans son étude «L'expérience esthétique ordinaire de l'architecture», une contre-offrande.
Les quelques enseignes et les vitrines éclairées se donnent à la vue comme l'éclairage public, c'est à dire selon une implantation bilatérale en quinconces. Cela n'est pas sans conséquence sur la motricité. Le regard et le corps, se balancent en quelque sorte, à droite, à gauche. Mais cette modalité semble liée au phénomène de l'expérience.

Dans ce contexte sombre, l'enseigne serait ainsi perçue comme la seule source d'éclairage de la rue :

« J'ai l'impression que la rue est éclairée pas par les, l'éclairage public disons, mais par les enseignes en fait. »(ca2)

Contribution à l'irrégularité :

- Effet d'accroche au loin, par absence d'enseigne ou vitrine lumineuse :

« Alors au loin, enfin, dans l'immédiat, tout de suite, y a pas de point lumineu ou d'enseigne qui m'attire spécialement mais peut être que si je prolonge ma vision vers, au fond, y a …. » (ca2)

- Effet de distanciation (voire compression) :

« je me sens beaucoup plus près des vitrines » (ca2)

- Effet d'échappée

Les rues Jean-Jacques Rousseau, Diodore Raoul et celle des Clercs, viennent marquer un effet de coupure visuelle puisqu'elles apparaissent plus éclairées.

Rue Diodore Raoul « Non j'ai vu, enfin, j'ai constaté une différence dans l'éclairage public qui est au fond (le jardin de ville), jaune par rapport à celui-là qui m'a attiré en fait. Je pense que c'est par rapport à la couleur, parce que c'est le même type d'éclairage public… » (ca2)

« Jean Jacques Rousseau sur la droite, celle-ci elle est un peu plus éclairée…. »(ca3)

Dans ces lieux, l'enseigne aux tubes luminescents de couleur attire également :

« là on a une échappée, oui, c'est ce bleu là c'est la toque bleue, ça c'est chaque fois quand y a des néons qui, ça pète, les néons ça pète, c'est ce qui tout de suite te, te… » (ca4)

« Seule touche sympathique, la flèche rouge du snack, dans la rue à gauche, mais bon, ça donne une touche de rouge là où il n'y a rien d'autre après. » (ca10)

Dans ces trois rues, c'est l'étroitesse de la voie avec une implantation unilatérale de l'éclairage public qui renforce l'intensité lumineuse. La température de couleur de l'éclairage est identique à celui de la Grande-rue et c'est l'unique touche de couleur des tubes luminescents qui se détachent encore une fois. Les paroles des parcourants mettent en avant le logo « en drapeau » et non l'enseigne ou le nom du commerce. Le choix de l'enseigne semblerait donc ici réussi : les passants sont avertis d'une activité, si cela les intéresse, ils pourront s'approcher et voir de plus près. Mais l'unicité de l'enseigne lumineuse et l'éclairage public blanc pourtant apparaissant plus intense, ne donnent pas forcement aux interviewés l'envie de s'aventurer.

« La rue des Clercs non elle m'attire pas spécialement parce que sur une quinzaine de magasins, une dizaine, il n'y en a que deux qui sont allumés » (ca12)

« Ouais, non ça donne pas envie de s'y ballader » (ca10)

« Non on n'y va pas. » (ca4)

- Ponctualité des enseignes

Les enseignes de couleurs chaudes :

SFR : en rouge

« SFR, le rouge donc SFR on remarque aussi, il insiste sur le rouge donc. Je trouve en fait qu'ils ont assuré, peut être que ça revient, je sais pas rouge au réseau… » (ca5)

MOBISTORE / ORANGE : en orange

« Ici c'est l'orange, l'orange c'est pas mal comme couleur » (ca5)

« Ben toujours pas d'éclairage, ça y est : orange ! la pub, orange est éclairé, en orange s'il vous plaît, enfin surtout grâce au logo, sinon il n'y a aucun traitement particulier...Toujours la façade barricadée. » (ca12)

« Orange, là par contre ça attire le regard parce que ça flashe assez. Ben là, ils ont mis en valeur le magasin » (ca12)

« Ben là ? Il y a l'enseigne Orange qui attire bien l'œil, donc c'est la seule couleur à peu près dans la rue ; donc elle ressort bien. » (ca13)

- Deux vitrines

Comme nous l'avons dit le plus souvent les usagers ont évoqué un certain dénuement lumineux:

« Alors Kanoé rien. » (ca4)

Ni enseigne, ni vitrine, le magasin semble alors sans intérêt.

La galerie Grenette :

De part et d'autre la vitrine de Pimki est un magasin de téléphonie. Derrière les grilles, l'éclairage des boutiques n'apparait que sous la fonction de veille, et cela malgré un petit éclairage dynamique faisant référence à la «technologie japonnaise».

« C'est pour les portables quand ça sonne..., au lieu de sonner, ça fait des lumières...» (ca9)

« sinon les boutiques pas plus que ça, je sais qu'il y a une boutique de portables dans la rue là... [tu ne l'as pas repéré ?] Non, mais de temps en temps, ouais, tu passes, tu as tous les petits portables qui clignotent en vitrine.» (ca11)

L'éclairage de la vitrine de Etam lingerie a été soulevée par la première interviewée :

« oui alors là je vois pas du tout pourquoi, y a juste un tout petit morceau d'éclairé… je comprends pas, soit tu éclaires la vitrine entière soit tu… ou des petits trucs par ci par là, là y en a qu'un, donc celui là il pourrait être éclairé. » (ca1).

Par la suite, cette vitrine n'a jamais été signalée. Nous avons donc demandé aux parcourants sur le chemin du retour ce qu'il pensaient de cet éclairage puisqu'il était constant et qu'il nous apparaissait comme une manière contemporaine de mise en valeur du commerce. Les points de vue ont convergé vers les premiers propos :

« Oui ça montre les produits, mais c'est, enfin par rapport à ce qui reste de toute la vitrine, enfin c'est, enfin, je vois pas l'intérêt, si tu veux de faire ça . ça éclaire quelques produits, mais, mais par rapport au commerçant, je veux dire, je, si j'étais à sa place je ne ferais pas ça parce que ça m'apporterait rien d'éclairer à cet endroit là, quatre produits, mais c'est vrai que c'est joli comme truc, si tu veux. » (ca2)

« Ben elle est pas éclairée, si les lumières qu'ils ont mit au fond elles éclairent bien peut être. Mais sinon, …oui mais c'est tout petit, on voit deux trucs, il aurait du mettre tout là, là y en à d'autres accrochés là, il éclaire que deux trucs, c'est nul ! » (ca6)

« Rien du tout, y a franchement, ils ont fait ça, je trouve bidon parce que y a que d'un côté, de l'autre y a rien…il aurait pu faire un peu des deux côtés, où essayer un peu d'équilibrer la vitrine » (ca12)

Mais la lumière provenant de cet étalage est apparue comme une lueur qui appelle et qui demeure en harmonie avec les produits présentés. A la lingerie correspond une lumière d'intimité :

« ouais, je trouve que c'est pas mal (rire) manque un peu de…Sérieusement c'est pas mal. L'essentiel, ... ça suffit. » (ca3)

« c'est assez bien fait, c'est doux, ça donne bien envie d'aller se coucher… moi j'aime bien parce que justement ça fait petit coin » (ca10)

« je sais pas je pense qu'ils peuvent faire pire, pire dans le sens beaucoup plus de lumière… Non mais justement je trouve que par exemple, la dame elle vient d'aller voir en précisions, je ne sais pas ce genre de boutique tu va t'y approcher voilà y a pas de mal aise, c'est fait pour être regardé la lingerie. » (ca11)

Quant à savoir pourquoi l'éclairage n'avait pas été remarqué ou décrit lors du parcours, il apparaît, comme l'explique une des personnes, que c'est la prégnance de la boutique située sur la gauche (Galerie Grenette avec Pimki…) qui semble avoir effacé ce détail de lumière.

« Ben y a qu'un seul endroit qui ressort bien, c'est le seul qui est éclairé, tout le reste, ben j'ai pas regardé en passant, donc euh, maintenant que tu me poses la question, je vois qu'il y a un endroit qui est éclairé. Mais quand on passe dans cette rue on va plutôt regarder à gauche qu'à droite Etam. » (ca13)

- Sortir de la Grande-Rue au niveau de la place Claveyson :

La bifurcation : affaiblissement et éblouissement

Nous avons vu que les deux magasins avec la façade bois avaient été largement appréciés. A cet endroit l'éclairage commercial retient non seulement l'attention du passant mais lui donne la possibilité d'une pause dans sa déambulation. Le regard s'attarde, seulement lorsqu'il se détache, il se confronte à une zone sombre.

« Par contre ici il fait sombre.» (ca6)

« ben là on va arriver, ça va être encore plus sombre» (ca13)

« Ici on a pas d'éclairage, c'est dommage, c'est pas grave on va passer à la place du tribunal» (ca5 : avant de commencer une longue description de l'épicerie et du marchand de Kebab)

Tout de suite la coupure est évoquée, elle correspond aussi à une transition soit vers la Place Saint-André, soit vers la Place aux Herbes (via la Place Claveyson).

« Donc là, on quitte la, on quitte la zone commerciale, on va dire «au sens commerce,» acheter des vêtements, des livres, et on rentre dans, pour moi c'est l'endroit où l'on va chercher à se restaurer.» (ca4)

L'effet d'affaiblissement est très bien décrit par un interviewé :

« là je crois que l'on passe à une partie moins éclairée ici. Et peut être parce que la rue, elle s'élargie un peu puisqu'il y a une bifurcation et, mais en même temps, l'éclairage, enfin contrairement à l'élargissement de la rue, l'éclairage, il est plus faible ici.» (ca2)

Dans ce contexte, les enseignes du magasin de chaussures Texto (lorsqu'elles sont allumées) émergent fortement. Le regard se fixe et semble avoir une difficulté à se détacher de cette irruption et cela d'autant plus que ces lumières blanches s'offrent au regard dans le plan frontal.

«....mais au bout de la rue, mais là c'est flagrant, je ne vois que les enseignes commerciales du magasins de chaussures Texto, qui ressortent au-dessus du premier étage. (ca9)

Avec cette émergence les usagers sont alors moins sensibles à la coupure lumineuse. L'assombrissement n'est évoqué que plus tard.

Position de l'observateur et orientation des projecteurs

Après cette émersion (sortir d'un bain lumineux) certains usagers n'ont pas le temps de s'accommoder à la nouvelle luminosité proposée. En effet, le plaisir laissé par les deux boutiques se trouve relégué au désagrément :

«[Pourquoi ouh?] parce que j'aime pas du tout les deux grosses boîtes qui nous regardent là. On sort d'une zone qui n'est pas trop éclairée, avec les deux gros spots sur la figure, c'est agressif, c'est agressif, je trouve...» (ca1)

Une fois de plus l'éclairage commercial semble venir combler le manque d'éclairage public. Pour l'un des interviewés, il apparaît presque logique qu'un trou noir soit compensé par des spots «éblouissants»:

«Y a des commerces qui sont obligés de mettre des, quasiment, regarde, des gros spots tout blancs pour éclairer, pour montrer qu'ils sont ouverts» (ca3)

Face à cet éblouissement, les usagers se retrouvent dans une situation inconfortable. Les usagers sont obligés d'avancer et dans le cadre de l'expérience ils ne savent pas forcement quelle direction choisir. Ils font quelques pas et se retournent pour énoncer le plaisir qu'il ressentent vis à vis de ce commerce qui apparaît maintenant sous une autre image. Celle d'une vitrine dans laquelle éclairage et produits se mélangent :

« Là, on arrive à l'angle de la rue et le seul magasin éclairé c'est le petit bouiboui Au vieux puits, avec, woh, moi j'aime bien, hein, voir les petits magasins qui restent ouverts tard le soir....» (ca10)

«...on a des vitres, on a des éclairages, même l'éclairage, il est simple avec les différentes matières dedans, ça donne une jolie ambiance.» (ca5)

L'éclairage éblouissant par manque de réglage soigné constitue une gêne mais aussi un appel à venir voir. Aussi pour certaines personnes cet effet désagréable sera estompé par la lecture de la vitrine «de face», alors que pour d'autre, l'effet se poursuivra *«je suis encore éblouie» (ca13)*,désorientera et gênera légèrement la visibilité des enseignes qui se présentent au fond de la place Claveyson.

Circonscription lumineuse place Claveyson

L'observateur ne semble avoir quitté la grande-Rue qu'une fois situé au centre de la place. Elle est englobée par la lumière et l'usager perçoit l'espace lumineux dans sa globalité. En arrivant sur cette place c'est l'éclairage public qui est en premier lieu évoqué puis viennent les commentaires sur les lumières commerciales :
L'éclairage public est apparu uniforme. L'implantation régulière des lanternes sur les façades qui entourent l'usagers lui impose une rotation du corps. A ce titre le regard se fait évaluateur. Il compte six lanternes. Visualisé en un clin d'œil, l'espace éclairé donne aux interviewés une relative satisfaction. La présence des voitures en stationnement vient ajouter un bémol à la qualification positive. *« C'est juste plus large pour que les voitures se garent» (ca9)*.

L'éclairage de la place Claveyson répond à sa morphologie spatiale. Les différents types d'éclairage ne se font pas concurrence. Ils interviennent chacun à leur tour dans la lecture (au sol et en façade) de ce que nous pourrions appeler une ronde de lumières. Elle se compose d'un rythme de :

- lanternes d'éclairage public
- vitrines :

• La Boîte à sardines avec son intérieur sombre et intime et son extérieur aménagé de chaiss et tables qui brillent.
• L'hibiscus qui *«dégorge de toute sa richesse et de son opulence» (ca4)*
• Le restaurant *«villa Borgeses avec «...toutes les lumières en chandelle, avec une ambiance vachement feutrée...» (ca10)*
• Lumières «rouge-grenat» «maison close» (ca1) du styk
• Le Casimodo qui *«éclaire surtout le sol» (ca13)*

- lumières intérieures qualifiées de chaudes
- échappées visuelles où la perspective demeure attirante (Les vieux puits et la halle de la place aux Herbes)

L'organisation des propos des usagers dans cette séquence témoigne tout à fait de ce rythme et de cette hiérarchie. Et si les relevés n'ont pas confirmé l'uniformité, les usagers l'ont pourtant bien estimé ainsi. Chaque lumière commerciale semble avoir sa place et s'intégre parfaitement à l'éclairage urbain.

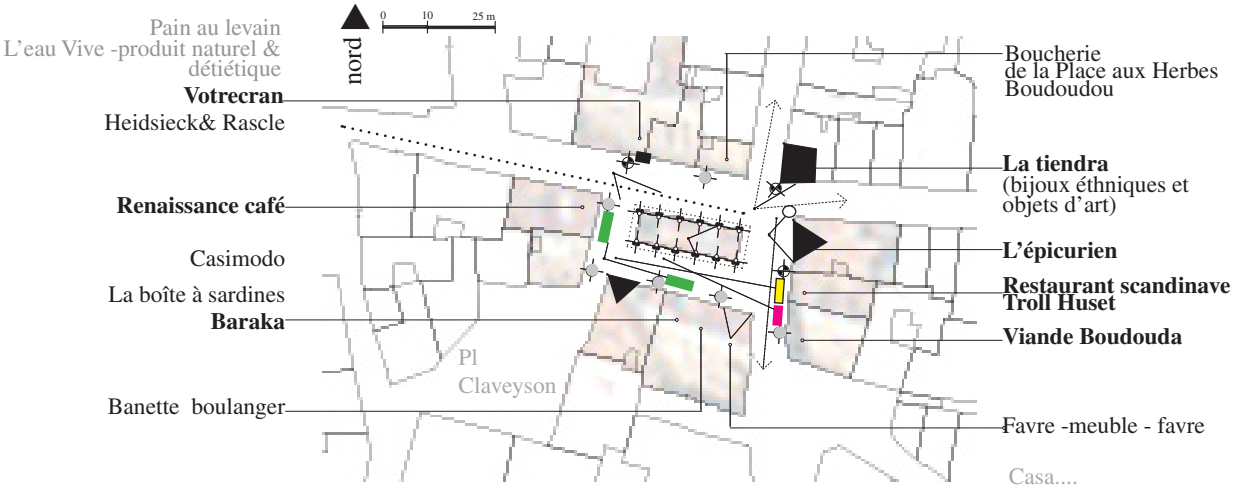
Le suréclairement qui marque la fin de la Grande-rue, invite les usagers à séjourner quelques instants. Il est vécu comme une normalité. Cependant la présence d'un SDF sous l'éclairage de Mana Haute coiffure et du Bonhomme de bois a surpris quelques uns des interviewés qui ont alors accéléré leur pas afin d'éviter d'être interpellé par cette personne. Au cours de nos quelques observations nous avons pu relever que ce contexte lumineux et de visibilité semblait favoriser les échanges entre cette personne et autrui. La marginalité sort de l'ombre pour s'exposer à la lumière. Les vitrines en bois où s'inscrivent le nom du commerce et éclairées par des petits projecteurs ont été énoncées comme un dispositif très esthétique. Mais dès que les usagers avancent de quelques mètres, il se sentent basculer dans l'ombre. L'éblouissement qui se fait suivre n'est pas exprimé tel un phénomène marquant. Il est en effet éliminé par le plaisir qu'offre la petite épicerie. Arrivé au centre de la place Claveyson avec son éclairage tout à fait satisfaisant, les usagers évoqueront encore par comparaison la fin de la grande-Rue. C'est l'ombre qui est retenu et non la lumière.

Place aux Herbes

25 m x 40 m. Autrefois, ce petit tertre constituait un abris contre les eaux de l'Isère. Au XIIe siècle, elle s'appelle place du Grand-Conseil. La Halle métallique du XIXe siècle abrite le marché aux fruits et légumes, tout les matins sauf le lundi.

Angle de la place : L'Epicurien

Café Renaissance à l'angle.



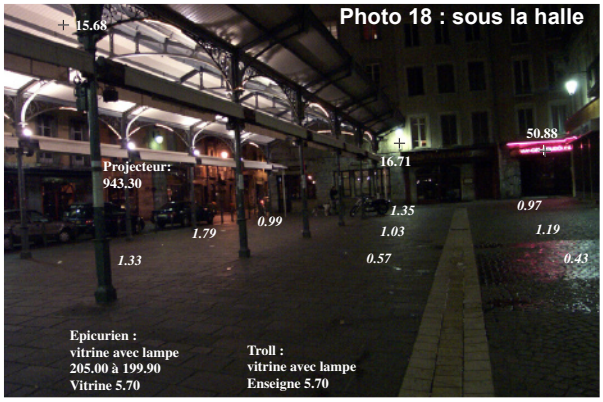
Nombre de point lumineux : 8
Hauteur de feu : 6 m
Luminaire de style : Lanterne à l'ancienne en applique sur console en façade (Europhane)
Lampe : Ballon Fluorescent
Puissance : 250 W
Température de couleur : 3400°K

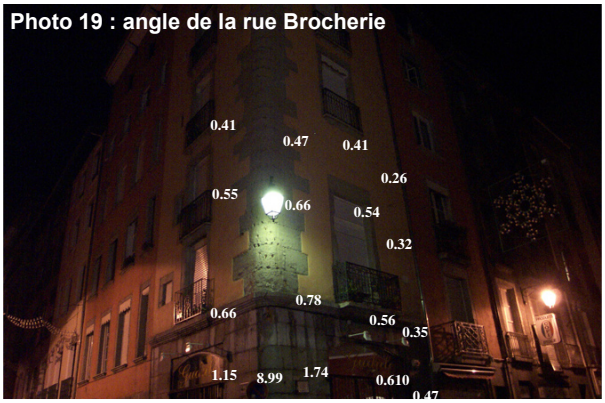
Nombre de point lumineux : 12
Hauteur de feu : 3.5 m
Projecteur : (mazda Projelux)
Lampe : Iodure Métallique
Puissance : 70 W
Température de couleur : ?°K

Votre écran 24/24h
facade sous lanterne : 41.68
Partie Blanche : 42.64
En cas d'urgence : 48.47

«Alors ça dépend où l'on se trouve parce que si on se trouve là-dessous, il y aura plus de luminosité. Si on se trouve là, on en a moins. Déjà on est dans les lumières vertes qui n'éclairent pas beaucoup...ça attire l'œil mais ça n'a pas tendance à bien éclairer, alors que dessous, on voit bien que le sol, il l'est beaucoup plus

«Par contre, j'aime bien le traitement de la façade au-dessus, ils ont conservé l'angle du mur en pierre, mais bon un, peu de manière aléatoire. Ils ont conservé l'encadrement des fenêtres en pierre, enfin je crois que c'est de la pierre, je ne vois pas, à moins que ce soit du béton je ne sais pas… (...) Et puis par contre ça été traité, avec des couleurs. Les couleurs des immeubles qui changent, donc c'est...Et puis l'éclairage en coin, on voit bien la différence de chaque couleur, ça fait joli les tons oranges et jaunes, sur le coin de la rue.»





Rue Brocherie

110 m x 7m. Auparavant «Via Media» - La rue du milieu - dès le XIIIè siècle, comme l'atteste un acte de 1278, concernant la vente d'un four public ; puis rue Moyenne-de-la-Brocherie, en 1525 ; enfin, rue Marat, sous la convention, en 1794. Aujourd'hui, elle abrite des bars et restaurants.

La sandwicherie Djebel

Le chorus Café / N'nodombolo pub

Nombre de point lumineux : 7 (+2)
Espacement : entre 15 m et 20 m
Hauteur de feu : 6 m (4.5m)

Luminaire de style : Lanterne à l'ancienne en applique sur console en façade (Europhane)
Lampe : Sodium Haute Pression (SON confort)
Puissance : 150 W (100)
Température de couleur : 2100 - 2150°K

La casba

Restaurant indien

La fondue et Atcha

Photo 20 : Rue Brocherie
Tard le soir... plus de vitrine, plus d'enseigne.

Avec l'abscence d'enseigne et de vitrine éclairée l'effet de plafond disparait. L'implantation unilatérale de l'éclairage public de température chaude polarise alors l'espace.

Guidage visuel et perspective

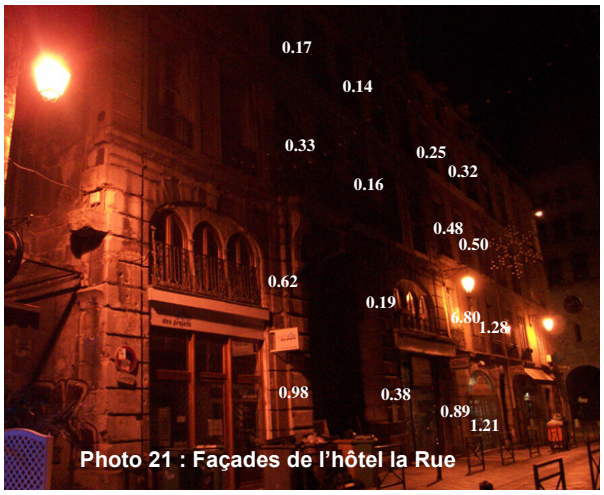


Photo 21 : Façades de l'hôtel la Rue

«Enfin je sais pas si, c'est vraiment la couleur pendant la journée, mais la couleur des bâtiments, enfin, à part, le rez-de-chaussée des commerces, c'est un peu sombre à mon avis. Même avec l'éclairage public là, ça, c'est sombre plus sombre qu'avant. Voilà. C'est à dire que normalement si c'est des couleurs sombres, on fait en sorte de mettre un éclairage public puissant. Bon, en fait, éclairer, pour que les bâtiments n'assombrissent pas plus la rue en fait.»

Estompage

Contraste - emergence - répulsion atténués par la perspective sur la cathédrale. Ici, dans le sens retour : l'éclairage de la sandwicherie devient éblouissant.

Photo 22 : Rue des Valbonnais

«Alors sur la droite, il y a une petite rue. Là on a juste une échappée. (...) Mais là, l'éclairage n'est pas, c'est moins, ou, Ah en fait, j'ai dû, Ah! oui! il y a certains, ici, là aussi, y a des éclairages plutôt oranges alors que sur la place, ils sont blancs, Ah! c'est marrant, et là aussi ils sont aussi oranges! Et j'avoue que je ne comprends pas bien pourquoi. Il n'y a aucun magasin rien du tout, mais c'est très très bien éclairé. Alors en quarante mètres t'as quatre lupiottes publiques, sur un petit chemin par rapport à la rue principale, alors que dans tout Brocherie sur cent cinquante mètres tu en as six, sept. Tout ce qui est plus clair, on va la nuit, avoir tendance à rester à côté. On va être attiré. Donc voilà, la rue à droite, là c'est vachement bizarre. Ah peut-être qu'il leur restait des sous à la mairie…Et c'est clair que, l'on voit où on marche.»

Repousse - Répulsion
L'intensité lumineuse ne contrecarre pas la morphologie spatiale «de passage» où l'insécurité peut être ressentie.

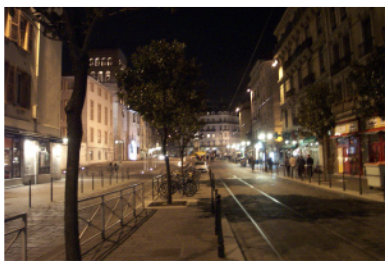
Place Notre-Dame

180 m x 30 m. Cette place reste très minérale, le tram et les automobile y circulent. Les immeubles sont ici plus cossus (XIXe - cimenterie de Grenoble). La cathédrale et la Fontaine des trois ordres (1897) marquent l'image de la place.

Banque populaire en bleu, vitrine, ...

Brasserie en blanc «comme pl. Grenette»

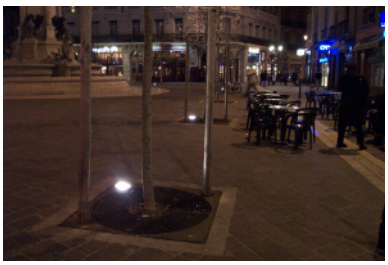
Nombre de point lumineux : 13x3
Espacement : 15- 20 m
Hauteur de feu : 5 m
Luminaire de style : lanterne sur candélabre à bouquet triple en fonte d'aluminium peint (VHM Heinrich éclairage)
Lampe : Gaz
Puissance : équivalent à l'incandescence



Mixage des éclairages

Nombre de point lumineux : 9
Hauteur de feu : 15 m
Projecteur : Mazda- Projelux ou Europhane
Lampe : Sodium haute pression (tubulaire)
Puissance : 400 W (dont un en 250 W)

Encastrés de sol



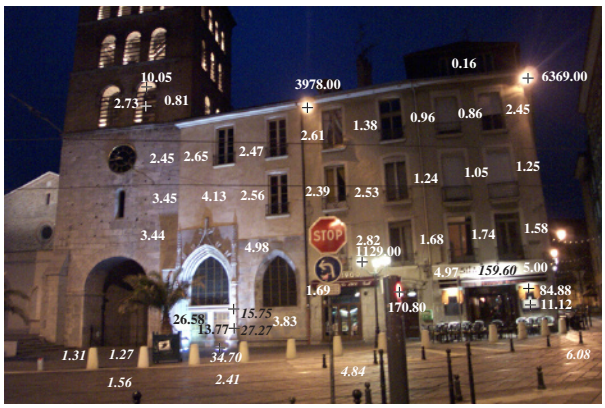


Photo 23 : Façade de la cathédrale

Photo 24 : Direction le Musée

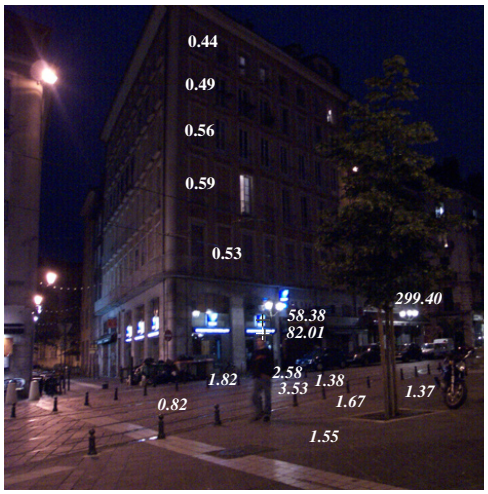


Photo 25 : Direction la fontaine

• Rue Brocherie : approfondissement, attractions, intrusion

- Entrer dans la Rue Brocherie par la place aux Herbes

La halle comme une boîte transparente de lumière

En arrivant sur la place aux Herbes, les usagers se focalisent sur la halle éclairée par les guirlandes lumineuses qui surlignent les arches métalliques :

« Ce qui est joli , c'est aussi d'avoir placé ces espèces de petites guirlandes jaunes assez discrètes...» (ca8)

Mais l'éclairage est «mal entretenu» (ca2) et il ne semble pas mettre en valeur la structure:

« Enfin, là, elles sont allumées parce que... elles sont pas toutes... Elles ont l'air un peu abîmées...» (ca8)

« Ce que je voulais dire justement, c'est pas l'éclairage qui correspond à ce genre de forme ou d'élément architectural» (ca2)

Au delà de ces «décorations de Noël» qui conduisent à une sorte de déception, la halle éclairée en mode indirect offre un bain lumineux.

