



HAL
open science

Moshi et le Kilimandjaro (Tanzanie) : les relations ville / montagne et leurs impacts sur la structure urbaine

Benoît Piot

► **To cite this version:**

Benoît Piot. Moshi et le Kilimandjaro (Tanzanie) : les relations ville / montagne et leurs impacts sur la structure urbaine. Géographie. 1998. dumas-01334678

HAL Id: dumas-01334678

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01334678v1>

Submitted on 21 Jun 2016

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

**Moshi et le Kilimandjaro (Tanzanie) les
Relations Ville / Montagne et leurs Impacts
sur la structure urbaine**

1998

UNIVERSITE MICHEL DE MONTAIGNE BORDEAUX III.
INSTITUT DE GEOGRAPHIE LOUIS PAPY

MEMOIRE DE GEOGRAPHIE TROPICALE.

MOSHI ET LE KILIMANDJARO (TANZANIE):
LES RELATIONS VILLE/MONTAGNE ET LEURS IMPACTS SUR LA
STRUCTURE URBAINE.



IFRA

No. d'inventaire	IFRA002262
Date	10/12/99
Cote	TZ / P10 T 711.552

Présenté et soutenu par
Benoît PIOT
Session de juin 1998

Sous la direction de
François BART
En collaboration avec
L'Institut Français de Recherche en Afrique
et l'UPRESA 5064 DYMSET
(Dynamique des milieux naturels et des sociétés
dans les espaces tropicaux)

UNIVERSITE MICHEL DE MONTAIGNE BORDEAUX III.
INSTITUT DE GEOGRAPHIE LOUIS PAPY.

MEMOIRE DE GEOGRAPHIE TROPICALE.

**MOSHI ET LE KILIMANDJARO (TANZANIE):
LES RELATIONS VILLE/MONTAGNE ET LEURS IMPACTS SUR LA
STRUCTURE URBAINE.**

Présenté et soutenu par
Benoît PIOT
Session de juin 1998

Sous la direction de
François BART
En collaboration avec
L'Institut Français de Recherche en Afrique
et l'UPRESA 5064 DYMSET
(Dynamiques des milieux et des sociétés dans les
espaces tropicaux)

J'avais le souvenir d'avoir noté la veille, en dépit de l'obscurité, que des massifs d'épineux encadraient ma hutte et que, devant, une immense clairière s'enfonçait dans le secret de la nuit. Mais à présent tout était enveloppé de brouillard. Pour seul repère, j'avais, juste en face, au bout du ciel, sur la cime du monde, la table cyclopéenne chargée des neiges éternelles qui couronne le Kilimandjaro.
(KESSEL J.-Le lion, 1958)

REMERCIEMENTS.

Je tiens à remercier en premier lieu Monsieur François BART, mon directeur de recherche, sans qui ce travail n'aurait pas été possible, mais aussi pour ses conseils et son soutien avant, pendant et après le travail de terrain. Je suis reconnaissant envers François DEVENNE pour son accueil sur place et son dévouement, pour s'occuper de jeunes étudiants qui découvrent pour la première fois le terrain africain. Je remercie toute l'équipe du DYMSET et plus particulièrement Jacques BLOT et Odile CHAPUIS dont les conseils m'ont été très précieux.

Mes sincères reconnaissances vont à toute l'équipe de l'Institut Français de Recherche en Afrique et notamment à son directeur Monsieur Bernard CHARLERY de la MASSELIERE pour sa bonne humeur et son soutien financier très appréciable.

Enfin, je tiens à remercier toutes les personnes qui m'ont guidé, épaulé et soutenu sur le terrain, mais amis du Seminar Block : Suleyman, Raymond, Jacob et Swai. Ainsi que les personnes avec qui j'ai travaillé, Maïlys CHAUVIN, Patrick NYAVANGA, et Ringo le meilleur chauffeur de toute la côte est-africaine. Toute ma gratitude s'adresse aux employés administratifs qui ont facilité ma collecte de données, et tout particulièrement : Mademoiselle KINAWIRO et Monsieur OMARI, ainsi qu'au département de géographie de l'Université de Dar es Salaam et à la bonne humeur de son directeur Monsieur MBONILE, et au professeur KISANGA.

