

Proposition pour l'atelier « Réorganisation montagnarde et reconfiguration des réseaux des marchés »

### **Les villes petites et moyennes dans leurs réseaux :**

#### **Enjeux des reconfigurations à travers les marchés urbains des montagnes est-africaines**

Hélène MAINET  
Jean-Charles EDOUARD  
[Helene.MAINET@univ-bpclermont.fr](mailto:Helene.MAINET@univ-bpclermont.fr)  
[J-Charles.EDOUARD@univ-bpclermont.fr](mailto:J-Charles.EDOUARD@univ-bpclermont.fr)

Clermont Université, Université Blaise Pascal, EA 997 CERAMAC, BP 10448, F-63000  
Clermont-Ferrand, France

Mots-clés : villes petites et moyennes, marchés, réseaux

En Afrique, les villes petites et moyennes jouent un rôle ancien de relais et de centres de redistribution dans les relations commerciales entre villes et campagnes, notamment dans les montagnes et hautes terres. Les facteurs de localisation sur les routes commerciales, la desserte des zones rurales en services et équipements commerciaux, la position d'intermédiaire dans les réseaux ont permis le développement de nombre de centres urbains secondaires.

Les mutations socio-économiques en cours, liées à la mondialisation et à la libéralisation tendent à modifier les logiques relationnelles acquises. De même, les transformations des économies montagnardes entraînent des modifications relationnelles. De nouveaux acteurs, notamment privés et internationaux, se positionnent dans ces relations commerciales et influencent le rôle tenu classiquement par ces niveaux urbains. Des relations marchandes directes se développent entre territoires ruraux et villes principales, voire marchés mondiaux, fragilisant le rôle d'intermédiaire des villes secondaires. De même, l'ouverture des marchés tend à brouiller les circuits traditionnels en facilitant le développement de nouveaux débouchés. A l'inverse, de nouvelles opportunités apparaissent avec le renforcement d'une offre commerciale et de services liée à une demande locale renouvelée (l'impact des mutations agricoles est important).

A travers l'exemple de villes secondaires des hautes terres d'Afrique orientale, la communication se propose de montrer comment les mutations des relations marchandes, aux échelles locale et régionale, transforment le rôle classique de ces niveaux urbains en redéfinissant les échelles relationnelles. L'arrivée sur les marchés de « nouveaux » acteurs commerciaux a des impacts indéniables (les produits d'importation, notamment asiatiques concurrencent de plus en plus les productions nationales et modifient les circuits d'approvisionnement). Les exemples de l'Ouganda (région du Mount Elgon), du Kenya (région du Mount Kenya) ainsi que de la Tanzanie (région des Uporotos Mountains) seront particulièrement développés.