

LES FEMMES DANS LES BARS DE LA VILLE D'ISSOIRE

LA PRESENCE FEMININE DANS UN ESPACE DE SOCIALISATION TRADITIONNELLEMENT MASCULIN EN QUESTION

Pourquoi enquêter sur la présence des femmes dans les bars ?

Les bars, officiellement nommés « débits de boisson à consommer sur place », sont un lieu traditionnellement considéré comme un domaine « masculin », « viril » (nous nommons bar tout débit de boisson dont une partie est aménagée pour consommer debout ou assis, et comportant généralement des tabourets hauts devant un comptoir). C'est aussi le théâtre d'une socialisation particulière, de rencontres, d'interactions spécifiques. Lieu de commerce généralement associé à la convivialité, voire aux rencontres, les bars peuvent également prendre le nom de cafés – la distinction s'opérant souvent selon une idée de « standing », le café étant souvent considéré comme plus « chic » que le bar, tout comme le salon de thé. Les représentations individuelles semblent ainsi beaucoup influencer la définition de notre objet.

La présence d'une femme dans un tel espace, majoritairement investi par des hommes – bien que public et théoriquement ouvert à tous – ne va donc pas toujours de soi, voire peut être considérée (de manière plus ou moins consciente) comme « *illégitime* » (Lieber, 2008), en particulier par des clients masculins. Il y a seulement cinquante ans, on peut dire que les bars, notamment hors des grandes agglomérations, regroupaient une clientèle entièrement masculine, et que l'entrée d'une femme – vue comme empiétant sur un territoire qui n'est pas le sien, et donc « hors-normes », voire « prostituée » – dans ces lieux suscitait la désapprobation générale. Qu'en est-il aujourd'hui ?

Avant notre départ sur le terrain, nous émettions par exemple l'hypothèse qu'une femme seule accoudée à un bar pouvait, en certaines occasions, être considérée comme nécessairement à la recherche d'une aventure et acceptant implicitement de recevoir des avances plus ou moins pesantes – désagréments que les hommes n'auraient pas à supporter de leur côté. Un tel présupposé s'est révélé en partie vérifié au cours de notre enquête, bien que la différence de traitement entre hommes et femmes ne soit bien sûr pas toujours aussi tranchée.

D'autre part, les bars, en tant qu'espace de sociabilité public accueillant des individus aux trajectoires sociales variées, constituent d'une manière générale un lieu potentiellement fragilisant. En outre, dans ce lieu clos où les individus « stationnent » plus ou moins longtemps, la « déviance » a tôt fait d'être repérée (ainsi, toute personne n'appartenant pas à un cercle d'habitues – en l'occurrence, les enquêteurs – attire l'attention dans la quasi-totalité des établissements observés).

Or, on peut supposer qu'une cliente elle-même peut adopter certaines postures sociales différant de celles des clients masculins – et découlant peut-être en partie de la manière spécifique dont elle est considérée. D'une manière générale, l'association entre « femmes » et « espace public » induit une dimension de danger, ou du moins de vulnérabilité : pour quelles raisons ? En d'autres termes, les femmes fréquentant – de manière régulière ou exceptionnelle – ce type de lieu développent-elles des comportements, des stratégies particulières de « protection » ? Il conviendra donc également de s'intéresser à un éventuel sexisme intériorisé de la part des femmes. Redoutent-elles la fréquentation des bars ? Quelle vision ont-elles des autres femmes présentes dans ces lieux ?

Ainsi, malgré le fait que les espaces publics sont généralement vus comme des lieux asexués et propres à l'interaction entre des individus neutres, ils sont propices à générer un grand nombre de situations que Marylène Lieber (2008), qualifie de « *rappels à l'ordre sexué* » (le plus souvent un ensemble de brimades plutôt que des atteintes directes au corps). Ces pratiques sont généralement considérées comme une composante normale, anodine, de la vie quotidienne des femmes – et ne sont donc pas remises en cause. Il est fréquent, sinon banal, lorsque l'on évoque ce sujet avec des femmes, d'entendre parler de « *tactiques d'évitement* », voire d'exclusion de certains lieux de l'espace public, à certaines heures.

En effet, l'idée – fondée sur notre expérience « profane » de la fréquentation de ce type de lieux en région parisienne – selon laquelle certains signes, attitudes, regards, peuvent traduire, plus ou moins subtilement, une discrimination envers la clientèle féminine des bars – principalement de la part d'une partie de la clientèle masculine – nous semblait admise. Une telle discrimination peut revêtir des aspects divers et parfois difficilement identifiables (elle peut par exemple se traduire par certaines formes de violences, mais aussi se vouloir « *bienveillante* » – Lieber, 2008 – selon les cas), que nous nous sommes proposés d'observer. Une telle idée a dû être largement nuancée au cours de l'enquête, principalement dans la mesure où les rapports sociaux de genre différaient en fonction de plusieurs variables, telles que le type d'établissement – donc sa clientèle –, les heures de la journée, etc.

Nous avons donc été amenés à nous interroger également sur l'identité des clients masculins : qui porte tel regard sur telles femmes présentes dans les bars ? Quelles en sont les raisons ? Nous avons ainsi pu voir que ce n'était plus comme jadis la présence de femmes en elle-même qui pouvait interpeller certains clients des bars, mais des caractéristiques comportementales (par exemple, les boissons consommées, le fait d'être accompagnées ou non, etc.).

Nous avons ici évoqué le cas des clientes des bars. Cependant, nous sommes également partis sur le terrain dans l'idée d'observer la situation du personnel féminin et des patronnes de ces établissements. En effet, Mann et Spradley (1975 : 14) parlent dans ce cas-là d'un « *woman's work in a man's world* » entrant tout à fait dans l'objet de notre enquête.

Notre questionnement portera donc sur la question de l'ouverture aux femmes de l'espace public – mais genré – que constituent les bars d'Issoire : cet accès est-il considéré comme naturel et légitime par toutes, ou les bars constituent-ils au contraire un terrain de plus à conquérir par celles qui pourraient le souhaiter ?

Conditions de l'enquête et méthodologie. Nous avons mené une enquête de terrain dans quatorze bars différents de la ville d'Issoire, entre le 5 et le 12 décembre 2009, dans le cadre de la validation d'un stage de terrain en troisième année de licence à l'université de Paris VIII, encadrés par nos professeurs. Avant notre départ, nous avons procédé au recensement des bars d'Issoire par le biais d'Internet, et avons complété notre répertoire d'adresses une fois sur place, afin d'établir une cartographie la plus précise possible des bars de la ville. Nous avons rapidement pu remarquer qu'une forte proportion de ceux que nous avons répertoriés se concentraient sur un axe important (le boulevard de la Manlière) entourant l'ouest du centre-ville.

Une éventuelle « illégitimité » – ici, de la présence d'une cliente dans certains bars, à certaines heures – peut conduire à des formes de sanction sociale plus ou moins diffuses. Une telle dimension est informelle, puisque dans un bar – si ce n'est dans certains établissements explicitement non mixtes – aucun règlement n'interdit la présence de femmes. Il est par conséquent difficile de mesurer à l'aune de simples déclarations le degré d'« acceptabilité » des femmes dans les bars, c'est pourquoi l'analyse de données quantitatives – bien que limitées – s'est avérée une approche à la fois plus objectivante et plus porteuse de sens que des entretiens semi-directifs seuls.

Il convenait bien sûr de s'interroger sur les motivations des femmes concernées : peut-être ne se sentent-elles pas victimes d'une difficulté dans l'accès aux bars, d'un regard discriminant ou encore de violences plus ou moins diffuses ? Et si sexisme – peut-être informel, donc difficile à appréhender – il y a au sein de bars, il importe de pouvoir accéder au point de vue des femmes comme révélateur de cette dimension. C'est pourquoi nous avons mené plusieurs entretiens semi-directifs avec les différents acteurs en présence dans les bars, et avons dû, étant donné le temps limité dont nous disposions, concentrer nos efforts en direction des femmes au bout de quatre jours.

Ces entretiens ont été menés avec des clientes, mais aussi avec des membres du personnel des bars étudiés. Nous n'avons généralement pas parlé de notre problématique à nos interlocuteurs de manière précise : en fonction de la personne, nous nous sommes parfois contentés d'expliquer que nous menions une étude sur les bars, la clientèle des bars ou encore la socialisation dans les bars, afin d'éviter au maximum de biaiser ses éventuelles remarques au sujet de la présence féminine dans ces établissements. Parfois, nous avons néanmoins explicité notre objet de recherche, afin d'amener nos interlocuteurs à en parler plus précisément et à nous donner un point de vue sur la question. Dans certains cas, ledit point de vue nous est apparu comme très convenu

(« ce que l'enquêteur veut entendre »), stéréotypé (divers lieux communs qu'il est peu « risqué » de formuler) – parfois parce que l'interlocuteur ne se posait tout simplement pas de question à ce sujet avant l'entretien, n'avait identifié aucun « problème » –, et d'autres entretiens se sont révélés plus approfondis.

Les impressions personnelles de membres du personnel des bars et des patron-ne-s ont constitué des indicateurs précieux en matière de données portant sur la fréquentation quotidienne des bars et d'anecdotes diverses. Le « sens vécu » des individus nous a été davantage accessible à travers les entretiens/discussions menés auprès de client-e-s, qui se sont parfois davantage étendus sur leur vie en général.

Il avait été souligné, lors des séances de préparation à l'enquête au premier semestre, que le genre de l'enquêteur pouvait influencer, dans une certaine mesure, sur les attitudes et propos des enquêté-e-s. Nous avons donc souhaité tirer parti, au cours de l'enquête, de nos statuts respectifs (une fille, jeune de surcroît – noire –, et un garçon – blanc), en menant une série d'observations participantes, au cours desquelles (séparément, dans un même établissement ou non) l'une pourrait expérimenter « de l'intérieur » la situation d'une femme seule dans un bar, et l'autre le rôle d'un client parmi d'autres (et pourrait observer d'un autre point de vue, plus périphérique, la situation de sa camarade, entre autres). Ce type d'expérience dans un même établissement n'a été effectué que peu de fois, car nos observations et entretiens se sont finalement le plus souvent déroulés séparément.

Ces observations directes des pratiques sociales dans les lieux où elles se développent, menées avec prises de notes, procédés de recension divers, croquis, schémas (portant principalement sur la répartition sexuée dans l'espace des bars) et si possible photos, ont constitué une source essentielle de données pour nous, à l'origine des analyses statistiques que nous avons pu effectuer ultérieurement. Des fiches descriptives pour chaque établissement étudié ont été remplies en sus des compte-rendus d'observation. Nous avons en outre fait en sorte d'observer des bars à différentes heures de la journée, plusieurs fois pour certains établissements.

Le fait que quasiment toutes les personnes présentes dans les différents bars semblaient se connaître entre elles nous a tout de suite identifiés comme « éléments étrangers », sans toutefois que nous ayons été en butte à des manifestation d'hostilité – plutôt de curiosité. Ainsi, certaines « stratégies » d'observation séparée ont parfois pris des tournures imprévues, dans la mesure où nous étions « remarqués » immédiatement par les clients des bars. Par exemple, un soir au *Chicago Café*, le fait que trois inconnus (les deux enquêteurs et une camarade « invitée » dans l'idée d'observer les interactions que sa présence induisait parmi une clientèle exclusivement masculine) se présentent séparément l'un après l'autre, tous d'un âge inférieur à la moyenne générale (qui était d'une quarantaine d'années), prenant des notes pour deux d'entre eux, n'était pas un exemple de discrétion (il ne s'agissait cependant pas d'« espionnage », mais plutôt d'une volonté de se « fondre dans le décor » habituel des autochtones). En outre, après une semaine passée à arpenter les rues du centre-ville d'Issore, nous avons pu remarquer que nous étions désormais « reconnus » par les habitués des divers établissements (en particulier l'enquêtrice, dont la couleur de peau, peu représentée dans cette ville, l'a rendue d'autant plus « repérable »).

Ainsi, les enquêteurs n'étaient pas les seuls à observer : cette enquête nous a mis en position de « *facteur de perturbation* » (Arborio et Fournier, 2008 : 86), perturbation que nous avons tenté d'atténuer en adoptant le rôle de clients parmi d'autres lors de nos observations – tout en assumant notre statut d'« étrangers » à cette petite ville et aux cercles de camaraderie existant au sein des établissements étudiés.

Il conviendra dans un premier temps de poser le cadre général de notre étude : les données statistiques agrégées que nous avons recueillies au cours de notre semaine d'enquête ont en effet mis en évidence le fait que les bars sont et demeurent un espace globalement masculin. Néanmoins, nous verrons dans un second temps qu'aujourd'hui les femmes sont loin d'être exclues des bars d'Issore. Or, diverses variables caractérisent la féminisation de ce type de lieux : nous nous demanderons donc quelles femmes fréquentent quels établissements. Enfin, nous verrons comment et dans quelle mesure le caractère normatif des rapports sociaux de genre s'insère dans l'espace de socialisation publique que sont les bars.

I - LES BARS EN TANT QU'ESPACES GENRÉS : UN TERRITOIRE D'HOMMES

Un espace investi majoritairement par des hommes.

Nous n'avons pu manquer de constater que, dans la quasi-totalité des bars étudiés, les hommes étaient surreprésentés, comme l'indiquent les données agrégées que nous y avons recueillies.

•Tableau ci-dessous : part totale des femmes et des hommes observés dans les bars au cours de l'enquête :

	Effectifs	%
Nombre total de femmes	182	39%
Nombre total d'hommes	290	61%
TOTAL	472	100%

Ces données brutes montrent en effet une prépondérance masculine en matière de fréquentation des bars, qui se retrouve à l'échelle de quasiment chaque établissement :

•Tableaux ci-dessous : part des hommes et des femmes dans les bars Le Tradi, le Sweet B, La Marmotte, le Chez Picon.

Le Tradi

06/12/2009

	Effectifs	%
Part des femmes	20	36%
Dont clientèle	18	32%
Dont enfants*	1	2%
Dont personnel	1	2%
Part des hommes	36	64%
Dont clientèle	31	55%
Dont enfants*	3	5%
Dont personnel	2	4%
TOTAL	56	100%

Le SofTime

07/12/2009

	Effectifs	%
Part des femmes	6	30%
Dont clientèle	5	30%
Dont enfants*	0	0%
Dont personnel	1	0%
Part des hommes	14	70%
Dont clientèle	12	50%
Dont enfants*	0	0%
Dont personnel	2	20%
TOTAL	20	100%

* Enfants de moins de 15 ans comptés à part la clientèle adulte.

La Marmotte

08/12/2009

	Effectifs	%
Part des femmes	16	41%
Dont clientèle	15	33%
Dont enfants*	0	0%
Dont personnel	1	2%
Part des hommes	29	59%
Dont clientèle	27	60%
Dont enfants*	0	0%
Dont personnel	2	5%
TOTAL	45	100%

Le Chez Picon

08/12/2009

	Effectifs	%
Part des femmes	2	10%
Dont clientèle	2	10%
Dont enfants*	0	0%
Dont personnel	0	0%
Part des hommes	18	90%
Dont clientèle	17	85%
Dont enfants*	0	0%
Dont personnel	1	5%
TOTAL	20	100%

Ces quatre exemples sont, illustratifs d'une tendance générale. Notre présupposé de départ s'est donc trouvé confirmé : en effet, nous avions dans un premier temps pensé mener une étude sur la socialisation dans les bars d'une manière générale. L'idée selon laquelle nous y rencontrerions une large majorité d'hommes a suscité un questionnement de notre part : qui fréquente effectivement les bars ? Quelles raisons sociologiques expliquent le fait que nous y avons noté la présence de davantage d'hommes que de femmes ?

La plupart des hommes observés sont venus dans le but de se distraire en buvant un verre, souvent en discutant avec des amis, des clients, ou encore les gérant-e-s de l'établissement fréquenté. Certains jouaient aux cartes, d'autres regardaient des matches de football à la télévision. Ce mode de fréquentation trouve-t-il un parallèle féminin ?

Un personnel plutôt masculin.

Mann et Spradley, au sujet du rôle de la serveuse, parlaient de « *female at work in a male world* ». Cette idée se vérifie particulièrement dans le cas du *Chicago*, observé un jeudi entre 19h05 et 20h45.

• **Tableau ci-dessous : Part des hommes et des femmes dans le bar Le Chicago :**

	Effectif	%
Part des femmes	1	6%
Dont clientèle	0*	0%
Dont enfants*	0	0%
Dont personnel	1	6%
Part des hommes	15	94%
Dont clientèle	13	82%
Dont enfants*	1	6%
Dont personnel	1	6%
TOTAL	16	100%

* Exceptées Soumaya et Anna.

On constate que la seule femme en présence est la serveuse (d'une trentaine d'années), face à des clients (ayant en moyenne une quarantaine d'années).

A une question de l'enquêtrice portant sur la présence d'une femme derrière un comptoir, en tant que serveuse, la patronne de l'*Hospitalier* affirme d'ailleurs :

« Un homme préfère avoir une femme à servir qu'un homme, ça c'est sûr. »

Néanmoins, selon nos observations, sur neuf bars¹, onze femmes serveuses ou patronnes d'établissement ont été identifiées (par observation, sans toujours connaître leur rôle exact, ou par mention de la part d'un indicateur), contre vingt hommes : cette variation allant du simple au double nous fait ainsi écrire, en réponse à l'analyse de Mann et Spradley, que dans les bars d'Issoire, il s'agit globalement d'un "travail effectué par des hommes dans un monde d'hommes".

Il existe néanmoins des contre-exemples à ce premier constat : dans quatre bars (le *Rendez-vous'* entre 13h05 et 14h00, le *Just coule* entre 15h14 et 15h40, l'*Hospitalier* entre 14h00 et 15h30 et le *Bistro d'à côté* entre 13h30 et 15h00), le nombre de femmes observées a été plus élevé que celui des hommes, ou le sex-ratio s'est révélé équilibré. Ces observations nous laissent ainsi entrevoir un panel de variables (que nous aborderons dans la seconde partie de notre développement) susceptibles d'expliquer ces taux de présence féminine plus élevés que la moyenne.

II - PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES DE LA PRESENCE FEMININE DANS LES BARS

Nous avons vu que les femmes sont loin d'être absentes dans tous les bars. Qui sont-elles ? Quel est leur mode de fréquentation des bars ? Diffère-t-il de celui des hommes, et si oui sur quels points ? Différentes variables semblent caractériser, voire conditionner leur présence dans ce type d'établissements.