«Mais là c'est vraiment, à quelque chose près, on se croirait pratiquement dans le jour, en pleine journée. Non c'est vraiment bien éclairé» (ca12)

A l'espace couvert éclairé en indirect correspond une circonscription lumineuse au sol. La limite est énoncée :

« ça dépend où on se trouve parce que si on se trouve là dessous y aura plus de lumière, plus de luminosité, si on se trouve là, on est moins..., déjà on est dans les lumières vertes qui n'éclairent pas beaucoup, ça attire l'oeil mais ça pas tendance à bien éclairer, ... que dessous, on voit bien que le sol, il est beaucoup plus éclairé» (ca13)

La place aux Herbes fonctionne comme une inclusion lumineuse : protégés par la toiture de la halle, les usagers se sentent également encadrés par la lumière des pourtours de la place.

Seulement en vision éloignée, c'est à dire en regardant l'ensemble de la scène d'un angle de la place, la halle devient un masque qui entraîne une polarisation :

« Ben d'un côté elle est illuminé de l'autre moins. Donc on voit que d'un côté. Le côté gauche, avec le marché ça gêne, en fait.» (ca7)

Angles colorés de la place et tubes fluorescents

Après les «illuminations» de la halle, les usagers arrivant sur la place se focalisent sur les tubes fluorescents verts qui dominent mais ils n'offrent aucune satisfaction visuelle.

« Donc y a deux néons verts tout autour là, sur le renaissance café et puis sur le baraka, donc eux on les voit assez bien parce que le vert c'est la couleur qui domine.» (ca13)

«Y a le baraka là aussi, le bar que je ne connaissais pas. Y a deux néons verts qui refont sortir ben l'enseigne mais bon pas top parce que l'enseigne c'est écrit sur le mur.» (ca12)

Les tubes fluorescents tendent à provoquer la fuite :

« Pour les magasins, ça va, j'aime bien, moi je préfère je crois, plutôt que les enseignes lumineuses des spots sur les noms, c'est plus discret mais à la fois ça attire plus l'oeil, je trouve. Parce que les néons, ça attire sur le coup mais en fait, on lit le nom et on s'en va.» (ca1)

Le vert est connoté de froid : *«...et puis le vert je trouve que ça fait froid... » (ca10)*

En vis-à-vis de cet angle, c'est le rose qui prédomine, le nom de l'enseigne est tout à fait lisible :

«Et puis alors les viandes Boudouda, alors là c'est..., le fluo rose» (ca10)

«Les viandes Boudouda, y a les deux, y a l'esprit de montrer par transparence l'éclairage intérieur et aussi l'enseigne qui est vraiment là, du point de vue couleur et enfin grandeur de caractères, c'est vraiment lisible, c'est simple à lire» (ca2)

L'émergence de cette enseigne semble heureusement atténuée par l'enseigne du commerce voisin (le restaurant scandinave apprécié pour son enseigne en bois):

«Bon la boucherie, c'est des néons, l'enseigne boudouda (...) Bizarrement, c'est pas très classe mais c'est pas moche quand même. (...) Par exemple si il n'y avait pas troll...à côté, on verrait, on verrait beaucoup plus boudouda et cela serait plus gênant quoi, mais là... On voit peut être moins de choses, plus il y a de la lumière...» (ca9)

Cette enseigne, comme celle de la location de cassettes vidéo, montre l'importance de la contexualisation. La lumière voisine influence la perception de l'enseigne. Au niveau de l'angle de la rue du Palais, c'est même l'enseigne qui semble gâcher la perception de la lanterne à l'ancienne :

«Bon votre écran 24h/24h, ça c'est archi moche, ça dépareille en plus complètement, c'est bien jaune et on voit bien le logo carte bleue....» (ca10) - « hein, c'est laid, ...c'est ignoble, Votre écran à côté de l'éclairage public,... C'est un rapport...Inégal, enfin je trouve ça dommage de....» (ca8)

De manière récurrente, une synthèse est effectuée, la lecture est globale. Les paroles expriment bien le rythme des couleurs sur la place.

«Là on voit l'alternance, le café d'Espagne : rouge, là : le néons vert, là : le néons vert, là : rouge, là : rouge, l'épicurien : plus doré.» (ca4)

Les éclairages commerciaux sont distincts mais ils composent une image intégrale.

Angle de la place avec la rue aux Herbes : attraction

Les usagers terminent la description de la place par l'intérieur du restaurant L'épicurien.

«Alors pareil, le restaurant est assez attirant par rapport à son éclairage qu'on voit de l'extérieur, et les lustres, ouais les lustres avec des cristaux... c'est pas mal, hein, parce qu'on voit qu'il y a du monde en plus» (ca8)

«Non j'aime bien le style de la façade, enfin les fenêtres en bois comme ça au milieu du verre surtout qu'elle sont pas immenses donc on est pas agressé par une grande baie. Bon l'intérieur est sympa, bien éclairé, on voit bien les poutres, les pierre apparentes....» (ca9)

L'enseigne en façade n'est pas détaillé, par contre une enseigne à l'ancienne marque l'angle du restaurant.

« Donc on peut remarquer le restaurant Epicurien, ils ont fait un effort de spots.... l'enseigne avec le chaudron...qui si on y fait attention se..., elle se regarde.» (ca11)

En vis-à-vis, la Tienda offre un volume de lumière qui invite les passants, mais avec le recul, ce qui caractérise l'entrée de la Rue Brocherie, c'est l'immeuble entier qui marque l'angle:

« Sinon là y a le ton des immeubles enfin les couleurs des immeubles qui changent donc c'est... et puis l'éclairage en coin, on voit bien la différence de chaque couleur, ça fait joli, les tons oranges et jaunes sur le coin de la rue.» (ca13)

Marquant une nouvelle pause dans leur déambulation, les interviewés expriment par un mouvement du regard, allant du proche au lointain, la perspective de la rue. Contrairement à la Grande-Rue l'image semble plus complexe. De nombreuses lumières animent la rue et les usagers décrivent la scène de manière plus floue :

« Donc ben d'ici, on est toujours sur la place aux Herbes, donc ici en fait, on repère beaucoup l'enseigne du restaurant indien, là parce ce que les tons verts bleutés, enfin d'ici je vois un peu bleu, après ça doit dépendre des gens... d'ici je le vois un peu bleu turquoise, enfin... et tout le reste des lumières enfin sont blanches sauf les lumières des lampadaires qui sont jaunes.» (ca13)

La façade principale du restaurant est orientée sur la place, alors que la bijouterie s'ouvre sur la rue Renauldon et la rue Brocherie. Elle s'impose au regard. L'éclairage commercial remplit entièrement son rôle. Les usagers sont complètement absorbés et ils avancent pour regarder la vitrine :

« Là c'est pareil, le magasin, la bijouterie, la Tienda, on a envie d'aller voir parce que c'est éclairé de l'intérieur, même si c'est fermé» (ca8)

Positionné devant la vitrine, l'observateur joue avec les reflets pour balayer l'intérieur de la boutique:

« La Tienda c'est sympa le traitement de ça, c'est un magasin de bijoux mais vachement coloré à l'intérieur, en plus des couleurs que j'aime bien. (...) Donc éclairé, c'est éclairé un petit peu de l'intérieur et surtout éclairé par des spots depuis l'extérieur, bon par contre ce qui est bête c'est que du coup ils se réfléchissent bien dans la vitre quoi.» (ca10)

L'entrée dans la rue Brocherie est retardée par la présence de cette vitrine émergente. Avec la façade secondaire du restaurant l'Epicurien (vue sur les cuisines) les usagers semblent immergés dans le bain de lumière qu'au niveau la Cantina Mexicaine», face au restaurant indien. Le premier restaurant offre de nouveau une enseigne *«qui est bien éclairée pareil toujours sur du bois (...) et pareil c'est écrit en rouge dessus donc ça ressort vraiment bien» (ca13)* (effet de contraste, de relief) tandis que le second propose une vitrine «filtrée»

- Parcourir le couloir de lumières commerciales

La rue Brocherie comme un couloir intérieur

La rue Brocherie a suscité de nombreux commentaires sur les espaces intérieurs ce qui nous conduit à avancer que les observateurs ne se sentent plus dans un espace extérieur mais bien dans un espace intérieur. En effet, l'enfilade des restaurants construit un espace intérieur de plein air et les boutiques apparaissent comme des pièces distribuées par un couloir.
La rue est un véritable intérieur et la couleur rouge de la bijouterie, réchauffe par exemple l'espace public :

«C'est rouge, c'est chaud, ils ont mis un cactus qui est là au milieu, mais en fait, je trouve que ça ne dépareille pas avec le magasin, ça fait un peu exotique.» (ca10)

« La vitrine ressemblant à la scène, la rue à la salle de théâtre, et les passants au public voilà qui nous ramène au spectacle de la vie nocturne dans la grande ville. En effet, la rue en tant que lieu de commerce et de plaisir, telle qu'elle apparut au XIXe siècle - le boulevard - faisait penser à l'intérieur en plein air. (...) Le phénomène de la rue comme intérieur, pour utiliser cette expression de Walter Benjamin, s'explique aisément par la psychologie de la perception. Tout espace extérieur artificiellement éclairé est perçu comme un intérieur dans la mesure où il se démarque de l'obscurité qui l'entoure comme s'il était entouré de murs.» [SCHIVELBUSCH W., *La nuit désenchantée,* p120]

On peut se reporter à l'effet de compression (couloir, plafond).

Dans ce couloir intérieur, nous relevons ainsi, trois sortes de lumières commerciales. Pour une visibilité et lisibilité aisées chacune d'elles semblent induire une position spécifique de l'observateur :

Les vitrines

Nous avons vu que le regard qui se porte sur l'intérieur des bars et restaurants devient si présent que les interviewés ne semblent plus appartenir à l'espace extérieur. Ils sont complètement transposés à l'intérieur. Les vitrines colorent l'espace extérieur, mais elles restent avant tout le reflet des ambiances intérieures. Alors pour être attractive, la vitrine (ou l'ensemble du commerce) doit posséder un éclairage relativement bien dosé :

- Selon les interviewés pour être apprécié l'éclairage ne doit pas être plein feux, «comme en pleine journée». On pense ici au suréclairement de La Casba qui met mal à l'aise les passants de voir autrui sous une si forte intensité lumineuse.

« La Casba je crois que c'est pas fait pour être intime...» (ca8)

« Ben là, y a un bar, La Casba, par contre y a juste un écriteau dehors, mais par contre à l'intérieur, c'est bien éclairé voire on se croirait en journée, vraiment en journée, y a quatre néons à l'intérieur et ça suffit largement pour éclairer quoi, une assez grande pièce» (ca12) [Ici on note l'effet de dilatation, la pièce est bien agrandie par l'éclairage]

Le passant semble devenir un «voyeur» et par contre, nous pouvons nous demander si les habitués se sentent réellement dans une situation de surexposition. A priori, il semblerait que non.

Comme de nombreux restaurants la Casba offre aux passants un sentiment d'évasion:

« La Casba : c'est vraiment à l'ancienne, ça, oui, tout est basique, j'avais jamais remarqué que cette boutique y avait que des hommes. (...) Je ne sais pas, ça me fait penser vraiment à des lieux (de voyage) comme ça et en même temps on est content parce qu'on est fatigué d'avoir fait du car du train, je ne sais pas puis on se trouve, c'est moche, mais là, c'est basique : lumière, table et on vous apporte la soupe, le riz...» (ca7)

Nous pourrions aussi citer la vitrine de Atcha où un mixage de vêtements, de chaussures, de sacs, etc, attire et arrête la plupart des passants. Nous reviendrons ultérieurement sur l'enseigne de cette boutique.

- Inversement, ne rien voir de l'espace intérieur (obstruction visuel, trou noir...) est dissuasif, surtout pour la première fois et surtout si la personne est seule. Souvent, à «l'assombrissement intérieur» correspond une irruption sonore. Débordant sur l'espace public cette émergence devient inévitablement une intrusion. Prenons ici l'exemple du London Pub *«qui comme tout bon pub se doit un peu «tenneg», racoleur» (ca11)* :

« ...ça fait une vitrine assez sombre, en plus on entend le bordel qu'il y a à l'intérieur...» (ca10)

« Ben ça dépend pourquoi on vient, mais pour une soirée, non... c'est trop sombre. Il faudrait un peu plus de lumière au moins pour attirer, après à l'intérieur, je ne dis pas (...) parce que moi j'aime bien savoir dans quoi je rentre, pour ne pas être surprise. Je préfère que l'entrée soit plutôt vitrée où l'on voit à l'intérieur plutôt que de rentrer dans un petit truc fermé...» (ca1)

En avançant de mauvaises appréciations, les usagers donnent leur propre analyse à ce dénuement lumineux, les uns parlent de «réputation», tandis que pour d'autre, la façade «originale» déclenche de toute manière, l'attraction visuelle :

«Ben là, c'est un bar, un pub réputé, le London Pub, donc là, ils ont même pas besoin d'éclairer parce que ils ont la réputation que ça s'est fait, donc je pense que là-dessus ils n'ont pas besoin d'attirer la clientèle. Mais bon l'éclairage... y a pas grand chose.» (ca11)

« Ouais, là c'est des italiens quoi, beaucoup, c'est là où on vient manger italien, pourtant y a le London Pub, là aussi, super original, y en a plusieurs d'originaux, y a celui-là et l'autre en bois La fondue qui est travaillé complètement à part» (ca4)

Le local éclairé apparaît comme un point essentiel de l'effet d'attraction, mais aussi de l'effet d'approfondissement et par conséquent de l'effet de dilatation au niveau de la rue.

« [Qu'est ce qui te marques?] Ouais la finalement c'est plus l'originalité de la devanture, ouais, et les ambiances intérieures. Là c'est le pub anglais sombre, c'est plus ce qu'il y a derrière que je regarde. Jusqu'où se perd le regard, quoi. (ca4)

Les enseignes drapeaux et bandeaux

« Et je vois du coup les enseignes des commerçants soit ils mettent un éclairage qui éclaire leur enseigne qui elle même ne produit pas de lumière... (Reprise problème micro) Soit c'est un éclairage indirect avec des torche, des..., hop qui éclaire leur enseignes, soit c'est l'enseigne qui produit de la lumière quoi.» (ca4)

Depuis la Grande-Rue les usagers ont repéré ces deux types de mise en lumière des enseignes bandeaux. Plus étroite et surtout semi-piétonne, la rue Brocherie amène les usagers à opposer les enseignes bandeaux et les enseignes drapeaux.

Les enseignes en drapeaux, c'est à dire perpendiculaires à la façade, sont lues à distance du côté du trajet (trottoir droit).

« Chez Stéfano Pizza, ces enseignes là, je vais les lire mais celles qui sont accolées à la façades, non pas du tout» (ca2)

Avec le manque de recul il est très difficile de lire les enseignes bandeaux qui filent généralement au dessus de la vitrine. En passant devant la vitrine de Atcha, il est difficile de lire le nom de la boutique :

« Et celui là, il est, je trouve qu'il est vraiment..., tout le mode regarde le soir, cette vitrine, elle est très claire, très lisible très nette.»(ca4)

« On a plutôt envie de continuer ou toujours pareil de regarder les ..., les objets, les habits, je ne sais pas quel magasin c'est...» (ca9)

Le regard est en difficulté et l'usager est obligé de se reculer pour prendre connaissance de l'appellation de la boutique. L'enseigne non éclairée devient la justification de cette lecture retardée.

«Là c'est...., Aaaa..., (recul) «Atcha» et j'ai dû chercher, j'ai dû lever la tête pour essayer de trouver le nom du magasin parce que c'est même pas..., le magasin il est...., le nom du magasin n'est pas éclairé, bon, la façade elle est éclairée mais euh, c'est vrai qu'ils n'ont pas fait ressortir le magasin, le nom du magasin, plutôt.» (ca12)

Les enseignes en bandeau accolées à la façade deviennent lisibles seulement si l'observateur se situe sur le trottoir opposé. Mais l'enseigne drapeau devient elle aussi «à lire» lorsque l'observateur ne situe dessous :

« Donc là, c'est une pizzeria, non même pas, c'est la Bodega, ben toujours le même système, c'est des petits écriteaux blancs, face à la marche en fait. [tu lèves la têtes?] ouais parce que là il est vachement haut, c'est vrai, il est pas très, ils ont pas fait ça très stratégique, ils n'ont pas fait ça au mieux» (ca12)

Contrairement aux bandeaux, les enseignes drapeaux débordent sur l'espace public, elle deviennent moins appréciées certainement par leur effet d'irruption (voire intrusion) par l'effet d'accentuation qu'elles produisent (Elles viennent s'ajouter aux enseignes bandeaux)

« Ouais les enseignes perpendiculaires ça a tendance à me plaire moins que le reste...ouais, le nom tout seul (sur la façade) ça m'aurait suffit quoi, surtout qu'il y a une lanterne toute mignonne sous la porte, je trouve ça dommage d'avoir accolé un truc.»(ca9)

Nous avons relevé que de nombreux commerces de la rue Brocherie possédaient en plus de leurs enseignes des petites lanternes. Les interviewés les ont parfois remarquées. Pour profiter de l'effet qu'elles produisent dans la rue (une composition tout à fait intéressante deux rubans de lumière qui encadre le passant) il faut passer dans la rue en été, à l'ouverture des restaurants et le soir avant la tombée de la nuit car ensuite les enseignes et l'éclairage public estompent cet éclairage «en flambeau».

L'éclairage public comme un reflet de l'architecture

Dans le discours de certains interviewés on s'aperçoit que l'éclairage de la rue Brocherie est amené uniquement par les commerces. L'éclairage public est entièrement gommé. Lorsqu'il est évoqué, l'éclairage public, devant l'émergence de l'éclairage commercial est relégué au second plan. Il est dans ce cas perçu comme suffisant.

« Sinon l'éclairage de la rue, y en a assez, mais je crois que je préfère en blanc.... ça éclaire assez la rue, même là on est de l'autre côté de la rue (trottoir opposé à l'implantation unilatéral) par rapport aux lampadaires on est assez éclairé.» (ca1)

La récurrence des paroles montre que la rue Brocherie appartient au centre historique et que l'éclairage doit légèrement révéler l'architecture :

« ...c'est des anciens bâtiments, donc ils essayent un petit peu de s'adapter, d'adapter les vieux bâtiments avec du truc artisanal (l'éclairage). Mais peut être aussi que ça fait partie du jeu quoi.» (ca5)

« pareil au niveau de l'éclairage, regarde, on essaye de garder un peu, de se mettre dans le décor, donc je pense qu'au niveau de l'éclairage, c 'est très bien fait, y a pas de..., il faut pas en rajouter parce que si on rajoute trop c'est, on éclaire un peu les défauts quoi. On éclaire les défauts de l'architecture qui est pas , on va dire, voilà, elle a vécue, mais bon elle est plus au jour, aux normes.» (ca3)

La rue Brocherie apparaît «*avec une identité forte de lumières et de vitrines (restaurants et cafés) et un éclairage public qui est, qui rabat vers le sol, quoi, qui écarte pas la façade vers le haut qui te tasses un peu, un éclairage public un peu en chandelle quoi.» (ca4)* Ainsi l'éclairage public participe à l'effet de plafond.

- Sortir de la rue Brocherie

Nous avons vu au cours du texte polyglotte que la rue Brocherie recevait aussi une petite épicerie comme «Le vieux Puits» qui reste ouverte tard la nuit. Deux points ont été soulevés. Premièrement, une difficulté de lisibilité dans la hiérarchie des écritures et deuxièment, l'éclairage dynamique dans la vitrine qui ne manque pas d'attirer l'attention. Les interviewés avaient également commenté les tubes fluorescents de la pizzeria Tavola Galda et du pub Chorus Café (N'nodombolo). Les tubes verts cachés par les lettres boitiées noires apparaissaient en trois dimensions mais la typographie était dure à déchiffrer. Quant aux tubes fluorescents bleus, ils soulignent les arches de la façades mais ne semblent pas annoncer correctement l'ambiance chaude qui se développe à l'intérieur.

Intrusion d'une enseigne

L'enseigne drapeau du restaurant asiatique le Pavillon d'Or n'a pas manqué de susciter des réactions. Alors que l'ensemble de la rue Brocherie est présenté comme bien illuminée...

«Ben, dans cette rue..., elle est bien illuminée en fait, toutes les rues devraient être comme ça, bien illuminées» (ca7)

... une enseigne lumineuse drapeau fait irruption dans la rue qui devient plus sombre (assombrissement) ce qui entraîne un contraste plus important. Par ailleurs, un effet de dispersion est relevé : il y a moins d'enseignes puisque nous arrivons pratiquement à la fin de la rue.

« Le Pavillon d'Or, il essaye d'utiliser beaucoup de couleurs, le jaune, le rouge, je sais pas, j'aime pas» (ca5)

« Par contre ils ont fait comme là pizzeria sur le côté marche, là ils ont mis du rouge bien vif avec là, par contre les dimensions de la pancarte... elle est plus importante que les autres d'avant, elle est jaune...» (ca12)

Dans ce contexte les caractéristiques de l'enseigne conduisent les usagers à considérer cet éclairage comme une véritable intrusion :

«L'enseigne du Pavillon d'Or, ça pas sa place, là il y a trop d'éléments trop de couleur, trop de lumière.... c'est ouais...j'ai pas envie de voir ça au milieu de la rue, ça n'a pas ça place» (ca9)

Et une fois de plus, cette émergence produit une fuite. En un coup d'oeil l'usager doit avoir réceptionné toute les informations. Les détails demandent un effort de lecture qui agace plutôt les passants :

« Voilà, donc là, euh, restaurant Pavillon d'Or, le cadrage par le tube, enfin c'est attirant, mais enfin toujours le style d'écriture et le fait qu'elle est chargée, je crois.... C'est vrai que je lis le Pavillon d'Or, mais pour pouvoir lire tout ce qu'il y a, après je m'ennuie tout de suite et je m'en vais donc» (ca2)

Notons que cet assombrissement suscite également des commentaires sur l'éclairage public. Il ne semble pas prendre le relais de l'éclairage commercial en disparition. D'autre part c'est en remarquant l'estompage de la hauteur des bâtiments que les usagers prennent conscience qu'auparavant ils étaient sous un plafond lumineux.

Cadrage sur la cathédrale

Après cette intrusion, les enseignes ou vitrines ne sont plus le sujet d'une focalisation. Les parois du couloir sont plus sombres imposent des limites verticales à la scène qui s'offre aux yeux des passants. Dans ce cadre, la cathédrale Notre-Dame apparaît sous son habit de lumière :

« Et donc on remarque le clocher, forcement. Je crois que je n'étais jamais venu là le soir, ouais, j'avais jamais remarqué le clocher comme ça... je ne pense pas que tu m'y es poussé, mais on voit les rouages

dans les escaliers et tout ça, je ne sais pas si on voit les cloches....» (ca11)

L'illumination de la cathédrale focalise le regard:

« Là, on regarde, on est plus attiré par la lumière du clocher de Notre-Dame, qui nous fait lever les yeux et moins regarder les... la boucherie en activité...» (ca4)

Cet événement est très apprécié et il annonce en quelque sorte déjà la sortie de la rue Brocherie.

La boucherie lorsqu'elle est en activité marque presque la fin de la rue Brocherie par son irruption. La lumière inonde le trottoir et retient l'attention du passant :

« Je crois que cette boucherie, elle est..., elle comment dire, on sent le passage devant la boucherie à cause de l'intensité de l'éclairage qu'elle dégage à l'extérieur parce que tout le parcours qu'on a fait là, c'est vrai que, y a des enseignes du côté droit où l'on passait mais qui éclairaient juste la partie du magasin ou le titre ou..., mais là, ils ne participaient pas à l'éclairage du petit trottoir. Et enfin, c'est à ce moment là que j'ai remarqué le traitement du sol... mais là ça contribue à voir...» (ca4)

L'ambiance qui se dégageait à l'entrée de la rue Brocherie semble s'être modifiée sensiblement. Les usagers décrivent rapidement les deux ou trois émergences lumineuses qui contrastent dans l'environnement, la vitesse de déambulation s'est accélérée.

Mixage de lumières Place Notre-Dame

La sortie de la rue Brocherie était annoncé, la vingtaine de mètres qu'il reste à parcourir n'est qu'une transition avec des éclairages disqualifiés par les usagers. Une coupure lumineuse correspond à l'angle des deux bâtiments qui dessinent la rue Brocherie. D'une zone sombre où les passants se sentent canalisés, on passe à une zone aérée où les passants ressentent *«un peu une sensation que..., ce soit vide». (ca7) :*

«Là on est sur la place Notre Dame, là, c'est pareil, là, on est un peu tout fou quoi, après avoir été canalisé dans la rue Brocherie, là, atchiuuuu, y en a partout, là y a tout qui se brasse.» (ca4)

« Si on a une taille petite et éclairée de la même façon qu'une place plus grande, on à l'impression que si c'est moins lumineux quoi, voilà donc ici on trouve que c'est plus grand là. Donc en fait, peut être que la lumière s'est dispersée partout, donc on voit pas en fait l'importance de la lumière.» (ca5)

Les usagers semblent un peu destabilisés : la scène est difficile à décrire. Ils balayent visuellement l'espace de gauche à droite et ils commencent par décrire l'illumination de la cathédrale qui se présente en face d'eux.

«Je confirme le porche est vraiment joli» (ca13)

Puis leur yeux observent de nouveau. Du point de vue de l'éclairage (mais architectural également) l'effet de mixage apparaît fortement :

«Et là, la compilation de tout ça fait que ça donne une place assez active, on a envie de rester, c'est pas mal.» (ca8)

Ce qui marque la place Notre-Dame après l'illumination de la cathédrale c'est l'éclairage public.

