

**LES PIERROTS  
DE LA NUIT**

## BILAN 2012 au 01/12/12 5 MOIS D'EXPERIMENTATION et 7 MOIS D'EXPLOITATION

Le dispositif « **Les Pierrots de la Nuit** » cherche à promouvoir un vivre-ensemble plus harmonieux durant les nuits parisiennes. Des **trinômes** constitués d'un médiateur social et de deux artistes sillonnent les rues de Paris plusieurs fois par semaine pour sensibiliser le public des établissements festifs aux nuisances sonores qu'ils peuvent engendrer une fois à l'extérieur.

Cette forme innovante de médiation artistique est portée par la structure AMUON (Association pour un Usage Optimal de la Nuit) et soutenue majoritairement par la Ville de Paris ainsi par que des partenaires tels que le réseau MAP (Musiques Actuelles de Paris), la CSCAD (Chambre Syndicale des Cabarets Artistiques et Discothèques), la SPRE (Société pour la Perception de la Rémunération Equitable), la SACEM (Société des Auteurs, Compositeurs et Editeurs de Musique) et la SPEDIDAM (Société de Perception et de Distribution des Droits des artistes).

Le dispositif a vu le jour fin octobre 2011 avec la première soirée datée du 31 octobre 2011. Cette phase de test s'est déroulée jusqu'au 28 mars 2012, date du lancement officiel du dispositif des Pierrots de la Nuit.

Cette forme innovante de médiation de nuit vectorisée par l'artistique au centre du dialogue social est unique en son genre et dans le monde.

L'association porte une démarche d'éducation populaire et de prise de conscience du problème des nuisances sonores nocturnes. Elle souhaite ainsi favoriser le dialogue entre riverains, établissements de nuit et acteurs de ces nuits parisiennes, source d'économie et de rayonnement international.

Ce dispositif fonctionne grâce à la récurrence des interventions mais aussi grâce à la prise de conscience collective des problèmes liés aux nuisances sonores (fermeture administrative des établissements de nuit, exaspération des riverains...).

L'équipe comporte :

Fonctionnement de l'association :

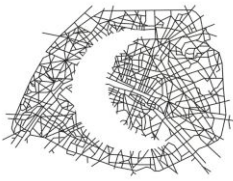
- **1 administratrice / attachée-des relations publiques** à temps plein en CDI.
- **1 assistante en communication** à mi-temps en CDD.
- **1 responsable de production** à mi-temps en CDD.

Equipe de nuit :

- **40 artistes** : mimes, danseurs, clowns, comédiens, marionnettistes, échassiers...  
Des soirées test on toujours lieux et les castings reprendront à la rentrée 2013.
- **8 médiateurs** : **4 médiateurs** employés sur un 22 heures semaine et **4 médiateurs** en auto-entrepreneur.







## LES PIERROTS DE LA NUIT

Soit au total : **12 quartiers répartis sur 8 arrondissements** (II<sup>ème</sup>, IV<sup>ème</sup>, IX<sup>ème</sup>, X<sup>ème</sup>, XI<sup>ème</sup>, XIII<sup>ème</sup>, XVII<sup>ème</sup> et XX<sup>ème</sup> arrondissement).

- 1 à 3 parcours par soirée ont été réalisés en fonction de l'actualité, de la nécessité et de la pertinence du rapport fréquentation/quartier et de la disponibilité des artistes et des médiateurs. Chaque parcours est effectué par un trinôme composé d'un médiateur et d'un duo d'artistes.  
Cependant, dans certains quartiers comme Oberkampf, les équipes ont été doublées afin de faire face aux nombreux noctambules présents sur le parcours. Le nombre de médiateur augmente également puisque dans certains arrondissements un duo est accompagné de 2 médiateurs.

