

# Voyage au bout de la nuit

Recherche sur la vie nocturne genevoise

Marie-Avril Berthet

Eva Nada

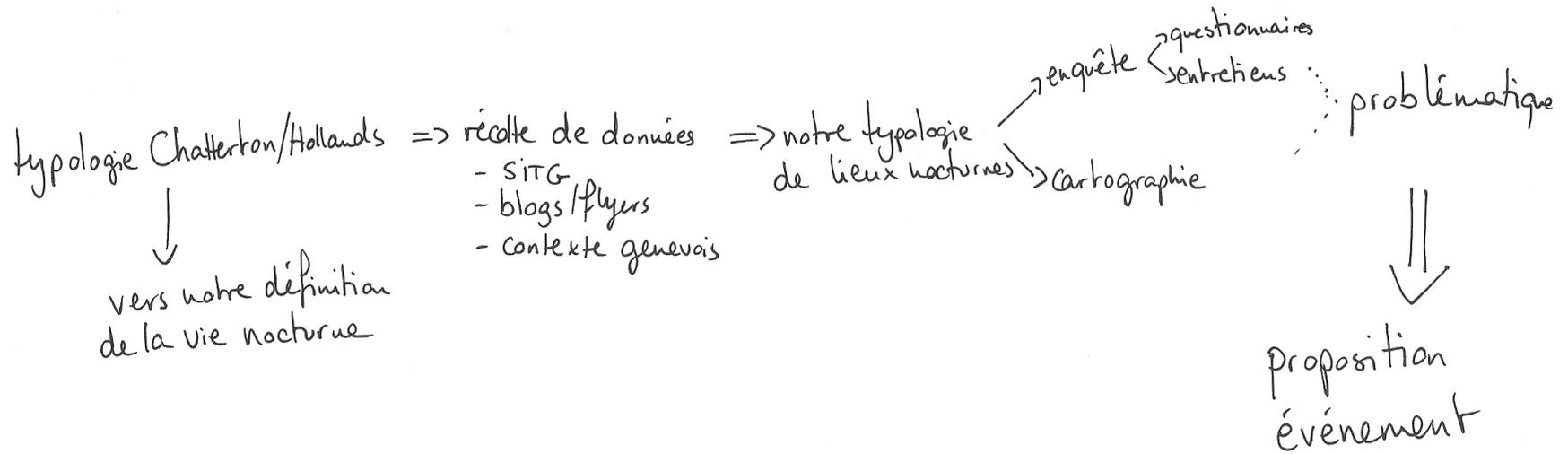
David Simonnin et Rafaël Schütz:

Membres de l'Association pour la Reconversion des Vernets

Ville de Genève

19 octobre 2010 – Conférence de Presse

juin ————— juillet ————— août ————— septembre



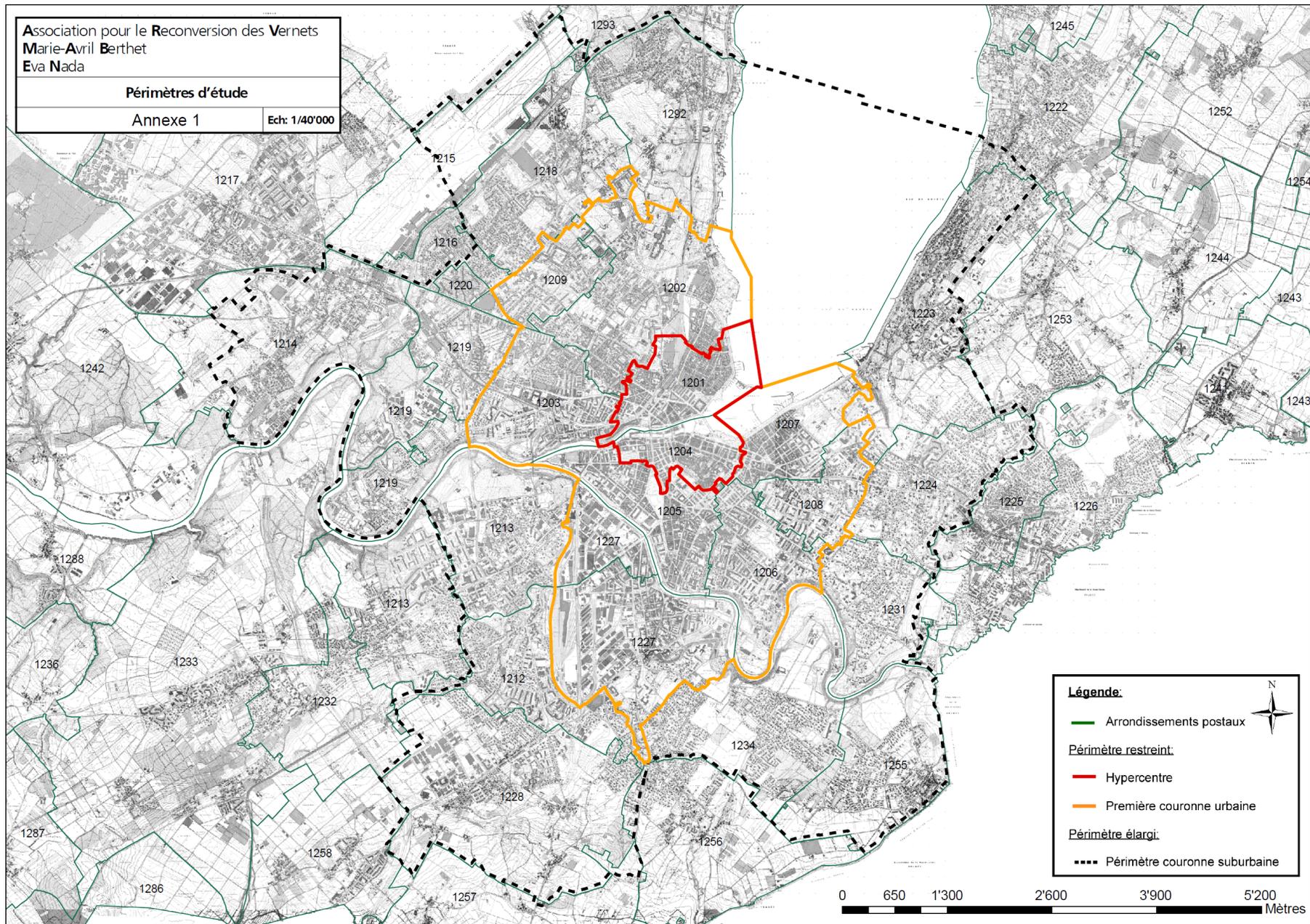
## Enquête pionnière à Genève

Association pour le Reconversion des Vernets  
Marie-Avril Berthet  
Eva Nada

**Périmètres d'étude**

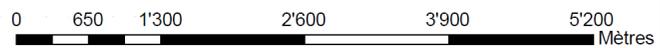
Annexe 1

Ech: 1/40'000



**Légende:**

- Arrondissements postaux
- Périmètre restreint:**
  - Hypercentre
  - Première couronne urbaine
- Périmètre élargi:**
  - Périmètre couronne suburbaine



# Outils d'analyse: l'approche typologique

Chatterton et Hollands (2002),  
*Urban Nightscapes: youth cultures,  
 pleasure spaces and corporate power*

Table 1. Mapping out urban playscapes

Mode of analysis	Type of nightlife space		
	Mainstream	Residual	Alternative
Production	Corporate brand Profit-oriented Global/national	Community Need-oriented National/regional	Individual Experimental Local
Regulation	Entrepreneurial Formal (CCTV/bouncers, etc.)	Stigmatised Formal (police)	Cautious Informal (self-regulated)
Consumption	Profit-oriented Divided consumer-producer relations (brand/lifestyle) Sanitised/Up-market	Community-oriented Traditional consumer-producer relations (product) Down-market	Creative-oriented Interactive consumer-producer relations Alternative/resistant
Location	Dominant centre	Underdeveloped centre	Margins

Spécificité genevoise

- « Clause du besoin », LRDBH
- « Osites »
- « Situations financière et immobilière »
- « Saisonnalité »