On note ici l'effet d'ubiquité :

«J'avais pas vu, d'accord, je me disais que ça éclaire quand même bien pour des petits... Comme ça, je me disais d'où viens la lumière. Et la lumière donc viens de la haut (...) C'est ce qui fait bizarre en voyant les petits halos, on s'attend à voir un éclairage autour et non pas trop» (ca9)

Comme pour la place Grenette ce qui semble disqualifier l'ambiance lumineuse de la place c'est de nouveau le manque d'illumination au niveau de la fontaine :

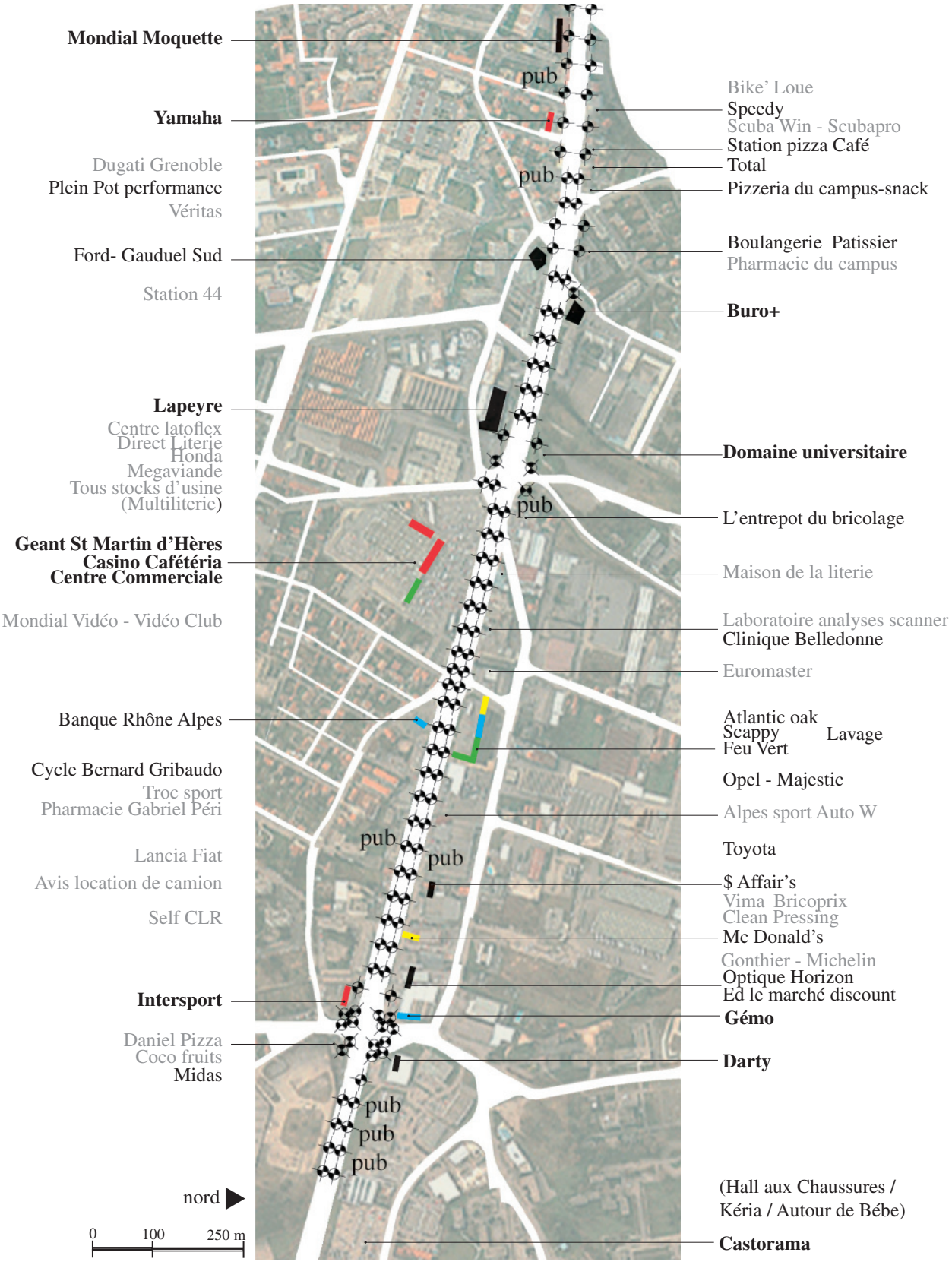
« Elle est bien éclairée, ils ont mis des lampadaires, enfin je ne sais pas, des tri quoi, des tri lampes, bon par contre la fontaine toujours pas éclairée quoi, c'est bizarre quoi.» (ca10)

L'éclairage commercial n'apparaît surtout pas comme émergent *«Ben, c'est surtout l'éclairage public qui fait l'ambiance, et ouais y en a tout le long» (ca12).* L'éclairage commercial ne se fond pas dans l'ambiance lumineuse, mais apparaît en osmose.

« Ben là, ils peuvent se permettre d'être un peu plus discret puisque c'est plus éclairé que dans les rues. Les places, c'est ça qui est bien, les places tu bénéficies de ton éclairage et de l'éclairage de la ville quoi.» (ca1)

« Tu vois en même temps une vitrine complètement éclairée et en même temps après deux mètres, il y a un éclairage public. Et toujours ce qui m'attire c'est l'éclairage de la vitrine en fait plus que l'enseigne.» (ca2)

Sur la place Notre-Dame, les éclairages des vitrines et des enseignes luminescentes sont bien présents. On retrouve les graphismes «carrés» de la place Grenette et une lisibilité peut- -être moins aisée des écritures aux tubes luminescents (selon la taille de la place).


Mondial Moquette
Yamaha
Dugati Grenoble
Plein Pot performance
Véritas
Ford- Gauduel Sud
Station 44
Lapeyre
Centre latoflex
Direct Literie
Honda
Megaviande
Tous stocks d'usine
(Multiliterie)
Geant St Martin d'Hères
Casino Cafétéria
Centre Commerciale
Mondial Vidéo - Vidéo Club
Banque Rhône Alpes
Cycle Bernard Gribaudo
Troc sport
Pharmacie Gabriel Péri
Lancia Fiat
Avis location de camion
Self CLR
Intersport
Daniel Pizza
Coco fruits
Midas
nord
0
100
250 m
pub
pub
pub
pub
pub
pub
pub
Bike' Loue
Speedy
Scuba Win - Scubapro
Station pizza Café
Total
Pizzeria du campus-snack
Boulangerie Patissier
Pharmacie du campus
Buro+
Domaine universitaire
L'entrepot du bricolage
Maison de la literie
Laboratoire analyses scanner
Clinique Belledonne
Euromaster
Atlantic oak
Scappy
Feu Vert
Lavage
Opel - Majestic
Alpes sport Auto W
Toyota
$ Affair's
Vima Bricoprix
Clean Pressing
Mc Donald's
Gonthier - Michelin
Optique Horizon
Ed le marché discount
Gémo
Darty
(Hall aux Chaussures /
Kéria / Autour de Bébe)
Castorama

Nombre de point lumineux : 107 (145)
Espacement : environ 42 m (largeur de la chaussée 8 mètres)
Hauteur de feu : 14 m
Luminaire de style : Candélabre mat en aluminium monté d'un luminaire (Thorn Pilote T2)
Lampe : Sodium haute Pression
Puissance : 250 W (39KW)

Mesures de luminance sur le parcours Avenue Gabriel Péri

Photo 1 : Gières
«Eclairage ambiance Parc»

Photo 2 : Rond point de Gières
Faible luminance

Photo 3 : sortie de Gières
Vers la mauvaise uniformité

Photo 4 : Avenue Bois Taillis
Au loin le «trou noir»

Photo 5 : Avenue Bois Taillis
«Eclairage ambiance autoroute»

Photo 6 : Arrivée sur Gabriel Péri
Encadrement (ici les panneaux publicitaires)
Habituellement : Gémo à droite en bleu et Intersport à gauche en rouge

Photo 7 : Après la perspective premier carrefour «bien éclairé» (les phares des voitures peuvent induire de «mauvaises» valeurs)

Photo 8 : A droite le Gémo éteint.

Photo 9 : Séquence «plus calme»

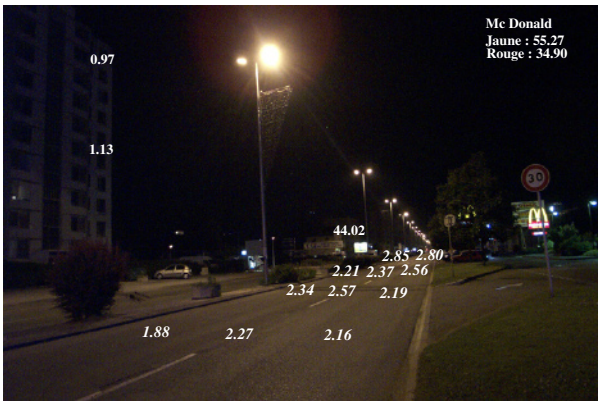


Photo 10 : Emergence de la publicité

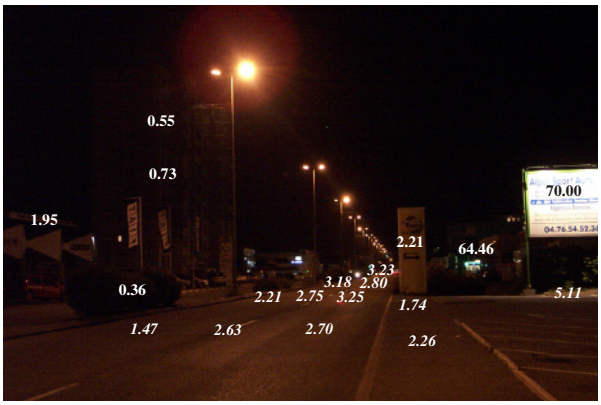


Photo 11 :
La discothèque Feu vert
Inondation au sol

Photo 12 : Plusieurs plans, la station de lavage en blanc et Atlantic Oak en rouge Profondeur (zone de stationnement produisant du recul)

Photo 13 : «L'éclairage jaune et le guidage visuel» ou «Le repos visuel avant l'emergence»

Photo 14 : bonne luminance sur la chaussée pré-enseigne du centre commercial

Photo 15 : «le tableau Géant Casino»
Effet de cadrage

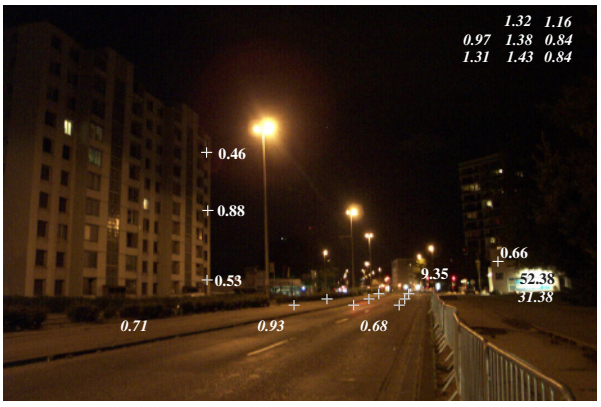


Photo 16 : début de la séquence «habitations»
Effet d'enveloppement

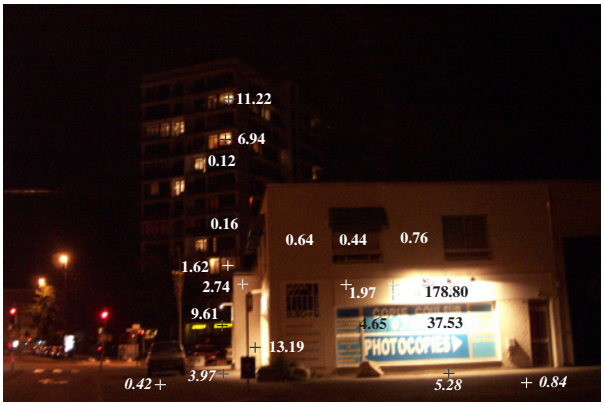


Photo 17 : projecteur sur le bâtiment «buro+» et effet de pointillisme

Photo 18 :
- La vitrine de «Ford»
- Changement d'implantation
- Eclairage additionnel (passage piéton)

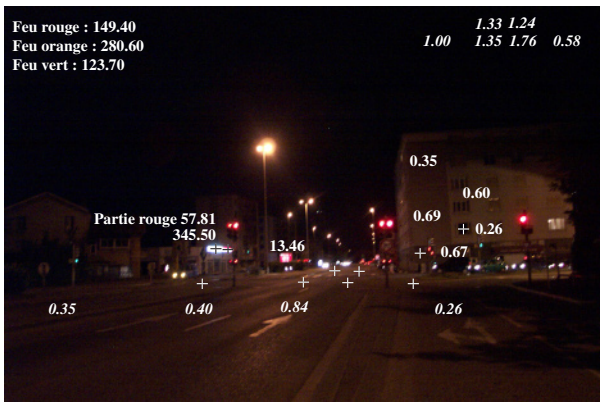


Photo 19 : émergence de la signalisation tricolore

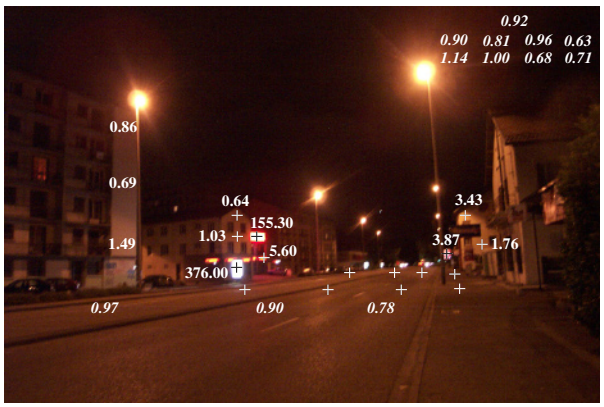
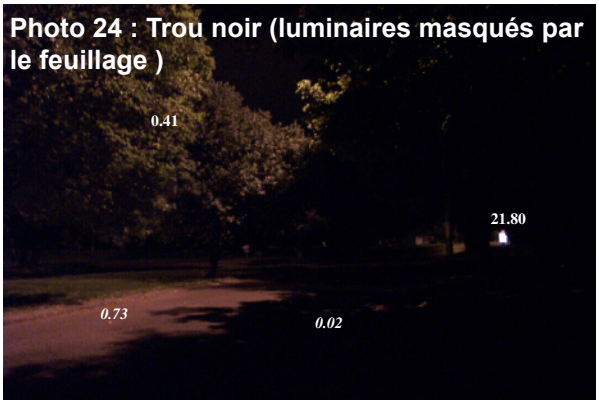


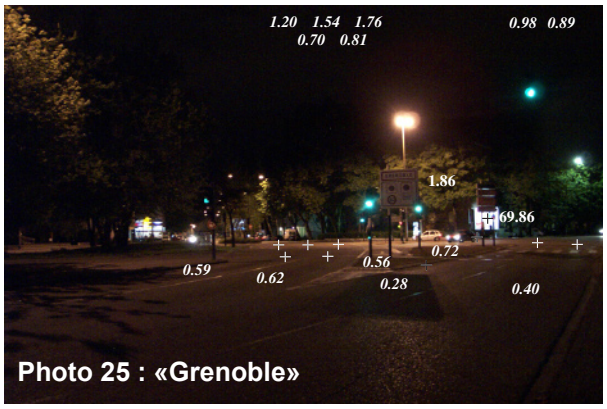
Photo 20 : implantation bilatérale en vis à vis Luminance plus faible sur la chaussée

Photo 21 : émergence de l'enseigne Yamaha

Photo 22 : visibilité sans éclairage commercial

Photo 23 : fin de Saint-Martin d'Hère Effet d'assombrissement





FONCTION	Nombre panneaux
Publicité	51
Publicité et préenseigne	17
préenseigne	8
Acces magasins	6
Enseigne	7
Information	7
Vide	2
TOTAL	98

PANNEAUX	Nombre panneaux
bus et sucette	22
petits format	20
4x3	55
Numérique	1
TOTAL	98

SYSTEME	Nombre panneaux
Affiches (collées, posées…)	76
Déroulement	7
Lattes pivotantes	15
TOTAL	98

ECLAIRAGE	Nombre panneaux
Pas de système	40
Réglette	18
Projecteurs	5
Retro-éclairée	35
TOTAL	98

IMPLANTATION	Nombre panneaux
DROITE	52
GAUCHE	43
CENTRE	3
TOTAL	98

SEQUENCE	Nombre panneaux
Gieres (s1, s2, s3)	11
Arrivée (s4)	19
Darty au Atlantic Oak (s5)	17
Oak au domaine (s6)	9
Domaine à buro (s7)	10
Buro+ à fin St-Martin (s8)	14
St-Martin à début Grenoble (s9)	9
Grenoble (s10)	9
TOTAL	98

SENS DE LECTURE	Nombre panneaux
Selon côté parcour	37
Selon côté opposé	6
Double sens	55
TOTAL	98

Selon les dires des usagers, les publicités de l'avenue Gabriel Péri apparaissaient tantôt imperceptibles tantôt prépondérentes dans le paysage. Cela nous a conduit à dénombrer l'ensemble des panneaux implantés le long des voies empruntées lors du parcours.

4x3 - Eclairage	Nombre panneaux
Pas système éclairage	23
Reglette	18
retro éclairé	9
Projecteurs	5
TOTAL	55

4x3 - Système	Nombre panneaux
Affiche	35
Déroulement	7
Lattes	13
TOTAL	55

4x3 - type	Nombre panneaux
Simple face	23
Double face	32
TOTAL	55

Le relevé des panneaux montre que la majorité d'entre eux ont une fonction publicitaire, le système le plus employé reste celui de l'affiche collée ou posée sur le support. Les panneaux se répartissent aussi bien d'un côté que de l'autre, sur 98 on compte plus de la moitié de panneaux à double sens. Du point de vue de l'éclairage environ 60% des panneaux sont éclairés suivant un dispositif de rétro éclairage. En regardant précisement les 4x3 on s'aperçoit pourtant que pratiquement la moitié ne sont pas éclairés et que celles qui le sont utilisent le dispositif de la réglette qui répartit uniformément la lumière. Sur 55 panneaux de grande taille (4x3) on s'aperçoit que 13 fonctionnent avec des lattes pivotantes : cela permet de multiplier les informations (une publicité succède à l'indication de l'accès d'un magasin) et de capter assez facilement le regard du passant par effet de dynamique. Mais pour une bonne lisibilité le choix de l'emplacement remarquable du panneau est prépondérant. Dans le paysage sombre de Gières le moindre point de lumière à été remarqué, la 4x3 après le rond point a suscité la parole. La perspective de l'avenue est souligné par un grand nombre (19) de panneaux en tout genre. Avec l'émergence des grandes enseignes, les panneaux publicitaires tendent alors à disparaître de la vue. Et lorsque la lumière colorée s'estompe, les «carrés lumineux» redeviennent bien présents. Dans la zone qualifiée «plus d'habitation» ce sont les petites sucettes Decaux qui émergent. Elles ont donc été le plus citées sur cette séquence du parcours (mais dans le sens retour). Dans le contexte lumineux des enseignes, les panneaux publicitaires se mélangent (effet de mixage - bien vécu) tandis que dans un contexte plus sombre (entrée et sortie de Saint-Martin d'Hères) elles deviennent très prégnantes (focalisation) d'autant plus si elles sont concentrées. Ce qui peut conduire à l'effet d'intrusion.

• Avenue Gabriel Péri : trou noir, encadrement, tableau lumineux

- Entrer dans l'avenue Gabriel Péri : séquence noire et panorama

Trou noir et éblouissement à la sortie de Gières

La sortie de la petite commune de Gières est disqualifiée du point de vue éclairage. Celui-ci est perçu comme celui *«des vieilles autoroutes» «il n'est pas accueillant», «ben, l'ambiance là, elle est un peu tristounette quoi» «c'est pas très agréable», «c'est pas terrible quoi», «c'est un peu brumeux» «mais bon ben, c'est assez apaisant pour les yeux quoi».*

La lisibilité est faible et puis elle devient presque nulle :

« c'est assez euh, on ne distingue pas bien, ça fait un fond assez noir. On arrive dans une zone très sombre, on arrive en fait à l'embranchement de la rocade, on passe sous le pont, sous la rocade, les phares des voitures sont éblouissants par contraste avec l'environnement qui est très très sombre parce qu'il n'y a pas d'éclairage, du tout.»(gp3)

Comme le signale un interviewé, les lumières qui restent à voir correspondent aux feux tricolores et aux phares des voitures. Mais ils sont éblouissants.

Après la coupure lumineuse qui transforme une ambiance lumineuse plutôt triste en une ambiance noire, les usagers redécouvrent les lumières de la ville. Mais le magasin Castorama laisse des projecteurs mal réglés sur son parking. Le regard est de nouveau gêné.

«Donc à droite forte luminance sur le Castorama» (gp5)

Ouverture sur le panorama

Nous pouvons préciser que la fin de la séquence noire est accompagnée par une petite montée puis la voie devient descendante. Une coupure peut être de nouveau signalée en effet, c'est à ce moment précis de transition, de bascule que les usagers retrouvent la lumière. Cet instant est vraiment rassurant pour les passagers.

« Là, on commence à voir que ça marche un peu, y a un peu d'électricité dans la ville» (gp1)
«Ah! Maintenant, ça commence la lumière de l'avenue, moi j'aime bien quand la lumière est comme ça parce que ça donne l'idée de..., c'est plus intime...» (gp6)

En redescendant le pont *«on a un effet de surprise, de panorama un peu sur la ville qui fait qu'on voit un peu» (gp4).* Pendant quelques instants les yeux se font évaluateur ; le balayage visuel s'effectue ainsi :

- En face et au loin :

«Et puis au loin en fond de perspective, on voit Gabriel Péri» (gp3)

- A gauche : le silence des usagers indique qu'il ne se passe rien et pourtant un simple alignement d'arbre masque le paysage.

- A droite : Nous surplombons les zones artisanales et commerciales de Champ Roman et de Mayencin

«On a les premiers magasins sur la droite, certains sont éclairés et d'autres pas» (gp2)
«Là mon regard est interpellé par une grande banderole, par..., comment on appelle ça, un fluo rouge de magasin, ...qui est là- bas, je ne sais pas ce que c'est.»
Les quelques enseignes éclairées se détachent dans l'environnement relativement sombre, elles sont appréciées pour leur rôle de repérage. Les yeux découvrent, identifient, repèrent, reconnaissent...

«Alors c'est vrai que c'est pas mal de passer la nuit, parce que ça permet d'en repérer certains genres, je ne savais pas qu'il y avait un Hygéna ici!» (gp2)

Mais ce qui marque le plus l'accès à l'avenue Gabriel Péri, c'est ce tableau qui se compose de petites lumières scintillantes. Elles expriment une certaine effervescence. Nous pouvons ici nous renvoyer à l'effet de Pointillisme.

- Retour à une vision frontale

En effet, après que le regard se soit évadé, les yeux reviennent sur la perspective de l'avenue. Plus proche, l'avenue apparaît de manière graphique autrement dit sous la forme de ruban de lumière :

«On voit Gabriel Péri, euh, l'ambiance jaune avec les phares des voitures dans les deux sens, blanc et rouge qui sont très marqués. Les mâts d'éclairages accentuent la perspective.» (gp3)

Le temps de donner les impressions qu'éveille cette arrivée plongeante - décor de l'avenue Gabriel Péri inscrit dans une scène composée de loupiottes miroitantes - les passagers sont immergés dans une nouvelle ambiance.

Encadrement par les publicités

Après cette «ouverture» l'usagers semble baigner dans un mixage de panneaux éclairés et d'enseignes lumineuses. Le relevé des publicités montre en effet que cette séquence est relativement dense. On note de nombreuses 4x3 éclairées ou non.

«Et puis là, on arrive, on sait plus quoi décrire parce qu'il y en a partout : des panneaux sur le bord de la route, des panneaux publicitaires 4x3 éclairés, des enseignes ponctuellement.» (gp3)

« Alors y a beaucoup de pubs qui sont allumées, des panneaux publicitaires, des 4x3.» (gp2)

Disposés perpendiculairement sur les bords de la voie, les yeux sont confrontés à de nombreuses informations. Cette enfilade construit un encadrement, une sorte de couloir vertical qui participe à l'effet de guidage optique (les mâts de l'éclairage public).

L'entrée de l'avenue qui avait été annoncée depuis longtemps, est ressentie par les usagers au moment de cette concentration d'enseignes. Avant, elles n'avaient pas été perçues aussi prégnantes ou bien elles participaient au tableau lumineux.

Si la transition entre Gières et Saint-Martin d'Hères soulève une insatisfaction une incompréhension, l'arrivée sur l'avenue Gabriel Péri est préparée par le panorama. La vision sur la perspective de l'avenue dans l'agglomération est appréciée. Et même si les usagers n'ont pas évoqué le rapprochement lent et rapide à la fois, l'immersion est donnée par la densité des panneaux publicitaires.

- Parcourir l'avenue et densification des lumières commerciales

Encadrement ou polarisation sur la première partie de l'avenue

L'effet d'encadrement se poursuit, les publicités cèdent leur place à des enseignes de très grandes tailles. Elles sont positionnées de part et d'autre du premirer carrefour. A droite : Darty et Gémo, à Gauche : Midas et Intersport.

« Donc à droite et à gauche donc on a Intersport et Gémo, c'est vrai qu'on a des enseignes assez volumineuses, mais ce... Donc elles sont assez bleutées, un peu de rouge et un peu de bleu donc, c'est vrai que ça tranquillise un peu l'avenue, je trouve que ça change de la lumière blanche qu'on a...» (gp4)

Plus que la taille de l'enseigne, le logo (cercle blanc inscrit sur un carré rouge) attire le regard . Il est apprécié par sa simplicité qui facilite la reconnaissance.

«Darty c'est pas mal parce qu'on connaît assez bien le sigle rond enfin, le rond blanc, donc même de loin, sans trop le voir, on le reconnaît tout de suite» (gp2)

Plus que la taille de l'enseigne, la couleur s'impose au regard :

«Gémo avec son enseigne bleue, donc ça c'est..., moi je..., à chaque fois... je fais attention au logo ou à la couleur, c'est vrai moi, ça fait penser à quelque chose d'aquatique, quand même c'est surprenant.» (gp1)

« Je trouve que tu vois trop de couleur, comme ici tu vois le bleu très fort de Gémo....» (gp6)

« Gémo qui est aussi très prégnant...» (gp3

Certains jours à certaines heures, on trouve ces quatre enseignes éclairées mais lors des parcours, une enseigne ou deux sont plutôt apparues comme polarisant l'espace regardé :

«Ben là, par exemple, je vois qu'il y a un Gémo, mais je vois parce que j'ai tendance à regarder mais je pense que si on passait assez rapidement , je ne saurais même pas qu'il y a un Gémo ici, parce que lui il est complètement éteint, y a rien qui le met en valeur.» (gp2)

« Euh, bon ben Darty, c'est très bien, rien (rire), on le voit tout de suite. Gémo ça pète d'enfer, ça ils ont bien choisi les quatre grosses lettres éclairée en bleues, ça se voit bien. Euh, bon ben Intersport, ils ont loupé leur coup, hein..., c'est pas du tout éclairé.» (gp7)

«Alors par contre, tu vois alors Intersport là, avant y avait Darty, et Darty à Gauche, maintenant qui est de l'autre côté et qui..., l'enseigne de l'intersport n'est pas allumée et donc on remarque pas qu'il y a un magasin de sport.» (gp1)

Le paradoxe de dire «qu'on ne voit pas l'enseigne alors qu'on vient de la repérer et de l'annoncer» montre bien que cette non-illumination disqualifie la marque, le commerce.

- Les passants peuvent ne pas le remarquer : le commerce se prive d'une publicité qui semble être très efficace. *«Ils ont loupé leur coup!»*

- Il n'y a rien qui est mis en valeur : cette image noire semble teinter l'appréciation globale du magasin.

Concentration puis dispersion des enseignes

La concentration des enseignes se poursuit sur une centaine de mètres, elles apparaissent assez colorées, le cliché des enseignes de Tokyo et de Las Vegas est avancé dans les commentaires.

Après ce bain de lumière, les enseignes deviennent moins nombreuses .

«Là tout d'un coup, on a un peu moins de publicités, effectivement donc on va passer la première partie où il y avait un peu de grosses enseignes, là on est dans tout ce qui est garages, il y a un peu moins d'enseignes, un peu moins de c'est plus, ça fait un peu moins grande avenue» (gp4)

Les interviewés profitent de cette séquence pour évoquer leur expérience, leur perception de l'éclairage, de l'espace en général... ou se focalisent sur un détail....