Ma profonde gratitude revient également à mes parents pour leurs soutiens financier, affectif et moral pendant la difficile période de réadaptation qui a suivi le retour du terrain, et tout au long de la rédaction pour leur patience et leur compréhension.

INTRODUCTION.

Le choix du terrain s'est fait lors de l'année de licence. Au cours de leçons sur la montagne du Kilimandjaro, je suis devenu fasciné par ce massif volcanique et sa population. Désirant effectuer une recherche sur le terrain, j'ai alors décidé de travailler sur ce domaine et l'opportunité de me joindre à une équipe de recherche, celle du DYMSET m'a énormément motivé pour cette première approche de travail de recherche. En outre, mon désir de m'éloigner de la culture française m'a donné l'envie de ne pas me rendre dans une ancienne colonie française. De plus, l'Afrique de l'Est est une région dont la faune, la flore et les paysages sont extrêmement diversifiés : c'est le pays des safaris et de Zanzibar. Me promener dans la savane à la recherche d'animaux sauvages a toujours été un rêve de mon enfance, qui a pu se réaliser au travers de ce travail de terrain.

Avant même d'arriver au Kilimandjaro, j'avais le projet initial de travailler sur les marchés (du Kilimandjaro). Ayant élaboré un questionnaire, dès les premières semaines je me suis rendu sur des marchés et j'ai commencé mon travail de terrain. Mais au bout d'un mois, je me suis retrouvé dans une impasse pour élaborer une problématique à partir de ce seul travail sur les marchés. Vivant à Moshi, je me retrouvais baigné dans la vie de cette ville, d'où un lien affectif avec elle, qui m'a poussé à l'étudier, à comprendre son fonctionnement et son rôle dans la géographie du Kilimandjaro. C'est ainsi que dans le courant du deuxième mois d'enquêtes j'ai axé l'étude sur le monde urbain et sur les commerces du centre ville, toujours en tentant de rester dans le système des relations commerciales entre Moshi et le Kilimandjaro. Après quelques semaines de vacances à Zanzibar et des recherches bibliographiques à l'Université de Dar es Salaam, je me suis attaché à travailler dans les villages de montagne, afin de comprendre l'attraction que Moshi exerce sur les montagnards, ainsi que leur perception de la ville.

Mais, il faut souligner qu'au cours du séjour qui devait se situer en période de saison sèche, les aléas climatiques en ont décidé autrement et la pluie a été notre compagne la plus. Les pistes de montagne étant souvent en terre, le travail sur le terrain s'est retrouvé interrompu parfois pendant plusieurs jours de suite. Ce problème a en partie empêché la réalisation et la finition du travail de terrain sur la montagne. A mon arrivée en France la problématique définitive n'était toujours pas définie. Je savais que mon travail portait sur les relations ville/montagne, sur les marchés du Kilimandjaro, ainsi que sur la ville de Moshi. Au départ tout avait l'air de s'embrouiller, et je n'arrivais pas à déterminer un libellé précis au sujet. Les semaines passaient et le recul par rapport à mon travail

de terrain m'aiderent à mûrir le sujet : des liens se sont alors tissés entre tous ces éléments et la problématique définitive a pu être établie.

Moshi concentre un secteur commercial propre au milieu urbain, et la montagne fournit une grande partie de l'alimentation des urbains. Les liens commerciaux entre Moshi et le Kilimandjaro rentrent dans une logique d'un système à forte influence sur la municipalité de Moshi. Au résultat, il m'a paru intéressant d'étudier les relations ville/montagne au travers du système de marchés du Kilimandjaro, ainsi que leurs conséquences sur le milieu urbain. Mon étude étant axée sur le secteur commercial, nous n'avons étudié que cet aspect, alors que les relations englobent beaucoup plus de domaines. Mais un mémoire de maîtrise n'aurait jamais été suffisant pour expliquer la globalité et la complexité des relations qui se sont établies depuis la création de Moshi et l'établissement de ses relations avec le pays Chagga.

La méthodologie a été la suivante. Les quelques mois précédant le terrain furent consacrés à la lecture d'ouvrages généraux sur la Tanzanie et sur les marchés en Afrique. Mais, très peu d'ouvrages sont consacrés à la Tanzanie et encore moins au Kilimandjaro et à la ville de Moshi. C'est pourquoi je n'ai réellement eu une idée du terrain que lors de mon arrivée au Kilimandjaro International Airport le 31 octobre 1997.