+

+

Données disponible sur les lieux nocturnes

- Base de données (SITG)
- Blogs et agenda

Notre typologie d'étude

Type/ dimension	« Bars mainstream »	« Bars Résiduels »	« Lieux Alternatifs »	« Night-clubs »	« Parcs »	« Cabarets »	« Événements officiels »
<b>Publicité</b>	Grand public, diffusée partout	Pas de publicité particulière	Dépend du type de l'événement et du lieu	Publicité ciblée	Pas de publicité	Publicité ciblée	Grand public diffusé partout
<b>Attractivité</b>	Décoration, programmation musicale, produits de consommations spécifiques adressées à des publics/modes de vie ciblés	Sans plus valeur particulière	Programmation musicale spécialisée avec valeur culturelle ajoutée	Programmation musicale, piste de danse, décoration spécifique et produits de consommations adressés à des publics ciblés/modes de vie ciblés	Plein air, espace	Propose des services à caractère sexuel, décoration particulière	Valorisation de la culture (événements organisés par la Ville), événements grand public éphémère et souvent saisonniers
<b>Public</b>	Tout public	Habités, clients du quartier, jeunes (16ans)	Tout public	Tout public	Tout public	S'adresse à un public particulier, souvent masculin	Tout public
<b>Prix/ Consommation</b>	Bon marché à très cher	Bon marché	Bon marché	Cher à très cher	Pas de consommation	Cher à très cher	Bon marché à très cher
<b>Heures d'ouverture</b>	Jusqu'à 02h00	Jusqu'à 02h00	Selon la forme de l'événement et le lieu	Jusqu'à 05h00	Variable	Jusqu'à 05h00	Entre 23h00 et 01h00, selon autorisation
<b>Forme</b>	Bars, Lounge, bars à thèmes, etc.	Bars de quartier	Bars, événements spécifiques et éphémères	Night-clubs, boîtes de nuit	Parcs	Cabarets	Événements ponctuels et événements officiels (Fêtes de Genève, concerts en été...)
<b>Législation</b>	Loi LRDBH (art.17, art.18, art. 62-64)	Loi LRDBH (art.17, art.18, art. 62-64)	Selon la forme de l'événement et le lieu	Loi LRDBH (art.17, art.18, art. 62-64)	Code civil, code pénal	Loi LRDBH (art.17, art.18, art. 62-64)	Loi LSD (art. 20)
<b>Sécurité</b>	Portiers, videurs	Pas spécifique	Videurs	Videurs	Travailleurs sociaux hors murs, Sécurité privée, Police	Portier	Sécurité privée, police

# Cartographie des lieux nocturnes

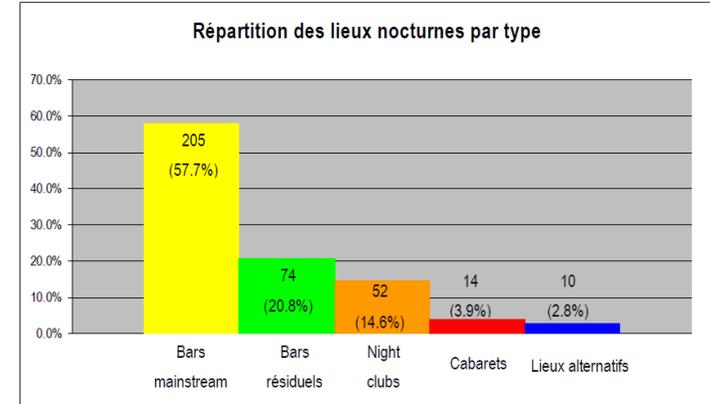
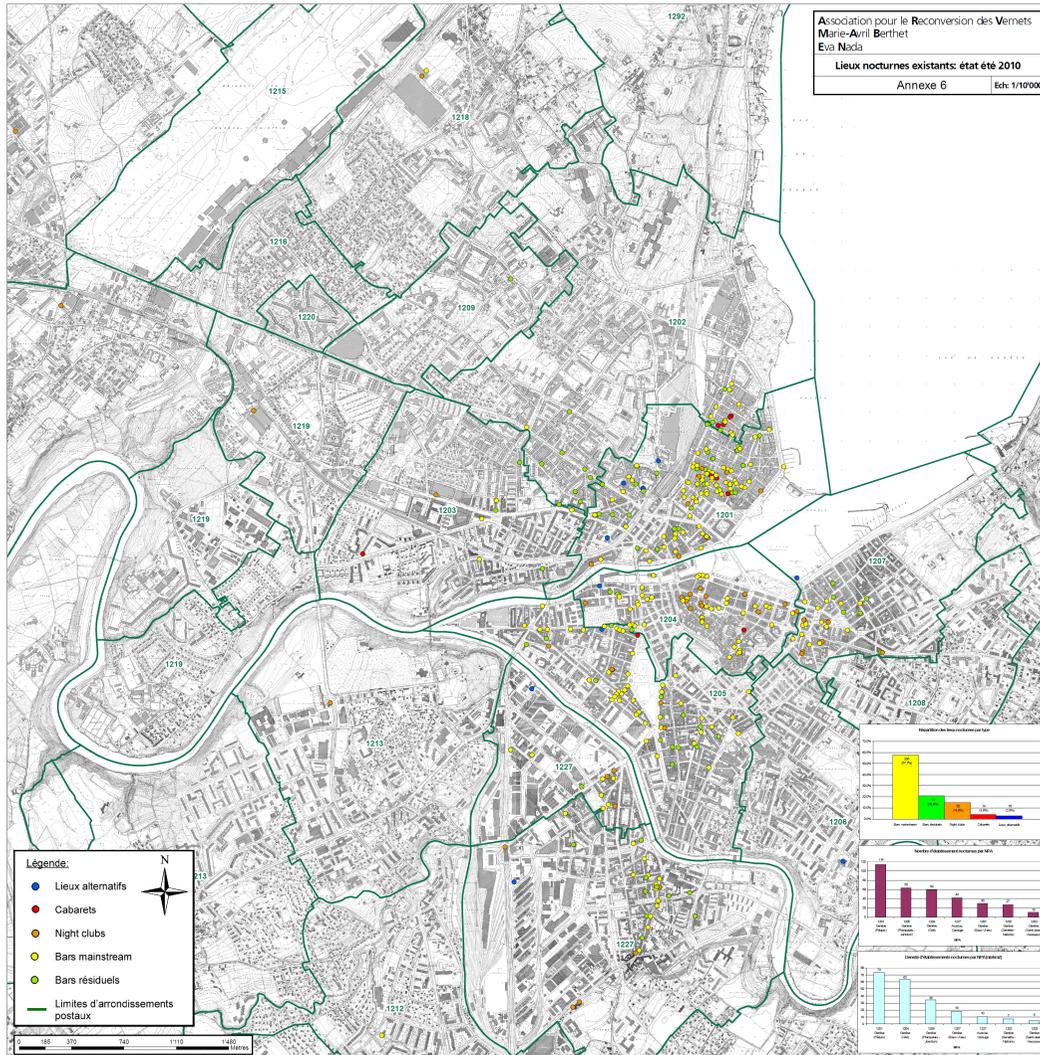


