

École normale supérieure – concours B/L

Épreuve orale commune de sociologie

Session 2022

Jury : Lise Bernard et Arnaud Pierrel

La nuit : approche sociologique

Le dossier comporte 11 pages numérotées de 1 à 11

Document 1 : Temps passé à ne pas dormir la nuit en 2010	2
Document 2 : Qui travaille la nuit ? Une approche toutes choses égales par ailleurs...	3
Document 2a) : Les déterminants du travail de nuit.....	3
Document 2b) : Les familles professionnelles les plus concernées par le travail de nuit.....	4
Document 3 : Les différences dans les conditions de travail associées au travail de nuit	5
Document 4 : Sorties et avancée en âge.....	7
Document 5 : Des fêtes très exclusives	8
Document 6 : Des escales dans la nuit. Les snacks égyptiens à Marseille	10

Document 1 : Temps passé à ne pas dormir la nuit en 2010

en heures et minutes

	Temps passé à ne pas dormir la nuit	dont : temps devant la télévision	Perte de sommeil nocturne depuis 1986
Sexe			
Homme	2 h 21	00 h 39	- 00 h 17
Femme	2 h 05	00 h 34	- 00 h 19
Âge			
15-17 ans	2 h 21	00 h 31	- 00 h 50
18-29 ans	2 h 32	00 h 35	- 00 h 21
30-39 ans	2 h 23	00 h 38	- 00 h 12
40-49 ans	2 h 23	00 h 36	- 00 h 14
50-59 ans	2 h 14	00 h 34	- 00 h 21
60-69 ans	2 h 00	00 h 46	- 00 h 23
70 ans ou plus	1 h 33	00 h 33	- 00 h 20
Statut d'activité			
En emploi ou en étude	2 h 27	00 h 33	- 00 h 17
Autres situations	1 h 51	00 h 41	- 00 h 21
Ensemble	2 h 13	00 h 36	- 00 h 18

Champ : France métropolitaine, personnes de 15 ans ou plus.

Lecture : sur la plage horaire de 22 h à 8 h, pour les hommes, 2 heures et 21 minutes sont passées à faire autre chose que dormir, en particulier 39 minutes sont passées devant la télévision. Par rapport à 1986, le temps de sommeil nocturne a diminué de 17 minutes.

Source : Insee, enquêtes Emploi du temps 1986-1987 et 2009-2010.

Source : Layla Ricoch, « En 25 ans, le temps passé à dormir la nuit a diminué de 18 minutes », *France, portrait social*, INSEE, 2012.

Document 2 : Qui travaille la nuit ? Une approche toutes choses égales par ailleurs

Dans les enquêtes Emploi menées par l'Insee, on considère qu'une personne travaille la nuit quand elle déclare que sa période de travail se situe, même partiellement, dans la tranche de minuit à 5 heures du matin.

Document 2a) : Les déterminants du travail de nuit

Odds ratio (rapport de chances)	Ensemble	Femmes	Hommes
Sexe			
Femme.....	Réf		
Homme.....	2,54		
Âge			
De 15 à 29 ans.....	1,10	1,18	ns
De 30 à 39 ans.....	1,14	1,19	1,12
De 40 à 49 ans.....	Réf	Réf	Réf
De 50 à 59 ans.....	0,90	0,87	0,90
60 ans ou plus.....	0,74	0,85	0,67
Statut de l'emploi occupé			
CDI secteur privé.....	Réf	Réf	Réf
CDD secteur privé.....	0,85	0,83	0,87
Fonctionnaire ou CDI de la fonction publique.....	1,58	1,82	1,38
Autre salarié de la fonction publique.....	1,12	1,21	ns
Intérimaire.....	NS	1,40	ns
Apprenti, stagiaire ou contrat aidé.....	0,32	0,47	0,28
Situation familiale			
Personne seule.....	Réf	Réf	Réf
Enfant du ménage.....	0,76	0,85	0,74
Couple avec enfant(s) de moins de 18 ans.....	0,92	0,75	ns
Couple sans enfant.....	0,85	0,80	0,90
Parent de famille monoparentale.....	0,85	0,79	ns
Autre type de ménage (comprenant plusieurs familles...)	1,40	2,27	ns

ns : non significatif au seuil de 5 %.