Sur le terrain, nous avons effectué trois types d'enquêtes : la première sur les marchés ruraux et urbains, la deuxième chez les commerçants du centre ville, et la troisième dans la ceinture banane/café sur les représentations et l'attraction de Moshi-ville.

Les enquêtes sur les marchés ruraux et urbains.

La première tâche a été de comptabiliser le nombre de vendeurs et les classer par types de produits vendus. Ensuite, un plan de ces marchés a été réalisé pour avoir une idée de leur organisation spatiale. Compte tenu du fait que les rencontres se faisaient alors que les gens travaillaient, nous avons élaboré un questionnaire court afin de ne pas les déranger. La participation des gens était tout à fait surprenante, car ils étaient curieux de voir un jeune Blanc s'intéresser à leur travail, ce qui a eu pour conséquence d'accroître leur intérêt et leur désir de comprendre les finalités de mon travail et la place qu'ils y occupaient. En même temps, des questions étaient aussi posées aux consommateurs ce qui nous a permis de réaliser une typologie des marchés et des circuits commerciaux. Il était nécessaire de travailler avec un interprète anglophone, la plupart des montagnards ne parlant que le swahili ou le chagga.

Les enquêtes chez les commerçants du centre ville.

Le but était surtout de s'attacher à questionner les grossistes, les acheteurs de tous types de produits que l'on ne peut trouver que sur la montagne. La

coopération a été moins bonne qu'en zone rurale, et quelquefois des questions ont éveillé la méfiance des commerçants, et plus particulièrement chez ceux d'origine indienne. Par contre le dialogue était plus facile car un grand nombre de ces propriétaires parlaient anglais couramment ce qui me permettait de m'adresser directement à eux. Les questions ont été posées chez tous les types de commerçants.

Les enquêtes sur l'attraction exercée par Moshi chez les montagnards.

C'est au cours de ces interviews que je me suis rendu compte qu'il existait un décalage entre la notion administrative de la ville et sa perception par les montagnards. Les questions étaient fortement orientées sur la famille, le nombre d'enfants et le lieu où ils travaillaient et vivaient. Dans ce cas, le nombre d'enfants est un secret jalousement gardé et il m'était très dur de savoir la réalité de la situation, car au fur et à mesure des questions la cellule familiale ne cessait de s'agrandir. J'ai donc été obligé de passer par de nombreuses questions détournées, mais sans jamais savoir si à la fin je possédais la réalité de la situation.

La recherche a aussi été faite dans les administrations et surtout dans les locaux du *municipal council* où j'ai pu me procurer de nombreux fonds de carte ainsi que des statistiques récentes. Parfois l'attente était assez longue, mais ce travail a été très fructueux. Les recherches bibliographiques ont été réalisées à la bibliothèque universitaire de Dar es Salaam et plus particulièrement au département de la *East African Publishing House*. Il m'a été possible d'acheter des photos aériennes au bureau du *Ministry of Lands, Housing and Urban Development* situé sur le port de Dar es Salaam.

Le travail de cartographie a été réalisé grâce aux fonds de carte obtenus du *Moshi municipal council* ; nous les avons ensuite scannées afin de les retravailler pour qu'elles correspondent à nos attentes. Ceci s'est fait par les relevés de terrain et par l'utilisation de logiciels tels que Corel Draw. Le traitement des statistiques ainsi que la réalisation des graphiques ont été faits à l'aide du logiciel Excel.