La variable de l'âge.

L'âge moyen des femmes comme des hommes fréquentant les bars d'Issoire semble relativement fixe selon les établissements et avoisine les trente ans (quarante dans le tableau ci-dessous). Précisons néanmoins que les moyennes répertoriées ci-dessous reposent sur des observations menées à des heures trop peu variées : effectuées entre 8h20 et 20h45, et l'âge de la clientèle variant probablement selon les horaires, il aurait été souhaitable de disposer de données recueillies plus tard le soir, et plus nombreuses tôt le matin et le soir (la majorité d'entre elles ayant été recueillies au cours d'après-midi).

• **Tableau ci-après : Moyennes d'âge estimée selon le genre, le jour de la semaine et l'heure de la journée au cours de quatorze observations.**

¹ L'*Hospitalier*, La Marmotte, Le *Rendez-vous'*, L'*International*, Le *Just coule*, Le *O'Ryan's*, Le *Tradi*, Le *Chicago* et L'*Atelier*.

Ce tableau a été classé par moyennes d'âge selon un ordre croissant (en cas d'égalité de moyenne générale, c'est la moyenne d'âge des femmes qui a été prise en compte). Les données présentées demandent à être relativisées dans la mesure où elles ne reposent que sur des estimations de l'observateur (qui a évalué l'âge des personnes selon des tranches d'âge d'une dizaine d'années).

BARS	EFFECTIF	ÂGE MOYEN ESTIME PAR SEXE	MOYENNE D'ÂGE GENERALE	JOUR DE LA SEMAINE	HEURE
Le Just coule	Sur 12 femmes	27 ans	35 ans	Mercredi	15h14-15h40
	Sur 12 hommes	42,5 ans			
Le Chicago	Sur 1 femme	30 ans	35 ans	Jeudi	19h05-20h45
	Sur 15 hommes	40 ans			
Le Rendez-vous 4	Sur 3 femmes	30 ans	37 ans	Jeudi	12h48
	Sur 5 hommes	44 ans			
Le Tradi 1	Sur 18 femmes	39,5 ans	37 ans	Dimanche	14h45-15h45
	Sur 21 hommes	34,5 ans			
Le SofTime	Sur 6 femmes	37 ans	38 ans	Lundi	15h00-18h00
	Sur 11 hommes	39,5 ans			
L'Atelier	Sur 3 femmes	37 ans	40 ans	Vendredi	13h56-15h50
	Sur 11 hommes	43 ans			
Le Parfait 1	Sur 6 femmes	42,5 ans	42 ans	Lundi	11h00-12h00
	Sur 16 hommes	41,5 ans			
Le Rendez-vous 3	Sur 5 femmes	42 ans	42,5 ans	Mercredi	14h17-14h45
	Sur 5 hommes	43 ans			
La Marmotte	Sur 11 femmes	42 ans	43 ans	Mardi	12h26-13h00
	Sur 29 hommes	44 ans			
Le Tradi 2	Sur 11 femmes	44 ans	43,5 ans	Jeudi	10h31-12h45
	Sur 26 hommes	43 ans			
L'International	Sur 1 femme	40 ans	45,5 ans	Mercredi	8h20-9h00
	Sur 8 hommes	51 ans			
Le Rendez-vous 2	Sur 3 femmes	40 ans	46 ans	Mercredi	9h40-9h47
	Sur 6 hommes	52 ans			
Le Rendez-vous 1	Sur 7 femmes	46 ans	46 ans	Mardi	13h05-14h00
	Sur 5 hommes	46 ans			
Le Chez Picon	Sur 3 femmes	60 ans	54 ans	Mardi	10h53-11h24
	Sur 17 hommes	48 ans			

On peut constater que les hommes sont en moyenne plus âgés que les femmes : la « *domination masculine* » (Bourdieu, 1998) dans les bars se ferait ainsi à la fois par le nombre et par l'âge. Peut-être faut-il y voir un effet de l'évolution des mœurs entre les générations ? On pourrait en effet penser que les femmes les plus âgées, socialisées dans un contexte où les bars étaient l'apanage des hommes, fréquentent moins aujourd'hui ce type d'établissement que leurs cadettes.

Ainsi, l'analyse (ci-après) des données portant sur l'âge des personnes présentes dans un échantillon de neuf bars² nous montre que la plupart des femmes recensées avaient entre 20 et 30 ans, tandis que la majorité des hommes étaient âgés de 41 à 50 ans :

	Hommes	Femmes	Total
De 20 à 30 ans	5	11	16
De 31 à 40 ans	14	3	17
De 41 à 50 ans	20	5	25
De 51 à 60 ans	14	6	20
61 ans et plus	7	7	14
Total	60	33	93

² Le Parfait, Au Pays, le O'Ryan's, le Chicago Café, le Just coule, le Chez Picon, L'Hospitalier, Le Bistro d'à côté et Le Rendez-vous'.

En outre, on observe que certains bars, tels que le *Just coule*, le *Chicago*, *Le Rendez-vous'* (observation n°4), *Le Tradi* (observation n°1), ou encore le *Sweet B*, sont fréquentés par une clientèle plus jeune que la moyenne. Cette caractéristique de l'âge de la clientèle peut constituer un facteur favorisant une plus grande mixité dans les établissements concernés (comme nous l'avons vu dans la première partie en ce qui concerne le *Just coule* et le *Rendez-vous'*, par exemple). Nous ne disposons pas de données chiffrées concernant la moyenne d'âge du *O'Ryan's Pub*, mais au cours de notre observation nous avons pu constater que la clientèle était relativement jeune : ce fait peut être corrélé avec l'heure assez tardive à laquelle les groupes concernés se sont rendus dans cet établissement (nous n'avons notamment pas remarqué de femme âgée ce soir-là). Les clients « jeunes » semblent ainsi investir les bars plutôt en soirée, tandis que la clientèle « mûre » est majoritaire au cours de la journée.

•**Tableau ci-dessous : Répartition des client-e-s du Just coule en fonction du sexe et de l'âge.**

**Le Just coule -
15h10-16h00 :**

	Hommes	Femmes	Total
20-30 ans	2	3	5
31-40 ans	2	0	2
41-50 ans	2	0	2
51-60 ans	0	1	1
60 ans et plus	1	0	1
Total	7	4	11

Ainsi, dans un bar qualifié de « *jeune* » par un enquêté au *Parfait*, le *Just coule*, trois femmes sur les quatre présentes ont entre vingt et trente ans. La répartition de l'âge chez les hommes est plus égale : les tranches d'âge 20-30 ans, 31-40 ans et 41-50 ans sont uniformément représentées, et on note la présence d'un homme de plus de soixante ans. Or, ce bar est également celui où un sex-ratio équilibré a été observé : il semblerait que la population la plus jeune d'Issoire fréquentant les bars soit plus mixte du point de vue du genre que ses aînés.

Cependant, on peut observer le même phénomène au *Parfait* (tableau ci-contre), où la clientèle est plus âgée (notamment chez les femmes). Le jeune âge n'est donc pas nécessairement un facteur de mixité : d'autres variables sont en jeu, telles que le type de bar – point que nous évoquerons ultérieurement.

	Hommes	Femmes	Total
20-30 ans	0	2	2
31-40 ans	4	2	6
41-50 ans	6	3	9
51-60 ans	3	3	6
61-70 ans	3	4	7
71 ans et plus	1	2	3
Total	17	16	33

**Mode de fréquentation :
des femmes seules ou
accompagnées ?**

L'analyse des données agrégées

nous montre une propension moins forte des femmes à se rendre seules dans les quatorze bars étudiés au cours de notre stage. Ainsi, un client du *Parfait* déclare au cours d'un entretien que les femmes se rendent

dans les bars « *plutôt accompagnées* », ce qui se vérifie sur le terrain.

•**Tableau ci-dessous : part des hommes et des femmes selon leur « mode de fréquentation » d'un bar (seul-e ou accompagné-e).**

	Hommes		Femmes		Total
	Effectifs	%	Effectifs	%	
Seul-e	99	34%	46	25%	145
Accompagné-e	191	66%	136	75%	327
Total	290	100%	182	100%	472

En effet, 75% d'entre elles, soit plus des deux tiers des effectifs observés, sont venues accompagnées d'au moins une personne. Les hommes se sont également rendus pour la plupart dans les bars accompagnés,

cependant dans une moindre proportion (66% d'entre eux). On voit en outre que plus d'un tiers d'entre eux sont restés seuls dans les bars (les groupes incluant les personnes venues seules, mais s'étant jointes à une ou plusieurs personnes une fois dans l'établissement, ou ayant été rejointes par quelqu'un par la suite).

La patronne de l'*Hospitalier* déclare au sujet des femmes se rendant seules dans les bars :

« Y a trente ans, j'aurais dit que c'est une poivrote, parce que ça ne se faisait pas. Une femme seule qui rentrait dans un bar, elle avait besoin d'alcool, bar est égal à l'alcool, maintenant c'est différent, on sert de moins en moins d'alcool. La réputation du bar est en train de changer. »

Le mode de fréquentation des bars par les femmes – plutôt accompagnées que seules – semblait donc il y a quelques décennies lié à une réprobation sociale visant

les clientes seules. Aujourd'hui, selon notre interlocutrice, cette pression sociale tendrait à s'atténuer. Le lien, que la patronne considère comme moins prégnant aujourd'hui, établi entre une cliente seule, la consommation d'alcool et « donc » l'alcoolisme, reste cependant, nous le verrons dans une troisième partie de notre développement, une composante non négligeable de la perception sociale des femmes fréquentant les bars.

En outre, les femmes observées seules dans un bar semblent venir pour la plupart le matin ou en début d'après-midi. Ce constat est à relativiser du fait que la plupart de nos observations ont justement été effectuées à ces moments de la journée. Cependant, on peut tout de même noter qu'au cours des deux observations effectuées en soirée (au *Chicago* et au *O'Ryan's*), nous n'avons relevé la présence d'aucune femme autochtone seule.

A ce sujet, Stéphanie Condon (2005) a démontré que les espaces publics tels que les lieux de sorties culturelles ou les endroits festifs, certes clos mais ouverts par leur fonction à l'inconnu et à la rencontre, sont peu investis par les femmes seules la nuit. Il s'agit de lieux qu'elles fréquentent plutôt en couple ou avec des amis. Le tableau ci-dessous, tiré de son article, illustre la faible fréquentation des espaces tels que les bars par les femmes seules le soir :

TABLEAU II. - « **Au cours du dernier mois, êtes vous sortie seule le soir ?** »
(en pourcentage)

Sorties au moins une fois	61,7%
Pour rejoindre des amis, de la famille	39,1%
Pour aller seule au cinéma ou à un spectacle	20,8%
Pour aller seule dans un bar, un restaurant	12,1%
Pour aller à une réunion d'association, syndicale, politique, sportive	24,3%
Sans raison particulière (promenade)	33,2%

S. Condon, « Insécurité dans les espaces publics : comprendre les peurs féminines », in *Revue Ateliere de sociologie*, 46-2, 2005, pp. 265-294.

Ainsi, une cliente du *Rendez-vous'*, âgée de quarante-deux ans, a déclaré ne pas sortir dans les bars le soir, « **sauf avec des amis** » (elle a davantage « **envie de rentrer chez elle** » et évoque le fait qu'elle est mère de deux enfants).

Au *O'Ryan's*, aucune femme n'est venue seule. On constate parallèlement qu'un seul homme est venu sans être accompagné : ici, les tendances des hommes et des femmes semblent se rejoindre. En effet, de nombreux hommes et femmes sont venus en groupe mixte, peut-être pour regarder ensemble le match de football qui était diffusé ce soir-là. Les hommes sont d'ailleurs plus nombreux à être venus en groupe ou en couple non mixte : peut-être est-ce là une manifestation d'un intérêt pour ce sport majoritairement masculin dans notre société. Ainsi, le soir, les sorties en groupe semblent privilégiées ; on peut néanmoins se demander si le match n'était la raison de cette prédominance des groupes.

•**Tableau ci-dessous : mode de fréquentation du O'Ryan's Pub entre 22h03 et 23h50.**

	Hommes	Femmes	Total
Seul-e	1	0	1
Couple mixte	1	1	2
Couple non mixte	6	0	6
Groupe	17	10	27
Total	25	11	36

A l'inverse, au *Chez Picon*, dans l'après-midi, les hommes sont plutôt venus seuls ou accompagnés d'un seul autre homme. L'une des deux clientes présentes était accompagnée d'un homme, et l'unique femme

venue seule avait un problème de connexion Internet chez elle, c'est pourquoi elle s'est rendue dans l'établissement.

•**Tableau ci-dessous : mode de fréquentation du Chez Picon entre 15h30 et 16h10.**

	Hommes	Femmes	Total
Seul-e	6	1	7
Couple mixte	1	1	2
Couple non mixte	6	0	6
Groupe	0	0	0
Total	13	2	15

Selon l'INSEE, en 2006, 1560 ménages issoiriens étaient composés d'une femme seule (contre 967 hommes). Or, cette surreprésentation des femmes seules ne semble pas se retrouver dans les bars de la ville.

En outre, nous avons pu observer à plusieurs reprises que des femmes venues seules dans un bar ne s'y trouvaient qu'en raison d'un rendez-vous, et ne restaient pas dans l'établissement une fois que la personne attendue les avait rejointes. Ainsi, une cliente du *Rendez-vous'* âgée d'une soixantaine d'années nous a déclaré ne « *jamais* » fréquenter les bars habituellement, sa présence dans l'établissement s'expliquant par le fait qu'elle attendait quelqu'un. Une seconde cliente du *Rendez-vous'*, âgée de quarante-deux ans, se trouvait à ce moment là à Issoire – et s'y ennuyait – en raison d'un rendez-vous d'affaires de son mari, qu'elle attendait également.

... **Et accompagnées de qui ?**

Nous l'avons vu, les clients des bars, et particulièrement les femmes, s'y rendent le plus souvent accompagnés. Sont-ils accompagnés d'une ou de plusieurs personnes ? Au sein de couples ou d'un groupes mixtes, ou non mixtes ? Existe-t-il des différences entre femmes et hommes en la matière ?

•**Tableau ci-dessous : part des femmes et des hommes selon leur mode de fréquentation des bars observés : seul-e-s, en couple mixte ou non mixte, en groupe mixte ou non mixte.**

	Hommes		Femmes		Total	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Seul-e-s	99	34%	46	25%	145	31%
Couple mixte	36	12%	36	20%	72	15%
Couple non mixte	73	25%	46	25%	119	25%
Groupe mixte	29	10%	27	15%	56	12%
Groupe non mixte	53	19%	27	15%	80	17%
Total	290	100%	183	100%	472	100%

Une large majorité d'hommes (plus du tiers) se sont rendus dans les bars observés seuls, tandis que les femmes n'y sont allées seules que pour un quart d'entre elles. Le taux de femmes seules est d'ailleurs égal à celui des femmes venues au sein de couples non mixtes. Selon la patronne de l'*Hospitalier*, un changement des mentalités se serait produit ces dernières décennies :

« Moi, les gens de mon âge, une femme seule ne serait pas rentrée dans un bistrot boire un café ».

« Les femmes célibataires seules rentreront boire un café toutes seules, avant elles n'auraient pas fait ».

Concernant la fréquentation de bars à plusieurs, les femmes semblent se rendre dans les bars préférentiellement accompagnées d'une autre femme, et les hommes accompagnés d'un autre homme.

Il est à noter que la plupart des couples mixtes observés semblaient être composés d'un couple de « conjoints », tandis que dans le cas des couples non mixtes nous n'avons jamais eu cette impression : il nous a semblé qu'il s'agissait plutôt d'ami-e-s. Ce fait peut être vu comme le signe d'un ordre hétérosexuel dominant dans la société en général, que l'on retrouve à l'échelle des bars (aucun couple homosexuel, si tant est qu'il y en ait eu, ne s'affichant comme tel).

Ainsi, on peut également noter la relative ségrégation des genres que ces chiffres illustrent : chez les hommes, les couples et les groupes mixtes sont minoritaires, de même que chez les femmes. En outre, nous avons observé un plus fort taux de groupes exclusivement masculins que de groupes exclusivement féminins.

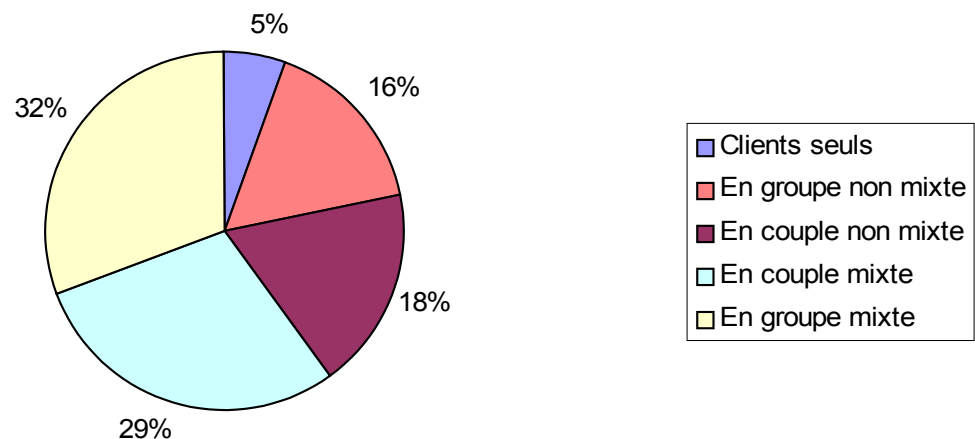
Le Rendez-vous' (ci-contre)

est l'établissement où nous avons enregistré le taux le plus important de couples non mixtes : la majorité des femmes (54%) sont venues accompagnée d'une autre femme. La plupart des couples non mixtes féminins se sont rendus dans le bar entre 13h00 et 14h30, ainsi que le groupe composé de quatre femmes. Peut-être certaines d'entre elles prenaient-elles un café avant de retourner travailler ? Cette hypothèse pourrait être étayée par le fait que l'on trouve des couples non mixtes masculins en proportion également plus importante que la moyenne, en semaine (un mercredi). De plus, on voit ici clairement qu'hommes et femmes se sont peu mélangés, et que le nombre d'hommes seuls est beaucoup plus important que celui des femmes seules.

