



Initiation à
l'aménagement
2

M. Guérin

PRATIQUES NOCTURNES DES ETUDIANTS REMOIS : LES DISCOTHEQUES

Le cas du Vogue : une discothèque attractive et
réputée



Sarah
PEZIN

Dylan
POTTIER

Camille
PREVOST



L3 de
Géographie
2019/2020



UNIVERSITÉ
DE REIMS
CHAMPAGNE-ARDENNE



TABLE DES MATIERES

TABLE DES ILLUSTRATIONS	2
PREAMBULE	3
PARTIE 1 : INTRODUCTION	4
PROBLEMATIQUE ET PLAN	5
PARTIE 2 : LES DISCOTHEQUES ET LA PERTINENCE DU VOGUE	6
PARTIE 3 : LA COMPREHENSION DE L'ESPACE CONCU DU VOGUE	10
PARTIE 4 : LA COMPREHENSION DE L'ESPACE VECU DU VOGUE	16
PARTIE 5 : DISCUSSION CRITIQUE AUTOUR DU VOGUE ET CONCLUSION	19
SITOGRAPHIE/BIBLIOGRAPHIE	22
ANNEXES : REPONSES ET ANALYSE DU QUESTIONNAIRE SUR LES DISCOTHEQUES ET LE VOGUE	23





TABLE DES ILLUSTRATIONS

Figure 1 : Quartier de Reims.....	3
Figure 2 : Chèque taxi.....	4
Figure 3 : Localisation générale des boîtes de nuit à Reims.....	6
Figure 4 : Zoom sur les alentours directs du Vogue.....	8
Figure 5 : Plan Extérieur du Vogue et de ses alentours.....	8
Figure 6 : Flyers du Vogue.....	10
Figure 7 : Affiche officielle de la limite réglementaire de consommation d'alcool.....	11
Figure 8 : Tableau des différentes licences d'alcool et de leur droit de vente.....	12
Figure 9 : Affiche officielle sur la réglementation de la consommation de tabac.....	12
Figure 10 : Photo de l'intérieur du Vogue (vue depuis l'entrée).....	13
Figure 11 : Plan intérieur du Vogue.....	13
Figure 12 : Cartes des consommations du Vogue (jeudi et week-end).....	14
Figure 13 : Photo extérieure de l'entrée du Vogue.....	16
Figure 14 : Grille d'observation.....	17
Figure 15 : Publicité des différents transports transportant jusqu'au Vogue.....	20
Figure 16 : Affiche officielle du Noctambus.....	21
Figure 17 : Secteur graphique : "Vous rendez-vous souvent en discothèque ?".....	23
Figure 18 : Secteur graphique : "Vous êtes...".....	23
Figure 19 : Secteur graphique : "Votre niveau de formation...".....	24
Figure 20 : Secteur graphique : "Votre année de naissance ?".....	24
Figure 21 : Secteur graphique : "Vous êtes un homme ou une femme ?".....	24
Figure 22 : Barre graphique : "Est-il envisageable de faire une soirée festive sans alcool".....	25
Figure 23 : Barre graphique : "Votre consommation moyenne en discothèque".....	25
Figure 24 : Secteur graphique : "Quelle discothèque préférez-vous ?".....	26
Figure 25 : Histogramme : "A quelle fréquence vous rendez-vous dans les discothèques de Reims ?".....	26
Figure 26 : Histogramme : "Endroits les plus utilisés au sein du Vogue, lors de votre dernière soirée".....	27
Figure 27 : Histogramme : "Comment noteriez-vous l'ambiance au sein du Vogue".....	27
Figure 28 : Secteur graphique : "Combien dépensez-vous en moyenne (individuellement) au Vogue ?".....	28
Figure 29 : Histogramme : "Quelle note donneriez-vous à l'aménagement du Vogue ?".....	28
Figure 30 : Barre graphique : "Par quels moyens de locomotion repartez-vous le plus souvent ?".....	29
Figure 31 : Barre graphique : "Quels types d'alcool consommez-vous au Vogue ?".....	29
Figure 32 : Histogramme : "Pourcentage de femme et d'homme allant au Vogue".....	30
Figure 33 : Histogramme : "Pourcentage de personnes par quartier allant au Vogue".....	30
Figure 34 : Histogramme : "Pourcentage d'étudiant, de salarié ou d'étudiant/salarié allant au Vogue.....	31
Figure 35 : Histogramme : "Pourcentage d'appréciation des différentes discothèques pour les étudiants, salariés ou étudiants/salariés.....	31





PREAMBULE

Dans le cadre du cours « *Initiation à l'aménagement 2* » sous la direction de M. GUERIN, maître de conférences à l'université Reims Champagne-Ardenne et chercheur en sociologie urbaine, il nous est demandé de faire un dossier sur « **les pratiques nocturnes des étudiants rémois** ». Par groupe de trois, nous devons réaliser ce rapport en se concentrant sur un site en particulier, acteur de la vie nocturne à Reims. Notre groupe, composé de PEZIN Sarah, POTTIER Dylan ainsi que PREVOST Camille, s'est intéressé à un acteur de la nuit précis, à l'activité exclusivement réservé au monde de la nuit : les discothèques et notamment celles de Reims. Nous avons étoffé notre étude sur le cas de la discothèque du Vogue.

Située en plein centre-ville, cette discothèque a l'avantage de la situation, de la population étudiante séjournant à Reims fervente de ce type de discothèque et de son inscription dans la vie nocturne. Sa localisation idéale, lui permet d'attirer donc une large population et est un atout majeur comme le montre la carte des différents quartiers de Reims ci-dessous (**figure 1**)

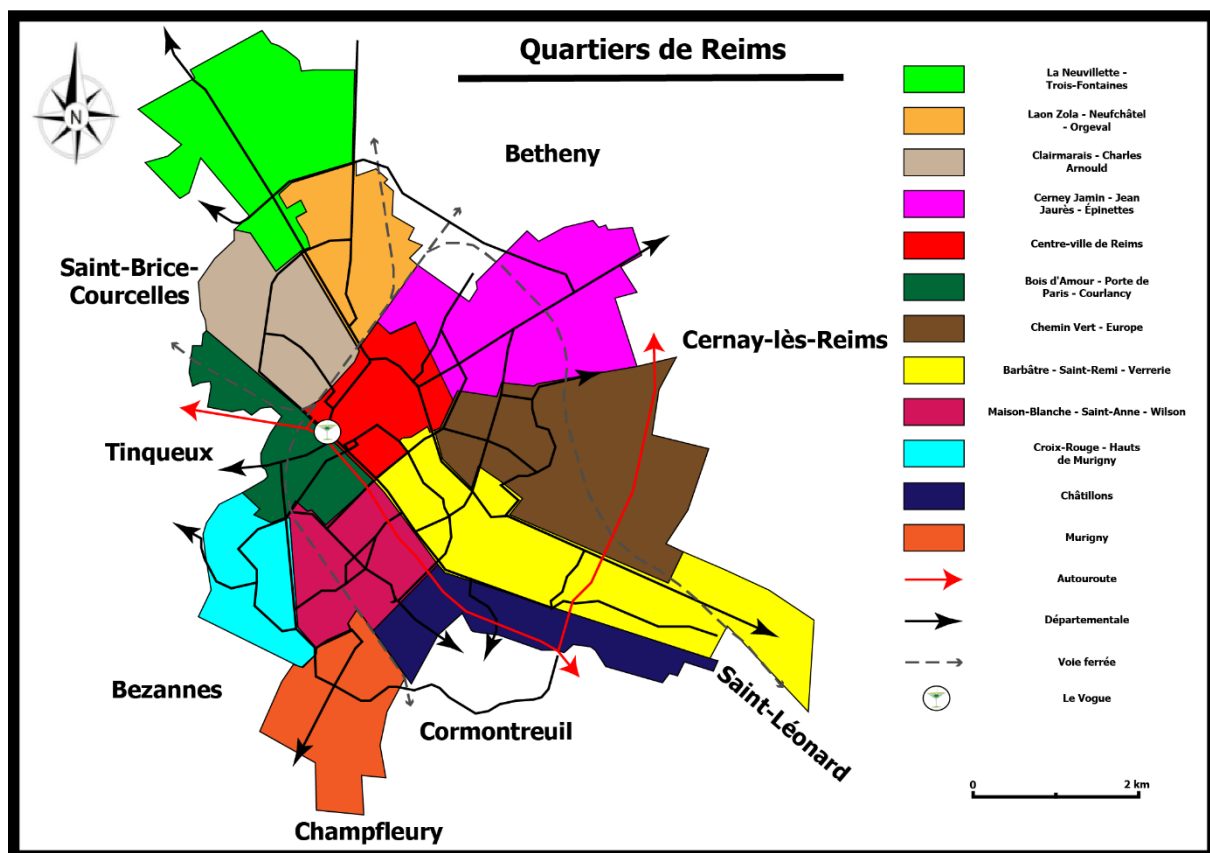


Figure 1 : Quartier de Reims





PARTIE 1 : INTRODUCTION



Figure 2 : Chèque taxi

« Le taxi est un bon moyen pour éviter aux jeunes des accidents en rentrant de discothèque. Ainsi, un « chèque taxi » spécifique a été mis en place par Metz et Reims [...]. Pour Dominique Bunel, conseiller municipal délégué à la vie étudiante et à la vie nocturne, « il faut se donner du temps pour apporter des arguments convaincants aux taxis. Dans le cas du chèque taxi, cette démarche valorise leur image, les renforce face à la concurrence possible d'autres taxis et leur donne un atout si les discothèques venaient à créer leur propre navette » ». L'extrait de ce journal montre un fait d'actualité pertinent quant aux transports vis-à-vis des discothèques, ici à Reims via le « chèque taxi ». Cependant, comme l'indique M. Bunel « Le chèque taxi n'est pas un permis à boire, pour éviter cela, ce dispositif doit s'insérer dans une politique globale de prévention » - **Le Courrier des maires et des élus locaux, 2013 (figure 2).**

Les discothèques sont un lieu de rencontre et de concentration pour les étudiants (ici de Reims), mais c'est aussi un lieu conflictuel faisant entrer de multiples acteurs dans ce monde de la nuit. Ce sont des espaces très importants de la nuit de par les consommations des étudiants mais aussi de la vie nocturne d'une ville. De ce fait, suite à notre zoom sur la discothèque du Vogue à Reims, nous savions que cette dernière est l'une des discothèques les plus au centre. De plus, d'après nos expériences personnelles, les étudiants que l'on côtoie vont dans celle-ci majoritairement. C'est donc une discothèque prisée des étudiants et des jeunes rémois.

Le thème des discothèques soulève de nombreuses problématiques et enjeux. Tout d'abord, les discothèques ont un objectif principal qui est d'ordre économique et social principalement. En effet, elles se doivent d'attirer un maximum de personnes afin d'augmenter le chiffre d'affaire de l'entreprise avec l'ensemble des consommations. C'est donc un enjeu financier. Un autre enjeu recensé est celui des conflits liés à ces dernières. En effet, les discothèques peuvent provoquer des nuisances sonores si la réglementation auditive n'est pas suivie. Cependant, ce n'est pas tout, d'autres conflits peuvent être présents au sein de ces dernières comme les conflits physiques ou morales (violences, harcèlement, insultes...). L'enjeu de cet espace est donc grand, liant énormément d'acteurs à différentes échelles. « Le soir, la ville manque d'animations, d'où une charte de la vie nocturne. La ville prépare une charte de la vie nocturne. Objectif : redynamiser le centre-ville » - **L'Union 2008**. Les discothèques entrent totalement dans cette optique et jouent un des enjeux principaux de ce dynamisme.





PROBLEMATIQUE ET PLAN

En quoi, les discothèques de Reims, et particulièrement le Vogue, sont-elles des actrices intégrantes des pratiques nocturnes des étudiants de la ville, conjuguant lieux de rencontre et lieux conflictuels ?

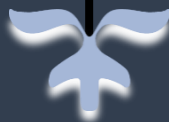
LES DISCOTHEQUES ET LA PERTINENCE DU VOGUE