Lecture : être âgé de 60 ans ou plus réduit la probabilité de travailler habituellement ou occasionnellement de nuit, à autres caractéristiques comparables ; en effet, par rapport aux salariés âgés de 40 à 49 ans (situation de référence), le rapport de chances (odds-ratio) des salariés de 60 ans et plus est de 0,74, soit une valeur significativement inférieure à 1 au seuil de 5 % ; au contraire, être fonctionnaire (ou en CDI de la fonction publique) augmente nettement la probabilité de travailler de nuit : l'odds ratio, égal à 1,58, est significativement supérieur à 1.

Champ : salariés de 15 ans et plus résidant en France métropolitaine (enquête Emploi 2012).

Source : Elisabeth Alvaga, « Le travail de nuit en 2012 », Dares Analyses, 2014.

Document 2b) : Les familles professionnelles les plus concernées par le travail de nuit

	Part de salariés travaillant la nuit (en %)	Effectifs qui travaillent la nuit	Part de femmes dans la famille professionnelle (en %)
Les 20 familles professionnelles regroupant le plus de salariés travaillant la nuit			
Conducteurs de véhicules	42	281 000	10
Armée, police, pompiers	72	276 000	13
Infirmiers, sages-femmes	42	202 000	88
Aides-soignants	25	151 000	91
Ouvriers qualifiés des industries de process	40	130 000	25
Agents d'entretien	9	120 000	70
Techniciens, agents de maîtrise de la maintenance	25	106 000	10
Agents de gardiennage et de sécurité	48	94 000	28
Médecins et assimilés	44	92 000	59
Employés et agents de maîtrise de l'hôtellerie et de la restauration	24	90 000	64
Enseignants	8	87 000	66
Techniciens, agents de maîtrise des industries de process	35	82 000	22
Cadres de la fonction publique	16	75 000	46
Ouvriers non qualifiés des industries de process	34	72 000	44
Ouvriers qualifiés de la manutention	16	72 000	16
Aides à domicile et aides ménagères	13	71 000	97
Professionnels des arts et des spectacles	29	67 000	41
Bouchers, charcutiers, boulangers	37	63 000	14
Ouvriers non qualifiés de la manutention	16	55 000	31
Agents administratifs et commerciaux des transports et du tourisme	27	52 000	57
Autres familles professionnelles où le travail de nuit est très fréquent			
Marins, pêcheurs, aquaculteurs	56	12 000	7
Ouvriers des industries graphiques	38	14 000	25
Employés des services divers	38	10 000	43
Agents d'exploitation des transports	37	37 000	21
Ouvriers qualifiés travaillant par enlèvement de métal	33	35 000	7

Lecture : 42 % des salariés de la famille professionnelle des conducteurs de véhicules travaillent habituellement ou occasionnellement la nuit, ce qui représente 281 000 personnes. 10 % des salariés de cette famille professionnelle sont des femmes.

Champ : salariés de 15 ans et plus résidant en France métropolitaine (enquête Emploi 2012).

Source : Elisabeth Alvaga, « Le travail de nuit en 2012 », Dares Analyses, 2014.

Document 3 : Les différences dans les conditions de travail associées au travail de nuit