En revanche, le même soir au **O'Ryan's**

Pub (ci-contre), les femmes sont plutôt venues en groupe. On peut ici interpréter la prééminence de ce mode de fréquentation par le caractère plus festif de la sortie en soirée, hors du cadre d'une journée (a priori) de travail – qui plus est à l'occasion de la diffusion télévisée d'un match de football, comme nous l'avons évoqué plus haut.

•**Diagramme ci-dessous : Part des client-e-s en fonction de leur situation dans le bar Le Tradi (14h45-15h45) : seuls ou accompagnés ; accompagné-e-s d'hommes ou de femmes.**

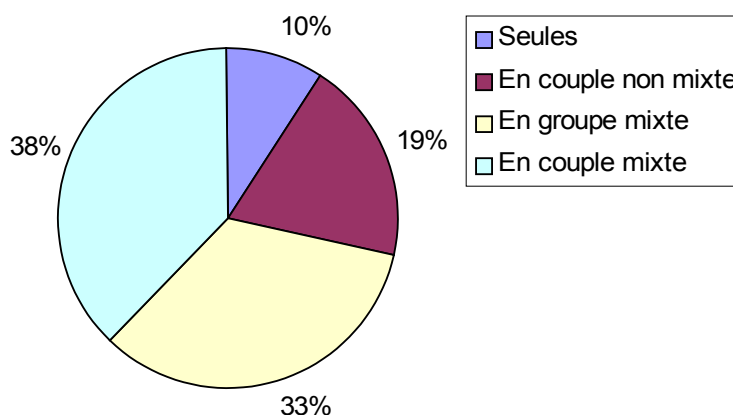


N.B. : Par « groupe », nous désignons au minimum trois personnes.

On voit ici que la plupart des clients recensés se sont rendus dans ce bar accompagnés. Si l'on se reporte au schéma du **Tradi** (partie III), on s'aperçoit en outre que deux des trois clients venus seuls se sont contentés d'un passage au comptoir. La troisième personne était une femme très âgée.

Par ailleurs, les deux tiers des clients accompagnés se sont rendus au **Tradi** au sein d'un couple ou d'un groupe mixte.

•**Diagramme ci-dessous : Part des clientes en fonction de leur situation dans le bar Le Tradi : seules ou accompagnées ; accompagnées d'hommes ou de femmes.**



On voit ici que, suivant la tendance de l'ensemble des client-e-s, les femmes sont peu nombreuses à se rendre seules dans l'établissement. Il est intéressant de constater que la majorité d'entre elles viennent accompagnées seulement d'un homme, tandis que le diagramme portant sur l'ensemble de la clientèle, ce sont les groupes mixtes qui sont majoritaires.

Ainsi, la fréquentation du *Tradi* par les femmes semble s'opérer, pour les deux tiers des effectifs observés, avec l'accompagnement d'au moins un homme (que ce soit dans le cadre d'un couple ou d'un groupe mixtes). En outre, aucun groupe de femmes n'a été observé.

Tableau ci-dessous : Part des client-e-s en fonction de leur situation dans le bar Le Tradi : seuls ou accompagnés ; accompagnés d'hommes ou de femmes.

	Seul(e)		En couple				En groupe				Total clients	
			Mixte		Non mixte		Mixte		Non mixte			
	Effectif	% Ligne	Effectif	% Ligne	Effectif	% Ligne	Effectif	% Ligne	Effectif	% Ligne	Effectif	% Colonne
Femmes	2	10%	8	38%	4	19%	7	33%	0	0%	19	36%
Hommes	1	3%		22%	6	18%	10	21%	9	4%	34	64%
TOTAL	3	5%	16	29%	10	18%	17	32%	9	16%	53	100%

Cependant, le tableau ci-dessus nous permet de nuancer ce constat : ainsi, le mode de fréquentation du bar par les hommes et les femmes ne diffère vraiment que sur un point, celui des groupes non mixtes masculins. En effet, les hommes se sont en partie rendus au *Tradi* « entre amis » de même sexe, contrairement aux femmes (et sont légèrement plus nombreux au sein des groupes mixtes). Néanmoins, ils sont aussi peu nombreux qu'elles à être venus seuls et en couple non mixte (et même moins nombreux concernant les clients seuls).

Le nombre plus élevé que la moyenne des bars observés de couples mixtes pourrait éventuellement s'expliquer par le fait que cette observation est l'une des deux seules ayant été effectuées un week-end : ce moment de la semaine est peut-être plus propice à une sortie entre conjoints.

De même, au *Parfait*, le mercredi matin, six couples mixtes ont été recensés, dont deux entre 10h00 et 10h30, et deux entre 11h00 et 11h30. Il pourrait s'agir de pauses passées entre collègues de travail, ou encore de couples se retrouvant avant de rentrer chez eux pour manger. Ainsi, une cliente du *Rendez-vous'* a déclaré se rendre préférentiellement dans les bars « *un petit quart d'heure* », lors d'une pause durant son travail, vers midi.

Il semblerait ainsi que l'horaire de la journée et le jour de la semaine ne soient pas sans incidence sur le mode de fréquentation des bars par les femmes – et les clients en général.

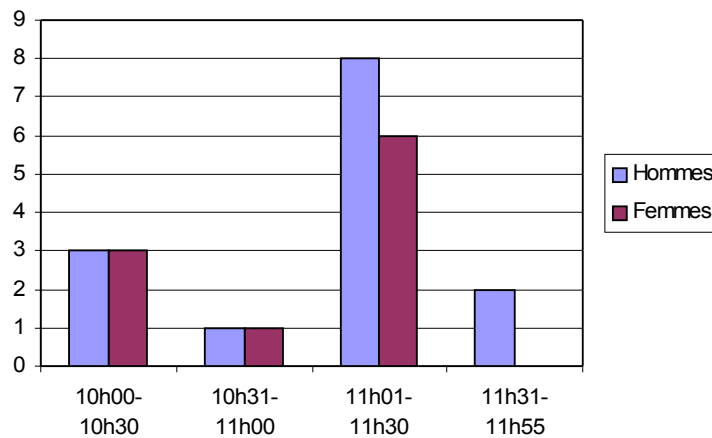
Les femmes sont plus ou moins visibles selon les moments de la journée.

Un serveur interrogé au *Parfait* nous a affirmé que la clientèle du bar, « assez âgée », était composée d'« une bonne majorité de femmes ». Or, au moment de notre entretien, à 11h44, seuls quelques hommes étaient présents dans l'établissement. Or, cette « désertion » par les femmes pourrait s'expliquer en partie par l'heure à laquelle cette observation a été effectuée. En effet, un entretien effectué auprès de la patronne de l'*Hospitalier* nous a apporté, quelques jours plus tard, une interprétation de ce phénomène :

« Elles passent avant 11h00 car elles ont le repas à préparer pour leur mari. Entre 11h00 et 13h00 de l'après-midi, je ne vois pas de femmes, mais l'après-midi, oui. »

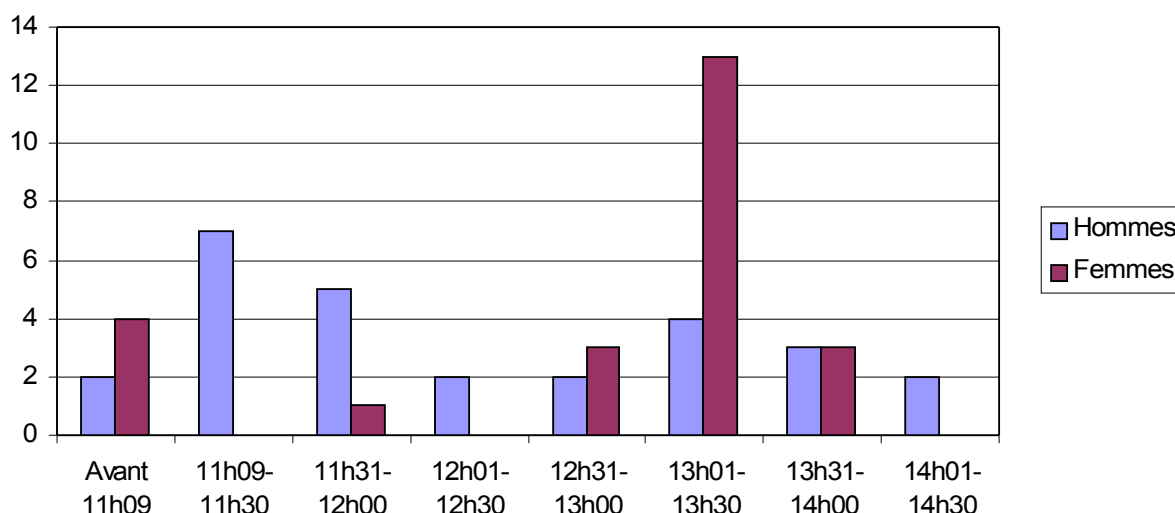
Cette assertion recoupe plusieurs de nos observations, dont celle menée au *Parfait* entre 9h40 et 11h55 :

•Histogramme ci-dessous : heures d'arrivée au Parfait selon le sexe.



Cet histogramme nous montre un nombre d'arrivées féminines égales à celles des hommes jusqu'à 11h00, puis le nombre de personnes arrivant tous sexes confondus augmente fortement entre 11h01 et 11h30, avec néanmoins une prééminence des hommes. Entre 11h31 et 11h55, très peu de personnes entrent dans le bar, et ce sont seulement des hommes.

•Histogramme ci-dessous : observation au Rendez-vous', 11h09-14h30 : heures d'arrivée dans l'établissement selon le sexe.



On ne peut que noter le « pic » d'arrivée des femmes en tout début d'après-midi, soit après l'heure traditionnelle du repas de midi, précédé d'un nombre d'arrivées de femmes faible ou nul entre 11h00 et 12h30.

Cette moindre fréquentation des bars par les femmes à l'heure du repas de midi (puis leur afflux une fois que leur mari est reparti au travail ?), soulignée par la patronne de l'*Hospitalier*, pose ici encore plus directement la question de l'ordre social genré omniprésent dans notre société, dans la mesure où la division sexuelle du travail domestique vient ici se matérialiser en creux. La tâche de la préparation du repas, traditionnellement dévolue aux femmes, les renvoie en l'occurrence vers la sphère domestique, intérieure – tandis que la présence des hommes à l'extérieur, dans la sphère publique, demeure observable à toute heure.

De même, au *Chicago Café*, aucune femme n'a été observée (exceptée une camarade de stage et l'enquêtrice) : peut-être l'heure du repas du soir a-t-elle, en partie du moins, influé sur cette désertion féminine. Cette importance de l'horaire concernant la présence des femmes dans les bars ne se retrouve pas dans les mêmes proportions chez les hommes.

Ainsi, la cliente du *Parfait* ayant affirmé ne jamais fréquenter les bars argue : « *on est plutôt famille, nous* ». La seconde cliente de cet établissement déclare quant à elle avoir « *envie de rentrer chez soi* » le soir, et évoque le fait qu'elle est mère de deux enfants (de dix-huit et quinze ans). Or, celle-ci, elle-même responsable d'un hôtel-restaurant, nous a en revanche présenté son compagnon comme « *plus habitué* » qu'elle des bars. Ainsi, le partage d'une même situation familiale ne donne pas lieu aux mêmes habitudes : lorsque l'épouse semble davantage attirée / préoccupée par la sphère domestique, familiale, le mari trouve en revanche le temps de fréquenter les bars. Nous pouvons néanmoins nuancer cette idée par le fait que le compagnon de l'enquêtée est un « *commercial* » amené à faire de nombreux trajets, et donc à s'arrêter dans de nombreux restaurants et bars du fait de son métier (par exemple lors du rendez-vous auquel il se trouvait pendant que sa femme l'attendait au *Parfait*).

Une comparaison établie entre le *Pays*, qui est un très petit bar (neuf tables de deux personnes, sans espace pour se déplacer aisément), si petit que l'on peut passer devant sa façade sans le remarquer, et le *Rendez-vous'*, qui est quant à lui un établissement relativement grand (il compte deux salles, avec beaucoup d'espace entre les tables), nous montre que les horaires de fréquentation des bars par les femmes ne varient que peu en fonction des établissements, même fort différents.

• **Tableau ci-dessous : heures d'arrivée selon le genre au Pays.**

	Hommes	Femmes
Arrivée avant 10h40	0	4
Arrivée entre 10h40 et 11h00	1	1
Arrivée entre 11h01 et 11h30	3	3
Arrivée entre 11h31 et 12h00	6	3

Arrivée entre 12h01 et 12h20	3	2
Total	13	13

Le taux le plus important de femmes présentes dans l'établissement s'observe avant 10h40 (celles-ci y viennent alors plutôt pour boire un café) ; tandis que les hommes viennent majoritairement lors de la tranche horaire 11h31-12h00. Ce moment est suivi d'une moindre fréquentation féminine – mais aussi masculine – de l'établissement à l'heure du repas de midi.

•**Tableau ci-dessous : heures d'arrivée selon le genre au Rendez-vous'.**

	Hommes	Femmes	Total
Arrivée avant 11h00	2	4	6
Arrivée de 11h00 à 11h30	7	0	7
Arrivée de 11h31 à 12h00	5	1	6
Arrivée de 12h01 à 12h30	2	0	2
Arrivée de 12h31 à 13h00	2	3	5
Arrivée de 13h01 à 13h30	4	13	17
Arrivée de 13h31 à 14h00	3	3	6
Arrivée de 14h01 à 14h30	2	0	2
Total	27	24	51

Au *Rendez-vous'*, le même phénomène s'observe. Puis, les femmes commencent à « revenir » à partir de 12h31, atteignant un « pic » de présence entre 13h01 et 13h30, avant de voir leur nombre diminuer de nouveau à partir de 13h31 (de même que les hommes). Entre 14h01 à 14h30, nous n'avons observé que très peu d'hommes et aucune femme. Peut-être les personnes actives sont-elles alors reparties au travail (l'après-midi paraissant toutefois constituer également une heure creuse en ce qui concerne les personnes retraitées ou au foyer, étant donné le faible nombre de clients présents).

Le soir, les femmes semblent sortir dans les bars bien moins que les hommes – qui sont également peu nombreux (néanmoins, nous n'avons pu effectuer aucune observation un samedi soir, au cours de laquelle nous aurions probablement noté une fréquentation des bars plus importante). Peut-être la préparation du repas le midi joue-t-elle également un rôle dans cette absence en soirée, conjuguée à une plus grande « appréhension » à sortir le soir que les hommes (comme nous l'avions évoqué dans la partie I) ? Ainsi, au *Chicago Café*, entre 19h05 et 20h45, la seule cliente présente hormis l'enquêtrice était une camarade de stage à laquelle nous avons demandé de venir en faisant mine de ne pas nous connaître. Il s'agit d'un bar de taille moyenne, comportant un étage (en travaux au moment de l'observation), de l'espace entre les tables. Un grand écran de télévision diffusait une course de voiture à laquelle un groupe d'hommes assis au comptoir paraissait beaucoup s'intéresser (trois d'entre eux – dont un garçon d'une dizaine d'années – sont d'ailleurs une fois la course terminée).

Nous avons en outre pu constater qu'en semaine (nous étions un jeudi soir), la fréquentation tardive des bars semble peu répandue : avant 19h00, neuf hommes étaient présents, puis le nombre d'arrivées a diminué au fil de la soirée (de 19h à 19h30, trois hommes sont arrivés, puis, entre 19h30 et 20h30, un seul homme). De même, nous nous sommes rendus au *O'Ryan's Pub* le mercredi soir (entre 22h03 et 23h15), choisissant un soir où un match de football serait diffusé (suivant les conseils du serveur du *Sweet B*). Nous nous figurions qu'il y aurait une relative affluence le soir, car nous ne l'avions jamais vu ouvert l'après-midi : or, les rues d'Issoire étaient vides et peu de clients étaient présents dans l'établissement. A partir de 23h50, le serveur a commencé à ranger l'établissement, car il fermait à minuit.

•**Tableau ci-dessous : heures d'arrivée selon le genre au O'Ryan's.**

	Hommes	Femmes	Total
Arrivée avant 22h00	11	7	18
Arrivée entre 22h00 et 22h30	5	4	9
Arrivée entre 22h31 et 23h00	0	0	0
Arrivée de 23h00 à 23h30	3	0	3
Arrivée de 23h31 à 23h50	0	0	0
Total	19	11	30

N.B. : vingt-cinq hommes ont été recensés ce soir-là, cependant nous ne disposons de l'heure d'arrivée que de dix-neuf d'entre eux.

L'afflux de clients avant 22h00 est probablement lié à la diffusion du match de football. Les trois derniers clients à s'être rendus dans le bar sont des hommes éméchés que l'enquêtrice et une camarade de stage présente ont rencontré à l'extérieur alors qu'ils sortaient du Tradi, et qui ont souhaité les rejoindre au *O'Ryan's*.

Des femmes moins nombreuses dans les bars, mais qui y restent plus longtemps. Nous avons constaté que les femmes restaient en moyenne plus longtemps que les hommes dans un établissement.

• **Tableaux ci-dessous : temps passé dans les**

établissements selon le sexe :

Au Pays de 10h40 à 12h20

	Hommes	Femmes	Total
Moins de 5 minutes	3	0	3
de 5 à 10 minutes	4	1	5
11 à 20 minutes	0	0	0
21 à 30 minutes	2	0	2
Plus de 30 minutes	2	10	12
Total	11	11	22

Le Bistro d'à côté de 13h26 à 14h50

	Hommes	Femmes	Total
Moins de 5 minutes	0	0	0
de 5 à 10 minutes	3	1	4
11 à 20 minutes	1	4	5
21 à 30 minutes	0	0	0
Plus de 30 minutes	2	0	2
Total	6	5	11

Le Chicago Café de 19h00 à 20h03

	Hommes	Femmes	Total
Moins de 5 minutes	0	0	0
de 5 à 10 minutes	0	0	0
11 à 20 minutes	0	0	0
21 à 30 minutes	0	0	0
Plus de 30 minutes	6	1	7
Total	6	1	7

Le Just coule de 15h10 à 16h00

	Hommes	Femmes	Total
Moins de 5 minutes	0	0	0
de 5 à 10 minutes	0	0	0
11 à 20 minutes	2	0	2
21 à 30 minutes	0	2	2
Plus de 30 minutes	0	0	0
Total	2	2	4

Au *Pays*, dans *Le Bistro d'à côté*, au *Chicago* et au *Just coule*, la totalité, ou la quasi-totalité des femmes restent dans l'établissement plus longtemps (entre 11 et plus de 30 minutes) que la majorité des hommes.

