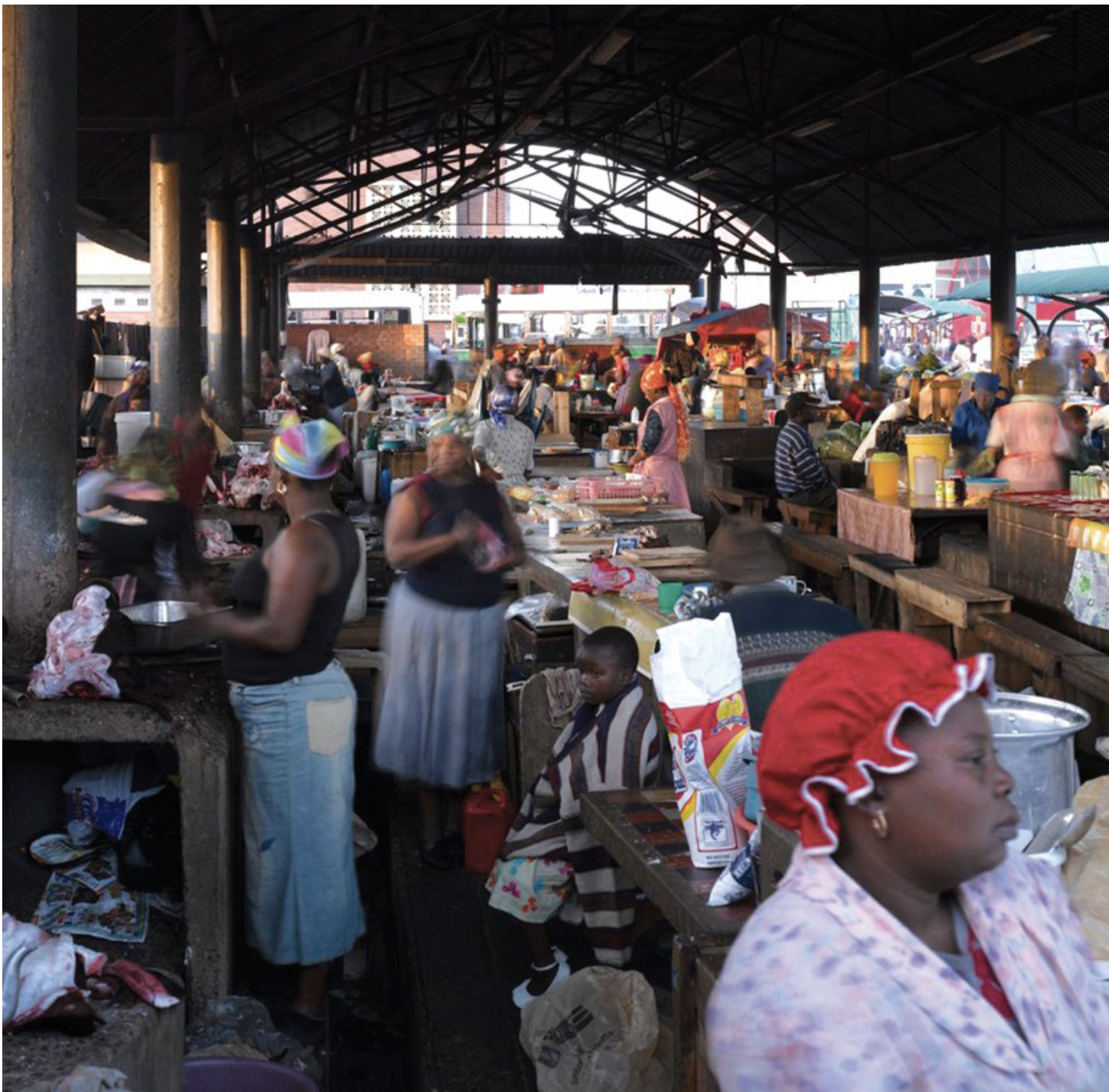


Comment planifier un recensement des vendeurs de rue



Notes techniques WIEGO

Les notes techniques WIEGO (Femmes dans l'Emploi Informel : Globalisation et Organisation), un réseau mondial à vocation recherche-politique-action, sont des guides destinés à un public aussi bien de spécialistes que de non-spécialistes et sont conçus de manière à renforcer la compréhension et l'analyse de la situation des travailleurs dans l'économie informelle ainsi que de l'environnement et des options en matière de politiques.

Le présent rapport a été commandé par Caroline Skinner, directrice du programme Politiques urbaines de WIEGO, dans le cadre du projet Villes inclusives. Caroline Skinner est établie au Centre africain pour les villes de l'Université de Cape Town.

Au sujet de l'auteur:

Sally Roever, spécialiste du secteur du commerce de rue pour le programme Politiques urbaines de WIEGO, est docteure en science politique de l'Université de Californie à Berkeley (2005), et ses domaines de spécialisation recouvrent la conception de la recherche, la méthodologie qualitative et quantitative ainsi que la gouvernance urbaine et locale. Elle a vécu et voyagé en Amérique latine, notamment à Lima, au Pérou, où, pendant un an, elle a étudié les organisations de commerçants de rue et la gouvernance locale dans le cadre de son programme de doctorat. Actuellement, elle est établie à Washington, DC. Avant de se joindre à WIEGO en tant que membre du personnel, Sally Roever était maître de conférences à l'Institut d'études sociales de La Haye et chercheure invitée en administration publique à l'Université de Leiden (Pays-Bas).

Traduction du document original en anglais intitulé « How To Plan a Street Vendors Census. »

Date de la publication : Février 2011

Numéro ISBN : 978-92-95095-62-5

Publié par Femmes dans l'Emploi Informel : Globalisation et Organisation (WIEGO) WIEGO est un organisme caritatif à responsabilité limitée par garantie – Société n° 6273538, Organisme de bienfaisance enregistré n° 1143510.

Secrétariat WIEGO

Harvard Kennedy School,
79 John F. Kennedy Street
Cambridge, MA 02138, États Unis
www.wiego.org

WIEGO Limited

521 Royal Exchange
Manchester, M2 7EN,
Royaume Uni

Droit d'auteur © WIEGO. La reproduction de ce rapport est autorisée à des fins d'éducation et d'organisation, moyennant mention de la source.

Photo de la page couverture : Dennis Gilbert

Table des matières

Introduction	1
Contexte	1
Vue d'ensemble	2
Qu'est-ce qu'un recensement et en quoi le recensement des vendeurs de rue serait utile ?.....	2
Comment s'opère un recensement ?	3
Phase 1 : Travail préparatoire.....	4
Phase 2 : Dénombrement	5
Phase 3 : Traitement des données	5
Phase 4 : Diffusion des résultats	6
Phase 5 : Evaluation des résultats	6
Phase 6 : Analyse des résultats.....	7
Planification du recensement des vendeurs de rue	7
Fondements du projet.....	7
Autorité habilitante	7
Identification des parties prenantes	8
Élaboration des objectifs stratégiques	9
Définition de la structure organisationnelle	10
Intégration des questions de sexes et d'éthique	11
Budget du recensement	12
Budgétisation par phase	12
Stratégies de réduction des coûts.....	15
Planification technique du projet.....	16
Stratégie de communication.....	17
Cartographie.....	18
Plan de dénombrement	19
Conception du questionnaire	25
Plan de traitement des données.....	29
Plan de diffusion, d'évaluation et d'analyse.....	30
Formation du personnel et essais pilotes	31
Conclusion : Donner de la visibilité aux vendeurs de rue.....	31
Références et ressources	32
Annexes	33
Questionnaire échantillon, complet et abrégé, du recensement des vendeurs de rue à Durban en 2010.....	33

Introduction

Les vendeurs de rue constituent l'un des segments les plus importants et les plus visibles de l'économie informelle. Pourtant, bien qu'ils travaillent à la vue de tous, sur les rues et dans les trottoirs des zones urbaines, le nombre réel des personnes qui travaillent comme vendeurs de rue est, pour la plupart, inconnu. Or, pour formuler des politiques adaptées et efficaces, les pouvoirs publics ont nécessairement besoin de données précises sur les vendeurs de rue. De même, les organisations des vendeurs de rue doivent disposer de renseignements exacts sur leurs membres pour orienter leurs efforts de plaidoyer.

La présente note d'information technique offre des lignes directrices concernant la planification d'un recensement des vendeurs de rue, l'une des nombreuses façons de recueillir des données sur une population, une activité extrêmement complexe à planifier et à gérer, car un recensement de toute nature nécessite à la fois une connaissance technique de méthodes de recensement courantes et une compréhension socioculturelle profonde et localisée de la population visée. Reconnaissant que les recensements des vendeurs de rue sont régulièrement entrepris sans l'expertise technique suffisante, cette note donne une vue d'ensemble des principales caractéristiques d'un recensement et des questions fondamentales qui doivent être résolues dès au stade de la planification.¹

Les lignes directrices présentées ici constituent une ressource pour les urbanistes qui souhaitent évaluer la taille et les caractéristiques de base des vendeurs de rue, dans l'ensemble, en se fondant sur les résultats d'un recensement. Elles peuvent aussi être utiles aux organisations basées sur leurs adhérents (OBA), en l'occurrence les vendeurs de rue, qui entendent mener leurs propres projets de recensement, ou aux chercheurs qui souhaitent procéder à un recensement pour déterminer le nombre de vendeurs de rue dans une zone donnée de la ville. Les organisations de vendeurs de rue peuvent également y trouver une référence utile alors qu'elles se préparent à s'engager dans des processus de planification urbaine.

Un recensement peut se faire à n'importe quelle échelle, soit une seule rue, dans une zone ou plusieurs zones de marché naturel d'une ville ou même dans toute une région métropolitaine. Cependant, pour qu'un projet de recensement réussisse, il doit être planifié avec soin et bénéficier de ressources à la hauteur des objectifs du projet.

Contexte

Les vendeurs de rue constituent un ensemble très différencié de travailleurs du secteur informel urbain du fait qu'ils travaillent dans des espaces publics de types différents —zones désignées de colportage, zones de marchés naturels, trottoirs, terre-pleins centraux et terminaux de transport, par exemple—, à des heures différentes de la journée, à des jours différents de la semaine et à des saisons différentes de l'année. Certains vont d'un poste de vente à un autre au cours de la journée de travail, et parfois un poste de vente peut être le lieu de travail de plusieurs vendeurs individuels. Devant cette immense variation dans le temps et le lieu de travail, il est extrêmement difficile d'estimer le nombre total des vendeurs de rue dans une ville donnée.

Or, pour que les vendeurs de rue puissent devenir des partenaires égaux dans les processus de planification urbaine inclusive, il faudra absolument connaître leur nombre et leurs caractéristiques. Beaucoup de villes ont recensé les vendeurs de rue afin de recueillir de telles informations. Cependant, il n'existe pas à l'échelle des pays un corpus d'information sur les défis inhérents à la collecte de données fiables sur les vendeurs de rue. Par sa conception, cette note d'information technique se veut un point de départ vers la constitution de ce vivier d'expertise.

¹ La documentation sur les approches méthodologiques standard du recensement a été établie à partir des données tirées de la Base de connaissances sur le recensement de l'ONU-STATS, laquelle est accessible au public depuis le site Web de la Division de la statistique des Nations Unies (<http://unstats.un.org/unsd/censuskb/>). Au total, 105 articles ont été examinés dans le cadre de la préparation du présent document.

Au cœur de l'approche présentée ici est l'accent mis sur le rôle des vendeurs de rue et de leurs organisations en tant que partenaires dans des projets de recensement. Cette approche est à l'inverse de ce que font les villes qui, bien qu'elles recensent régulièrement les vendeurs de rue, ne les font pas participer régulièrement à la planification ou ne les traitent pas comme des utilisateurs finaux potentiels des données du recensement. Pourtant, et l'expérience des autres types de recensement l'a d'ailleurs montré, il est impossible d'obtenir des résultats de haute qualité sans l'appui de ceux qui sont dénombrés. Renforcer les capacités des OBA des vendeurs de rue de manière à ce qu'elles puissent participer à des projets de recensement est donc un objectif clé de ce document.

Vue d'ensemble

Qu'est-ce qu'un recensement et en quoi le recensement des vendeurs de rue serait utile ?

Un recensement² est un processus consistant à collecter, à synthétiser, à évaluer, à analyser et à diffuser des données concernant toutes les personnes dans une zone géographique bien délimitée au cours d'une période donnée.³ Un recensement compte quatre caractéristiques de base :

- **Dénombrement individuel** : des informations sont recueillies séparément sur chaque personne;
- **Universalité dans un territoire défini** : toutes les personnes au sein de la zone géographique bien délimitée sont dénombrées;
- **Simultanéité** : les informations sont rapportées dans un cadre temporel donné et bien défini;
- **Périodicité** : les informations sont recueillies à intervalles réguliers.

Ces quatre caractéristiques du recensement en font un outil unique de collecte de données, en ce sens qu'il fournit les informations de base sur la taille et les caractéristiques de la population cible. Parce qu'un recensement permet de collecter des informations distinctes sur chaque personne dans la zone cible, au cours d'une période donnée, il a des exigences logistiques, financières et techniques particulières. Lorsque ces exigences sont remplies, un recensement peut être un outil propice à la « prise de décisions fondées sur les données probantes ».

« Pour planifier et mettre en œuvre le développement économique et social, l'activité administrative ou la recherche scientifique, il est nécessaire de disposer de données fiables et détaillées sur la taille, la distribution et la composition de la population. » (ONU, 2008:7)

Un recensement peut servir à produire une estimation du nombre de vendeurs de rue à un moment donné, mais ne convient pas à d'autres types d'objectifs de recherche. Par exemple, si l'objectif est de recueillir des informations pour administrer des permis ou allouer l'espace de marché dans les cas où il n'existe aucune information de ce genre, un registre administratif conviendrait mieux qu'un recensement.

Les données du recensement sont destinées à des fins statistiques, à savoir l'estimation de la taille, de la distribution et des caractéristiques de base de la population cible, et peuvent être rendues publiques afin qu'on puisse s'en servir. Pour cette raison, les informations personnelles ne sont généralement pas incluses dans

² Le terme « recensement » dans le contexte national s'applique normalement à un recensement de la population et des logements dont l'objet est de recueillir des données aussi bien sur les membres individuels de la population que sur les unités de logement individuelles. Dans la présente note d'information, le terme « recensement » désigne un recensement de la population, parce que les unités de logement ne sont pas pertinentes dans le cas des vendeurs de rue. Toutefois, lorsque les vendeurs de rue ont des postes fixes, un recensement analogue à un recensement de la population et des logements est concevable. En principe, les données pourraient être collectées sur les vendeurs individuels et sur les différents postes de vente.

³ Voir Principles and Recommendations for Population and Housing Censuses, Revision 2 (2008):7, Département des affaires économiques et sociales, Division de la statistique, de l'ONU

les bases de données du recensement. Si les autorités locales ou les chefs des vendeurs de rue ont besoin de connaître le nom complet des vendeurs de rue, leur numéro d'identification, leur affiliation organisationnelle et/ou le statut juridique actuel afin de distribuer les permis et licences, il faudra un registre administratif distinct.

Parce qu'un recensement vise à dénombrer tous les vendeurs particuliers dans une zone donnée, il n'est pas possible aux enquêteurs du recensement de poser beaucoup de questions approfondies, alors que certaines questions qui préoccupent les dirigeants des organisations des vendeurs de rue ou les urbanistes exigent des informations plutôt détaillées, au-delà du nombre. Par exemple, munis d'informations détaillées sur les risques et les vulnérabilités que connaissent les vendeurs de rue, si elles étaient disponibles, les dirigeants pourraient élaborer des stratégies de plaidoyer efficaces en faveur de la sécurisation accrue de leurs moyens de subsistance. Pour obtenir de telles informations, une enquête par sondage ou des entrevues en profondeur conviendrait mieux. En effet, à la différence d'un recensement qui recueille une petite quantité d'informations sur un grand nombre de personnes, des enquêtes et entretiens en profondeur permettent d'amasser une grande quantité d'informations sur un nombre restreint de personnes. Chacune de ces sources de données fournit des informations différentes mais utiles aux politiques et programmes visant les vendeurs de rue. Un recensement planifié avec soin peut donner des estimations raisonnables quant à la taille, à la distribution et aux caractéristiques de base de l'ensemble des vendeurs de rue. De son côté, un registre administratif sert de base à l'attribution des permis alors que les enquêtes par sondage et les entrevues en profondeur fournissent sur les vendeurs de rue des données exhaustives qui peuvent servir à élaborer des stratégies de protection sociale et à répondre à d'autres besoins.