### Détails des interventions sur 2011 et sur 2012

#### Exercice sur 2011 (novembre et décembre) :

- 13 soirées réparties sur 5 arrondissements (II<sup>ème</sup>, IV<sup>ème</sup>, IX<sup>ème</sup>, XI<sup>ème</sup> et XIII<sup>ème</sup> arrondissement).
- Soit 22 parcours effectués par un trinôme composé d'un médiateur et d'un duo d'artistes.
- Intervention essentiellement entre 22h30 et 02h30
- Entre 20 et 30 établissements concernés sur chaque parcours.
- 48 embauches d'artistes en direct

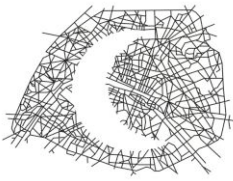
#### Exercice sur 2012 (de janvier à fin novembre) :

- **97 soirées** programmées réparties sur 12 quartiers (II<sup>ème</sup> Montorgueil, IV<sup>ème</sup> Marais, IX<sup>ème</sup> Sud Pigalle, X<sup>ème</sup> autours de rue du Faubourg Saint Denis, X<sup>ème</sup> Canal saint Martin, XI<sup>ème</sup> Bastille, XI<sup>ème</sup> Faidherbe-Chaligny, XI<sup>ème</sup> Amelot, XI<sup>ème</sup> Oberkampf, XIII<sup>ème</sup> Butte-aux-caillies, XVII<sup>ème</sup> Batignolles et XX<sup>ème</sup> Ménilmontant/Pyrénées) soit 8 arrondissements.
- 14 soirées ont dû être annulées pour cause de mauvais temps.
- **171 parcours** ont été effectués par un trinôme composé d'un médiateur et d'un duo d'artistes.
- Intervention essentiellement entre 23h00 et 03h00 mais aussi entre 01h00 et 05h00 du matin.
- Entre 20 et 50 établissements sont concernés sur chaque parcours.
- **315 embauches** d'artistes en direct

#### Total sur 13 mois d'exploitation (2011 / 2012) :

- **110 soirées** effectuées réparties sur 8 arrondissements soient 12 quartiers (II<sup>ème</sup> Montorgueil, IV<sup>ème</sup> Marais, IX<sup>ème</sup> Sud Pigalle, X<sup>ème</sup> autours de rue du Faubourg Saint Denis, X<sup>ème</sup> Canal saint Martin, XI<sup>ème</sup> Bastille, XI<sup>ème</sup> Faidherbe-Chaligny, XI<sup>ème</sup> Amelot, XI<sup>ème</sup> Oberkampf, XIII<sup>ème</sup> Butte-aux-caillies, XVII<sup>ème</sup> Batignolles et XX<sup>ème</sup> Ménilmontant/Pyrénées)).
- Soit **191 parcours** effectués par un trinôme composé d'un médiateur et d'un duo d'artistes.
- **363 embauches** d'artistes en direct
- Les interventions se sont tenues essentiellement entre 22h30 et 2h30 ou 23h et 3h. Chaque parcours a permis de sensibiliser en moyenne entre 20 et 50 établissements.





## LES PIERROTS DE LA NUIT

### Une campagne de communication importante

- **450 affiches 100 x 150** ont été diffusées dans Paris intramuros les 2 premières semaines de juin sur le réseau Mupi de DECAUX.
- **30 000 tracts** ont été distribués aux clients des établissements de nuit.
- **10 000 carte com'** vont être distribuées dans les établissements parisiens sur le mois de septembre.
- Un site Web
- Un blog
- **Une revue de presse éclatante** (cf. document joint)

### Le Kit établissement

Depuis juin 2012, le Kit établissement composé d'une vitrophanie, de sous-bocks, d'affiche A3 et A2 ainsi que de carte com' sont distribués aux établissements qui le désirent.

Près de **10 000 sous-bocks** ont d'ores et déjà été distribués et environ 150 établissements de nuit ont reçu à ce jour des éléments de communication.

### Remarques générales

Des rencontres avec les mairies et les commissariats du IX<sup>ème</sup>, X<sup>ème</sup>, XI<sup>ème</sup> et XVII<sup>ème</sup> arrondissement ont eu lieu afin de déterminer au mieux les parcours d'intervention des Pierrots.

Une réunion de bilan avec la Préfecture de Police a lieu tous les 3 mois et l'association réfléchit à la mise en place d'une formation à la sécurité et au self défense en partenariat avec la Préfecture de police.

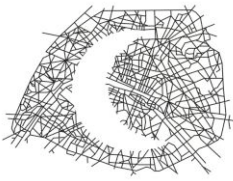
L'aspect insolite et novateur de cette médiation entraîne une nécessité de polyvalence importante des compétences et l'association a des difficultés à recruter ce type de profil.