Au *Parfait*, la répartition des femmes est moins tranchée, mais la moitié d'entre elles est restée plus de 21 minutes dans l'établissement (contre seulement 2 hommes sur 13).

Dans le *Chez Picon*, bien que la différence entre hommes et femmes en la matière soit peu flagrante en raison du faible nombre de femmes en présence, on constate que les deux femmes présentes sont restées plus de 5 minutes dans le bar, tandis que les hommes se répartissent sur des temps égaux ou inférieurs.

Cependant, on a pu également observer des tendances inverses : ainsi, au *Rendez-vous'*, la majorité des femmes est restée dans l'établissement pour une durée inférieure à celle de la majorité des hommes, et d'une manière générale les temps se répartissent de manière assez égale entre hommes et femmes. Néanmoins, les trois-quarts des femmes sont restées plus de 11 minutes, et un nombre plus élevé d'hommes est resté moins de 5 minutes dans le *Rendez-vous'*. Peut-on attribuer le départ massif des femmes aux alentours de 11h30 à l'interprétation évoquée précédemment concernant l'heure du repas ?

Enfin, l'exemple de l'*Hospitalier* nous montre qu'il n'existe cependant pas de règle immuable en la matière : ici, les femmes ont passé globalement moins de temps que les hommes dans l'établissement. En raison des effectifs très faibles observés, ce constat reste à relativiser : chaque cas ici est unique.

En outre, les habitudes ne sont pas toujours les mêmes : les hommes s'arrêtent fréquemment dans un bar pour prendre un verre rapidement, en moins de dix minutes, comme nous le montre le tableau suivant :

• **Tableaux ci-dessous : temps passé dans un établissement selon le genre.**

Temps passé	Hommes		Femmes		Total	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Moins de 5 minutes	10	14	3	6	13	12%
5-10 minutes	23	33	9	18	22	20%
11-20 minutes	6	9	13	26	19	17,5%
21-30 minutes	11	16	7	14	18	16,5%
Plus de 30 minutes	19	28	18	36	37	34%
Total	69	100	50	100	109	100%

Ainsi, la patronne de l'*Hospitalier* déclarait :

« Le monsieur va rentrer pour boire un coup, va même revenir dans la journée. La femme va passer un petit moment. »

Or, les hommes sont relativement nombreux à ne faire que « passer » dans l'établissement considéré (nous avons pu en observer certains boire un verre d'alcool en une à trois minutes). Ils sont généralement assis ou debout devant le comptoir. Le plus souvent, ce sont ces hommes-ci qui connaissent et discutent avec les gérants, dans la mesure où leurs passages réguliers, bien que courts, en font des habitués. A l'inverse, la majorité des femmes (plus du tiers des clientes observées) reste plus d'une demi-heure dans un établissement.

Il semblerait que la boisson consommée (qui, nous le verrons dans une troisième partie, est souvent liée au genre du consommateur) ne joue pas un rôle significatif dans le temps passé par chaque client dans un établissement :

•**Tableau ci-dessous : temps passé dans un établissement selon la boisson consommée :**

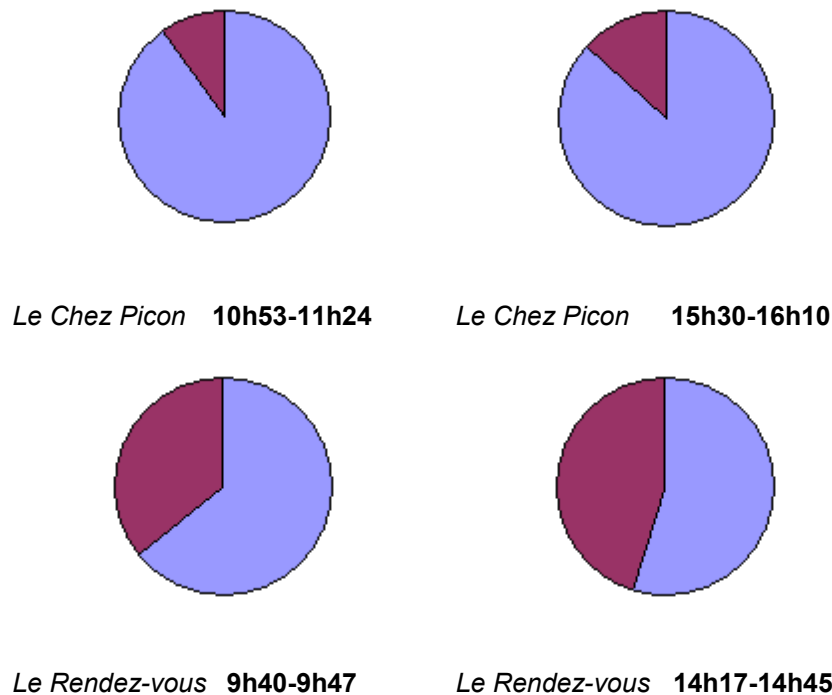
Temps passé	Boissons alcoolisées		Boissons non alcoolisées		Rien	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Moins de 5 minutes	8	10%	5	18%	4	44%
5-10 minutes	22	28%	7	25%	3	33%
11-20 minutes	11	14%	5	18%	0	0%
21-30 minutes	14	18%	2	7%	1	11%
Plus de 30 minutes	23	29%	9	32%	1	11%
Total	78	100%	28	100%	9	100%

Ainsi, quelle que soit la boisson consommée, le tiers des clients est resté plus de trente minutes dans les huit établissements observés ici³.

Des bars plus ou moins mixtes : à quelles conditions ?

Enfin, le taux de présence des femmes peut varier du simple au double en fonction des établissements fréquentés. Ainsi, plusieurs études de cas nous montrent que certains bars semblent bien plus propices à la mixité que d'autres, qui réunissent au contraire des cercles d'habitues largement masculins.

•**Diagrammes ci-dessous : comparaison de la part des hommes et des femmes dans deux établissements à des moments de la journée proches.**



On constate ici que les moments de la journée ne sont pas le seul déterminant d'une présence féminine plus ou moins forte : ici, quelle que soit l'heure, le *Rendez-vous'* (observation n°3) est largement préféré par les femmes comparé au *Chez Picon*.

Or, la patronne du *Rendez-vous'*, qui tient le bar avec son mari, nous déclare lors d'un rapide entretien recevoir « *une clientèle triée sur le volet* ». Il est vrai que le standing du *Rendez-vous'* est supérieur à celui du *Chez Picon* (qui est un établissement de dimensions plus réduites, très

³ *Le Parfait*, *Au Pays*, le *Chicago Café*, le *Just coule*, le *Chez Picon*, *L'Hospitalier*, *Le Bistro d'à côté* et *Le Rendez-vous'*.

classique et néanmoins d'assez bon standing). Sa clientèle serait plutôt diurne (nous pouvons supposer qu'il en va de même au *Chez Picon*, qui ouvre ses portes relativement tôt le matin). Cette patronne nous a affirmé « *veiller* » à « *être respectée* » par les clients, « *tenir les distances nécessaires* » avec eux, et s'« *interposer* » si un client venait à « *draguer une jeune fille* ». Elle-même, lorsqu'elle se rend à Clermont-Ferrand, déclare ne pas se rendre seule « *n'importe où* » : tout dépendrait du « *standing* » / de la « *façade* » d'un établissement.

Une cliente du *Rendez-vous'*, âgée de quarante-deux ans, a ainsi déclaré être « *rebutée* » par les « *bars PMU* », car on n'y trouve « *que des hommes* » : la mixité d'un établissement constitue un facteur attirant, voire rassurant, pour cette femme. Ce n'est pas tant la présence d'hommes qui lui pose « *problème* », que le fait que « *dans ces bars, on se fait toujours brancher* ». Plus jeune, elle fréquentait davantage les bars, puis une « *sorte de lassitude* » l'en a éloignée (comme l'indique l'emploi du mot « *toujours* » indiquant le caractère récurrent, selon elle des avances masculines dans ces établissements).

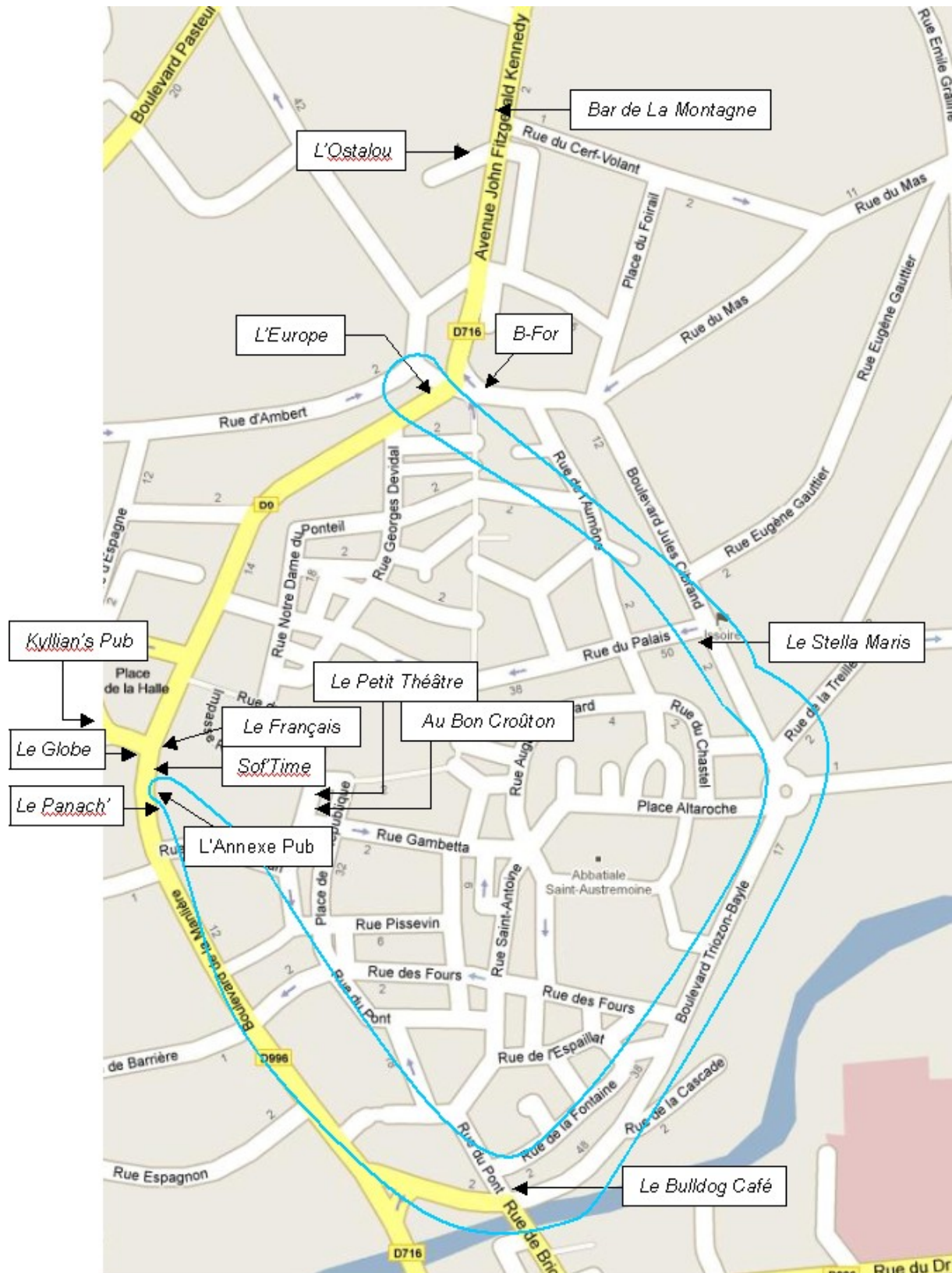
Il ne semble cependant pas que le *Chez Picon* corresponde à l'image d'un "boui-boui" où les femmes ne seraient pas les bienvenues. L'une des deux femmes que nous avons pu observer entre 10h53 et 11h24 connaissait le barman et a discuté brièvement avec lui au comptoir avant de repartir, et la seconde (qui semblait ne pas être une habituée, comme en témoigne l'emploi du vouvoiement entre elle et le barman ainsi que l'absence de discussion hormis la commande d'un café) a été traitée de la même façon que l'observateur masculin, autre élément extérieur au sein d'un cercle d'habitues. Les deux femmes avaient une soixantaine d'années : il aurait été intéressant de vérifier si d'éventuelles différences de comportement se produisaient à l'égard de femmes plus jeunes.

Certains établissements, tels que *Le Tradi*, *Le Parfait* ou encore *Le Rendez-vous'*, dont la clientèle est plus mixte que d'autres, ont plusieurs caractéristiques communes. Pour commencer, leurs dimensions : il s'agit de bars dont la salle est relativement grande. De plus, ces établissements d'assez bon « *standing* » proposent des menus pour les repas. Cette relative hybridation avec la qualité de « *restaurant* » joue un rôle dans le public que l'établissement attire (en effet, il n'existe aucune réprobation sociale, tant pour les hommes que pour les femmes, en ce qui concerne les repas consommés au restaurant).

La taille de l'établissement n'est pas le seul paramètre en jeu : le nombre de femmes a été plus important que celui des hommes au *Rendez-vous'* (observation n°1), de même, qu'au *Bistro d'à côté* entre 13h30 et 15h00, qui est un très petit bar (six tables de quatre personnes, petit comptoir, des photos un peu partout de chanteurs de jazz et de comédiens, et au fond un piano pas très bien accordé). Au *Just coule* (bar « *branché* » relativement spacieux) entre 15h14 et 15h40, le sex-ratio était équilibré, ainsi qu'à l'*Hospitalier* (qui est également un hôtel) entre 14h et 15h30, où l'on trouve moins d'une dizaine de tables de quatre personnes et un petit comptoir.

Un autre établissement, *La Marmotte*, de dimensions importantes, était beaucoup moins mixte (à la faveur des hommes) le jour de son observation. Ce bar comporte en réalité deux salles : l'une « *pour boire* », à proximité du comptoir, l'autre « *pour manger* ». Cette dernière (bien que nous n'ayons observé que la partie « *bar* ») semblait accueillir davantage de femmes (principalement en famille). Cet établissement, auquel nous attribuerions un standing inférieur aux bars susmentionnés, avait davantage l'aspect d'une « *cantine* » (carrelage et murs blancs, pas de recherche esthétique, peu convivial), en comparaison aux autres (d'aspect classique, plus confortables, à l'atmosphère plus chaleureuse et parfois plus feutrée). Ainsi, la salle réservée aux boissons accueillait bien davantage d'hommes, tandis que le fait de servir des repas assurait une plus grande mixité dans la salle d'à côté.

Concernant la répartition des bars dans l'espace de la ville, nous avons dressé le schéma suivant :



On observe ici que les quatre bars observés où la plus faible mixité régnait (entourés en bleu) se situent plutôt (excepté l'*Atelier*) hors de l'axe principal d'Issoire, le boulevard de la Manlière, où l'on trouvait davantage de commerces et d'animation qu'à l'est de la ville, sur le boulevard Triozon-Bayle. Il est difficile de tirer des conclusions sur l'influence de l'implantation des bars sur leur clientèle, cependant on peut remarquer une concentration des bars à l'ouest du centre d'Issoire, et accueillant pour la plupart une clientèle plus ou moins mixte. Ces bars, s'ils accueillent également des cercles d'habités, semblent davantage que les autres servir

également de lieu de passage (pour les personnes ayant rendez-vous, par exemple), ce qui peut s'expliquer en partie par leur localisation sur un axe important, à proximité de davantage d'autres services que les autres. *La Marmotte* et *L'Hospitalier* sont certes excentrés, mais leur qualité respective de restaurant et d'hôtel peut également contribuer à expliquer leur plus grande mixité, comme nous l'avons supposé précédemment.

A une macro-échelle, on peut également penser à l'effet de la localisation des établissements selon les villes. Ainsi, l'enquêtée du *Rendez-vous'* susmentionnée a déclaré qu'elle fréquentait davantage les bars il y a cinq ans, lorsqu'elle vivait à Paris. Selon elle, à Paris « *les gens regardent moins quand une femme rentre dans un bar* » (une autre raison invoquée est le fait qu'elle avait alors « *un peu plus de temps, de pauses* ») ; à Lyon elle se sent moins à l'aise, et à Issoire encore moins (« *ici c'est la campagne, ça fait bizarre* », « *en ville les réactions des hommes sont normales* », « *ici c'est un peu space* »). Cette femme n'a d'ailleurs qu'une hâte : quitter cette petite ville où elle s'ennuie déjà (elle est arrivée le jour même) – elle aurait d'ailleurs dû assister au match diffusé à la télévision au *O'Ryan's*.

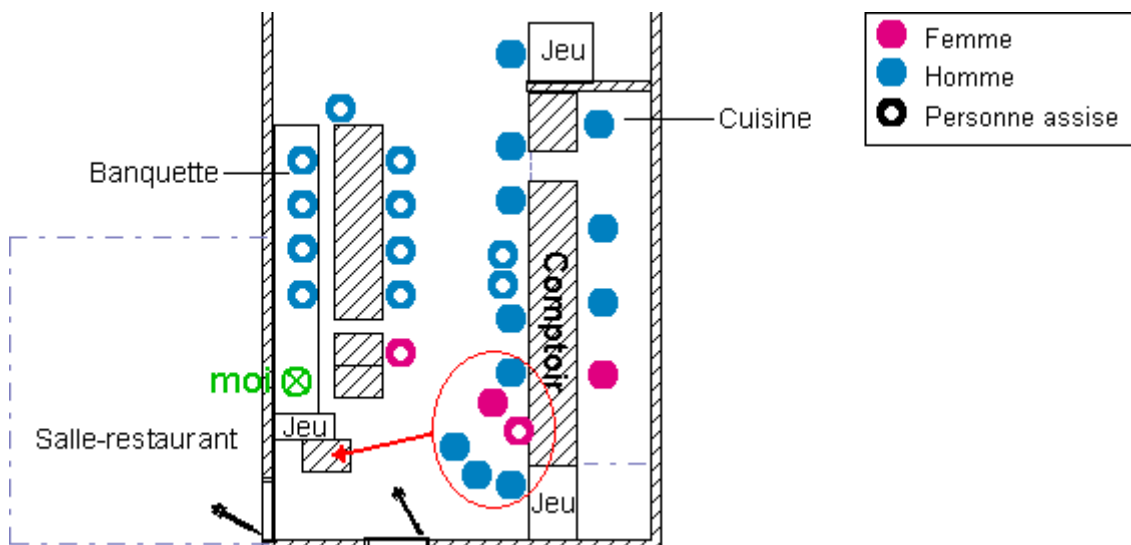
Néanmoins, on peut se demander si la qualité d'allochtone de cette cliente, ainsi que ses habitudes de fréquentation liées à une classe sociale que l'on devine élevée (elle a vécu dans les XVI^e et VIII^e arrondissements de Paris), ne jouent pas un rôle dans le sentiment d'« étrangeté » qu'elle évoque face aux bars d'Issoire et à leur clientèle. On peut en effet supposer que, même à Paris où à Lyon, certains bars la « rebutent » plus que d'autres.