LA COMPREHENSION DE L'ESPACE CONCU DU VOGUE

LA COMPREHENSION DE L'ESPACE VECU DU VOGUE

DISCUSSION CRITIQUE AUTOUR DU VOGUE ET CONCLUSION

ANNEXES : REPONSES ET ANALYSE DU QUESTIONNAIRE SUR LES DISCOTHEQUES ET LE VOGUE





PARTIE 2 : LES DISCOTHEQUES ET LA PERTINENCE DU VOGUE

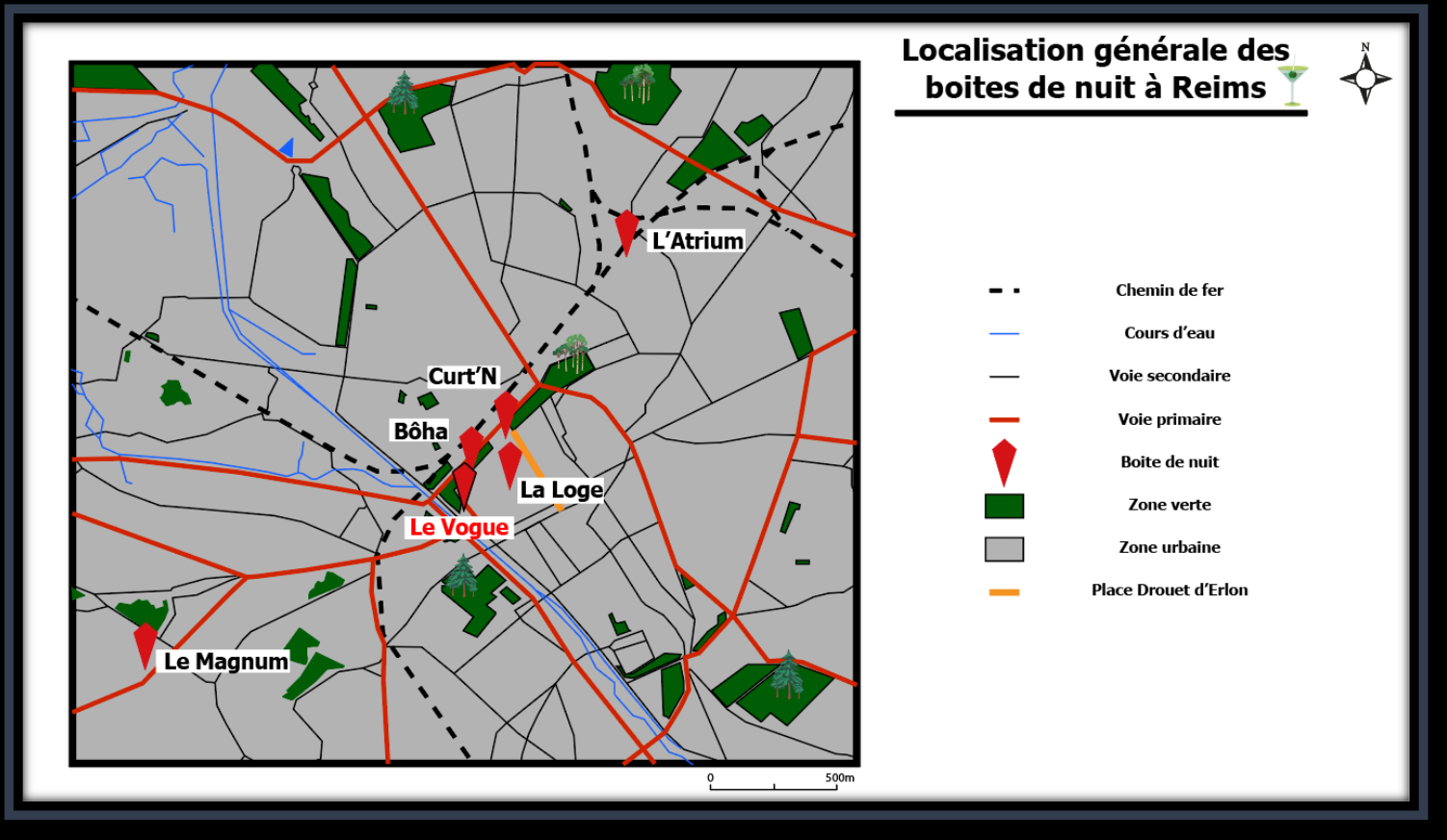


Figure 3 : Localisation générale des boîtes de nuit à Reims

Reims est une ville dont la vie nocturne est animée majoritairement par les étudiants. Ces derniers vont dans les bars, les rues mais aussi et surtout dans un lieu emblématique de la nuit, aux enjeux multiples : la discothèque. De ce fait, Reims compte six discothèques notables dans son enceinte. Deux excentrées : le Magnum tout d'abord dans l'agglomération de Tinquieux, ville appartenant au Grand Reims datant de 2017 se situant rue Nicolas Appert et l'Atrium, datant de 2012 se situant rue du Commerce. Cinq relativement proches du centre, le Curt'N et le Bôha, situées boulevard du Général Leclerc l'une datant de 2017 et l'autre de 2018, la Loge, située rue Buirette datant de 2015, et enfin le Vogue, discothèque qui nous intéresse essentiellement dans notre étude (figure 3).



L'ensemble de ces discothèques sont relativement proches de voies primaires et secondaires, les inscrivant toutes dans un réseau au sein de la ville. Ces discothèques attirent différents types de population et passent différents types de musique :

- **L'Atrium** : Cette discothèque concerne une clientèle âgée de 18 à 30 ans venant de tout milieu social. Concernant les musiques, ces dernières dépendent des soirées : pour les soirées US, les musiques passées sont du rap US, pour les soirées kitch cool, les musiques passées vont dater des années 90-2000, pour les soirées ADN, les musiques passées vont être du hard music enfin dans la salle zouk, les musiques passées vont davantage être du rap français ou encore de la hip-hop.



- **Le Magnum** : Cette discothèque concerne une clientèle âgée de 18 à 30 ans également, majoritairement des personnes issues de quartiers populaires de Reims (Croix-Rouge, Wilson, Europe). Les musiques passées vont être du rap US, du hip-hop, ou encore du RnB.

- **Le Curt'n** : Cette discothèque concerne une clientèle âgée de plus de 21 ans. En effet l'entrée y est interdite au moins de 21 ans. La tranche d'âge va donc être entre 21 et 45 ans. Il y a deux étages, tout d'abord l'étage supérieur va comporter le bar et un espace karaoké, à l'inverse dans le rez-de-chaussée, nous allons retrouver une piste de danse avec un DJ mixant tout type de musique.



- **La loge** : Cette discothèque concerne une clientèle âgée de 18 à 50 ans. Il y a deux étapes dans les soirées de la Loge. Jusqu'à 23h c'est un bar lounge, puis après 23h cela devient un club. La population y est aisée et comporte de tout type de musique.

Enfin, les discothèques relativement proches du centre, sont situées à proximité du cœur de la vie nocturne de Reims : la place Drouet d'Erlon parsemée de bars, magasins, restaurants et fast-food.



Plan Extérieur du Vogue et de ses alentours

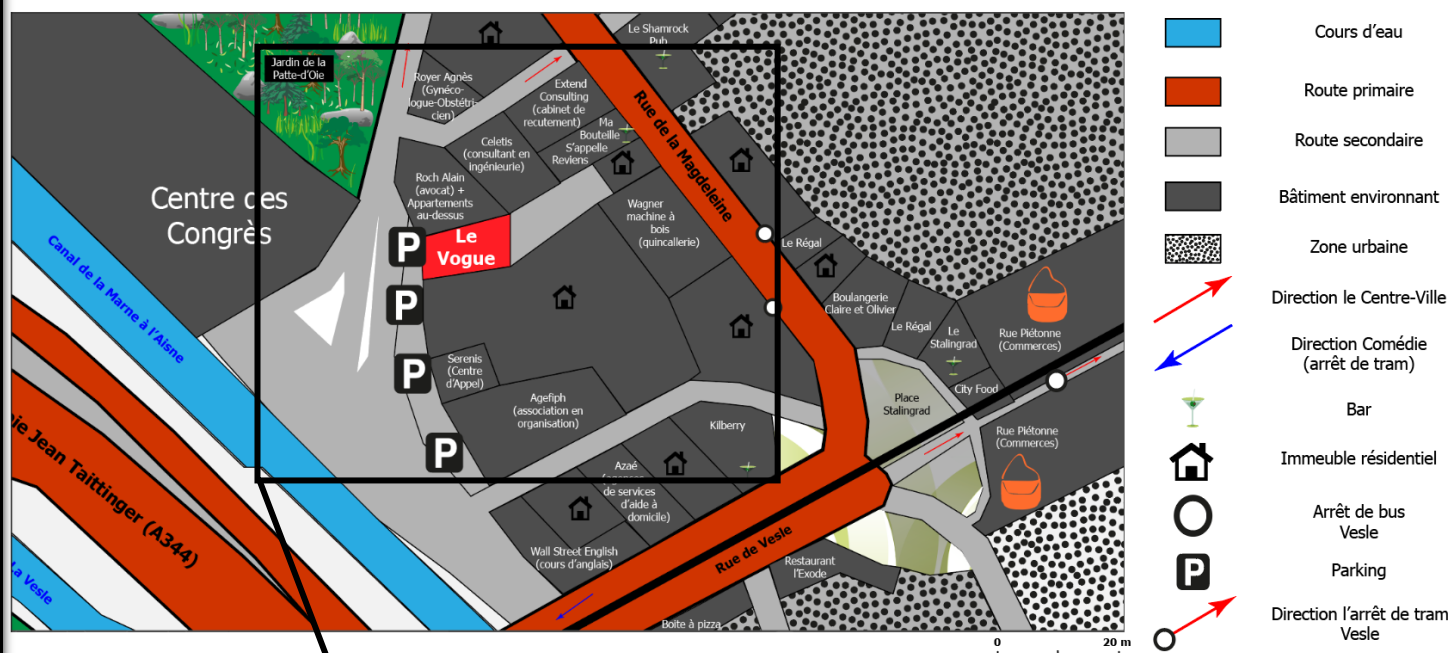


Figure 5 : Plan Extérieur du Vogue et de ses alentours



Figure 4 : Zoom sur les alentours directs du Vogue

Le Vogue est une des discothèques les plus marquantes dans l'esprit des étudiants, de par son type de musique variés entre soirées spéciales (rap français et US, années 80, électro...), de par sa localisation rue du Général Leclerc et relativement proche du centre-ville mais aussi grâce à sa gratuité certains jours et pour un certain type de clientèle (figure 4).

Le Vogue est situé proche d'immeubles résidentielles, mais aussi de diverses entreprises de services, de commerces, d'aide à la personne, de justice, médicales, mais aussi de bars. Il est donc dans un emplacement favorable n'ayant pas de concurrence directe (figure 5).



Situé 93 boulevard de Général LECLERC à Reims, le Vogue est une discothèque dont l'activité de boîte de nuit et de débit de boissons fonctionne depuis 2011. Depuis huit ans, le gérant est M. Nicolas Doucet. Avec un effectif entre 6 et 9 employés, cette discothèque est un lieu festif et de rencontre important : organisation de fête étudiante, de soirée à thèmes, venue d'artistes... L'offre de divertissement y est multiple. Cette discothèque rémoise, située en bas des promenades, est ouverte du jeudi au samedi et les veilles de jours fériés. Selon un videur interrogé, sa capacité d'accueil est de 200 à 300 personnes. Forte de son succès, en 2018, le Vogue enregistrait 1 199 100,00€ de chiffre d'affaires. Placé proche de discothèques et de bars concurrents à une échelle relativement proche, le Vogue se distingue par une offre importante, mais également de par son emplacement. En effet, elle est située sur une artère routière importante, à mi-chemin entre le canal et le centre-ville. L'accès par la route y est rapide, et les zones de stationnement relativement proche. L'accès par le tram y est également possible avec les stations Comédie ou Vesle situées à quelques centaines de mètres à pied.

A l'échelle de la rue, étant située rue Général Leclerc alignant trois discothèques concurrentes (Curt'N, Bôha et Vogue), cette dernière apporte une empreinte nette à la vie nocturne de la ville tout comme ces dernières. A l'échelle du quartier, comme nous avons pu le voir, la discothèque est entourée de diverses entreprises mais aussi bars et est donc parfaitement ancrée dans le paysage urbain du quartier. De plus, grâce aux arrêts de bus et de tram « Vesle », les places de parking sur la devanture de la discothèque ainsi que les routes environnantes, la desserte autour de cette dernière est assez efficace. A l'échelle urbaine, elle a sa part à jouer dans le développement de l'économie et de la richesse nocturne de la ville, comme toutes les autres discothèques situées à Reims. Cependant, à l'échelle nationale, le Vogue n'a pas de prestige comme d'autres discothèques du littoral méditerranéen (l'Amnésie - 1er club en France au Cap d'Agde ou encore le VIP Room de Saint-Tropez ou celui de Paris). Enfin, à l'échelle internationale, de grandes stars ont été invité et ont apporté une réputation au Vogue telles que Avicii (DJ suédois), Joey Starr (rappeur français), Bakermat (DJ néerlandais), Boy George (chanteur anglais) ou encore Mosimann (DJ franco-suisse).





PARTIE 3 : LA COMPREHENSION DE L'ESPACE CONCU DU VOGUE

La production de l'espace du Vogue, concerne de multiples acteurs. Tout d'abord, pour fonctionner le Vogue a besoin de partenariat. Pour ceci différentes marques d'alcool ont l'exclusivité dans la discothèque en tant qu'alcool premium comme la vodka *GreyGoose*, qui a l'opportunité également de faire une soirée à son nom. D'autres partenariats existent, notamment ceux vis-à-vis du champagne (Deutz et Ruinart).

Plusieurs artistes connus sont venus valoriser le Vogue le temps d'une soirée. Par exemple, ici nous avons l'exemple de trois affiches la première est la venue de Joey Starr le 9 novembre 2019, il représente le monde du rap français old school des années 90, il a notamment fait partie du fameux groupe NTM. Ensuite il y a Boy George qui est venu le 8 décembre 2007 au Vogue. Il représente la New Wave et la pop anglaise. Il a notamment fait partie du groupe Culture Club dans les années 1980. La troisième est celle de la venue de Bakermat le 16 novembre 2019, c'est un dj néerlandais d'House Music reconnu internationalement. C'est la deuxième fois que celui-ci vient au Vogue. La venue de ces trois artistes évoluant dans des univers différents et qui sont très influents dans leur domaine montre que le Vogue s'investit pour faire venir des artistes de talents afin de satisfaire tous les goûts et se faire une renommée à l'échelle internationale (**figure 6**).



Figure 6 : Flyers du Vogue



Pour les autorités urbaines, ici rémoise, les discothèques présentent d'abord un enjeu spécifique en tentant d'attirer une population jeune (et étudiante). C'est un lieu de rencontre et d'échanges majeurs dans la vie nocturne rémoise. Cet espace permet également de rapporter de l'argent à la commune via les locations, les TVA... Globalement, les enjeux que représentent une discothèque ont des effets positifs : ils participent à la vie nocturne en faisant vivre la ville la nuit (donc en opposition à la "ville-dortoir").

Cependant, ces enjeux peuvent aussi créer des nuisances sonores (personnes alcoolisées dans la rue...), cela demande donc une surveillance continue par l'intermédiaire des patrouilles de police ou d'agents de sécurité pour avoir le moins de nuisances possibles et éviter les conflits avec le voisinage. On peut également signaler qu'à la suite de l'interdiction de fumer dans les espaces recevant du public (depuis le 1er janvier 2008 – **figure 9**), de nouvelles formes d'utilisation de l'espace aux abords des établissements se sont créées (terrasses couvertes et chauffées, occupations des trottoirs voire des voies de circulations), formant ainsi de nouveaux enjeux pour les autorités urbaines.

La ville de Reims fut pendant longtemps jugée comme étant "en sourdine", en comparaison par exemple à des villes comme Lille ou Nantes. Ainsi, pour pallier cette mauvaise réputation, la ville, sous l'impulsion de Dominique Bunel, a mis en place une Charte de la Vie Nocturne pour tenter de redynamiser la vie nocturne rémoise. Ceci est également l'occasion d'inciter les professionnels de la nuit à respecter certaines règles, à s'engager dans des démarches de prévention et de sécurité. Le premier objectif vise d'abord à améliorer l'attractivité de la ville, l'image qu'en ont les touristes et celles qu'en garderont les étudiants. Entrée en vigueur le 31 mars 2011, cette charte a pour objectif de développer de manière harmonieuse la vie nocturne, l'adapter aux comportements de plus en plus tardifs des fêtards, étendre l'animation de nuit aux quartiers, mais aussi d'accompagner les établissements, dont les discothèques, pour qu'ils respectent l'ensemble de leurs obligations et qu'ils évitent ainsi toute tracasserie administrative ou policière. L'idée est ainsi de développer un esprit de collaboration autour de la vie nocturne entre les bars, les discothèques, la sous-préfecture, la police... La ville intervient ainsi comme le médiateur d'un ensemble d'acteurs qui travaillent relativement peu ensemble. Pour la charte, il s'agit également de pondérer les nuisances que peuvent ressentir les riverains et garantir la sécurité de tous. Même si cette charte n'est pas créatrice de droit, elle rappelle de grands principes aux établissements du point de vue de l'engagement et de la morale. Les discothèques doivent donc s'inscrire dans une démarche de prévention, de respect de la réglementation (horaires, interdiction de vente d'alcool aux mineurs...) (**figure 7**) et de limitation des nuisances. Cette charte examinera également les demandes d'ouvertures tardives et émettra un avis qui pourra constituer celui de la mairie. La décision finale revenant à la sous-préfecture. Cette charte offrira en prime aux établissements qui la respectent à la lettre, la possibilité de se voir attribuer un "label nuit" par la commission. Un macaron apposé sur la vitrine permettra d'identifier ces lieux parfaits pour passer des nuits blanches en toute quiétude !