De même, il convient de noter que les statistiques officielles que produisent les agences nationales de statistiques donnent des estimations du nombre total des vendeurs de rue dans certaines villes.⁴ L'avantage des statistiques officielles réside dans le fait que les agences gouvernementales qui les produisent disposent en général de vastes compétences techniques et ressources pour entreprendre des projets de collecte de données. Toutefois, pour diverses raisons, les estimations officielles de la taille de la population des vendeurs de rue, au niveau des villes individuelles, ne sont pas disponibles dans de nombreux pays et les données officielles ne fournissent pas toujours sur les vendeurs de rue les types d'informations nécessaires à la planification des zones urbaines.

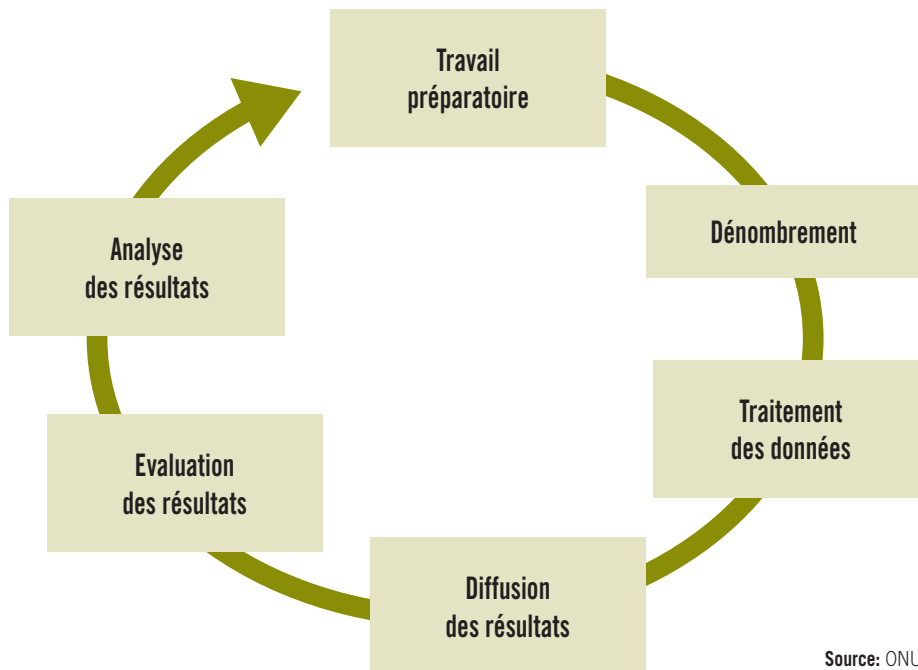
Comment s'opère un recensement ?

Un recensement peut être divisé en six phases (Figure 1), toutes importantes, mais le travail préparatoire est déterminant. Lorsqu'on consacre assez de temps et d'expertise à la planification, il y a de fortes chances que chaque phase bénéficie de ressources adéquates, soit bien organisée et donne des résultats de qualité suffisamment élevé.

« La planification peut être considérée comme le cœur du cycle de recensement et le processus le plus critique à la réussite d'un projet de recensement. » (ONU, 2001:3)

⁴ Pour en savoir plus sur les statistiques officielles concernant les groupes de travailleurs dans l'économie informelle, visitez la section Programme de statistiques sur <http://www.wiego.org>.

FIGURE 1 : PHASES D'UN RECENSEMENT



Source: ONU (2008), chapitre III

Vu que la planification est très importante, la présente note d'information met l'accent sur la première phase, à savoir le travail préparatoire, qui prend bien plus de temps que les autres phases, beaucoup plus même que les cinq autres phases réunies. Après avoir décrit brièvement les six phases (voir ci-dessous), la note d'information examine toutes les tâches qui constituent le travail préparatoire.

Phase 1 : Travail préparatoire

Cette phase initiale d'un projet de recensement peut être divisée en trois parties. La première consiste à établir les fondamentaux du projet, c'est-à-dire la référence pour l'ensemble du projet, et les questions les plus élémentaires auxquelles répondre dès le début du travail préparatoire sont les suivantes :

- Qui participera au recensement et à quel titre ?
- Quels sont les objectifs du projet de recensement ?
- Que veut-on savoir des vendeurs de rue ?
- Qui sera habilité à recueillir des données sur les vendeurs de rue et comment cette autorité sera-t-elle établie ?
- Les vendeurs de rue seront-ils obligés de participer au recensement ?
- Qui aura accès aux données une fois le recensement terminé ?
- Comment les planificateurs vont-ils garantir que le bien-être des participants est assuré et que le code éthique sera respecté ?⁵

La deuxième partie de la phase initiale consiste à identifier les sources de financement et à établir un budget de même qu'un calendrier pour le projet de recensement. Comme pour tout projet, le budget déterminera ce qui peut être fait et les objectifs à écarter. Les recensements sont généralement des projets très coûteux, mais pour

⁵Certains conseils sur les questions éthiques, notamment la protection de la confidentialité des informations personnelles, se trouvent dans Bruengger (2004) et Seltzer (2005).

un recensement à petite échelle, celui des vendeurs de rue, il est peut-être possible de mobiliser des ressources, telles que des bureaux loués, des ordinateurs et l'expertise technique, sans avoir à engager une grande partie (ou même une partie quelconque) du budget. Le calendrier sera également établi en fonction des ressources disponibles pour mener à bien le projet.

La troisième partie de la phase du travail préparatoire est la planification technique et ses principaux volets sont les suivants : les activités de communication (pour coordonner les divers participants au recensement); la cartographie de la zone géographique où le recensement aura lieu; l'élaboration d'un plan d'énumération (décrivant les mécanismes par lesquels les vendeurs de rue seront dénombrés); la préparation et la mise à l'essai d'un questionnaire; la définition d'un plan de traitement des données (les réponses que les vendeurs de rue donnent aux questions), d'utilisation des données (par exemple par la tabulation des résultats) et de diffusion des données et/ou des résultats.

Phase 2 : Dénombrement

Si la phase de travail préparatoire est généralement la plus longue d'un projet de recensement, le dénombrement des vendeurs de rue, à un moment donné dans le temps, parfois en une seule journée ou au cours de quelques jours, voire une semaine, est souvent la phase la plus courte. Le dénombrement ne recouvre que les opérations concrètes sur le terrain, à savoir le processus consistant pour les agents recenseurs (enquêteurs) à aller interroger chaque vendeur de rue dans leurs zones respectives. Vu le nombre important de vendeurs de rue à interviewer et les contraintes temps, cette phase est logistiquement très compliquée et exige la mise en œuvre d'une grande équipe.

La phase de dénombrement peut entraîner d'autres activités en plus du démarchage, c'est-à-dire le déploiement des agents recenseurs dans le but d'interviewer chaque vendeur de rue. Si les planificateurs du recensement voulaient inclure les vendeurs ambulants, par exemple, ils devraient alors mettre en place une autre méthode pour les dénombrer. Par exemple, ils pourraient leur offrir la possibilité de remplir eux-mêmes les formulaires de recensement ou de communiquer les informations par téléphone mobile ou Internet pour réduire le nombre de vendeurs manqués. Dans tous les cas, selon le type de projet de recensement et les conditions locales, le dénombrement comporte des défis imprévus. En un mot, pour réussir, le processus de dénombrement exige que les plans soient bien mis en place à la phase précédente.

Phase 3 : Traitement des données

Une fois que les vendeurs ont été interviewés aux fins du recensement ou que ceux-ci ont communiqué les informations les concernant par un autre moyen, les agents recenseurs ou les superviseurs sur le terrain doivent transmettre les informations recueillies (en général les questionnaires eux-mêmes) au personnel responsable du traitement des données. Par « traitement des données », on entend le fait de relever les données (les réponses des vendeurs de rue aux questions de recensement) du « support » (généralement un questionnaire) et de les verser dans une sorte de base de données. Ce processus s'appelle « la saisie des données ». La base de données peut alors servir à analyser les informations recueillies.

Le traitement des données suppose également le contrôle rigoureux de la qualité, une phase importante qui consiste à trier les questionnaires (par exemple, par agent recenseur ou secteur de dénombrement), à s'assurer que tous les questionnaires sortis ont été rapportés et remplis, et à s'assurer aussi que toutes les réponses sont lisibles et que toutes les erreurs commises le jour de recensement ont été corrigées.

Les aléas propres à interviewer les vendeurs de rue pendant qu'ils travaillent sont tels que le risque d'erreur est particulièrement élevé. Les sondés et les sondeurs, pressés par le temps, risquent de se précipiter, d'être perturbés ou interrompus au cours d'une entrevue par le niveau élevé de bruit, la foule croissante, les flux de clients ou la curiosité des autres traders. Vu la nature sociale des marchés de rue, il n'est pas rare qu'un groupe

de commerçants se rassemble autour d'un répondant lors d'une entrevue pour entendre, puis valider ou corriger ses réponses. Le risque d'erreur étant élevé, la saisie et la vérification des données constituent une partie essentielle du processus visant à assurer l'exactitude et l'intégrité du produit final.

Phase 4 : Diffusion des résultats

Une fois que la base de données du recensement a été constituée, les résultats doivent être communiqués aux utilisateurs finaux. Ce peut être les représentants du gouvernement local, des urbanistes, des organisations des vendeurs de rue, des chercheurs universitaires, des ONG et des commerçants ordinaires. Suite à la consultation menée à la phase préparatoire, les gestionnaires du recensement auront une idée du type de produit dont les utilisateurs finaux ont besoin. Par exemple, ils peuvent souhaiter avoir des rapports sommaires offrant sous forme de tableaux des informations de base sur le nombre et la répartition des vendeurs de rue dans une zone donnée. Alternativement, ils peuvent souhaiter avoir accès à la base de données du recensement elle-même afin qu'ils puissent effectuer leurs propres analyses.

Les produits finaux à diffuser dépendront à la fois des besoins des utilisateurs finaux et de la capacité du personnel du recensement. Les décisions connexes dépendront des questions de savoir s'il faut faire payer l'utilisation des résultats et combien; s'il y a lieu de divulguer tous les résultats à la fois ou par stade; s'il faut diffuser des copies papier des rapports ou diffuser les résultats par voie électronique; et s'il y a lieu de répondre aux demandes individuelles de résultats spécifiques.

Étant donné que les vendeurs de rue doivent prendre le temps au cours de leur journée de travail pour répondre aux questions, une question clé relative à la diffusion des résultats est de savoir comment communiquer ceux-ci aux vendeurs de rue. Si la base de données elle-même doit être rendue publique, il faudra alors envisager la formation des dirigeants et des membres des organisations de vendeurs de rue afin qu'ils puissent utiliser la base de données du recensement. Si l'on ne diffuse que des rapports, il peut être utile d'organiser des forums de discussion publics pour présenter les résultats et inviter les vendeurs de rue à poser des questions et à commenter les résultats. Leur rétroaction durant ces séances pourrait alors servir à améliorer la qualité du prochain recensement.

Phase 5 : Evaluation des résultats

La planification d'un recensement, la conduite des entrevues le jour du recensement, le traitement des données et la diffusion des résultats sont autant de tâches complexes qui nécessitent des évaluations continues. Celles-ci peuvent aider à déterminer si le temps et les ressources consacrés au recensement ont valu la peine. Elles peuvent également aider les gestionnaires à cerner les domaines à problèmes et à y apporter des améliorations qualitatives, soit à mi-chemin (au cours du recensement), soit en vue des recensements ultérieurs. Deux mesures de base de la qualité globale du recensement sont la **couverture** (la proximité du recensement au seuil de 100% de la population cible) et l'**exactitude** (le degré de fiabilité des réponses individuelles).

S'agissant du recensement des vendeurs de rue, la couverture est une question particulièrement difficile en raison de la mobilité même de la population cible, du risque de mécompte (vendeurs de rue manqués) et du comptage double (le fait de compter le même vendeur deux fois) qui est élevé. De même, la production de cartes exactes peut se révéler difficile tout comme l'accès à toutes les zones où travaillent les vendeurs de rue. Par ailleurs, les agents recenseurs peuvent découvrir des sources potentielles d'erreur de couverture pendant que se déroule le dénombrement et ils peuvent envisager des moyens d'évaluer les problèmes de couverture après le recensement.

L'exactitude est aussi une question très pertinente dans le recensement des vendeurs de rue. Vu qu'ils travaillent généralement de façon informelle et font l'objet de harcèlement périodique par les autorités, les vendeurs de rue peuvent se montrer méfiants et donnent des réponses inexactes ou incomplètes aux agents recenseurs. Des erreurs peuvent également se produire parce qu'une question a été posée de façon ambivalente ou imprécise.

Phase 6 : Analyse des résultats

Une façon d'évaluer l'exactitude des résultats du recensement est de les comparer à d'autres sources d'informations. Par exemple, s'il y a sur la main-d'œuvre des enquêtes nationales qui identifient le commerce de rue comme un travail et ventilent des données démographiques de base, les résultats du recensement des vendeurs de rue peuvent être comparés à ces enquêtes pour vérifier des écarts importants. Toutes ces possibilités peuvent faire partie de la phase d'évaluation.

Même après la diffusion des résultats du recensement, sous la forme de rapports écrits ou d'une base de données consultable, un plan d'analyse continue des données pourrait aussi être envisagé. Un plan concret peut aider à garantir que les données sont pleinement utilisées et que les besoins des utilisateurs sont satisfaits.

En général, il n'existe aucune institution responsable en tant que telle de la conduite des recensements des vendeurs de rue. Dans ces conditions, l'essentiel du travail d'analyse sera probablement effectué par d'autres parties, telles que les ONG orientées vers la recherche, des chercheurs universitaires ou des entreprises de recherche commerciale partenaires du projet. Une fois encore, la communication entre les gestionnaires du recensement, les organisations des vendeurs de rue et les autorités locales est vitale pour s'assurer que les résultats sont analysés de manière à répondre aux besoins de politique et de plaidoyer définis au départ. L'affectation d'une partie du budget à l'analyse peut aider à s'assurer que les buts de l'analyse du recensement sont atteints.

Ce sont là les six phases d'un projet de recensement. Le reste de la présente note d'information abordera les tâches liées à la phase 1, le travail préparatoire. En fournissant plus de détails techniques sur la planification du recensement, la note met également en lumière certains des défis propres à la conduite d'un recensement des vendeurs de rue.

Planification du recensement des vendeurs de rue

Fondements du projet

Avant qu'un projet de recensement des vendeurs de rue ne puisse commencer, les intéressés doivent répondre à des questions fondamentales sur le projet lui-même, à savoir qui conduira le projet, quels sont les buts qu'ils souhaitent atteindre et comment ils vont s'y prendre.

Autorité habilitante

Pour un recensement de la population nationale et des logements, le gouvernement central en établit le cadre juridique et, par la même, la responsabilité et l'autorité nécessaires pour le mener à bien. Ce cadre établit les lignes directrices permettant d'obtenir du financement et de déterminer la portée et le calendrier du recensement. Le gouvernement fait également savoir à la population l'obligation qu'elle a de donner des réponses sincères au questionnaire du recensement et qu'ont les agents recenseurs de noter ces réponses fidèlement.

Dans le cas d'un recensement des vendeurs de rue, une autorité du gouvernement central n'est généralement pas impliquée, de sorte que l'une des premières étapes dans la phase préparatoire est d'identifier qui participera au recensement et à quel titre. Ce peut être, par exemple, les autorités locales, des chercheurs universitaires, des entreprises privées de recherche, des organisations des vendeurs de rue et des experts internationaux.

Puis, une fois que les partenaires clés sont connus, ils devraient envisager avec soin la façon dont sera établie l'autorité de conduire le recensement et comment la coopération des vendeurs de rue sera sollicitée. Par exemple, si une fédération d'organisations de vendeurs de rue souhaite recenser elle-même les vendeurs de rue dans une zone donnée, elle peut demander l'approbation de ses organisations membres qui, à leur tour, pourraient exiger un vote majoritaire de leurs membres pour approuver le projet de recensement et en autoriser la tenue. Pour les autorités locales qui planifient un recensement, un cadre directeur devrait être élaboré en consultation directe avec les organisations des vendeurs de rue. Sans cette consultation, le projet porte le risque de ne pas générer des résultats justes ou utiles.

QUESTIONS CLÉS

- Qui aura l'autorité de conduire le recensement et comment cette autorité sera-t-elle établie ?
- Comment la participation des vendeurs de rue au projet de recensement sera-t-elle coordonnée ?
- Qui aura le pouvoir de gérer les fonds affectés au recensement et comment la surveillance et la reddition de comptes seront-ils assurés ?

Identification des parties prenantes

L'identification des parties prenantes au projet de recensement est un élément important de la première phase, le travail préparatoire, et ces intervenants peuvent alors intervenir à différentes phases du cycle de recensement. Par exemple, les utilisateurs potentiels des données du recensement devraient avoir leur mot à dire sur les types de questions à poser dans le questionnaire. Dans le cas d'un recensement des vendeurs de rue, leurs organisations ont un grand intérêt dans le contenu, la qualité et les résultats du recensement et devraient donc jouer un rôle central tout au long de la phase de planification. D'autres intervenants peuvent être des agents de l'administration locale, des chercheurs universitaires, des urbanistes et des organismes de plaidoyer.

