

Annexe 1 : CARACTERISTIQUES DES CARREFOURS ETUDIES DANS L'AGGLOMERATION DE MEXICO

Carrefour	1) Centre Historique: L.Cárdenas/av. Juárez- & Francisco I. Madero (D.F.)	2) Occident: Periférico / Paseo de las Palmas & Av. Presidente Masaryk (col. Los Morales, D.F.)	3) Sud: Av. Miguel Angel de Quevedo/ Avenida Universidad (Coyoacán, D.F.)	4) Orient: Av. Pantitlán / Av. México (Cd. Nezahualcoyotl, Estado de México)
<i>Echelle de fonctionnalité du point de vue du transport métropolitain</i>	Echelle: District Fédéral (D.F., ville-centre). <i>Eje Central Lázaro Cárdenas</i> : s'étend sur 12,4 km: connecte le <i>Circuito interior</i> du sud (Av. División del Norte y Delegación Coyoacán) au nord (Av. Insurgentes y Deleg. Gustavo A. Madero). <i>Juárez-Madero</i> : principal accès au Centre historique depuis le <i>Paseo de la Reforma</i> vers la Grand-Place	Echelle métropolitaine . Le <i>Periférico</i> , colonne vertébrale de la moitié ouest de la métropole, est la voie de transit la plus commode à échelle macro-régionale (connexion entre les villes de Puebla, Pachuca, Queretaro, Toluca, Cuernavaca). <i>Paseo de las Palmas</i> : l'une des trois principales voies d'accès à la ville depuis l'ouest. <i>Masaryk</i> : principale concentration des commerces de luxe du quartier de Polanco	Echelle intra-urbaine : sud du D.F. <i>Miguel Angel de Quevedo</i> : principale voie de transit est-ouest à Coyoacán, reliant deux grands axes nord-sud (<i>Insurgentes</i> à l'ouest et <i>Calzada de Tlalpan</i> à l'est), limite entre le centre historique de Coyoacán et des banlieues résidentielles au sud. <i>Universidad</i> : importante voie nord-sud reliant la Cité universitaire au centre-ville	Echelle locale : quartier résidentiel dans Nezahualcoyotl (municipalité hors D.F.). <i>Pantitlán</i> est un des principaux axes de circulation interne à la municipalité (nord-ouest/sud-est). <i>Av. México</i> est une voie mineure, caractérisée par un marché de plein vent (<i>tianguis</i>) qui se déploie quotidiennement au sud-ouest du carrefour
<i>Centralité-périphérie</i>	Sans doute le carrefour le plus emblématique de la ville, après la Grand-Place. Centre géométrique de la métropole, limite entre le "Premier Carré" (la ville coloniale) et le quartier des affaires durant la première moitié du 20e siècle, passage obligé des manifestations, site de plusieurs icônes monumentales de la ville (Palais des Beaux-Arts, Tour Latino-Américaine, etc.)	Important commutateur des circulations automobiles, échangeur à trois niveaux (autoroute, avenue, pont surélevé). En revanche, pas de centralité sociale, symbolique ou commerciale (un seul commerce établi : une station d'essence). les édifices environnants sont des immeubles de bureaux et le Conservatoire National de Musique. L'extrémité de <i>Masaryk</i> qui s'achève ici n'est pas commerciale	Centralité commerciale et de transit secondaire (pour le sud du D.F.) Carrefour relativement bien identifié dans les représentations sociales de la ville. Important équipement commercial (<i>Walmart Supercenter</i> , plusieurs banques et grandes et moyennes surfaces)	Centralité de quartier , avec services destinés aux habitants des environs, connu dans la zone mais pas en dehors. La municipalité dans son ensemble fait partie des « espaces imaginés » marginaux dans la métropole. En général, les représentations sociales n'attribuent aucune centralité aux municipalités de banlieue (état de Mexico)
<i>Modes de transport et intermodalité</i>	Flux piétonnier et automobile très importants. Intermodalité intense : arrêts de bus, microbus, de « bicitaxis », sortie de station de métro.	Flux automobile très intense, y compris poids lourds, bus et microbus. Flux piétonnier réduit Intermodalité limitée aux transbordements des usagers des bus et microbus sur les contre-allées du <i>Periférico</i>	Carrefour caractérisé par la multimodalité des transports: station de métro, nombreux arrêts de bus et microbus, importants flux de piétons et véhicules particuliers	Flux piétonnier et automobile modestes (de loin les plus réduits des quatre carrefours)
<i>Usages dominants et profils des usagers</i>	Hétérogénéité maximale des flux, des usages, types d'usagers et acteurs: commerce, emploi, promenade, tourisme, politique (manifestations), transit...	Transit . Les catégories moyennes et aisées se déplacent en véhicules particuliers (<i>Periférico</i> , <i>Palmas</i> et <i>Masaryk</i>); les ouvriers et petits employés utilisent les transports collectifs (contre-allées du <i>Periférico</i>).	Transit et commerce . Essentiellement classes moyennes et populaires	Principalement commerce et desserte locale . Essentiellement classes moyennes et populaires