«Je suis conducteur généralement sur cette avenue... Et c'est rare quand je la prends, enfin si par contre, je la prends dans ce sens là mais c'est rare quand je la prends dans l'autre sens, la nuit....» (gp1)

«C'est pareil en face, y a une pub avec un truc complètement éclairé mais y avait un panneau qui empêchait de voir la pub, donc c'est pas super intéressant quoi...» (gp2)

« Ici, je trouve que c'est une ambiance intime, la lumière jaune, mais comme les bâtiments sont trop éloignés et que la lumière est sur les voitures, se focalise sur les voitures, tu te sens un peu perdu aussi» (gp6)

Les enseignes ne sont plus émergentes et l'éclairage public revient au premier plan. Les commentaires des deux interviewés dit «experts» se rejoignent :

« La route au milieu, enfin la voie, sodium, avec les mâts très hauts et qui du coup euh, créent un éclairage assez uniforme...» (gp3)

« Et là on a un éclairage de voirie qui est d'une grande uniformité, je pense qu'il doit y avoir 15, 20 lux moyen, ça doit être assez récent.» (gp5)

Cette séquence prend fin, au second carrefour où de nouveau quelques enseignes émergent et l'espace ne se donne plus à lire dans une configuration de couloir. Effectivement les enseignes dessinent un espace en profondeur, sur le côté droit :

« En fait, là c'est Altlantic Oak avec la station de lavage devant et on distingue qu'il y a une profondeur à côté de l'avenue qu'on a pas forcement quand on regarde devant soi.» (gp3)

Ce recul des bâtiments comme les carrefours apparaissent tout au long du parcours comme l'occasion de se détacher de la perspective de l'avenue. Le guidage visuel est segmenté d'échappées visuelles. Ce qui nous conduit à parler de scènes ou plans fixes. Les interviewés se lancent dans une description du «tableau lumineux» qu'il viennent alors de percevoir.

Tableaux lumineux

«[Quelles sont les lumières commerciales qui vous ont le plus marquées?]
Gémo et puis effectivement y a le rouge, le rouge de Yamaha et donc pareil ça rentre bien dans les lumières de l'avenue, le jaune, il va bien avec le bleu et puis le rouge, le rouge, le rouge des...., c'est un peu le fond quoi, un fond qui se mélange bien avec ces deux couleurs le bleu, le bleu un peu roi, enfin, pas bleu roi mais bleu couleur du ciel, et je trouve que ça va bien ensemble.»

L'enseigne Géant Casino, n'est le seul élément décrit. L'éclairage est toujours associé à un autre élément (parking, clinique...). A travers leur manière de présenter l'enseigne, les usagers semblent vouloir argumenter un effet d'«émergence-atténuée». Autrement dit, l'enseigne est de très grande taille mais elle n'est pas tellement prégnante :

«qui a une énorme enseigne mais qui en même temps n'est pas très, elle n'est pas éblouissante en tout cas et le parking à la même ambiance lumineuse que l'avenue» (gp3)

«Donc là le Géant, j'avais oublié donc euh, effectivement on a des enseignes mais qui sont pas trop agressives, donc... même avec la Clinique Belledonne elle est illuminée sans trop, sans plus, quoi» (gp4)

Plusieurs interviewés ont regretté que la clinique -équipement public- ne soit pas plus éclairée, et cela d'autant plus que l'enseigne Géant Casino *«on ne peux pas la louper».* En effet «*il n'y a rien qui fait contrepoids»* (effet de polarisation).

Le *«tableau Géant Casino»* (titre photo gp3) correspond donc à un regard cadré qui a intégré l'ensemble des lumières voisines.

Les enseignes comme Feu Vert (effet d'inondation) ou Lapeyre (éblouissement) offrent elles aussi un regard cadré. Focalisé par la lumière, le contexte est par contre complètement estompé et gommé. Ce qui se donne à lire est très localisé.

Inversement, comme à l'entrée de l'avenue, les échappées visuelles permettent d'inclure l'avenue dans un paysage plus large.

Sur la droite, l'Entrepôt du Bricolage et l'entrée du domaine universitaire demeurent dans l'ombre. Cet endroit stratégique n'est pas mis en valeur:

«Là il faut connaître, moi j'ai étudié là pendant des années, donc je sais..., là qu'il y a l'entrée du domaine universitaire, mais je ne serais pas du quartier, non là, je ne pourrais pas savoir» (gp1)

« L'entrée du domaine universitaire, ouais, j'étais en train de me dire effectivement, qu'ils auraient pu l'éclairer par dessous...» (gp2)

Qualifié de triste, cet espace où l'oeil semble ne rien voir, conduit :

- soit à un évitement - l'espace sombre est associé au sentiment d'insécurité-. Le regard se détourne pour trouver une source de lumière. Ici c'est l'enseigne Lapeyre qui émerge.

- soit à lancer son regard au-delà de cet espace noir. Ainsi le plan arrière se compose d'un pointillé de lumières.

«On à droite ce panorama de..., un peu comme sur la côte, avec ses petites loupiottes, qu'on voit un peu sur les bords de mer, qui est assez sympa qui est assez agréable à regarder quoi.» (gp4)

Bain lumineux sur la seconde partie de l'avenue

Après l'éblouissement du «cube Lapeyre» l'ambiance lumineuse semble avoir changé. Effectivement les enseignes se dispersent beaucoup plus le long de l'avenue. Mais c'est inévitablement le changement d'implantation des luminaires d'éclairage public qui offre une perception à cette avenue.

«Et puis là, on sent qu'on arrive dans Grenoble, euh , la circulation se ressert (...) on arrive dans une zone plus résidentielle avec des immeubles assez hauts. Et puis là y a plus d'enseignes, en fait, pratiquement, enfin beaucoup moins» (gp3)

« et puis là on arrive d'un coup sur une grande tour au...» (gp2)

Jusqu'à cet endroit les immeubles d'habitations n'avaient pas été évoqués, plus nombreux, ils deviennent un élément caractéristique de l'avenue. Mais une question se pose :

«Et là, on quitte, j'ai l'impression qu'on quitte la zone commerciale, en tous cas les gros espaces commerciaux tel que Carrefour pour que..., c'est quoi là-bas?... c'est Géant. Et je ne sais pas si on est toujours à Saint-Martin d'Hères, on n'a pas quitté l'avenue?» (gp5)

L'ambiance semble être plus *«urbaine», «plus résidentielle» :*

En arrivant sur Grenoble, les usagers confirment leur impression d'être enveloppés par les bâtiments et par la lumière:

«C'est pas que les abords disparaissent mais ils n'ont pas la même image quoi, ils ne donnent pas la même perception parce que là, on est vraiment sous, dans la lumière» (gp3)
« Ici on est au niveau de Bidal Péri, quartier Bidal Péri, donc, au niveau de Buro+, c'est buro+ là effectivement là, y a pas trop ..., au niveau luminaire, c'est reste un peu dans le contexte des habitations très simples. » (gp4)
«Là, c'est un peu plus éclairé, là, on a des lumières, on est dans, au milieu de bâtiments, on dirait qu'il y a un peu plus de lumières, c'est un peu plus..., l'ambiance est plus cloîtrée quoi du fait des habitations, on est moins ouvert au panorama...» (gp4)

Les lumières des intérieurs sont maintenant perçues, elles semblent amener à l'espace une dimensions plus humaine, plus intime. L'avenue n'est pas seulement *habitée* par des automobilistes, des personnes vivent ici. Cette vision des habitations à la manière pointilliste participe ici à plonger les usagers dans un bain lumineux.

« Et puis là, on arrive carrément dans une zone d'habitation HLM, sans trop d'enseignes commerciales, on voit bien les lumières des différents appartements, avec des lumières un peu chaudes, toujours qui tranchent bien sur avec les lumières des magasins qui en général sont bien froides, qui contrastent bien.» (gp7)

Dans cette séquence, les usagers ont été sensibles à un éclairage qui ressemblerait plus à un éclairage commercial de centre ville. L'éclairage commercial apparaît par exemple sous la forme de tubes fluorescents dans une structure entièrement vitrée (Garage Ford) , d'un éclairage indirect par petit projecteur sur l'enseigne et la façade du commerce (Buro+) (Clinique vétérinaire). Ils amènent une diversité qui semble séduire les passagers.

«ça change» (gp2)

« Par contre moi j'aime bien quand y a des bâtiments comme ça qui sont éclairés la nuit parce que ça te donne une idée que les gens s'occupent de la ville...» (gp6)

Irruption des enseignes

L'implantation en bilatérale, en vis-à-vis enveloppe les usagers, les immeubles sont tout de suite plus visibles : ils délimitent l'espace. Par contre n'offrant plus un guidage optique, les luminaires deviennent moins présents.

«Ben on, là on parle des enseignes, c'est vrai que les enseignes ça tape et surtout sur cette avenue, y a beaucoup ce rouge vif, rouge pas sang mais je dirais même c'est le rouge qui correspond aux feux arrières des voitures, tu vois ce rouge là, donc l'oeil est très attiré là-dessus, par contre l'éclairage urbain, il est très discret, je trouve.» (gp1)

«Ici je crois que même si l'enseigne n'est pas lumineuse, comme Mondiale moquette, c'est la couleur aussi, la taille qui attire ton attention même si il fait nuit avec la lumière de l'avenue.» (gp6)

Dans ce contexte lumineux qui commence à s'assombrir (les enseignes s'estompent également), on comprend que la moindre lumière criarde devient par contraste, un événement marquant :

«En fait, il n'y a pas grand chose ici dans cette rue là, dès qu'il y a un truc d'éclairé, ça se voit tout de suite, genre là Yamaha et puis pizzeria en rouge, euh, on les voit bien tout de suite.» (gp7)

L'irruption lumineuse n'est donc pas ici énoncée comme une véritable intrusion. Mais les usagers considèrent avoir quitté la zone commerciale et on remarque une certaine critique dans leur description des enseignes. Ce qui atteste bien d'un certain vécu inesthétique.

«Total ici qui n'est pas éclairé...» (gp2)

«Par contre Yamaha, tu sens que le bâtiment a une importance, a moins d'importance par rapport aux enseignes et c'est ça je trouve... ici aussi à plein pot... tu vois, ils donnent trop d'importance aux enseignes donc le bâtiment est moche, et en plus pour moi l'enseigne est moche parce qu'elle attire trop l'attention.» (gp6)

Sur cette séquence de l'avenue, on relève de nouveau une concentration de publicités lumineuses mais elles sont de plus petite taille. Et elles sont plutôt repérées par les observateurs, sur le chemin retour.

« Je viens de me rendre compte que quand on est conducteur, y a certaines choses qui ne nous tapent pas à l'oeil ou qu'on ne remarque pas aussitôt, comme les espèces de sucette là, euh publicitaires. Bon mis à part les ...les 4x3 qui sont bien éclairées, mais moi je remarque plutôt ces 4x3 comme ça qui sont euh, c'est les annonces publicitaires qui sont assez fun!» (gp1)

- Sortir de l'avenue Gabriel Péri : Intrusion, trou noir et bain lumineux

Ainsi, pour les usagers, l'avenue Gabriel Péri semble se terminer après le passage devant les enseignes Géant Casino, Lapeyre. Cette deuxième séquence dite « d'habitation » devient alors une longue transition pour pénétrer dans Grenoble. Cela est vérifié dans le sens retour : nous constatons que l'avenue ne commence qu'après cette zone noire. L'entrée est marquée à la fois par une perspective de la voie et également par une densification des enseignes dans l'espace.

«C'est à partir de ce moment là qu'on a de nouveau la perspective de l'avenue qui se profile» (gp3)

Finalement les usagers sont encore dans Saint-Martin d'Hères et c'est par la coupure lumineuse que le changement de commune est annoncé. L'ambiance lumineuse passe du sombre à une très bonne intensité, même si sur la voie les arbres perturbent de nouveau l'uniformité de luminance.

«Là on voit que c'est beaucoup plus résidentiel, tout de suite l'éclairage public est bien mieux, bien plus puissant.» (gp2)

Trou noir à l'entrée de Grenoble

De manière «symétrique» comme l'ont soulevé les passagers, la grande ligne droite de l'avenue Gabriel Péri prend fin par une zone très sombre. Mais l'ombre semble être beaucoup moins ressentie dans le sens de la sortie. Une entrée «par une séquence sombre» est plutôt considéré comme «désagréable». Alors que finalement sortir par une zone sombre serait plus facilement accepté. Mais contrairement à la transition Gières - Saint-Martin d'Hères, ici une continuité dans l'éclairage public est donnée. Seulement les très grands arbres qui s'élèvent à la lisière de Grenoble jouent le mauvais rôle de filtre. Ils vont jusqu'à masquer une grande partie des rayons lumineux diffusés.

«Là, on est sur une séquence très sombre des abords... » (gp3)

Au cours de cette zone sombre les usagers poursuivent leur discours, s'arrêtent sur un élément lumineux tel que les panneaux d'informations de la ville etc.

«y a le nom du Parking, mais le nom du parking n'est pas éclairé...» (gp2)

« ouais alors là au niveau confiance... ouais bon ben là le parc... alors c'est le parc Mistral ça? [non ce sont les berges de l'Isère.] Donc en fait, c'est juste la piste cyclable qui est éclairé.» (gp7)

Polarisation à l'entrée de Grenoble

Au carrefour, le panneau «Grenoble» marque bien la limite entre les communes mais aussi le changement d'ambiance lumineuse, après l'ombre, la lumière se diffusant sur les voies, les terres pleins. L'éclairage peut alors apparaître temporairement agressif.

«Là on voit bien, « la pub carrefour» le fameux 4x3, très éclairée par la ville de Grenoble, sinon après, ça fait ambiance ville, ben assez retiré, on voit bien que ce n'est pas le centre ville, que c'est juste pour les voitures pour qu'elles puissent circuler et ... mais pour les piétons y a pas grand chose.» (gp7)

Les interviewés ont pratiquement tous gommé de leur discours, la direction « vers Meylan » sur la droite. L'éclairage polarise très fortement l'espace et il induit certainement les voyageurs à éviter d'emprunter l'échangeur et à préférer le grand boulevard (sur la gauche).

«....C'est vraiment un trou noir au bout là-bas, on sait pas trop où on va, en plus le connaissant c'est un échangeur assez compliqué.» (gp5)

Avenue J. Flandrin, l'éclairage jaune du sodium est qualifié d'encore plus enveloppant, les lumières commerciales se situent elles au niveau des rez-de-chaussée et ce qui interpelle les usagers c'est leur discontinuité. Comme si le fait d'être presque au centre ville, demandait une concentration et un rythme d'éclairage commercial plus régulier.

• Tableau synthétique

Qualification de l'émergence lumieuse selon la dispersion et la concentration

	Grande-Rue	**Rue Brocherie**	**Avenue Gabriel Péri**
ENTREE	Place Grenette	Place aux Herbes	Gières
	manquée	anticipée	annoncée
Densité	concentration	concentration	concentration
Effet dominant	Intrusion	immersion	encadrement
Lumières commerciales	Vitrine Raymond Christian	Vitrine La tienda Enseignes en perspective	enseignes : Gémo, Intersport
motricité	contournement évitement	attraction	accéléré puis freiné
Qualification	**pollution**	**valorisation**	**Pollution / valorisation**
TRAVERSE	Grande-Rue	Rue Brocherie	Avenue Gabriel Péri
Densité	dispersion	concentration	concentration/ dispersion
Effet dominant	coloration (blanche)	plafond	coloration
Lumières commerciales	dispersée contexte: rideaux métalliques	varié	grande Taille
motricité	attraction/ fuite	attraction/ arrêt	vitesse de croisière
Qualification	**sombre**	**Valorisation lumineuse**	**Valorisation triste**
SORTIE	Bifurcation Place Claveyson	Place Notre Dame	Grenoble
	retardée accéléré	annoncée	avancée
Densité	concentration	dispersion	dispersion
Effet dominant	encadrement	Intrusion	bain lumineux
Lumières commerciales	vitrines Harmundia Mundi Bonhomme de bois	enseigne : Pavillon d'Or	enseigne :Yamaha et habitation
motricité	arrêt puis fuite	fuite	accélération
Qualification	**valorisation**	**pollution**	**pollution**

Conclusion

La question de la perception et de la qualification de l'éclairage commercial comme angle d'approche pour définir les ambiances nocturnes a constitué le fil conducteur de notre recherche. Il convient maintenant de revenir sur les hypothèses de travail qui portaient sur les manières dont cet éclairage était vécu.

La méthode des parcours commentés nous a offert un corpus relativement riche et conséquent. Ce recueil de paroles habitantes nous a permis d'évaluer la valeur de l'éclairage commercial selon un point de vue qui diffère des professionnels. Sur le terrain, les interviewés nous ont livré une partie de leur expérience de vie ordinaire. Ces discours d'usager nous ont fourni des expressions de qualification de l'éclairage commercial comme participant à l'ambiance lumineuse. L'éclairage commercial appelle des réactions sans doute abondantes mais comme nous venons de le voir elles se singularisent nettement dans les deux sites étudiés.

Nous avions effectivement choisi d'étudier deux sites, l'un en centre ville, l'autre en périphérie. La morphologie spatiale et l'éclairage de ces deux terrains s'opposent sensiblement et les ambiances nocturnes n'ont rien en commun. C'est pour cela qu'il ne nous est pas apparu nécessaire de croiser les deux cas étudiés. Cependant, en définissant les effets lumineux et visuels, une chose s'est en partie dessinée : certains effets lumineux ont été repérés uniquement sur l'un des deux terrains. Prenons deux exemples :
- l'effet d'attraction n'a pas été évoqué par les interviewés de l'avenue Gabriel Péri. Les modalités de déplacement façonnent les manières de pratiquer et de percevoir le paysage. A ce titre, la voiture est apparue comme un obstacle à la possibilité d'être attiré par une enseigne et ici, la vitrine ne semble pas avoir de sens. Tout donne l'impression être affiché au premier plan dans l'espace périphérique ce qui explique pourquoi les usagers ne ressentent pas le besoin d'aller voir de plus près.
- l'effet de filtrage (adoucissement) ne s'est pas non plus manifesté le long de l'avenue. La périphérie ne semble rien avoir d'intime. Cette perception est confirmée par l'effet de distorsion qui n'a pas non plus été abordé dans les commentaires. L'éclairage proposé en périphérie se donne à voir dans une globalité. Ce qui compte ici, c'est la distance et le temps ainsi que l'éclairage des alentours (effet de pointillisme).

Par ailleurs, nous avions exposé en complément de la méthode des parcours commentés, la méthode de la réactivation sensorielle. Les photographies ont permis de compléter le discours des interviewés, mais dans le temps imparti pour cette recherche, nous n'avons pu utiliser ce corpus qu'en illustration des traversées polyglottes.

A la fin des parcours commentés nous avions demandé aux interviewés de nous donner le plus spontanément possible, trois adjectifs qui qualifiaient les lumières commerciales rencontrées sur leur chemin. (cf : annexe 8 . Les qualifications des lumières commerciales des sites parcourus). Ces qualificatifs appuient certains effets que nous avons dégagé dans les textes polyglottes. Au fil de notre analyse, il nous a semblé voir émerger les effets de coloration, de graphisme, d'émergence, d'irruption, d'attraction, de bain lumineux. Ils se révèlent tout à fait caractéristiques d'ambiances lumineuses générées par l'éclairage commercial.

La couleur et le graphisme relevé par les usagers amènent des éléments de classification à une typologie de l'éclairage commercial perçu par les usagers ordinaires. Les lumières commerciales apparaissent de manière générale relativement colorées mais la couleur s'oppose également à la «non-couleur» : le blanc. Les enseignes décorent l'espace alors que la vitrine éclaire la rue et lui donne une teinte positive ou négative.
L'espace nocturne s'affiche sans ornementation au regard de l'espace diurne. L'espace diurne réapparaissent lorsque les façades sont entièrement décrites. La lumière «montre» et le graphisme devient alors un parement de l'espace. Nous avons vu se dessiner les enseignes aux tubes luminescents «en ligne» et les vitrines éclairée «en carré» ou «rectangle». Ces lumières deviennent des objets clairs et lisibles. Les vitrines, les néons, et autre lampes constituent une sorte d'alphabet qui au cours de la déambulation semble sous-titrer la ville. Dans les pleins et les vides de l'espace nocturne, le promeneur se met à lire ces écritures avec plaisir.

Les termes de valorisation et de pollution n'ont pas été employés directement par les usagers par contre, les commentaires renvoient constamment à un éclairage commercial oscillant entre un effet d'intrusion et un effet de discrétion.
Dans un environnement sombre, l'évènement lumineux - enseignes trop grandes ou trop chargées, vitrines suréclairées, projecteurs mal réglés - devient parfois une intrusion, un sujet d'éblouissement. Nous avons constater qu'il s'agissait là, d'un déséquilibre. Tant que l'équilibre entre l'espace public et l'espace privé est conservé, le vécu est positif. Dès qu'un éclairage vient déséquilibrer la balance, il devient le perturbateur, l'intrus. Alors, les enseignes peuvent «gâcher» le paysage, par effet d'accumulation, par exemple. Elles sont perçues comme «débordement» sur l'espace public, gênant les habitants qui demandent alors de l'ombre. A contrario, les effets d'uniformité, de pointillisme, de filtrage et de tamisage rendent compte d'une certaine discrétion de l'éclairage commercial. Les usagers se sont souvent plus attachés à décrire les murs, les façades que les sources d'éclairages. La lumière s'exprime alors sous une faible intensité qui va de paire avec la notion d'intimité.

L'intrusion et la discrétion rejoignent complètement les effets de la dispersion et de la concentration de l'éclairage commercial qui soulève la question de l'esthétique. L'absence d'enseignes émergentes est vécu comme un dénuement qui se conjugue avec l'inesthétique. Le plaisir de voir et de lire devient bridé. «Ne pas voir» devient une forme de laideur qui provoque la fuite. Un magasin qui n'a pas de lumière «rate son coup» et le commerçant perd forcément un client potentiel. Si à l'inverse, les lumières commerciales se concentrent dans l'espace, elles deviennent une composition. Elles symbolisent l'espace commerçant de la ville qui est reconnu par l'ensemble de la population. En ce sens, la concentration de lumière devient, comme le conçoit Pascal Amphoux, une carte postale plus qu'une emblème ou un cliché.

L'éclairage commercial apparaît ainsi esthétique ou inesthétique. Sans conteste, les lumières commerciales du centre ville offrent une mise en valeur, mais parfois, elles gâchent le plaisir de la vue, et ceci, d'autant plus si elles sont «chargées». La lisibilité ne doit pas demander d'efforts. A Saint-Martin d'Hères, les qualificatifs ne renvoient pas directement à une esthétique, mais plutôt à un agencement sur l'avenue. Les lumières commerciales sont «discontinues», «denses» à certains endroits.

Par leur position «parallèle / perpendiculaire» elles composent l'image de l'avenue.

L'originalité des dispositifs est aussi évaluée. De nombreux qualificatifs relèvent de la diversité : les lumières commerciales sont «différentes», on passe «d'un extrême à l'autre». Elles paraissent tout simplement manquer d'originalité : «primaires», «répétitives», «non personnalisées, «pas super imaginatives».

Les effets de bain lumineux, de dilatation et de plafond attestent quant à eux d'un confort lumineux de la rue. Ce sont les vitrines qui construisent la rue. La rue Brocherie est apparue comme un véritable intérieur, alors que l'avenue Gabriel Péri devient un extérieur non chaland. Les hangars sont clos, on ne peut y pénétrer par le regard. L'avenue Gabriel Péri n'est qu'un espace qui se traverse rapidement en voiture. Le plaisir vient de l'enchaînement des tableaux de couleurs. La promenade piétonne apparaît comme impossible dans cet espace «triste» et presque sujet à l'insécurité.

Au sujet du sentiment d'insécurité, voici ce que nous avions retenu de nos petites observations : l'éclairage commercial s'est dévoilé comme « un donneur de contenances » pour l'usager en déplacement. Tout en restant sur ses gardes, le passant semble vouloir justifier ses regards et comportements vis-à-vis d'autrui. L'enseigne et la vitrine se sont présentées comme de réels arguments. La vitrine « invite à voir» le regard peut alors se détourner d'autrui. Le passant peut éviter l'autre, changer de direction et demeurer dans sa bulle. L'éclairage commercial devient alors une manière de se protéger.

L'éclairage commercial apparaît aussi comme donneur de temps. L'enseigne, la vitrine sont des marqueurs de la temporalité : «éclairé/éteint», « ouvert/fermé » correspond au rythme « jour/nuit ». Dans chaque site, un qualificatif a porté sur le temps discontinu : «indépendantes, soit pas toutes éclairées », « créneau». L'ambiance colorée et lumineuse des enseignes ne suffit pas à requalifier l'avenue Gabriel Péri qui est sans convivialité. Elle conduit à ressentir l'insécurité par sa désertification. L'espace est à fuir, à éviter. Peut-être faudrait-il renforcer l'éclairage de barres d'habitation? Ce qui donne une mauvaise image, c'est cette désharmonie dans les horaires d'éclairage. L'avenue parcourue est un reflet de l'individualisme, alors que tous les commerces devraient fonctionner ensemble. Le caractère non-permanent de l'éclairage commercial permet de jouer sur la flexibilité des ambiances : la mouvance et le dynamique de l'éclairage relève bien d'une problématique à laquelle est confronté la ville : Comment maîtriser les temps?

L'expérience de la promenade semble marqué par l'habitude et l'extraordinaire. Selon les qualificatifs énoncés par les usagers, au centre ville, les lumières commerciales qui ressortaient, n'accrochaient pas tant le regard. Avenue Gabriel Péri, les lumières des enseignes semblaient plutôt douces, «soft». Elles apparaissait participer à éclairage du quartier. Elles seraient finalement vécues de manière agréable dans leur façon de focaliser le regard. Le paysage nocturne est ici acquis et comme le souligne Jean-François Augoyard dans «L'expérience esthétique ordinaire de l'architecture» l'habitude devient un esthétique désesthétique.
Aussi l'éclairage commercial témoigne alors d'une espérance de renouvellement des sensations. Si la lumière commerciale donne une âme à la rue banale en transfigurant l'espace, l'enseigne et la vitrine constituent un élément important de l'espace nocturne. Par leur ordonnancement, elles participent à la fabrication de l'espace public. L'éclairage commercial n'est pas forcement une pollution. Il vient parfois combler le manque d'animation. La forme architecturale à moins d'importance depuis qu'elle travaille avec des matériaux transparents, déformables programmables, la vitrine apparaît aussi plus communicantes. L'enseigne, l'agencement de la vitrine deviennent prépondérants dans sa façons d'informer l'usager. Ces écritures de la nuit répondent tout à fait à des préoccupations identitaires.

Au-delà des qualifications de l'éclairage commercial, le recueil de la perception en mouvement nous a permis de faire émerger des modalitées de réception de l'éclairage public :

L'éclairage commercial prime sur l'éclairage public. Effectivement, l'éclairage commercial se distingue des autres éclairages par sa puissance, par l'intensité lumineuse qu'il développe. Le relevé des luminances n'est pas venu contredire cet état de fait. Pour la majorité des personnes, la lumière commerciale demeure «agressive», «flaschante». Cependant, au centre ville, les termes «flamboyant» ou «faible» permettent de relativiser, d'autant plus que les usagers qui les ont qualifiés ainsi, ont effectué les parcours au début de la soirée.
L'émergence de l'éclairage commercial devient un moteur de déambulation. L'éclairage des enseignes ou des vitrines attire souvent, mais repousse également. Attraction et répulsion sont exprimées suivant les caractéristique de l'enseigne ou de la vitrine mais toujours selon l'éclairage ou le non éclairage de ses voisins. L'éclairage d'un commerce ne peut faire abstraction de l'environnement dans lequel il se situe. Au cours de son déplacement, l'usager peut apparaître comme un simple spectateur qui à exprimé, avec son propre langage, l'image des rues commerçantes. Mais il est aussi acteur de l'espace public. Enseignes, vitrines, publicités, toute ces lumières commerciales disent «voir» et «attirer». La perception et l'action sont entièrement liées.

L'éclairage commercial est perçu très souvent comme l'unique source d'éclairage, ce qui du coup disqualifie l'éclairage public. L'éclairage public est vécu comme insuffisant ou comme sans intérêt. Et lorsqu'il n'est pas gommé entièrement, l'éclairage public, entre en concurrence avec l'éclairage commercial. L'éclairage public est alors qualifié en terme de température de couleur : l'éclairage est chaud ou froid et sans demi-teintes. Le design des luminaires apparaît secondaire, mais « la lanterne à l'ancienne » a été apprécié dans le coeur historique, notamment pour son intégration à l'architecture. Nous avons vu comment les échappées visuelles ont permis de comparer entre autre, les températures de couleur de l'éclairage public. Ces ouvertures sur la ville apparaissent nombreuses et amènent constamment l'usager à se re-situer. L'ambiance nocturne présente est ré-évaluée.