La Tanzanie est née en 1964, suite à l'alliance du Tanganyika et de Zanzibar. Dès 1967, l'homme fort du pays et le héros de l'Indépendance, Julius NYERERE a procédé à la déclaration d'Arusha qui engagea le pays dans une politique de socialisme à l'africaine appelée *Ujamaa* : une agriculture collective associée aux grandes lignes traditionnelles africaines. Mais dès le début des années 1980, il apparut que cette politique était un échec économique. D'autant plus qu'en 1979 le pays était rentré en guerre contre l'Ouganda, ce qui porta un coup très rude aux finances. Le modèle du socialisme à l'africaine fut alors remis

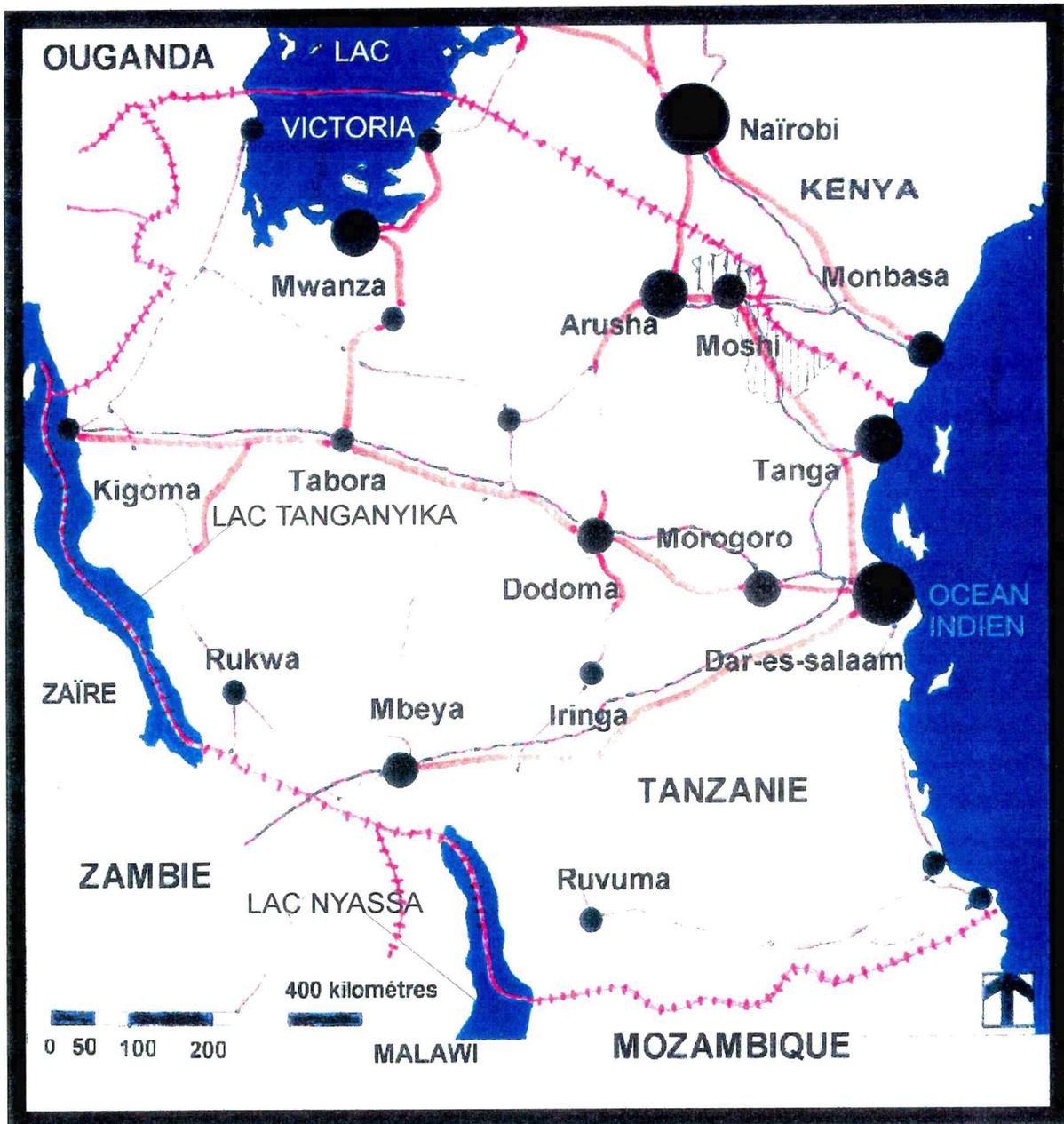
en cause, et sous la pression du Fond.Monétaire.International (F.M.I) le gouvernement dut consentir en 1982 à une dévaluation de sa monnaie. Ceci eut pour conséquence d'aboutir au renoncement d'un nouveau mandat présidentiel de Nyérére en 1985. Des lors la Banque.Mondial (B.M) et le F.M.I poussèrent le pays dans la voie de la libéralisation de l'économie qui fut entamé en 1990 avec un nouveau code d'investissement d'inspiration libérale. La vie politique amorça aussi une ouverture par l'instauration du multipartisme et la fin du monopole du parti unique : le C.C.M « *Chama Cha Mapinduzi* », le parti de la Révolution. L'expérience du socialisme à l'africaine était finie et le pays commença une politique de réajustement structurel. La Tanzanie avait un nouveau défi à relever en rentrant dans l'économie libérale mondiale, en partie financé par l'aide internationale. La conséquence actuelle de cette évolution est le grand poids de la dette : le montant total de la dette s'élevait à 7 milliards de dollars en 1995 ; la balance des paiements est aussi déficitaire. En outre, si la croissance a été de 4,5% en 1996, l'inflation s'élevait à 25,7%. La Tanzanie fait partie des pays très pauvres avec un P.N.B par habitant de 120 dollars en 1995.