Figure 4: Répartition des lieux nocturnes par type

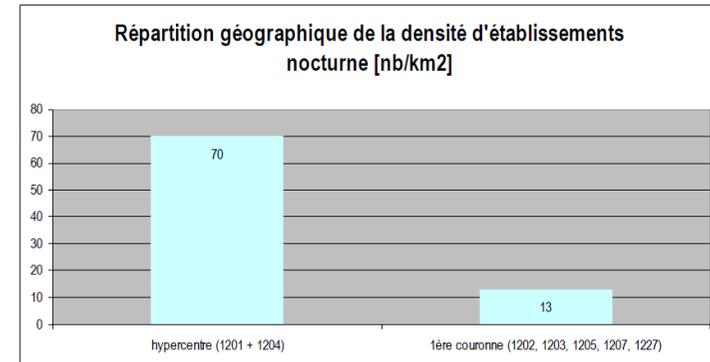


Figure 8: Répartition géographique de la densité d'établissements nocturnes

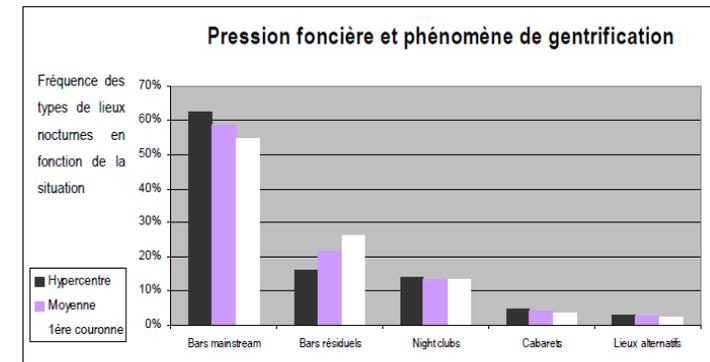


Figure 9: Pression foncière et phénomène de gentrification à Genève



# Comportement des noctambules

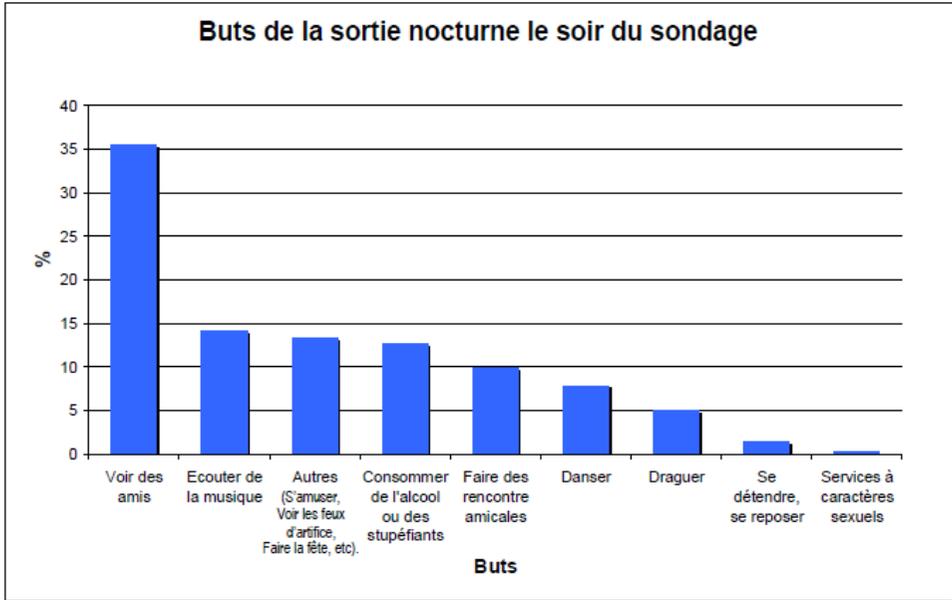


Figure 20: Graphique des buts de sortie le soir du sondage

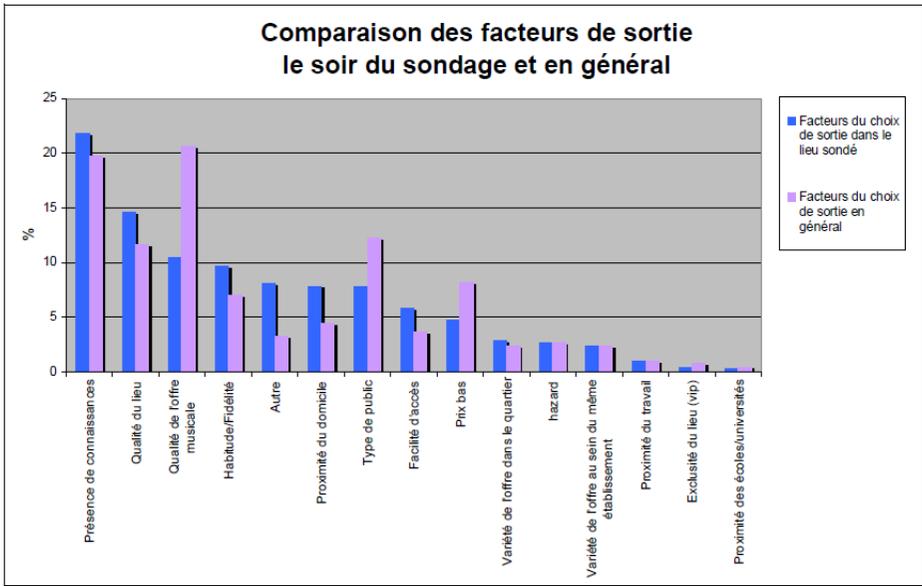


Figure 23: Graphique comparant les facteurs de sortie dans le lieu sondé et les facteurs motivant généralement les choix de sortie