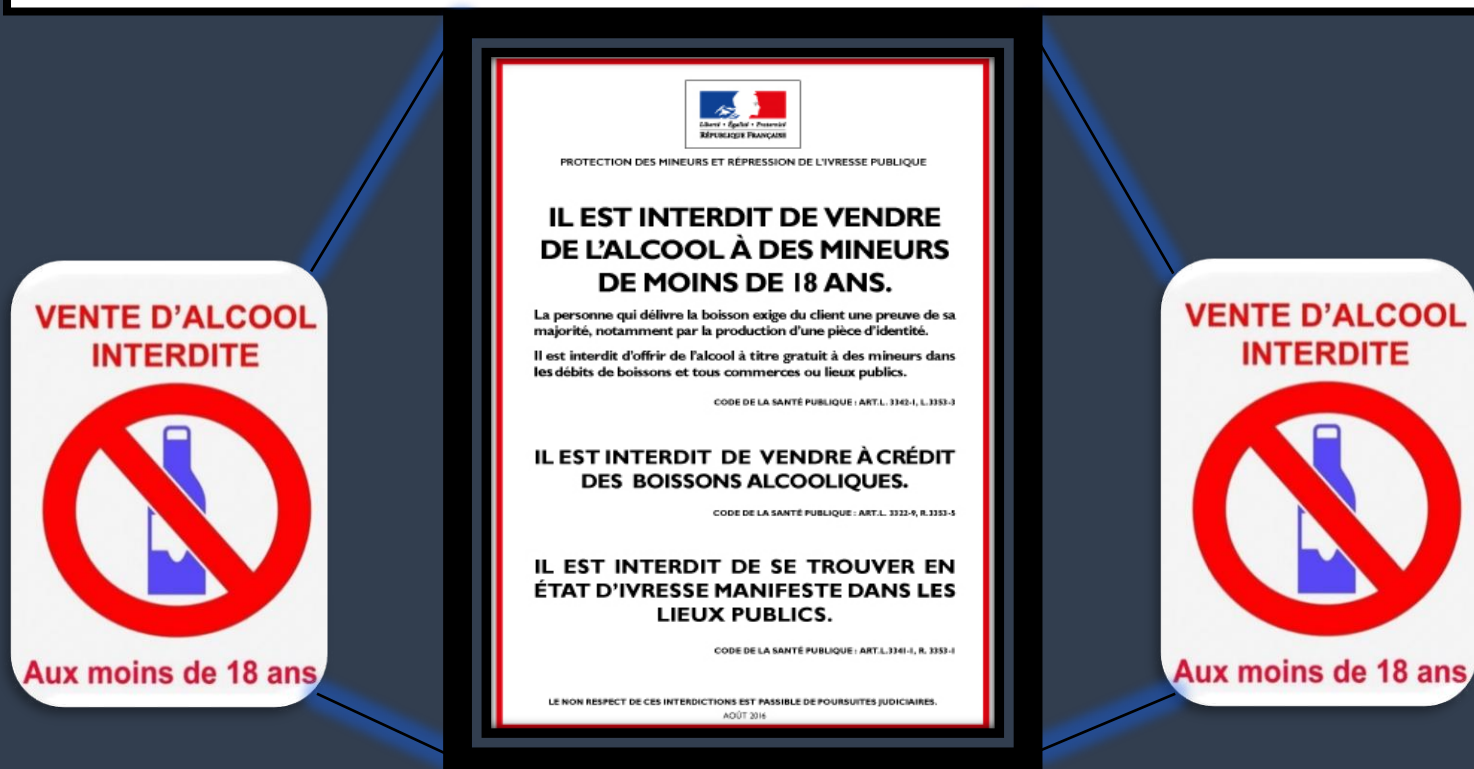


Figure 7 : Affiche officielle de la limite réglementaire de consommation d'alcool



Cependant, il existe d'autres normes de législation, qui elles, s'appliquent à l'ensemble des établissements de nuits français. Ainsi, les établissements ont l'obligation de mettre en place un dispositif de sécurité adapté (de type P) ou faire appel à un service de sécurité détenant la carte pro des agents de sécurité. L'établissement doit réguler et contrôler soigneusement l'affluence de sa clientèle et respecter un quota de 4 personnes pour 3m². Le volume sonore est réglementé à 105 décibels maximum, l'établissement a donc l'obligation de faire réaliser une étude acoustique par un professionnel habilité. Pour ce qui est des débits de boissons, afin de pouvoir vendre des boissons alcoolisées à consommer sur place, elle doit impérativement posséder la Licence IV (**figure 8**). En tant qu'établissement de nuit, elle doit respecter des horaires de vente d'alcool comme cesser d'en vendre au minimum 1h30 avant sa fermeture. De plus, horaires et tarifs de ventes doivent être affichés et ne plus servir à 5h30. Elle ne peut jouer de la musique sans avoir au préalable demandé une autorisation et établit un contrat de représentation générale avec la SACEM (Société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique) qu'il doit payer. La musique doit obligatoirement être gérée et jouée par un DJ. Les musiques étant soumises aux droits d'auteurs, il faut que les établissements payent pour diffuser les programmes musicaux (de types RnB, Hip-hop, Pop, Rock, Reggae, Dance Music...). Pour confirmer nos propos législatifs, nous avons interrogé Emma qui est dans notre promo, elle habite à 100-150 mètres du Vogue nous l'avons donc choisi pour nous parler de l'impact du Vogue pour les personnes habitants aux alentours. Emma nous a donc raconté donc ses expériences nocturnes durant lesquelles le Vogue était ouvert. Elle nous a dit qu'elle entendait énormément les jeunes sortant du Vogue, généralement ivre et cela toute la nuit. Ces nuisances sonores sont très gênantes pour dormir nous a-t-elle dit. Elle nous dit même entendre un pique de nuisances vers 3h du matin. Ensuite le lendemain elle a déjà vue dans sa rue des jeunes ivres au point de faire un coma éthylique alors qu'elle se levait pour aller en cours. Elle a fini par nous dire que cela n'avait pas un impact visible sur la propreté des alentours car les éboueurs et personnes qui sont là pour veiller à la propreté passe tôt le matin et elle ne peut pas voir si réellement cela a un impact sur la propreté des environs.

Figure 9 : Affiche officielle sur la réglementation de la consommation de tabac



Type de boissons	Restaurant	Débit de boissons à consommer sur place	Débit de boissons à emporter
Groupe 1 : Boissons sans alcool	Vente libre	Vente libre	Vente libre
Groupe 2 : vin, bière, poiré, hydromel, cidre, crème de cassis, jus de fruit comportant jusqu'à 3° d'alcool	Petite licence de restaurant	Licence II (licence de boissons fermentées)	Petite licence à emporter
Groupe 3 : apéritif à base de vin, liqueur de fruits comprenant moins de 18° d'alcool, vin de liqueurs	Licence restaurant	Licence III (licence restreinte)	Licence à emporter
Groupe 4 et 5 : rhum et alcool distillé	Licence restaurant	Licence IV (grande licence)	Licence à emporter

© FourniResto

Figure 8 : Tableau des différentes licences d'alcool et de leur droit de vente



Plan intérieur du Vogue Night Club de Reims

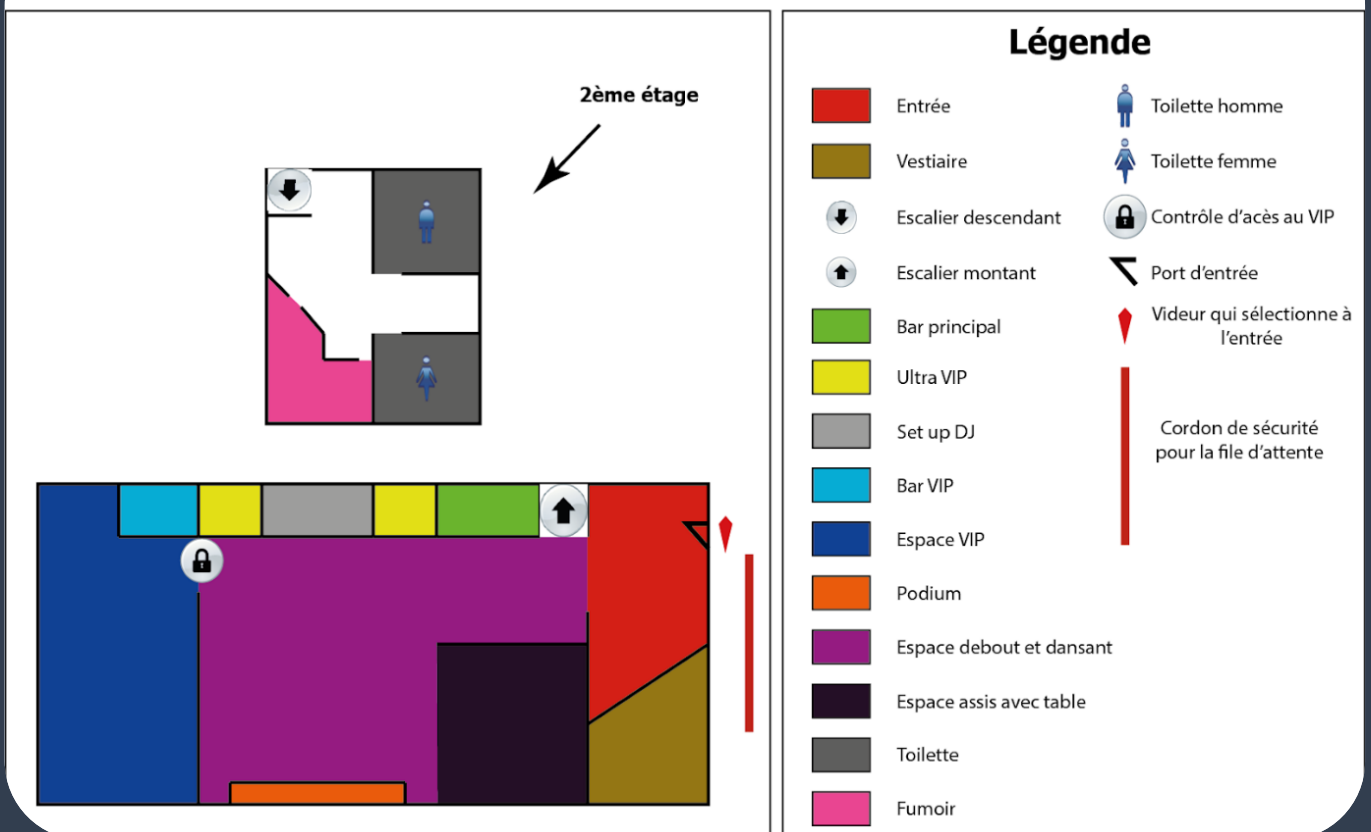


Figure 11 : Plan intérieur du Vogue

Cette carte présente l'agencement intérieur du Vogue, on peut y voir une première salle qui est l'entrée et le vestiaire. Ensuite, nous entrons dans une salle qui est l'espace dansant avec un espace où l'on peut s'asseoir pour y déposer ses consommations et ne pas être dérangé par la foule qui danse avec une forte promiscuité. Sur la droite de cette salle il y a le bar principal où l'on peut acheter ses consommations, deux espaces Ultra VIP et l'espace pour le DJ. Dans le fond, il y a un troisième grand espace qui est l'espace VIP, il a son propre bar et un vigile surveille les passages dans cet espace qui est réservé à une petite partie de la clientèle. Le deuxième étage est plus restreint, il regroupe un fumoir et les toilettes pour homme et pour femme qui sont séparés (**figure 11**).



Figure 10 : Photo de l'intérieur du Vogue (vue depuis l'entrée)



La population au sein du Vogue est en majorité une population jeune. Ce sont des étudiants qui ont entre 18 et 25 ans. Il s'agit d'une population habitant majoritairement en centre-ville et dans des villages aux alentours de Reims. On peut dire que c'est une catégorie de la population aisée.

Pour entrer au Vogue, plusieurs tarifs existent, par exemple, pour les soirées du jeudi soir l'entrée est gratuite pour tous (mais le vestiaire est quand même payant de 2€), le vendredi soir et samedi l'entrée est gratuite pour les filles (hors vestiaire) et pour les hommes c'est 5€ pour une entrée sans consommation et 12€ pour une entrée avec consommation (hors vestiaire). Ce sont les mêmes tarifs pour les soirées à thèmes, mais les filles ne bénéficient pas de la gratuité pour ces soirées. Il y a aussi un accès à un espace VIP, le tarif varie selon le nombre de bouteilles achetées et le nombre de personnes sur la réservation. Ensuite, à l'intérieur il y a à disposition une large proposition d'alcool fort à un certain prix (**figure 12**). On peut voir que la carte n'est pas la même entre le jeudi et le week-end.

Pour ce qui est de l'ambiance, il y fait très sombre. Il y a la présence de faisceaux lumineux bleus, violets, avec des télévisions qui passent en boucle le thème de la soirée et des vidéos de soirées précédentes ainsi que les tarifs concernant uniquement les achats de bouteilles. Elles sont avant tout un bug publicitaire. De grands écrans faits de LED éclairent la piste de danse rendant toutes ces lumières captivantes et entraînant une réelle ambiance son/lumière. Le DJ quant à lui, est surélevé, il a une vue d'ensemble dans la discothèque et la domine et tout le monde à les yeux sur lui. Des podiums sont aussi à la disposition des danseuses et danseurs qui se sentent les plus à l'aise. Cela peut cependant être vue d'un mauvais œil étant donné que les personnes sur les podiums peuvent être discriminés en pensant que ces personnes se donnent en spectacle.

