

LA VENTE INFORMELLE DE LÉGUMES DANS LE SYSTÈME D’APPROVISIONNEMENT ALIMENTAIRE DE HANOÏ

Par

Roman Delmotte, Quentin Le Loarer, Hai Vu Pham,
Corinne Tanguy, Michaël Bruckert, Claudia Atomei

JRSS, Clermont Ferrand, 07-08 Avril 2021

Introduction – Contexte de recherche

- Le projet de recherche Food2C vise à comprendre l'organisation du système d'approvisionnement alimentaire des villes
- Le cas d'étude de l'approvisionnement des légumes à Hanoi, une grande agglomération au Vietnam
- Le besoin de comprendre le rôle de la vente informelle dans le système. On sait que plusieurs vendeurs viennent des ménages ruraux et péri-urbain
- L'absence de statistiques officielles et un problème de traçabilité et de contrôle sanitaire en général

Questions de recherche

- Quelle est la taille et la répartition spatiale de la vente informelle dans l'espace urbain ?
- Qui sont les vendeurs ?
- Comment exercent-ils cette activité ? Quelles sont leurs stratégies ?

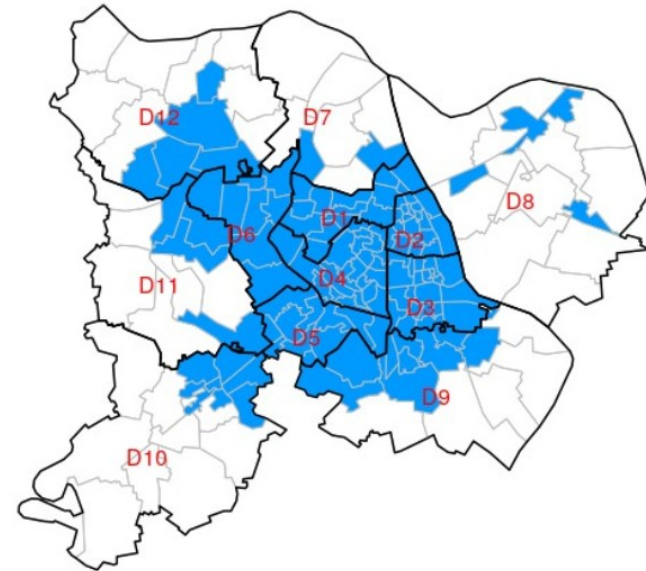
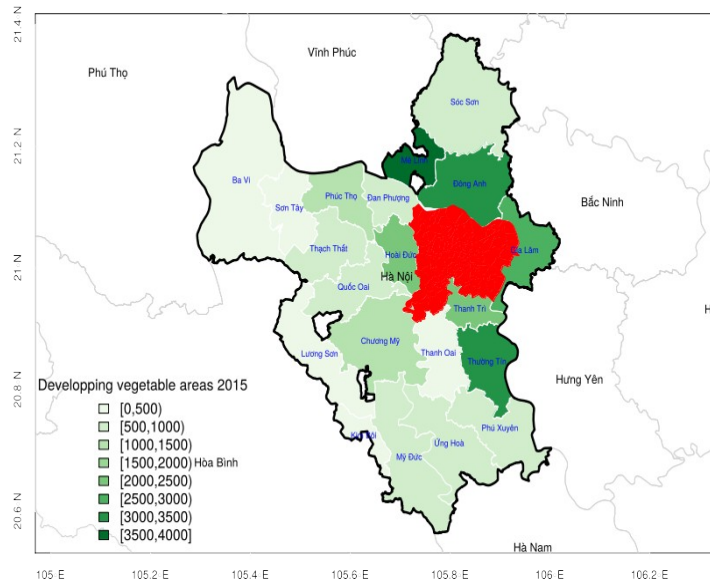
Littérature mobilisée

- Notion d'économie informelle qui repose sur le critère d'enregistrement officiel auprès d'une administration
 - *« appartient au secteur informel toute entreprise qui produit un bien ou service pour le marché dont l'activité n'est pas agricole et n'est pas enregistrée »*
- Lien entre la dé-collectivisation de l'agriculture au Vietnam depuis 1986 et les travailleurs informels en ville (Thao and Agergaard, 2012)
- La vente de légumes et de fruits est dominante parmi des activités de vente informelle (Maruyama and Trung, 2009).
- Premier recensement de Atomei (2017) dans un projet de HealthBridge