L'éclairage commercial facilite l'évaluation de l'éclairage public mais aussi celle du patrimoine. L'éclairage commercial relève parfois l'architecture mais il ne peut pas remplacé l'éclairage du patrimoine et des bâtiments publics. Une demande d'illuminations est apparue très fortement dans le discours des usagers - au niveau des fontaines, du Tribunal en centre ville et de la clinique Belledonne et de l'entrée du campus universitaire avenue Gabriel Péri. En effet, la ville de Grenoble ne possède pas un patrimoine architectural très riche. Il se compose le plus souvent de petits détails et les quelques monuments historiques qui ne semblent pas encore aujourd'hui faire l'objet d'une attention particulière.

Selon la présence de l'éclairage commercial, l'effet d'assombrissement ou d'éclaircissement a été tout de suite relevé. Dans une rue commerçante, l'éclairage public apparaît plus faible par le fait de la présence d'enseignes et de vitrines éclairées. Inversement, dans une rue non-commerçante l'éclairage public semble alors plus intense, la lumière commerciale a disparu. Si il n'y a pas assez d'éclairage commercial, l'éclairage public devient triste et insuffisant mais l'éclairage commercial n'apparaît pas toujours nécessaire face à la puissance de l'éclairage public. L'éclairage commercial devient inutile. Mais l'utilité rejoint une fois de plus la question de l'esthétique. Dans tout les cas, trop de lumière devient nuisible, un suréclairement impose l'évitement.

«Il y en a qui dépensent pas mal pour des chaussures ! » Dans le questionnaire nous avions également relevé des expressions concernant la consommation électrique. Les usagers ne sont donc pas insensibles à ce sujet et on s'aperçoit qu'ils

ne demandent pas toujours, plus d'éclairage mais bien un éclairage de qualité. Le débat ombres et lumières récurrent a beaucoup moins de sens qu'une demande de lumière de qualité. Et cette demande de qualité appelle une dialectique de l'éclairage commercial et de l'éclairage public.

L'éclairage commercial est une discipline de la communication. Ce terme est aujourd'hui galvaudé mais il s'agit de ne pas oublier le sens «faire passer un message». Et c'est là, un des rôles de l'éclairage. Eclairer suppose une action de mise en lumière et même aujourd'hui, une mise en scène. Alors, si les Plans Lumière, les Schémas Directeurs d'Aménagement Lumière renvoient au fait de rendre visible et lisible l'espace, l'éclairage commercial tient une place importante dans cette pratique. L'éclairage commercial peut constituer un angle d'approche autour duquel va pouvoir se développer les aménagements lumière. Par la composante lumière commercial nous avons vu par exemple, que l'aménagement de l'avenue Gabriel était disqualifié. Cet axe apparaît complexe du point de vue de la lisibilité de l'espace, mais cette défaillance est liée non pas à l'éclairage mais bien à l'espace. L'éclairage n'est pas un acte qui se limite à installer des lampes. Il ne peut à lui seul réparer les erreurs d'aménagement et transformer la perception et les représentations des lieux. Par contre, dans la rue Brocherie, l'enfilade des bars et restaurants composent par leur éclairage une grande partie de l'ambiance nocturne. On voit alors que l'éclairage public de ce type de rue demande un traitement particulier : un éclairage en osmose avec les caractéristiques de l'éclairage commercial.

En interrogeant la modalité perceptive du regard, il est possible d'évaluer et de créer des ambiances, mais aussi d'amener une partie des réponses à la définition du phénomène d'ambiance. L'effet lumineux et visuel est apparu un véritable outil de qualification précis qui permettait d'articuler les trois dimensions constitutives des ambiances. A la croisée du dispositif aménagé, de la perception et de l'usage, il nous a permis de caractériser l'ambiance nocturne des rues commerçantes. Aujourd'hui, il apparaît alors nécessaire d'enrichir le répertoire des effets lumineux et visuels, et d'en approfondir les définitions. Et si les effets lumineux et visuels permettent d'analyser l'environnement nocturne, de le qualifier et de le décrire, ils permettent certainement de produire la qualité lumineuse de l'espace public urbain habité. A l'avenir, il s'agira par conséquent, de vérifier son efficacité opérationnelle dans la construction des ambiances architecturales et urbaines.

BIBLIOGRAPHIE

► ALEKAN H., *Des lumières et des ombres* ,Paris, Nouvelle Ed, Librairie du collectionneur, 2001, 289 p.

► AFE, *Recommandations relatives à l'éclairage commercial, Eclairer pour mieux vendre,* 7e éd. Lux, 2002, p.

► AFE, *Recommandations relatives à l'éclairage des voies publiques,* 7e éd. Lux 1992, 60 p

► Agence d'urbanisme de la région Grenobloise, *Espace ville et commerces,* Brochure Point de Repère, AURG, 1993.

► Architecture intérieure, CREE, Dossier : *Le commerce et la ville*, «Centre, centralité et commerces de proximité» n°275 janvier 1997 et «Entrées de villes, périphéries et nouveaux paysages urbains» n°276 mars Avril 1997

► AUGOYARD J.-F., *Sonorité, sociabilité, Urbanité*, Rapport de Recherche, Ministère de l'urbanisme et du logement- Plan Construction.

► AUGOYARD J.-F., «Les facteurs lumineux du sentiment d'insécurité», actes du séminaire de recherche *Les facteurs lumineux du sentiment d'insécurité*, Grenoble, CRESSON-Plan Construction, 1989, 112 p.

► AUGOYARD J.-F., *Pas à pas*, Paris, ed du Seuil, 1979, 185 p.

► AUGOYARD J.-F., TORGUE H., *A l'écoute de l'environnement*, *Répertoire des effets sonores*, Marseille, Parenthèse, 1995, 174 p.

► AUGOYARD J.-F., *L'expérience esthétique ordinaire de l'architecture*, Tome1 et 2, Grenoble, CRESSON, 2003, 180 et 342 p.

► BALAY O., *L'espace sonore de la ville au XIXe siècle*, A la Croisée, 2003, 291 p.

► BOUVERET-GAUER M., MARENCO C., PARISET M.-J., et PERON R., *Le commerce et la ville*, Paris, CNRS éditions, 1994, 111 p.

► CARTIER J., *Lumières sur la ville,* Lyon, ENTPE-ALEAS, 1998, p.

► CAUQUELIN A., *La ville la nuit*, Paris, PUF,1977, 169 p

► CHELKOFF G., THIBAUD J.-P., *Les mises en vues de l'espace public,* Grenoble, CRESSON / Plan Urbain, 1992, 231p

► CHELKOFF G., DELETRE J.-J., THIBAUD J.-P., BARDYN J.-L., *Une approche qualitative de l'éclairage public,* Grenoble, CRESSON,1990, 167p

► DELEUIL J.-M., TOUSSAINT J;-Y., «De la sécurité à la publicité, l'art d'éclairer la ville», in *Nuits et lumières*, Les Annales de la recherche urbaine, n°87, Plan Urbanisme construction Architecture, 2000, 143 p, p52-58

► DERIBERE M., *La couleur dans la publicité et la vente*, Paris, Dunod, 1969, 123 p.

► DUBOIS-TAINE G., CHALLAS Y., *La ville émergente*, Saint-Etienne, Ed de l'Aube, 1997, 281 p.

► FIORI S., *Eclairage scénique/ Eclairage urbain : Esquisse d'une comparaison théorique, méthodologique et pratique,* DEA, Grenoble, CRESSON, 1995, 120 p.

► FIORI S., *La représentation graphique dans la conception du projet d'éclairage urbain* Thèse de doctorat ss dir. J.-F. Augoyard, Université de Nantes, Ecole doctorale «Mécanique, thermique et génie civil», Grenoble, 416 p.

► FIORI, S., «Réinvestir l'espace nocturne, les concepteurs lumières», *Nuit et Lumières*, Les Annales de La recherche urbaine n°87, 2000, pp 73-80.

► FIORI S., THOMAS R., *Une éthnographie sensible des places Schumann (Grenoble) et place des Terreaux (Lyon)* , Programme de recherche ACI «Ville»/Ministères de l'enseignement Supérieur et de la recherche, 2002, 143 p.

► FIORI S., avec la participation de CHOC B., et THOMAS R., *Méthodologies pour l'évaluation de la qualité de l'éclairage urbain : Application de la méthode des parcours commentés, place Foch - Rouen,* Grenoble, CRESSON, à paraître.

► GROSJEAN M., THIBAUD J.-P., *L'espace urbain en méthodes*, Marseille, Ed. Parenthèse, 2001, 217p

► HOCHART D., *Architecture et urbanisme commercial*, Ecole d'architecture de Lilles, 1997.

► IBUSZA B., *L'éclairage public et la signalisation*, Paris, Jacques FREAL, 1972, 250 p.

► ICONA, le magazine de la communication visuelle, n°10, mai 2002.

► JOSEPH I., «Reprendre la rue», *Prendre place, espace public et culture dramatique*, Paris, Ed. Recherches, Plan Urbain, 1995, p 11-35

► LAGANIER V., «Vers une meilleure maîtrise des ambiances», lux n°210, novembre-décembre 2000, p 51

► LUCCI Vincent & alii, *Des écrits dans la ville*, Paris, L'harmattan, 1998, 310 p.

► Les Annales de la recherche urbaine n°87, *Nuits et lumières,* 2000, 143 p

► *La lumière des villes*, Acte du séminaire, Nancy ,1991

► La brochure : *Les lumières de la ville* proposé par le Synafel

► MOLES A., « Des fonctions de la lumière dans la ville », lux n°111, mai-juin 1981, pp10-24

► MORENO D., «Réglementation de la publicité extérieur et des enseignes», Actualité réglementaire et économique de l'entreprise, n°42, oct 1997, pp 17-24

► NOUVIER J., DUHAMEL-HERZ M., *La signalisation routière en France de 46 à nos jours*.

► NARBONI R., *La lumière et le paysage*,éd. du moniteur, Paris, 2003, p

► SAUTOT J.-P. et LUCCI V., «Lire dans l'espace urbain : les paradoxes des enseignes commerciales», *Espaces urbains : analyses lexicales et discursives*, Langage et Société, n°96, Paris, Maison des sciences de l'homme, 2001.

► SCHIVELBUSCH W., *La nuit désenchantée,* Paris, Le Promeneur, 1993, 199 p.

► THIBAUD J.-P., «La méthode des parcours commentés», GROSJEAN M. et THIBAUD J.-P., *L'espace urbain en méthodes*, Parenthèses, Marseille, 2001, p 217

► THOMAS R., *Ambiances publiques, mobilité, sociabilité. Approche interdisciplinaire de l'accessibilité piétonnière des villes,* Thèse de doctorat ss dir. J.-F. Augoyard et J.-P. Thibaud, Université de Nantes, Ecole d'architecture de Grenoble, CRESSON, 330 p.

► ULMER B., PLAICHINGER T., *Les écritures de la nuit,* Paris, Syros Alternatives, 1987, 141 p.

ANNEXES

▶ **Annexe 1**
Les interwievés et les parcours : tableau de synthèse

▶ **Annexe 2**
Le questionnaire clôturant le parcours commenté

▶ **Annexe 3**
Petit lexique

▶ **Annexe 4**
Historique de la publicité

▶ **Annexe 5**
Tableau synthétique du relevé des panneaux publicitaires

▶ **Annexe 6**
Chartes des enseignes et publicités lumineuses

▶ **Annexe 7**
Photos et commentaires

▶ **Annexe 8**
Les qualificatifs de la lumière commerciale

▶ Annexe 1
Les interwievés et les parcours : tableau de synthèse

Parcours Grande-Rue et rue Brocherie - Centre ancien de Grenoble

	Prenom	sexe	Age	Lieu habitation	Profession	Date	Depart à
ca - 1	Laure	F	25	Meylan	Etudiante en psychologie	Mercredi 5 mars	21h05
ca - 2	Mosen	M	24	Grenoble Village Olympique	Architecte - DEA ambiances archi...	Samedi 8 mars	18h40
ca - 3	Kamel	M	26	Grenoble Centre	Etudiant en droit Serveur à l'Epicurien	Dimanche 16 mars	24h01
ca - 4	Françoise	F	30	Grenoble bd Foch	Documentaliste	Mardi 18 mars	19h03
ca - 5	Mohamed	M	27	Campus universitaire	Mécanique thermique/ modélisation recherche emploi	Jeudi 20 mars	22h07
ca - 6	Lisa	F	13	Saint Egrève	Collégienne	Vendredi 28 mars	19h58
ca - 7	Clotilde	F	56	Grenoble centre	comédienne, metteur en scène	Samedi 29 mars	19h15
ca - 8	Soazig	F	30	Grenoble (Antiquaire)	Sociologue	Lundi 1 avril	20h15*
ca - 9	Mélanie	F	25	Grenoble	Coordinatrice d'une fête des lumières	Mercredi 3 avril	20h37*
ca - 10	Samuel	M	33	Grenoble Les Eaux-Clairs	Directeur de production	Mercredi 3 avril	21h36*
ca - 11	Nicolas	M	23	Grenoble Centre	Etudiant en stage à Grenoble Informatique	Jeudi 4 avril	20h38*
ca - 12	Johan	M	20	Gières	Etudiant IUT (mécanique)	Mardi 8 avril	20h46*
ca - 13	Anaïs	F	19	Grenoble Centre	Etudiante BTS Diététique	Mardi 8 avril	22h01*

Parcours Avenue Gabriel Péri à Saint-Martin d'Hères

	Prenom	sexe	Age	Lieu habitation	Profession	Date	Depart à
gp - 1	Didier	M	33	Grenoble La Capuche	Technicien CNRS	Dimanche 9 mars	19h02
gp - 2	Frédéric	M	27	Meylan	Gérant de portefeuilles	Mercredi 12 mars	22h25
gp - 3	Sandra	F	32	Grenoble (Saint-Bruno)	Chercheuse Eclairage/architecture	Jeudi 13 mars	19h38
gp - 4	Felix	M	28	Saint-Martin d'Hères	Employé à la mairie de Saint- Martin d'Hères	Vendredi 14 mars	20h20
gp - 5	Pierre	M	35	Grenoble (Cours Berriat)	Concepteur Lumière	Jeudi 20 mars	20h08
gp - 6	Cecilia	F	23	Grenoble Cours Libération	Etudiante - architecture à Curitiba (Bresil)	Lundi 24 mars	21h22
gp - 7	Sophie	F	21	Grenoble Cours Libération	Stagiaire à "Grenoble jazz festival"	Dimanche 7 Avril	21h08 *

*Passage à l'heure d'été le 30 mars 2003
Les parcours effectués par ca8 à Ca13 et gp-7 ne peuvent pas être complètement comparés aux autres parcours effectués auparavant et à l'heure d'hivers. A 18h40 (heure d'hiver, ca-2 par exemple) la nuit commencait à tomber et les commerces étaient encore en pleine activité donc leurs vitrines et enseignes étaient complétement allumées ; alors qu'à 20h15 (heure d'été - ca-8 par exemple) les commerces étaient déjà fermés depuis une heure.

▶ Annexe 2
Guide d'entretien clôturant le parcours commenté

• Connaissance du quartier et occasions de fréquentation

1/ Avez vous l'habitude de fréquenter la Grande-Rue et la rue Brocherie? (L'avenue Gabriel Péri) Pour quelles raisons ?
2/ Les fréquentez-vous de nuit ? Pour quelles raisons ? Pour quelles occasions ?

• Evénement les plus marquants du cheminement

3/ Avez-vous perçu des choses différentes le long de ces rues par rapport à ce que vous percevez d'habitude ?
4/ Pouvez-vous me reprendre le trajet que nous venons de faire, et de le découper en parties ?
5/ Pouvez-vous me décrire chacune de ces parties d'un point de vue lumineux ? Et les nommer ?
6/ Quelles sont les parties ou les lieux qui vous ont le plus marqué durant le trajet ? Pourquoi ?
7/ Est ce que vous vous promenez (ou vous promèneriez) dans ces rues ? pourquoi ?
8/ A quel endroit précis donneriez-vous rendez-vous à une personne (que vous connaissez bien ? que vous n'avez jamais rencontrée ?

• Distinction des lieux traversés en fonction des ambiances lumineuses (commerciales)

9/ Comment me décririez-vous l'éclairage de ces rues ? (couleur , intensité…)
- Est-ce qu'il vous satisfait ? *(au delà des jugements de valeur de sentiments de sécurité/ insécurité, propension au séjour…)* Pour quelles raisons ?
10/ Quelles sont les lumières commerciales qui vous ont le plus marquées ? Pourquoi ?
- Pensez- vous qu'il y a beaucoup d'éléments publicitaires éclairés ?
11/ Pourriez-vous me donner trois qualificatifs sur les « lumières du commerce » ?

• Les photographies
(réactivation, complément et retour sur les propos)

12/ Où souhaiteriez-vous que nous nous rendions afin que vous preniez deux ou trois photographies ?
13/ A quel niveau cet endroit se situe-t-il ?
(se rendre sur les lieux , prendre les photos)
14/ Pourriez-vous donner spontanément un titre aux photos que vous venez de prendre ?
(Phase « observation récurrente »)
15/ La personne qui a fait l'expérience avant vous a photographié tels lieux, telles enseignes…Qu'en pensez-vous ?
La personne m'a dit que...Et vous, qu'en dites-vous ?

• Conclusion de l'entretien

16/ Evaluation de l'expérience
- Que pensez-vous de l'expérience à laquelle vous avez participé ?
- Qu'est que vous avez trouvé intéressant ?
- Avez-vous rencontré des difficultés ?

17/ Renseignements personnels
- Sexe
- Age
- Lieu d'habitation
- Profession.

▶ Annexe 3 : Petit lexique

Enseigne
Selon la loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979,
« Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce. »

Signalétique
Support visuel permettant l'orientation l'identification et l'information d'un site ou d'un bâtiment.

Affichage électronique
Panneau d'affichage composé de diodes cristaux liquides ou d'écrans plasma programmé à distance
Exemple
- Journaux lumineux (affichage défilant)
- Tableaux d'affichage multi-lignes (affichage par message entier)
- Ecrans lumineux (permet l'affichage d'images)

Autorisation Préalable
L'autorisation d'installer une enseigne prévue au dernier alinéa de l'article 17 de la loi du 29 décembre 1979 susvisée est délivrée par le maire.
Cette autorisation est accordée :
- après avis conforme de l'architecte des bâtiments de France lorsqu'elle concerne l'installation d'une enseigne sur un immeuble ou dans un lieu mentionné à l'article 4 de la loi de 1979 susvisée ainsi que dans un secteur sauvegardé.
- après avis simple de l'architecte des bâtiments de France lorsqu'elle concerne l'installation d'une enseigne sur un immeuble ou dans un lieu mentionné à l'article 7 loi 1979 susvisée, à l'exception des secteurs sauvegardés.

Le dossier comprend la demande d'autorisation et les pièces qui l'accompagnent. Il est adressé au maire en deux exemplaires par pli recommandé avec demande d'avis de réception. Il peut être déposé auprès des services municipaux, qui en délivrent un récépissé.
Le maire transmet sans délai l'un des exemplaires du dossier à l'architecte des bâtiments de France lorsque l'avis de celui-ci est requis.

Bandeau ou caisson
Les bandeaux ou caissons se caractérisent par le nombre de faces qui les composent.
Bandeau ou caisson simple face :
Se compose de la face avant (pouvant être réalisée en matière translucide ou en tôle ajourée), la carrosserie (constituée des parois latérales sur le périmètre de l'enseigne), le fond (dont les matériaux mis en œuvre sont fonction du type de caisson) et l'équipement lumineux (composé le plus souvent de tubes fluorescents basse tension).
La pose d'un caisson lumineux simple face s'effectue par boulons expansibles ou chevilles chimiques au travers du fond du caisson (si la façade est plane)
Bandeau ou caisson en toile tendue :
Les principaux avantages : la face est réalisée en une pièce, sans joint visible, quelle que soit sa longueur,
- la face est principalement incassable ou indéchirable et non extensible
- la face est légère

Les toiles sont généralement composées d'une trame polyester recouvertes sur chaque face par un vinyle pigmenté. L'éclairage d'un caisson à face en toile et son installation sont similaires, dans leur principe, à ceux d'un caisson simple ou double face.

Caisson double face ou enseigne drapeau
Se compose de deux faces (pouvant être réalisées en matière translucide ou en tôle ajourée) de la carrosserie (constituées de parois latérales sur le périmètre de l'enseigne) et de l'équipement lumineux (le plus souvent composé de tubes fluorescents basse tension).
La pose d'un caisson lumineux double face ou enseigne drapeau s'effectue par boulons expansibles ou chevilles chimiques.

Directory
Terme utilisé en signalétique pour désigner un panneau ou une borne décrivant l'ensemble des activités ou des services d'un site.

Enseigne en toiture
Enseigne en toiture pour activité signalée dans plus de la moitié du bâtiment (décret 82-211 du 24 février 1982)
Les enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres découpées dissimulant leur fixation.
Sont interdit les panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Leurs hauteurs ne doivent pas excéder 0,50m.
Enseigne en toiture pour activité signalée dans moins de la moitié du bâtiment (art 4 - décret 82-211 du 24 février 1982)
Les prescriptions applicables aux enseignes en toiture signalant des activités s'exerçant dans moins de la moitié du bâtiment sont identiques à celles applicables aux dispositifs publicitaires sur toiture.
Enseigne publicitaire
« L'enseigne publicitaire » est toute annonce complémentaire de l'enseigne apposée ou installée sur les lieux où s'exerce l'activité signalée par cette dernière.

Entretien
art 1 - décret 82-211 du 24 février 1982
Une enseigne doit être constituée par des matériaux durables. Elle doit être maintenue en bon état de propreté, d'entretien et, s'il y a lieu, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale. Elle est supprimée par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité, sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique, artistique ou pittoresque.

Publicité
Terme collectif désignant des annonces destinées à promouvoir la vente de biens ou de services. Cherchant à exercer une action psychologique à des fins commerciales, la publicité a pour ambition de faire connaître un produit au public mais aussi d'inciter ce dernier à l'acquérir. Elle se distingue d'autres méthodes de persuasion, telles que la propagande, les relations publiques ou la communication.

▶ Annexe 4 : Historique de la publicité

Les origines de la publicité sont très anciennes. L'une des premières méthodes connues fut l'affichage extérieur, généralement une simple enseigne peinte ou gravée sur un bâtiment, qui attirait le regard du passant. Les archéologues ont ainsi découvert de nombreuses enseignes, notamment à Pompéi.

Au Moyen Âge, la publicité recourait aux crieurs publics. Ces derniers étaient payés par des commerçants pour lire des avis vantant les mérites de leurs marchandises.

La marque, dessin ou imprimé symbolisant les produits, fit son apparition à la fin du XVIe siècle, quand les marchands placèrent des panonceaux distinctifs à l'extérieur de leurs boutiques. Parmi ces marques figuraient le cylindre à rayures du barbier et l'enseigne aux trois boules du prêteur sur gages.

C'est aux États-Unis que la publicité moderne est née : l'immensité du territoire engendra la publicité directe à travers la distribution et l'envoi de catalogues. Les premiers à adopter cette méthode furent les céréaliers et les éditeurs de livres, ainsi que les sociétés généralistes de vente par correspondance (VPC), qui virent le jour aux États-Unis dès les années 1870.

À partir de la fin du XIXe siècle, la publicité fit son apparition dans de nouveaux secteurs. Les fabricants de produits médicaux et pharmaceutiques (dont Coca-Cola), les compagnies de chemins de fer, par exemple, commencèrent à l'utiliser dans des journaux à grand tirage.

C'est à cette époque que les industriels (dont les fabricants de savon) se lancèrent dans la commercialisation de produits à emballages personnalisés. Cette évolution ouvrit une nouvelle ère de l'histoire de la publicité avec les techniques de packaging (mise en valeur d'un produit par son emballage). Auparavant, les produits de consommation courants tels que le sucre ou le beurre étaient vendus dans des barils ou des sacs, de sorte que les consommateurs attachaient de la valeur au produit, à son prix, mais pas à la marque.

Après la Première Guerre mondiale, l'essor de la publicité fut stimulé par les innovations techniques, notamment l'électricité, qui permit l'apparition d'affiches extérieures illuminées, et la photogravure, qui fut utilisée par la presse. Enfin, l'arrivée de la radio dans les années 1920 fit naître une nouvelle forme de publicité à travers les messages audio, qui, à partir de 1929, furent introduits en France par Marcel Bleustein-Blanchet, fondateur de l'agence Publicis et propriétaire du Poste parisien.

Après la Seconde Guerre mondiale, la nouveauté essentielle fut la télévision, qui amena le monde de la publicité à perfectionner ses techniques de vente en utilisant toutes les possibilités de ce nouveau support, devenu peu à peu le média publicitaire le plus important en raison de son impact sur un très large public.

À partir des années 1960 et 1970, la publicité, présente sous de très nombreux supports (télévision, radio, presse, affichage, cinéma, publicité sur le lieu de vente), devint un facteur déterminant dans la stratégie des entreprises, alors que la société de consommation était en phase d'expansion.

Dans les années 1990, l'apparition des télécommandes de télévision (permettant le zapping) fit des téléspectateurs des consommateurs plus éduqués. Conscients des menaces que ces nouveaux instruments représentaient pour leur activité, les annonceurs expérimentèrent de nouvelles formes de publicité : le parrainage (sponsoring) afin d'être associé à une émission ou à un événement (les jeux Olympiques) ; la communication autour de la vie des entreprises ; les infomercials, sorte de court métrage publicitaire qui permet d'argumenter de manière détaillée sur un produit.

Aujourd'hui, l'expansion d'Internet et des réseaux de communication internationaux crée de nouvelles perspectives pour la publicité. Grâce aux bandeaux interactifs disposés sur les serveurs d'Internet, le consommateur peut se retrouver directement sur le site de son annonceur, se renseigner et commander des produits. Il est encore trop tôt pour savoir exactement à quoi ressemblera la publicité à l'ère de l'interactivité, du multimédia et des réseaux, mais il est certain que de nouvelles formes de publicité apparaîtront.