	Salariés travaillant la nuit (en %)	Salariés ne travaillant jamais la nuit (en %)	Odds ratio salariés « de nuit » par rapport aux salariés « de jour »		
			Ouvriers	Employés	Professions intermédiaires
Pression temporelle					
Devoir toujours ou souvent se dépêcher.....	52,0	45,3	1,2	1,2	1,6
Avoir des délais fixés sans pouvoir les modifier.....	38,8	35,7	-	-	1,3
Avoir au moins trois contraintes de rythme parmi huit (1).....	58,4	39,2	1,5	1,4	1,8
Interruption fréquente d'une tâche pour une autre.....	68,3	63,6	-	1,6	1,4
Variété des tâches et marges de manœuvre					
Le travail permet d'apprendre des choses nouvelles.....	78,4	76,7	0,7	0,7	-
Polyvalence.....	42,6	31,0	1,5	1,3	1,6
<i>Parmi ceux concernés, vécue comme aspect positif du travail.....</i>	71,9	69,3	-	-	-
<i>Parmi ceux concernés, vécue comme une source d'erreur.....</i>	29,0	26,2	-	-	-
Tâches souvent ou toujours monotones.....	22,5	20,4	-	-	-
Supérieurs indiquent le mode opératoire.....	22,1	18,6	-	-	1,3
Application stricte des consignes.....	36,3	32,8	-	0,8	1,3
Règle soi-même les incidents.....	48,8	50,4	-	-	-
Une erreur dans le travail pourrait entraîner ...					
Des conséquences graves pour la qualité du service ou du produit.....	82,6	63,2	1,8	2,4	2,7
Des coûts financiers importants pour l'entreprise.....	74,6	53,4	1,9	1,7	2,4
Des conséquences dangereuses pour votre sécurité ou celle d'autrui.....	71,6	37,9	1,8	4,1	3,8
Des sanctions à votre égard.....	77,0	58,4	1,6	2,9	2,5
Entraide et soutien					
Possibilité de coopérer pour faire correctement son travail.....	91,9	90,5	-	-	-
Aide des collègues.....	82,9	78,8	-	1,5	1,3
Situations de tension avec les supérieurs hiérarchiques.....	35,8	25,4	1,2	1,5	1,3
Discussions collectives sur l'organisation ou le fonctionnement.....	84,2	77,9	1,3	1,6	-
Contact avec des personnes en situation de détresse.....	54,7	42,4	1,5	3,1	1,6
Devoir calmer des personnes.....	64,8	51,2	1,4	3,7	1,6
Contact avec le public.....	66,9	71,5	-	2,0	-
Situations de tension avec le public (quand contact).....	54,3	41,5	1,6	1,7	1,3
Agression verbale dans les 12 derniers mois (collègues ou public).....	32,9	24,0	1,2	1,7	1,5
Pénibilités, exposition aux risques					
Au moins une pénibilité physique (2).....	84,1	67,1	-	3,2	3,1
Au moins une contrainte de vigilance (3).....	77,0	59,3	1,8	1,6	2,1
Être exposé à des produits dangereux.....	49,2	25,6	1,4	1,9	2,7
Risquer d'être blessé ou accidenté.....	75,7	45,9	1,9	2,9	3,1
Risquer des accidents de la circulation.....	48,4	30,5	1,8	1,6	-
A reçu une information sur les risques.....	48,5	33,1	1,4	1,5	1,3
A reçu une formation à la sécurité.....	42,8	26,9	1,4	1,6	1,3
Dispose de consignes de sécurité.....	62,5	41,5	1,4	1,7	1,8
Crainte de perdre son emploi.....	27,0	23,7	1,3	-	-
Ne pense pas pouvoir tenir jusqu'à 60 ans.....	42,8	26,9	-	1,3	1,4

L'analyse « toutes choses égales par ailleurs » (trois dernières colonnes) est menée pour trois grandes catégories socioprofessionnelles, en contrôlant de l'influence de la catégorie socioprofessionnelle détaillée, du secteur d'activité agrégé, de la taille de l'établissement, du sexe et de l'âge. Seuls sont reportés les rapports des chances (odd ratio) statistiquement significatifs au seuil de 5 %.

Lecture : 82,6 % des salariés qui travaillent la nuit (habituellement ou occasionnellement) pensent qu'une erreur dans leur travail pourrait entraîner des conséquences graves pour la qualité du service ou du produit contre seulement 63,2 % des salariés qui ne travaillent jamais la nuit. À autres caractéristiques comparables, les ouvriers qui travaillent la nuit sont significativement (au seuil de 5 %) plus nombreux que les autres ouvriers à penser qu'une erreur dans leur travail pourrait entraîner des conséquences graves pour la qualité du service ou du produit ; l'écart est d'ampleur plus importante pour les professions intermédiaires (odd ratio de 2,7) et également significatif.

- (1) : Parmi les huit contraintes de rythme suivantes : déplacement automatique d'un produit ou d'une pièce ; cadence automatique d'une machine ; autres contraintes techniques ; dépendance immédiate vis-à-vis du travail d'un ou plusieurs collègues ; normes de production, ou délais, à respecter en une journée au plus ; demande extérieure (clients, public) obligeant à une réponse immédiate ; contrôles ou surveillances permanents (au moins quotidiens) exercés par la hiérarchie ; contrôle ou suivi informatisé.
- (2) : Parmi les pénibilités physiques suivantes : devoir rester longtemps debout ou dans une autre posture fatigante ou pénible, effectuer des déplacements à pied longs ou fréquents, porter des charges lourdes, effectuer des mouvements douloureux ou fatigants, subir des secousses ou des vibrations
- (3) : Parmi les contraintes de vigilance suivantes : ne pas pouvoir quitter son travail des yeux, lire des chiffres ou des lettres difficiles à lire, examiner des objets très petits, faire attention à des signaux visuels ou sonores brefs.