Deux fois grande comme la France, la Tanzanie est bordée à l'est par l'océan Indien et à l'ouest par la succession des grands lacs : Victoria au Nord-Ouest, Tanganyika, puis Nyassa (document n° 1). Elle recouvre une superficie totale de 945 090 km², dont 2 600 pour Zanzibar et Pemba. La population est de 26 millions de personnes en 1993. Parmi la population active, 83% travaillent dans l'agriculture, 1% dans les mines, 5% dans les industries, et 11% dans les services.

La Région Kilimandjaro est située au nord du pays le long de la frontière kenyane. C'est une région densément peuplée et agricole productive grâce à ses hautes terres situées entre 1 200 et 1 900 sur les versants du mont Kilimandjaro. Tout comme le reste du pays, la région a un taux de fécondité élevée avoisinant 5 pour mille. La conséquence est la pression démographique exercée sur le sol de la montagne, déjà fortement peuplée par l'ethnie Chagga. L'exode rural qui a permis doublement la population urbaine du pays entre 1978 et 1988 touche aussi la principale ville de la région : Moshi. Cette ville est une création de l'ancien pouvoir colonial, et est située au pied du massif du Kilimandjaro. Mais est-ce que cette ville est en relation avec la montagne, et qu'elle influence porte-t-elle sur le Kilimandjaro ? Qu'elle est la nature des relations ville/montagne ? En fait, outre sa situation géographique, Moshi est-elle la ville de la montagne ? Qu'elle est la nature des relations ville/montagne et leurs impacts sur le système urbain de la municipalité de Moshi ?

Pour répondre à ces interrogations, l'étude va s'appuyer sur trois parties. Dans un premier temps, on va démontrer que Moshi est une ville chagga à l'interface de la plaine et de la montagne. Ensuite nous étudierons les relations ville/montagne au travers du système des marchés établis le long des flancs du Kilimandjaro et de leurs dynamiques de flux. En dernier point nous verrons un exemple d'impact sur la structuration de l'espace urbain, en prenant l'exemple du binôme Moshi centre/Kiboroloni. Les relations ville/montagne sont essentiellement vues sous l'angle des relations commerciales.

Document n°1.
PRESENTATION DE LA TANZANIE.



LEGENDE :

Réalisation : PIOT Benoît.
Sources : Moshi master plan 1994-2014.