Annexe 2 : GUIDE D'OBSERVATION

A) La méthodologie de l'observation directe

Nous avons construit un « guide d'observation » qui définissait à l'avance les objectifs de notre pratique de terrain en fonction de notre expérience de Mexico et des hypothèses de notre recherche. Ce guide devait permettre de décomposer les activités suivant leurs éléments constitutifs les plus pertinents (unités spatiales, *modus operandi* des transactions, type d'activités, etc.) et en même temps organiser l'information recueillie dans le temps et dans l'espace (horaires et points d'observation devaient être notés avec précision). Bien que cet outil ait été déjà très structuré, sa mise en œuvre a rencontré les problèmes imprévus automatiquement engendrés par le travail de terrain, puisque le contrôle des variables à observer ne dépend pas de l'observateur, ce qui nous distingue radicalement d'une situation de laboratoire. Sur le terrain, la seule chose que l'observateur peut prétendre et doit s'efforcer de contrôler, c'est lui-même (Giglia 2003).

Il faut aussi préciser que malgré le caractère très structuré du guide d'observation, certaines enquêtrices ont eu sur le terrain la désagréable impression qu'on ne voyait « pas bien ce qu'il fallait observer ». Nous avons interprété cela comme le résultat d'un effet de saturation qui surgit presque immédiatement lorsqu'on s'installe à un carrefour métropolitain en essayant d'observer « quelque chose », car il s'agit d'une situation d'hyperstimulation qui peut provoquer une sensation d'étouffement. Cela disparut avec l'entraînement qui permit d'apprendre à se concentrer sur des tâches particulières et sur le guide d'observation.

B) Calendrier d'observation : février-mars, 2005

1) Centre (*Eje Central L. Cárdenas/ Av. Juárez & Madero, Centro Histórico, D.F.*): samedi matin (19.II) et après-midi (19.III), mercredi matin (23.II) et après-midi (16.III)

2) Occident (*Periférico/ Av. Palmas & Masaryk, Chapultepec Morales, D.F.*): samedi matin (19.II) et après-midi (12.III), vendredi matin (25.II) et après-midi (18.III)

3) Sud (*Av. Universidad/ M.A. de Quevedo, Coyoacán, D.F.*): samedi matin (19.II) et après-midi (12.III), jeudi matin (24.II) et après-midi (17.III)

4) Orient (*Av. Pantitlán/ av. México, Nezahualcoyotl, Estado de México*): samedi matin (19.II) et après-midi (05.III), jeudi matin (24.II) et après-midi (10.III)

Conditions particulières d'observation :

- le trafic automobile observé au carrefour Occident le vendredi 18 mars dans l'après-midi fut exceptionnel (départs en vacances) et explique tant la quantité « anormale » des vendeurs entre les files de voitures ralenties par l'embouteillage du *Periférico* que la diversité de leur offre commerciale (alimentation, boissons fraîches, ombrelles, cartes routières, jouets, ballons et matelas de plage, etc. ; cf. photo 21) ;

- le trafic piétonnier observé au carrefour Centre le samedi 19 mars en fin d'après-midi/début de soirée fut sans doute exceptionnel, car à 19h la rue Madero a été fermée à la circulation automobile et réservée aux piétons, à l'occasion de la manifestation culturelle "*Noche de Primavera*" organisée par le Gouvernement du District Fédéral dans le Centre Historique (c'est une sorte de « Fête de la Musique » avec des musiciens qui jouent dans l'espace public et des danseurs qui défilent dans les rues).