Champ : salariés de 15 ans et plus résidant en France métropolitaine (enquête Conditions de travail 2013).

Source : Elisabeth Alvaga, « Le travail de nuit en 2012 », Dares Analyses, 2014.

Document 4 : Sorties et avancée en âge

En %

Sorties	11 ans	13 ans	15 ans	17 ans
Cinéma	83,5	82,5	88,5	90,0
Musée, monument	56,0	49,5	54,0	44,0
Parc d'attractions	49,5	39,0	39,5	35,0
Bibliothèque	44,5	41,5	27,0	21,0
Zoo, parc animalier	42,5	26,5	22,0	17,5
Spectacle de danse, théâtre, opéra	41,0	29,0	29,0	37,0
Match, manifestation sportive	40,5	37,0	45,0	48,0
Cirque	32,5	15,0	8,0	4,5
Concert	22,0	19,5	23,0	34,0
Boîte, discothèque	2,5	4,0	14,0	42,5

Lecture : à 11 ans, 83,5% des enfants sont allés au cinéma depuis le début de l'année scolaire.

Sylvie Octobre, Christine Détrez, Pierre Mercklé et Nathalie Berthomier, *L'enfance des loisirs. Trajectoires communes et parcours individuels de la fin de l'enfance à la grande adolescence*, 2010.

Document 5 : Des fêtes très exclusives

À la fin des années 1990, dans le quartier de Meatpacking District [à New York] en pleine gentrification, les clubs haut de gamme se sont mis à proposer de nouveaux services, comme le *bottle service* (service de bouteilles) : les clients achètent des bouteilles d'alcool entières et le droit de les consommer à des tables privées, louées au sein du club. À l'entrée de l'établissement, les portiers filtrent les personnes autorisées à entrer (ou pas), mobilisant pour cela des distinctions de genre, de race et de classe. Ils s'assurent ainsi que la clientèle soit exclusivement « riche et belle », majoritairement blanche, et manifestement « VIP » – pour « *very important people* » (personnes très importantes).

Une fois franchi le cordon de velours de l'entrée, ces boîtes de nuit sont des lieux somptueux. Les clients y achètent régulièrement du champagne, apporté à leur table avec des fontaines lumineuses qui annoncent publiquement la dépense. (...) Ces « enclaves d'ultra-riches » existent depuis longtemps, mais elles sont de plus en plus fréquentées par des élites internationales désormais davantage mobiles, dispersées dans le monde, plus opulentes qu'au cours des générations précédentes, et dont une grande partie de la richesse provient de la finance.

Tout espace commercial conçu pour la classe dominante dépend d'une main-d'œuvre dont la situation sociale et économique est largement inférieure. Dans la boîte de nuit VIP, certains membres du personnel sont immédiatement identifiés comme subalternes socialement : les videurs sont de grands hommes noirs, les aides-serveurs et le personnel de ménage sont des Latinos à la peau brune, marqués corporellement comme marginaux ; ils se frayent un chemin à travers la foule, presque invisibles. Les espaces d'entre-soi des plus riches reposent en fait sur cette dichotomie de classe : une pleine visibilité des consommateurs opulents et une quasi-invisibilité des travailleurs qui, en comparaison, sont pauvres et minoritaires.

Les membres de la classe dominante embauchent également un « personnel d'auxiliaires » (...) Comme personnel de service dans les interactions en face-à-face, ils travaillent en contact étroit avec leurs clients aisés ; il arrive qu'ils tissent des liens et qu'ils s'identifient à eux (...). Au sein des clubs VIP, parmi ces travailleurs, on trouve les « promoteurs d'image » (*image promoters*). Il s'agit essentiellement d'hommes non blancs, embauchés par les boîtes de nuit pour attirer le « bon public », c'est-à-dire des femmes considérées comme jolies – principalement des mannequins, blanches pour la plupart – et des clients très dépensiers, surtout des hommes, surnommés « baleines » (*whales*). (...) Contrairement à la plupart des travailleurs dans le domaine des services qui se font aussi discrets que possible et restent en coulisse – stratégie typique pour faire apparaître le privilège des clients comme naturel –, les promoteurs ne s'effacent pas. Ils jouent un rôle de premier plan dans l'orchestration de fêtes sophistiquées dans les boîtes de nuit, les grandes demeures et sur les yachts.