C'est pourquoi nous avons fait le choix de réaliser 4 embauches à temps partiel à 22 heures semaine afin d'assurer un bon fonctionnement à l'association, de former ces médiateurs sur les particularités de cette médiation et de réaliser un suivi plus important auprès des établissements. Ces médiateurs viennent en complément de la collaboration entamée avec le CMFM.

Sur les mois d'hiver outre les annulations pour cause de mauvais temps, il a été décidé de ne pas intervenir sur la période de Noël. En effet, il nous semble peu opportun d'intervenir les soirs de certaines fêtes populaires comme Noël, le jour de l'an, la fête de la musique, le 13 et le 14 juillet.

Cependant, certaines soirées exceptionnelles ont été programmées la veille de jour férié. On constate une baisse importante de fréquentation lors des congés mais aussi lors des week end prolongés.





## LES PIERROTS DE LA NUIT

### Evaluations du dispositif :

**Un partenariat inédit entre une collectivité (Ville de Paris) et un acteur associatif (A.M.U.O.N.) a permis de développer un outil statistique fiable pour l'évaluation du dispositif.**

Les outils d'évaluation :

- Un questionnaire de retour d'intervention a été mis en place en ligne. Ce questionnaire est rempli par chaque intervenant (médiateur et artiste) à la suite de son intervention.
- Des analyses hebdomadaires sont produites permettant d'évaluer le dispositif mais aussi de détecter au plus vite les réajustements nécessaires en termes d'organisation.
- Un bilan est dressé par les deux initiateurs de l'outil pour agréger et produire les données suivantes :

#### Éléments d'évaluation suite aux soirées novembre (des évaluations sont faites tous les mois)

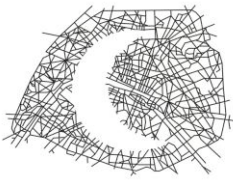
- Répartition des types d'établissements concernés par le passage des Pierrots en moyenne :
  - 80 % : Bars
  - 8% : Brasseries et restaurants
  - 4% : Night Clubs
  - 8% : Salles de concert

Soit près de **500 établissements** qui ont bénéficié d'une action des Pierrots de la Nuit.

- **Tranches d'âge des publics rencontrés :**  
La tranche d'âge la plus représentée est 20-39 ans. Il arrive pourtant que des populations très jeunes (15-20 ans) soient majoritaires, et plutôt le jeudi soir. Les 40 ans et plus peuvent parfois représenter jusqu'à la moitié des publics, surtout le samedi soir, mais ne sont jamais majoritaires sur un parcours. C'est notamment dans le quartier du Marais que l'on trouve une forte proportion de quaranténaires.
- **Langues parlées par le public :**  
Les populations rencontrées sont très majoritairement francophones. Mais avec l'arrivée du printemps, la présence d'étrangers est de plus en plus marquée. Parmi les langues identifiées par les intervenants : l'anglais l'espagnol et l'italien sont les langues les plus entendues. L'allemand, l'arabe, le néerlandais et le japonais ont surtout été constatées dans le quartier de Bastille.  
Pour faire face à cette population également festive, la plupart de nos médiateurs maîtrise au moins une langue étrangère, le plus souvent l'anglais.
- **Réactions du public** (données chiffrées suite au retour du ressenti des médiateurs et des artistes).
  - Fin juin les Pierrots avait constaté qu'environ 80% du public était assez ou très accueillant. Aujourd'hui c'est près **de 92% d'accueil favorable** que constatent les Pierrots sur le terrain avec 53% de public *très accueillant* et 39% de public *assez accueillant*.
  - Ce même public est à **92 % Assez** (45%) voir *très amusé* (47%) par la démarche, contre 82% au mois de juin.

**La notoriété des Pierrots, la récurrence de leur passage et l'habitude prise de les voir dans les quartiers festifs favorise cet accueil bienveillant et la prise de conscience générale du problème.**





## LES PIERROTS DE LA NUIT

Les actions sur le terrain sont de plus en plus pertinentes également puisque artistes et médiateurs ont pris pleinement la mesure de leur champs d'intervention et du terrain sur lequel ils œuvrent.