Méthodologie de recherche

- Le recensement géographique
 - Caméra embarquée en scooter et un scan spatial de toutes les rues de la zone urbaine de Hanoi entre 5h30 et 8h30
 - Comptage manuel de tous les vendeurs dans 20 marchés officiels (échantillon sur 106 marchés de Hanoi)
 - Cartographie des points de vente informels
- Les entretiens ciblés
 - 42 entretiens qualitatifs auprès des vendeurs informels
 - Reconstruction des stratégies de vente

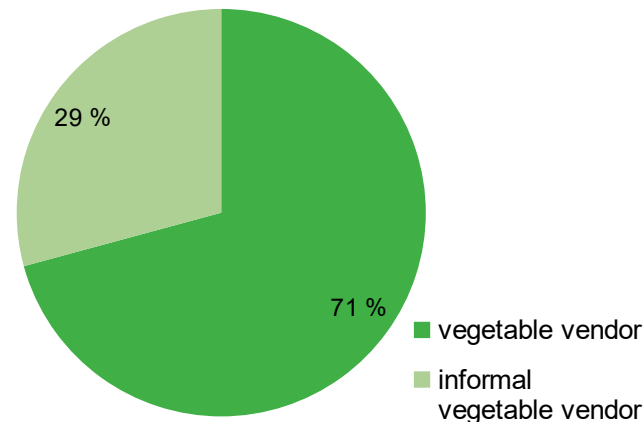
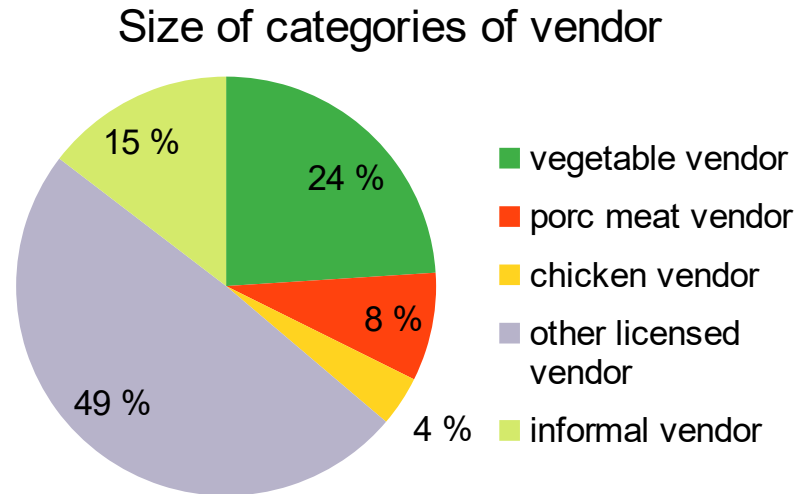
Travail de terrain



- Focalisation sur 108 communes dans l'espace urbain, dont la densité de population est $> 10\,000$ hab. / km² (zone bleue)
- 3 opérations par jour: préparation, captation vidéo, comptage sur ordinateur