C) Modèle de feuille de note et de codification

Enquêteur:	Date:	Carrefour:	Point exact d'observation:	Heure exacte de début d'observation depuis ce point:	Heure exacte de fin d'observation :		
Codes :			Heure : observation	Installation de vendeur, équipement de vente, <i>modus operandi</i>	Produit, service et/ou <i>modus operandi</i>	Cliantèle : description	Photo: n°
E (1-n) = Entrée d'édifices, de métro, de chantier, etc. Parada (1-n) : arrêt de bus, microbus, taxis, etc. T (1-n)* = Magasin établi au carrefour K (1-n)* = Kiosque ou stand permanent (monté au démarrage de l'observation) P (1-n)* = stand semi-fixe (pas monté au démarrage de l'observation) A (1-n) = marchand ambulant à pied R (1-n) = marchand ambulant sur roues C (1-n) = client (le cas échéant) O (1-n) = autres acteurs interagissant avec les vendeurs (policiers, vigiles, superviseurs d'une organisation, etc.)			- début d'activité - fin d'activité - première et dernière heure d'usage ou de fréquentation - interactions entre vendeurs et autres acteurs, faits marquants, etc.	E: décrire Parada: décrire T: préciser comment il s'ouvre vers la rue où s'y étend K: décrire s'il est officiel, s'il a des panneaux ou peintures publicitaires, s'il est improvisé, etc. P: décrire A: équipement, uniforme (décrire), usage des paradas, des E ou des T, etc. R: chariot de supermarché ou autre, charette à bras, tricycle, voiture, camionnette, camion, etc.		Piétons, automobilistes, gens qui utilisent un arrêt, une entrée, qui entrent ou sortent d'un magasin, etc.	

*quand on identifie plusieurs vendeurs dans une même unité de vente, coder V(1-n)

Annexe 3 : ORGANISATION DE LA VENTE AUX CARREFOURS PAR SERVICES ET PRODUITS (voir notes du tableau [a, b, c...] page suivante)

Formes de vente → Services ou produits ↓	A) RATISSEURS DE VEHICULES	B) AMBULANTS DE TROTTOIR	C) KIOSQUES [a]	D) STANDS (« puestos ») [a]	E) ROULANTS [a]
1) <i>JOURNAUX ET REVUES</i> <i>Et/ou</i> <i>CARTES TELEPHONIQUES</i> <i>Et/ou</i> <i>GLACES</i> <i>Et/ou</i> <i>PUBLICITE</i>	A1. "Représentants" [b] : - des journaux (<i>Reforma, El Universal</i>) ou des cartes TELCEL (Centre, Occident, Sud) - des glaces BONICE (Orient, Centre) - publicitaires (Centre, Occident)	B1. Colporteurs publicitaires: Centre, Occident	C1. <i>Revue</i> et journaux : kiosques <i>officiels</i> à tous les carrefours (sauf Orient, car hors D.F.) ; <i>formels</i> à tous les carrefours ; tous vendent des cigarettes [c], et souvent du snack et des sodas.	D1. Journaux et revues : observés dans d'autres carrefours que la sélection	E1. Orient: chariots et tricycle de glaces Bonice Los vendeurs ambulants (A ou B) de journaux utilisent parfois un « chariot diable » et une ombrelle aux couleurs de l'entreprise
2) <i>SNACK (gommages à mâcher+ sucreries+ cacahuètes), CIGARETTES [c] et/ou BOISSONS</i>	A2. Tous les carrefours	B2. Arrêts de bus et microbus, accès du métro ou des édifices accueillant du public	C2. Tous les carrefours: kiosques formels qui vendent parfois aussi des revues et journaux	D2. Tous les carrefours sauf Occident	E2. Orient: tricycle Centre: armoire roulante [a]
3) <i>OFFRE OPPORTUNISTE PAR :</i> <i>*MOMENTS DE LA JOURNEE [d]</i> <i>**SAISON [e]</i>	A3. Fleurs* (crépuscule-soir): Occident, Orient Parasols, jouets** : Occident	B3. Fleurs* (crépuscule-soir): Centre	C3. Il existe des kiosques officiels de fleurs* à d'autres carrefours que ceux étudiés	D3. Petits déjeuners* à tous les carrefours sauf Orient Goûters* : Orient Fruits* jusqu'à midi ou au milieu de l'après-midi : à d'autres carrefours que ceux étudiés	E3. Services* : - aux vendeurs de rue : glace pour les glacières (Centre, Orient) - à tous les usagers (y compris autres vendeurs, policiers, chauffeurs...): petits déjeuners et <i>almuerzos</i> [d] (Centre, Sud, Orient) Fleurs* ou nourriture* : véhicules à d'autres carrefours que ceux étudiés
4) <i>AUTRES PRODUITS OU SERVICES [f]</i>	A4. Divertissement et solidarité : tous les carrefours sauf Orient. Billets de loterie, objets divers (peluches, jouets, cartes géographiques, boîtes en plastique, etc.): Centre, Occident	B4. Musiciens, mendiants, vendeurs à la sauvette (« Toreros ») de produits divers (livres, housses de vêtements, jouets, ballons gonflables, bijoux fantaisie, parfums, jouets, sacs à main et à dos, chemises, etc.): Centre	C4. Tacos – Tortas : kiosques formels à tous les carrefours	D4. Tacos-Tortas : Sud Equipement de la personne : Centre, Sud, Orient Cadeaux : Centre, Sud Disques : Centre	E4. Tacos-Tortas : autres carrefours que ceux étudiés, camionnettes aménagées installées à la journée ou en permanence
5) <i>CIREURS DE CHAUSSURES</i>	Non observé	B5. Pas spécifique aux carrefours : cireurs ambulants avec une petite caisse de bois qui vont de terrasses en terrasses, etc.	Non observé	D5. Autres carrefours que ceux étudiés : plusieurs sièges alignés et fixés le long d'un mur. Parfois E5 est attaché de façon permanente à un poteau ou un arbre (Sud).	E5. Tous les carrefours (sauf Occident) : une installation à roulette intégrant un siège surélevé et un auvent de protection avec de la publicité