Au sein du Vogue, il est aussi mis à disposition du mobilier pour être confortablement installés. Seul problème, le mobilier n'est pas forcément accessible à tous. Certes des endroits où poser son verre sont en "accès libre" mais les espaces assis sont réservés aux personnes qui achètent une ou plusieurs bouteilles ou alors dans les espaces VIP et ultra VIP. Au fur et à mesure de la soirée l'accès aux banquettes est plus simple dû à la moins forte affluence à l'inverse du début de la soirée mais aussi du fait que c'est moins surveillé.

VODKA	VERRE	70cl	1L	1.5L	1.75L
ERISTOFF	10€	80€			240€
GREY GOOSE	12€	120€			
GREY GOOSE POIRE			150€		
GREY GOOSE CHERRY NOIR			150€		
GREY GOOSE VX			240€		
WHISKY					
WILLIAM LAWSON	10€	80€			
JACK DANIEL'S	12€	120€			240€
RHUM					
BACARDI	10€	80€			
BACARDI OAKHEART	12€	95€			
BACARDI RANS	12€	120€			
GIN					
BOMBAY	10€	80€			
BOMBAY SAPPHIRE	12€	120€			
STAR OF BOMBAY	12€	150€			
TEQUILA					
CAMINO	10€	80€			
PATRON SILVER	12€	120€			
LIQUEUR					
GET 27	10€	80€	120€		
DIVERS					
JAGERMEISTER	10€				
MALIBU	10€				
MARTINI (BLANC, ROUGE)	10€				

VODKA	70cl	1L	1.5L	1.75L	3L	4.5L	6L
GREY GOOSE	120€		240€	400€	620€	750€	
GREY GOOSE POIRE	120€						
GREY GOOSE CHERRY NOIR	120€						
GREY GOOSE VX	120€						
WHISKY							
JACK DANIEL'S	120€		240€				
RHUM							
BACARDI OAKHEART	95€						
BACARDI RANS	120€						
GIN							
BOMBAY SAPPHIRE	120€						
STAR OF BOMBAY	150€						
TEQUILA							
PATRON SILVER	120€						
LIQUEUR							
GET 27	80€	120€					

COCKTAILS

BACARDY MOJITO	15€
(RHUM BLANC BACARDY, MENTHE VERTE, CITRON VERT, SUCRE DE CANNE, EAU GAZIEUSE)	
BOMBAY FIZZ	15€
(GIN BOMBAY SAPPHIRE, JUS DE CITRUS, SUCRE DE CANNE, EAU GAZIEUSE)	
VOGUE URBAN CLUBBING	12€
(VODKA GREY GOOSE, TEQUILA CAMINO, RUM PATRON SILVER, CITRUS)	
BLUE LAGOON	12€
(VODKA GREY GOOSE, CUMARIN BLU, RUM PATRON SILVER, CITRUS)	
TEQUILA SUNRISE	12€
(TEQUILA CAMINO, JUS DE CITRUS, CUMARIN BLU, CITRUS)	
CUBA LIBRE	12€
(RHUM BLANC BACARDY, EAU DE SUCRE DE CANNE, CITRUS)	
TI PUNCH	12€
(RHUM BLANC BACARDY, EAU DE SUCRE DE CANNE, CITRUS VERT)	

CHAMPAGNES

	COUPE	75cl	1.5L
CHAMPAGNE DU MOIS		80€	
PIPER-HEIDSIECK BRUT		95€	
DEUTZ BRUT CLASSIC	10€	95€	180€
RUINART BLANC DE BLANCS		130€	260€
AMOUR DE DEUTZ		195€	

BIERES

CARLSBERG / SKOL	10€
------------------	-----

LIQUEUR

SOFTS	6€
-------	----

CRISTALLINE	3€
-------------	----

RESERVATIONS & CONDITIONS
info@levoque.fr
www.levoque.fr

© 2014 VOGUE NIGHTCLUB. ALL RIGHTS RESERVED. PHOTO: J. L. LEBLANC

Figure 12 : Cartes des consommations du Vogue (jeudi et week-end)

VODKA	VERRE	70cl	1L	1.5L	1.75L
ERISTOFF	5€	60€			240€
GREY GOOSE	12€	120€			
GREY GOOSE POIRE			150€		
GREY GOOSE CHERRY NOIR			150€		
GREY GOOSE VX			240€		
WHISKY					
WILLIAM LAWSON	5€	60€			
JACK DANIEL'S	12€	120€			240€
RHUM					
BACARDI	5€	60€			
BACARDI OAKHEART	12€	95€			
BACARDI RANS	12€	120€			
GIN					
BOMBAY	5€	60€			
BOMBAY SAPPHIRE	12€	120€			
STAR OF BOMBAY	12€	150€			
TEQUILA					
CAMINO	5€	60€			
PATRON SILVER	12€	120€			
LIQUEUR					
GET 27	5€	60€	120€		
DIVERS					
JAGERMEISTER	5€				
MALIBU	5€				
MARTINI (BLANC, ROUGE)	3€				

COCKTAILS

BACARDY MOJITO

(RHUM BLANC BACARDY, MENTHE VERTE, CITRUS VERT, SUCRE DE CANNE, EAU GAZIEUSE)

15€

BOMBAY FIZZ

(GIN BOMBAY SAPPHIRE, JUS DE CITRUS, SUCRE DE CANNE, EAU GAZIEUSE)

VOGUE URBAN CLUBBING

(VODKA GREY GOOSE, TEQUILA CAMINO, RUM PATRON SILVER, CITRUS)

12€

BLUE LAGOON

(VODKA GREY GOOSE, CUMARIN BLU, RUM PATRON SILVER, CITRUS)

12€

TEQUILA SUNRISE

(TEQUILA CAMINO, JUS DE CITRUS, CUMARIN BLU, CITRUS)

12€

CUBA LIBRE

(RHUM BLANC BACARDY, EAU DE SUCRE DE CANNE, CITRUS)

12€

TI PUNCH

(RHUM BLANC BACARDY, EAU DE SUCRE DE CANNE, CITRUS VERT)

12€

CHAMPAGNES

COUPE

75cl

1.5L

CHAMPAGNE DU MOIS

80€

PIPER-HEIDSIECK BRUT

95€

DEUTZ BRUT CLASSIC

10€

95€

180€

RUINART BLANC DE BLANCS

130€

260€

AMOUR DE DEUTZ

195€

BIERES

CARLSBERG / SKOL 5€

LIQUEUR

SOFTS 3€

CRISTALLINE 3€

RESERVATIONS &
CONSEILS :

INFO@VOGUE.FR

WWW.VOUE.FR

THURSDAYS

© 2014 Vogue Nightclub. All rights reserved. Photo: J. L. L. L.



La musique au Vogue dépend vraiment de la soirée proposée, par exemple la "Flashback Friday" où le DJ va passer des sons datant des années 90-2000, la soirée US avec des remix de rap US ou les soirées banales qui vont offrir un large choix musical mais en majorité en remix électro.

Devant le Vogue, les attitudes sont diverses, entre fêtard, impatience et ivresse plusieurs comportements sont présents. Ces comportements peuvent créer des débordements entre fêtards qui patientent. Les attitudes au sein du Vogue sont en général très festives et cordiales, mais l'alcool favorise la présence de violences et de harcèlement. Heureusement les videurs sont là pour faire leur travail et ils arrivent à garder du mieux possible une bonne ambiance au sein de la discothèque.

Nous sommes dans un lieu qui rassemble beaucoup de monde, l'interaction sociale est donc forcément présente. Entre les différents usagers, l'interaction sociale est très forte car en général ce sont les mêmes personnes qui se retrouvent dans cette discothèque et tout le monde se connaît plus ou moins, de plus l'alcool facilite le rapprochement. En discothèque, c'est aussi un lieu de rencontre, chacun s'évade et des rapprochements se créent avec danse et embrassade. Le gérant reste beaucoup en retrait, même s'il est aux petits soins de ses plus fidèles clients, il essaie de garder une proximité afin de garder et montrer que c'est lui qui a le pouvoir dans ce lieu. Le personnel de la discothèque est quant à lui proche de ses clients pour permettre un contact simple et fluide et ainsi capter de potentiel client qui reviendront plus facilement faire la fête dans cette discothèque grâce à ce personnel. Par exemple, l'employé qui gère le VIP nous tutoie, nous fait la bise et essaie de nous trouver la meilleure place possible.

En termes de propreté, le Vogue reste un lieu de fête très propre, les toilettes sont propres, les verres aussi, l'espace danse est nettoyé après chaque soirée comme toute la discothèque. Garder ce lieu propre pendant la soirée est très compliqué. Entre vomis, alcool par terre et bout de verre, dans un lieu accueillant autant de monde il est compliqué de pouvoir garder l'endroit propre très longtemps.

Dans le Vogue ainsi qu'à l'extérieur, le sentiment d'insécurité reste présent. Malgré la présence des vigiles dans la discothèque ainsi qu'à l'extérieur, il est très compliqué d'avoir un œil sur tout et des débordements ont souvent lieu pour des histoires ridicules, mais l'alcool n'aident pas et des histoires peuvent virer à des débordements très sérieux. La vidéosurveillance est présente, mais pour regarder les vidéos, le vigile doit se poster à l'entrée, là où sont présents les écrans de contrôle. Nous ne savons cependant pas, s'il existe une salle dédiée à la vidéosurveillance qui permettrait à une personne d'avoir un œil sur toute la discothèque intérieure et extérieure.

Dans cette discothèque, il existe de nombreuses limites et lacunes, par exemple pour les personnes qui font la queue dehors, il n'y a rien pour qu'ils puissent s'abriter de la pluie ou se protéger du vent et du froid. L'accessibilité pour tous n'est pas non plus garantie, par exemple une personne en fauteuil roulant ne pourra pas rentrer dans la discothèque car il n'y a rien qui permet aux personnes à mobilité réduite d'accéder au deuxième étage. L'étage ayant les toilettes ainsi que le fumoir a donc un rôle omniprésent à jouer durant la soirée. Il y a un grand manque de place ce qui contraint peut-être le gérant à ne pas pouvoir faire les aménagements nécessaires à l'accessibilité des personnes à mobilité réduite. Le Vogue est aussi extrêmement fréquenté dû à sa petite taille. La densité d'usagers est énorme, le nombre de personnes n'est pas forcément importante mais l'espace est très petit ce qui crée cet aspect d'un endroit surpeuplé et qui bouche l'accès aux personnes à mobilité réduite. Le Vogue étant un endroit très peu aéré il n'y a aucune présence de végétation.





PARTIE 4 : LA COMPREHENSION DE L'ESPACE VECU DU VOGUE

Avant d'aller en discothèque, les groupes ne se rejoignent pas devant mais se constituent antérieurement. En effet, pour s'y rendre, les jeunes se réunissent au préalable, notamment lors de befores (on ne se rend pas seul dans une discothèque mais à plusieurs dans la majorité des cas). Ces réunions antérieures ne tournent pas à la surconsommation d'alcool, car s'ils étaient ivres, l'entrée leur serait refusée. Généralement dans les discothèques "select", les tenues vestimentaires sont très observées. La sélection physique peut également être de mise dans certains lieux, tout comme l'appartenance "sociale" des personnes souhaitant entrer dans ces lieux (personnes fréquentant des hautes écoles, école de commerce, de marketing, communication, milieu social aisés...). Les différenciations dans les tenues vestimentaires restent très contrôlées dans leurs excentricités. Les marques à la mode sont très largement représentées. Ainsi, le premier critère de reconnaissance de cette population est l'apparence onéreuse des tenues : il exclut des hommes de catégories sociales moyennes ou populaires, il faut au moins avoir l'air d'être issu d'un milieu aisé. Pour les femmes, le critère essentiel pour pouvoir entrer est de correspondre aux canons de beauté reconnus du moment. La réputation de la discothèque repose, pour une bonne part, sur elles. Le capital physique étant la ressource clé de la sélection, il donne à des filles de couches populaires la possibilité d'y accéder. Sous ce rapport, la situation des hommes est très différente car, même en l'absence d'un physique "idéal", les ressources économiques et sociales constituent un droit d'entrée. On peut également voir que des espaces sont réservés aux habitués : le "carré VIP".



Figure 13 : Photo extérieure de l'entrée du Vogue



Afin de répondre à notre question de recherche nous avons cherché à établir une grille d'observation que nous aurions remplis si les conditions sanitaires actuelles, ne nous en avait pas empêchées. De ce fait, nous avons monté la grille ci-dessous (**figure 14**).

Cette grille aurait été noté de 1 à 5 avec le degré 1 pour la « non présence de ce critère » et le degré 5 pour la « présence de critère ».

Degré Critères	1	2	3	4	5
Présence d'un contrôle d'identité à l'entrée					
Présence de vigile dans la boîte de nuit					
Présence de vidéosurveillance					
Attente au Bar					
Attente pour le service à table					
Amabilité du personnel					
Lumières, faisceaux, stroboscope, fumée, confettis...					
DJ qui motive son public					
Vente d'alcool					
Présence de personne ivre					
Violence, harcèlement					
Contrôle de l'espace VIP et Ultra VIP					
Bonne ambiance, danse, rire, joie dans les regards					
Propreté de l'étage principale					
Propreté du 2 ^{ème} étage (toilette et fumoir)					
Lors de la sortie possibilité de contrôler son taux d'alcoolémie					

Figure 14 : Grille d'observation



Cette méthode nous aide beaucoup à répondre à notre question de recherche. Grâce à cette grille d'observation nous aurions vraiment pu voir l'impact qu'a la discothèque dans la nuit des étudiants rémois. C'est un réel lieu de socialisation et de rencontre mais également de conflits. L'ensemble de l'intérieur de la discothèque est pensé pour ces aspects positifs importants, ainsi les usagers vivent l'espace conçu pleinement. L'alcool, la musique, les lumières et la taille du lieu sont de réels facteurs pour une sociabilisation réussie. Malgré cela, nous pouvons aurions probablement aussi pu voir des limites. En effet, les discothèques sont un lieu où l'alcool a une place et une emprise importante chez les usagers. Il est important de dire que celui-ci a des effets néfastes directs. Le comportement étant altéré, des débordements dans et hors de la discothèque ont régulièrement lieu comme du harcèlement ou de l'ivresse sur la voie publique ou pire des violences physiques voire sexuelles.