### ▪ Réactions du public par rapport au message délivré :

- **Assez (45%) ou très réceptif (44%) au message = 89%** contre 77 % constaté en juin.
- Parallèlement, on constate une très forte diminution du public *pas du tout réceptif* au message faisant ainsi augmenter la part du *public mitigé* passant de 2% au mois mai à 9% aujourd'hui.
- L'accueil sur le flyer : Au vu des réactions du public, les médiateurs estiment que le flyer est globalement *informatif* (91%) et *lisible* (96%).
- D'après les médiateurs, le slogan « Restons éveillés sans réveiller » semble, quant à lui, majoritairement *compris* (87%) et *apprécié* (87%).
- D'après les médiateurs, les publics sont majoritairement *conscients du bruit environnant* (77%) et de leur *participation à cette ambiance sonore* (85%).

### ▪ Impact des interventions

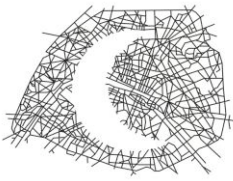
- Il est noté par les intervenants un **changement positif de comportement de la part des publics après le passage des Pierrots (82%)**. Et en particulier les jeudis et vendredis soirs ; le vendredi soir étant la soirée la plus festive et la plus sollicitée.
- **Sur le terrain, on peut constater que l'impact sur l'ambiance sonore générale est notable. Alors que les intervenants évaluent l'ambiance sonore avant leur intervention comme majoritairement bruyante (59%) ou très bruyante (10%), elle devient assez calme (59%) ou très calme (27%) pendant l'intervention. 5 à 15 minutes après l'intervention, les médiateurs et artistes estiment que l'ambiance est restée assez calme pour près de 70%.**  
Le jeudi est la soirée où l'intervention des Pierrots présente le meilleur impact sur la réduction du bruit car le public est moins nombreux et donc plus attentif et ce malgré une forte proportion de jeunes (15/20 ans). Le vendredi est le soir où l'ambiance sonore est la plus élevée mais aussi la plus prisée par les noctambules. Le passage des Pierrots produit une réduction du bruit massive.

- Si près de **18% seulement du public semble avoir conscience du bruit environnant**, environ 55% du public a conscience de sa participation au bruit environnant.
- **Les incidents sur les parcours** des Pierrots de la Nuit sont nombreux mais sans gravité. Les Pierrots de la Nuit font surtout face à de l'incivilité. Les agressions sont verbales (45%) avec des remarques désobligeantes (3%) mais aucune agressivité physique n'est à déplorer. De plus depuis le lancement, on note un véritable changement de comportement positif à l'égard des Pierrots de la Nuit qui sont de mieux en mieux acceptés et compris.

Raisons avancées de ces incidents :

- 1 / Public bien souvent en état d'alcoolémie avancée protestant contre une restriction de liberté.
- 2 / Responsable de bar n'ayant pas toujours compris l'intérêt de l'intervention des Pierrots.





## LES PIERROTS DE LA NUIT

- **Parmi les points forts soulignés par les intervenants, les plus révélateurs sont :**
  - **L'aspect visuel et poétique des interventions, la dimension artistique et l'originalité du dispositif.**
  - **L'impact de l'humour**
  - Les costumes et accessoires
  - La notoriété progressive des Pierrots par le public
  - Le contact proche et la complicité des membres de l'équipe avec le public
  - Les discussions avec le public, les explications précises et complètes des médiateurs à propos du dispositif
  - Les improvisations artistiques en fonction des situations
  - L'adaptation aux publics rencontrés, et en particulier avec les étrangers
  - Le bon impact des flyers et des autres supports
  - L'accompagnement de la fermeture des bars

Parmi les points faibles soulignés par les intervenants :

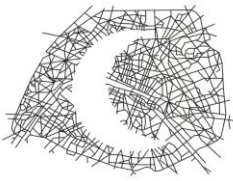
- La difficulté parfois encore présente de la compréhension du dispositif surtout auprès des personnes alcoolisées.
- Le message est parfois mal interprété par le public en considérant les Pierrots de la Nuit comme étant un dispositif de répression voulant « faire taire » les gens. Le rôle des médiateurs est ici extrêmement important, au point où pour certains parcours nous avons doublés les médiateurs.

### **Perspectives pour 2013 :**

- De nouveaux parcours doivent être mis en place dans ces prochains mois notamment XVIII<sup>ème</sup> (Abbesses), XIII<sup>ème</sup> (les quais de Seine)...
- De nouveaux outils d'évaluation ont été développés pour compléter les fiches retour d'intervention. Ainsi une étude qualitative et quantitative est en cours auprès des responsables et salariés d'établissements présents sur les parcours actuels. Dans une prochaine étape, une évaluation du dispositif sera engagée auprès des publics devant les établissements et auprès des riverains à proximité des lieux d'intervention.
- L'association envisage également de faire appel à un prestataire pour réaliser une étude d'impact à l'horizon 2013/2014.