Présence de la vente informelle à l'intérieur des marchés

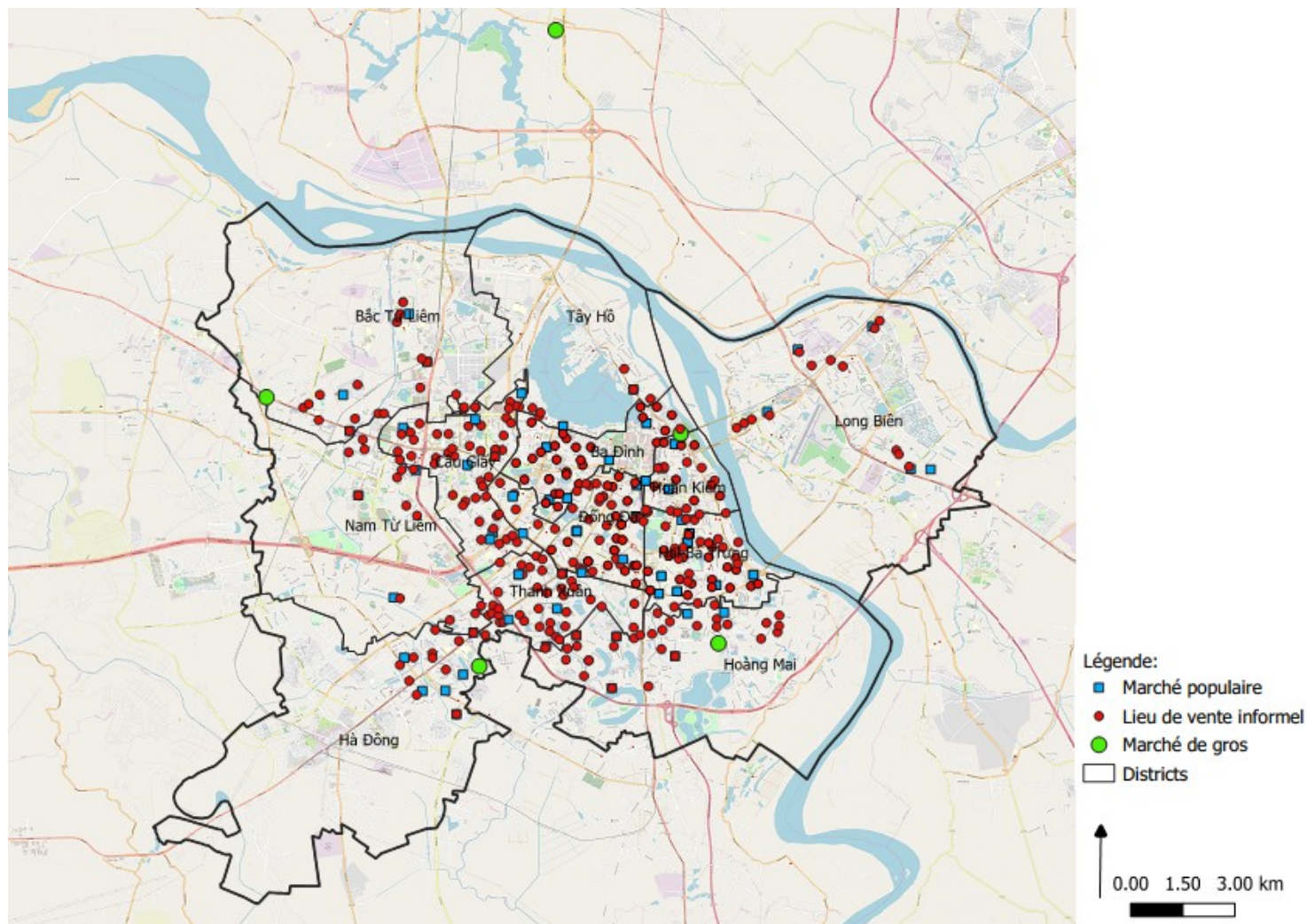
- Les vendeurs de légumes représentent environ 24 % du total des vendeurs
- À l'intérieur des marchés, ils sont divisés en :
 - 1) Vendeurs avec licence
 - 2) Vendeurs informels (temporaires)



Répartition par districts

Districts	D5	D6	D7	D8	D9	D10	D11	D12
Quartiers	11	8	2	3	9	6	4	5
Marchés	45	60	8	21	38	15	20	20
Marchés formels	4	8	1	6	7	5	4	4
Lieux de vente informel	41	52	7	15	31	10	16	16
N° moyen de marché/ quartier	4,09	7,50	4,00	7,00	4,22	2,50	5,00	4,00

Carte des lieux de vente informels dans les districts urbains de Hanoi (donné 2017 et 2019)