1. Le découpage territorial.

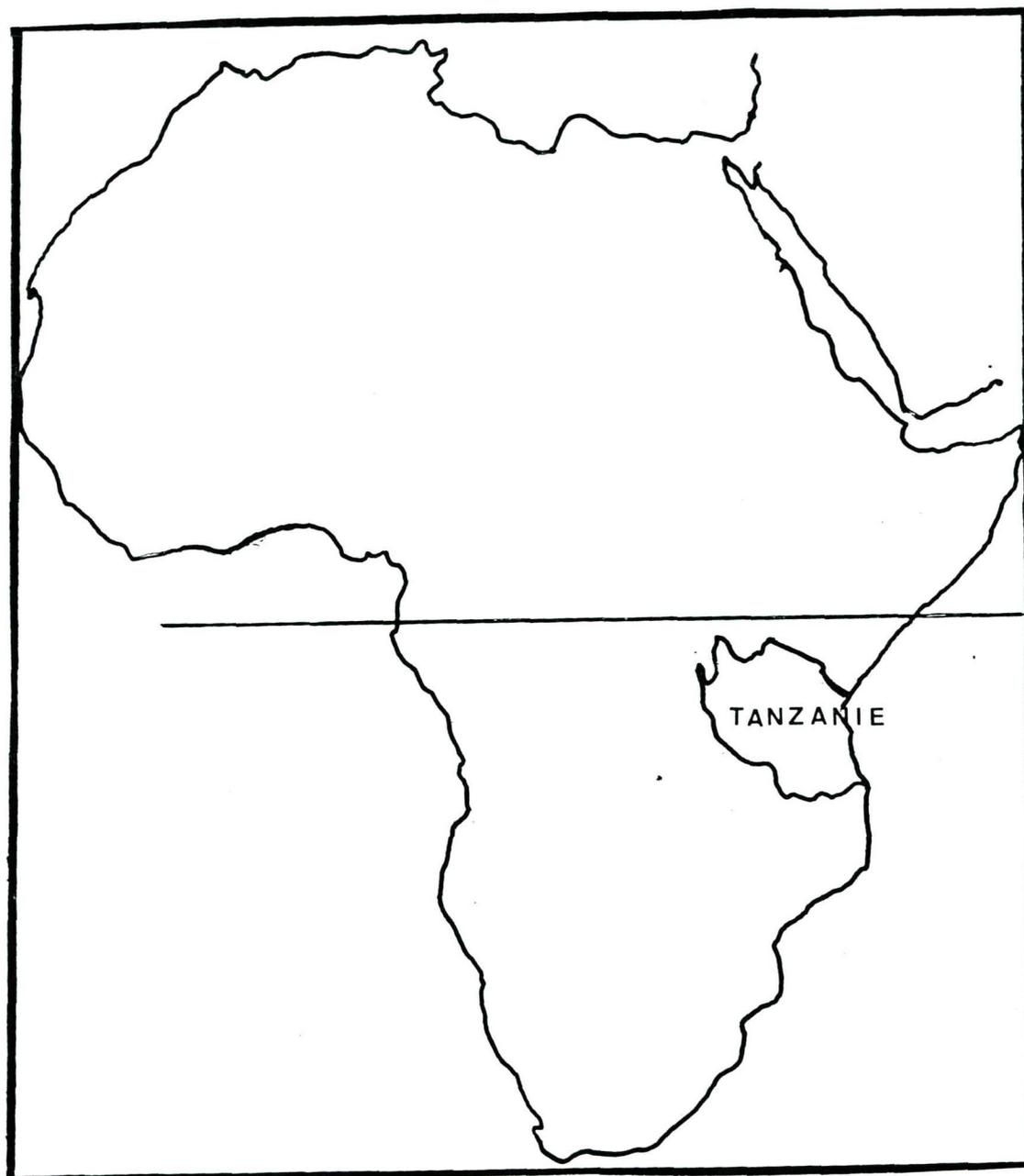
2. Les voies de communications.

-  Frontières internationales.
-  Villes < 150 000 habitants.
-  150 000 < villes < 500 000.
-  Villes > 500 000 habitants.

-  Principaux axes routiers.
-  Axes secondaires.
-  Chemin de fer.

Document n°1 bis.

CARTE DE L'AFRIQUE.



Echelle : 1/50 000 000.

Réalisation : PIOT benoît.
Sources : Atlas mondial, éditions
Quillet, 1990.

PREMIERE PARTIE . MOSHI UNE VILLE CHAGGA A L'INTERFACE DE LA PLAINE ET DE LA MONTAGNE.

Pour expliquer les bases des relations entre Moshi et la montagne du Kilimandjaro, il faut décrire le contexte général au travers duquel découle tous les facteurs explicatifs. Pour ce faire l'étude se décompose en trois chapitres, qui dans un premier temps retranscrit le contexte historique de la montagne avant et après la création du site urbain par l'autorité coloniale allemande. Le deuxième chapitre est consacré à expliquer la position géographique de la ville dans l'espace national et régional, qui lui confère une situation de relais, une notion importante pour comprendre les facteurs influençant l'organisation des relations entre Moshi et le Kilimandjaro. Le dernier chapitre décrit la démographie de la région, les dynamiques des migrations, ainsi que les caractéristiques de la population urbaine de la ville de Moshi.