III - LES BARS COMME LIEU DE REPRODUCTION D'UN ORDRE SOCIAL GENRÉ

« *Découpage* » genré de **B**ien que les bars observés accueillent généralement une clientèle relativement mixte, nous avons pu y observer une certaine ségrégation spatiale en fonction du genre.

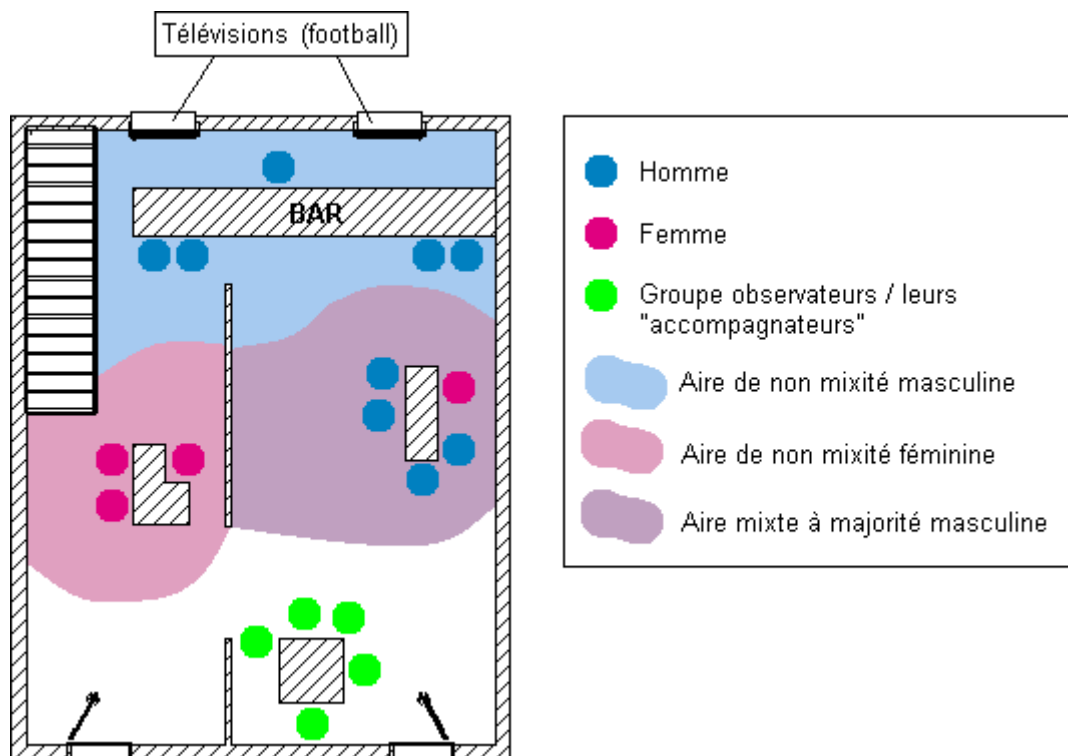
Au *Parfait*, le serveur interrogé au comptoir déclare que l'on sert dans l'établissement une « *bonne majorité de femmes* ». Or, nous avons constaté au moment de l'observation (à 11h44) que seuls des hommes se trouvaient dans notre champ de vision : nous avons supposé que les femmes occupaient davantage la salle que l'espace environnant le comptoir (en effet, lors d'une première observation en salle, la présence de clientes avait été relevée). En l'occurrence, cette division spatiale se conjugue peut-être à un horaire où, nous l'avons vu précédemment, les femmes ont tendance à désertier les bars observés.

Dans *La Marmotte*, une importante rangée d'hommes accoudés au comptoir a été observée entre 12h26 et 12h38 :



Il est à noter que le groupe mixte entouré en rouge est allé s'asseoir à 12h38 à la table indiquée par la flèche de même couleur. Ainsi, outre une grande majorité d'hommes observée à ce moment-là, une appropriation de l'espace du comptoir par ces derniers est à noter. Ces derniers consommaient d'ailleurs plutôt des verres de vin et de la bière, tandis que le groupe d'hommes assis n'a consommé que du café : il semblerait ainsi que l'espace du comptoir ait ici été plutôt dédié à la consommation d'alcool (bien que la femme âgée assise à côté de l'observateur ait bu un verre de vin blanc). En outre, la seconde salle (réservée aux repas) était davantage investie par des familles (bien que nous ne disposions pas de données chiffrées) : ainsi, être debout au comptoir pour boire un verre semble être plutôt le fait des hommes, et être assis à une table – en particulier pour manger – une « action » plus mixte.

Nous inspirant de l'article de Christophe Granger « La plage a-t-elle un genre ? » (*Le Genre des territoires*, 2004 : 243-251), nous avons effectué un schéma indiquant les « espaces genrés » du bar *Le O'Ryan's Pub*, illustrant bien la division spatiale des genres selon l'opposition relative comptoir/salle :



On observe là encore un isolat monogéné masculin tout le long du comptoir (et face aux écrans de télévision transmettant un match de football). Un espace de non-mixité féminine se situe donc en salle, de l'autre côté du mur le séparant de l'espace mixte, constitué quant à lui d'un sex-ratio déséquilibré au profit des hommes.

On voit donc ici que femmes et hommes ne s'approprient pas l'espace de la même manière, le comptoir (où l'on a la possibilité de boire debout, accoudé) étant la plupart du temps l'apanage des clients masculins. De même, on a pu constater que de l'autre côté du comptoir, lorsque celui-ci était divisé entre la partie « boisson » et la partie « tabac et jeux », un membre masculin du personnel se trouvait généralement derrière la première et un membre féminin du personnel derrière la seconde. Ainsi, l'aspect commercial semble ici dévolu aux femmes, tandis que les serveurs, en interaction avec des clients majoritairement masculins au comptoir, ont pour rôle le service des boissons.

•Ci-après : Un exemple de schéma basé sur des observations.

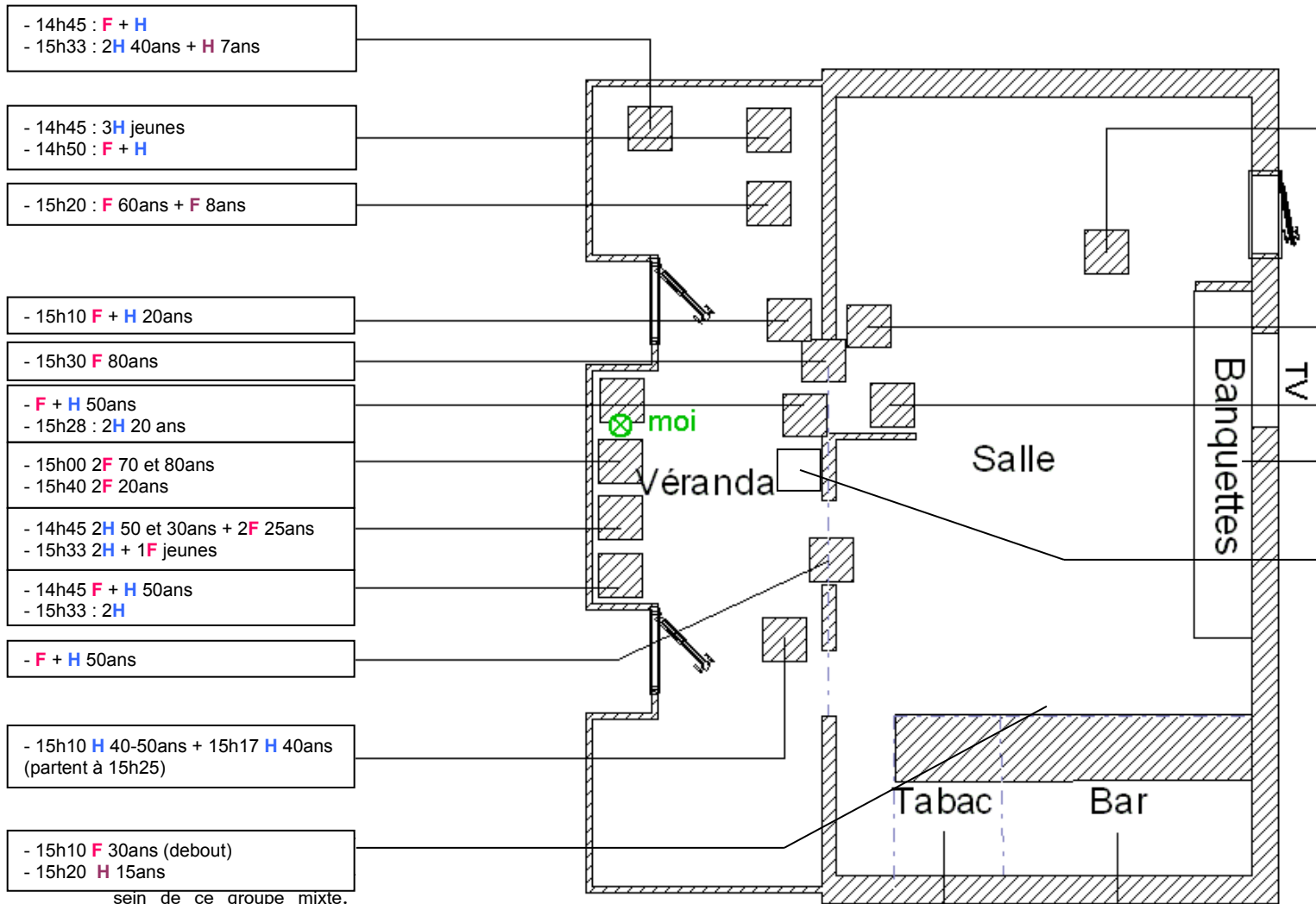
On peut visualiser ici la répartition des hommes et des femmes dans l'espace du « café tabac » *Le Tradi*. Ladite répartition reste cependant à relativiser, du fait de la position spatiale de l'observateur (en vert), mal situé pour avoir une vision d'ensemble de l'établissement. On pourrait diviser celui-ci en trois espaces : celui de la véranda, celui de la salle et celui se situant aux abords directs du comptoir. C'est l'espace de la véranda qui

a été le mieux observé en l'occurrence. Nous étions un dimanche. L'observateur est entré dans le bar à une heure relativement creuse, puis l'atmosphère s'est animée au cours de l'après-midi.

Café Tabac Le Français

44 boulevard de la Manière

OBSERVATION

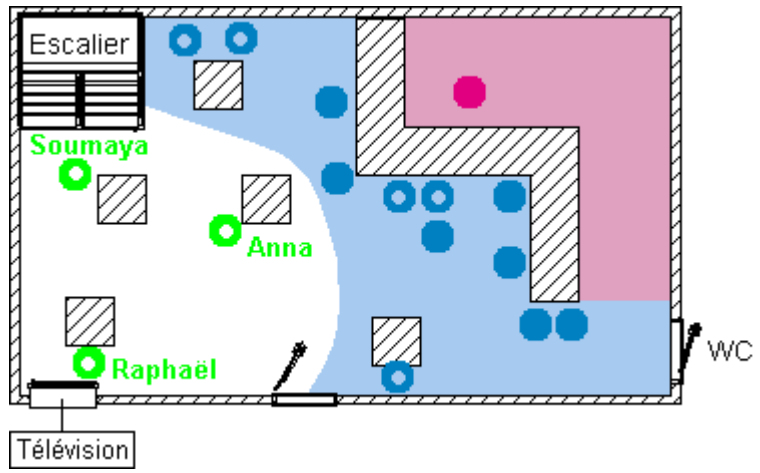


sein de ce groupe mixte.

voire plus « protégée », entre l'espace du mur et de la table, par rapport aux l'« extérieur », c'est-à-dire dos à la salle. Ce regroupement en fonction du positions spatiales peut-être elles-mêmes « générées » à une micro-échelle, au sein même d'un groupe mixte (constat à relativiser néanmoins, la part des filles n'étant pas égale à celle des garçons).

En outre, on s'aperçoit que l'espace situé derrière le comptoir se trouve également clivé selon le genre : le serveur se trouve dans la partie « bar », tandis que sa collègue s'occupe de l'espace « tabac » (phénomène que nous avons pu observer à plusieurs reprises dans différents établissements).

Concernant l'espace situé derrière le comptoir, ce dernier schéma du **Chicago** nous montre clairement la division générée de l'espace et des fonctions : une femme sert des clients masculins, plutôt attirés par les abords du comptoir (tandis que les enquêteurs et leur camarade de stage, non habitués de cet établissement, ont eu tendance à se « replier » vers l'espace de la salle) :



Des consommations différenciées en fonction du genre.

Les différences de consommations entre les clients et les clientes constitue un clivage frappant : ainsi, à la question « que consomment les femmes généralement ? », la patronne de l'*Hospitalier* répond :

« La première boisson c'est le café, thé. En apéritif : porto, kir. »

On voit ici que l'apéritif ne vient qu'en second. En effet, selon un serveur du *Parfait*, les femmes boivent majoritairement des cafés, des infusions, et rarement des boissons alcoolisées.

Ainsi, nous avons pu observer dans la totalité des bars une propension bien plus importante chez les hommes que chez les femmes à consommer de l'alcool, notamment sous forme de vin et de bière.

• **Tableau ci-dessous : part des hommes et des femmes selon leurs consommations (sur un échantillon de neuf bars observés⁴).**

	Hommes		Femmes		Total	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Boisson non alcoolisée	48	43%	61	83%	109	58%
Boisson alcoolisée	60	53%	9	12%	69	37%
Rien	5	4%	4	5%	9	5%
Total	113	100%	74	100%	187	100%

Une telle dissymétrie s'illustre en France à travers un taux d'alcoolisme féminin minoritaire comparé aux hommes (ainsi que pour l'ensemble des comportements addictifs, exceptés les troubles des conduites alimentaires) : « *Que ce soit en alcoologie ou en toxicomanie, les centres de soins reçoivent à peu près trois-quarts d'hommes et un quart de femmes* » (Facy, 2010).

« En 1999 dans le Baromètre Santé, en France, les hommes consomment plus souvent (28 % disent avoir bu une boisson alcoolisée quotidiennement au cours des douze derniers mois, contre 11 % des femmes) et de plus grosses quantités à chaque fois (en moyenne, les buveurs de la veille disent avoir consommé 2,9 verres, les femmes 1,7). Cet écart homme/femme reste valable en 2002 pour une consommation régulière ou quotidienne, écart d'autant plus important que les personnes sont jeunes. » (Beck, 2006).

Les deux tableaux ci-contre mettent en évidence le fait que, dans ces deux établissements, la totalité des clientes a consommé des boissons non alcoolisées, tandis que les hommes ont bu pour la plupart des boissons alcoolisées à l'*Hospitalier*, ainsi qu'un tiers d'entre eux au *Bistro d'à côté*.

Au *Chez Picon* et au *Pays* (ci-contre), les femmes n'ayant pas consommé de boisson non alcoolisée n'ont d'ailleurs rien consommé du tout.

Parmi les neuf bars étudiés en matière de consommations, c'est au *O'Ryan's* (ci-dessous) que plus d'une femme consommant de l'alcool a pu être observée : en effet, tou-te-s les client-e-s ayant consommé une boisson l'ont choisie alcoolisée. L'horaire est ici intéressant à prendre en compte, dans la mesure où l'observation s'est effectuée un soir, à l'occasion de la diffusion télévisée d'un match de rugby (sport visiblement plébiscité à Issoire), par ailleurs peu suivi. On peut supposer qu'une sortie dans un bar le soir constitue une occasion généralement plus « festive » que dans la matinée ou l'après-midi, donc plus propice à la consommation d'alcool. En outre, il est moins bien perçu socialement de boire de l'alcool tôt le matin (« *Au boulot, j'en vois qui dès sept heures sont au rosé* » désapprouve un client du *Parfait*, qui lui boit de l'alcool « *en fin de soirée, avec [son] collègue* »). D'ailleurs, au *Parfait*, entre 9h40 et 11h55, seuls deux clients sur trente-trois ont consommé de l'alcool.

⁴ Le *Parfait*, Au *Pays*, le *O'Ryan's*, le *Chicago Café*, le *Just coule*, le *Chez Picon*, L'*Hospitalier*, Le *Bistro d'à côté* et Le *Rendez-vous*'.

Une telle différence dans les habitudes de consommation entre hommes et femmes peut s'expliquer par une réprobation sociale plus forte envers les femmes buvant de l'alcool, tandis que chez les hommes cette consommation demeurerait traditionnellement un signe de virilité, de force et de vitalité (tout abus restant plus « acceptable » socialement). En effet, dans la plupart des cultures, les femmes ne consomment pas ou sont exclues des situations où l'on consomme de l'alcool fort.

« Ce dualisme – alcool et masculinité, sobriété et féminité – réduit de fait la consommation publique d'alcool chez les femmes de « bonne vie », cette abstinence étant justement une façon d'exprimer sa féminité. Par contre, ce comportement de consommation nourrit l'idée d'une sobriété « originelle » et « naturelle » chez la femme. D'un côté, les hommes acquièrent leur statut viril en consommant de l'alcool, tandis que de l'autre, on naît femme et sobre. Cette opposition classique entre acquis (devenir un homme) et inné (sobriété naturelle) est l'illustration parfaite des relations de genre du type dominants-dominées. » (Beck, 2006).