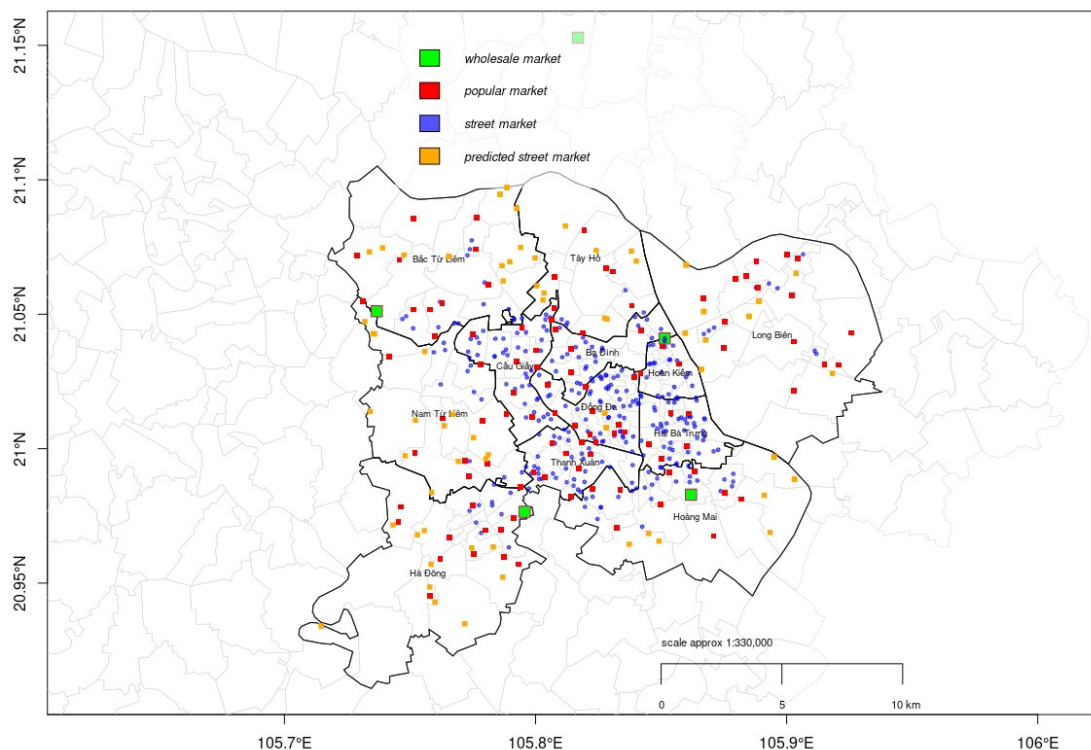


Régression linéaire du nombre de marché sur la population et la surface communale

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
(Intercept)	0.4453461	0.3456822	1.288311	0.2003411
pop.ward	0.0001522	0.0000211	7.228175	0.0000000 (***)
surf.ward	-3861.9739318	2074.9011922	-1.861281	0.0653744

Signif. Codes : 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Multiple R-squared: 0.3694, Adjusted R-squared: 0.358 F-statistic: 32.22 on 2 and 110 DF, p-value: 9.659e-12



Prédire le nombre de marchés dans la zone urbaine de Hanoi via des coefficients
(*point en orange*) :

- 365 points de vente
- 15695 vendeurs de rue
- 5840 vendeurs de légumes

Vendeurs de Marché

- Représentent la majorité des lieux de ventes informels
- Cherchent la proximité des autres vendeurs pour augmenter leur aire de chalandise
- Stratégie de vente basée sur les lieux de marché connus et des volumes



Vendeurs des derniers mètres

- Présents dans des petits points de vente à distance des autres marchés
- Pas de facteur d'agglomération, recherche de zones résidentielles
- Présentation sommaire et faibles quantités vendues
- Stratégie basée sur la proximité des consommateurs



Vendeurs itinérants

- Mobilité pour rencontrer des consommateurs différents et éviter les contrôles de police
- Faible quantité et variété provenant d'une production personnelle
- Cherchent à limiter les coûts de la vente