# Satisfaction des noctambules

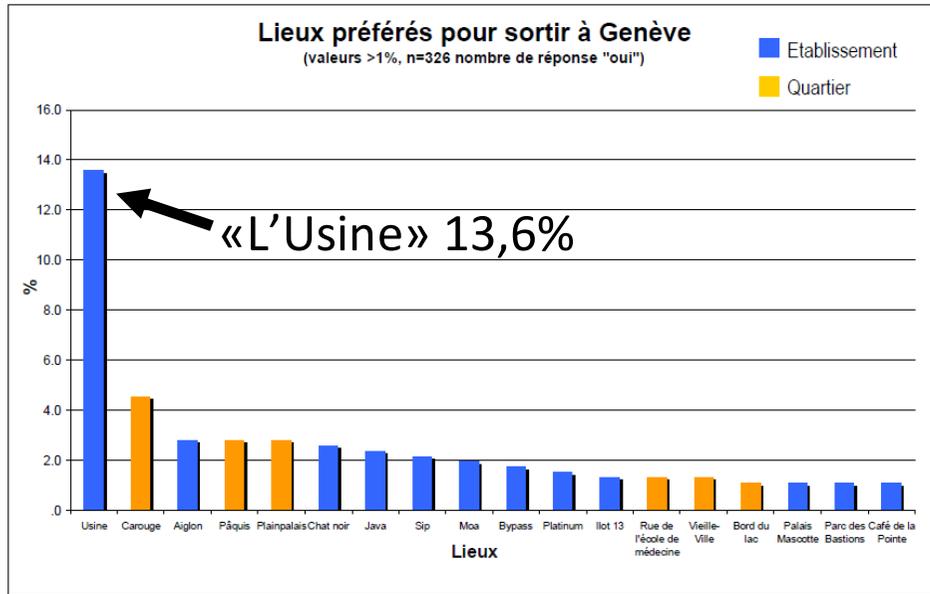


Figure 31: Graphique des lieux de sortie préférés à Genève des noctambules

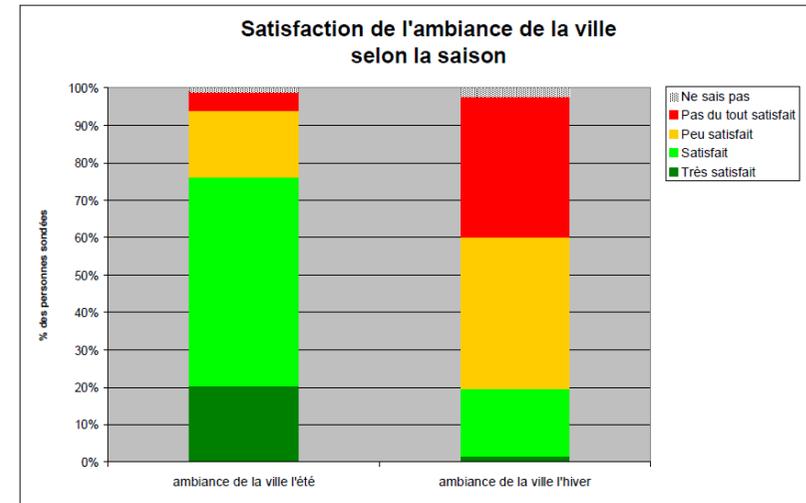


Figure 39: Graphique de la satisfaction de l'ambiance de la ville en été et en hiver

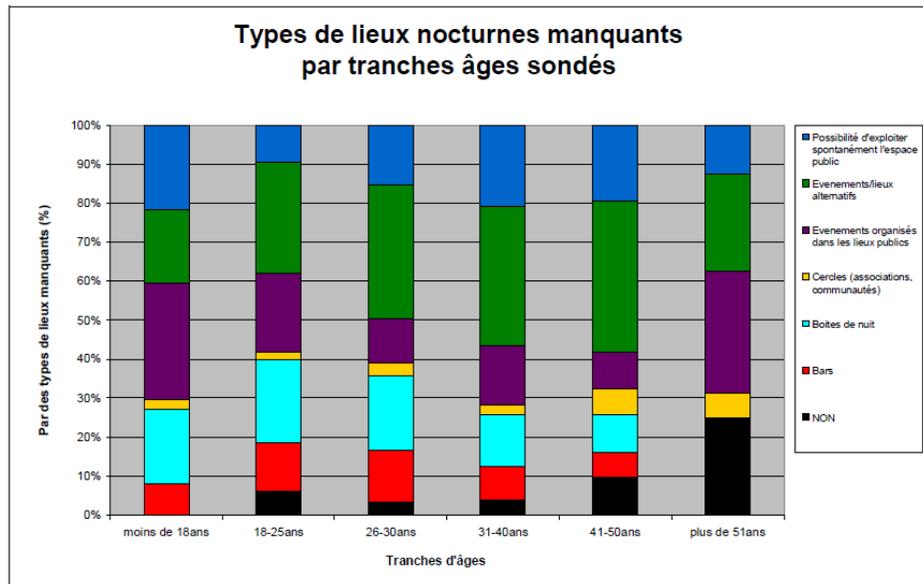


Figure 34: Graphique des types de lieux manquants selon les noctambules sondés par tranches d'âges