Deux remarques faites au cours d'entretiens semblent aller dans ce sens. Ainsi, la patronne de l'*Hospitalier* déclare :

« La femme qui viendrait me demander un Ricard, je me dirais que cette femme a l'habitude de boire un peu. Quand les femmes boivent du porto et du kir, c'est occasionnellement et en quantité raisonnable. »

L'emploi du terme « raisonnable » semble indiquer un « seuil » d'acceptation sociale face à la consommation d'alcool. Or, ce seuil n'est pas situé au même niveau selon que l'on est un homme ou une femme. Ainsi, un client du *Parfait* déclare quant à lui :

« Une femme alcoolique, c'est pas joli.
– Et pour les hommes ? Ce n'est pas "joli" non plus...
– Les hommes, ça passe mieux ».

L'interlocuteur fait ici preuve de ce que l'on pourrait qualifier de « sexisme bienveillant ». L'emploi de l'expression « *ça passe mieux* » renvoie ainsi à des normes sociales en matière de consommation d'alcool plus « tolérantes » envers les « abus » masculins. Le terme « *joli* » est quant à lui illustratif d'une idéalisation de la figure féminine, sobre donc pure et belle.

A l'inverse, une femme qui boit est socialement considérée comme moins respectable (et ce depuis des siècles) car elle aurait perdu sa maîtrise de soi, elle deviendrait grossière et licencieuse (une « débauche » en appelant ici une autre). Ainsi, le client susmentionné du *Parfait* déclare rechercher « *des femmes qui ont de la culture, une certaine classe* », « *qui ne soient pas grossières, qui savent parler* », « *comme devraient être toutes les femmes* » (cette dernière phrase relevant également d'un discours normatif paraissant s'appliquer davantage aux femmes qu'aux hommes).

Boire signifierait alors, plutôt que le gain d'une « qualité masculine » (force, virilité), la perte de la « féminité ». Nous avons ainsi été frappés par une remarque du client du *Parfait*, qui illustre tout à fait cette théorie :

« Oui, une femme complètement ivre n'est plus une femme. »

On retrouve ici une essentialisation de « la » femme, caractérisée par la sobriété et la distinction. « Empiéter » sur un terrain masculin lui ferait perdre sa qualité de femme, sans pour autant qu'elle soit considérée de la même façon qu'un homme ivre.

C'est pourquoi, selon Beck (2006), « *la consommation d'alcool* [pour les femmes] *doit [...] se cantonner au domicile afin d'être invisible* ». D'après nos observations, la consommation publique de boissons alcoolisées, en l'occurrence dans les bars, reste effectivement limitée :

« Plus souvent les femmes boiront un chocolat, ou un thé, ou un café que l'apéro. »

Comme le souligne ci-dessus la patronne de l'*Hospitalier*, il arrive aux femmes de boire de l'alcool – certaines boissons étant jugées plus socialement acceptables que d'autres : en effet, le kir par exemple est traditionnellement considéré comme une boisson plutôt féminine –, mais l'« apéro » n'est pas leur mode de consommation privilégié dans ce type d'espace public. La patronne déclare d'ailleurs :

« Depuis 15 ans que je suis ici, je n'ai pas vu une femme ivre. J'ai vu des hommes ivres mais une femme ivre, non. »

Or, au cours de nos observations, nous avons vu quelques hommes *visiblement* éméchés, l'ébriété ou l'alcoolisme éventuel de femmes se faisant bien plus discrets (excepté concernant la patronne de

L'Hospitalier elle-même, qui tout au long de son entretien avec l'enquêtrice a éprouvé des difficultés d'élocution que nous attribuons à l'alcool).

Néanmoins, on ne peut pas affirmer que les hommes ivres – particulièrement hors d'un contexte de fête entre amis – bénéficient d'une totale indifférence lorsque les femmes ivres hors contexte de fête, seraient seules l'objet d'une sanction sociale. En effet, homme ivre est également souvent désapprouvé, en regards, en paroles ou en attitudes, par les membres sobres du corps social, et peut être vu comme n'étant « plus tout à fait un homme » (pour établir un parallèle avec les propos du client du *Parfait* susmentionnés). Ainsi, nous avons parfois pu observer des clients seuls et éméchés éprouvant des difficultés à établir des liens sociaux avec les autres clients (par exemple dans le cas du *Sweet B* ou encore du *Chez Picon*, dans chacun desquels un homme soûl est resté à une extrémité du comptoir au cours de l'observation, sans que les groupes environnants lui accordent autant d'attention qu'aux clients sobres), sans toutefois se trouver en butte à de l'hostilité de leur part. Certains clients éméchés, hommes ou femmes, ne constituaient pas des éléments visiblement gênants – si leur attitude restait discrète –, et semblaient plutôt faire partie des « meubles » d'une clientèle d'habitues, et d'une manière plus générale, d'une composante habituelle et quasi-inévitable des bars.

Ainsi, on peut se demander si les clientes des bars d'Issoire consomment réellement peu d'alcool, ou si c'est le fait de se trouver dans un espace public qui influe sur leur consommation relativement faible. En effet, un enquêté a raconté deux anecdotes concernant des femmes qui buvaient chez-elles parce que l'alcool était trop cher au bar, et afin que personne ne les voie. Peut-être les femmes issoiriennes consomment-elles de l'alcool (sans doute en plus grand nombre que ce que nos observations dans les bars ne le laissent supposer) plutôt chez elles, ou chez des ami-e-s ?

En outre, nous avons vu précédemment que les femmes étaient en moyenne moins âgées que les hommes dans les bars étudiés. Or, le tableau ci-dessous nous montre que les plus grands consommateurs de boissons alcoolisées sont les clients âgés de plus de 41 ans (tandis que les consommateurs de boissons non alcoolisées se répartissent plus équitablement dans les fourchettes d'âge)

• **Tableau ci-dessous : âge selon la boisson consommée dans neuf bars⁵ étudiés.**

	Boissons non alcoolisée	Boisson alcoolisée	Rien
20-30 ans	14	2	0
31-40 ans	11	3	0
41-50 ans	18	9	1
51-60 ans	16	7	1
61 ans et plus	14	3	2
Total	73	24	4

Ainsi, les clients les plus jeunes ont ici consommé majoritairement des boissons non alcoolisées. Or, nous avons vu plus haut que la moyenne d'âge estimée des femmes ayant fréquenté ces neuf bars est située entre vingt et trente ans.

• **Tableau ci-dessous : boissons consommées selon le genre et l'âge au Pays :**

	Boissons non alcoolisées		Boissons alcoolisées		Rien	
	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes
20-30 ans	0	2	0	0	1	0
31-40 ans	0	1	2	0	0	0
41-50 ans	1	1	0	0	0	0
51- 60 ans	3	2	4	0	0	0
61-70 ans	0	4	0	0	0	1
71 ans et plus	0	0	0	0	0	0
Total	4	10	6	0	1	1

⁵ *Le Parfait*, *Au Pays*, *le O'Ryan's*, *le Chicago Café*, *le Just coule*, *le Chez Picon*, *L'Hospitalier*, *Le Bistro d'à côté* et *Le Rendez-vous*'.

On voit ici qu'aucun homme de moins de 41 ans n'a consommé de boisson non alcoolisée : l'âge semble donc influencer sur le choix d'une boisson non alcoolisée plutôt dans le cas des hommes, tandis que toutes les femmes présentes en ont consommé sans distinction d'âge.

A l'inverse de l'alcool, un client du *Sweet B* a qualifié le thé de « *boisson pour femme* », ce qui peut laisser supposer une éventuelle féminisation (donc dégradation, selon une conception patriarcale dominante) symbolique de l'homme qui en boirait. En pratique, nous avons effectivement observé peu – sinon pas – d'hommes consommant une telle boisson. Ainsi, un serveur du *Parfait*, âgé d'une trentaine d'années, a déclaré que l'établissement accueillait une clientèle féminine « *assez âgée* » et consommant plutôt du thé et des infusions : il est « très rare » qu'elle consomme de l'alcool. On peut établir une opposition entre le thé, consommé par exemple dans les « salons de thé », qui sont associés à une image plutôt féminine (et généralement âgée), au calme et à la discussion, par rapport à l'alcool consommé dans les bars, auquel on associe plus volontiers un caractère festif – voire orgiaque.

En fin, parmi les boissons non alcoolisées, le café est la boisson la plus consommée chez les hommes comme chez les femmes (on peut que son coût réduit par rapport aux autres boissons se conjugue à sa popularité). On pourrait ici parler de boisson « mixte ».

Socialisation masculine et sexisme.

Les bars d'Issoire accueillent chacun des cercles d'habités majoritairement composés d'hommes. Nombre de normes de genre s'affirment à travers cette socialisation masculine, comme cela est souvent le cas dans les situations de camaraderie non mixte. Ainsi, plusieurs interjections entendues au cours de la semaine au sein de groupes d'hommes nous ont semblé révélatrices d'une norme de « virilité » clamée (au sens propre, puisque souvent exprimée en élevant la voix) : « *on n'est pas des pédés !* », « *tarlouze* », « *enculé* ». Ce dernier terme en particulier (utilisé en plaisantant au cours d'une partie de cartes) renvoie à la dévalorisation liée à une pratique – la sodomie – considérée comme « féminisante », puisque « passive ». Il s'agit donc ici de revendiquer son statut masculin en rejetant la possibilité d'être associé à une image censée être « féminine ».

Cette misogynie, davantage intériorisée que consciemment agressive, s'illustre particulièrement à travers les manières récurrentes de se référer à des femmes en des termes insultants : « *gonzesse* », « *pétasse* », « *connasse* », « *l'espèce de p'tite connasse* », « *va te trouver une grosse chienne !* », etc. (cette dernière phrase nous renvoyant à l'image d'une femme recherchant des rapports sexuels, et donc « dépravée », presque animale). La phrase complète « *elle m'a énervé l'espèce de p'tite connasse* » a été entendue au *Chicago*, un soir où nous avons mené une observation en compagnie d'un professeur et de deux camarades féminines, et visait une jeune fille venant de quitter le bar accompagnée de ses deux amies, après qu'elles aient été importunées par un groupe de trois hommes éméchés (dont celui ayant proféré l'insulte, apparemment parce qu'elle aurait repoussé ses avances après l'avoir, selon lui « allumé »).

Ainsi, Agnès Jeanjean (2004) écrit :

« Dans les débits de boissons, l'ethnologue peut observer très clairement un travail d'élaboration collectif consistant à exprimer la domination de valeurs masculines et à confirmer le caractère viril du groupe et par conséquent de chacun de ceux qui le composent. [...] On peut constater en effet l'importance en nombre des plaisanteries à connotations sexuelles à l'égard de serveuses ou de clientes. Les regards portés vers les femmes accompagnent des commentaires dont voici quelques exemples [...] »

Comme c'est le cas dans le *Brady's* décrit par Mann et Spradley (1979), dans les débits de boissons étudiés par Agnès Jeanjean, les clients manifestent à travers leurs propos une conception dominante des identités sexuelles.

Ainsi, la première « incursion » de l'enquêtrice de notre binôme dans un bar, le *Just coule*, s'est soldée par une expérience fort désagréable : le premier client – éméché – à être sollicité pour un entretien a tôt fait de lui faire des avances sexuelles, n'ayant « *jamais fait ça avec une noire* ». D'une part, la présence de l'enquêtrice au comptoir du bar, et le fait qu'elle s'adresse directement à un homme, semblent avoir été perçus comme le signe évident d'une disponibilité sexuelle. D'autre part, on voit ici comment sexisme et

racisme se rejoignent pour former l'image fantasmée de la femme « exotique ». Ce premier entretien aura donc duré dix minutes, étant donné la difficulté de communiquer induite.

Selon Lieber (2008) et d'autres chercheuses féministes, la notion de violence recouvre des faits souvent qualifiés d'anodins, comme la « drague » (car, pour de nombreuses femmes, celle-ci représente le point de départ pouvant mener à des dérapages, qu'elles craignent). Ainsi, les remarques faites aux femmes au sein des espaces publics véhiculent une symbolique importante : il s'agirait, pour Carol Gardner (citée par Lieber, 2008) « *un moyen langagier d'exercer un contrôle social* » sur celles-ci : ainsi, la simple présence d'une femme dans les espaces publics comporterait une forte probabilité de subir ce que Goffman (cité par Lieber, 2008) nomme des « *commentaires d'évaluation gratuits* » (pouvant dégénérer de « compliments » à des insultes si la femme ne rentre pas dans le jeu, voire des coups). L'opinion commune voudrait que ces remarques soient le fait d'hommes appartenant aux classes populaires, mais Gardner a montré qu'il n'y a pas de corrélation significative entre ce genre d'attitude et l'appartenance sociale, l'âge ou la culture.

Ces pratiques, généralement considérées comme peu graves (hormis par les femmes) maintiennent selon Lieber un « *climat de peur* » qui incite de nombreuses femmes à élaborer des tactiques d'évitement, voire d'exclusion de certains lieux de l'espace public, à certaines heures. Or, pour la plupart des gens, ce type de calcul est considéré comme une composante normale de la vie quotidienne des femmes et n'est pas remis en cause.

Le florilège issu de notre enquête et retranscrit précédemment n'a bien sûr pas pour but de donner une vision généralisante et caricaturale de la façon dont les clients des bars d'Issoire se réfèrent aux femmes. Il est d'ailleurs à noter que la plupart ont été entendues dans le même bar, l'*Atelier* : on peut supposer que le contexte (un groupe d'amis/connaissances habitués du même établissement, dans un moment de détente « entre hommes », c'est-à-dire hors de portée des oreilles d'une femme – ce qui peut, *parfois* [tout dépendant bien sûr du contexte et des personnes] inciter à châtier son langage) a pu favoriser des « taquineries » mettant en doute la virilité, contrebalancées par des affirmations de virilité (à travers les insultes misogynes et la négation d'une quelconque homosexualité). D'ailleurs, l'un des clients s'était, au cours de cette observation, moqué d'un autre qui vouvoie sa femme lorsqu'il la voit (sous-entendant qu'elle l'intimide) ; celui-ci a répondu, piqué : « *ben oui, je suis poli* ». Son attitude vis-à-vis de la femme de son ami semble donc, en quelque sorte, en contradiction avec l'assurance et le machisme affiché au milieu de ce groupe d'amis hommes.

C'est le nombre d'occurrences de termes sexistes et homophobes en l'espace de peu de jours *de la part d'hommes* (et, en l'occurrence, de groupes comptant au moins trois hommes) qui nous a interpellés. Agnès Jeanjean (2004) souligne cette affirmation virile du fait d'« être un homme » à travers l'expression de ses pulsions hétérosexuelles :

« En même temps que les femmes sont posées en objets sexuels, la pulsion sexuelle masculine est affirmée ainsi que la légitimité de son expression. Françoise Héritier dans ses travaux les plus récents montre combien cette légitimité sociale de la pulsion masculine opposée au traitement très différent appliqué à la pulsion féminine constitue l'élément "le plus fort et absolument invariable de la valence différentielle des sexes". »

En effet, à aucun moment nous n'avons eu l'occasion d'entendre des groupes de femmes (d'ailleurs peu nombreux) parler d'hommes en des termes « appréciateurs » d'un point de vue sexuel, insultants ou misandres (il faut dire que la quantité d'insultes disponibles est moindre qu'en ce qui concerne les femmes : il n'existe par exemple aucun équivalent masculin au terme « pétasse »), ni en des termes homophobes concernant des femmes ou des hommes. Cela ne signifie bien sûr pas que ce phénomène n'existe pas, mais en l'occurrence il était statistiquement nul au cours de nos observations – lesquelles, nous l'avons vu, incluent l'écoute.

Lieber (2008) cite ainsi Robert Connell (*Gender and Power*, Oxford, Polity Press, 1987), pour qui les relations de genre sont construites sur la division sexuelle du travail, le pouvoir et la sexualité. Ces trois structures participeraient de la construction de ce qu'il nomme une « *masculinité hégémonique* », c'est-à-dire la domination des hommes sur la société. La forme de masculinité dominante est notamment centrée sur la figure de l'hétérosexuel blanc : c'est par rapport à elle que les faits et gestes des uns et des autres – particulièrement des groupes dominés – sont jugés.

Bien entendu, chaque client, qu'il soit homme ou femme, recherche un établissement convenant, dans la mesure du possible, à ses attentes et préférences. Ainsi, comme le déclare notre enquêté du Parfait : « *un*

bar, c'est un cadre » dans lequel on trouve des « *éléments différents* » ; selon lui « *les échanges créent le cadre* », c'est pourquoi « *les bars sont tous différents* » (et attirent par conséquent une clientèle différente, plus ou moins mixte par exemple).

Ainsi, les effets de l'alcool et/ou l'excitation d'une partie de poker entre amis (dans le cas de l'*Atelier* – le patron s'y étant d'ailleurs joint), par exemple, semblent faire des bars un cadre propice à des manifestations verbales machistes. Ce type de manifestations, bien sûr loin d'être spécifiques aux habitués des bars d'Issoire, sont plutôt la reproduction d'un ordre social genré ambiant, et peuvent se retrouver dans bien d'autres contextes réunissant des groupes de camaraderie masculine.

Ainsi, notre enquêtée du *Rendez-vous'* âgée de quarante-deux ans déclare au sujet des clients des bars :

« Ils boivent entre eux, il jouent, il sont plus désagréables ».

Ces clients se composent selon elle d'« *un peu tous les genres d'hommes* ». Le terme « *entre eux* » souligne l'aspect monogéné des cercles d'habitués, qui conduit apparemment, selon l'enquêtée, à des attitudes « *désagréables* » envers les clientes (néanmoins, il ne s'agit pas de la seule raison de la faible fréquentation des bars par cette enquêtée et sa fille – qui souffre d'asthme sévère et ne « *supporte pas l'alcool* » – : la fumée les incommode beaucoup et la nouvelle loi sur l'interdiction de fumer dans les lieux publics est, selon notre enquêtée, « *une très bonne chose* »).