Source : Encarta® 2003

▶ Annexe 5 : tableau synthétique du relevé des panneaux publicitaires

92 panneaux	Localisation			Panneaux dimension				Sens de lecture			Eclairage				Système			Fonction				
SEQUENCE		ALLER	COTE OPPOSE	Sucette - bus	Petite	4x3	numérique	Simple cote parcours	Simple cote opposé	Double sens	Pas d'éclairage	Reglette	Projecteurs	retro-eclairé	Affiche à coller	Deroulement	Lattes pivotantes	publicité	Pré-enseigne	Accès magasin	Enseigne	Information Ville
s1 (18) rond point	rond point	x				x		x			x				x			x				
	sortie rond point	x				x		x				1					x	x				
	sous le pont	x			x			x			x				x							x
		x				x		x			x				x			x				
		x				x		x			x				x			x				
s2 (17) Bois Taillis	debut vers boucle		x			x		x			x				x			x				
			x			x		x			x				x			x				
			x			x		x			x				x			x				
	Bus 41(le Sonnant et l'Edlweiss)	B	B	x						x				x	x			x				
s3 (16) noir	juste apres pont	x				o																
S4 (15) Arrivée-Darty	Arrivé1Avenir	x				x				x	x				x			x				
	Arrivé2Avenir	x				x				x	x				x			x				
	Arrivé3Avenir	x				x				x		1			x		x	x	x			
	Acces Laurie lum				x			x			x				x					1		
	Arrivé4 Dauphin	x				x				x		2			x		x	x	x			
	3 panneaux enfants	x			x			x			x				x							x
	Keria	x			x			x			x				x					x		
	niveau Darty	x			x			x			x				x					x		
	Darty1	x				x				x	x				x					x		
	Darty2					x				x			4				x	x	x			
	Après Darty	x			x					x				x	x			x				
	Acces Casto	x				x		x			x				x				1			
	Clamps Glairon	x				x				x	x				x					x	x	x
	Midas		x			x		x			x				x						x	
	Midas		x			x				x		2			x			x			x	
	Pub Carrefour		x			x				x		2					x	x	x			
	Pub facade Coco		x			x		x			x				x			x				
S5 (14) Darty - oak	Intersport		x			x				x				x		x		x				
	Vide		x		o																	
	plan ville				x			x			x				x							x
	Bus 41et 5 (champ Roman)	B	B	x						x				x	x			x				
	Annonce Darty		x			x				x			4				x	x	x			
	Ed	x				x			x	x		1			x			x	x			
	Horizon	x				x				x	x				x			x				
	Clean (vima)	x				x				x	x				x						x	
	Fin immeuble1		x		x			x					2				x	x				x
	Self/immeuble		x			x				x			4				x	x				
	Immeuble 2 fin avis		x			x				x		1			x			x	x			
	toyota	x				x				x		2			x						x	
	W	x				x				x		1					x		x			
	w	x				x			x		x				x						x	
	Lancia		x			x				x	x				x			x	x			
	OaK lavage	x				x				x			x				x		x			
S6 (13) oak-domaine	Euromaster	x				x				x	x				x						x	
	Bus clinique Belledone	B	B	x						x				x	x			x				
	Eléphant lavage		x		x	x				x	x				x			x				
	Geant(facade)	x			x			x						x			x			x		
	Literie	x			x			x			x				x						x	
	Literie	x				x		x				1			x			x				
	Brico	x				x				x				x		x		x				
	Brico domaine U	x				x				x		1					x	x	x	x		
S7(12) domaine-bureau+	sucette	x		x						x				x	x			x				
	sucette	x		x						x				x	x			x				
	Bus Porte des Glairons	B	B	x						x				x	x			X				x
	Lapeyre		x			x				x		x					x	x	x			
	Lapeyre		x			x				x	x				x	x		x				
	sucette		x	x						x				x	x			x				
	Station44		x			x			x					x				x				
	7		x			x		x				1					x	x	x			
	sucette Credit lyonnais	x		x						x				x	x			x				
S8 (11) bureau+ fin St M	sucette	x		x						x				x	x			x				
	Bus Gabriel Péri	B	B	x						x				x	x			x				
	Immeuble/gauduel		x			x		x		x		1						x				
	maison		x		x			x			x				x				x			
	maison		x		x			x			x				x				x			
	maison		x		x			x			x				x				x			
	Facade pr pieton		x		x			x			x				x			x				
	Accolé facademaison		x		x			x											x			
	niveau rue		x			x				x				x		x		x				
	Ducati/ immeuble		x		x			x			x				x			x	x			
	Scuba win		x			x			x		x				x						x	
	avant Yamaha sucette		x	x						x				x	x			x				
S9 (11) St M-panneau Grenoble	avant Yamaha		x	x						x				x	x			x				x
	Après Bike loue	x				x		x			x				x			x				
	Info parking	x			x			x			x				x							x
	niveau moquette	x				x				x!	x				x			x				
	plan ville		x		x			x			x				x							x
	accolé Immeuble		x			x		x				1					x	x	x			
	sucette		x	x						x				x	x			x				
	Info parking	x					x	x						x								x
	Panneaux entree St		x	x						x				x	x			x				
	Parc	x				x				x				x	x	x		x				
S10 GRENOBLE	pub Carrefour	x				x		x				1			x				x			
	Vers échangeur	x				x				x				x	x	x		x				
	Terre plein	x	x	x						x				x	x			x				
	Facade		x			x			x			1			x			x				
	Facade		x			x			x			1			x			x				
	Terre plein	x	x			x				x				x				x				
	Bus Valmy		B	x						x				x	x			x				
	Fin Grenoble facade	x				x		x						x		x		x				

▶ Annexe 6 : Chartes des enseignes et publicités lumineuses

• Ville de Grenoble

La responsable du service voirie nous a confirmé que la ville de Grenoble ne possèdait aucune réglementation locale.

Dans les nouvelles de Grenoble de juin 2003 p19, nous pouvions lire :
«Lancé en 1997, le programme partenarial du FISAC (Fond d'intervention pour la sauvegarde de l'artisanat et du commerce) vise à accompagner les commerçants dans leurs efforts de développement. L'action arrive aujourd'hui à son terme, mais la ville entend bien poursuivre son engagement hors du cadre ministériel, parallèlement à une nouvelle demande de FISAC. (...) *Pour les professionnel du secteur, mais aussi les architectes et les maîtres d'oeuvre, un guide méthodologique a été crée, insistant sur l'accessibilité des magasins et l'embellissement des façades,* détaille Valérie Esbérard, chargée de mission Commerce et Artisanat à la Direction des affaires économiques de la ville (...) Une opération vitrines et enseignes a voulu à la fois recréer un paysage urbain harmonieux et renforcer l'accès aux commerces. Près de 22000 euros d'aides ont été répartis sur une vingtaine de dossiers, parmi 31 candidatures.»

• Ville de Saint-Martin d'Hères

La réglementation locale de publicité date de 1995. La possibilité accordée par la loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979, permet la création de mesures plus ou, au contraire, moins coercitives que celle fixées au plan national. Pour Saint-Martin d'Hères, après de nombreux examens, des secteurs plus ou moins sensibles et des normes qu'il serait souhaitable d'appliquer suivant ces secteurs, quatre zones de publicité à réglementation spéciale ont été définies. Ce choix résulte de l'environnement existant.

L'avenue Gabriel Péri est classée en zone de publicité restreinte n°3 (au nord le campus universitaire zone de publicité restreinte n°4 et les bords de l'Isère (n°1), au sud une zone de publicité restreinte n°2 et de petites zones classées en n°1 tel que le couvent des Minimes.

Voici les dispositions relatives a la zone de publicité restreinte n°3 :

1) Affichage publicitaire et pré-enseignes :
La publicité et les pré-enseignes sont autorisées sous réserve du strict respect de la loi 79/1150 et des décrets pris pour application et des presciptions particulières-ci dessous énumérées.
Présciptions particulières :
- Par unicité foncière est autorisé un dispositif publicitaire (double face) scellé au sol ou placé directement sur le sol, ou un dispositif publicitaire ou le mur support ne pourra supporter de la publicité d'une surface unitaire exédant 4m².
Dans une unité foncière compris entre 1000 et 2000 m², la surface unitaire supportée ne pourra excéder 12m². Dans une unité foncière supérieure à 2000 m², la surface unitaire supportée ne pourra excéder 16m².
(...)
3) Enseignes
Toutes installation d'enseigne devra faire l'objet d'une autorisation préalable du maire. Elle fera l'objet dessiné indiquant clairement la nature des matériaux, des

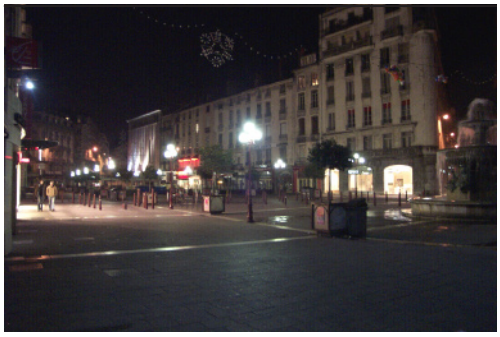
couleurs utilisées, les dimensions, le positionnement.
(...) Cependant :
pour les activités exercées dans des bâtiments en retrait de la voie publique, elles pourront être signalées par des enseignes scellées au sol ou installées sur le sol. Dans le cas où l'activité se situerait à l'alignement, seules les enseignes en façades sont autorisées.
Le nombre maximun d'enseignes scellées au sol ou installées sur le sol par unité foncière sera de 2.
Lorsque les enseignes sont apposées sur un mur ou parallélement à un mur, leurs surfaces ne peuvent en aucun cas être supérieures à 25% de la surface du mur support.
Les enseignes devront tenir compte de l'architecture de l'immeuble tant par leur taille et leur emplacement que par leur graphisme. Elles s'harmoniseront avec la surface de l'immeuble et la perspective de la rue.
Sont interdites :
- toute enseigne scellée au sol ou installée sur le sol lorque l'activité est située à l'alignement.
- les enseignes au dessus des marquises et auvents;
- Les enseignes sur balcons.
Sont autorisées ;
- Les enseignes en matériaux de qualité privilégiant le graphisme, les effets de découpe et de transparence.
Une unité devra être recherchée entre les enseignes présentant des activités différentes situées sur une même unité foncière.
(...)

Dans toutes les chartes que nous avons pu consulter nous remarquons que l'enseigne ou la publicité n'est jamais abordée suivant la lumière qu'elle dégage.

ca1 - *« La place Enchantée »*

« Place Grenette : La première partie est plus éclairée que la deuxième. Bon déjà question lumières de ville, elle est plus éclairée et bien éclairée je trouve, et puis, bon, après il y a toutes les enseignes lumineuses des différents restaurants...Donc ça fait pas mal de lumières, ce qui fait assez attractif...En plus, comme c'est vers une descente de tram, c'est pas mal. »

• Présentation de la photo à ca2 : *« Là, c'est ici, hein ? C'est là ? euh...L'éclairage public là, qui est vraiment fort, les enseignes en rouge, qui sont derrière, je sens qu'elles n'ont rien à voir là, peut être parce que… Enfin, ils mettent en valeur peut-être le commerce qui est là, par le contraste qu'ils font, d'un point de vu couleur...Mais par rapport à l'éclairage de la place, je crois que l'éclairage public est largement suffisant. »*



ca3 - « Trop et moins »

Place Grenette, très éclairée, très blanc, euh...C'est une place qui est vraiment mise en valeur parce que c'est très fréquenté la journée, qu'i y a beaucoup de commerces. Après on passe. A partir de la fontaine Grenette euh, là il n'y a plus d'éclairage, ça devient plus obscur(...). C'est vrai qu'il y a deux parties différentes : une qui conserve un peu le côté ancien et puis après, on a tout le reste. C'est mitigé, il y a beaucoup d'immeubles anciens, mais en fait, surtout les magasins (et tout ce qu'il y a en-dessous) qui fait qu'on pourrait croire, en fait, que c'est des nouveaux immeubles. C'est ça en fait, parce que c'est trop éclairé, c'est beaucoup trop éclairé, donc euh...Trop éclairé dans un sens et beaucoup moins dans l'autre !.

Il est minuit…Pareil, pour la fontaine, là bas, je trouve que c'est quand même...Place Grenette, la fontaine : je pense que ça manque d'éclairage. C'est dommage, c'est...Je pense qu'on devrait mettre beaucoup plus ça en valeur, que la place en elle-même. La place Grenette avec les bars, sachant que les bars sont déjà éclairés. Regarde : « Bistrot romain » ! Franchement, t'as vu comment c'est ? c'est rouge, tu ne vois que ça .« Au bureau » un peu moins, mais avec la bâche en rouge, c'est pareil. Donc voilà, au niveau d'éclairage, c'est vrai que là, regarde, tu prends « 1,2,3 », pareil, ils n'ont même pas besoin d'éclairer leur vitrine. C'est tellement trop éclairé...Voilà...Ça ne demande pas d'éclairage.

Sinon la rue ici, ben regarde, encore une fois, comme je parlais de l'éclairage des magasins, ben là, par exemple, t'as rien quoi. Très éclairée, « Andrée » ouais très éclairé. Regarde cette rue, franchement, très peu...On passe d'un extrême à un autre. Côté obscur, regarde : là t'as l'ombre, là tu fais, y a dix mètres,et il y a, hop, cinq boutiques éclairées, et là, tout de suite, tu arrives en face de la fontaine, il n' y a plus de lumière, là, on passe Grande-Rue. On commence dans la Grande-Rue et puis voilà, il n'y a déjà plus de lumière..C 'est très peu éclairé, à l'ancienne. Là, franchement ! Je ne trouve pas ça...C'est dommage.

ca8 - «Ville ou grande ville»

Euh...Quand je me mets devant la rue, je vois, oui effectivement les boules, les boules de l'éclairage public toujours blanc, mais c'est pas mal, je trouve que c'est pas mal. C'est pas mal.

• Présentation de la photo à ca9 : *Ben, ça me surprend parce qu 'elle...Enfin la personne a perçu une ambiance, elle a essayé de saisir l'ambiance en entier...Donc ça me ramène à moi qui n'ai pris que des détails, c'est vraiment les détails qui me…sinon je ne sais pas. Non je préfére comme ça de loin…*

ca10 - « La froideur »

Donc « André » pas d'éclairage, un immeuble hyper pourri euh, peinture dé-crépie, pas de traitement, façade éteinte, comme la plupart des façades de la place.

• Présentation de la photo à ca11 : *Elle est...Où celle là ? Ah! elle est sur la place, là bas, place Grenette. Elle n'est pas éclairée du tout, pas à ce moment là. Je ne sais pas, on dirait que c'est aussi une boutique de lingerie, mais je ne sais pas...On dirait une grosse boutique, quoi...Qu'est ce que tu lis ? André ? André chaussures, putain...! C'est encore une boutique de chaussures encore !…Ben, je sais pas. Il l'a pris de l'autre côté de la rue, enfin...Mais tu vois, il y a la démarquation du passage des voitures ici.*

• Présentation de la photo à ca12 : *« André » ? Ben là, ce que je remarque c'est la façade «André»...Donc, il n'y a pas d'éclairage dans la vitrine, ni à l'extérieur, mais avec un effet de l'éclairage public, ben, en fait ça éclaire la façade.*

ca2 - « Contraste »

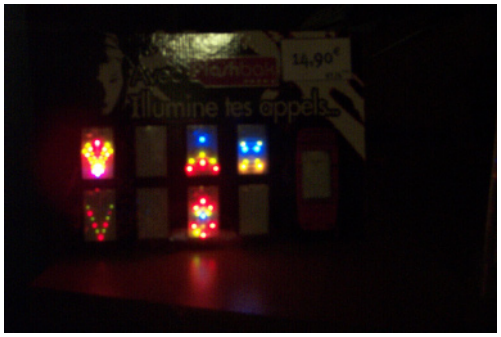
Et là, enfin, ce qui m'attire c'est plutôt la couleur du bâtiment où il y a l'enseigne « Raymond Christian ». Ben, par rapport aux autres qui sont à côté...Donc la première chose que j'ai repéré, c'est la forme globale et la couleur du bâtiment, plutôt que l'enseigne et ce qui est a à gauche. C'est à dire que, disons que, c'est éclairé, même s'il n'y a pas de de sources lumineuses disposées en haut...Donc, je disais que c'est la couleur, enfin, qui fait que...c'est...c'est plus attirant pour moi que ce qu'il y a autour. Même aussi, parce que c'est dans la perspective...Enfin c'est le bâtiment qui fait l'angle avec…C'est quelle rue ? C'est la Grande Rue.

• Présentation de la photo à ca5 : *Voilà, puisque la taille du magasin, c'est «plutôt grand» donc l'éclairage, c'est «plutôt intéressant» parce que le propriétaire ne va pas éclairer une petite partie (et pas une autre)...Et puisque l'on a une grande partie éclairée, ça donne plus de luminosité qui, elle, en fait, domine devant. [Est-ce différent par rapport à toute suite?] Ah oui tout-à-fait, parce que, éventuellement, parce que le magasin, il est éclairé, on a l'impression que toute la rue est éclairée...Parce que c'est la rentrée de la rue...Une fois que l'on rentre dedans, on voit que ce n'est pas éclairé. Mais parce que l'on voit de loin, on a l'impression que c'est éclairé.*

ca10 - « Démodé »

Alors, on atteint le «must» du moche avec « Raymond Christian »: façade éteinte, chaussures partout, du doré qui brille la nuit, Ah ! les grosses têtes des années soixantes. La façade jaune au-dessus de « Raymond Christian », oui, la touche de couleur, dans un monde de brutes quoi...En fait, c'est relativement gris, hein, ça fait gris.

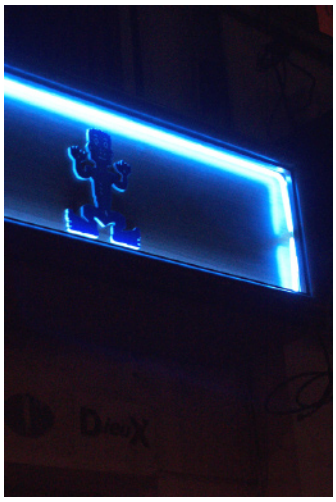
• Présentation de la photo à ca11 : *Celle là, je ne sais pas du tout où elle est. Pareil, celle là elle est sur deux étages, Il y a...ça c'est le genre de truc qui est assez marrant : c'est bien ça je ne me trompe pas, c'est bien ça au premier étage : il y a quelque chose qui est aussi fait pour être vu quoi. C'est le magasin qui fait l'angle Ah oui ! c'est la boutique de chaussures, ah oui...Super éclairée habituellement…Et là ? non…Ah ça dépend de l'heure quand même. Il ne gaspille pas tant que ça…Elle en impose carrément...Quelle en impose !.*



ca9 - «Module lumineux»

« Mais, ça me fait penser à un truc…Je suis obsédée par ma fête des lumières, je vois des mobiles… des modules lumineux...Enfin pour moi c'est pareil, c'est une création.Je le vois comme ça.»

• Présentation de la photo à ca11 : *« Tiens je te parlais de cette boutique, un jour je me suis mis à «schotcher» là -dessus, vraiment je ne sais pas pourquoi, c'est vraiment débile (les petites lumières du téléphone). Ah, celle-là, j'aurai pu la prendre, exactement. La personne trouvait rigolo…et un côté…comme un œuvre d'art…On n'a pas la même conception de l'art… Enfin je sais que j'ai été au japon à une époque. Quand tu m'as dit « Est-ce qu'il y en a beaucoup des trucs ?» ...Donc je te dirais «ça dépend d'où ? de quoi ? En comparaison de quoi ? » parce que tu vois là, il y a des rues au Japon où tout ce qui les intéresse c'est de faire des lumières qui clignotent et du bruit, mais vraiment quoi. Même tout ce que tu peux toucher, c'est fait pour faire de la lumière qui clignote et du bruit. Et c'est vraiment insupportable, quoi. »*



ca9 - «Art contemporain»

« J'aime bien ça aussi. [C'est à dire?] Le fait que se soit...Je trouve ça assez curieux, parce qu'on ne lit pas du tout ce qui est marqué et euh...C'est ça que je trouve assez marrant en fait…j'aime bien le fait que ce soit éclairé autour, que ce soit cadré comme ça…(réserve naturelle) ça n'a rien de très…ça fait œuvre contemporaine.

• Présentation de la photo à ca11 : *« Où est-ce qu'on voit un petit bonhomme comme ça ? Je ne sais pas ; je ne l'ai pas vu ce petit bonhomme...C'est un morceau d'enseigne, quoi, pour des fringues, ou quelque chose de plus jeune. Elle est marrante. [La couleur ?] Bleue, ça va, sympatique, oui, carrément. C'est l'enseigne des….Ah oui c'est ça, ce n'est pas une boutique de bonbons ! »*

• Présentation de la photo à ca13 : *« Ben, là ici il y a la lumière de la « Réserve naturelle » qui flashe un peu parce que le reste, ce n'est pas vraiment éclairé. Donc c'est vrai, on a tendance à se retourner quand on passe. Donc les couleurs bleues, enfin, c'est sympathique, moi j'aime bien le bleu. »*

ca1 - «Le magasin du bonheur»

Je ne connaissais pas du tout, c'est un truc pour enfants, je trouve qu'il est vraiment très bien fait. Donc je préfère, d'ailleurs ce n"est pas une enseigne finalement, je préfère des spots blancs qui éclairent le nom du magasin. Et je préfère quand c'est sur du bois, oui...Je trouve que ça fait bien ressortir le magasin. J'adore ce magasin, je trouve que c'est...bien éclairé. En plus, la façade avec le bois, je trouve que ça prend bien la lumière...ça n'éclaire pas trop...ça nete réfléchit pas la lumière dans la figure...Mais on voit bien le nom du magasin et puis la vitrine est, enfin, est bien éclairée, juste là devanture et pas le fond...J'aime bien cela…

• Présentation de la photo à ca2 : *C'est ce que j'ai remarqué, (je crois, mais je ne me rappelle pas où exactement), c'est que, c'est les vitrines qui éclairent la rue. Là, je crois...Je vois...Je ne crois pas que les projecteurs qui sont au-dessus participent beaucoup à l'éclairage. C'est à dire l'éclairage intérieur aurait pu éclairer l'enseigne et la rue en même temps...La personne aime bien le bois…Mais enfin, là je ne peux pas savoir le matériau qui est là...Enfin le fait de mettre encore des projecteurs pour accentuer ou pour intensifier, je crois que c'est beaucoup, je sens que c'est beaucoup.*

• Présentation de la photo à ca3 : *Ça c'est le magasin de jouets, hum !...Donc là déjà, on est passé à côté. Là on est dimanche, et ce n"était pas éclairé. Tu vois, donc il y quand même une différence...Là, c'est éclairé...Et puis à mon avis, ce n'est pas la même heure...Vu qu'il y a le monsieur allongé à côté, là, à mon avis...J'en pense que, ben quand même, c'est assez éclairé. Je veux dire, c'est normal, à cette heure-ci, il doit y avoir un peu plus de passage, donc c'est normal qu'on éclaire un peu plus.*

• Présentation de la photo à ca4 : *Intéressant qu'une autre nana ait remarquée la face en bois.*

ca4 - « Douceur d'enfance »

Les Pinocchios, Ah ben là, pareil, on voit ce qui brille, là.
Alors, c'est pareil, cet endroit que je ne regarde jamais le jour, parce que moi, je regarde « Tarteline » et « Decitre » puisque je vais y manger, et que mes copines travaillent chez « decitre »...Donc je vais, je vais beaucoup chez « Decitre » et je ne vois jamais le « Bonhomme de bois », qui là, me saute aux yeux avec ses « Pinocchio » qui brillent, et toutes ces couleurs rouges. Donc, c'est marrant, parce que, on a une espèce, pas un négatif, mais c'est d'autres magasins qui se révèlent là nuit, quoi.

• Présentation de la photo à ca5 : *Intéressant au niveau du bois et de la vitrine.*

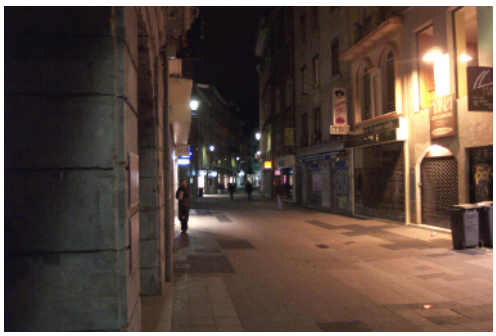
• Présentation de la photo à ca6 : *Ben oui c'est la même que j'ai prise tout à l'heure…Oui ben moi, je l'ai prise parce qu' on voyait bien les objets qui ressortaient, donc...(Et l'enseigne, tu as remarqué comment elle était faite ?) Ben, je sais pas...En bois ! Et il y a des petits spots , des projecteurs…qui éclairent le titre.*

• Présentation de la photo à ca13 : *C'est l'éclairage, oui qui...Et puis il y a à côté, vu que celui-là il est vachement plus lumineux...On aura tendance à plus regarder le « Bonhomme de bois » que le salon de coiffure qui est tout éteint..Et puis vu que l'enseigne, elle est avec des couleurs, et puis c'est le style de, le style de la porte. C'est pas le même que...là, ils ont changé du mur, ils ont mis du bois. Donc ça change un peu. Donc on a tendance à regarder aussi.*

• Présentation de la photo à ca8 : *C'est le magasin de jouets, en fait. Plusieurs personnes l'on prise… On le voyait très bien, ce magasin. Ce que je vois dedans ? ça me rappelle que je l'ai vu, beaucoup parce que l'éclairage venait de l'intérieur, et que, enfin, j'avais le sentiment que l'éclairage venait de l'intérieur...Mais là, j'ai l'impression que c'est aussi de l'éclairage au-dessus, et que ça donnait envie d'aller voir. En fait, c'est assez sympa parce que c'est plein de jolis jouets…*

• Présentation de la photo à ca7 : *Le Bonhomme de bois, les jouets de bois, ouais d'accord;;;je me demande si elle était éclairée là ? [Elle l'était]. D'accord…Et bien c'est une vitrine que je ne regarde jamais…(rire)...Je ne regarde pas beaucoup de vitrines ici...Mais celle là il y a quelques jours, je m'en suis juste approché, pour voir ce qu'il y avait..Mais voilà....*

ca6 - « Ressort bien»



ca11 - «Intimité perturbée»

« Là, ils ont une putain de lumière, sur la boutique, « Mana » , la boutique de haute coiffure, c'est vrai qu'elle choque par rapport à...ça va, même s'i l n'y a pas trop de lumière...C'est un peu l'ambiance d'une rue piétonne, un peu...Justement «vachement-assez» intime quoi. C'est justement ça que je te disais, quand on était la-haut...On entendait donc assez bien les discussions des gens qui marchaient...Et voilà, souvent on entendait rire, des petites discussions vachement intimes, on entendait tout quoi, parfaitement quoi.Je pense que c'est l'ambiance que ça doit donner quoi, par rapport à la place là bas…Elle descend comme ça du coté place Grenette. »

• Présentation de la photo à ca12 : *« C'est pas moi ça, ben c'est ce que je me disais aussi. Ce que j'en pense, ben bonne luminosité, c'est très bien éclairé. C'est laquelle de rue…[Tu ne vois pas?] Ben, il y a une pizzéria mais…C'est la rue principale? non, c'est pas la rue principal…[Si] La pizzéria [c'est Mana]…Non, mais je voyais là, au fond en fait, je ne savais pas c'était... [Là y a le Bonhomme de bois]…Si oui, oui, oui, Là c'est bien éclairé par rapport à ce que moi, j'ai vu. »*

• Présentation de la photo à ca13 : *« Il y a l'enseigne de, je ne sais pas comment ça se dit, «Mana, haute coiffure» qui est éclairée, mais ah si ! c'était rajouté, mais vu que c'est dans les tons de beige-marron, ben d'ici, je les voit dans ces tons-là et, vu que ça se confond un peu avec les murs, qui n'attirent pas plus que ça. Là, j'ai fait attention parce que je suis là pour regarder mais sinon je nepense pas que j'aurais fait attention en passant une autre fois. La lumière, enfin la lumière, elle nous montre l'enseigne si on s'arrête, mais si on passe dans la rue, on va pas lever la tête pour aller la regarder, parce que les couleurs, elles sont dans les mêmes tons que le mur.»*

ca8- «Désert»

«La Grande rue, je vais avoir tendance à prendre quelque chose d'assez long, me mettre en face et de prendre toute la longueur de la rue.»
«Du coup, comme la nuit tombe, là on a tendance aussi à repérer plus facilement les fenêtres qui s'allument, là, j'en vois au bout de la rue, y en a pas trop sur les côtés, enfin sur les côtés, je les vois moins puisqu'on est au-dessus, mais au bout de la rue, mais là, c'est flagrant, je vois que les enseignes commerciales du magasins de chaussures Texto, qui ressortent au dessus du premier étage. C'est pas tellement valorisé cette rue là, je trouve alors que c'est une grand-rue. On veut pas rester là. Les trucs « texto » et en même temps, c'est super sombre.

• Présentation de la photo à ca9 : *« C'est à cause des enseignes qu'elle a prise la photo, elle voulait avoir la profondeur…ouais ça donne sur du noir, non? Ça me rappelle des mauvais souvenirs, ouais je comprend…enfin je crois, ça la choquée elle aussi. Oauis, c'est énorment et pareil on se demande les gens du premier là…ils sont payés? »*

ca7 - «Invitez-moi»

• Présentation de la photo à ca8 : *« Là ça me fait penser à rouge, mais comme c'est des, en fin la photo que j'ai pris en terme d'ambiance mais comme c'est des appartements, c'est moins stressant. (La personne voulait cadrer au dessus de Texto, elle a parlé d'intimité...)Oauis quelque chose de positif en fait. A ben texto… »*

ca3 - «A l'ancienne»

« Place Claveyson, euh, je pensais « à l'ancienne », avec les vieux immeubles et les constructions... »

«Place Claveyson, qui dans la journée, est très bien fréquentée, encore une fois dans la nuit, ben voilà, c'est pareil, c'est assez calme. C'est, ouais, comme je te disais tout à l'heure, regarde, l'hiver, après au printemps c'est un peu plus fréquenté parce ce que bon, il fait plus beau, les gens se promènent etc. Mais c'est vrai que là, maintenant, dès qu'il fait un peu froid, c'est, y a plus, y a pas d'ambiance, y a rien du tout, tout est fermé. Il fait assez sombre. Y a personne, quoi c'est…Tu vas dans d'autres lieux, ben, c'est vrai là que, aujourd'hui, c'est vrai, c'est exceptionnel quoi, on est dimanche, ça aide. Il faut le noter, on est dimanche quand même, on serait samedi, c'est vrai que y a beaucoup plus de monde, mais il faut aussi, y a des créneaux dans lesquelles où c'est assez calme, c'est assez vide etc.»