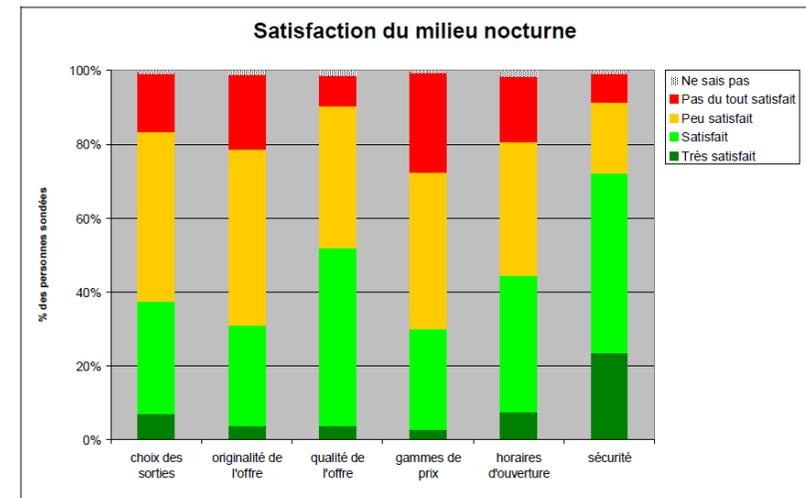


Figure 37: Graphique de la satisfaction du milieu nocturne

# Enquête qualitative

## Entretiens semi-directifs

---

# 10

Producteurs  
de la nuit

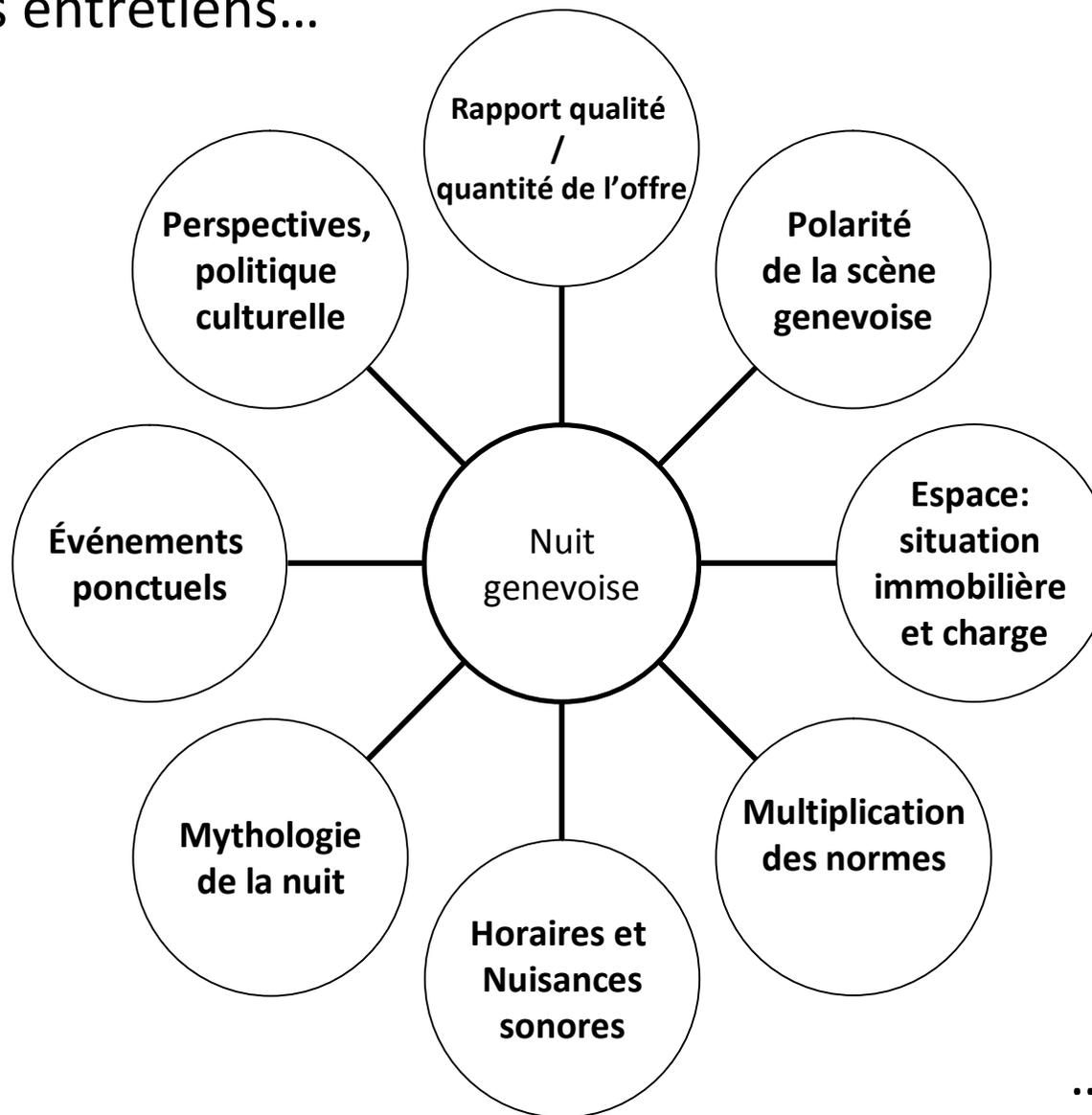
# 3

Régulateurs  
de la nuit

Nom	Prénom	Etablissement/Organisation	Fonction
Aparicio	Angel	Bypass	Directeur Gérant de Night-club
Jeanmaire	Philippe	Moa club	Directeur Gérant de Night-club
Dorsaz/Soudan/Joye	Emma/Jérôme/André	Festival Electron	Coordinateurs de l'Association Headfund Organisateur d'événements officiels
Solenthaler	Mathias	Motel Campo	Co-directeur Gérant de Lieux alternatifs
Schlechten	Albane	Usine	Permanente Gérant de Lieux alternatifs
Le Blévennec	Roland	Chat noir	Direction et programmation Gérant de Night-club
Bolay	Alain	Moulin Rouge	Directeur Gérant de Cabaret
Bertossa	Sébastien	Le Scandale	Directeur Gérant de Bar mainstream
Schlemmer	Jean-François	Palais Mascotte	Directeur Gérant de Cabaret
Crowdpleaser		Lieux alternatifs	Dj et producteur de soirées

Nom	Prénom	Institution/Organisation	Fonction
Turker	Metin	Service du Commerce de la République et Canton de Genève	Directeur du service des autorisations a.i
Jacot	Dominique	Gendarmerie de Plainpalais	Ilotier