La dimension de la « drague » et des « avances » des clients masculins envers les femmes a été évoquée de manière récurrente par les enquêtés (qui semblaient l'associer spontanément au thème des rapports de genre dans les bars). Notre enquêté du *Parfait* âgé de quarante-trois ans client insiste sur l'idée d'un passé révolu : « *avant* », on pouvait « *faire des rencontres* » dans les bars, « *draguer* » (mais aujourd'hui « *ce n'est pas évident pour draguer* »). Il y a « *une vingtaine d'années* », quand il était adolescent, les bars étaient « *vraiment un endroit comme lieu de rencontres* », il y avait « *le flipper, le baby-foot* ». Aujourd'hui, bien que selon lui « *payer un verre* » à quelqu'un soit « *quelque chose de masculin* », il accepte volontiers qu'une femme lui offre une consommation.

Le caractère anxiogène de la fréquentation d'un lieu tel qu'un bar par les femmes semble s'intensifier pour les femmes jeunes. Ainsi, cette même enquêtée déclare : « *à quarante-deux ans, je sais me défendre* », tandis que pour sa fille de dix-huit ans, « *c'est plus problématique* » (celle-ci ne sort d'ailleurs pas le soir, sauf pour aller « *au ciné avec son petit ami* »). De même, la patronne du *Rendez-vous'* affirme veiller à ce que des clients n'« *embêtent* » pas de « *jeunes filles* », et la patronne de l'*Hospitalier*, face à un client armé d'un revolver, aurait déclaré : « *ici, c'est moi les flics* ».

Ainsi, il apparaît que les femmes ne ressentent pas nécessairement une impossibilité à se rendre ou à travailler dans les bars. En outre, notre enquêté du *Parfait* déclare qu'Issoire est « *une petite ville, tout le monde se connaît* », « *ça se passe bien* », il y aurait des « *clans* », mais pas de « *conflits* » pour autant (autrefois, il y avait des « *conflits entre villages, surtout à cause des gonzesses* » – cette dernière remarque étant révélatrice du caractère d'élément perturbateur traditionnellement attribué aux femmes – déjà dans l'Antiquité avec le mythe de Pandore...).

Cependant, la présence de notre enquêtée du *Rendez-vous'* dans cet établissement plutôt mixte implique une « sélection » ici consciente du type de bar dans lequel elle estime pouvoir se rendre sans subir de désagréments (réels ou présumés) ; la patronne du *Rendez-vous'* elle-même affirme ne pas se rendre « *n'importe où* » (et n'accueille pas n'importe quelle clientèle), et la patronne de l'*Hospitalier* semble avoir échappé de peu à une agression sexuelle de la part d'un client voici quelques années. La présence des femmes dans les bars reste donc conditionnée par une série de variables qui laissent deviner la mise en place de stratégies de « protection » plus ou moins conscientes.

CONCLUSION

Il apparaît que les bars, ancien monde d'hommes, conservent aujourd'hui des traces de cette appropriation masculine à travers des taux de clients hommes plus importants. La sphère publique, extérieure, reste, comme l'a montré Pierre Bourdieu (1998), un domaine majoritairement investi par les hommes. Cependant, il est indéniable que la plupart des établissements observés accueillent une clientèle mixte, et à certaines heures un nombre important de femmes. Néanmoins, ici comme ailleurs, mixité ne signifie pas toujours égalité dans la manière dont sont perçus et traités les clients, et les rapports entre les individus ainsi que leurs habitudes semblent bien souvent influencés par leur genre.

Les bars engagent en effet une véritable reproduction des rapports entre les genres, voire « *d'affermissement des genres et des dominations* » (Granger, *Le Genre des territoires*, 2004 : 243-251). Lieux de convivialité relativement mixtes et où les femmes semblent aujourd'hui être les bienvenues, certains rôles et certaines postures semblent toutefois conserver leur caractère « réservé » à un genre ou l'autre. Ce sont notamment les rôles masculins qui semblent demeurer les plus « fermés » : ainsi, l'espace du comptoir reste très peu féminisé, tandis que la salle constitue généralement un espace de mixité. De même, il semblerait que l'attitude d'une femme buvant bière sur bière en l'espace de cinq minutes (qui plus est debout, accoudée au comptoir) serait plus mal perçue que celle d'un homme dans la même situation (dont nous avons eu plusieurs exemples).

On voit ainsi comment l'étude du cas spécifique de la présence des femmes dans les bars permet d'illustrer la perméabilité de ces lieux publics aux rapports habituels de genre ayant cours dans le monde extérieur, mais aussi dans la sphère domestique (comme le montre en creux la relative désertion féminine des bars aux heures des repas, par exemple).

Ainsi, à notre retour de stage, nous avons appris qu'à l'occasion de la « Journée de la femme » du 8 mars 2010, l'association de cafetiers et de restaurateurs *Service en Tête* avait organisé, du 6 au 8 mars un événement intitulé « Femmes en fête ». Il s'agit d'une opération commerciale « *destinée à faire retrouver aux femmes le plaisir de venir dans des cafés* »⁶. Cette expression sous-entend que les femmes désaffectionneraient les bars/cafés – dont l'image est généralement associée à l'alcool, au tabac, aux matches de foot qu'y regardent en majorité les hommes, etc.

L'initiative « Femmes en fête » développe ici la thématique de bars qui seraient en quelque sorte « adaptés » aux femmes (dont les attentes seraient spécifiques à leur genre). Ainsi, le stéréotype de « la » féminité se retrouve à travers l'idée d'accueillir (pour les cinq-cent-cinquante établissements français adhérents) chaque cliente avec une « *rose rouge* », qui en est le symbole par excellence. Au programme : « *menus spéciaux, cocktails féminins, coupes de champagne, bons de voyages, massages, strip-teases...* » (le strip-tease en direction de femmes, en l'occurrence, constitue le pendant d'un divertissement généralement adressé aux hommes), « *coupe de champagne offerte* », « *leçons de maquillage* »... On retrouve ici l'idée que certains types d'alcool sont considérés comme plus « féminins » (qu'est-ce qu'un « *cocktail féminin* » ? Peut-être une boisson moins alcoolisée, plus liqueuse ?) que d'autres (comme la bière ou le vin rouge, par exemple). Les leçons de maquillage ou encore les « *coffrets bien-être* » à gagner constituent d'autres poncifs associés à ce que la société considère comme la « féminité ».

⁶ <http://www.sortiraparis.com/bar-cafe/femmes-en-fete-15507.html>, page consultée le 04/03/10.

D'un point de vue méthodologique, ce stage de terrain organisé par l'université nous a permis de découvrir dans des délais assez courts le travail de terrain d'un sociologue, et de mettre en pratique nos apprentissages théoriques. Il est dommage que nous n'ayons pas davantage détaillé nos observations, notamment en ce qui concerne l'âge estimé des clients et des propos tenus. Il aurait également été profitable de mener davantage d'entretiens auprès de clientes des bars.

En dépit d'un emploi du temps « serré », nous pensons avoir réussi à collecter des données riches de sens – dont l'interprétation reste à affiner – pour un début de recherche au sujet des « femmes dans les bars d'Issoire ». Nous ne pouvons bien entendu pas tirer de conclusions générales à partir de l'étude, en un temps limité, du microcosme que constituent quatorze bars d'Issoire ; cependant, certaines pistes de réflexion ont pu être lancées à partir de nos observations, afin de mieux interpréter et comprendre une fréquentation différenciée des bars de la ville selon les genres.

En outre, notre travail systématique à partir de l'élaboration de tableaux statistiques a permis un effet de rupture avec le « familier » que constituent les bars, que nous avons déjà eu l'occasion de fréquenter en tant que clients avant de mener cette enquête. Nos observations, en tant qu'outils de distanciation, nous ont également permis de sortir d'un certain « parisiocentrisme » lié à notre méconnaissance des établissements de « province ».

Ainsi, certains de nos présupposés de départ ont dû être nuancés : une femme seule dans un bar ne provoque généralement pas de réactions remarquables de la part des clients masculins. Le traitement spécifique dont font l'objet les femmes est à rechercher dans des éléments bien plus imperceptibles, et que l'on retrouve dans d'autres sphères sociales. Ainsi, les personnes enquêtées ne manifestaient pas toutes la même attitude face à notre sujet : certaines, telles que la patronne du *Rendez-vous'*, semblaient très perplexes car la présence des femmes dans les bars ne leur posait visiblement pas question, leur apparaissait comme « naturelle » à notre époque. D'autres, comme une cliente du *Rendez-vous'* vivant à Lyon, a immédiatement lié nos questions à son expérience personnelle des bars, et n'a pas exprimé d'étonnement face à notre thème : la fréquentation des bars par les femmes lui a paru, dans une certaine mesure, sujette à des questionnements sur les rapports de genre qui s'y jouent.

Il aurait été intéressant, à ce titre, de mener une enquête comparative entre les bars de la ville d'Issoire et une ville d'une taille plus importante, telle que Clermont-Ferrand, voire Paris.

A partir de constats factuels – les femmes privilégient certaines heures pour se rendre dans les bars, tandis que les hommes semblent moins se plier à des horaires particuliers, elles préfèrent globalement certains établissements à d'autres, s'y rendent généralement accompagnées, elles y restent en moyenne plus longtemps, elles sont peu nombreuses à consommer de l'alcool, leur moyenne d'âge est généralement inférieure à celle des hommes – nous avons pu étendre nos questionnements à des aspects que nous n'avions pas envisagés avant notre départ sur le terrain.

Bien entendu, nous aurions pu obtenir des données bien plus complètes et détaillées, et des résultats plus probants, dans le cadre d'une immersion plus prolongée dans le monde des bars d'Issoire. Nous avons récolté beaucoup d'informations dans différents bars, mais nous n'avons pu observer ces bars qu'une seule fois, ou deux au maximum (excepté dans le cas du *Rendez-vous'*, qui a été observé à cinq reprises car il s'agissait de notre « cantine » le midi), et à des horaires trop peu variés (manquent davantage d'observations effectuées tôt le matin ou tard le soir). Nous n'avons donc pas pu observer au quotidien les habituées des bars, leurs attitudes et consommation, écouté et même participer à leurs discussions, leur degré de proximité avec les autres client-e-s et les gérant-e-s. A ce titre, les déclarations des personnes enquêtées se sont révélées précieuses, nous informant de certains faits dont nous aurions difficilement pu nous rendre compte en une semaine.

Afin de mettre davantage à profit notre temps limité passé sur le terrain et de récolter des données quantitatives et qualitatives plus fiables, nous pensons que la mise en place d'un questionnaire sur les habitudes des clients des bars aurait été opportune. Nous aurions peut-être ainsi saisi des contrastes entre les réponses des individus questionnés et nos observations – comme cela a parfois été le cas concernant certaines déclarations orales.

L'idéal, selon nous, aurait été de pouvoir mener une enquête de longue durée, au cours de laquelle nous aurions étudié notre objet du point de vue de simples clients, mais aussi de personnels – à la manière de

Mann et Spradley... -, afin d'avoir accès à différentes facettes de l'univers des bars et d'établir des interactions de différentes natures avec les autochtones.

ANNEXE

Tableaux complémentaires :

Le Tradi 1

06/12/2009
14h45-15h45

	Effectif	%
Part des femmes	20	36%
Dont clientèle	18	32%
Dont enfants*	1	2%
Dont personnel	1	2%
Part des hommes	36	64%
Dont clientèle	31	55%
Dont enfants*	3	5%
Dont personnel	2	4%
TOTAL	56	100%

Le Chez Picon

08/12/2009
10h53-11h24

	Effectif	%
Part des femmes	2	10%
Dont clientèle	2	10%
Dont enfants*	0	0%
Dont personnel	0	0%
Part des hommes	18	90%
Dont clientèle	17	85%
Dont enfants*	0	0%
Dont personnel	1	5%
TOTAL	20	100%

* Enfants de moins de 15 ans comptés à part la clientèle adulte.

Le Parfait

07/12/2009
11h00-12h00

	Effectif	%
Part des femmes	6	25%
Dont clientèle	5	21%
Dont enfants*	1	4%
Dont personnel	0	0%
Part des hommes	18	75%
Dont clientèle	16	67%
Dont enfants*	0	0%
Dont personnel	2	8%
TOTAL	24	100%

La Marmotte

08/12/2009
12h26-13h00

	Effectif	%
Part des femmes	16	41%
Dont clientèle	15	33%
Dont enfants*	0	0%
Dont personnel	1	2%
Part des hommes	29	59%
Dont clientèle	27	60%
Dont enfants*	0	0%
Dont personnel	2	5%
TOTAL	45	100%

Le Sof'Time

07/12/2009
15h00-18h00

	Effectif	%
Part des femmes	6	30%
Dont clientèle	5	30%
Dont enfants*	0	0%
Dont personnel	1	0%
Part des hommes	14	70%
Dont clientèle	12	50%
Dont enfants*	0	0%
Dont personnel	2	20%
TOTAL	20	100%

Le Rendez-vous

1

08/12/2009
13h05-14h00

	Effectif	%
Part des femmes	9	69%
Dont clientèle	8	61%
Dont enfants*	0	0%
Dont personnel	1	8%
Part des hommes	4	31%
Dont clientèle	3	23%
Dont enfants*	0	0%
Dont personnel	1	8%
TOTAL	13	100%

L'Internatio nal

09/12/2009
8h20-9h00

	Effectif	%
Part des femmes	1	11%
Dont clientèle	1	11%
Dont enfants*	0	0%
Dont personnel	0	0%
Part des hommes	8	89%
Dont clientèle	7	78%
Dont enfants*	0	0%
Dont personnel	1	11%
TOTAL	9	100%

Le Just coule

09/12/2009
15h14-15h40

	Effectif	%
Part des femmes	12	50%
Dont clientèle	11	46%
Dont enfants*	0	0%
Dont personnel	1	4%
Part des hommes	12	50%
Dont clientèle	9	38%
Dont enfants*	0	0%
Dont personnel	2	8%
TOTAL	24	100%

Le Rendez-vous

2

09/12/2009
9h40-9h47

	Effectif	%
Part des femmes	4	36%
Dont clientèle	3	27%
Dont enfants*	0	0%
Dont personnel	1	9%
Part des hommes	7	64%
Dont clientèle	6	55%
Dont enfants*	0	0%
Dont personnel	1	9%
TOTAL	11	100%

Le O'Ryan's

09/12/2009
22h03-23h15

	Effectif	%
Part des femmes	11	30%
Dont clientèle	11	30%
Dont enfants*	0	0%
Dont personnel	0	0%
Part des hommes	25	70%
Dont clientèle	24	67%
Dont enfants*	0	0%
Dont personnel	1	3%
TOTAL	36	100%

Le Rendez-vous

3

09/12/2009
14h17-14h45

	Effectif	%
Part des femmes	5	45%
Dont clientèle	4	36%
Dont enfants*	0	0%

Le Tradi 2

10/12/2009
10h31-12h45

	Effectif	%
Part des femmes	12	31%
Dont clientèle	10	26%
Dont enfants*	0	0%

Dont personnel	1	9%
Part des hommes	6	55%
Dont clientèle	6	55%
Dont enfants*	0	0%
Dont personnel	0	0%
TOTAL	11	100%

Dont personnel	2	5%
Part des hommes	27	69%
Dont clientèle	24	62%
Dont enfants*	1	2%
Dont personnel	2	5%
TOTAL	39	100%

Le Rendez-vous **4**

10/12/2009
12h48

	Effectif	%
Part des femmes	4	44%
Dont clientèle	4	44,5%
Dont enfants*	0	0%
Dont personnel	0	0%
Part des hommes	5	56%
Dont clientèle	4	44,5%
Dont enfants*	0	0%
Dont personnel	1	11%
TOTAL	9	100%

L'Atelier

11/12/2009
13h56-15h50

	Effectif	%
Part des femmes	3	21%
Dont clientèle	2	14%
Dont enfants*	0	0%
Dont personnel	1	7%
Part des hommes	11	79%
Dont clientèle	10	72%
Dont enfants*	0	0%
Dont personnel	1	7%
TOTAL	14	100%

Le Chicago

10/12/2009
19h05-20h45

	Effectif	%
Part des femmes	1	6%
Dont clientèle	0*	0%
Dont enfants*	0	0%
Dont personnel	1	6%
Part des hommes	15	94%
Dont clientèle	13	82%
Dont enfants*	1	6%
Dont personnel	1	6%
TOTAL	16	100%

* Exceptées Soumaya et Anna.