• Présentation de la photo à ca9 : *« Ben, la lumière du bar qui est plus douce…(Boite à sardines) ouais, ça reste intime comme..., mais sinon on a pas envie de rester au milieu de la place…*

ca12 - «Cool»

« Si y a un bar, le bar «le Styx», l'éclairage rouge, c'est assez sympatique aussi mais ça attire moins que le organge, c'est un peu normal aussi, mais c'est vrai là, c'est sympa l'ambiance, ça donne envie d'y aller. C'est l'enseigne avec le ouais même avec le cadre Rouge, c'est vrai, c'est sympa, avec différentes formes de... pour les lettres pour l'écriteau c'est vrai c'est sympa. C'est pas la même que les autres, je sais pas, pas flou, mais je ne sais pas comment dire…Ouais ça à l'air d'être de l'alu, les autres c'était du plastic, là, c'est, non ça change.»

• Présentation de la photo à ca8 : *«Alors y a les lumières du café, là, c'est plutôt rouge, c'est plutôt rouge et c'est assez, ça se démarque pas mal de, des lumières que l'on voit autrement. Mais ça c'est peut être aussi parce que c'est un café, donc on cherche à voir une ambiance tamisée, plutôt intimiste. Des cafés, discuter, enfin bon...»*

• Présentation de la photo à ca9 : *« Et puis le « Stick » aussi... Ben pareil, c'est…l'éclairage est assez agréable, mais je ne serais pas dire pourquoi… [La couleur?] Ouais la couleur je pense aussi…le fait que l'éclairage soit tourné sur là, le mur comme une halogène quoi, qui adoucit quand même pas mal, c'est toujours plus doux que l'éclairage comme ça de face. » (Comparaison avec L'Hybiscus par exemple)*

• Présentation de la photo à ca13 : *«Je vois où c'est, c'est peut être sur la place, ben j'ai pas vu le bar. Je trouve que c'est assez sombre, y a juste un petit coin de lumière qu'on voit bien et je trouve ça assez sombre, bon la couleur rouge c'est…c'est du rouge. Ben c'est très sombre.»*

ca13 - «Lumière végétation»

«L'enseigne que j'avais dit, on voyait pas très bien de là ou j'étais, c'était pas le premier, le deuxième sur la place, c'est vrai ça brillait. J'avais pas réussi à lire le nom. finalement... (la photo de la Boite à sardines se transforme en une photo de l'Hibiscus) La lumière par rapport à la végétation, la lumière sur les plantes en fait.»
«A côté y a l'Hibiscus, qui est bien éclairé et puis vu qu'il y a plein de végétation la couleur verte dedans c'est bien, enfin ça fait joli.»

• Présentation de la photo à ca12 : *« La petite place où il y avait le fleuriste en fait, parce que en fait ce qui m'a plu c'est le bar, le bar, c'est vrai que l'écriture rouge, mais c'est vrai que là, ça m'a plus en fait. Il y avait la vitrine d'un fleuriste qui m'a attiré, la vitrine elle était jolie.»*

ca6 - «Vitres : on voit bien tout dedans»

• Présentation de la photo à ca7 : *Oui c'est un détail d'accord C'est quoi, ben oui c'est ma boutique ça. Non? C'est juste dans la rue Brocherie au niveau de la boucherie…La guirlande électrique oui, ça lui a plu.*

• Présentation de la photo à ca13 : *Sinon l'épicerie à côté, qui on le voit parce que vu que c'est tout vitré, c'est vachement lumineux ils ont mis leurs graines autour, ils ont mis des petits, je ne sais pas comment ça s'appelle, des guirlandes, ça brille.*

ca7 - «L'habitude»

«Là, y a un côté aussi…non je ne sais pas comment dire, peut être parce que j'y vais trop je sais pas j'aime bien aller là parce que je leur prends des dattes, des petits gâteaux…»

• Présentation de la photo à ca13 : *Petit épicier qui est ouvert, on le voit bien aussi, parce qu'il a un spot qui à tendance à nous éblouir quand on passe. Ah non il est fermé d'ailleurs, j'ai cru qu'il était ouvert. Non, il est …non il est ouvert, c'est éclairé dedans donc mais en fait en arrivant on croyait que c'était éclairé mais c'est pas tant éclairé que ça à l'intérieur, c'est le spot qui faisait de la lumière sur la vitre.*

• Présentation de la photo à ca8 : *Ah ben oui je l'avais vu aussi C'est le, l'épicerie arabe, le spot…C'est ce que j'avais vu ça donnait envie avec sa lumière en biais blanche et que c'est vivant. C'est vivant.*

• Présentation de la photo à ca9 : *La vitrine? Alors ça on dirait que c'est en plein jour, c'est la nuit ? [Oui] Et bien on dirait que c'est en plein jour, ça pourrait être une image de jour pour moi. La preuve, oh, c'est énorme. Comme quoi l'éclairage…Un petit rayon de soleil.*

ca7- «Voyage»

«Ah ouais elle est où la « basique », la casba. C'est vraiment à l'ancienne, ça, oui, mais tout est basique j'avais jamais remarqué que cette boutique y avait que des hommes… Je sais pas ça ma fait penser vraiment à des lieux comme ça et en même temps on est content parce qu'on est fatigué de d'avoir fait du car du train, je sais pas et puis on se trouve, c'est moche, mais là, c'est basique lumière, table, et on vous apporte la soupe le riz…avec que des hommes mais c'est comme ça aussi, les hommes comme ça…»

• Présentation de la photo à ca8 : *«C'est le café de vieux ? non je sais pas, c'est dans la rue Brocherie, c'est le café avec les néons blancs le café de plein de vieux arabes là-dedans, euh… ça me fait penser à quoi, ben c'est rigolo parce que eux il sont vraiment dans la journée avec cette lumière-là et ils ont, c'est vraiment très différent l'ambiance qui se dégage, ce que ce café dégage, en fait, il donne pas envie de rentrer dedans parce que c'est trop lumineux et euh, c'est un café d'habitués, on sent que c'est un café d'habitués ou tou le monde vous voit, donc euh…(ça c'est basique…le néon, la table, et on vous sert, il y a quelque chose de très simple et à la fois, on ne peut pas le louper.) Ben c'est pas si basique que ça parce que c'est très fort, le néon est très fort je trouve.»*

• Présentation de la photo à ca12 : *«Ben là y a un bar, « la casba », par contre y a juste un écriteau dehors, mais par contre à l'intérieur, c'est bien éclairé voire on se croirait en journée, vraiment en journée, y a quatre néon à l'intérieur et ça suffit largement pour euh, pour éclairer quoi une assez grande pièce.»*

ca11 - « La volaille parmi les hommes»

« Place Aux Herbes, qui est faite pour le marché donc, y a un petit chapîteau avec des petites guirlandes aussi tant qu'à faire, toujours des petites affiches. Je sais pas, moi, j'ai les yeux qui collent vachement sur les petites affiches les petits tags, les petits stikers quoi c'est un truc assez marrant.»
«Bien qu'à Grenoble y a un truc pas mal c'est que les gens ils se privent pas pour afficher un peu n'importe où et qu'il y a pas mal de zones d'affichage, d'affiches, pour des concerts ou quoi que ce soit et ça change tous les jours quoi. Genre dès qu'il font des travaux, ils mettent des grandes planches de bois, et il y vont pas mal quoi…Alors, je connais aussi des endroits où c'est pas mal tagués et où y a des effets assez marrants avec les lumières dès fois, mais pas dans ce coin là....»

• Présentation de la photo à ca12 : *« Ben là, c'est plutôt sombre, y a qu'un néon vert, juste pour dire que c'est ouvert mais bon, y a rien d'autre, si il y a un petit éclairage sur la gauche un petit magasin sans doute, mais bon les façades ne sont pas éclairées et il n'y a pas d'éclairage public, ben j'ai l'impression, ça c'est la place qui est sans doute là…Non C'est la place aux Herbes Ah oui avec le…c'est carrément différent de ce que moi j'ai dis…Donc ouais la c'est plutôt sombre en fin de compte Là tu ah le Baraka…..tu rentres sur…D'accord.»*

• Présentation de la photo à ca13 : *« Celle-ci avec les gens, c'est les lumières vertes de la Place du marché, c'est ça, non, oui…c'était le restaurant sur la gauche quand on est arrivé. Donc euh, je trouve pas, moi j'aurais pas choisi cette photo là, bon c'est vrai que ça fait assez chaleureux de fait de voir des gens, quand on est passé il n'y avait pas beaucoup de monde sur la place. Et elle à pris la photo pour quoi ? Pour l'affichette…C'est vrai qu'on les voit bien… d'accord. C'est vrai qu'on la voit bien.»*

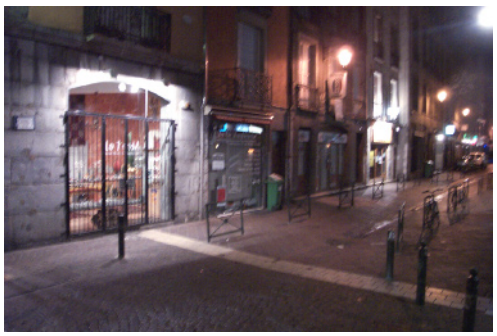
ca5 - «Eclairage calme»

• Présentation de la photo à ca7 : *«Mais c'est quoi ça? la place Claveyson mais à quel moment ? On est place aux Herbes…on…Mais il n'y avait pas les terrasses…non voilà…(Qu'est-ce qu'elle vous inspire cette photo?)Rien de spécial, je remarque « Vizille » l'écriteau, non…»*

• Présentation de la photo à ca13 : *« C'est plus lumineux c'est un peu plus lumineux que dans le petit coin juste avant où j'ai dis que ça faisait très sombre donc c'est surtout ça qui éclaire bien. Et puis y a ce magasin là qui fait aussi de la lumière.*
C'est le Casimodo. Donc en fait ça éclaire surtout le sol, sinon je ne sais pas, les lampadaires ils ont l'air d'éclairer mais c'est pas ceux-là qu'on, ben je ne sais pas on lève pas trop la tête quand on marche, on voit l'éclairage au sol c'est tout.»

ca9 - «Comme si quelque chose avale quelque chose d'autre»

«Heimmm, ça c'est laid, …c'est ignoble , Votre écran à côté de l'éclairage public, je sais pas, c'est un rapport…Inégal, enfin, non je trouve ça dommage de….»



ca10 - « L'attrait»

La « Tienda », c'est sympa le traitement de ça, c'est un magasin de bijoux mais vachement coloré à l'intérieur, en plus des couleurs que j'aime bien, désolée Françoise, mais c'est ce que tu n'as pas voulu qu'on fasse…
Ouais, non j'aime bien, c'est rouge, c'est chaud, ils ont mis un cactus qui est là au milieu, mais en fait, para…,Je touve que ça ne dépareille pas avec le magasin, ça fait un peu exotique, non j'aime bien. Bon il y a toujours des bonnes vieilles grilles, mais, qui sont mieux à la limite qu'un rideau, de fer. Donc c'est éclairé, c'est éclairé un petit peu de l'intérieur et surtout éclairé par des spots depuis l'extérieur. Bon par contre ce qui est bête c'est que du coup, ils se réfléchissent, bien dans la vitre quoi.

• Présentation de la photo à ca11 : *Alors ce qui est marrant, c'est qu'il y a un super-super éclairage sur une grille. Ici je ne sais pas ce qui est derrière, je ne vois pas, je ne vois plus ou c'est c'est dans la rue…Brocherie…Oui parce ce qu'il y a le passage, ah, ben c'est en face de, là le chaudron, il est ici en fait…*
Ben, je sais pas moi, j'ai pas du tout regardé ça moi, j'ai vu que le chaudron en fait…

ca5 - « Coin rendez-vous »

« Je donne plutôt sur la place aux Herbes. Pourquoi, parce que la place aux Herbes c'est un peu limité donc on peut pas en fait se perdre. Par exemple si je donne Place Notre Dame, moi si je suis là et l'autre il est là--bas . Peut être on peut pas se voir ? Voilà la place aux Herbes. Je donne plutôt parce que cette place elle est encadrée donc...Euh, même si on se perd, on se perd pas pour longtemps. »

• Présentation de la photo à ca6 : *« Je trouve qu'elle est bien cette photo parce qu'il a bien pris...Enfin on voit bien les deux côté, c'est, en fait, on dirait qu'il veut montrer, y a un côté qui est éclairé et y a un côté qui est non éclairé. »*

ca11 - «L'épicurien»

«Donc, on peut remarquer le restaurant l'Epicurien. Ils ont fait, un effort de spots…L'enseigne ben là, l'enseigne avec le chaudron …qui, si on y fait attention...qui se regarde parce que le panneau orange de tout à l'heure qui est orange, Le panneau de…« La boutique orange, France telecom, »…Parce ce que justement ça symbolise je sais pas, une marque ou un ça n'a rien de particulier, c'est un symbole…c'est une marque. L'épicurien, c'est joli en plus…»

• Présentation de la photo à ca12 : *«Et là une fois de plus, par contre, on vient de voir à l'instant, (à quelque chose près), sur la même photo, sur le même lieu...Mais là de plus loin c'est vraiment bien éclairé avec l'éclairage public...Là j'ai un néons qui, même en photo, il m'éblouit… un spot, et puis la halle, elle est très très bien éclairée ; ça fait un effet miroir. Avec un éclairage sur le toit, enfin non sous le toit.*
La personne traverse en dialogue….»

ca9 - «Suspension lumineuse»

«Si c'est sympa le restaurant « l'epicurien » comme ça dans l'air, qui flotte dans le noir.»

ca12 - «Ambiance Décontractée»

Ben, la deuxième photo ça serait la « Cantina Mexicaine » en fait…Et ben le...Donc c'était celle des spots avec l'écriture en 3D sur le bois. Là ça flashe vraiment. En plus le bois, il était bien clair, donc c'est vrai que là, ça à vraiment attiré. Euh, la « Cantina Mexicaine » donc là, ben là, c'est bien éclairé, ouais...IL y a deux spots accrochés de chaque côté de la pancarte, avec un petit écriteau restaurant mexicain éclairé aussi en blanc,...Euh, l'intérieu ? ben y a une table qui n'est pas éclairée, mais le fond il est...Il est éclairé. Par contre au-dessus, un peu négligé la Cantina Mexicaine écrit au pinceau, pas top, ils auraient pu faire mieux.

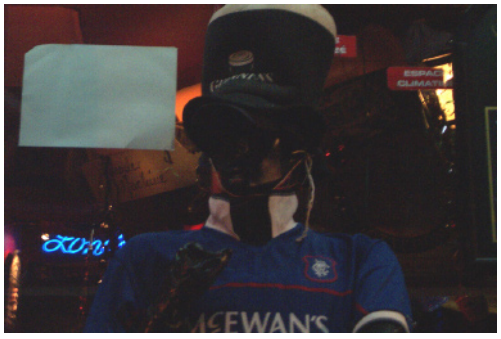
• Présentation de la photo à ca13 : *Oui celle là elle est bien, je trouve que c'est lumineux c'est pareil ça fait comme un rayon de soleil au milieu... Et puis ça fait comme la forme d'une maisson si on regarde bien. Je trouve que c'est joli, quand on voit la photo .C'est vrai que quand je suis passée, je n'ai pas non plus remarqué. (Tu en as bien parlé…) Oui oui, j'en ai parlé, mais j'ai pas vu que l'éclairage, il faisait pointu, comme ça, parce que si on regarde sur le dessus c'est pas si... C'est du fait que la fenêtre au-dessus qui était allumée... Mais ça fait vraiment la forme d'une maison quoi. Donc la lumière c'est vrai que ça attirait bien, j'avais parlé de la couleur rouge et tout, mais je ne l'avais pas vu sous cet angle. Moi c'est surtout l'extérieur, j'avais pas vu, peut être que quand on est passé aussi c'était peut être pas éclairé dedans. Donc ben là, la lumière y a celle du, la « Cantina Mexicaine » qui est bien éclairée... Pareil, toujours du bois qui sert à les faire ressortir et pareil c'est écrit en rouge dessus donc ça ressort vraiment bien, de là-bas on le voyait pas, mais en passant devant on va regarder dedans en plus c'est bien éclairé.*

ca13 - «Rayon de lumière»

«Le Kebab, le Djebel je crois qui était très...Il saute aux yeux, tout de suite, on passe devant...Il saute aux yeux. Donc ben là on arrive, y en a plus qu'un d'allumé ; c'est la « sandwicherie Ddjebel »...Et elle aussi, on la voit, même si ça reste dans les tons gris, le mur...Déjà ils ont mis une enseigne lumineuse dehors, jaune...De derrière on voit pas ce que c'est l'enseigne, mais y a des couleurs et puis, vu qu'il y a de la lumière on est beaucoup plus attiré.»
«De chaque côté, c'est très sombre et au milieu c'est...ça ressort beaucoup. Sinon côté luminosité, le « Dejbel »...Parce que c'était vraiment celui-là qui était le plus lumineux, en fait. La façade en fait, le tout, l'enseigne qui était très, très lumineuse et l'intérieur était très éclairé.»

ca13 - «Le coté rustique»

«J'aime bien là, avec la...C'était pas très lumineux mais, euh...Le coté rustique avec la roue de char, j'avais bien aimé le decors. C'est le « Mamamia. »
Ben là, c'est pareil, j'aime bien...ça fait un peu rustique la roue du char et tout...C'est pas très, la lumière elle, fait floue à cause du vitrage, mais c'est une lumière dans les tons jaunes...Cest pareil ça attire l'œil parce que de chaque côté y a pas d'éclairage.»



ca6 - «Bonne idée»

• Présentation de la photo à ca7 : *Alors, c'est où ça ? C'est quoi ? Je n'arrive même pas à voir...Qu'est ce que c'est ? je ne vois rien...Ben je sais pas, c'est quoi ? .*
C'est devant le London Pub. Ah oui ! très proche, une photo très proche d'accord. La personne aimait bien le bonhomme devant, je ne sais pas si vous aviez remarqué. Il y avait ça. non ?

ca6 - «C'est décorateur»

• Présentation de la photo à ca7 : *«La Tavola Elle est éteinte aujourd'hui ; ce soir tout est éteint. Le coté vert…Une personne m'a dit qu'elle n'aimait pas du tout, parce que c'était difficile à lire…Sur la caligraphie oui, c'est bizarre, hien Le «L» comment il l'on fait ?»*

• Présentation de la photo à ca8 : *« Ah d'accord, ben c'est, j'aime bien parce que c'est vert, enfin, et en même temps ça me fait penser à la photo que j'ai prise avec les néons. Peut être aussi parce que l'on ne voit pas très bien l'intérieur du restaurant. Ce qui se dégage c'est beaucoup le néon au-dessus et le titre du restaurant. Moi je trouvais que la police d'écriture n'était pas forcement très facile à lire.Oui c'est vrai. Mais quand c'est en rouge c'est pas lisible non plus de tout façon à moins que se soit des néons comme ça…bien fini . Ce que je montrais tout à l'heure c'était pas très lisible non plus, comme titre de restaurant.»*

• Présentation de la photo à ca12 : *Ben là, la « Tavola Galda » c'est un autre système : ils ont mis un écriteau euh...Donc euh, comment dire, les néons ils sont cachés derrière l'écriteau, en vert donc, vert fluorescent, donc là, c'est vrai que ça change mais c'est vrai que pour attirer l'œil c'est un peu juste avec derrière donc, les néons verts et puis l'écriture noire avec des lettres en 3D*

• Présentation de la photo à ca13 : *Et donc, on regarde les lumières...C'est plus, ça attire beaucoup plus l'œil, surtout ils on mit beaucoup de vert, enfin là je vois c'est beaucoup de vert. Y a un restaurant italien, enfin une pizzeria c'est pareil, c'est du vert, on voit pas le nom d'ici, mais je pense que de face on doit bien le voir.*

ca8 - «Rouge»

Tandis qu'ici je vais prendre plutôt un détail de la rue avec une lumière rouge ou orange.(C'est original par rapport à ce que j'ai vu). Alors, l'éclairage rouge, du « Pavillon d'or », restaurant vietnamien, chinois vietnamien…pareil…Je sais pas si c'est parce que je suis à côté mais les néons rouges du « pavillon d'or », du restaurant, des choses comme ça qui se détachent. Ouais c'est vraiment ça, ces couleur que je retiens. Le rouge t'angoisse ?Ouais...Tu préfère une enseigne d'une autre couleur ?
Oui, oui euh, si on peux faire, moi j'aime pas le rouge si il y a trop de rouge dans une rue ça me mets mal à l'aise mais je ne sais pas très bien pourquoi. Là ouais, plus c'est clair plus les lumières sont claires ou même d'autres couleurs...Ben là le bleu ou des couleurs un peu froides, en journée, enfin, ouais en fait, je crois que ça me rappelle la journée, ça doit être ça ; mais le...sur les murs et tout, je trouve ça très beaux, les taches de couleurs froides et plus ça va vers le rouge, plus je sais pas, ça me stresse, plus ça baisse en fait plus on ramène vers le sol.

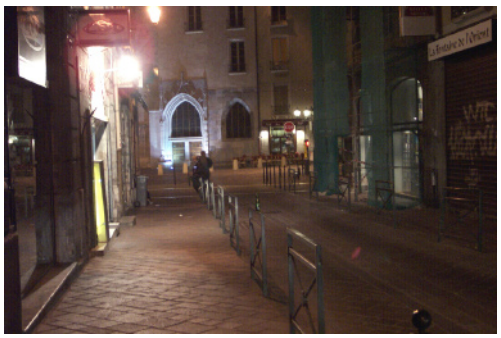
• Présentation de la photo à ca9 : *Bon ça, c'est trop! L'enseigne du « Pavillon d'or », ça n'a pas sa place. Là, il y a trop d'éléments trop de couleurs, trop de lumières… C'est ouais… J'ai pas envie de voir ça au milieu de la rue, ça n'a pas ça place. Je me demande si, parce que là l'éclairage public, il est quand même bien collé aux fenêtres, si ça gêne les gens ou pas… les gens qui y habitent. Je ne me suis jamais posé la question, mais finalement c'est quand même bien collé quoi.*

• Présentation de la photo à ca12 : *Donc là, c'est le « Pavillon d'Or » . C'est en rouge aussi, mais un rouge plus sombre que la pizzéria, donc ça, c'est sur la façade. Par contre, ils ont fait comme la pizzéria sur le côté marche. Là ils ont mis un rouge bien vif, avec là par contre...Les dimensions de la pancarte, elle est plus importante que les autres d'avant. Elle est jaune…*

ca4 - « Le clocher rythmé»

«...Peut être dans la rue Brocherie ... et que l"on prenne la cathédrale là…»
«Ça s'est réussi ; ça attire bien le regard vers le haut quoi. (cathédrale)»

• Présentation de la photo à ca6 :
Celle là, elle est belle parce que c'est bien éclairé des deux côtés, on voit bien la rue, donc je trouve qu' elle est belle.
Tu te souviens, l'enseigne ? .
(sa copine : Si ! tu avais dis que tu donnais rendez-vous !)
C'est le restaurant là, rue Brocherie
Le Pavillon d'or



ca5 - « Passage aimé »

«Moi je ne l'aurai pas prise, parce que, en fait, on ne voit pas bien les lumières . C'est voilà...on ne voit pas bien les lumières»

PHOTOS ET COMMENTAIRES - PLACE NOTRE-DAME

ca12 - «L'histoire»

«Euh, et ben l'entrée de la basilique Parce qu'elle est bien ressortie. L'éclairage avec le Shaman, et le bar à côté parce que c'est vrai que, de ce côté là, c'est un peu grâce à la basilique que ça ressort un peu...ça fait un peu ressortir les autres bars à côté.
Donc, là, une fois de plus, c'est vraiment bien éclairé. Ils ont mis en valeur le clocher, euh...Ce qui est dommage c'est qu'ils auraient dû mettre aussi l'horloge en valeur. Bon, on voit l'heure, mais bon, ils auraient dû mettre un néon, un petit lampadaire, un petit truc, comme ça l'ambiance…C'est mieux éclairé. C'est quoi qui fait cela ?…Donc là l'éclairage public, ils ont mis l'intensité : elle est plus forte ; ils ont dû mettre des lampes plus importantes. Euh, ça ne doit pas être les mêmes je pense, les lampadaires; je ne sais pas par rapport à ceux d'avant, je n'ai pas fait très attention. Ben, c'est surtout l'éclairage public qui fait l'ambiance. Euh, ouais y en a tout le long, euh...Qu'est ce qui y a d'autre ? Si, le système de lampes au, sur le sol, c'est vrai que c'est sympa aussi...Style sur le....Si c'est une église, je ne sais pas...Ben là, ils ont mis en valeur la porte avec quatre lampes au sol. (Une lumière) bleue? non, c'est même (une lumière) blanche, blanche vraiment forte, intense. Là c'est vraiment fort. L'éclairage commercial, ici.. Ben à part la Banque Populaire, Je ne vois pas tellement d'autre magasin d'allumé, bon ben, il y a deux bars, deux trois trucs à côté, mais c'est pas fort .Par contre, toujours la même chose : la fontaine n'est pas éclairée . Ce n"est pas la même, , mais bon, depuis tout à l'heure, mais bon, ça aurait été sympa qu'ils l'éclairent aussi. Bon ben là, on arrive devant l'entrée, on va monter les marches…»

• Présentation de la photo à ca13 : *«Ben celle là, je pense que l'on t'a dit souvent…*
Parce que…Elle est vachement lumineuse.
Là ? Ah ben, c'est la place Notre Dame. Donc celle ci, je pense toujours la même chose,...Donc là, on voit bien d'ici, sur la photo, pareil, j'avais pas vu qu'il y a trois, il y a un alignement de trois couleurs et c'est vraiment celle-ci qui ressort le plus, du fait que ce ne soit pas le même couleur de lumière en fait. La cathédrale…
Le porche, Parce que c'était la coloration du mur qui l'a attiré, le fait que ce soit un peu dans les roses, et c'est toujours assez beaux, c'est la beauté.»

ca1 - « Le coin des amis»

Et là, Place Notre-Dame, là, moi j'adore. Je trouve qu'elle est vraiment...Parce que, comme c'est, comme je disais, par rapport à la place Grenette qui a besoin de plus de lumière parce que c'est plus ambiance « festif ». Je trouve donc là que c'est pour se mettre en en appétit de la soirée. Là je trouve, c'est plus une soirée entre copains, (pour) discuter...Donc, tamisé comme ça, moi je trouve que c'est parfait.
Ca fait à la fois «fête» mais, pour être un peu plus tranquille. C'est plus : «être tranquille entre copains, pour discuter», quoi, alors que la place Grenette, c'est plus : «après on va faire la fête».
Alors là, cette place, je l'adore. Vraiment elle trop bien éclairée, j'adore. Le système de lampadaires, comme ça, à quatre pieds, j'adore...Ah, non, il n'y en a que trois, mais vraiment ouais, ces petits lampadaires je trouve mieux que les spots parce que les spots si tu es en dessous, t'en peux plus, tellement c'est trop éclairé…Alors que là, c'est juste ce qu'il faut, entre le tamisé et l'éclairage…

• Présentation de la photo à ca2 : *[Tu vois où cela se situe ?] Non je ne vois pas où c'est, mais donc, y a deux choses attirantes au premier plan : l'éclairage public et l'enseigne…C'est une grande enseigne ici ? Ou c'est le reflet de l'éclairage ?Une grande enseigne là et les deux petites ici, c'est ça ? Ouais, je pense que si j'étais sur place, ça m'attirerait aussi parce que, du point de vu intensité, c'est fort, voilà.[c'est la place Notre Dame.]. C'est le « Shaman Café », c'est ça ? Mais sinon, par rapport à ce qui reste, peut être la couleur bleue derrière pour la Banque Populaire, donc l'intensité du premier plan et la couleur derrière.*

• Présentation de la photo à ca3 : *Ouais, ça c'est Notre-Dame...ça c'est, ouais là, c'est encore beaucoup éclairé hein quand même...Puis là, c'est, bon là, c'est vrai qu'il y a plus de monde, plus d'animations...C'est autre chose encore; c'est pas les mêmes creneaux quoi.*
La personne aimait bien le luminaire et …Ouais, moi je trouve que c'est trop pour moi (là sur la photo, mais toi qui a l'habitude…) Place Notre Dame, ouais y a un peu trop, y a en fait des endroits où ça devrait être autant éclairé quoi. C'est vrai tu regardes la fontaine, elle n'est pas éclairée je trouve que c'est dommage...De la mettre en valeur, ça serait super quoi, en plus elle est au centre, c'est bien, y a rien à dire quoi...Mais y a des endroits, du style près de la banque, il y a déjà de la lumière, elle est déjà éclairée et à côté, on a un truc qui est énorme et qui éclaire encore, c'est dommage. C'est vraiment pour économie d'énergie et puis ben, mettre deux spots à côté de la fontaine, et puis en enlever au moins trois quatre de l'autre à côté, quoi.

ca3 - « La blanche »

Alors ici, ce serait la plus éclairée. C'était la place Notre-Dame alors je dirais plutôt : la blanche.
Ben là, on repasse à un autre éclairage beaucoup plus clair, beaucoup plus blanc, euh...On a plus de lumière, là ? Il y a autres choses, y a des banques, y a la fontaine Notre-Dame, y a beaucoup de choses niveaux bâtiments ; là y a un mélange d'architectures : ancien, nouveau, donc plus de lumière, donc voilà, passage du tram aussi, donc c'est un peu plus éclairé que...bien sûr dans la rue Brocherie, voilà.
[L'éclairage commercial, ici ?] Il est assez fort quand même, quoi, assez fort. On a les banques quoi, en fait, on a les banques et puis, oui, la place elle est déjà bien éclairée. L'église, regarde l'église, par rapport à l'église qui était à...vers la place Grenette...Très peu éclairée. Regardes, celle-ci elle est super bien éclairée : là, là...ça aussi je connais bien parce ce que ça fait pas longtemps aussi qu'il l'on rénovée, donc euh...Ils ont voulu le mettre en valeur, donc là, ils ont rajouté un peu de lumière, pour mettre en valeur les portes, Pareil la pierre, tout ça, parce que ça a été rénové donc, c'est un peu normal contrairement à dans cette rue que l'on rénove très rarement. Là, on commence à peine. Là c'est la première fois que je vois ça et encore c'est...Je pense qu'il vont à peine rénové, nettoyé les pierres, mais ils ne vont pas faire grand chose dessus. Ils gardent toujours l'aspect un peu ancien. C'est...ça se comprend.
Comme la fontaine, je trouve que c'est moche aussi...Pareil pas d'éclairage Tu vois, ça manque, ça manque d'éclairage franchement. C'est...On met en valeur l'église là bas, avec un morceau de porte en bois et de la pierre (parce que ça aété rénové !). On penserait presque que c'est fait exprès pour dire «bon, voilà on l'a fait, on a travaillé dessus, on l'a nettoyé, on l'a rénové». Ouais, c'est dommage ! .
Et là, regardes, c'est quand même pas mal le…cette fontaine et cette statue (partie haute) c'est quand même bien fait, c'est dommage ça manque d'éclairage...ça devrait être éclairé un peu plus comme la fontaine place Grenette.

gp2 - « Le calme de Gières»

«Truc de vacances, c'est trop joli, ah ben c'est une pub pour citroën tiens, c'est délire.»