Hohl	Frédéric	Commission Judiciaire et Police du Grand-conseil	Président de commission

## Thématiques relevées lors des entretiens...



...envisagées comme  
axes de réflexion et politiques d'action

# Problématiques dégagées par le mandat

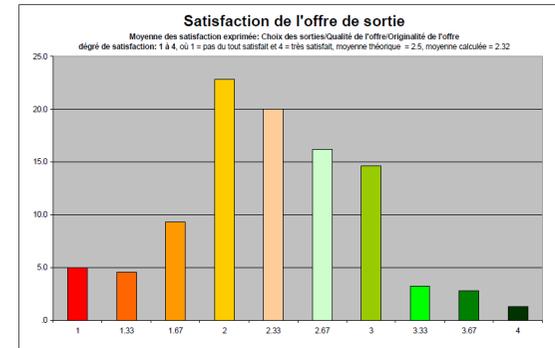
## Importance du divertissement nocturne

ET LE MOYEN DE FAIRE DES RENCONTRES VIVE  
COUPER LE DYNAMISME...LES JEUNES NE SAVEN  
moyen de contact. Pratiquer des loisirs entre amis Q  
QUE J'AI DES ENFANTS, C'EST SORTIR SANS LE  
RENCONTRES INATTENDUES L'AMUSEMENT QL

RIGOLER! C'est "tout"... Un moyen d'équilibrer la vie par  
un moment important de détente. UNE LIBERATION\* L  
MOITIE DE MA VIE\* SI L'USINE FERME OU SI LES BAIN  
D'OXYGENE UN MOYEN D'OUBLIER SE DISTRAIRE,  
NE SUFFIT PAS UN LOISIR C'EST TROP AXE ARGEN

e nécessaire à ma santé mentale. Il faut aussi des sorties avec des amis dans des lieux  
Le bonheur Le moment où l'on décompresse et où l'on renait! Un dévouement salutaire!  
amis Une manière de s'éloigner de la vie quotidienne et de décompresser Le moyen de se

## Satisfaction des noctambules



## Problématique de l'espace

- Charge
- Multiplication des normes
- Gentrification

Quantité vs. Qualité  
des lieux nocturnes

Merci de votre attention