Le Parfait de 9h40 à 11h55

Tableau 2 : Temps passé dans l'établissement selon le genre

	Hommes	Femmes	Total
Moins de 5 minutes	0	1	1
De 5 à 10 minutes	10	3	13
De 11 à 20 minutes	1	0	1
De 21 à 30 minutes	2	4	6
Plus de 30 minutes	1	2	3
Total	14	10	24

Tableau 3 : Temps passé selon l'âge

	Moins de 5 minutes	De 5 à 10 minutes	De 11 à 20 minutes	De 21 à 30 minutes	Plus de 30 minutes	Total
De 20 à 30 ans	0	0	1	0	0	1
De 31 à 40 ans	0	3	0	2	2	5
De 41 à 50 ans	1	2	2	0	0	5
De 51 à 60 ans	0	2	0	0	0	2
De 60 ans à 70 ans	0	3	4	1	1	9
71 ans et plus	0	1	0	0	0	1
Total	1	11	6	3	3	24

Tableau 4 : Âge selon la boisson consommée

	Boissons non alcoolisées	Boissons alcoolisées	Rien	Total
20-30 ans	2	0	0	2
31-40 ans	5	1	0	6
41-50 ans	7	1	1	9
51-60 ans	5	0	1	6
60-70 ans	6	0	1	7
71 ans et plus	2	0	1	3
Total	27	2	4	33

Tableau 5 : Heures d'arrivée selon le genre

	Hommes	Femmes	Total
Arrivée avant 10h00	2	6	8

Arrivée entre 10h00 et 10h30	3	3	6
Arrivée entre 10h30 et 11h00	1	1	2
Arrivée entre 11h00 et 11h30	8	5	13
Arrivée entre 11h30 et 12h00	3	1	4
Total	17	16	33

Au Pays de 10h40 à 12h20

Tableau 6 : Personnes venant seules ou accompagnées

	Hommes	Femmes	Total
Seul-e	4	3	7
Couple mixte	1	1	2
Couple non mixte	6	2	8
Groupe mixte	2	2	4
Groupe non mixte	0	5	5
Total	13	13	26

Tableau 7 : Boisson consommée selon le genre

	Hommes	Femmes	Total
Boisson non alcoolisée	4	10	14
Boisson alcoolisée	6	0	6
Rien	1	1	1
Total	11	11	22

Tableau 8 : Temps passé selon le genre

	Hommes	Femmes	Total
Moins de 5 minutes	3	0	3
De 5 à 10 minutes	4	1	5
De 11 à 20 minutes	0	0	0
De 21 à 30 minutes	2	0	2
Plus de 30 minutes	2	10	12
Total	11	11	22

Tableau 9 : Heure d'arrivée selon le genre

	Hommes	Femmes	Total
Arrivée avant 10h40	0	4	4
Arrivée entre 10h40 et 11h00	1	1	2
Arrivée entre 11h01 et 11h30	3	3	6
Arrivée entre 11h31 et 12h00	6	3	9
Arrivée entre 12h01 et 12h20	3	2	5
Total	13	13	26

Tableau 10 : Âge selon le genre

	Hommes	Femmes	Total
20-30 ans	1	4	5
31-40 ans	4	1	5

41-50 ans	1	1	2
51-60 ans	7	2	9
60-70 ans	0	5	5
71 ans et plus	0	0	0
Total	13	13	26

Tableau 11 : Boisson consommée selon l'heure d'arrivée

	Boissons non alcoolisées	Boissons alcoolisées	Rien
Arrivée avant 10h40	4	0	0
Arrivée entre 10h40 et 11h00	1	0	1
Arrivée entre 11h01 et 11h30	5	1	0
Arrivée entre 11h31 et 12h00	4	5	0
Arrivée entre 12h01 et 12h20	0	0	1
Total	14	6	2

Tableau 12 : Temps passé selon la boisson consommée

	Boisson non alcoolisée	Boisson alcoolisée	Rien	Total
Moins de 5 minutes	0	2	1	3
De 5 à 10 minutes	3	2	0	5
De 11 à 20 minutes	0	0	0	0
De 21 à 30 minutes	2	2	1	5
Plus de 30 minutes	9	0	0	9
Total	14	6	2	22

Tableau 13 : Temps passé selon l'âge

	Moins de 5 minutes	De 5 à 10 minutes	De 11 à 20 minutes	De 21 à 30 minutes	Plus de 30 minutes	Total
De 20 à 30 ans	1	0	0	0	2	3
De 31 à 40 ans	0	1	0	0	2	3
De 41 à 50 ans	0	1	0	0	1	2
De 51 à 60 ans	1	3	0	3	2	9
De 60 ans à 70 ans	0	0	0	0	5	5
71 ans et plus	0	0	0	0	0	0
Total	2	5	0	3	12	22

Tableau 14 : Boisson consommée selon le mode d'accompagnement

	Boissons non alcoolisées	Boissons alcoolisées	Rien
Seul-e	5	3	1
Couple mixte	0	0	0
Couple non mixte	0	4	0
Groupe	8	0	1
Total	13	7	2

Tableau 15 : Âge selon l'heure d'arrivée

	De 20 à 30 ans	De 31 à 40 ans	De 41 à 50 ans	De 51 à 60 ans	De 61 à 70 ans
Arrivée avant 10h40	0	0	0	0	4

Arrivée entre 10h40 et 11h00	0	0	1	0	1
Arrivée entre 11h01 et 11h30	1	0	0	5	0
Arrivée entre 11h31 et 12h00	1	3	1	4	0
Arrivée entre 12h01 et 12h20	1	4	0	0	0
Total	3	7	2	9	5

Tableau 16 : Boisson consommée selon l'âge

	Boisson non alcoolisée	Boisson alcoolisée	Rien
De 20 à 30 ans	2	0	1
De 31 à 40 ans	1	2	0
De 41 à 50 ans	2	0	0
De 51 à 60 ans	5	4	0
De 61 ans à 70 ans	4	0	1
Total	14	5	2

Le Rendez-vous de 11h09 à 14h30

Tableau 17 : Personnes venant seules ou accompagnées

	Hommes	Femmes	Total
Seul-e	13	3	16
Couple mixte	3	3	6
Couple non mixte	12	12	24
Groupe non mixte	0	4	4
Total	28	22	50

Tableau 18 : Boisson selon le genre

	Hommes	Femmes	Total
Boisson non alcoolisée	15	20	35
Boisson alcoolisée	12	1	13
Rien	1	1	2
Total	28	22	50

Tableau 19 : Classement par temps passé et genre

	Hommes	Femmes	Total
Moins de 5 minutes	5	1	6
De 5 à 10 minutes	2	3	5
De 11 à 20 minutes	1	8	9
De 21 à 30 minutes	6	1	7
De 31 à 40 minutes	5	2	7
De 41 à 50 minutes	2	1	3
Plus de 50 minutes	1	2	3
Total	22	18	40

Tableau 20 : Catégorisation des heures d'arrivée par sexe

	Hommes	Femmes	Total
Arrivée avant 11h00	2	4	6
Arrivée de 11h00 à 11h30	7	0	7
Arrivée de 11h31 à 12h00	5	1	6
Arrivée de 12h01 à 12h30	2	0	2
Arrivée de 12h31 à 13h00	2	3	5
Arrivée de 13h01 à 13h30	4	13	17
Arrivée de 13h31 à 14h00	3	3	6
Arrivée de 14h01 à 14h30	2	0	2
Total	27	24	51

Tableau 22 : Boisson consommée selon l'heure d'arrivée

	Boissons softs	Boissons alcoolisées	Rien
Arrivée avant 11h00	6	0	0
Arrivée de 11h00 à 11h30	4	4	0
Arrivée de 11h31 à 12h00	0	6	0
Arrivée de 12h01 à 12h30	1	1	0
Arrivée de 12h31 à 13h00	4	0	1
Arrivée de 13h01 à 13h30	15	0	0
Arrivée de 13h31 à 14h00	4	1	1
Arrivée de 14h01 à 14h30	0	2	0
Total	34	14	2

Tableau 23 : Mode de fréquentation selon l'heure d'arrivée

	Seul-e	Couple mixte	Couple non mixte		Groupe non mixte	
			Hommes	Femmes	Hommes	Femmes
Arrivée avant 11h	2	2	0	2	0	0
Arrivée de 11h00 à 11h30	4	0	4	0	0	0
Arrivée de 11h31 à 12h00	1	0	4	0	0	0
Arrivée 12h01 à 12h30	2	2	0	0	0	0
Arrivée de 12h31 à 13h00	0	0	2	0	0	0
Arrivée de 13h01 à 13h30	3	2	0	2	0	4
Arrivée de 13h31 à 14h	2	0	0	6	0	0
Arrivée de 14h01 à 14h30	0	0	0	2	0	0
Total	14	6	10	12	0	0

Le Bistro d'à côté de 13h26 à 14h50

Tableau 24 : Personnes venant seules ou accompagnées

	Hommes	Femmes	Total
Seul-e	1	1	2
Couple mixte	1	1	2
Couple non mixte	2	2	4

Groupe mixte	2	1	3
Groupe non mixte	0	4	4
Total	6	8	14

Tableau 25 : Boisson consommée selon le genre

	Hommes	Femmes	Total
Boisson non alcoolisée	3	8	11
Boisson alcoolisée	2	0	2
Rien	1	0	1
Total	6	8	14

Tableau 26 : Heures d'arrivée selon le genre

	Hommes	Femmes	Total
Arrivée avant 13h30	0	3	3
Arrivée entre 13h31 et 14h00	2	3	5
Arrivée entre 14h00 et 14h30	3	2	5
Arrivée entre 14h31 et 15h00	1	0	1
Total	6	8	14

Tableau 27 : Temps passé selon le genre

	Hommes	Femmes	Total
Moins de 5 minutes	0	0	0
de 5 à 10 minutes	3	1	4
11 à 20 minutes	1	4	5
21 à 30 minutes	0	0	0
Plus de 30 minutes	2	0	2
Total	6	5	11

Tableau 28 : Âge selon le genre

	Hommes	Femmes	Total
De 20 à 30 ans	2	4	6
De 31 à 40 ans	3	1	4
De 41 à 50 ans	0	1	1
De 51 à 60 ans	1	2	3
Total	6	8	14

Tableau 29 : Temps passé selon l'âge

	De 20 à 30 ans	De 31 à 40 ans	De 41 à 50 ans	De 51 à 60 ans
Moins de 5minutes	0	0	0	0
De 5 à 10 minutes	0	4	0	0
De 11 à 20 minutes	1	1	1	3
De 20 à 30 minutes	0	0	0	0
Plus de 30 minutes	2	0	0	0
Total	3	5	1	3

Tableau 30 : Boisson consommée selon le genre et l'âge

	Boisson non alcoolisée		Boisson alcoolisée		Rien	
	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes
De 20 à 30 ans	0	4	1	0	1	0
De 31 à 40 ans	3	1	0	0	0	0
De 41 à 50 ans	0	1	0	0	0	0
De 51 à 60 ans et plus	0	2	1	0	0	0
Total	3	8	2	0	1	0

Tableau 31 : Temps passé selon la boisson consommée

	Boissons non alcoolisée	Boisson alcoolisée	Rien
Moins de 5 minutes	4	0	4
de 5 à 10 minutes	4	0	4
11 à 20 minutes	0	1	1
21 à 30 minutes	0	0	0
Plus de 30 minutes	0	1	1
Total	8	2	10

L'Hospitalier de 13h50 à 15h14

Tableau 32 : Personnes venant seules ou accompagnées

	Hommes	Femmes	Total
Seul-e	1	1	2
Couple mixte	2	2	4
Couple non mixte	2	2	4
Groupe mixte	2	1	3
Total	5	5	10

Tableau 33 : Boisson consommée selon le genre

	Hommes	Femmes	Total
Boisson non alcoolisée	1	5	6
Boisson alcoolisée	4	0	4
Total	5	5	10

Tableau 34 : Temps passé selon le genre

	Hommes	Femmes	Total
Moins de 5 minutes	0	1	1
de 5 à 10 minutes	0	0	0
11 à 20 minutes	1	1	1
21 à 30 minutes	1	0	0
Plus de 30 minutes	0	0	0
Total	2	2	2

Tableau 35 : Heures d'arrivée selon le genre

	Hommes	Femmes	Total
Arrivée avant 14h00	4	3	7
Arrivée de 14h00 à 14h30	1	1	2

Arrivée de 14h31 à 15h00	0	0	0
Arrivée de 15h01 à 15h30	0	1	1
Total	5	5	10

Tableau 36 : Âge selon le genre

	Hommes	Femmes	Total
De 20 à 30 ans	0	2	2
De 31 à 40 ans	0	0	0
De 41 à 50 ans	3	0	3
De 51 à 60 ans	1	1	2
De 61 à 70 ans et plus	1	2	3
Total	5	5	10

Tableau 37 : Temps passé selon la boisson consommée

	Boisson non alcoolisée	Boisson alcoolisée
Moins de 5 minutes	1	0
de 5 à 10 minutes	0	0
11 à 20 minutes	1	1
21 à 30 minutes	1	0
Plus de 30 minutes	0	0
Total	2	1

Tableau 38 : Âge selon l'heure d'arrivée

	De 20 à 30 ans	De 31 à 40 ans	De 41 à 50 ans	De 51 à 60 ans	De 61 à 70 ans	Total
Arrivée avant 14h00	2	0	3	0	2	7
Arrivée de 14h00 à 14h30	0	0	0	2	0	2
Arrivée de 14h00 à 14h30	0	0	0	0	1	1
Arrivée de 14h31 à 16h00	2	0	3	2	3	10

Tableau 39 : Temps passé selon l'âge

	De 20 à 30 ans	De 31 à 40 ans	De 41 à 50 ans	De 51 à 60 ans	De 61 ans à 70 ans et plus
Moins de 5 minutes	0	0	0	0	1
de 5 à 10 minutes	0	0	0	0	0
11 à 20 minutes	0	0	0	2	0
21 à 30 minutes	0	0	1	0	0
Plus de 30 minutes	0	0	0	0	0
Total	0	0	1	2	1

Tableau 40 : Classement par boissons consommées et âge

	Boisson non alcoolisée	Boisson alcoolisée	Rien
De 20 à 35 ans	4	1	1
De 36 à 45 ans	4	0	0
De 46 à 55 ans	1	0	0
De 56 à 65 ans	0	0	0
De 66 à 75 ans et plus	1	1	0
Total	10	2	1

Tableau 41 : Heure d'arrivée selon la boisson consommée

	Boisson non alcoolisée	Boisson alcoolisée	Rien
Arrivée avant 14h00	4	3	7
Arrivée de 14h00 à 14h30	1	1	2
Arrivée de 14h31 à 15h00	0	0	0
Arrivée de 15h01 à 15h30	0	1	1
Total	5	5	10

Tableau 42 : Boisson consommée selon l'âge

	Boissons softs	Boissons alcoolisées	Rien
De 20 à 30 ans	2	0	0
De 31 à 40 ans	0	0	0
De 41 à 50 ans	1	2	0
De 51 à 60 ans	1	1	0
De 61 à 70 ans et plus	2	1	0
Total	6	4	0

Le Chez Picon de 15h30 à 16h10

Tableau 43 : Personnes venant seules ou accompagnées

	Hommes	Femmes	Total
Seul-e	6	1	7
Couple mixte	1	1	2
Couple non mixte	6	0	6
Total	13	2	15

Tableau 44 : Boisson consommée selon le genre

	Hommes	Femmes	Total
Boisson non alcoolisée	6	2	8
Boisson alcoolisée	7	0	7
Total	13	2	15

Tableau 45 : Temps passé selon le genre

	Hommes	Femmes	Total
Moins de 5 minutes	2	0	2
de 5 à 10 minutes	4	1	5
Plus de 11 minutes	0	1	1
Total	6	2	7

Tableau 46 : Heures d'arrivée selon le genre

	Hommes	Femmes	Total
--	--------	--------	-------

Arrivée avant 15h30	1	0	1
Arrivée de 15h31 à 16h00	6	1	7
Arrivée de 16h01 à 16h30	6	1	7
Total	13	2	15

Tableau 47 : Heure d'arrivée selon l'âge

	De 30 à 40 ans	De 41 à 50 ans	De 51 à 60 ans	De 61 à 75 ans ou plus	Total
Arrivée avant 15h30	0	1	0	0	1
Arrivée de 15h30 à 16h00	1	4	1	1	7
Arrivée de 16h01 à 16h30	0	5	2	0	7
Total	1	10	3	1	15

Tableau 48 : Temps passé selon l'âge

	Moins de 5 minutes	De 5 à 10 minutes	Plus de 11 minutes	Total
De 20 à 30 ans	0	0	0	0
De 31 à 40 ans	0	0	1	1
De 41 à 50 ans	2	4	0	6
De 50 à 60 ans ou plus	1	0	0	1
De 60 à 70 ans et plus	0	1	0	1
Total	3	5	1	9

Tableau 49 : Boisson consommée selon l'âge

	Boissons softs		Boissons alcoolisées		Total
	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	
De 20 à 30 ans	0	0	0	0	0
De 31 à 40 ans	0	1	0	0	1
De 41 à 50 ans	3	1	5	0	9
De 51 à 60 ans	2	0	1	0	3
61 ans et plus	0	0	1	0	1
Total	5	2	7	0	14

Le *Just coule* de 15h10 à 16h00

Tableau 50 : Personnes venant seules ou accompagnées

	Hommes	Femmes	Total

Seul-e	5	0	5
Couple mixte	1	1	2
Couple non mixte	2	2	4
Total	8	3	11

Tableau 51 : Boisson consommée selon le genre

	Hommes	Femmes	Total
Boisson non alcoolisée	5	2	7
Boisson alcoolisée	3	1	4
Total	8	3	11

Tableau 52 : Temps passé selon le genre

	Hommes	Femmes	Total
Moins de 5 minutes	0	0	0
De 5 à 10 minutes	0	0	0
De 11 à 20 minutes	2	0	2
De 21 à 30 minutes	0	2	2
Plus de 30 minutes	0	0	0
Total	2	2	4

Tableau 53 : Heure d'arrivée selon le genre.

	Hommes	Femmes	Total
Arrivée avant 15h10	2	1	3
Arrivée de 15h10 à 15h30	5	2	7
Arrivée de 15h31 à 16h00	1	0	1
Total	8	3	11

Tableau 54 : Âge selon le genre

	Hommes	Femmes	Total
De 20 à 30 ans	2	3	5
De 31 à 40 ans	2	0	2
De 41 à 50 ans	2	0	2
De 51 à 60 ans ou plus	0	1	1
60 et plus	1	0	1
Total	7	4	11

Tableau 55 : Temps passé selon la boisson consommée

	Boisson non alcoolisée	Boisson alcoolisée	Total
Moins de 5 minutes	0	0	0
De 5 à 10 minutes	0	0	0
De 11 à 20 minutes	0	2	2
De 21 à 30 minutes	2	0	2
Plus de 30 minutes	0	0	0
Total	2	2	4

Tableau 56 : Âge selon la boisson consommée

	Boisson non alcoolisée	Boisson alcoolisée	Total
De 20 à 30 ans	4	1	5
De 31 à 40 ans	3	0	3
De 41 à 50 ans	0	2	2
De 51 à 60 ans	1	0	1
60 et plus	0	1	1
Total	8	4	11

Le Chicago Café de 19h00 à 20h03

Tableau 57 : Personnes venant seules ou accompagnées

	Hommes	Femmes	Total
Seul-e	4	1	5

Couple mixte	0	0	0
Couple non mixte	6	0	6
Groupe non mixte	3	0	3

Tableau 58 : Boisson selon le genre

	Hommes	Femmes	Total
Boisson non alcoolisée	0	1	0
Boisson alcoolisée	13	0	0
Total	13	1	0

Tableau 59 : Temps passé selon le genre

	Hommes	Femmes	Total
Moins de 5 minutes	0	0	0
De 5 à 10 minutes	0	0	0
De 11 à 20 minutes	0	0	0
De 21 à 30 minutes	0	0	0
Plus de 30 minutes	6	1	7
Total	6	1	7

Tableau 60 : Heures d'arrivée selon le genre

	Hommes	Femmes	Total
Arrivée avant 19h	9	0	9
Arrivée de 19h à 19h30	3	1	4
Arrivée de 19h31 à 20h	0	0	0
Arrivée de 20h à 20h30	1	0	1
Arrivée de 20h01 à 20h30	0	0	0
Total	13	1	14