Vendeurs semi-boutique

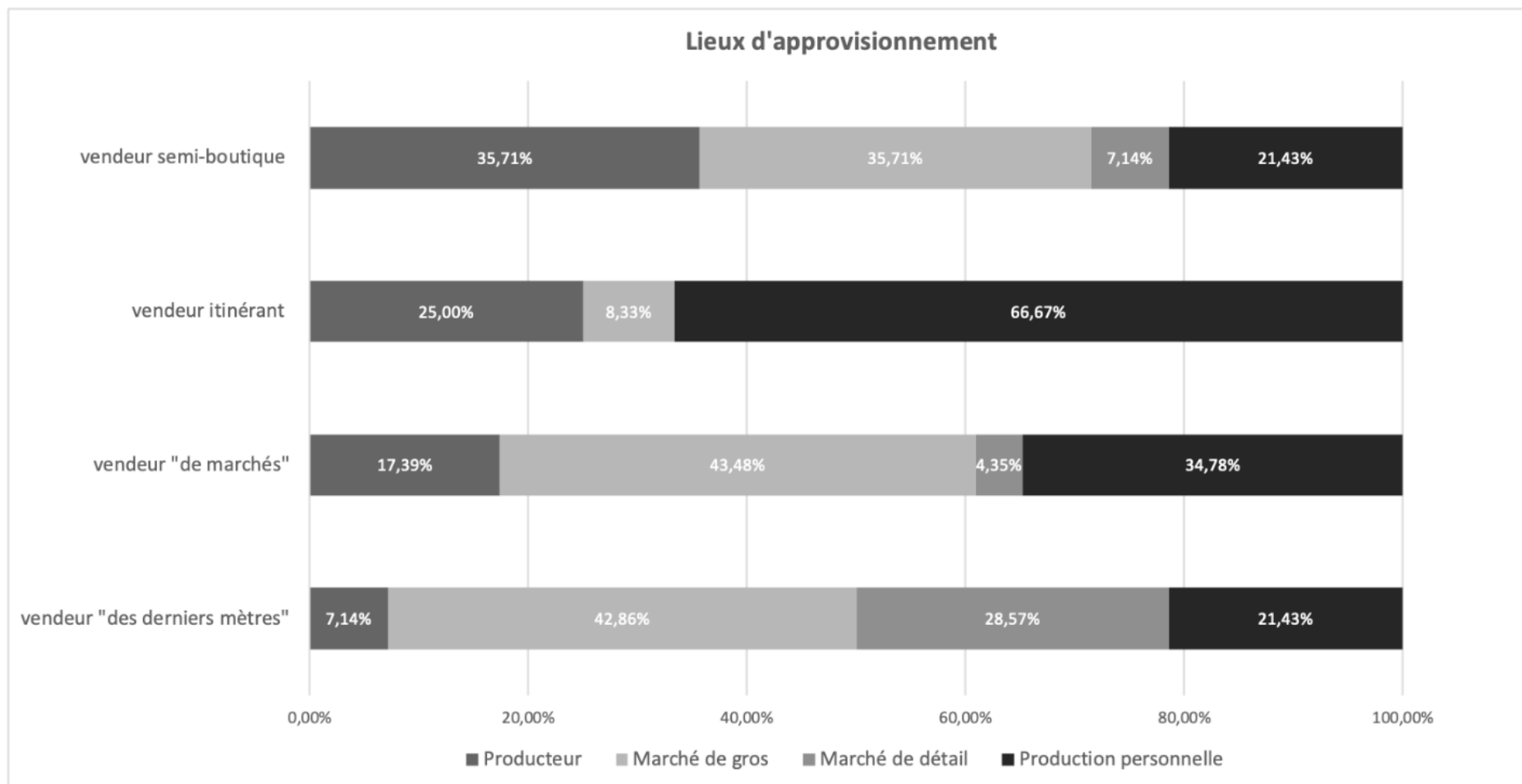
- Installation dans un local de plain-pied
- Offre en quantité et diversifiée
- Présentation élaborée et capacité de stockage



Une typologie des vendeu(r)s(es) de légumes

Catégorie	Vendeur « de marché »	Vendeur des « derniers mètres »	Vendeur itinérant	Vendeur semi-boutique
Nombre d'entretiens	13	10	11	8
Genre féminin	77%	100%	91%	88%
Taille de ménage (Écart-type)	4.58 (1,38)	4.90 (2,23)	4.64 (2,73)	4.63 (1,50)
Nombre moyen de vendeuses exerçant dans le même lieu de vente	77.08	18.40	68.91	63.75

... Qui correspond à des stratégies d'approvisionnement distinctes



Ouverture - Conclusion

- Les vendeurs informels occupent une place importante dans le système d'approvisionnement des légumes au Vietnam
- La vente informelle est un phénomène urbain qui tend à diminuer au fur et à mesure qu'on se déplace vers la périphérie de l'agglomération
- Les vendeurs ont plusieurs leviers pour occuper l'espace et aménager leur activité de vente, ce qui explique la persistance de leur activité face à la modernisation du système (supermarché et la rénovation des marchés formels).
- Cette étude apporte une contribution à l'étude des systèmes alimentaires des pays en voie de développement dans un contexte d'urbanisation accrue