Le monde des promoteurs est multiethnique, multiracial et international : d'après mon enquête de terrain, près de la moitié des promoteurs new-yorkais sont noirs ou latinos, et plus de la moitié d'entre eux sont des immigrés. Ils sont, pour la plupart, issus de la classe moyenne ou moyenne inférieure ; pourtant, ils boivent du champagne à prix élevé et partagent avec les très riches un certain espace social. Cela, en soi, est un fait significatif dans un contexte comme celui des États-Unis où la mobilité sociale est très limitée : la probabilité qu'un enfant né dans le quintile inférieur de la répartition des revenus atteigne le quintile supérieur est d'environ 7,5 %. En comparaison, cette même probabilité est d'environ 14 % au Danemark. Le travail des promoteurs met ainsi en lumière le phénomène de *class laundering* (blanchiment de classe sociale), ce processus par lequel des individus en viennent à adopter (au moins à certains moments) le train de vie d'une classe plus aisée, alors que leurs moyens matériels seuls ne leur auraient pas permis de le faire. La nature de leur travail, liée aux loisirs et au divertissement, les conduit en effet à tisser des liens « amicaux » avec des clients très fortunés. (...)

N'étant pas issus des classes supérieures, les promoteurs ont à franchir la distance sociale qui les sépare de leurs clients, distance qui est manifeste dans leur corps marqué par des stigmates sociaux et raciaux, comme dans leurs goûts et leur manière de parler. (...) Ceux qui parviennent à cultiver les bons liens sociaux en récoltent généralement les bénéfices, surtout s'ils parviennent à tirer parti de leur avantage positionnel pour se constituer en intermédiaire entre partenaires d'échange. Bourdieu notait que la constitution d'un capital social requiert « une dépense constante de temps et d'efforts », inégalement répartie entre les classes sociales. À l'instar des autres intermédiaires de marché, le promoteur met en place une économie fondée sur un certain nombre de « personnes très importantes », à savoir des mannequins et des hommes riches et célèbres. Comment ces hommes, en grande partie étrangers à ce monde social, parviennent-ils à tisser des liens au sein de ces réseaux d'élite ? Quel est le potentiel de conversion de leur capital social et quelles en sont les limites ? J'ai pu constater, nuanciant ainsi un attendu répandu dans les analyses de réseaux, que les nombreux liens sociaux des promoteurs ont une valeur de conversion limitée, en raison de l'association de ces promoteurs au monde de la nuit et de leur image de frivolité, de la distance sociale qui les sépare effectivement des élites et, enfin, du caractère irréaliste de leurs aspirations.

Extrait de : Ashley Mears, « Des fêtes très exclusives. Les promoteurs de soirées VIP, des intermédiaires aux ambitions contrariées », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°230, 2019

Document 6 : Des escales dans la nuit. Les snacks égyptiens à Marseille

Marseille est une ville dans laquelle la concentration de lieux de restauration rapide dans les rues du centre est remarquable. Baraques à sandwiches, *fastfood* de type américain, snacks égyptiens y sont pléthore, et ouverts la nuit. (...) Nous avons choisi de travailler sur quatre quartiers, dans lesquels la présence des snacks est particulièrement visible, et les snacks les seuls lieux ouverts après minuit : Belsunce, Noailles, la rue de la République, jonction entre le Port industriel de la Joliette et le Vieux-Port, et la Canebière, artère principale de la ville. (...) Quartiers populaires, aujourd'hui cibles des projets d'aménagement urbain, Noailles et Belsunce sont aussi des quartiers maghrébins et africains victimes d'une très forte stigmatisation. (...) La rue de la République est souvent citée pour son déclin. La Canebière a quant à elle très mauvaise presse.

En journée, les rues de snacks remplissent une fonction de restauration rapide à destination des employés, étudiants, ouvriers présents dans les quartiers des snacks. Nous pensons qu'elles remplissent la nuit une autre fonction que les rues considérées comme les rues de la nuit « traditionnelles ». S'apparentant à la fois aux bars, à la restauration rapide, et à d'autres formes de relations, complexes et temporalisées, les snacks marseillais nous donnent à voir comment des lieux de la stigmatisation, assimilés à la paupérisation et au déclassement, sont au cours de la nuit des espaces de mixité sociale, et grâce à leur ouverture sur la rue, de réassurance nocturne. (...)