QUESTIONS CLÉS

- Qui sont les principales parties prenantes au processus de recensement ?
- A quelle phase du projet de recensement chaque partie prenante va-t-elle intervenir ?
- Comment va-t-on assurer les liens de communication entre les planificateurs de recensement et les parties prenantes ?
- De quelle manière les organisations des vendeurs de rue, en particulier, participeront-elles au projet en tant que parties prenantes ?

Élaboration des objectifs stratégiques

L'établissement des objectifs clairs du projet de recensement permettra de définir un cadre de gestion des différentes phases et de veiller à ce que les résultats du projet soient en phase avec ce qui est envisagé au départ. Parce que les recensements sont complexes et coûteux, il est essentiel de s'en tenir rigoureusement aux objectifs stratégiques.

Voici, à titre d'exemple, des objectifs que peuvent fixer les planificateurs des recensements des vendeurs de rue :

- Produire un décompte exact de tous les vendeurs de rue, tel que défini par le projet, sans exclure aucun type particulier de vendeur de rue pour des raisons de commodité ou de parti pris;
- Recueillir des informations de base sur la population des vendeurs de rue qui sont dénombrés, le type exact d'informations et l'étendue de celles-ci à déterminer en partie en fonction du budget de recensement et des priorités des parties prenantes;
- Veiller à la confidentialité des données et respecter et protéger la vie privée et la dignité des vendeurs de rue à dénombrer en tenant compte de leur statut vulnérable;
- Communiquer les résultats en temps opportun aux vendeurs de rue, à d'autres utilisateurs finaux, aux autres autorités gouvernementales compétentes et au public en général;
- S'assurer de la qualité des données et des résultats et contribuer à l'amélioration de la qualité des futurs recensements de sorte que les changements dans la taille et la composition de la population des vendeurs de rue puissent être suivis avec précision au fil du temps.

QUESTIONS CLÉS

- Quels sont les objectifs raisonnables et appropriés compte tenu de la structure du budget et du calendrier du projet ?
- Où sont les compromis possibles entre les objectifs et comment ces compromis vont-ils être établis ?
- Comment les planificateurs du recensement peuvent-ils s'assurer que les objectifs du projet orientent la prise de décision et la gestion du recensement tout au long du processus ?

Une question importante à l'établissement des objectifs stratégiques et vaut donc la peine qu'on s'attarde dessus est de savoir comment les vendeurs de rue seront définis. Par exemple, le recensement peut avoir pour objectif de compter tous les vendeurs de rue, indépendamment de leur statut, formel ou informel. Dans ce cas, la définition du vendeur de rue devrait être assez générale pour couvrir à la fois ceux qui ont un statut formel et informel.⁶ Si l'objectif est de ne compter que les vendeurs de rue informels ou inversement, les planificateurs du recensement doivent alors élaborer des définitions et des indicateurs clairs du statut formel et informel.

De même, les planificateurs du recensement doivent déterminer s'il faut inclure toutes sortes de vendeurs de rue ou seulement certains types (voir encadré 1), par exemple, les vendeurs de marchandises ou ceux qui offrent des services (tels que la garde de voitures, les cireurs de chaussures ou les amuseurs de rue). Ils doivent décider s'il y a lieu d'inclure les vendeurs qui ne vendent que dans la rue ou les vendeurs à domicile, ceux qui disposent d'un kiosque attenant à leur maison, les vendeurs sur les voies de transport public (comme les lignes de bus ou de trains de banlieue) ou sur les places de marché formalisées ou assurées par l'État plutôt que dans la rue en soi. En outre, ils devraient indiquer s'il convient de cibler seulement les vendeurs de rue qui ont des horaires réguliers ou d'incorporer aussi ceux dont le travail est temporaire, à temps partiel ou irrégulier comme les vendeurs matinaux au marché, les vendeurs de week-end et les saisonniers.

⁶ Il peut néanmoins être utile d'inclure dans le questionnaire de recensement certains indicateurs de statut formel et informel.

ENCADRÉ 1 : Quels vendeurs de rue faut-il inclure dans le recensement ?

Les vendeurs de rue des secteurs formel et informel ?

- Les vendeurs de rue avec/sans permis ou licences ?
- Les vendeurs de rue inscrits ou non inscrits ?
- Les vendeurs de rue qui ont ou non un statut juridique ?

Les vendeurs de rue dans tous types d'espaces ?

- Les vendeurs sur les marchés formels ou publics ?
- Les vendeurs à l'intérieur/l'extérieur des zones de colportage réglementées ?
- Les vendeurs qui travaillent à domicile, à partir de conteneurs, sur les autobus ou les trains, dans les terminaux de transport, dans les parcs, le long des routes, aux arrêts d'autobus, dans les kiosques ?

Les vendeurs qui travaillent à toutes les heures ?

- Les vendeurs qui travaillent tous les jours, les week-ends ?
- Toute la journée? Seulement le matin? Le soir ?
- Pendant les vacances?
- Au cours d'événements sportifs ?

La question de savoir quels vendeurs de rue inclure dans le dénombrement ne peut pas être réglée du premier coup. Cela dépendra en partie du budget et du calendrier qui seront déterminés aux étapes ultérieures. Les planificateurs peuvent vouloir être inclusifs au départ et dénombrer tous les vendeurs de rue, par exemple, puis découvrent que les coûts d'un tel exercice sont trop élevés. Il s'agit donc d'une question qui devra être reprise à divers stades de la phase préparatoire.

Définition de la structure organisationnelle

Les planificateurs d'un recensement des vendeurs de rue seront confrontés à un défi particulier, celui de la structure de gestion qui convient au projet de recensement. Étant donné que les parties prenantes sont multiples et qu'il n'y a aucune structure organisationnelle préexistante, telle qu'une agence de recensement, les rôles et responsabilités relatifs au recensement doivent être soigneusement définis dès le départ. Les planificateurs pourraient envisager la possibilité de désigner un directeur général responsable de la supervision globale du projet; des directeurs adjoints responsables du contrôle des opérations quotidiennes et des gestionnaires de projet et des équipes chargés des différentes phases du projet de recensement.⁷ Un conseil consultatif composé d'experts techniques (ainsi que des représentants des parties prenantes) peut apporter aux planificateurs des conseils techniques indispensables à la réussite du projet de recensement.

QUESTIONS CLÉS

- Qui sera responsable de la supervision du projet dans son ensemble ?
- Comment les opérations quotidiennes seront-elles gérées et contrôlées ?
- Quels liens hiérarchiques et de responsabilisation seront mis en place ?
- De quelle manière l'expertise technique sera-t-elle incorporée à la structure organisationnelle ?

⁷ Pour d'autres suggestions sur les structures de gestion courantes pour les projets de recensement, voir Nations Unies (2001).

Intégration des questions de sexes et d'éthique

Dans le cadre du processus de planification décrit ci-dessus, les questions liées au genre et à l'éthique devraient être intégrées au processus décisionnel et aux opérations générales concernant le recensement. Pour assurer la parité des sexes, un bon point de départ est de s'assurer que les femmes sont suffisamment représentées dans la structure de gestion et des cadres de surveillance du projet. L'embauche de recenseurs hommes et femmes peut aider à éliminer des réponses posées dans le questionnaire le parti pris fondé sur le sexe ou du moins à en réduire la probabilité. De plus, l'apport des vendeuses de rue au contenu du questionnaire est d'une importance vitale. A vouloir inclure des femmes dans la gestion du projet et se soucier des questions de genre aux points de décision clés et aux opérations quotidiennes, le projet de recensement gagnera en qualité et en crédibilité.

La question de l'éthique relativement à un recensement revient avant tout à assurer la sécurité, l'intégrité et la bonne volonté de ceux qui fournissent des données, en l'occurrence les vendeurs de rue. Sans un engagement explicite visant à garantir la confidentialité de leurs réponses, les vendeurs de rue peuvent voir le projet de recensement avec suspicion et être moins enclins à donner des réponses exactes. Les vendeurs de rue qui travaillent dans les zones où les expulsions ont eu lieu peuvent se montrer réticents devant les agents recenseurs qui leur sollicitent des informations personnelles. En s'engageant clairement à respecter les principes éthiques qui régissent les statistiques officielles,⁸ notamment le maintien de la confidentialité et l'anonymat des données, les planificateurs du recensement ont plus de chances de gagner la confiance des vendeurs de rue, laquelle est nécessaire à leur pleine participation au projet de recensement.

Les planificateurs des recensements des vendeurs de rue doivent aussi veiller à faire clairement connaître le projet. Il est arrivé qu'un projet de recensement ait été assimilé à un projet administratif en vue d'attribuer des places au marché ou des permis. Lorsque cela se produit, les soi-disant vendeurs de rue se présentent le jour du recensement pour se faire dénombrer dans l'espoir d'obtenir un permis ou une place au marché. Un recensement peut aussi être interprété comme un projet assorti, en échange, de cadeaux ou de services. Les gestionnaires du recensement ont l'obligation éthique de présenter clairement les objectifs du projet pour éviter de tels malentendus.

Un troisième souci éthique qui s'impose surtout au recensement des vendeurs de rue est d'éviter de poser des questions trop indiscretes dans le questionnaire, les vendeurs de rue étant à bien des égards une population vulnérable. Les planificateurs du recensement doivent rester conscients de cette vulnérabilité en cherchant à déterminer le type d'information à leur demander. Par exemple, pour les vendeurs de rue qui sont des migrants, des réfugiés ou des déplacés internes, les questions relatives à la nationalité et à la citoyenneté peuvent être importunes et menaçantes. Ceux qui préparent les questions à poser dans le questionnaire ont l'obligation éthique de mettre sur la balance le désir d'information et le bien-être ainsi que l'intégrité des personnes qui seront interrogées.

En général, si elles sont écartées à dessein, les questions éthiques peuvent nuire à la crédibilité du projet et de ceux qui l'entreprennent et saper la confiance que les fournisseurs et les utilisateurs de données ont en les planificateurs du projet (Seltzer, 2005). La conformité aux principes éthiques est nécessaire à chaque phase du projet de recensement.

⁸ La Déclaration d'éthique professionnelle de l'Institut international de statistique est accessible sur le site <http://isi.cbs.nl>.

Budget du recensement

Tout recensement à grande échelle est une entreprise coûteuse, et un recensement des vendeurs de rue à l'échelle d'une ville ou d'une zone urbaine peut se révéler particulièrement coûteux en raison de ses exigences particulières.

Par exemple, vu que de nombreux vendeurs de rue ne travaillent pas à un endroit fixe, les agents recenseurs devront élaborer des stratégies propres à trouver les différents types de vendeurs ambulants et à s'assurer qu'aucun ne soit compté deux fois. De même, un recensement à grande échelle des vendeurs de rue pourrait nécessiter plusieurs visites du même endroit, à un jour donné, où le roulement des vendeurs de rue, du petit matin à midi, du midi au soir, est élevé.

Ces types de défis spécifiques aux recensements des vendeurs de rue impliquent des coûts importants à contrôler bien entendu, une tâche plus facile dans le cas d'un recensement à faible échelle, comme un quartier d'affaires central ou une circonscription. Quoi qu'il en soit, plus on prend du soin à élaborer le budget au cours de la phase préparatoire, plus il devrait être facile de contrôler les coûts.

Budgétisation par phase

Établir le budget d'un recensement nécessite une attention particulière à chaque phase du cycle de recensement et les éléments à inclure au budget, à chaque phase d'un recensement des vendeurs de rue, dépendra en grande partie de l'échelle du recensement et de la nature de l'organisation ou de l'entité qui s'en occupe.

Le Tableau 1 ci-dessous présente un budget modèle d'un recensement à grande échelle couvrant une municipalité ou une agglomération urbaine. Un recensement à petite échelle couvrant un seul district municipal ou une circonscription, ou encore un recensement conduit par les organisations des vendeurs de rue eux-mêmes, aurait probablement une répartition différente des coûts. D'autres modèles sont possibles, et les écarts entre les modèles présentés ci-dessous se produiront nécessairement au cas par cas.

« Les fonds affectés à la planification et à la préparation, et utilisés de manière efficace, se traduiront par des économies ainsi que par un dénombrement et des opérations de traitement efficaces. » (ONU, 2001:16)

Dans le cas d'un recensement à grande échelle, le poste budgétaire le plus important est probablement celui des salaires. En moyenne, les frais de personnel pour les recensements de la population nationale et des logements dans le monde entier représentent près de 40 pour cent d'un budget global. Vu qu'un recensement à grande échelle des vendeurs de rue sera probablement entrepris par une autorité gouvernementale locale et/ou une société de recherche privée, les salaires en rapport avec le rang professionnel sont à envisager.

Le personnel temporaire, comme les enquêteurs et les surveillants des opérations sur le terrain, peut être embauché et rémunéré au taux horaire ou journalier assorti parfois d'indemnités de repas et de frais accessoires pendant qu'il est sur le terrain. De même, le personnel temporaire peut être embauché pour le traitement des données et rémunéré au taux horaire ou journalier ou encore à la pièce, c'est-à-dire pour chaque questionnaire qu'il convertit en données brutes. Quelles que soient les modalités de rémunération, la main-d'œuvre est probablement l'élément du coût le plus important d'un recensement à grande échelle des vendeurs de rue.

TABLEAU 1 : Budget échantillon d'un recensement

Phase du recensement et élément	comprend	% estimé du budget*
Frais généraux et en cours		
Personnel : salaires, avantages sociaux et indemnités journalières	Salaires du personnel chargé de la conduite du recensement, y compris le personnel permanent, les agents de terrain temporaires et le personnel temporaire affecté au traitement de données, calculé au taux horaire, journalier ou à la pièce et assorti peut-être, dans le cas des travailleurs sur le terrain, d'indemnités de repas.	39%
Consultants et sous-traitants	Coût des consultants externes ou sous-traitants qui fournissent des conseils et/ou des services. Ce peut être des experts en cartographie, échantillonnage et dénombrement, traitement de données, analyse de données et rédaction de rapport et/ou technologies de l'information/maintenance informatique.	4%
Équipement et bureau	Location ou achat d'ordinateurs; logiciels; papier, stylos, bloc-notes	5%
Frais généraux de bureau	Frais de location de bureaux, coûts d'exploitation (électricité, nettoyage, etc.), dépenses d'équipement, stockage, téléphone et frais postaux, meubles et sécurité	5%
Consultation des parties prenantes	Coût de la tenue de séances de consultation des parties prenantes (en personne et/ou par voie électronique) et du maintien des communications avec elles	2%
Travail préparatoire		
Recrutement et formation du personnel	Coût d'annonces de recrutement du personnel, d'acquisition de locaux et de matériel de formation, de production des aides à la formation tels que les manuels d'instruction	7%
Cartographie	Coût d'obtention, de maintien et de mise à jour des données cartographiques; matériel informatique et logiciels spécialisés; impression des cartes pour essais pilote et opérations sur le terrain.	5%
Impression des questionnaires	Tous les coûts d'impression (y compris le papier, l'impression et la copie) associés au questionnaire de recensement	3%
Relations publiques	Coût associé à la publicité du recensement, par exemple, impression et de reproduction de dépliants, d'affiches, de brochures ou événements publics	1%
Dénombrement		
Équipements des recenseurs	Crayons et stylos, planchettes à pince, cartables, montres et t-shirts ou autres éléments d'identification	3%
Transport	Frais de déplacement (autobus, train ou taxi) des recenseurs et des surveillants des opérations sur le terrain lors des essais pilote et le jour du dénombrement	4%
Traitement des données		
Matériel de traitement des données	Location ou achat de matériel informatique, p. ex. numériseurs et logiciels de traitement de données	5%
Surcharge de traitement de données	Location de bureaux temporaires pour la réception, le stockage et le traitement des questionnaires du recensement.	2%

Diffusion des résultats		
Analyse, rédaction de rapports et diffusion	Frais d'élaboration et de production des résultats du recensement, tels que les rapports, les notes de synthèse et/ou les présentations Web.	4%
Diffusion des données	Coût associé à la communication des données brutes du recensement au public, par exemple, via le Web ou sur CD	2%
Evaluation et analyse des résultats		
Rédaction et présentation de rapports d'évaluation	Salaires et coût associés à l'évaluation du recensement et à la présentation des résultats de l'évaluation	1%
Analyse continue des résultats	Salaires et coût associés à l'analyse continue des résultats	1%
Autres produits et contingence		7%

Source: Information établie à partir de l'ONU (2001): 16-21; Stukel (2008):11; de FNUAP (2002) et de l'ONU (2008).

*Ces estimations sont fondées en partie sur les moyennes relevées dans différentes régions du monde pour les recensements de la population nationale et des logements. Le coût réel détaillé des recensements des vendeurs de rue varie d'une localité à l'autre et doit être calculé dans l'optique des conditions locales.