Notes du tableau de l'annexe 3:

- a) La différenciation **kiosque/stand** est parfois inopérante, car ce dernier est parfois installé de façon permanente et « consolidée » ; de même, certains équipements « **roulants** » finissent par être transformés en kiosques (ex. : une camionnette stationnée avec les pneus dégonflés) ou bien servent de base pour l'installation quotidienne d'un stand (ex. : table et auvents posés sur un chariot).
- b) Les vendeurs « **représentants** » (A1, B1) revêtent l'uniforme d'une entreprise formelle, utilisent du matériel (diable, chariots, parasols) à ses couleurs et logos, et vendent exclusivement ses produits. Ex. : jounaux "*Reforma*" (et "*Metro*"), "*El Universal*" (et "*El Gráfico*") et "*Milenid*"; glaces "*BonIce*"; cartes de recharge téléphonique "*Telcel*" (leurs vendeurs vendent aussi discrètement les cartes de la concurrence : *Unefon*, *Movistar*, etc.). Les colporteurs « publicitaires » (A1, B1) sont des colporteurs de volants ou porteurs de panneaux publicitaires ; ils peuvent revêtir des uniformes comme les autres "représentants" et utiliser un équipement d'entreprise (bannières, mégaphones, etc.) ou bien ne porter aucune couleur ou logo de l'entreprise (observé à tous les carrefours sauf Orient).
- c) Les cigarettes peuvent toujours être vendues à l'unité.
- d) **Vente opportuniste selon les moments de la journée :**
- rythmes alimentaires socialement établis : petit déjeuner (environ 06-09h ; boissons ou aliments chauds –café, *atoles*, *tamales*, *tortas*- ou froids –pâtisseries), « *almuerzo* » (environ 08-11h ; jus et salades de fruits), goûter (« *merienda* » ; environ 17-22h ; surtout sucré : *churros*, maïs bouilli, *hot cakes*, crêpes, *donuts*, flans et gélatines ; parfois salé : saucisses, *hot dogs*, huîtres) ; les glaces sont vendues aux heures chaudes (environ 10h-17h)
 - journaux (matins jusqu'à 13 ou 14h), fleurs (crépuscule et soirée)
- e) **Vente opportuniste par période de l'année :**
- saisons climatiques : vente de parasols en saison sèche, vente de parapluies en saison des pluies ;
 - périodes de cadeaux (fête des mères, Noël, Rois Mages), de vacances (matériel de plage) ou de célébrations (drapeaux au moment de la fête nationale, décorations pour célébrations) ;
 - campagnes publicitaires : vente de produits dérivés au moment du lancement d'un produit (par exemple : casquettes ou peluches au moment de la sortie d'un film)
- f) **AUTRES PRODUITS OU SERVICES :**
- **Divertissement et solidarité (A4/B4) : laveurs de pare-brise, cracheurs de feu, clowns et acrobates, musiciens, mendiants, etc.**
 - **Disques:** CD de musique, de films ou de logiciels (apparemment toujours copies pirates)