Pour faire une analyse de terrain, nous nous sommes d'abord dis qu'il fallait y aller. Ici notre cas est un peu particulier car il s'agit d'une discothèque c'est un endroit qui est difficile d'accès (méfiance des vigiles vis-à-vis des personnes qui font des enquêtes sur le monde de la nuit et du fait de la législation pas forcément respectée et réussir à rentrer dans la discothèque). L'analyse de terrain aurait été difficile aussi car nous pouvons seulement observer l'environnement et les interactions au sein de la discothèque. Il nous aurait été impossible de parler et encore moins questionner des usagers à cause de la musique qui est très forte, les personnes sont dans l'ambiance festive et ne sont pas ouverts à des questions sérieuses et la forte alcoolisation des usagers est aussi un frein à notre intervention. C'est pour cela que notre place lors de l'étude sur le terrain aurait été très restreinte. Nous n'aurions été qu'observateur. Nous nous sommes donc dis que pour avoir des réponses claires et avoir un public qui souhaite répondre sérieusement à nos questions, nous devons nous éloigner de l'ambiance festive et nous rapprocher d'un questionnement dans un cadre plus sérieux. C'est pour cela que nous avons préféré la solution du questionnaire fait via Google Forms par la suite. Il est anonyme et facilement partageable grâce aux réseaux sociaux mais aussi au Vogue qui nous a aidé dans le partage de ce questionnaire.





PARTIE 5 : DISCUSSION CRITIQUE AUTOUR DU VOGUE ET CONCLUSION

Les discothèques présentent un enjeu économique majeur mais chose à discuter, c'est l'enjeu artistique : en effet les artistes peuvent, eux aussi, permettre le développement économique d'une ville. Les clubs représentent un tremplin voire un laboratoire pour les musiciens et DJ du monde entier. Les discothèques visent à cibler un certain type de public à travers la promotion de différentes musiques. Ainsi, les villes peuvent faire entrer la musique dans l'offre culturelle et touristique (avec l'exemple du « techno-tourisme » à Berlin ou encore le phénomène de l'« Easy-Jetset »). A une échelle plus nationale, les discothèques représentent des lieux festifs. Malgré un grand nombre de fermeture, il y a toujours autant de bars et de clubs qui réouvrent. Ces lieux ne sont pas seulement des cadres de rencontre amoureuse mais ce sont surtout des espaces exigeant une certaine présentation de soi. Certains de ces lieux représentent la fête qui concrétise ainsi un idéal de mixité sociale. Les discothèques peuvent aussi être un lieu de passage (« un rite scolaire et/ou festif »), c'est principalement le cas dans les grandes métropoles. Plébiscité principalement par les classes préparatoires, les écoles de commerce et d'ingénieur, ces « week-end d'intégration » présentent le côté le plus réfractaire des soirées en discothèque : l'alcool joue un rôle important dans l'ensemble des rites d'initiation et est un moyen au service de la transgression des normes. C'est aussi un moyen pour faire apparaître des phénomènes comme le bizutage (pour les premières années principalement). On voit apparaître les « leaders » qui sont les élèves qui fréquentent assidûment toutes les soirées et plus particulièrement les soirées internes, les « suiveurs » qui sont les élèves qui fréquentent presque systématiquement les grandes soirées étudiantes mais très occasionnellement les soirées internes et les « distancés » qui sont les personnes qui ne partagent pas, en particulier du fait de leur éducation et milieu social, les valeurs dominantes au sein des Grandes Écoles. Ici, la mixité sociale et l'interaction entre personnes est l'un des points que nous n'avons pas étudiés ici mais qu'il convenait d'étudier dans cette discussion critique.

Si les discothèques paraissent comme un lieu accueillant toutes sortes de clientèles, cette image est un peu erronée. En effet, la sélection se fait dès l'entrée par les videurs. Les hommes sont plutôt choisis selon l'apparence qu'ils laissent d'eux (ceux ayant les moyens les plus importants), tandis que pour les femmes, elles, sont plutôt « sélectionnées » sur des critères physiques (dans les discothèques les plus huppées principalement). Pour notre discothèque étudiée, le Vogue, cette sélection à l'entrée est moindre même si l'entrée des filles est privilégiée, attirant davantage la gente masculine dans ce cas. Cela peut donc être perçu comme une sorte de discrimination sociale vis-à-vis des personnes souhaitant sortir le soir mais n'ayant pas forcément les moyens les plus importants. Ces soirées, même sans obligation de consommer sur place, restent des lieux onéreux et donc pas forcément à la portée de tous.

Autre point de discussion : la proximité du canal. Cette dernière n'est pas rassurante pour les filles sortant seules en plein milieu de la nuit. Aussi, pour éviter toute noyade accidentelle aux personnes alcoolisées (cherchant à se rafraîchir), le Vogue ferme ses portes durant les deux mois d'été. Par exemple, à la mi-janvier 2016, un étudiant alcoolisé s'est jeté dans le canal et s'est ensuite noyé. L'alcool est aussi un vecteur de violence et les autorités compétentes dépêchent des unités de police spécialement pour surveiller la sortie des jeunes et donc essayer d'éviter un maximum de débordement. Cependant, les policiers n'auraient pas d'autres missions plus importantes que la surveillance de jeunes irresponsables dans leur façon de consommer ? Faudrait-il donc un autre intermédiaire quant à la surveillance de ces personnes ?



Autre point notable, le Vogue étant situé en plein centre-ville, il est très compliqué de trouver des places pour se garer. Certes, il y a le parking des promenades mais il faut marcher dans le froid pour atteindre la discothèque, et le reste des parkings en centre-ville sont payants. Les seules places à proximité du Vogue sont des places de parking de centre-ville et qui doivent répondre tant aux besoins des usagers de la discothèque qu'aux besoins des riverains habitants à proximité du Vogue. Les places visibles également dans la carte du *Vogue et de ses alentours* (**figure 4 et 5**) présentent par ailleurs les mêmes problématiques citées auparavant.

Au sein de la discothèque, comme vu précédemment, il y a, en son sein, des messages de préventions qui demande aux usagers d'être responsable vis-à-vis de leur consommation d'alcool. Cependant, dans la réalité beaucoup d'usagers arrivent déjà en ayant bu et à l'intérieur de la discothèque on leur propose de nombreuses pubs et des avantages liés à l'achat de bouteilles. Ceci est très en contradiction avec les messages de prévention contre l'abus d'alcool.

Lors de la sortie du Vogue il est possible d'utiliser un éthylotest afin de voir si nous sommes capables de reprendre le volant ou non. Le problème ici, est que cela doit être une démarche venant de l'utilisateur mais la discothèque est tout aussi "coupable" de l'alcoolémie de l'utilisateur car elle vend les consommations les rendant dans leur état, et en grande quantité, de l'alcool. C'est pour cela que faire un alcootest devrait être obligatoire lors de la sortie des usagers.

La plupart voire la majorité des navettes sont exclusivement réservées aux VIP, donc les personnes étant prêtes à consommer davantage. Par exemple, au Vogue, il faut dépenser au minimum entre 270 à 290€ pour une table VIP au sein même du club pour pouvoir disposer d'une navette privée. Ces navettes prennent maximum 6 personnes et circulent dans un rayon de 10 km autour du Vogue. Pour ceux disposant de moyens moindres, une réservation UBER peut être possible. En contrepartie, le club offre une réduction de 10€ sur l'achat d'une bouteille dans la discothèque. Enfin, pour les personnes souhaitant sortir à moindre coût et sans dépenser encore davantage en consommation dans la discothèque, le bus est une solution. Néanmoins, les horaires ne sont pas forcément adaptés à une sortie tardive, les lignes (linéo 7 ou n°78) ne s'arrêtant plus entre 00h30 et 1h du matin (**figure 15**).

TRANSPORTS VOGUE CLUB
Bus - Vip - Perso
 Comment venir au Vogue ? C'est à vous de choisir !

1

**LINEO 7
ou N°78**

LINEO 7
DEPART ESQUEROL 2845 / DORNO /
CORDES DU FRANCAIS / AGRICULTURE
Arrêt → MONTAUDRAN - LA RIVIERE
N° 78 DEPART METRO UNIVERSITE PAUL
SABATIER 2830 / CORDES / 7100
Arrêt → CLEMENT ADR

2

**NAVETTE
PRIVEE**

NAVETTE GRATUITE* MAXI 6 PERSONNES
DEPART AU CHEN 10 KM AUTOUR DU
CLUB RETOUR IDENTIQUE
*CONDITION RESERVATION TABLE VIP
OBLIGATOIRE 270€ ou 290€ EN SALLE

3

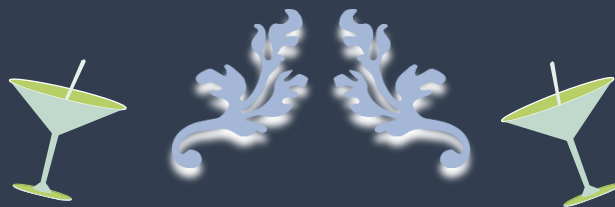
UBER

RESERVATION A VOTRE INITIATIVE LE CLUB
VOUS OFFRIRA UNE REDUCTION DE 10€ POUR
L'ACHAT D'UNE BOUTEILLE SUR PRESENTATION
DE LA COURSE

INFORMATIONS : 05 61 45 91 86

Figure 15 : Publicité des différents transports transportant jusqu'au Vogue





SITOGRAPHIE / BIBLIOGRAPHIE

PARTIE 1

- <https://www.atrium.club/prevention>
- <https://www.jesuisentrepreneur.fr/informations-sectorielles/cafe-hotel-restaurant/discotheque/>
- <https://actualites-bureaux-commerces.seloger.com/locaux-pros/dossiers/choix-de-l-emplacement-public-cible-concept-comment-ouvrir-une-boite-de-nuit-article-19866.html>

PARTIE 3

- facebook / <http://www.levogue.fr>
- https://www.securimed.fr/affichage-reglementaire-interdiction-fumer-vapoter.html?gclid=Cj0KCQjw7qn1BRDqARIsAKMbHDb8Vf0dr6G7nrx8qWn3kQr-yabYD_1Wuo7JIgcZSC5L3MCVbsq8L9UaAILhEALw_wcB&gclidsrc=aw.ds#S600A4T

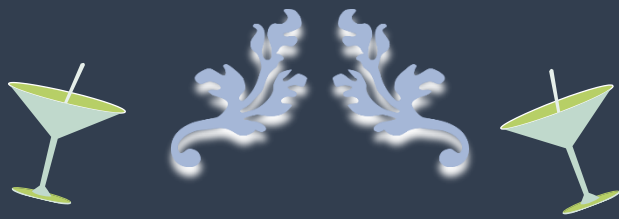
PARTIE 4

- <http://www.lhebdoduvendredi.com/>

CONCLUSION

- Terrein Isabelle, « La scène techno berlinoise, entre authenticité et rentabilité », *Allemagne d'aujourd'hui*, 2017/3 (N° 221), p. 210-218. DOI : 10.3917/all.221.0210. URL : <https://www.cairn.info/revue-allemande-d-aujourd-hui-2017-3-page-210.htm>
- Clément Garance, « « Je sortais tout le temps en Belgique ». Le rôle de la fête dans une trajectoire de mobilité sociale », *Sociétés contemporaines*, 2019/3 (N° 115), p. 65-91. DOI : 10.3917/soco.115.0065. URL : <https://www.cairn.info/revue-societes-contemporaines-2019-3-page-65.htm>
- Masse Benjamin, « Rites scolaires et rites festifs : les « manières de boire » dans les grandes écoles », *Sociétés contemporaines*, 2002/3 (n° 47), p. 101-129. DOI : 10.3917/soco.047.0101. URL : <https://www.cairn.info/revue-societes-contemporaines-2002-3-page-101.htm>
- Réau Bertrand, « Enchantements nocturnes : ethnographie de deux discothèques parisiennes », *Ethnologie française*, 2006/2 (Vol. 36), p. 333-339. DOI : 10.3917/ethn.062.0333. URL : <https://www.cairn.info/revue-ethnologie-francaise-2006-2-page-333.htm>
- https://www.wikiwand.com/fr/Transports_en_commun_de_Reims





ANNEXES : REPONSES ET ANALYSE DU QUESTIONNAIRE SUR LES DISCOTHEQUES ET LE VOGUE

Nous avons donc choisi de procéder par l'intermédiaire d'un questionnaire fait sur Google Forms. Nous avons d'abord établi différentes questions chacun et nous avons décidé de garder les plus pertinentes pour notre rapport. C'est ensuite que nous avons conçu le questionnaire via Google Forms. Pour avoir un maximum de réponses nous nous sommes servis des réseaux sociaux et nous l'avons donc partagé sur nos pages respectives ainsi que sur les pages étudiantes. Le Vogue nous a aussi aidé dans cette démarche en le partageant via sa page Facebook. Le questionnaire Google Forms est simple d'utilisation, tant pour fabriquer le questionnaire que pour y répondre. Pour avoir les résultats c'est aussi très simple et très intuitif puisque nous les avons en direct avec des graphiques circulaires et des histogrammes qui présentent les résultats obtenus grâce aux diverses réponses données. Cependant, des tris à plat et un lissage des réponses, ont dû être effectué pour nos réponses « courtes » ou « paragraphes »

Nous avons donc décidé d'enquêter auprès des usagers de discothèques sur Reims et de leur demander leur pratique nocturne au sein de cet espace. Ceci nous a permis de collecter 140 réponses à ce questionnaire.

Nous avons tout d'abord posé des informations générales. Au sein de celles-ci, nous avons demandé si les personnes questionnées étaient des étudiants, des salariés, des étudiants/salariés ou aucun des deux. Parmi les 140 réponses d'origine au questionnaire, nous avons eu 75% d'étudiants, 17% d'étudiants/salariés, 7% de salariés et enfin 1% n'étaient aucun des deux (**figure 18**).

Les 1% (2 réponses) ne faisant parti d'aucunes branches ont directement été envoyé à la fin du questionnaire.

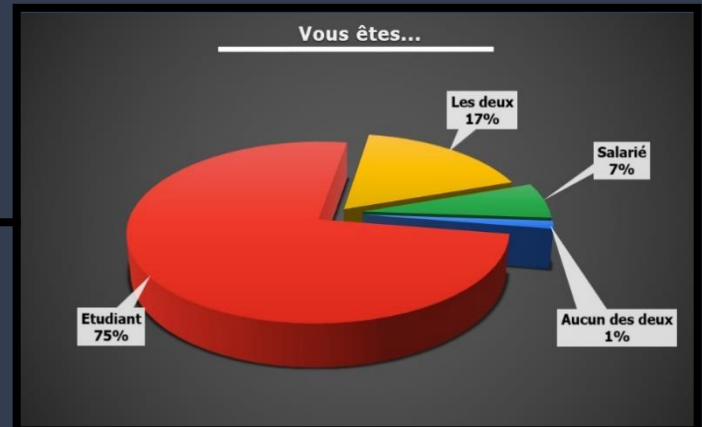


Figure 18 : Secteur graphique : "Vous êtes..."