«Et, ben , j'étais jamais passé par ici ou alors je ne m'en rappelle pas. En tout cas j'aime bien l'éclairage de la ville. Pour une fois, c'est des lumières assez sympa, pas très, pas très fortes. En fait, c'est assez léger, c'est assez sympa.»

• Présentation de la photo à gp2 : *Les boules à Gières, ce n'était pas pour moi «du tout» significatif du parcours. C'est quelque chose que j'ai vu, mais que je n'ai pas pensé à décrire parce que pour moi, ce n'était pas l'objet du parcours.*

• Présentation de la photo à gp5 :

Ces luminaires «éclairage parc…ville thermale»
Cet espèce de faux kitsch , c'est quand même assez fort, des piliers, des fausses imitations, des piliers plus des boules par-dessus! Je trouve que c'est quand même, c'est le summum de...du mauvais goût. *t.*

• Présentation de la photo à gp6 :

Mais par contre, ici je trouve les luminaires, les petits boules, c'est moche ! Mais j'aime bien l'ambiance que ça crée, j'aime bien, si tu regardes les luminaires : c'est horrible ! mais si tu regardes l'espace là bas il est pour être...En plus, parce que c'est sous un pont en général, c'est trop noir, donc...Et là bas il ont mis des luminaires, des lumières donc c'est sympa, tu ne sens pas que tu es dessous un pont, je crois.

gp6 - «Eclairé, éteint, densité»

Je prendrai une photo de Grenoble... justement pour opposer l'entrée de l'avenue qui est vraiment euh... je dirais, entre guillemets, très lisible, très compréhensible, et la sortie de Gabriel Péri avec la fourche qui va soit sur l'échangeur qui mène à Meylan soit en rentrant sur Grenoble. Cela permettrait de bien voir la rupture dans l'éclairage urbain, le contraste, qui est assez fort(pas la teinte) dans l'ensemble.

La patte d'oie ? un espèce d'éclairage public je dirais, entre guillemets, «défaillant» quoi ! :
Oui, on sent que c'est un lieu qui, à mon avis, autant l'avenue Gabriel Péri, à priori, qui a du être retraité au niveau de l'éclairage public, ya pas très longtemps. Autant cette partie là, on sent qu'elle est vraiment beaucoup plus ancienne, vu la typologie des lampes(distance et compagnie).Mais je pense que c'est lié au fait que depuis très longtemps, on sait que sur ce nœud routier il y a des travaux...Enfin y a des projets en cours...Là ça va être le cas avec le tram, donc à mon avis, c'est un peu logique que cet espace soit aujourd'hui un peu...pas à la hauteur du reste.

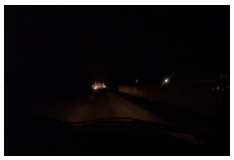
• Présentation de la photo à gp3 : *Et puis sur cette partie là, les enseignes sont plus basses. C'est vraiment les rez-de-chaussée des immeubles...Donc y a une série...c'est discontinu,*

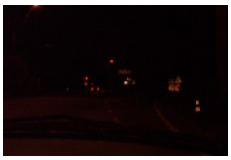
gp1 - «Bienvenue à Saint-Martin d'Hère»

gp6 - «Le vide»

gp7 - « Le trou noir»

«Je prendrai une photo dans cet espace sombre pour voir le côté lumineux en bas, c'est l'arrivé dans la ville.»
«Alors là, enfin c'est glauque même, c'est très sombre et euh ...Alors je ne sais pas si c'est une question d'économie ou…Mais euh, là, on est vraiment en nocturne, c'est le cas de le dire.»





• Présentation de la photo à gp2 : *Ah c'est l'endroit où il fait «tout noir»...Il les a pris de la voiture. Il voyait les voitures arriver en face et c'est le début de la ville ! Euh...Pour moi, c'est pas très memorable...Ben si, c'est mémorable mais c'est plutôt un mauvais souvenir quoi, je trouve cela trop lugubre. Je n'aurai sûrement pas pris ça.*

gp3 - «La perspective de l'avenue Gabriel Péri»

Et puis au loin, en fond de perspective, on voit Gabriel Péri, euh...L'ambiance «jaune» avec les phares des voitures dans les deux sens, blancs et rouges qui sont très marqués. Les mâts d'éclairages accentuent la perspective

• Présentation de la photo à gp4 : *Ah non ça, c'est moi qui l'ai prise ! Non ? Ah bon...C'est pas moi qui l'ai prise celle ci...Non, Ah d'accord, Sur celle- ci, je vois la voiture, Oui j'était au même endroit*
Ah ouais d'accord, c'est l'entrée du...après le pont, le pont, le pont d'Avignon, non je rigole …toute suite après l'échangeur la partie après la rocade dans le sens Gières-Grenoble.

• Présentation de la photo à gp6 :
Une fois que tu as passé le pont, Ah d'accord avant l'avenue…
Moi je trouve bien parce que l'on sent ce que je disais un peu partout : que la lumière est jaune et que ça me plait, je sais pas bien expliquer pourquoi, mais ça me plait, on sent bien que la lumière ici est jaune, donc c'est agréable, même si elle n'est pas...Je pense peut-être un peu faible...Mais on sent le jaune, mais même pour moi-même, le panneaux, il est éclairé, il est rouge il attire l'attention...Mais moi j'ai regardé d'abord la lumière jaune. Donc c'est une chose qui me plait.

gp4 - sans titre

gp5 - «Dans quelle ville êtes-vous?»

Ben, je pense que ça serait intéressant d'avoir une image de...Quand on descend du pont là, donc la perception que l'on a de cette...Parce que c'est une avenue pratiquement rectiligne. Donc euh, et je pense qui donne très rapidement en fait... qui cible très rapidement, dans quel lieu on entre. On n'est pas trompé.

• Présentation de la photo à gp5 : *J'imaginais une photo «de plus loin»...En fait une photo partant du noir pour…*
• Présentation de la photo à gp7 :
Alors l'autoroute ? C'est Gières là ? C'est où ça ?
Ben on vient de quitter Gières,
Ben ça se sent, parce qu'il n'y a pas trop d'éclairages. On a l'impression que l'éclairage des voitures est plus puissant que celui de l'éclairage public et des lampadaires; mais qu'on rentre tout de suite dans une zone commerciale avec le panneaux publicitaire, qu'on voit bien devant.

gp4 - sans titre (arrivée à Grenoble)

• Présentation de la photo à gp6 : *A ben I c'est marrant on a l'impression que les lampadaires publics ont la même couleur que les voitures...Donc c'est un peu troublant en fait, on confond les deux. Après il y a deux traces rouges qui ressortent en fait de la photo...Donc je me dis là, il y a des magasins mais c'est tout...Mais surtout les voitures*

• Présentation de la photo à gp7 :*Ben là, y a un peu de tout qui se mélange, c'est Géant ça, ouais c'est les trucs que j'avais vu, les cylindres de Géant, si je ne me trompe pas, avec le feu rouge devant au premier plan…*

gp4 - sans titre (L'avenue - avant le Géant Casino sur le chemin du retour)

• Présentation de la photo à gp6 :

«Je trouve que l'on voit bien «la ville pour les voitures»...On ne voit que le feu et l'éclairage urbain, mais «que» pour les voitures, pour illuminer la voie. On ne voit pas les piétons, les trottoirs, donc on voit la ville «pour les voitures». C'est une photo qui montre bien qu'ici sur ce point là, (même si on voit les panneaux des commerces derrière pas trop nets) Mais quand même ! On voit que l'éclairage est pensée «pour la voiture» ! »

gp5 - «Dans quelle ville êtes-vous?» (pour l'ensemble)

Description des photos à prendre :

« ... Ouais peut être l'histoire de Lapeyre, je trouve que c'est pas mal comme site, un peu gênant.

Un éclairage c'est symptomatique de beaucoup de ces projecteurs que l'on retrouve pour...qui éclairent les façade et qui euh., qui sont souvent mal réglés ou pas adaptés. Ce qui intéresse les gens c'est que ça crache, c'est d'être plus fort que le voisin…donc voilà, celui là, il mériterait bien d'être modifié, quitte à revoir les niveaux d'éclairements.

Et puis peut être pour terminer cet, justement en opposant, l'entrée qui est vraiment euh je dirais entre guillemets très lisible, très compréhensible. Autant la sortie de Gabriel Péri avec la forche pour aller soit sur l'échangeur qui mène à Meylan soit en rentrant sur Grenoble. Permettrait de bien voir là rupture dans l'éclairage urbain, le contraste qui est assez fort pas la teinte par l'ensemble.
La patte d'oie un espèce de d'éclairage public je dirais entre guillemet Défaillant quoi.

Ouais, on sent que c'est un lieu qui est à mon avis, autant l'avenue Gabriel Péri a priori, elle a du être retraité au niveau de l'éclairage public, y pas très longtemps autant cette partie là on sens elle est vraiment beaucoup plus ancienne vu là typologie des lampes, distance et compagnie, mais je pense que c'est lié au faite que ce, depuis très longtemps on sais que sur ce nœud routier y a des travaux enfin y a des projets en cours là ça va être le cas avec le tram donc à mon avis c'est un peu logique que cet espace soit aujourd'hui un peu, pas à la hauteur du reste.»

gp7 - «Contraste éclairage public/spots commerciaux»

«Et puis à peut être le contraste, une photo générale montrant le contraste entre les lampadaires de la ville et les spots qui crachent des magasins.»

gp3 - «L'ambiance verte»

Et une enseigne, finalement peut être, le « Feu vert » au retour, puisqu'à l'aller je ne l'ai pas du tout vu. Le bâtiment fait un L ; Il est éclairé avec des néons verts qui euh...C'est pas seulement une enseigne, mais ça irradie en fait, cette lumière verte, sur le parkinG.

• Présentation de la photo à gp4 :

Ah ouais c'est pas mal, ah je trouve qu'effectivement, on voit bien ah ouais ouais c'est sympa. Ah ouais..J'y ai pas pensé tiens ! Mais pareil, pourquoi je n'ai pris qu'une couleur ? .

Ouais c'est le, la lumière verte un peu...C'est bien . Je trouve ça bien je trouve que c'est une lumière qui rentre dans le cadre de l'avenue. On voit que c'est un vert qui va «rentrer» avec le jaune de l'avenue, le jaune un peu de la voie là . Non, je trouve que c'est une bonne photo : on voit une autre couleur, une autre lumière intéressante aussi.

• Présentation de la photo à gp5 :

Assez basic, mais pourquoi pas ! Mais comme quoi ça fonctionne. Mais ça montre bien qu'ils ont réussi leur coup, Feu Vert...Cette espèce d'association de...Pourquoi pas ?

gp7 - «La discothèque Feu Vert!»

Le feu vert, il m'a marqué celui là, la grande barre fluo vert»

• Présentation de la photo à gp7 :

Ouais, «discothèque Feu Vert»…non mais ça «pète» bien, ça fait bizarre,

gp1- «Toutes ces années qui en fait ne sont pas si sombres»

Comme autre enseigne ?…l'enseigne du Domaine universitaire éteinte…mais par contre l'enseigne du Domaine universitaire, là il faut connaître ! Moi, j'ai travaillé là pendant des années. J'ai étudié là, donc je sais là, qu'il y a l'entrée du Domaine universitaire. Mais je ne serais pas du quartier, non là, je ne pourrais pas savoir.

• Présentation de la photo à gp2 : *« Domaine universitaire » bien ouais, on en a parlé tout à l'heure, ce serait bien, mais avec de l'éclairage en plus, ce serait mieux. Prendre un truc de nuit qu'on ne voit pas, ouais, c'est un peu dommage.*

• Présentation de la photo à gp6 : *C'est un ballon*

C'est pour faire la publicité de l'université, mais le soir on ne voit presque rien... Cest déjà difficile de lire, parce que les polices qu'il ont choisie, je ne les trouve pas visibles déjà...En plus il n'est pas éclairé ; la lumière de la ville est faible, à ce point là...Il y a en plus des arbres... L'idée c'est de montrer quelque chose, de faire la publicité, mais à la fin ça sert à rien.
Ce n'est même pas pour faire de la publicité ; c'est pour montrer l'entrée du Domaine universitaire

Oui c'est l'entrée ici, mais on ne voit pas ; on passe, non non non !
Et peut être même s' ils font le» carnaval», avec le rouge et le bleu, l'éclairage bien fort les néons c'est...Mais comme ça on n'y voit rien...Ils ont choisi de faire une chose discrète mais ça…

• Présentation de la photo à gp7 :

Oui Domaine universitaire, c'est marrant, parce que «oui», je l'ai quand même remarqué, parce qu'il ressort sur la butte...En fait, y a un contraste de la pierre blanche sur la butte en pelouse...Mais c'est vrai que ça demanderait à être éclairé quoi, ce truc là, je trouve….

gp2 - «On a retrouvé la clinique Belledonne»

Qu'est ce que j'ai bien aimé, j'allais dire, la clinique Belledonne. Cest plus parce que je l'ai découverte, donc ça me fait rire ! Mais c'est vrai que l'expérience m'a permis de découvrir la clinique Belledonne...J'en ai entendu parler plein de fois…
Oh ! ben c'est là, la « Clinique Belledone » ! Et bien ils ont bien fait de le marquer, parce que je suis passé là, des centaines de fois. Je savais qu'il y avait une clinique dans le coin, mais je ne l'avais jamais vue. Ben, je le saurai qu'il y a une clinique ici. Ah c'est excellent ça ! Alors ça, c'est, tient ! je sais où est la « Clinique Belledonne !.

• Présentation de la photo à gp2 : *L'enseigne de la clinique Belledonne ? Oui ça, même chose, c'est quelque chose que j'ai vu mais que je n'ai pas pensé à décrire. Mais là peut être plus parce que j'e n'avais pas le temps, parce que j'ai décrit autre chose.*

• Présentation de la photo à gp5 :*Je trouve que c'est intéressant d'avoir une perception de gens qui ne sont pas forcement des...qui ne sont pas là depuis très longtemps, ou qui connaissent peu le site. C'est vrai que quand on est habitant et qu'on connaît ce site par cœur, on se pose moins de problèmes ; on a un regard qui est différent, quoi, c'est sûr .*

gp1 - «Le rouge et le vert (miam miam)»

«Pour illustrer mon discours, le carrefour avec l'enseigne Casino
Mais si, on peut avoir l'avenue, ce côté longue avenue...Cette artère, c'est une artère…qui...
Et surtout ce qui tape à l'œil, c'est le « Géant Casino» à gauche, que ce soit dans ce sens là, ou dans l'autre. C'est vraiment...C'est dégagé, c'est moi, j'aime bien ces couleurs, surtout le vert (vert –bleu)...Et bon euh, c'est écrit « Géant » donc c'est un lieu où l'on va faire ses courses, on va manger...Donc c'est un centre commercial très très...Au sens large du terme. Et puis y a la forme, y a aussi...Là tu vois « Géant Casino »...C'est énorme, c'est tellement grand, ...Mis à part là. Là, je ne parle pas des couleurs, je parle plutôt maintenant de la forme.»

gp3 - « Le tableau Géant Casino»

« Géant » euh, qui a une énorme enseigne ; mais qui en même temps, n'est pas pas très...Elle n'est pas éblouissante en tout cas, et le parking a la même ambiance lumineuse que l'avenue elle-même.

• Présentation de la photo à gp2 : *« Géant Saint-Martin » ? Ben oui, on en a parlé tout à l'heure...On le voit vraiment trop, quoi. On le voit vraiment très bien effectivement. On aurait pu la prendre, euh, je ne l'ai pas pris parce que j'ai hésité à le prendre pour se donner rendez-vous. Comme le parking était trop grand, euh...C'était pas la peine effectivement...C'est quand même le truc à retenir peut-être de l'avenue.*

• Présentation de la photo à gp4 : *Ouai Ouai, O.K.C'est pour moi. Non c'est vrai qu'après, tu as des enseignes bien précises, Ouai où il y a trois, quatre grands magasins sur l'avenue GP qui ont leurs particularités bien précises, sur les couleurs du logo, de Géant, de Feu Vert...Il y a Speedy effectivement. On revient un peu tout le temps sur les mêmes couleurs ! Il y a du vert très vif, y a du rouge, y a du bleu très vif aussi, pour Speedy par exemple ;Speddy on a du bleu vraiment…Ben, pour Gémo, c'est pareil, Gémo c'est un peu plus clair, quoi...c'est moins du du...Mais je trouve qu'il y a un bon raccord de tout les...C'est un peu comme (un puz), un peu comme on fait un (puz), un tableau quoi, je veux dire...C'est une couleur qui s'assimile bien avec...C'est un peu des couleurs primaires quoi, qui se différencient...Qui bon, quand on les a bien mélangées, ça peut faire un chouette rendu, d'accord ?.*

gp6 - «La présence du rouge partout»

• Présentation de la photo à gp7 : *Oui, ben euh, Géant : grosse enseigne en rouge ça se voit tout de suite.*

gp2 - «Vous aurez toujours un oeil sur Ford»

« Ça fait un peu commercial. Parce que je trouve que, qu'en fait, on voit très bien le magasin. On a l'impression que c'est les luminaires intérieurs en fait, qui éclairent les voitures...Mais c'est surtout les deux spots extérieurs qui...qu'on ne voit pas, qu'on ne découvre que quand on les a dans le dos, qui permettent de tout voir.
Miracle ! un peu de verdure, c'est quoi qui éclaire ? Ah ben, en fait, d'accord O.K...Alors ce que je n'avais pas vu, c'est qu'il y a deux énormes spots blancs qui éclairent « Ford » (ils sont devant), qui éclairent le « Ford » en fait...C'est grâce à ces deux lumières (je ne vais pas les prendre en photo : on n'y verra rien) deux gros luminaires blancs, qu'on n'avait pas vu, et ça je trouve cela assez nickel.

Alors c'est «tip top», parce que là, tu as des trucs blancs, des spots super blancs, qui éclairent complètement « Ford » mais on ne les voit pas...On ne les voit pas en fait ; on ne les voit pas de la rue, ils ne t'emmerde pas ; ils ne viennent pas t'aveugler, contrairement à un autre qu 'il y avait de l'autre côté de la rue, tout à l'heure. Ben là, tu les vois, ils se reflètent dans l'ombre, enfin juste derrière l'arbre, et ils éclairent «super bien» le magasin, parce que quand j'étais au milieu du, euh, truc d'herbe, de l'espace vert, je voyais que ça éclairait blanc...Ce n'était vraiment pas du luminaire de la ville quoi, par contre, en se retournant, ça flash les yeux. Par contre, c'est trop bien étudié leur truc, parce que, c'est ça qui permet de voir le magasin. Je pense que s'ils n'y étaient pas, il ferait vachement plus sombre.»
«Peut être « Ford », « le Ford » ouai, parce que c'est le seul endroit où je ne serai pas devant un mur tout gris, en fait.
Autant effectivement, le magasin de moquettes...(éclairer des moquettes de nuit ! il faut vraiment faire exprès pour les voir !) Quand c'est des voitures...Ouai, là y a un magasin...ça doit être « Ford », donc c'est des voitures...Effectivement même en passant vite, tu vois qu'il y a des voitures à l'intérieur, tu vois un peu la forme. Alors que des moquettes ! Enfin, c'est un peu ridicule d'éclairer à l'intérieur du magasin ! »
«Par contre « Ford » ils auraint pu effectivement éclairer leur logo en haut. Au moins, on verrait que c'est « Ford », parce que là on est obligé de tirer un peu sur les yeux.
Donc, on passe devant, on est attiré par les voitures,que par, que par...On ne sait pas trop ce que c'est en fait...On ne voit pas trop que c'est « Ford » même si on reconnaît la « k »…»

• Présentation de la photo à gp2 : *La vitrine du « garage Ford », c'est quelque chose que je n'ai pas du tout perçu. « Ford » on sait que c'est « Ford », et en même temps, si on ne cherche pas un...Si on ne se rend pas a un lieu, si on n'est pas entrain de chercher son chemin, on fait peut être euh…ça fait vraiment parti du paysage, quoi.*

• Présentation de la photo à gp 4 : *C'est le garage Ford...Ouai, ben je ne sais pas pourquoi mais, ouai c'est une vitrine quoi, ouai ça fait...Ouai c'est le garage Ford, non ?*
La personne trouvait que c'était une lumière commerciale intéressante ?
Ah oui? effectivement, d'accord . Euh moi je trouve que ça fait très vitrine quoi ; ça fait intérieur de magasin quoi ; c'est plutôt, c'est...ça ne rentre pas, c'est une lumière qui va s'ajouter à la lumière de l'avenue Gabriel Péri...Mais, c'est vrai, que c'est une lumière blanche, quoi...C'est moins, c'est pareil...Qui tape à l'œil, je veux dire, et qui fait reflet.
La sur la photo, mais sur le parcours, tu ne m'en a pas forcement parlé.
Non, j'en ai pas parlé, parce que effectivement, euh, moi j'ai plutôt parlé, enfin, de l'aspect «en général» de l'avenue...Enfin un peu de toutes les couleurs, toutes les lumières de l'avenue Gabriel Péri. Jai pas pris...Je ne pensais pas qu'on pouvait prendre essentiellement une couleur bien précise d'un magasin…

• Présentation de la photo à gp 5 : *C'est Audy, ça, non ? Non c'est quoi ? C'est le Garage Ford, en fait la personne….le logo pas éclairé...*

• Présentation de la photo à gp 6: *Ouai, on voit les voitures. Moi je trouve très froide «l'ambiance vitrine»...Pour moi ça ne marche pas comme ça pour vendre quelque chose...Je ne sais pas pourquoi, mais «l'effet vitrine», que les magasins font pour moi, ça tombe à l'inverse. Moi, j'ai pas envie de rentrer pour regarder une voiture quand il y a les lumières fluorescentes (oui) Comme ça c'est trop éclairé; la lumière est froide en plus, donc moi je ne trouve pas confortable d'aller choisir une voiture ici.*
Je reste sur l'avenue où il y a les lumières plus…Tu l'avais vu le magasin ? Non…

• Présentation de la photo à gp 7: *Ah, c'est quoi le magasin ?...ça je l'avais remarqué, euh...Ben là c'est un des magasins qui était éclairé par l'intérieur et, euh...Donc qui est bien éclairé à l'intérieur...Donc ça se voit bien, ça fait bien clean, en fait, avec des grandes vitres...Et pour moi je le mettrais en contraste avec l'autre magasin qui était éclairé seulement avec des spots, lui.*
Lapeyre
Ouai, Lapeyre, en fait, pour moi, c'est le même degré d'éclairage, bien puissant, bien blanc. Sauf qu'il y en a un, c'est à l'intérieur et l'autre, c'est à l'extérieur...Et on voit le magasin en entier !

▶ Annexe 8
Les qualificatifs de la lumière commerciale

Centre ancien	1	2	3
ca1	Différentes	Mises en valeur	Gâcher
ca2	Chargées	Illisibles	Faibles
ca3	Extrême à l'autre	Il y a des créneaux (temps)	blanches, Jaunes (rouges)
ca4	Un peu répétitives	Pas accrochantes	Pas super imaginatives
ca5	Attirantes	Trompeuses	Rouges/ vertes
ca6	Lumineuses/ Flamboyantes	ça ressort	c'est beau
ca7	Dures	(blanches)	Primaire
ca8	Souvent fortes (flagrante)	Blanches	Très précises
ca9	Agressives	Réconfortantes	Attirantes
ca11	Colorées	Parfois abusées	Pas originales
ca12	Vives (colorée)	petites (fonction espacement espace restreint)	Intérieures pour certaines (intensité)

Gabriel Péri	1	2	3
gp1	Douces (forme, typo…)	Présentes	Participantes (éclairage du quartier)
gp2	Indépendantes (pas toutes éclairées)	Indépendantes par la méthode	Tristes
gp3	Contrastées (blanc/ couleurs) (dans les deux cas très lumineux)	Discontinues	Perpendiculaires/ parallèles
gp4	Assez soft	Non personnalisées	Flaschantes
gp6	Attirantes	Trop colorées	Denses
gp7	Puissantes	Energiques (ça se rejoint mais ça "pète" bien)	Couleurs très dynamiques