## LES PIERROTS DE LA NUIT

### Presse quotidienne nationale

**Le Monde** : 02/04/2012 « Des Pierrots pour faire taire les fêtards »

**M, Magazine du Monde** : 14/04/2012 « J'y étais... en tournée, à Paris, avec les Pierrots de la Nuit »

**Le Figaro** : 12/06/2012 « Un soir avec les Pierrots de la Nuit, brigade artistique antibruit »

### Presse quotidienne régionale

**Direct Matin** : 26/03/2012 « Des mimes disent chut »

**Metro** : 27/03/2012 « Les clowns pacifient la nuit »

**20 Minutes** : 27/03/2012 « Des clowns de nuit pour éviter le bruit »

**Le Parisien** : 27/03/2012 « Ils ont les moyens de vous faire taire »

**20 Minutes** : 23/04/2012 « Art et chuchotements pour limiter les cris »

### Presse mensuelle locale

**ParisDixSept** : Novembre 2012 « Les Pierrots de la Nuit, baladins du silence »

### Presse spécialisée

**Télérama Sortir** : 11/04/2012 « Comment faire baisser le ton aux parisiens trop bruyants ? »

**Télérama Sortir** : 31/10/2012 « Que fait la Mairie de Paris contre les fermetures de bars de nuit ? »

### Sites internet

**AFP** : 21/03/2012 « Bientôt des agents de silence, la nuit, dans 14 quartiers parisiens »

**Le Point** : 21/03/2012 « Les Pierrots qui endorment Paris »

**Comment ça marche.net** : 21/03/2012 « La ville de Paris va déployer des clowns pour réduire le tapage près des bars »

**France 24** : 21/03/2012 « Bientôt des agents de silence, la nuit, dans 14 quartiers parisiens »

**La Charente Libre** : 22/03/2012 « Des agents de silence pour les fêtards »

**Neuilly Journal** : 23/03/2012 « Des clowns feront respecter le silence dans les rues de Paris »

**France 24** : 26/03/2012 « Fêtards bruyants : comme Barcelone, Paris mise sur la médiation poétique »

**Le Nouvel Observateur** : 26/03/2012 « Fêtards bruyants : comme Barcelone, Paris mise sur la médiation poétique »

**Irma** : 26/03/2012 « Les Pierrots de la Nuit »

**Metro** : 26/03/2012 « Des mimes pour pacifier les nuits parisiennes »

**20 minutes** : 26/03/2012 « Des patrouilles de clowns et de mimes pour éviter le tapage nocturne »

**Paris Tribune** : 26/03/2012 « LPN pour inciter les usagers de la nuit à s'amuser ou travailler... sans réveiller »

**NT1** : 27/03/2012 « A Paris des Pierrots feront fuir le tapage nocturne »

**La gazette des communes** : 27/03/2012 « Bientôt des agents de silence, la nuit, dans 14 quartiers parisiens »

**Le Républicain Lorrain** : 27/03/2012 « Pierrots de la Nuit »

**Le Monde** : 27/03/2012 « Fêtards bruyants : comme Barcelone, Paris mise sur la médiation poétique »

**La Voix du Nord** : 28/03/2012 - rubrique Le monde à l'envers

**Le cri du contribuable** : 29/03/2012 « Delanoë recrute des clowns »

**Mon quotidien** : 30/03/2012 « Les clowns sont dans la rue... chut »

**Le Monde** : 02/04/2012 « Parle moins fort ou je te mime : les Pierrots de la Nuit à l'assaut des fêtards parisiens »

**Le Monde** : 02/04/2012 « A Paris les brigades du bruit sèment le silence »

**La Nouvelle République** : 02/04/2012 « un ton en dessous »

**Paris Tribune** : 02/04/2012 « Le silence est d'or avec les Pierrots de la Nuit parisienne »

**Rue du commerce** : 06/04/2012 « La guerre du sommeil est déclarée à Paris »

**Atlantico** : 08/04/2012 « Agents de silence : ces nouveaux coûteux emplois créés par la mairie de Paris »

**Contrepoint** : 10/04/2012 « Delanoë et ses agents de silence »