Il est important de noter que certaines des dépenses mentionnées ci-dessus peuvent se révéler non nécessaires selon cas (acteurs, zone où se déroule le recensement et autres considérations spécifiques). Par exemple, si une autorité locale, une société de recherche ou autre partie prenante peut offrir des locaux pour le matériel et le personnel de recensement, il ne serait pas nécessaire de louer d'espace de bureau. De même, si l'équipement existant peut suffire, il n'y aura pas lieu d'en acheter de nouveaux tels que des ordinateurs.

De nombreux coûts dépendront aussi de qui a la responsabilité des tâches à chaque phase. Par exemple, si les organisations des vendeurs de rue sont responsables du recensement ou jouent un rôle central dans sa planification, elles peuvent s'occuper de la publicité par le bouche-à-oreille sans frais. De même, elles peuvent fournir la main-d'œuvre nécessaire aux opérations sur le terrain. Par exemple, elles peuvent nommer des vendeurs individuels pour aider les enquêteurs à trouver les vendeurs de rue qui ne sont pas à leur poste au moment venu ou orienter les vendeurs ambulants vers un endroit prédéterminé pour être interrogés.

Les coûts du recensement dépendront du caractère ambitieux des objectifs du projet. Le recensement d'un seul district ou quartier, par exemple, éliminerait probablement la nécessité de payer les frais de transport aux travailleurs sur le terrain, et l'analyse continue des résultats du recensement peut ne pas être possible ou nécessaire.

L'élaboration d'un budget hautement précis suppose des objectifs bien définis et une ventilation minutieuse de tous les coûts à envisager. Les planificateurs du recensement seraient bien avisés de réviser le budget à plusieurs reprises tout au long du processus de planification, à mesure qu'ils consultent des experts techniques, élaborent des plans de projets plus détaillés et prennent des décisions clés. Ils peuvent également consulter le budget d'autres projets de recensement, en particulier, ceux qui ont été effectués au niveau local, tels qu'un recensement municipal, pour mieux s'orienter.

Stratégies de réduction des coûts

De manière générale, le personnel, la cartographie et le traitement des données sont les trois centres de coût les plus importants liés à la conduite d'un recensement.⁹ Bien qu'il soit essentiel de s'assurer que chaque poste est pleinement financé, l'expérience des recensements de la population nationale et des logements montre que certaines stratégies de réduction des coûts peuvent être efficaces sans compromettre pour autant la qualité des résultats.

En termes de personnel, il est possible de réduire les coûts pour autant que les organisations des vendeurs de rue participent au processus de planification (voir ci-dessus). Pour commencer, leurs dirigeants seront peut-être disposés à aider à l'élaboration des cartes nécessaires aux opérations sur le terrain. De fait, leur familiarité avec les zones de commerce peut se révéler indispensable à la délimitation des zones de dénombrement sensibles. S'ils se sentent vraiment parties prenantes au projet, les vendeurs de rue peuvent aussi aider à élaborer des stratégies permettant de s'assurer que les vendeurs ambulants, les vendeurs à temps partiel et les saisonniers sont recensés. Leurs organisations pourraient contribuer aux opérations de terrain en offrant un canal de communication entre les gestionnaires du recensement et les marchés de rue et en encourageant les vendeurs de rue à participer au projet.

Dans certains cas, les planificateurs du recensement peuvent vouloir employer des vendeurs de rue comme recenseurs plutôt que des étrangers. Toutefois, il convient d'agir avec prudence pour éviter que les vendeurs interrogés ne donnent des réponses biaisées aux enquêteurs qu'ils connaissent personnellement. Pour éviter un tel risque, à savoir les réponses biaisées fondées sur des relations personnelles, on peut faire interviewer des vendeurs dans un secteur de la ville par des vendeurs issus d'un autre secteur. Dans les recensements classiques, les enseignants ou les étudiants aux années d'études avancées sont recrutés pour mener des entrevues et superviser les opérations sur le terrain, car ils ont souvent à la fois les compétences nécessaires et une certaine flexibilité dans leur horaire de travail.

Quel que soit le mode de recrutement des agents recenseurs, ils doivent être bien formés et leur rémunération devrait être liée de quelque façon à la qualité de leur travail. Si les enquêteurs sont bien formés et récompensés pour un travail de qualité, les coûts liés à la correction des erreurs et des faux pas s'en trouveront réduits. Inversement, s'ils sont mal formés ou ont le sentiment qu'ils seront payés indépendamment de la qualité de leur travail, les coûts du projet de recensement pourraient augmenter en raison de problèmes nés des opérations sur le terrain.

Les économies de coûts peuvent être réalisées dans d'autres domaines afférents au personnel. Par exemple, pour certains aspects du recensement, il peut être possible d'obtenir sans frais des conseils techniques auprès des experts dans des universités ou instituts de recherche locaux. Des responsables des instituts nationaux de statistique ou des bureaux de planification urbaine peuvent aussi se montrer prêts à fournir des conseils ou des orientations à un projet de recensement.

Le coût d'élaboration des cartes censitaires précises et fiables est généralement élevé en raison du fait que les zones géographiques concernées sont vastes et que certaines sont éloignées et difficiles d'accès. Dans le cas d'un recensement des vendeurs de rue, la zone à couvrir n'est peut-être pas si grande et l'accès peut être relativement simple. N'empêche, les planificateurs peuvent gagner du temps et économiser de l'argent en utilisant des cartes existantes (fournies peut-être par un organisme statistique ou la municipalité) ou en profitant des programmes de cartographie et d'imagerie satellite, comme Google Maps et Google Earth, accessibles ou téléchargeables gratuitement. Prises ensemble, les cartes existantes ou la technologie de cartographie, complétées par l'expertise des dirigeants des organisations des vendeurs de rue, peuvent faciliter la phase de cartographie du projet. L'apport d'un expert en SIG et/ou l'externalisation du volet cartographie à une entreprise privée spécialisée en SIG et en

⁹ Pour plus d'informations sur les stratégies de réduction du coût des recensements de la population nationale et des logements, voir le FNUAP (2002).

cartographie spatiale est une autre façon de réduire les coûts liés à la cartographie et d'en assurer la qualité. Pour ce qui est du traitement des données, les deux principales méthodes de conversion de questionnaires du recensement à un fichier de données brutes sont (a) la saisie manuelle au clavier et (b) les lecteurs optiques et les logiciels de reconnaissance optique. Dans le premier cas, la main-d'œuvre, les ordinateurs, les logiciels de base de données représentent les principaux éléments de coût. Dans le deuxième cas, l'achat des scanners et des logiciels de reconnaissance optique représentent les coûts les plus importants, en plus des ordinateurs et des logiciels de base de données qui sont également nécessaires à la saisie manuelle au clavier.

L'expérience de nombreux pays en développement est que l'utilisation de scanners et de logiciels connexes permet de réduire le nombre d'erreurs lors du transfert des données du questionnaire à la base de données (la phase de « saisie des données »). L'utilisation de numériseurs de pointe accélère aussi le traitement des données et réduit les coûts de main-d'œuvre. La contrepartie ? Le coût des scanners et des logiciels nécessaires peut être très élevé et il peut même manquer sur place les compétences techniques nécessaires pour les utiliser ou le coût d'acquisition peut également être élevé. Le coût relatif des deux options a) et b) dépendra donc du contexte local.

Indépendamment de la méthode choisie pour le traitement des données, pour contrôler les coûts, un moyen sûr est de faire en sorte que le questionnaire du recensement soit le plus court possible. Les questions doivent être limitées aux caractéristiques démographiques et socioéconomiques de base. Les questions sur des sujets plus complexes, tels que le revenu, l'accès à la protection sociale et les particularités du ménage, devraient être réservées à une enquête par sondage ou à un questionnaire complet à faire remplir seulement par un échantillon de répondants. Bien qu'il soit très tentant de poser de nombreuses questions dans un questionnaire de recensement, un long questionnaire rendra les tâches de conception du questionnaire, de dénombrement ou encore de traitement et d'analyse des données plus coûteuses et prenantes et augmentera la marge d'erreur.

Planification technique du projet

Une fois que les fondamentaux du projet sont en place de même qu'un projet de budget, la planification technique peut commencer et elle doit être envisagée sur le cycle du recensement au complet. Chacune des six phases du cycle (préparation, dénombrement, traitement, diffusion, évaluation et analyse des données) est décomposée en activités spécifiques et, à son tour, chaque activité est décomposée en tâches individuelles.

Aussi mineure que soit la tâche, il est utile de cerner tout ce qui doit être fait pour mener à bien chaque activité voulue par le recensement. Une fois que les tâches ont été définies, les planificateurs peuvent poser des jalons pour les accomplir. D'ailleurs, ces jalons peuvent servir à réviser le projet de budget et le calendrier en fonction des activités et des tâches prévues.

Le Tableau 2 présente à titre d'exemple les tâches constitutives d'une seule activité et les activités au cours d'une seule phase du recensement. Il convient de noter que ce tableau ne présente que les activités de la phase de dénombrement, l'une des six phases du cycle de recensement. De même, il ventile seulement les tâches liées à l'une des activités de la phase de dénombrement, à savoir la tâche 2, la cartographie et la conception des zones de dénombrement. La planification technique de l'ensemble du projet nécessiterait donc six tableaux de ce genre (un pour chaque phase), chaque activité étant décomposée en tâches.

TABLEAU 2 : Tâches (exemples) liées aux activités de la phase de dénombrement et tâches liées à la cartographie et à la conception des zones de dénombrement

Activité	Tâches
1. Recrutement et formation du personnel	
2. Cartographie et conception des zones de dénombrement	<p>2.1. Revoir les cartes existantes provenant des bureaux nationaux de statistique et/ou des bureaux locaux de planification du gouvernement</p> <p>2.2. Examiner les applications de cartographie et d'imagerie par satellite accessibles au public</p> <p>2.3. Consulter des experts en cartographie/SIG du secteur public/privé ou dans des universités</p> <p>2.4. Evaluer la distribution spatiale des vendeurs de rue en consultation avec les dirigeants de leurs organisations, les autorités locales, les ONG et/ou les chercheurs experts en la matière</p> <p>2.5. Établir les principes et les critères devant servir à déterminer les zones de dénombrement</p> <p>2.6. Choisir les cartes et délimiter les zones de dénombrement</p> <p>2.7. Mettre à l'essai et réviser au besoin la conception des zones de dénombrement</p> <p>2.8. Imprimer les cartes des zones de dénombrement ou une partie de celles-ci pour les agents recenseurs et les gestionnaires sur le terrain</p>
3. Conception et impression du matériel de terrain	
4. Essai pilote	
5. Opérateurs sur le terrain	
6. Assurance de qualité	
7. Evaluation	

Source: Information adaptée de l'ONU (2001): 8-12.

La définition des activités, des tâches et des jalons à chaque phase du recensement jette les bases des autres domaines de planification technique.

Stratégie de communication

Une stratégie de communication est nécessaire aux planificateurs du recensement s'ils veulent transmettre clairement des informations à ceux qui vont recueillir les données (les enquêteurs et les gestionnaires sur le terrain), fournir les données (les vendeurs de rue eux-mêmes) et utiliser les données (dont les planificateurs municipaux, les autorités locales, les chercheurs universitaires et les vendeurs de rue). La stratégie est

également nécessaire à chacun de ces publics en ce qu'elle assure le retour d'information aux planificateurs du recensement. Lorsqu'on annonce un recensement des vendeurs de rue, il y a toujours risque que l'objet soit mal compris, d'où l'importance d'une stratégie de communication bien développée. Par exemple, si le recensement est interprété comme un projet de distribution des permis ou des places au marché, les planificateurs risquent de se heurter à des perturbations le jour du recensement. Ces problèmes peuvent être évités au mieux grâce à une communication claire des buts et objectifs du projet de recensement.

Les campagnes de publicité constituent un volet important d'une stratégie de communication et, à cette fin, elle doit être conçue de manière à faire connaître aux vendeurs de rue les objectifs du recensement, les types de questions qui seront posées et les fins auxquelles les données sont destinées. Dans la mesure où ils en sont informés et participent au projet de recensement en tant que partie prenante, ils seraient moins anxieux au sujet du recensement. La campagne de publicité peut également viser à informer les vendeurs ambulants et saisonniers de la nécessité pour eux d'être comptés. Une fois déterminée la stratégie de dénombrement des vendeurs de rue, celle-ci peut leur être communiquée et ils finiront eux-mêmes, de bouche à l'oreille, par assurer une large couverture du recensement.

Un deuxième élément de la stratégie de communication est les séances de consultation des parties prenantes et, à ce propos, les planificateurs devraient veiller à déterminer le moment opportun de tenir ces séances avec chacune des parties prenantes (organisations des vendeurs de rue, vendeurs de rue non affiliés, autorités locales, organismes de plaidoyer, chercheurs et autres). D'ailleurs, chaque partie prenante peut également nécessiter un cadre de consultation différent. Pour certaines, des réunions publiques peuvent parfaitement convenir tandis que, pour d'autres, ce peut être des réunions restreintes à huis clos ou une invitation à soumettre des suggestions, en personne ou par voie électronique, aux planificateurs.

Une stratégie couramment utilisée dans les recensements de la population nationale et des logements est la tenue des séances de consultation avec les utilisateurs potentiels des données du recensement concernant, par exemple, le contenu du questionnaire. Dans le cas d'un recensement des vendeurs de rue une telle consultation pourrait aider les auteurs du questionnaire à déterminer les questions les plus importantes à poser et la meilleure façon de les formuler pour qu'ils y répondent de manière précise. Les planificateurs peuvent vouloir les consulter également quant à la meilleure façon de s'assurer que les vendeurs ambulants et saisonniers sont comptés. Les séances de consultation des utilisateurs peuvent aussi aider à déterminer les types de rapports et les autres éléments à produire une fois les entrevues sont terminées et les données traitées.

QUESTIONS CLÉS

- Où faut-il établir les lignes de communication (entre quels acteurs ou parties prenantes) ?
- Quel cadre de communication conviendrait le mieux à chacun des publics ou des intervenants ? Quels sont les avantages et les inconvénients des modes de communication (imprimé, voie électronique, bouche-à-oreille) avec chaque public ?
- À quel moment dans le cycle du recensement devrait-on consulter chaque partie prenante ?
- Comment les planificateurs peuvent-ils s'assurer que la campagne de publicité atteint la cible, à savoir t les personnes constitutives du public cible ?

Cartographie

L'élaboration de cartes exactes, à jour et couvrant toutes les zones visées par le recensement constitue la base des opérations sur le terrain, de sorte que tout effort permettant d'obtenir à faible coût ou sans frais les cartes disponibles est un premier pas dans le bon sens. Les plans de rue numériques des zones urbaines où se trouvent très probablement les vendeurs de rue peuvent être obtenus via Google Maps, par exemple, pour la plupart des régions du monde.

Les bureaux de l'administration locale, des agences provinciales ou nationales de cartographie et/ou des organismes nationaux de statistiques peuvent aussi fournir des cartes utiles à un projet de recensement.

L'un des avantages de cette dernière option est que les cartes ainsi fournies peuvent être accompagnées de données supplémentaires. Par exemple, un bureau de planification local peut proposer non seulement une carte, mais aussi des données socioéconomiques (telles que les niveaux moyens du revenu des ménages) et les données d'attributs spatiaux (telles que les classifications urbaines, suburbaines ou rurales) sur les unités de planification administrative au sein de la zone cartographiée. Ces données supplémentaires peuvent être très utiles lors des phases d'analyse et de diffusion de données.¹⁰ Dans le cas de recensements à grande échelle avec des budgets relativement importants, une entreprise experte en SIG peut être engagée pour gérer les aspects techniques de la cartographie et intégrer les différentes couches de données dans un fichier de carte numérique.

Une fois qu'une carte de base a été établie, les planificateurs peuvent souhaiter mobiliser le personnel du terrain pour y incorporer des données de distribution géographique des vendeurs de rue et toute autre information pertinente. La préparation d'un ensemble de lignes directrices concernant l'élaboration d'une feuille de comptage des étals de rue et des vendeurs ambulants est nécessaire, préalablement aux travaux de cartographie de terrain, pour que tous les membres du personnel du terrain à cartographier puissent arriver à leurs estimations d'une manière cohérente. Dans le cadre des travaux sur le terrain, il peut être également utile de noter les installations et repères pertinents, tels que les stations de taxis et les carrefours de transport où pourraient se trouver des vendeurs de rue. Les étudiants en géographie d'une université locale peuvent être de bons candidats pour la cartographie de terrain. Lorsque toutes les données géographiques pertinentes ont été obtenues, les planificateurs peuvent utiliser les cartes qui en résultent pour délimiter les zones de dénombrement en fonction du plan de recensement.