Les 138 réponses restantes (99% des enquêtés), ont donc dû répondre à une question sur leur fréquence vis-à-vis des discothèques. Sur 138 réponses 79% (109 enquêtés) avouent se rendre souvent en discothèque et 21% (29 enquêtés) n'y sont soit jamais allés ou alors y sont allés une seule fois pour essayer. Ces 29 enquêtés ont donc été renvoyé à la fin du questionnaire, étant donné que nous nous concentrons uniquement sur ceux ayant une expérience importante au sein de ces espaces nocturnes (**figure 17**).



Figure 17 : Secteur graphique : "Vous rendez-vous souvent en discothèque ?"



Les 109 enquêtés restants se sont donc vus poser de multiples questions quant aux discothèques en général mais aussi les discothèques de Reims et plus particulièrement le Vogue.

Nous avons cherché à savoir parmi ces enquêtés le pourcentage de femme et d'homme répondant à notre questionnaire. On peut donc voir une surreprésentation de réponses féminines car 65,1% des réponses reçues sont faites par des femmes (**figure 21**).



Figure 21 : Secteur graphique : "Vous êtes un homme ou une femme ?"

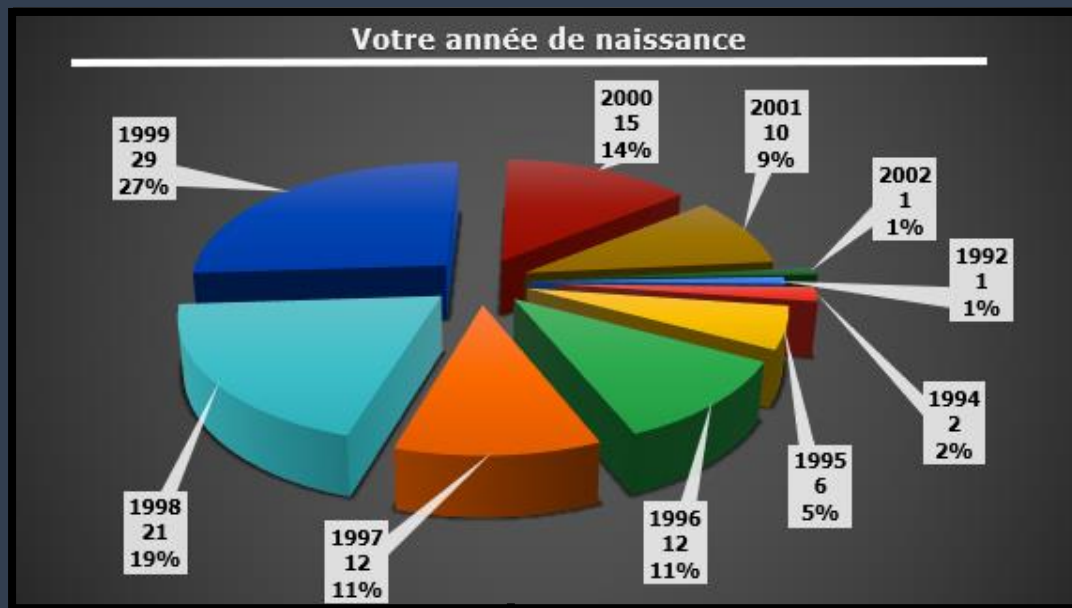


Figure 20 : Secteur graphique : "Votre année de naissance ?"

Nous nous sommes intéressés à l'année de naissance de nos enquêtés. Les personnes ayant répondu à notre questionnaire sont nées entre 1992 et 2002. Sachant que les discothèques sont un monde réservé aux personnes majeures, 2002 étant cette année l'année de leurs 18 ans, si nous avions eu des réponses de personnes nées après 2003, ces personnes auraient des comportements illégaux. Le maximum des réponses obtenues se trouvent avec des personnes nées en 1999 (29) et le minimum sont les deux extrêmes : les plus âgées : 1992 (1) et les plus jeunes : 2002 (1) (**figure 20**).

Ensuite, le niveau de formation a été posé dans nos questions générales. Ce deuxième graphique nous montre alors le niveau d'étude des étudiants : sur 107 réponses d'étudiants, 32,7% sont en Bac+3 pour le maximum et seulement 2,8% sont à plus de Bac+5 (**figure 19**).

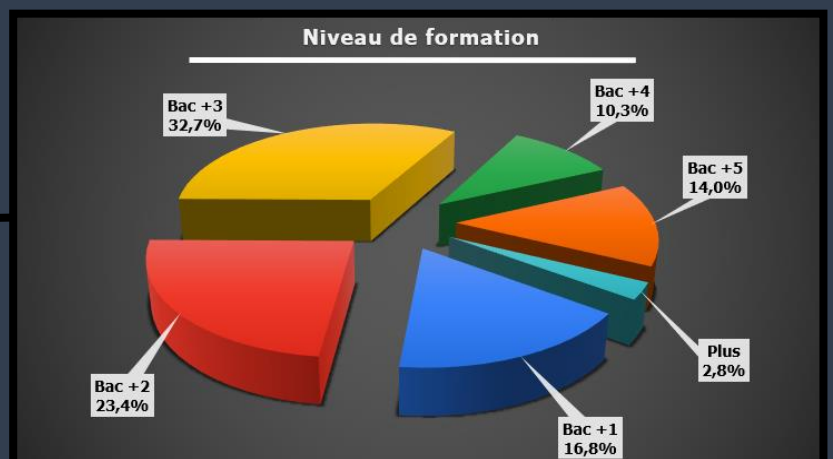


Figure 19 : Secteur graphique : "Votre niveau de formation..."



Pour continuer l'analyse de notre enquête nous nous sommes ensuite tournés vers les questions sur l'utilisation des clubs à Reims pour ensuite diriger notre enquête sur l'étude de cas du Vogue.

On s'est d'abord penché sur ce que faisaient les gens avant d'aller en discothèque. A 99,1% le vote des gens se tournent vers un « before » (soirée d'avant la soirée principale, ici la suite est la discothèque). Le lieu du « before » est différent selon les avis : il varie entre un logement (appartement étudiant) à 61,5% et les bars à 36,7%. Le fait que les bars ne sont pas le premier lieu où le before se fait est peut-être dû aux coups des consommations.

Ensuite nous avons porté notre questionnement sur la consommation dans ces soirées. A 75% la consommation d'alcool fort est la consommation préférée des personnes ayant répondu au questionnaire. Ensuite nous leur avons demandé la quantité bue en une soirée en moyenne, ici, les résultats sont mitigés mais on remarque quand même une forte consommation (**figure 22**).

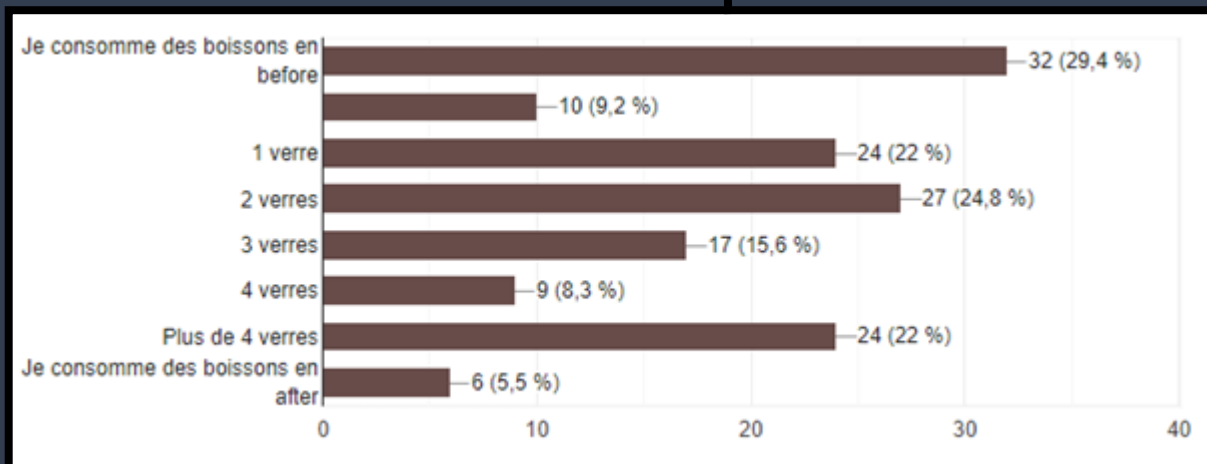


Figure 23 : Barre graphique : "Votre consommation moyenne en discothèque"

Seulement 9,2% des personnes ne boivent pas d'alcool. Ce chiffre contraste avec notre troisième question sur le sujet de la consommation qui est : « Est-il envisageable pour vous de faire une soirée festive en discothèque sans alcool avec vos amis ? », dont voici le graphique correspondant (**figure 23**).

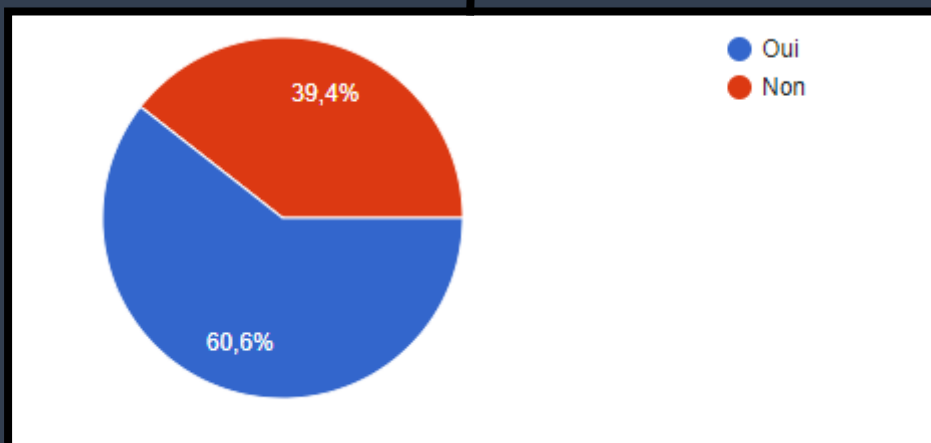


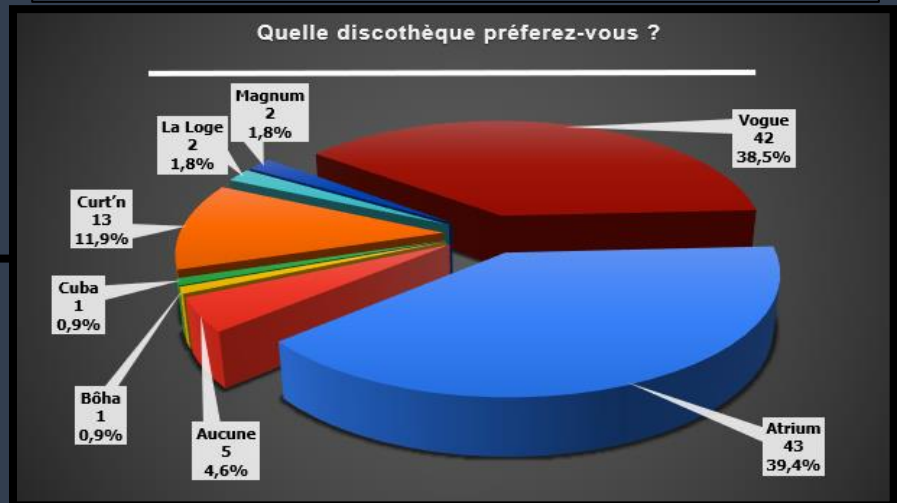
Figure 22 : Barre graphique : "Est-il envisageable de faire une soirée festive sans alcool"

Si les personnes peuvent faire une soirée sans alcool alors pourquoi y a-t-il autant de consommation ?



Figure 24 : Secteur graphique : "Quelle discothèque préférez-vous ?"

A Reims, il y a plusieurs discothèques ou club, nous les avons cherchés et nous avons demandé aux personnes enquêtées de nous dire quel club ils préfèrent sur Reims, les résultats furent l'Atrium à 39,4% et le Vogue à 38,5%, à eux deux ils obtiennent 77,9% des voix (**figure 24**).



La majorité des personnes nous ayant répondu étant des étudiants et des personnes jeunes, nous en concluons que ces deux clubs sont en effet les plus prisés chez les étudiants et les personnes de moins de 25 ans. Ensuite sur ce même échantillon nous avons demandé la fréquence de fréquentation de toutes ces boîtes de nuit et nous avons obtenu les résultats suivants (**figure 25**).

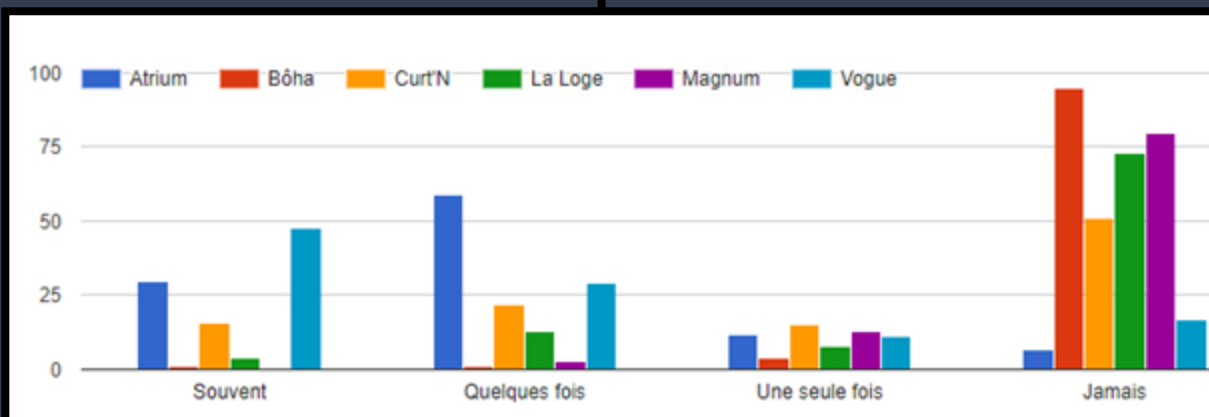


Figure 25 : Histogramme : "A quelle fréquence vous rendez-vous dans les discothèques de Reims ?"