Tenus par des Egyptiens, les snacks accueillent une clientèle bigarrée, et socialement hétérogène. L'observation de la clientèle nocturne des snacks dément en effet l'idée d'un commerce « ethnique », si l'on entend par là un commerce destiné à une clientèle de même origine que le commerçant. Nous avons vu dans les snacks de Marseille un jeune étudiant en architecture discuter avec un vieux maghrébin retraité ; nous avons vu un homme salarié d'origine coréenne passer la soirée avec un serveur égyptien ; une jeune assistante sociale rire à gorge déployée aux récits d'un jeune maghrébin du quartier... (...)

L'hétérogénéité des snacks se constate la nuit par les différences de clientèle, et d'usages faits du snack. Pareils aux « restaurants arabes » présents dans les rues de Belsunce dans lesquels de vieux maghrébins passent plusieurs heures d'affilée assis devant un poste de télévision, les snacks munis d'un poste, et souvent équipés d'une antenne ou d'un câble qui captent les chaînes orientales, permettent à des hommes seuls de venir le soir passer un moment en dehors de leur logement souvent exigu, et de rompre la solitude que connaissent beaucoup d'hommes d'origine maghrébine dont la famille est restée au pays. Ces hommes âgés viennent en début de soirée, peuvent rester deux ou trois heures assis face à la télévision, malgré l'inconfort du lieu, les chaises en plastique, le froid. Entre 21 heures et 22 heures, beaucoup rentrent chez eux. La population occupant la rue et parallèlement le snack change, évolue donc avec les heures : plus tardivement, les jeunes gens sont majoritaires. La clientèle des snacks s'homogénéise : les femmes, les adultes et les personnes âgées, sans disparaître totalement, se font rares ; les jeunes occupent dorénavant la scène. Le snack devient également un lieu de rendez-vous nocturne pour des jeunes gens lors des matchs de football de l'Olympique de Marseille retransmis par les télévisions des snacks. La sociabilité alors semble proche de celle des bars, l'alcool en moins : on s'y donne rendez-vous, on s'y retrouve, on y demeure bien après la fin du match, en consommant parfois une seule boisson au cours de la soirée. Nous sommes bien loin du lieu de « restauration rapide » tel que l'on pouvait l'imaginer. Le snack est plus qu'un lieu de consommation alimentaire, c'est un lieu où l'on vient passer du temps. Les habitués viennent régulièrement dans un snack dont ils connaissent les serveurs ; à la différence des clients de passage, ils l'utilisent comme un espace de convivialité, d'informations, de repos, de rencontres nocturnes. (...) Le snack la nuit remplit alors la fonction de lieu de restauration bien sûr, mais permet également de « tuer le temps », de rencontrer les autres, de regarder la télévision, voire de se sentir « chez soi ». (...)

La terminologie utilisée pour évoquer les snacks égyptiens sont souvent négative, péjorative, critique. Attirant une « mauvaise clientèle », donnant à la rue une « couleur arabe », les snacks symboliseraient la chute de l'activité commerciale prestigieuse au sein des rues du centre-ville. (...) Paradoxalement les serveurs des snacks, assimilés à cette déqualification sociale, sont aussi victimes de l'angoisse de la nuit. Les serveurs se plaignent de l'insécurité, et nombre de snacks sont équipés avec des caméras vidéo. Ils redoutent les jeunes qu'ils disent venir des quartiers nord, particulièrement présents le week-end, qui peuvent arriver éméchés, être agressifs. (...) Si les snacks peuvent peut-être parfois attirer de jeunes délinquants (...), nous pensons qu'ils ne sont pas des lieux de grandes tensions. Les snacks sont pendant la nuit les lieux qui rassurent le passant. Fortement éclairés, ils sont entourés de néons colorés, et leur ouverture permet toujours d'apercevoir des individus, de ne pas se trouver isolé dans la rue. Les serveurs interpellent les passants, connus ou non, les incitent à venir manger, les apostrophent en plaisantant, les saluent. La rue est occupée par des clients ; les snacks exercent ainsi une fonction de réassurance, de convivialité.

Les snacks marseillais sont (...) des lieux stigmatisés, voire qualifiés de déviants, et qui en réalité permettent à des milieux socio-culturels éloignés de se croiser, de se rencontrer, voire de se fréquenter. Pareil à la ville, à la rue, à l'espace public, le snack réunit ; et espace circonscrit, il permet, chose rare, de se rencontrer et de se voir mutuellement.

Extrait de : Florence Bouillon, « Des escales dans la nuit. Les snacks égyptiens à Marseille », *Les Annales de la recherche urbaine*, 2000.