Plan de dénombrement

Le plan de dénombrement répond à une question fondamentale, à savoir comment va-t-on dénombrer les vendeurs de rue. Pour répondre à cette question, les planificateurs du recensement doivent se demander comment les informations sur les vendeurs de rue seront-elles collectées (la méthode de dénombrement); au sujet de qui les données seront-elles recueillies (la population à dénombrer); quel est le meilleur moment de collecter les informations (calendrier du recensement); et où les équipes de dénombrement vont-elles recueillir les informations (les zones de dénombrement) (voir le tableau 3 ci-dessous).

En raison du nombre élevé des vendeurs de rue et vu l'étendue du terrain qu'ils occupent dans les régions urbaines, le plan de dénombrement peut alors incorporer des procédures d'échantillonnage. Il peut également prévoir une liste préliminaire des vendeurs de rue et/ou de postes de vente à élaborer ainsi qu'un ensemble de procédures que devront suivre les agents recenseurs et les gestionnaires sur le terrain le jour du recensement. Chacun de ces éléments est abordé dans les paragraphes qui suivent.

Le premier élément d'un plan de dénombrement consiste à choisir la **méthode de dénombrement** qui convient le mieux. Pour un recensement traditionnel, les méthodes vont des entrevues en face-à-face à l'utilisation des registres administratifs existants, en passant par le télésondage, des questionnaires auto-administrés (livrés par courrier ou point de dépôt) et la collecte de données sur Internet. Cependant, la méthode traditionnelle et la plus probable pour le recensement des vendeurs de rue, est celle qui consiste pour les recenseurs à se déployer dans toute la région et à y faire des entrevues en face-à-face. Il en est ainsi car il existe rarement des registres administratifs précis des vendeurs de rue et, d'autre part, l'accès aux technologies nécessaires est souvent limité, ce qui fait que le téléphone, les services postaux et la collecte via Internet sont irréalisables.

¹⁰ Des entreprises commerciales peuvent aussi vendre des cartes des zones urbaines. Dans le cas où aucune carte de qualité acceptable ne serait disponible, les cartes tracées à la main peuvent convenir. Un récepteur GPS peut aider à tracer à la main des cartes plus précises, mais il se peut que les planificateurs du recensement ne puissent acheter l'équipement ni se payer la formation nécessaire.

Dans un recensement national de la population et des logements suivant la méthode par enquête, les agents recenseurs, armés de listes d'adresses des ménages, s'emploient à trouver chaque personne vivant dans la zone de dénombrement. Or, comme il n'existe pas de liste d'adresses dans le cas des vendeurs de rue, une stratégie de remplacement s'impose. Par exemple, s'agissant de vendeurs de rue à poste fixe et qui peuvent donc être dénombrés comme les ménages, puisque les mêmes vendeurs travaillent au même poste tous les jours, les planificateurs du recensement pourraient attribuer des numéros ou des adresses à chaque poste fixe et les agents recenseurs sont sûrs d'y interviewer un vendeur. En planifiant le recensement, les gestionnaires doivent décider s'il faut interviewer chaque vendeur de rue qui travaille à un seul poste ou un seul vendeur à chaque poste et qui peut alors fournir des informations sur les autres vendeurs à ce poste.

Les planificateurs du recensement pourraient également envisager d'autres méthodes de dénombrement dans les cas où la technologie est disponible et où il existe des sous-groupes de vendeurs de rue particulièrement difficiles à dénombrer en face-à-face. Pour les vendeurs qui ne travaillent pas à un poste fixe, y compris ceux qui se servent d'un poste mobile (chariots, bicyclettes, pousse-pousse) ou qui se promènent tout simplement dans les rues et les trottoirs, la méthode par enquête peut ne pas convenir car il serait trop difficile aux enquêteurs de veiller à ce que chaque vendeur ne soit interrogé qu'une seule fois et qu'aucun ne soit omis.

Dans ces cas, les planificateurs peuvent souhaiter se limiter à un échantillon restreint des zones de dénombrement où une seule équipe d'enquêteurs peut dénombrer et interroger tous les vendeurs ambulants qu'ils voient. Dotés d'un bon système de cartographie, ils peuvent extrapoler de l'échantillon le nombre total de vendeurs itinérants. Autre approche : ils pourraient envisager l'entrevue et le dénombrement de ces vendeurs à un seul endroit tel que les principaux nœuds de transport qui figurent déjà sur leurs routes habituelles. Les experts en dénombrement des agences nationales de statistiques peuvent donner des conseils permettant d'élaborer des stratégies de dénombrement adaptées aux différents types de vendeurs de rue.¹¹

La **définition de la population** à dénombrer est étroitement liée à la méthode de dénombrement. Comme il a été indiqué précédemment, une première étape consiste à choisir entre une définition inclusive des vendeurs de rue, par exemple, « tous les commerçants qui vendent des biens ou services dans l'espace public », et une autre plus restreinte et qui exclut certains types de vendeurs.

Bien qu'il soit idéal de vouloir inclure tous les vendeurs de rue, y arriver peut se révéler difficile, voire impossible, pour des raisons pratiques, et, dans ce cas, les planificateurs du recensement voudraient peut-être se limiter à ceux qui vendent des biens (à l'exclusion des vendeurs de services), ou aux vendeurs à poste fixe (à l'exclusion des vendeurs ambulants), ou aux vendeurs de tous les jours (à l'exclusion des saisonniers et de ceux qui le font le week-end), ou aux vendeurs de rue (à l'exclusion de ceux qui font le commerce des trottoirs, des routes de transport ou sur les marchés hors voirie), par exemple.

La définition de la population à dénombrer doit également préciser les limites géographiques du recensement et le type de dénombrement à mettre en œuvre, c'est-à-dire le dénombrement de facto, qui revient à compter toutes les personnes physiquement présentes sur le lieu et l'heure du recensement, et le dénombrement de jure qui signifie compter toutes les personnes qui sont ordinairement présentes, mais qui sont absentes au moment du recensement pour une raison quelconque (par exemple, parce qu'ils ont voyagé à l'extérieur du pays).

Pour le recensement des vendeurs de rue, le dénombrement de jure exigerait qu'on demande à ceux qui se présentent le jour du recensement s'il y a d'autres vendeurs qui sont normalement présents, mais qui sont absents ce jour même. Le mot « présent » pourrait être défini de manière à englober les personnes qui travaillent à un

¹¹ La Base de connaissances recensement de l'ONU-STATS offre des informations sur les stratégies de dénombrement de populations mobiles. Bien qu'aucun de ces rapports ne porte sur les vendeurs de rue, les leçons tirées du dénombrement d'autres types de populations mobiles peuvent s'appliquer aux vendeurs de rue

poste donné, à un autre moment de la journée,¹² par exemple. Mais, la procédure de dénombrement de facto sera probablement plus simple pour les agents recenseurs et les questions consistant à savoir si plusieurs vendeurs travaillent au même poste peuvent être incluses comme alternative dans le questionnaire du recensement.

Le plan de dénombrement devrait également tenir compte du **calendrier du recensement** en rapport avec le flux du commerce de rue dans une localité donnée. Si le recensement vise à dénombrer les vendeurs saisonniers, tels que ceux qui font le commerce uniquement pendant les vacances, il faudra alors le programmer de manière à ce qu'ils soient comptés. Il en est de même des vendeurs qui ne travaillent qu'un seul jour de la semaine ou à certaines périodes de la journée.

Les planificateurs du recensement devront rester conscients des routines quotidiennes des vendeurs de rue à mesure qu'ils élaborent le plan de dénombrement. Par exemple, ils devront peut-être revisiter les endroits où les vendeurs ne sont pas les mêmes au cours de la journée ou visiter à des moments précis les endroits où les vendeurs ne viennent qu'à certaines heures. Une séance de consultation des parties prenantes, soit des sous-groupes de vendeurs, tels que les vendeurs saisonniers, hebdomadaires, ceux qui viennent tôt le matin ou tard le soir, et les vendeurs ambulants, peut aider les planificateurs à cerner les meilleurs moments et endroits pour faire le dénombrement.

En considérant la méthode, la population cible et le calendrier du recensement, les planificateurs peuvent être amenés à faire un compromis entre deux objectifs, l'universalité et la simultanéité. Si le but est d'inclure les vendeurs saisonniers et hebdomadaires pour satisfaire au critère de l'universalité, par exemple, il peut se révéler impossible de mener ces entrevues en même temps. Inversement, si les planificateurs souhaitent mener des entrevues plus ou moins simultanément (généralement au cours d'une période d'un ou de deux jours), ils pourraient manquer les vendeurs saisonniers, hebdomadaires ou à temps partiel qui ne travaillent pas au moment du recensement. Le compromis nécessaire entre ces deux objectifs est une partie intégrante du processus de planification.

En toute probabilité, un recensement des vendeurs de rue sera basé entièrement ou en grande partie sur les entrevues en face-à-face faites selon un plan établi par les planificateurs après avoir divisé la zone géographique du recensement en **zones de dénombrement (ZD)**. Parce que bien délimitées, ces ZD permettront de s'assurer que chaque vendeur dans la population est recensé et qu'aucun n'est compté deux fois. Certes, bien qu'extrêmement difficile à atteindre, un tel objectif sera quand-même plus réaliste si l'on part armé d'un bon ensemble de cartes et que les ZD sont définies avec attention. La délimitation des ZD aidera aussi les planificateurs à évaluer la taille de l'effectif nécessaire au recensement et à confier des responsabilités à des équipes de recenseurs.

Dans les recensements traditionnels, les planificateurs déterminent la taille de chaque ZD en fonction du nombre d'unités de logement en son sein ainsi que des frontières naturelles ou administratives. Pour le recensement des vendeurs de rue, ils devraient la déterminer en partie par la distribution de ces derniers et, même si le nombre de vendeurs dans chaque partie de la ville ne sera pas connu d'avance, les planificateurs pourront l'induire de la densité relative des vendeurs en faisant des visites de terrain et en consultant les dirigeants des organisations des vendeurs ainsi que les autorités locales lors de la phase de planification. Une étude des particularités des vendeurs ambulants et saisonniers peut aider également à concevoir les zones de dénombrement.

Une fois que les planificateurs ont une idée approximative de la densité relative des vendeurs, ils peuvent concevoir les zones de dénombrement de telle sorte que la charge de travail des équipes de recenseurs soit équilibrée. Les limites de ces zones doivent leur être facilement reconnaissables, et ce grâce à des repères physiques tels que le nom de rues, les rives ou points de repère correspondants.

¹² Un exemple pourrait être les enfants plus âgés qui aident à gérer le poste après l'école. Cependant, il sera mal avisé de dénombrer ces vendeurs si le plan de recensement prévoit le retour au même poste, plus tard dans la journée, pour évaluer le roulement qui s'est produit au sein de la population de vendeurs.

Les limites des zones de dénombrement devraient également être déterminées en partie par les résultats qu'on souhaite obtenir du projet de recensement. Par exemple, si le recensement vise en partie à faire un décompte précis des vendeurs dans un quartier central des affaires, les limites de zones de dénombrement doivent alors coïncider avec les limites du quartier.¹³ De même, si l'objectif est de rendre compte des caractéristiques des vendeurs au sein des unités de planification municipale ou des sous-unités, alors les limites des zones de dénombrement doivent coïncider avec les unités de planification. Si l'objectif est 'établir le nombre et les caractéristiques des vendeurs à des marchés de rue différents, les limites des ZD doivent coïncider avec les limites de ces marchés. En somme, un examen attentif des résultats escomptés est une partie intégrante de la conception des zones de dénombrement.

TABLEAU 3 : Eléments d'un plan de dénombrement

Elément	Elément
Méthode de dénombrement	La méthode à utiliser pour la collecte de données sur les vendeurs de rue individuels. D'autres méthodes à prendre en considération : entrevues en face-à-face et au téléphone, questionnaires auto-administrés (livrés par courrier ou autre moyen) ou Internet. Un mélange de différentes méthodes peut servir à dénombrier des sous-populations spéciales.
Population à dénombrier	Une définition précise des vendeurs à inclure dans le recensement, par exemple, tous les vendeurs qui travaillent dans une zone géographique donnée, ou à exclure certains vendeurs, tels que les vendeurs mobiles, à domicile, au marché, saisonniers ou à temps partiel, hebdomadaires ou les fournisseurs de services.
Calendrier ou moment de dénombrement	Les dates et les heures exactes où a lieu le dénombrement, ce qui revient, d'une part, à déterminer le meilleur moment de l'année (saison, jour(s) de la semaine, heure de la journée) pour capter la population à dénombrier et, d'autre part, à prévoir assez de temps pour les travaux préparatoires nécessaires.
Définition des zones de dénombrement et zones de gestion	Il s'agit de délimiter comme il convient les ZD et les zones de gestion sur la base des frontières naturelles et artificielles sur les cartes de même que des résultats des travaux de cartographie sur le terrain et en tenant compte de la charge de travail des équipes de dénombrement et des gestionnaires sur le terrain. Les zones de gestion sont des regroupements de ZD attribuées aux superviseurs de terrain ou aux gestionnaires de recensement.
Recours à l'échantillonnage	Il s'agit d'établir toutes les procédures d'échantillonnage qui pourraient être nécessaires lors du dénombrement. Ce peut être l'échantillonnage des ZD ou des vendeurs ou des postes individuels.
Liste des caractéristiques de la population à dénombrier	Il s'agit d'élaborer une liste initiale de vendeurs et/ou de postes de vente à dénombrier le jour du recensement. S'il n'est pas possible d'établir une telle liste, on peut lui substituer une estimation de la taille de la population dans chaque ZD par le décompte des vendeurs sur le terrain.
Procédures de collecte des données	Il s'agit de définir les procédures à suivre pour la collecte des données. Pour les agents recenseurs, elles consisteront, entre autres, à savoir comment identifier, aborder et interviewer les vendeurs constitutifs de la population à dénombrier. Pour les gestionnaires sur le terrain, elles indiqueront la façon de coordonner les équipes sur le terrain et de contrôler la qualité. Ces procédures comprendront également un volet spécial concernant les sous-populations (comme les vendeurs mobiles et saisonniers) difficiles à dénombrier.

¹³ Dans cet exemple, il peut être nécessaire de diviser le quartier central des affaires en plusieurs zones de dénombrement, si la densité des vendeurs de rue y est très forte. Les résultats du recensement dans les ZD peuvent ensuite être regroupés dans la phase d'analyse de données pour qu'il soit possible d'établir des rapports sur le quartier central des affaires dans son ensemble.

Le **recours à l'échantillonnage** lors de la phase du dénombrement est un autre élément que les planificateurs doivent considérer. Dans le cas des recensements à grande échelle, surtout s'il n'est pas possible de tenter le dénombrement de chaque vendeur de rue, l'échantillonnage peut être incorporé au plan de travail. Si les planificateurs souhaitent obtenir des informations détaillées, en plus des données démographiques de base que fournissent les vendeurs dans le questionnaire, ils voudront peut-être faire remplir un questionnaire complet par une tranche de la population des vendeurs de rue. L'échantillonnage est souvent utilisé aussi dans la phase d'évaluation des données. En général, les recensements traditionnels comportent une enquête post-censitaire auprès d'un échantillon de la population pour permettre la revérification des résultats. Il faudra faire appel à des experts en la matière pour déterminer les moyens qui permettront d'intégrer le mieux l'échantillonnage dans la conception globale du projet.

Une fois que les ZD ont été définies, les planificateurs peuvent envisager **la liste de la population à dénombrer** le jour du recensement, une tâche plus facile à réaliser dans le cas de recensements couvrant une région relativement limitée, bien définie. Tout comme une liste d'adresses des ménages aiderait les agents recenseurs à trouver les personnes à dénombrer dans le cadre d'un recensement de la population et des logements, une liste des vendeurs ou des postes de commerce permettrait de localiser toutes les personnes à interviewer dans le cadre d'un recensement des vendeurs de rue. Pour les recensements à grande échelle, auxquels cas une liste ne serait peut-être pas possible, les planificateurs se contenteraient d'estimations quant au nombre de vendeurs dans chaque ZD afin de planifier le nombre de questionnaires à faire imprimer et d'y affecter un nombre suffisant de recenseurs et de superviseurs sur le terrain.

Les **procédures de collecte de données** donnent des instructions que les agents recenseurs doivent suivre le jour du recensement. Ce peut être la façon d'aborder les vendeurs de rue à dénombrer, à savoir ce qu'il faut dire, comment le dire ou s'il faut leur montrer sa carte d'identification ou leur présenter une lettre d'introduction expliquant leur rôle dans le recensement.

Ensuite, ces procédures devraient indiquer aux recenseurs comment obtenir le consentement à l'entrevue, comment conduire celle-ci et comment traiter les problèmes qui pourraient survenir. Par exemple, si quelqu'un refuse au départ d'être interviewé ou veut mettre fin à l'entrevue à mi-chemin, les recenseurs doivent savoir exactement ce qu'ils devront faire. Et comme il est important d'être cohérent dans l'exécution sur le terrain, ces procédures pour autant qu'elles soient détaillées n'aideront pas seulement à satisfaire à cette exigence. Bien plus, elles feront savoir aux recenseurs la marge de manœuvre dont ils disposent pour résoudre les problèmes sur le terrain et les circonstances qui nécessiteront une consultation avec le superviseur. Tout aussi important est un ensemble de procédures que les agents recenseurs doivent suivre dans l'utilisation des cartes de leurs zones de dénombrement, afin de s'assurer que tous les vendeurs de rue dans la région ont été dénombrés et qu'aucun n'a été recensé deux fois.