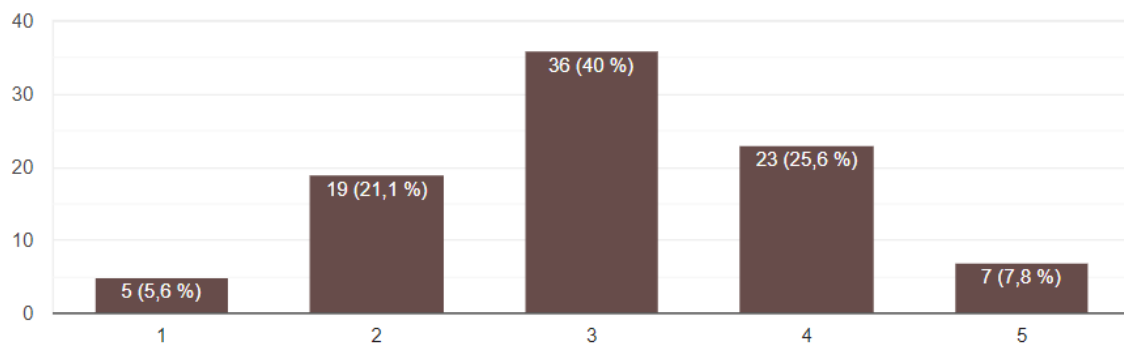
Contrairement à l'Atrium, où la majorité des enquêtés se disent le fréquenter que quelques fois, le Vogue lui, a une clientèle plutôt fidèle car parmi les personnes fréquentant souvent une boîte de nuit, le Vogue se retrouve en tête avec 48 voix.



C'est à ce moment que nous tournons nos questions sur le Vogue : nous avons donc demandé « quelles sont les raisons de votre venue dans cette discothèque ? Pourquoi cette dernière et pas une autre ? ». Les réponses ce sont à 32,86% tournées sur l'ambiance et la musique de ce lieu. Mais la proximité au centre-ville est aussi l'un des facteurs pour la fréquentation de cette discothèque. D'autres atouts ont aussi été mentionné comme le personnel aimable, la présence de podium ainsi que la population qui fréquente le lieu.

Nous avons également demandé de donner une note générale quant à l'ambiance de la discothèque. Sur 90 enquêtés, 36 (40%) ont mis la note moyenne, soit 3. Ceci induit donc une ambiance à deux facettes avec des atouts mais aussi des inconvénients (**figure 27**).

Figure 27 :
Histogramme :
"Comment noteriez-vous l'ambiance au sein du Vogue"



En effet, cette ambiance a de nombreux points positifs comme : la population et la promiscuité au sein du Vogue. Ceci est un atout selon 30% des enquêtés, également l'accueil, le personnel et le DJ qui au niveau des atouts ont été mentionné par 23,33% des réponses et bien sûr l'ambiance et la musique qui font quand même la renommée et l'attraction que l'on peut avoir pour une discothèque qui ont été mentionné par 36,66% des votants. Cependant, il y a aussi énormément de points négatifs comme : la population qui fréquente la discothèque et le monde présent dans la discothèque qui pour 34,78% des votants sont des inconvénients, et 19,55% des votants ne se sentent pas en sécurité au sein du club en observant la violence et le harcèlement présent lors de leurs soirées. Le reste des votants trouve des inconvénients dans l'ambiance et l'aménagement du lieu.

La sécurité ressentie autour du Vogue a également été un de nos points de questionnement vis-à-vis de nos enquêtés. Parmi les 90 enquêtés, après avoir posé une question sur les avis positifs du Vogue nous avons cherché les points négatifs de celle-ci. Nous avons donc posé la question suivante : « Quels sont les inconvénients ressortant de cette ambiance ? » : certaines personnes ont noté à 23,91% un sentiment d'insécurité en mentionnant la présence de violence, de harcèlement et d'un manque de personnel compétent pour empêcher ces abus. Le harcèlement est une donnée forte dans nos résultats car les personnes qui ont répondu sont en majorité des femmes et ce sont les premières à être victime du harcèlement en boîte de nuit. Ce questionnaire leur a peut-être permis de dénoncer un possible fort harcèlement, étant visible ou non, dans ces lieux.

Nous nous sommes interrogés également sur les lieux favoris des usagers au sein de la discothèque parmi ceux allant souvent au Vogue. 81.1% des 90 personnes interrogées nous ont répondu que leur endroit privilégié lors de leur dernière soirée était "Sur la piste de danse / Podium". Ce qui montre certaines des envies principales des jeunes qui sont d'ailleurs énormément ressorties dans nos réponses à savoir : l'évasion et la danse (**figure 26**).

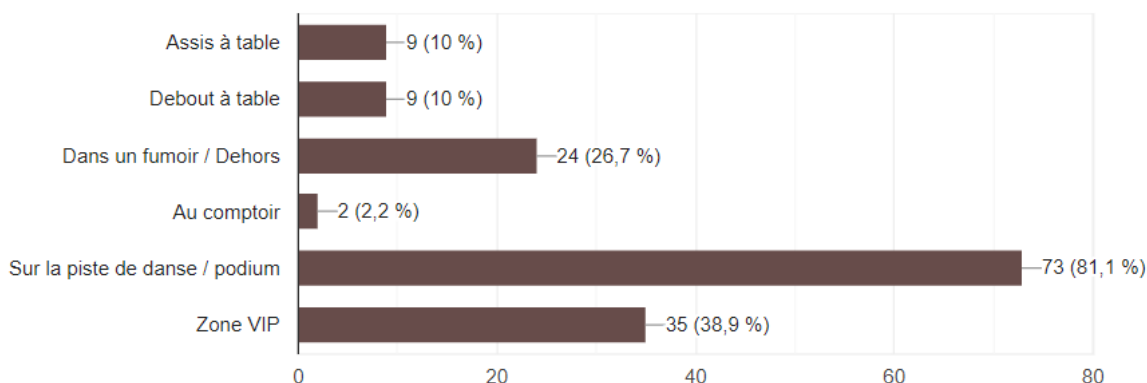


Figure 26 : Histogramme :
"Endroits les plus utilisés au sein du Vogue, lors de votre dernière soirée"



En plus de l'ambiance, nous nous sommes interrogés sur le regard des enquêtés vis-à-vis de l'aménagement de l'espace au sein du Vogue. Même constat que pour l'ambiance, la discothèque a une double facette (avec 50% de vote, soit 45 votes pour le degré 3) pour les 90 enquêtés, à savoir des atouts mais également des inconvénients (**figure 29**).

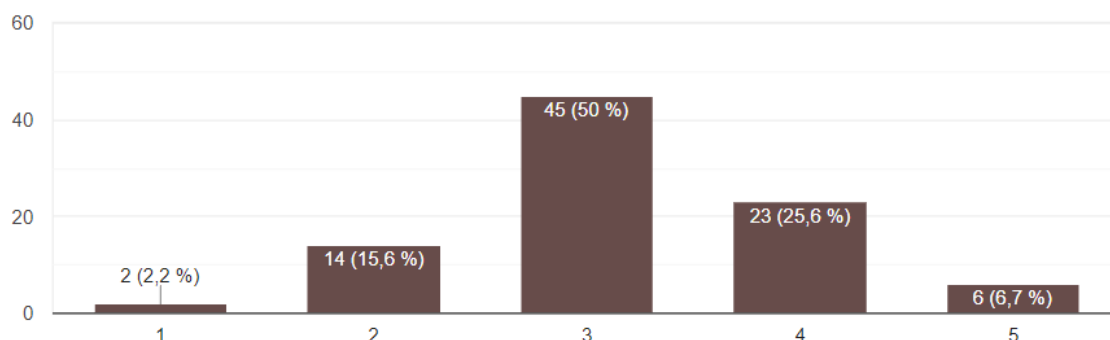


Figure 29 :
Histogramme : "Quelle note donneriez-vous à l'aménagement du Vogue ?"

En effet, ces aménagements ont de nombreux points positifs comme : la présence d'un podium, des espaces VIP bien agencés et donc la création d'un endroit convivial. Cependant, il y a aussi énormément de points négatifs comme : la superficie et le manque d'espace qui sont les plus gros enjeux du Vogue car 63,8% des votant nous les ont cités en inconvénients. Le fumoir pose aussi problème de par sa superficie et le manque d'espace qu'il engendre. Ainsi, plusieurs avis parlent de "fumoir irrespirable".

Si des aménagements devaient être fait au sein du Vogue, la grande majorité des votants (26,32%) demandent un agrandissement de la superficie. Cependant, au vu de la localisation de la discothèque, il paraît impossible de pouvoir agrandir le lieu. Dans un second temps, les enquêtés voudraient disposer d'une meilleure ventilation dans l'établissement (surtout dû à la présence d'un fumoir trop restreint à l'intérieur de la discothèque). Ainsi à 17,54% les enquêtés souhaiteraient la création d'un fumoir extérieur. Également pour 17,54% des votants qui réclament une ventilation plus conséquente dans l'établissement. Enfin, pour 8,77% des sondés la création d'un fumoir respirable semble indispensable.

Nous avons ensuite posé des questions sur les consommations des enquêtés. Parmi ces consommations, 38,9% des 90 enquêtés dépensent entre 10 et 20€ dans cette discothèque et 30% dépensent entre 20 et 50€ ce qui montre encore une fois la présence d'une majorité d'étudiants aux revenus assez modérés (**figure 28**).

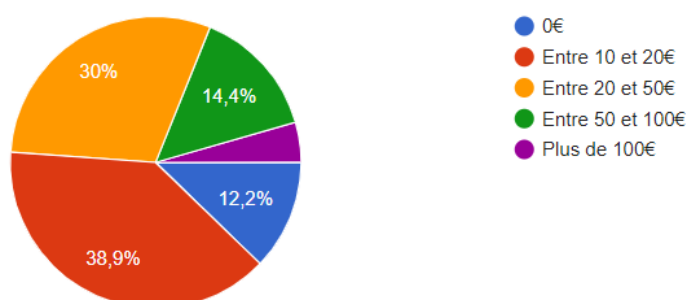


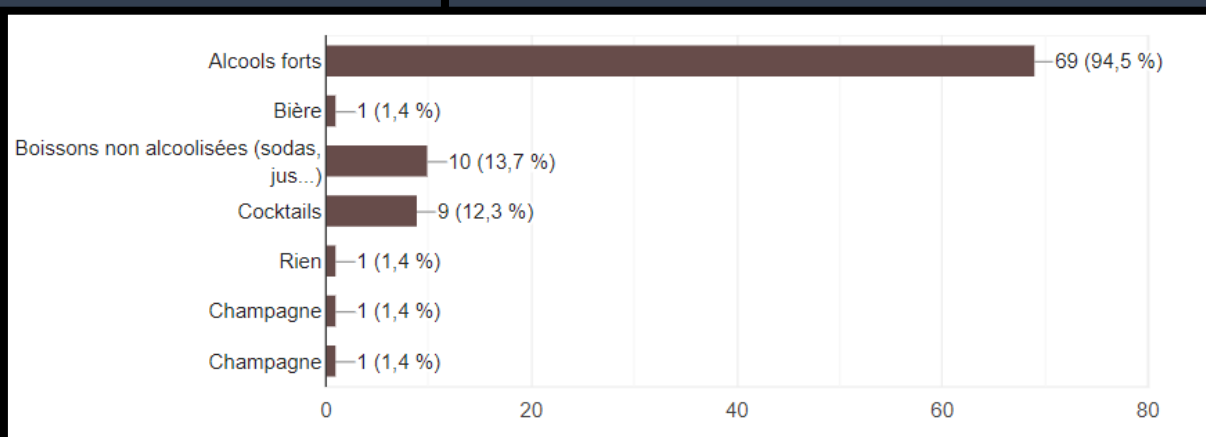
Figure 28 : *Secteur graphique : "Combien dépensez-vous en moyenne (individuellement) au Vogue ?"*



De plus, nous notons quand même très peu d'avis faisant état de présence de drogues, ce qui est positif pour la réputation du monde de la nuit à Reims qui est « connu » pour être le monde de tous les excès comme les médias peuvent le dire à l'échelle nationale mais aussi internationale. En effet, sur nos 90 enquêtés, 82 nous ont répondu qu'ils ne consommaient pas de drogues, soit 96,7%.

A l'inverse, parmi ces consommations, l'alcool est un des éléments principaux bien entendu. Parmi les alcools les plus répandus en discothèque, les alcools forts sont les plus représentés, en effet au Vogue, 94,5% des 72 enquêtés buvant de l'alcool dans la discothèque en consomment (**figure 31**).

Figure 31 : Barre graphique : "Quels types d'alcool consommez-vous au Vogue ?"



Nous nous sommes ensuite intéressés aux moyens de locomotion qui permettent aux usagers de venir au Vogue. Sur les 90 enquêtés, la grande majorité des usagers viennent à pied (70%). Pour rappel, le Vogue est une discothèque qui se trouve au centre-ville, ce qui facilite la venue à pied. Ensuite 25,6% des usagers viennent en voiture, mais avec la forte consommation d'alcool nous espérons que ces usagers se préparent et qu'ils désignent un SAM. Le reste des usagers viennent en tramway ou en taxi. Enfin, contre toute attente malgré l'initiative du noctambus nous enregistrons aucune réponse favorable au bus (**figure 30**).

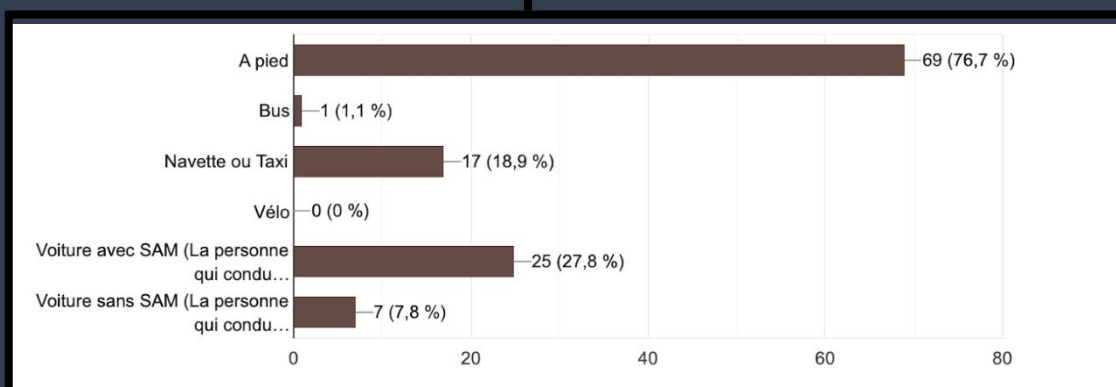


Figure 30 : Barre graphique : "Par quels moyens de locomotion repartez-vous le plus souvent ?"

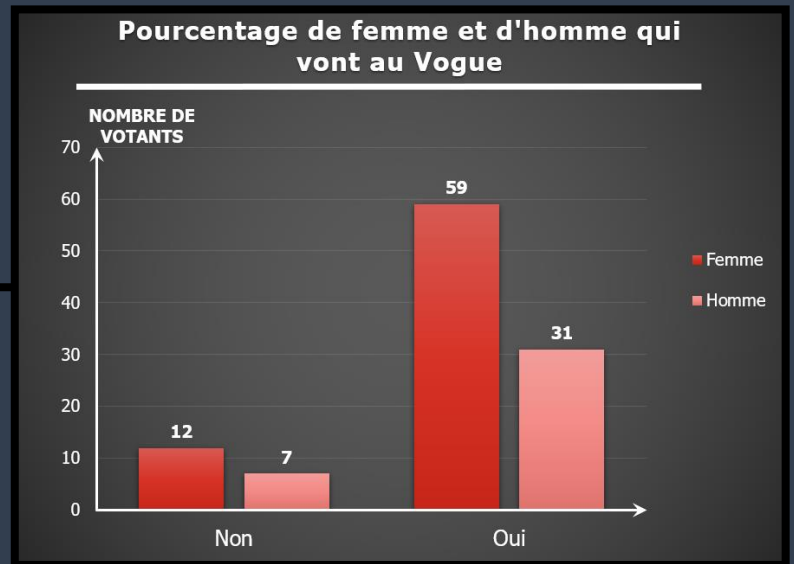


Généralement, sur les 90 réponses que nous avons eues, la grande majorité des enquêtés arrivent au Vogue pour commencer leur soirée vers 1h du matin pour 38 d'entre eux. Pour 21 personnes, leurs arrivées se fait légèrement plus tôt à 0h30. Seulement 16 enquêtés n'arrivent sur le lieu de leur soirée pour ou après 1h30 du matin (et le maximum est de 2h du matin).

Les personnes interrogées quittent pour 39 d'entre eux les lieux entre 4h et 4h30 du matin. 22 personnes partent de la discothèque à 5h du matin. Les plus fêtards (7 personnes) finissent leur soirée au petit matin à 6h.

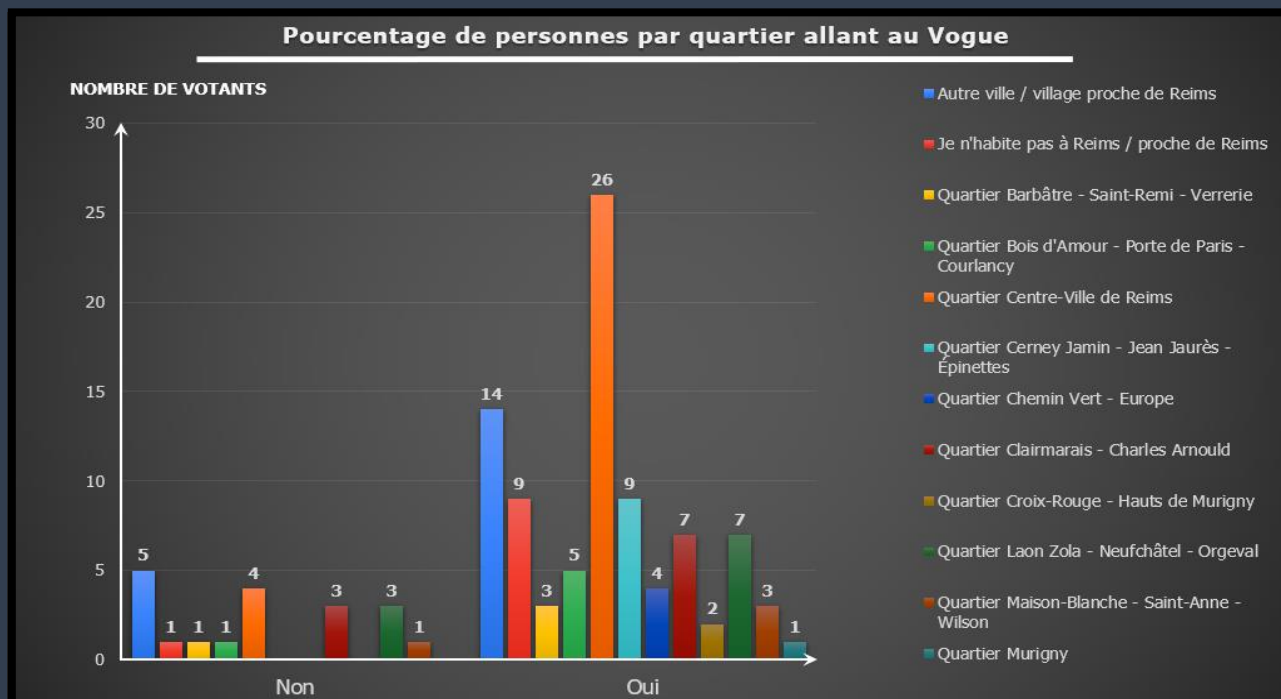
Ainsi, une majorité de 40 personnes restent sur les lieux de leur soirée entre 3h et 3h30. 32 d'entre eux restent 4h et plus. Une plus faible minorité (2 votants) restent seulement 1h30 au Vogue.

Figure 32 : Histogramme : "Pourcentage de femme et d'homme allant au Vogue"



Grâce à l'ensemble de ces réponses nous avons pu établir certains tris croisés selon les résultats obtenus. Tout d'abord, grâce à ce graphique, concernant la population du Vogue, parmi les 109 personnes allant au Vogue, une grande majorité des usagers de la discothèque sont des femmes : 59 personnes qui fréquentent la discothèque sont féminines et 31 sont des hommes. Le Vogue reste une discothèque prisée des jeunes femmes en quête d'amusement et de danse (**figure 32**).

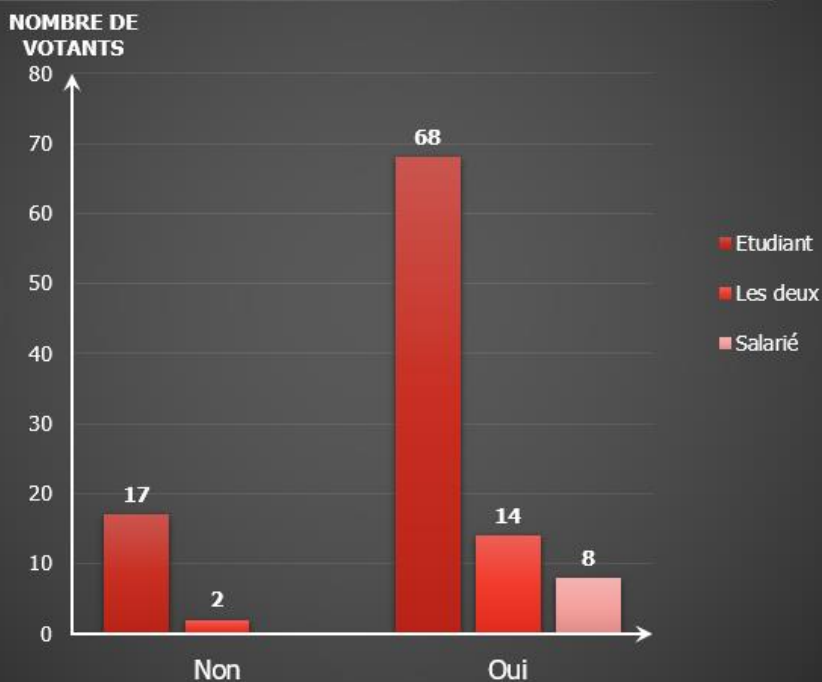
Figure 33 : Histogramme : "Pourcentage de personnes par quartier allant au Vogue"



Ensuite, nous nous sommes intéressés à leur localisation. Parmi ces 109 personnes, 26 viennent du centre-ville et 14 d'autres villes ou village situés hors de Reims. Ce résultat peut s'expliquer dû à sa proximité au centre-ville mais aussi car le Vogue a une clientèle issue de milieu socialement plus aisé (**figure 33**).



Pourcentage d'étudiant, de salarié ou d'étudiant/salarié qui vont au Vogue



Grâce à cet histogramme, nous pouvons voir qu'une grande majorité des usagers du Vogue sont des étudiants, 68 votants sur 109 qui fréquentent le Vogue sont des étudiants soit 62,3% de nos réponses (**figure 34**).

Figure 34 : Histogramme : "Pourcentage d'étudiant, de salarié ou d'étudiant/salarié allant au Vogue"

Enfin, afin de confirmer la « suprématie » du Vogue vis-à-vis des autres discothèques pour les étudiants, nous nous sommes intéressés aux préférences des personnes enquêtées. Sur 109 personnes qui sont des étudiants ou des jeunes salariés, nous voyons réellement deux discothèques qui dominent les préférences. L'Atrium et le Vogue : 69 étudiants ont voté pour ces deux discothèques et le reste ont voté pour les autres discothèques. Grâce à cela nous pouvons affirmer que le Vogue et l'Atrium sont bien les deux discothèques les plus prisées des étudiant rémois. La suprématie préférentielle des étudiants est donc partagée entre le Vogue mais aussi l'Atrium (**figure 35**).

Pourcentage d'appréciation des différentes discothèques pour les étudiants, salariés ou d'étudiants/salariés

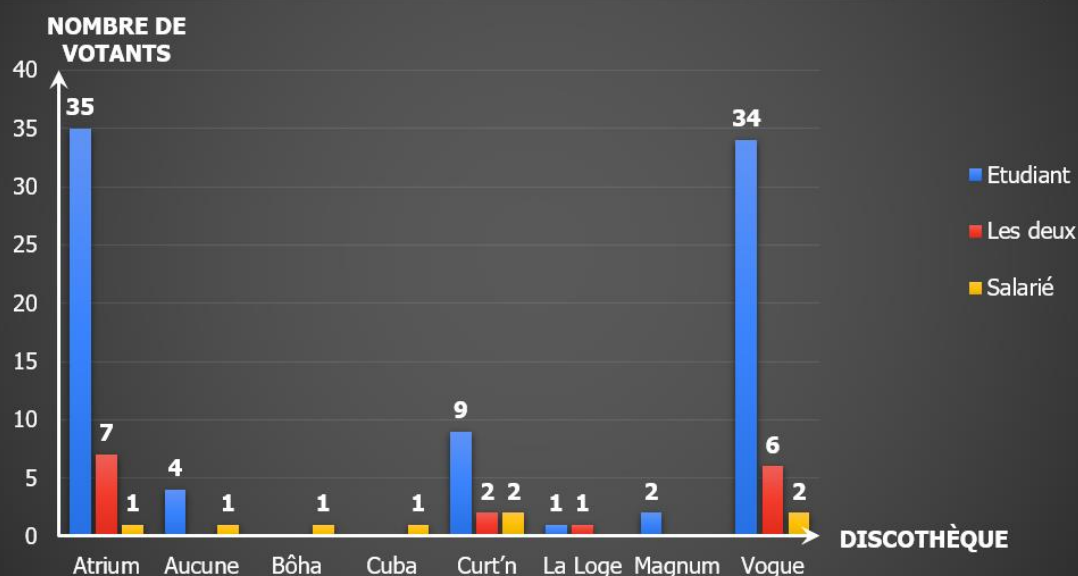


Figure 35 : Histogramme : "Pourcentage d'appréciation des différentes discothèques pour les étudiants, salariés ou d'étudiants/salariés"



Les limites de cet outil sont tout d'abord visibles à travers les réponses faussées de certaines personnes (réponses qui n'ont aucun rapport avec les questions posées). De plus, les questionnaires en ligne, malgré notre échantillon de 140 personnes, ne permet pas vraiment d'avoir tous les types d'avis et tous les types de réponses à notre questionnaire. C'est le cas notamment des réponses sur les drogues, auxquelles peu de personnes ont répondu. Enfin, une dernière limite, nous avons un avis extérieur et non interne à notre groupe, malgré nos expériences. En effet, les réponses données sont issues de personnes externes à notre rapport et nous ne pouvons pas juger de la véracité de leurs réponses.

Pour conclure, cette analyse n'a pas pour but de faire un plaidoyer pour ou contre les discothèques. Nous sommes venus analyser l'utilisation de celles-ci faite par les étudiants et étudiantes de Reims. Nous pouvons donc dire que la jeunesse rémoise aime fréquenter ce genre d'établissement malgré un certain coût. C'est un lieu qui permet de s'évader, de la pression des études, c'est un lieu de fête qui réunit les amis mais avec l'étude de cas du Vogue elle ne réunit pas tout le monde. Elle n'est pas accessible à tous car l'ambiance ne plaît pas à la majorité, la promiscuité non plus et les styles musicaux ont une grande place dans la fréquentation de telle ou telle discothèque. En ce qui concerne le Vogue on note que c'est un endroit de fête et d'amusement. Avec des soirées à thèmes et tous autres engagements pour faire des soirées les plus festives possibles. Cependant, des abus persistent et la présence de violence et harcèlement restent les deux problèmes les plus cités. Une question se pose : comment faire pour enrayer cela ? Autre interrogation, socialement, le Vogue est essentiellement fréquenté par une clientèle issue du centre-ville, est-ce dû au fait de sa proximité au centre-ville ou est-ce un choix du personnel ? Au vu de nos recherches (et de nos soirées dans différents établissements), le prix est équivalent aux autres endroits donc je ne pense pas que l'on puisse parler de discrimination budgétaire vis-à-vis des personnes classées les plus basses socialement. Nous avons pu observer que la présence majoritaire de population est issue du centre-ville dû à la situation de la discothèque mais aussi, éventuellement, de par le style musical qui est plus apprécié. L'ensemble de cette enquête, amènerait éventuellement, à une autre étude sociale, intéressante à aborder : l'impact social de la musique et son influence à différentes échelles.





**L'abus d'alcool est
dangereux pour la santé, à
consommer avec
modération !**

Merci de votre lecture



**BE
YOURSELF
VOGUE DOES THE REST**


V O G U E
Urban Clubbing