Adossé à des plans bien élaborés dès la phase préparatoire, le dénombrement pourrait se dérouler en douceur, efficacement. Mais, là encore, les opérations sur le terrain vont sûrement soulever des questions et problèmes qui n'étaient pas prévus à la phase préparatoire.

Il y a quatre conditions ou problèmes qui rendent le dénombrement des vendeurs de rue particulièrement difficiles : la multiplicité, la saisonnalité, la socialité et la vulnérabilité. Ces conditions méritent d'être examinées avec soin, individuellement, à mesure que le plan de dénombrement est développé et mis à l'essai. Les solutions possibles à chacun sont présentées, mais d'autres peuvent aussi être envisagées.

- **Multiplicité** : Beaucoup de postes de commerce fixes sont occupés par plusieurs personnes au cours d'une journée normale. Par exemple, les membres de la famille y viennent souvent à tour de rôle et à des différents moments de la journée : le père le matin pendant que la mère prépare les enfants pour l'école; la mère dans l'après-midi, alors que les enfants sont à l'école et que le père s'emploie à se procurer des marchandises; les enfants après l'école pendant que la mère prépare le dîner et que le père est à son deuxième emploi. Dans d'autres cas, plusieurs membres d'une famille élargie peuvent se vouer à plusieurs postes au cours de la journée ou les vendeurs voisins peuvent couvrir un poste pendant que son propriétaire s'absente quelques minutes.

Dans ce contexte, et pour s'assurer que les vendeurs de rue sont dénombrés d'une manière cohérente, les recenseurs doivent savoir s'il faut procéder à un dénombrement de facto ou de jure, tel qu'il a été décrit ci-dessus. De plus, ils devraient avoir des instructions très explicites au sujet des personnes à dénombrer comme vendeur à un poste (par exemple, compter toute personne âgée de plus de 18 ans qui travaille régulièrement comme vendeur à ce poste ou exclure les enfants, les clients ou les amis qui s'y trouvent au moment de l'entrevue).

- **Saisonnalité** : Beaucoup de vendeurs ne travaillent qu'à certains moments de la journée, certains jours de la semaine ou à certains mois de l'année. Un agent recenseur qui tente d'interviewer chaque vendeur dans la ZD peut voir certains vendeurs quitter leur poste pour la journée, avant qu'ils ne soient interrogés, et d'autres qui arrivent après les entrevues. D'autres pourraient ne pas être là le jour du recensement parce qu'ils ne font le commerce à cet endroit qu'un jour par semaine ou qu'ils n'y sont pas durant la période du recensement.

Pour résoudre ce problème, les planificateurs de recensement et les enquêteurs pourraient visiter ces endroits à plusieurs reprises pour pouvoir évaluer ces fluctuations saisonnières, poser dans le questionnaire des questions permettant de cerner les tranches horaires les plus et les moins affairées, mener des enquêtes en profondeur ou organiser des groupes de discussion pour avoir une idée des variations saisonnières.

- **Socialité** : Même si tous les vendeurs qui travaillent normalement sur un marché de rue sont physiquement présents le jour du recensement, il se peut qu'ils ne restent pas à leur poste toute la journée. Les marchés de rue sont des milieux sociaux et d'interactions multiples au cours d'une journée type. Les vendeurs de denrées non périssables peuvent laisser leur poste pour aller déjeuner au comptoir de repas; un vendeur à court de monnaie peut aller en demander à un voisin; les jours où les ventes sont au ralenti, les commerçants peuvent en profiter pour discuter ou jouer aux cartes dehors, dans la rue. D'autres, qui sont membres d'organisations, peuvent également laisser leur poste pour aller assister à des réunions ou planifier des événements ou projets.

Étant donné la nature sociale des marchés de rue, les enquêteurs auront besoin d'une stratégie et du temps supplémentaire pour repérer les vendeurs au cours de la journée, à savoir ceux qui sont absents à leur poste, mais qui font partie de la population cible et qui doivent être interrogés. De même, les planificateurs doivent accorder aux recenseurs le temps nécessaire pour revenir à des postes où les vendeurs sont disponibles pour être interviewés.

- **Vulnérabilité** : Certains vendeurs ont des vulnérabilités qui peuvent également compliquer le travail de dénombrement. Par exemple, les femmes vendeuses connaissent surtout des journées de travail perdues en raison du fait qu'elles doivent s'occuper des personnes à charge qui sont malades et que le temps qu'elles passent au marché se trouvent souvent réduit par la nécessité de prendre soin en même temps de jeunes enfants.

Les enquêteurs devront peut-être prévoir du temps supplémentaire pour ces entrevues ou revenir à un moment qui convient mieux aux vendeurs. De même, pour de nombreux vendeurs, la sécurité du revenu dépend absolument de chaque vente qu'ils peuvent faire et ils ne peuvent donc pas renoncer à une vente parce que le client arrive pendant qu'ils sont en train d'être interviewés par le recenseur. Encore une fois, les enquêteurs doivent faire preuve de souplesse et de compréhension en tenant compte des vulnérabilités de la population commerçante.

Conception du questionnaire

L'élaboration du questionnaire du recensement est l'une des tâches les plus difficiles. Il en est ainsi car, si la rédaction des questions peut sembler facile à première vue, savoir les formuler de manière à obtenir l'information désirée ou à les agencer de façon à ce que le déroulé du questionnaire soit logique ou encore à concevoir le formulaire pour éviter des erreurs aux agents recenseurs est une considération qui nécessite une attention particulière ou un travail pointilleux.

Une première étape logique consistera donc à se procurer le questionnaire du recensement le plus récent de la population nationale et/ou de l'enquête par sondage réalisé(e) par l'institut national de la statistique. Ces sondages peuvent guider la formulation et l'ordre des questions ainsi que la conception du formulaire. Des chercheurs universitaires et des professionnels de recherche par enquête peuvent également être consultés. A titre d'exemple, les questionnaires abrégé et complet, qui ont servi en 2010 au recensement des vendeurs de rue à Durban (Afrique du Sud) mené par Reform Development Consulting (RDC), sont fournis en annexe à la présente note d'information.

Les lignes directrices qui suivent peuvent aider les auteurs du questionnaire à adapter le formulaire du recensement national aux besoins du recensement des vendeurs de rue.

Déterminer le contenu du questionnaire revient à savoir quelles questions poser et comment les formuler. Pour s'y prendre, il convient de se demander quelles informations rapporter à l'issue du recensement et sous quelle forme les présenter, deux ordres de questions qui dépendront en définitive des utilisateurs finaux des données et des fins auxquelles elles sont destinées. Par exemple, si les organisations des vendeurs de rue ont l'intention de les utiliser pour élaborer un régime d'épargne collectif, le recensement peut nécessiter des questions sur la capacité actuelle des vendeurs à économiser de l'argent. Autre exemple : si les autorités locales souhaitent utiliser les données du recensement pour élaborer des projets de formalisation, le questionnaire peut inclure quelques questions sur le statut officiel des vendeurs (par exemple, s'ils sont actuellement inscrits auprès de l'agence de sécurité sociale).

Les besoins des utilisateurs finaux doivent être soigneusement examinés en tenant compte de la nécessité d'avoir un questionnaire aussi court que possible, si l'on veut maîtriser le coût du projet, faciliter la tâche aux vendeurs à dénombrer et augmenter généralement la qualité des données en diminuant la marge d'erreur. Si un projet de recensement a de multiples parties prenantes et utilisateurs finaux, il faudra faire des compromis pour concilier la longueur du questionnaire et les besoins respectifs.

Quels que soient les besoins des utilisateurs finaux, certains sujets sont communs à la plupart des recensements, notamment l'âge, le sexe, le niveau de scolarité et les relations familiales (par exemple, l'état matrimonial et le

nombre de personnes à charge). Certains recensements demandent aux répondants leur citoyenneté, leur lieu de naissance, leur appartenance raciale ou ethnique, la langue usuelle à la maison et leur handicap. Toutefois, ces sujets, souvent délicats, peuvent mettre les répondants mal à l'aise et nécessitent donc un examen attentif avant d'être incluses et évaluées par rapport au risque de voir les répondants refuser d'y répondre ou de donner des informations fausses.

Le recensement des vendeurs de rue peut exiger probablement quelques questions ou observations bien adaptées à la situation de ces derniers, qu'ils soient vendeurs principalement des biens ou services et quel que soit le genre de produits ou services. Dans certains cas, les utilisateurs finaux des données du recensement peuvent vouloir des précisions sur les vendeurs et leurs postes de commerce, ce qui amène à leur demander depuis combien d'années ils travaillent à ce poste, comment ils s'assurent que le poste ou l'espace (étal ou bout du trottoir) leur est disponible, s'ils doivent verser une certaine somme pour y avoir accès et combien, et les périodes d'achalandage les plus fortes de la journée, de la semaine et de l'année.

D'autres domaines qui pourraient être abordés dans le questionnaire sont le revenu et les conditions de travail. Le revenu est un sujet très difficile à aborder parce que la question met souvent les gens mal à l'aise et parce qu'ils en font la comptabilité de différentes manières. A vouloir consulter les vendeurs de rue et les experts de la recherche par enquête, et ce à l'étape de préparation du questionnaire, on peut arriver à savoir comment formuler les questions sur le revenu de manière à obtenir des réponses précises et comparables.

Quelques considérations clés consistent à savoir s'il faut poser des questions sur le revenu du ménage ou du commerce seulement, le revenu moyen par jour, par semaine ou par mois et les fluctuations du revenu (qu'il comprenne ou non des prêts, des dons et le paiement en nature). En consultant les vendeurs de rue quant à la façon d'aborder la question du revenu, les planificateurs du recensement en arriveront à trouver des moyens d'atténuer les craintes que les vendeurs de rue éprouvent devant de telles questions, estimant que les informations concernant leur revenu seront transmises aux autorités fiscales. La stricte conformité aux orientations éthiques afférentes aux recensements, notamment à la confidentialité des données et au maintien des données anonymes, est à ce propos cruciale.

Pour ce qui est des conditions de travail, il peut être utile de savoir combien d'heures par jour et combien de jours par semaine un vendeur fait généralement, si le commerce est leur seul moyen de subsistance et combien de personnes vivent de leur revenu du commerce. Si le but du recensement est d'améliorer les conditions de travail, le questionnaire peut alors inclure des questions sur la disponibilité ou le besoin d'infrastructures telles que l'eau courante, l'électricité, l'évacuation des déchets, la sécurité et des toilettes publiques.

Certains renseignements utiles au recensement peuvent venir simplement des observations de l'enquêteur plutôt que des questions à poser. Par exemple, si le recensement inclut à la fois les postes de commerce fixes et mobiles, les agents recenseurs auront besoin d'un espace pour l'indiquer. En général, les formulaires prévoient un espace au début ou à la fin pour les observations de l'enquêteur.

Des questions détaillées sur des sujets complexes, tels que le revenu, les risques et les vulnérabilités, pourrait être réservées à une enquête par sondage ou des entrevues en profondeur. Sinon, les planificateurs du recensement pourraient concevoir un « questionnaire abrégé » limité aux questions essentielles et un « questionnaire complet », posant des questions plus détaillées, à faire remplir par un échantillon de répondants.

Une fois avoir déterminé les sujets à aborder dans le recensement, les planificateurs pourront alors chercher à savoir comment formuler les questions à proprement parler. En règle générale, les questions doivent être aussi simples et aussi claires que possible (en langage courant largement compréhensible) et suffisamment précises pour susciter le type de réponse envisagé par les planificateurs du recensement. Par exemple, la question « Où

êtes-vous né ? » pourrait donner comme réponse le nom d'une localité (village, province, quartier, ville, hôpital, pays ou autre, par exemple « à la maison »). En revanche, une question plus spécifique comme « Dans quelle province êtes-vous né ? », suivie par « Dans quel pays se trouve cette province ? », n'a rien d'ambigu. De même, en réponse à la question « Quand avez-vous commencé à faire le commerce à ce poste ? », on pourrait entendre « en 2002 », « après que j'ai perdu mon travail », « quand j'étais un petit garçon » ou « il y a longtemps ». Pour obtenir des réponses comparables, la question doit être plus précise.

Hormis les questions à poser, les auteurs du questionnaire doivent également déterminer les types de réponses à accepter. Par exemple, une question peut être « ouverte », ce qui signifie que le recenseur notera toute réponse donnée par le répondant, ou « fermée », qui signifie que le recenseur doit noter la réponse à partir d'un menu à options (voir encadré 2). Dans les questionnaires du recensement, la préférence est donnée aux questions fermées afin de restreindre le champ des réponses possibles et de rendre beaucoup plus efficaces le traitement et l'analyse des données. Pour recueillir le type d'information détaillée ou nuancée que donne une question ouverte, il faudra envisager des stratégies de collecte des données qualitatives (telles que des entrevues ou des groupes de discussion).

ENCADRÉ 2 : QUESTIONS OUVERTES C. FERMÉES

Question ouverte

Que faites-vous pour vous assurer que cet espace vous est toujours disponible ?

Question fermée

Que faites-vous pour vous assurer que cet espace vous est toujours disponible ?

- Entente informelle avec d'autres vendeurs
- Espace alloué par le biais de l'organisation des vendeurs de rue à laquelle j'appartiens
- Espace alloué par les autorités
- Je m'assure que j'arrive le premier le matin
- Service de garde payant
- Je ne fais pas le commerce toujours ici
- Autre (précisez) _____

Concevoir un formulaire de recensement facile à suivre par les agents recenseurs et sujet à peu d'erreurs est une autre tâche essentielle. En effet, les formulaires doivent être conçus de telle sorte que chaque question et son menu de réponses correspondant soient faciles à lire tout comme les instructions doivent être claires et simples à suivre. En un mot, le formulaire, dans l'ensemble, ne doit pas porter à confusion. De même, le texte du questionnaire doit être de format assez grand pour que les recenseurs puissent le lire facilement. L'espace blanc entre les questions, les réponses et les instructions facilitera aussi la lecture.

Certains questionnaires présentent en haut de la première page un texte liminaire expliquant le but et l'importance du projet de recensement. Ce texte est destiné à être lu par les recenseurs avant toute entrevue en face-à-face et le répondant dans le cas d'un questionnaire auto-administré avant de le remplir. Le texte liminaire se veut souvent rassurant en faisant savoir aux répondants que leurs réponses resteront confidentielles et ne seront utilisées qu'à des fins statistiques.

Les questionnaires conçus pour les entrevues en face-à-face prévoient aussi de l'espace en haut de la première page où les enquêteurs écrivent leur nom ou numéro d'identification, la date de l'entrevue, l'heure de la journée (suivant une horloge de 24 heures) et, le cas échéant, les conditions météorologiques au moment de l'entrevue. Sous cet espace, un formulaire de recensement indique souvent « COMMENCER ICI » en caractères gras pour faire savoir à l'agent recenseur ou au répondant où commence le questionnaire. Une grande flèche derrière, en dessous ou à côté de ces mots permet d'attirer l'attention sur le point de départ.

Parce que les questions du recensement sont généralement fermées, le formulaire doit inclure le menu de « catégories de réponses » pour chaque question. Les cases à cocher, une par réponse possible, à côté ou en dessous de chaque question (voir l'encadré 2 ci-dessus), sont la meilleure façon d'indiquer ces catégories de réponse. À côté de chaque case se trouve généralement un nombre ou un « code » pour chaque catégorie de réponse. Les catégories de réponse sont numérotées à partir de 1, de sorte que les préposés au traitement des données n'aient à entrer qu'un numéro dans le champ de données correspondant à chaque réponse. La prénumérotation des catégories de réponse rend le traitement des données plus efficace et réduit les risques d'erreurs lors de la saisie des données.

En considérant les catégories de réponse qu'ils veulent inclure pour chaque question, les auteurs du questionnaire pourraient décider que certaines questions nécessitent des réponses multiples, plutôt qu'une seule. Par exemple, à la question « Vous vendez principalement des biens ou des services ? », un répondant peut dire qu'il ou elle en vend en quantités égales. Dans ce cas, et pour des raisons d'efficacité, l'agent recenseur peut noter à la fois la case à cocher « biens » et la case à cocher pour « services ». Pour des questions auxquelles les réponses multiples sont autorisées, le questionnaire doit l'indiquer à l'agent recenseur par la mention « PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES », en caractères gras, entre la question et les catégories de réponse.

Dans ce cas, et plus généralement, il est important de s'assurer que toutes les instructions sont claires et bien placées afin que le recenseur ou le répondant ne puisse les manquer ni les ignorer par inadvertance. Pour cette raison, les instructions sont souvent mises en évidence, en caractères gras ou entourées d'espace blanc. Une fois le formulaire rempli, il est conseillé de procéder à des essais pilotes au travers des entrevues réelles pour permettre à tout le monde (agents recenseurs et chargés du traitement des données) de s'entraîner et de cerner les modifications qu'il faudra apporter au questionnaire.

Plan de traitement des données

Parallèlement à l'élaboration du formulaire de recensement, les planificateurs doivent également s'employer à mettre sur pied un plan de traitement des données une fois qu'elles auront été recueillies. De fait, ce plan va de pair avec le formulaire parce que ce dernier doit permettre à ce que les données soient saisies et traitées comme prévu.

L'un des volets du traitement des données est un plan de capture des données, c'est-à-dire le transfert de l'information que contient le questionnaire du recensement à un fichier numérique sous une forme ou une autre. Si un questionnaire papier-crayon est prévu, par exemple, les planificateurs devront embaucher du personnel apte à la saisie des réponses dans une base de données informatique. Ils doivent aussi décider de l'endroit où se fera la saisie des données, se procurer des ordinateurs ou assurer l'accès à ceux-ci, de même qu'aux logiciels métier, et pouvoir aux compétences techniques nécessaires sur place pour tester les procédures de traitement des données, avant le jour du recensement, et superviser la saisie des données une fois que le dénombrement commence.

Étant donné le risque d'erreur élevé lors du traitement des données, les planificateurs devraient s'employer à renforcer les mesures d'assurance de qualité, telles que la revérification d'un échantillon de questionnaires pour s'assurer que les réponses ont été saisies correctement dans la base de données. Ils pourraient également vouloir explorer les possibilités que présente la technologie numérique. Dans certains pays, les agents recenseurs ont pu utiliser le téléphone mobile pour entrer des données. D'autres pays ont fait des recensements entièrement par voie numérique (par exemple, Statistique Canada, 2007). Grâce à la technologie numérique, les erreurs de saisie risquent beaucoup moins de fausser les résultats du recensement.

Au-delà de la méthode de capture des données, les planificateurs du recensement auront besoin d'un logiciel pour saisir les données et, à terme, les analyser. Un programme d'analyse statistique comme le programme SPSS peut convenir, mais un logiciel simple et largement disponible comme Microsoft Excel peut également suffire. Les planificateurs peuvent consulter des chercheurs universitaires, le personnel de l'agence nationale de la statistique ou d'autres experts d'analyse de données pour déterminer quel logiciel et quel matériel informatique conviennent le mieux.

Avant que la phase de capture des données ne puisse commencer, un système permettant la collecte, la livraison, le tri et la vérification des questionnaires du recensement doit être en place. Dans un premier temps, les enquêteurs devront savoir quoi faire avec les formulaires une fois les entrevues terminées. Dans le cas d'un recensement à grande échelle, les formulaires dûment remplis devront être collectés sur le terrain, au fur et à mesure, pour décharger les agents recenseurs qui auraient sinon à les transporter. Peu importe où les formulaires sont entreposés, il devrait y avoir un plan pour les trier et les organiser en lots, par recenseur ou zone de dénombrement, et les livrer à l'endroit où les données seront traitées.

Enfin, les planificateurs du recensement devraient déterminer qui sera responsable du codage nécessaire des données (par exemple, pour traduire les questions ouvertes en un ensemble de catégories de réponses) et du contrôle des données qui peut aussi être nécessaire pour repérer et corriger les erreurs résultant des répondants, des recenseurs, des personnes chargées du traitement de données ou codeurs. Certaines erreurs sont inévitables. Dès lors, le contrôle et la vérification des données constituent une étape nécessaire si l'on veut avoir des résultats du recensement de haute qualité.

Plan de diffusion, d'évaluation et d'analyse

Le dernier volet de la planification consiste à déterminer comment les données seront diffusées, évaluées, et analysées. Une question fondamentale à se poser concernant la *diffusion* des données est de savoir si elles seront rendues publiques. Si les planificateurs du projet de recensement souhaitent les mettre à la disposition du public afin que tout le monde puisse les analyser, ils devront se doter d'un plan de construction et de diffusion d'une base de données (par exemple, en créant un fichier de données téléchargeable à partir d'un site Web). S'ils entendent privatiser les données brutes, il leur faudra un plan d'analyse des données et de production des rapports pour en diffuser les résultats.

Même dans le cas où les données sont destinées à être rendues publiques, les planificateurs du recensement voudront probablement faire eux-mêmes quelques analyses. Dans ce cas, il est utile d'avoir une idée claire du genre de résultats qu'ils souhaitent rapporter, à qui et dans quel format. Par exemple, ils peuvent souhaiter produire eux-mêmes des publications imprimées présentant les principaux résultats ou diffuser les résultats par voie électronique, par exemple, en permettant le téléchargement de tableaux et de rapports à partir d'un site Web. A vouloir établir ces plans avant que le recensement ne commence, les planificateurs en arriveront à rendre plus efficaces les dernières étapes du cycle de recensement et à s'assurer que les analystes des données et les rédacteurs de rapports ont tout ce dont ils ont besoin.

L'analyse des données et la rédaction de rapports sont aussi deux domaines où les planificateurs du recensement pourraient vouloir faire appel à une expertise technique, soit auprès des chercheurs dans les universités locales ou des entreprises privées spécialisées dans l'analyse des données. L'apport d'un expert en analyse des données, dès la phase préparatoire du recensement, peut aider à garantir que les plans engendrent les résultats escomptés. De même, la consultation du rédacteur des rapports envisagés, au cours de la phase préparatoire, permet de s'assurer que les questions essentielles sont abordées et que les réponses sont fournies dans un format qui facilitera la rédaction des rapports.

Enfin, un plan d'évaluation des données peut aider à cerner les domaines où le processus censitaire s'est mal déroulé, à donner une certaine confiance aux utilisateurs des données et à éviter que les erreurs du passé ne se reproduisent lors de futurs projets de recensement. En particulier, cette évaluation tentera de cerner les erreurs de deux types : les erreurs de couverture (c'est-à-dire le fait de ne pas compter les personnes qui devaient l'être ou de compter deux fois la même personne) et les erreurs de contenu (c'est-à-dire le rapport ou l'enregistrement incorrect des caractéristiques des personnes dénombrées). Les erreurs de couverture peuvent tenir, entre autres, aux cartes inexactes ou incomplètes, au refus des agents recenseurs de chercher à interviewer tout le monde dans la zone de dénombrement ou aux répondants qui ont refusé d'être comptés. Les erreurs de contenu peuvent résulter, par exemple, des questions ou instructions mal formulées, des erreurs commises par les recenseurs, que ce soit à la lecture des questions ou à l'enregistrement des réponses, des fausses déclarations intentionnelles ou des erreurs de saisie de données.

« Il est universellement admis qu'un recensement de la population n'est pas une opération parfaite et que des erreurs peuvent survenir et surviennent à tous les stades de l'opération. » (ONU, 2008: 84)

Pour tirer des leçons de ces erreurs, les planificateurs du recensement pourront envisager un système leur permettant de garder trace des erreurs et problèmes au fur et à mesure qu'ils se présentent. Pour avoir une idée des erreurs de couverture, par exemple, les gestionnaires sur le terrain pourraient demander aux recenseurs, à la fin de la journée de recensement, à quel point le dénombrement des vendeurs mobiles a été facile ou difficile. Cette séance d'évaluation à chaud peut permettre d'aborder avec les agents recenseurs les difficultés rencontrées sur le terrain et de discuter des possibilités d'amélioration. Pour ce qui est des erreurs de contenu, les résultats du recensement peuvent être présentés aux experts en la matière pour voir s'ils sont compatibles avec leurs

impressions. Les résultats pourraient aussi être comparés aux autres projets de recherche dans le domaine pour en vérifier la cohérence. En gardant trace de toutes les méthodes de recensement utilisées, quelles qu'elles soient, et de toutes les sources d'erreurs à mesure qu'elles surviennent, les planificateurs peuvent constituer une mine d'informations très utiles aux futurs efforts visant à obtenir un décompte exact des vendeurs de rue.

Formation du personnel et essais pilotes

A mesure que se développent les plans du recensement et que le personnel (agents recenseurs et de traitement des données) sont recrutés, il est également nécessaire de mettre au point un programme de formation du personnel et d'essais pilotes avant le recensement proprement dit. Selon l'échelle du recensement, il peut être utile de préparer pour les membres du personnel des manuels ou guides indiquant clairement les procédures que les agents recenseurs et de traitement de données devraient suivre pour renforcer la cohérence du recensement. Les lignes directrices écrites peuvent également aider les enquêteurs à résoudre des problèmes sur le terrain, à mesure qu'ils surviennent, et à identifier les types de problèmes qui devront faire l'objet de consultation ou être signalés à un superviseur.

Prévoir assez de temps pour recruter du personnel compétent en la matière, former tout le personnel et conduire des essais pilotes à chaque phase est indispensable pour établir un calendrier réaliste du recensement. Les manuels de formation ayant servi à d'autres projets de recensement peuvent être téléchargés gratuitement de sites Web, par exemple, le Municipal Census Training Manual de l'Alberta, Canada (gouvernement de l'Alberta 2009).

Indépendamment de l'échelle du recensement, un bon programme de formation devra donner au personnel de nombreuses possibilités de s'entraîner à l'exercice des rôles respectifs. Par exemple, les agents recenseurs peuvent faire des entrevues pour se familiariser avec le questionnaire et apprendre à gérer les problèmes qui peuvent survenir au cours des entrevues (tels que le refus de participer ou de répondre à une question). De leur côté, les agents de traitement des données peuvent s'exercer à la saisie des données provenant des entrevues pilotes tandis que les analystes peuvent s'initier à leur analyse. Ces exercices sont essentiels puisqu'ils permettent aux membres du personnel de s'habituer à leurs tâches et de repérer les problèmes éventuels pendant qu'il est encore temps de les résoudre.

Conclusion : Donner de la visibilité aux vendeurs de rue

Pour autant qu'on ait investi assez de temps et d'efforts dans la phase préparatoire, les autres phases du recensement pourront se passer bien et ne consisteront plus ou moins qu'à exécuter des plans bien élaborés. Toutefois, à mesure que les données sont collectées, traitées, analysées et diffusées, des événements ou obstacles inattendus se produiront inévitablement prouvant encore une fois que tout recensement, quel qu'il soit, est une opération logistique complexe. Le recensement des vendeurs de rue est encore plus complexe en raison de la mobilité et de la vulnérabilité des personnes visées.

De ce fait, il est essentiel que les leçons tirées des recensements des vendeurs de rue soient consignées et diffusées. Beaucoup de problèmes qui peuvent survenir lorsqu'on tente de dénombrer les vendeurs de rue, tels que les vendeurs ambulants absents, l'omission des vendeurs hebdomadaires ou saisonniers, la suspicion des vendeurs et la recherche de moyens plutôt discrets de les interviewer pendant qu'ils travaillent, sont monnaie courante dans différentes parties du monde. A mesure que des solutions à certains de ces problèmes sont

développées au cas par cas, la mise en commun des acquis peut aider à mieux favoriser la réussite de futurs projets de recensements. Dans de nombreux pays, les vendeurs de rue ne figurent pas dans les statistiques locales et nationales et restent pour ainsi dire invisibles. Bien planifié et exécuté, même à une petite échelle, le recensement des vendeurs de rue peut contribuer à objectiver les contributions de ces travailleurs.

Références et ressources

Bruengger, Heinrich. 2004. "Statement from the UNECE Statistical Division." Nations Unies, Département des affaires économiques et sociales – Division de Statistique, Symposium de l'ONU sur le recensement de la population et des habitations, 13-14 Septembre, New York.

Gouvernement de l'Alberta. 2009. *Municipal Census Training Manual*. Alberta, Canada.

International Statistical Institute, Declaration on Professional Ethics: <http://isi.cbs.nl>.

Seltzer, William. 2005. "Official Statistics and Statistical Ethics: Selected Issues." International Statistical Institute, 55e session.

Statistics Canada. 2007. "Census Technology: Recent Developments and Implications on Census Methodology." Commission économique pour l'Europe, Conférence des statisticiens européens, Astana, Kazakhstan, Juin 2007

Stukel, Diane. 2008. "Projected Census Dates, Funding Requirements and Sources, and Technical Assistance Needs for the 2010 Round of Population and Housing Censuses." Division de Statistique de l'ONU, Département des affaires économiques et sociales

Services des statistiques démographiques et sociales de la Division de statistique de l'ONU

Nations Unies, Département des affaires économiques et sociales – Division de Statistique. 2008. "Principles and Recommendations for Population and Housing Censuses." Statistical Papers, Series M No. 67/Revision 2. New York : Nations Unies

Nations Unies, Département des affaires économiques et sociales – Division de Statistique. 2001. *Handbook on Census Management for Population and Housing Censuses*. New York: Nations Unies Fonds des Nations Unies pour la population (UNFPA). 2002. "Population and Housing Censuses: Strategies for Reducing Costs." Population and Development Strategies Series, No. 4. UN-STATS Census Knowledge Base. <http://unstats.un.org/unsd/censuskb20/Knowledgebase.aspx>

Annexe

Échantillon des questionnaires —version complète et abrégée— du recensement des vendeurs de rue de Durban, 2010

Quest. n°	
-----------	--

Recensement des vendeurs de rue : Questionnaire complet phase III

1.1	n° du secteur de dénombrement :	1.2	n° de section :
1.3	Directeur du secteur :	1.4	Agent de terrain :
1.5	Date : (jj/mm/aaaa)	1.6	Début (heure) de l'entrevue : (24:00)
1.7	Conditions météo (plusieurs réponses possibles) :		
	1= Ciel ensoleillé/clair	2= Couvert/nuageux	3= Pluvieux
	4= Venteux		
	5= Autre :		
2. DONNÉES OBSERVABLES (Elles relèvent du visuel et l'intervieweur n'a pas à poser des questions.)			
2.1	Sexe :	1= Homme	2= Femme
2.2	Poste fixe ou mobile :	1= Fixe	2= Mobile
2.3	Groupement population :		
	1= Africain/Noir	2= Métis	3= Indien/Asiatique
	4= Blanc		
	5= Autre		
2.4	Emplacement (apparence) du commerce		
	1= Ouvert	2= Couvert	
2.5	Vente/étalage des marchandises (plusieurs réponses possibles) :		
	1= A même le sol	9= Vélo/Tricycle	
	2= Dans/sur des boîtes en carton	10= Remorque	
	3= Dans/sur des caisses en bois/plastique	11= Panier d'épicerie	
	4= Charette	12= Tente	
	5= Voiture	13= Kiosque fixe	
	6= Valise/sac	14= Caravane	
	7= Table	15= Abri municipal	
	8= Casiers/étagères	16= Sur soi	
	17= Aucun, précisez :		

SE PRÉSENTER

Bonjour, je suis chercheur(e) sur le terrain pour le compte de Reform Development Consulting (RDC), une société de recherche indépendante, et nous faisons le recensement des vendeurs de rue dans la Municipalité d'eThekweni. Le but du projet est de dénombrer les vendeurs de rue de la ville et de mieux comprendre leurs problèmes et leurs besoins. Tous les renseignements reçus le seront à titre confidentiel. Nous ne travaillons pas pour la municipalité.

Voulez-vous participer à cette étude ? Oui Non

(en cas de refus) Voulez-vous me dire pourquoi ?

97=Sans objet 98=Refus de répondre 99=Ne sais pas

3. DONNÉES DÉMOGRAPHIQUES			
3.1	Nom :	3.2	Age :
3.3	Quelle langue parlez-vous le plus souvent chez vous ?		
	1= Afrikaans 2= Anglais 3= IsiZulu/Zoulou 4= Ndebele	5= Sepedi 6= Sotho 7= Setswana/Tswana 8= Siswati/Swazi	9= Venda 10= Tsonga 11= Xhosa 12= Autre, précisez :
3.4	Dans quel(le) ville/village êtes-vous né(e) ?		
3.5	Dans quel pays ?		
3.6	Vous habitez où (banlieue) actuellement ?		
3.7	Quel est votre niveau de scolarité ?		
	1= Aucun 2= Primaire	3= Secondaire 4= Niveau tertiaire Précisez :	5= Diplômes Précisez :
3.8	Vous arrive-t-il parfois de venir travailler avec des enfants ?		
	1= Oui	2= Non (Passez à la section 4)	3= Sans objet (Passez à la section 4)
3.9	Si oui, quel âge ont-ils ?		

4. COMMERCE			
4.1	Quels sont les principaux articles ou services que vous vendez ? (Plusieurs réponses possibles)		
	1= Fruits et légumes 2= Plats cuisinés prêts à consommer (p. ex. bouillie de maïs, « têtes de bovins », plats de nourriture) 3= Confiserie (bonbons, gâteaux) 4= Nourriture - Autre 5= Bétail (p. ex. poulets)	6= Robes à bretelles 7= Vêtements (autre) 8= Accessoires vestimentaires (p. ex. articles de maroquinerie) 9= Chaussure 10= Art. de toilette/cosmétique 11= Produits ménagers 12= Matériel/équipement 13= Musique/DVD 14= Articles électroniques	15= Services-Téléphonie 16= Services-Coiffure 17= Services-Cordonnier 18= Médecine traditionnelle 19=Médicaments (pharmacie) 20= Collecte de déchets 21= Gardes de voiture 22= Cigarettes 23= Autre Précisez :
4.2	Avez-vous accès à l'eau courante ?		
	1= Oui	2= Non (Passez à 4.4)	
4.3	Si oui, à combien de mètres se trouve le point d'eau de votre étalage ?		
4.4	Avez-vous accès aux toilettes ?		
	1= Oui	2= Non (Passez à 4.6)	
4.5	Si oui, à combien de mètres se trouvent les toilettes de votre étalage ?		
4.6	Avez-vous accès à un entrepôt pour vos marchandises ?		
	1= Oui	2= Non (Passez à 4.8)	
4.7	Si oui, à combien de mètres se trouve le lieu de stockage de votre étalage ?		
4.8	En moyenne, vous travaillez combien d'heures par jour ?		

97=Sans objet 98=Refus de répondre 99=Ne sais pas

4.9	Que faites-vous pour vous assurer que cet espace est disponible ?		
	1= Entente informelle avec d'autres vendeurs 2= Permis délivré/espace alloué par les autorités 3= Arrivée matinale 4= Service de garde payant	5= Rien 6= Espace de vente irrégulier 7= Autre Précisez : 8= S/O (vendeur ambulant)	
4.10	Faites-vous du commerce ailleurs ?		
	1= Oui	2= Non (Passez à la section 5)	3= Sans objet (Passez à la section 5)
4.12	Si oui, offrez-vous le(s) même(s) service(s)/produit(s) à chaque endroit/étal ? Précisez :		

5. SITUATION DE L'EMPLOI			
5.1	En tant que commerçant(e) ou prestataire de service, diriez-vous que vous êtes :		
	1= Employé(e)/Assistant(e)	2= Employeur (avec des Employés)	3=Indépendant(e) (sans salariés)
5.2	Combien de personnes ou d'assistants avez-vous ? Précisez le nombre.		
5.3	Parmi les services suivants, lesquels utilisez-vous pour gérer votre entreprise ? (Plusieurs réponses possibles)		
	1= Transporteurs 2= Porteurs 3= Entrepôt 4= Sécurité/gardes	5= Réparation 6= Déjeuner/services de livraison 7= Autre Précisez :	
5.4	Diriez-vous que vos principaux acheteurs de vos produit(s) ou service(s) sont : (plusieurs réponses possibles)		
	1= Commerces/entreprises 2= Autres vendeurs de rue 3= Proches/amis	4= Grand public 5= Autre Précisez :	

6. COÛTS D'ENTREPRISE			
6.1	Payez-vous quelque chose pour vendre ici ?		
	1= Non (passez à 6.3) 2= Oui – droit municipal 3= Oui – à la police	4= Oui – au propriétaire du magasin 5= Oui – Autre Précisez :	
6.2	Si oui, vous payez combien ? (Choisissez une seule réponse et indiquez le montant)		
	1= Par jour 2= Par semaine 3= Par mois	4=Tous le 6 mois 5= Par an 6= Paiement ponctuel	
6.3	Combien consacrez-vous aux services liés à cet espace (sécurité, électricité, eau et/ou sanitaire) ? (Choisissez une seule réponse et indiquez le montant)		
	1= Par jour 2= Par semaine	3= Par mois 4= Par an 5= Aucun	
6.4	Combien environ consacrez-vous aux achats (produits) liés à votre activité ? (Choisissez une réponse et indiquez un montant)		
	1= Par jour 2= Par semaine	3= Par mois 4= Par an 5= Aucun	

97=Sans objet 98=Refus de répondre 99=Ne sais pas

6.5	Où vous vous fournissez pour le(s) service(s) et/ou produit(s) que vous offrez ? (plusieurs réponses possibles)	
	1= Grand magasin ou entreprise 2= Petit magasin 3= Marché informel ou vendeurs de rue 4= A la ferme (fermiers)	5= Gratis (p. ex. ressources naturelles, produits récupérés) 6= Autoproduits ou produits par des membres de la famille 7= Autre Précisez :
6.6	Si vous deviez remplacer tous vos stocks actuels, il vous en coûterait combien ? Indiquez le montant en rands	
6.7	Y a-t-il d'autres coûts liés à la gestion de votre commerce dont nous n'avons pas parlé ? Précisez :	

7. BÉNÉFICES/REVENU		
A LIRE A HAUTE VOIX : Les questions suivantes traitent du profit et du chiffre d'affaires de votre commerce. Le chiffre d'affaires est le montant total que les clients dépensent dans votre commerce. Le profit est le montant d'argent qui vous reste après avoir déduit tous les coûts d'entreprise (voir section 6).		
7.1	Au cours d'une semaine type, vos ventes montent à combien ? (chiffre d'affaires, c.-à-d. le total en rands que dépensent les clients) Indiquez le montant en rands	
7.2	Si vous êtes employé(e), combien gagnez-vous ? - Voir ci-dessus. Indiquez le montant en rands	
7.3	Au cours d'une semaine type, à combien s'élèvent vos ventes en rands ? (chiffres d'affaires) Indiquez le montant en rands	
7.4	En moyenne, lorsqu'elles vont mal, à combien s'élèvent les ventes par semaine ? (chiffre d'affaires) Indiquez le montant en rands	
7.5	En moyenne, lorsqu'elles vont mal, à combien s'élèvent les ventes par semaine ? (chiffre d'affaires) Indiquez le montant en rands	
7.6	Au cours d'une semaine type, une fois déduits tous les coûts d'entreprise, il vous en reste combien ? (profits) Indiquez le montant en rands	
7.7	Combien de personnes vivent de ce que vous gagnez ? Veuillez indiquer le nombre.	

8. FORMATION ET SOUTIEN		
8.1	Avez-vous jamais eu du soutien gouvernemental pour votre commerce/ entreprise ?	
	1= Oui	2= Non (Passez à 8.3)

97=Sans objet 98=Refus de répondre 99=Ne sais pas

8.2	Si oui, qu'avez-vous reçu ? (plusieurs réponses possibles)	
	1= Abris 2= Stockage 3= Formation	4= Microprêts 5= Autre Précisez :
8.3	Avez-vous une forme d'interaction –bonne ou mauvaise– avec la municipalité ?	
	1= Oui	2= Non (Passez à la section 9)
8.4	Si oui, quelle est la nature de cette interaction ? (plusieurs réponses possibles)	
	1= Soutien à l'entreprise 2= Conseil d'affaires 3= Surveillance policière	4= Harcèlement de la police 5= Autre Précisez :
9. AFFILIATION ORGANISATIONNELLE		
9.1	Êtes-vous membre d'une organisation ou association des vendeurs de rue ?	
	1= Oui	2= Non (Passez à 9.3)
9.2	Si oui, quels sont les avantages ou les motifs qui vous ont poussé à devenir membre ? Passez à 9.4	
9.3	Si non, pourquoi pas ?	
9.4	StreetNet aimerait établir une base de données des vendeurs de rue à Durban et elle servira de guichet des nouvelles et de matériel de sensibilisation qu'elle aimerait vous communiquer. Voudriez-vous faire partie de cette base de données ?	
	1= Oui	2= Non (Passez à 9.6)
9.5	Si oui, voudrez-vous donner le nom et le numéro de téléphone de la personne à contacter ?	
	A) Nom :	B) Téléphone :
	C) Adresse :	
9.6	Avez-vous un permis de vendeur délivré par la Municipalité d'eThekweni ?	
	1= Oui	2= Non
9.7	Avez-vous d'autres commentaires ?	
	1= Oui	2= Non
9.8	Veuillez préciser :	

97=Sans objet 98=Refus de répondre 99=Ne sais pas

Quest. n°	
-----------	--

Recensement des vendeurs de rue : Questionnaire abrégé phase III

1.1	n° du secteur de dénombrement :	1.2	n° de section :
1.3	Directeur du secteur :	1.4	Agent de terrain :
1.5	Date : (jj/mm/aaaa)	1.6	Début (heure) de l'entrevue : (24:00)
1.7	Conditions météo (plusieurs réponses possibles) :		
	1= Ciel ensoleillé/clair	2= Couvert/nuageux	3= Pluvieux
	4= Venteux		
	5= Autre :		
2. DONNÉES OBSERVABLES (Elles relèvent du visuel et l'intervieweur n'a pas à poser des questions.)			
2.1	Sexe :	1= Homme	2= Femme
2.2	Poste fixe ou mobile :	1= Fixe	2= Mobile
2.3	Groupement population :		
	1= Africain/Noir	2= Métis	3= Indien/Asiatique
	4= Blanc	5= Autre	
2.4	Emplacement (apparence) du commerce		
	1= Ouvert	2= Couvert	
2.5	Vente/étalage des marchandises (plusieurs réponses possibles) :		
	1= A même le sol 2= Dans/sur des boîtes en carton 3= Dans/sur des caisses en bois/ plastique 4= Charette 5= Voiture 6= Valise/sac 7= Table 8= Casiers/étagères	9= Vélo/Tricycle 10= Remorque 11= Panier d'épicerie 12= Tente 13= Kiosque fixe 14= Caravane 15= Abri municipal 16= Sur soi 17= Aucun, précisez :	

SE PRÉSENTER

Bonjour, je suis chercheur(e) sur le terrain pour le compte de Reform Development Consulting (RDC), une société de recherche indépendante, et nous faisons le recensement des vendeurs de rue dans la Municipalité d'eThekwini. Le but du projet est de dénombrer les vendeurs de rue de la ville et de mieux comprendre leurs problèmes et leurs besoins. Tous les renseignements reçus le seront à titre confidentiel. Nous ne travaillons pas pour la municipalité.

Voulez-vous participer à cette étude ? Oui Non

(en cas de refus) Voulez-vous me dire pourquoi ?

97=Sans objet 98=Refus de répondre 99=Ne sais pas

3. DONNÉES DÉMOGRAPHIQUES			
3.1	Nom :	3.2	Age :
3.3	Quelle langue parlez-vous le plus souvent chez vous ?		
	1= Afrikaans 2= Anglais 3= IsiZulu/Zoulou 4= Ndebele	5= Sepedi 6= Sotho 7= Setswana/Tswana 8= Siswati/Swazi	9= Venda 10= Tsonga 11= Xhosa 12= Autre, précisez :
3.4	Dans quel(le) ville/village êtes-vous né(e) ?		
3.5	Dans quel pays ?		
3.6	Vous habitez où (banlieue) actuellement ?		
3.7	Quel est votre niveau de scolarité ?		
	1= Aucun 2= Primaire	3= Secondaire 4= Niveau tertiaire Précisez :	5= Diplômes Précisez :

4. COMMERCE			
4.1	Quels sont les principaux articles ou services que vous vendez ? (Plusieurs réponses possibles)		
	1= Fruits et légumes 2= Plats cuisinés prêts à consommer (p. ex. bouillie de maïs, « têtes de bovins », plats de nourriture) 3= Confiserie (bonbons, gâteaux) 4= Nourriture - Autre 5= Bétail (p. ex. poulets)	6= Robes à bretelles 7= Vêtements (autre) 8= Accessoires vestimentaires (p. ex. articles de maroquinerie) 9= Chaussure 10= Art. de toilette/cosmétique 11= Produits ménagers 12= Matériel/équipement 13= Musique/DVD 14= Articles électroniques	15= Services-Téléphonie 16= Services-Coiffure 17= Services-Cordonnier 18= Médecine traditionnelle 19=Médicaments (pharmacie) 20= Collecte de déchets 21= Gardes de voiture 22=Cigarettes 23= Autre Précisez :

5. SITUATION DE L'EMPLOI			
5.1	En tant que commerçant(e) ou prestataire de service, diriez-vous que vous êtes :		
	1= Employé(e)/Assistant(e)	2= Employeur (avec des Employés)	3=Indépendant(e) (sans salariés)
5.2	Combien de personnes ou d'assistants avez-vous ? Précisez le nombre.		
6. COÛTS D'ENTREPRISE			
6.1	Payez-vous quelque chose pour vendre ici ?		
	1= Non (passez à 6.3) 2= Oui – droit municipal 3= Oui – à la police	4= Oui – au propriétaire du magasin 5= Oui – Autre Précisez :	
6.2	Si oui, vous payez combien ? (Choisissez une seule réponse et indiquez le montant)		
	1= Par jour 2= Par semaine 3= Par mois	4=Tous le 6 mois 5= Par an 6= Paiement ponctuel	
6.3	Combien environ consacrez-vous aux achats (produits) liés à votre activité ? (Choisissez une réponse et indiquez un montant)		
	1= Par jour 2= Par semaine	3= Par mois 4= Par an 5= Aucun	

97=Sans objet 98=Refus de répondre 99=Ne sais pas

7. BÉNÉFICES/REVENU			
A LIRE A HAUTE VOIX : Les questions suivantes traitent du profit et du chiffre d'affaires de votre commerce. Le chiffre d'affaires est le montant total que les clients dépensent dans votre commerce. Le profit est le montant d'argent qui vous reste après avoir déduit tous les coûts d'entreprise (voir section 6).			
7.1	Au cours d'une semaine type, vos ventes montent à combien ? (chiffre d'affaires, c.-à-d. le total en rands que dépensent les clients) Indiquez le montant en rands		
7.2	Au cours d'une semaine type, à combien s'élèvent vos ventes en rands ? (chiffres d'affaires) Indiquez le montant en rands		
7.3	Au cours d'une semaine type, une fois déduits tous les coûts d'entreprise, il vous en reste combien ? (profits) Indiquez le montant en rands		
8. AFFILIATION ORGANISATIONNELLE			
8.1	StreetNet aimerait établir une base de données des vendeurs de rue à Durban et elle servira de guichet des nouvelles et de matériel de sensibilisation qu'elle aimerait vous communiquer. Voudriez-vous faire partie de cette base de données ?		
	1= Oui		2= Non (Passez à 9.6)
8.2	Si oui, voudrez-vous donner le nom et le numéro de téléphone de la personne à contacter ?		
	A) Nom :		B) Téléphone :
	C) Adresse :		
8.3	Avez-vous un permis de vendeur délivré par la Municipalité d'eThekwini ?		
	1= Oui		2= Non

97=Sans objet 98=Refus de répondre 99=Ne sais pas

À propos de WIEGO : Femmes dans l'Emploi Informel : Globalisation et Organisation, mieux connu sous l'acronyme WIEGO, est un réseau mondial, à vocation action-recherche-politique, qui se mobilise pour améliorer le statut des travailleurs pauvres, notamment celui des femmes, dans l'économie informelle. WIEGO forge des alliances avec trois groupes d'intéressés et en tire aussi ses membres : les organisations de travailleurs basées sur leurs adhérents (OBA) des travailleurs informels, les chercheurs et statisticiens de l'économie informelle et les professionnels issus des organismes de développement et qui s'intéressent à l'économie informelle. WIEGO poursuit ses objectifs en aidant à bâtir et à renforcer les réseaux des organisations de travailleurs informels. Son analyse des politiques, sa recherche de statistiques et l'analyse des données sur l'économie informelle y contribuent aussi tout comme ses conseils stratégiques, ses tables-rondes de politiques sur l'économie informelle de même que la documentation et la diffusion des bonnes pratiques à l'appui de la main-d'œuvre informelle. Pour en savoir davantage, rendez-vous sur www.wiego.org.

À propos de Villes inclusives : Le projet Villes inclusives a été lancé en 2008 pour renforcer les capacités des OBA des travailleurs urbains pauvres du secteur informel, et ce dans les domaines de l'organisation, de l'analyse des politiques et du plaidoyer, afin qu'ils puissent se faire entendre au cours du processus de planification urbaine. Le projet Villes inclusives est une collaboration entre les OBA des travailleurs pauvres, les alliances internationales d'OBA et les sympathisants des OBA. Les organisations suivantes sont des partenaires du projet Villes inclusives : Asiye eTafuleni (AeT, Afrique du Sud), AVINA (Amérique latine), HomeNet Asie du Sud, HomeNet Asie du Sud-Est, Kagad Kach Patra Kashtakari Panchayat (KKPKP, Inde), le Réseau des récupérateurs d'Amérique latine (Red LACRE), l'Association des femmes travailleuses indépendantes (SEWA, Inde), StreetNet International et WIEGO. Pour en savoir davantage, rendez-vous sur www.inclusivcities.org.