CHAPITRE I. LE CONTEXTE HISTORIQUE.

A. La période précoloniale.

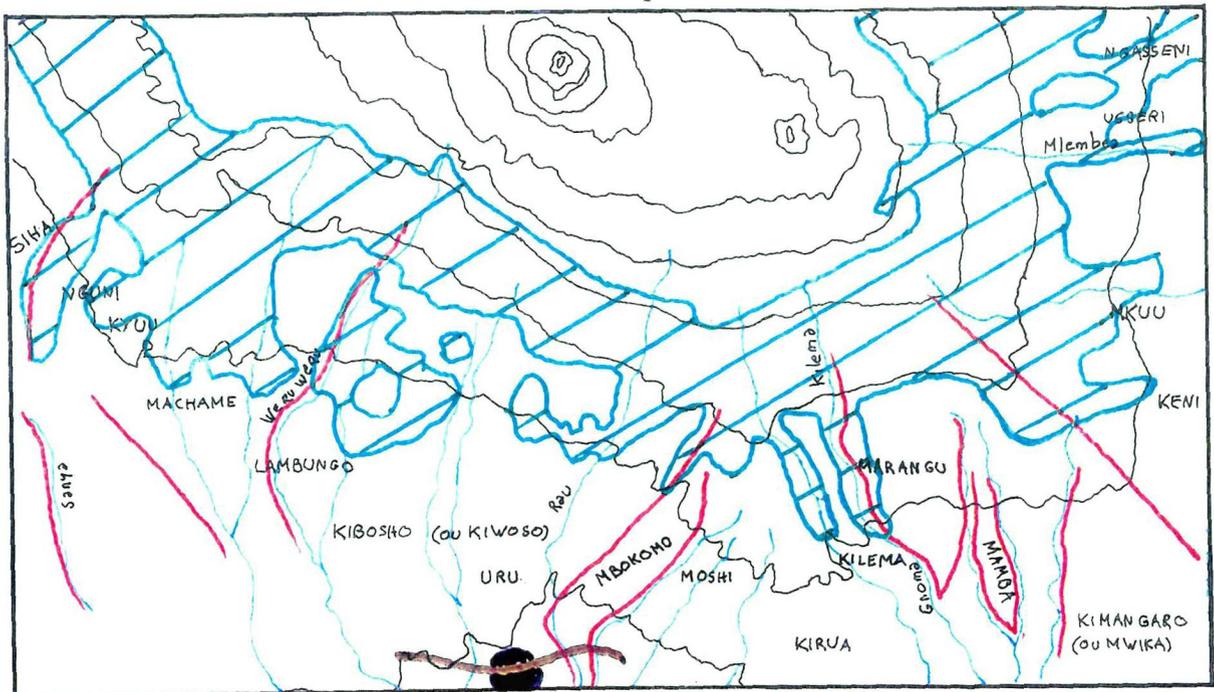
1. l'installation des Chagga sur le Kilimandjaro.

Les premiers occupants des pentes du Kilimandjaro seraient des Pygmées. Cette population aurait occupé les versants de la montagne depuis très longtemps, mais la difficulté de trouver des données fiables sur ce sujet ne me permet pas d'affirmer des dates ou des éléments plus précis. Néanmoins, environ 200 à 250 ans avant notre époque, les Chagga s'installèrent sur la montagne et repoussèrent les Pygmées, qui maintenant n'habitent plus cette région. Le pasteur de Kidia a évoqué ce phénomène lors d'une interview, et il est intéressant de savoir que les paroisses possèdent de nombreux écrits sur l'histoire de cette montagne et de ses habitants.

Les Chagga sont une tribu d'origine bantou originaire d'Afrique de l'Ouest, et dont l'expansion est allée jusque dans l'actuelle Afrique du Sud. Ils auraient émigré en direction de cette région à la suite de guerres tribales et de conflits territoriaux qui les ont éloignés de leur terre d'origine. Ainsi

ils ont trouvé refuge sur le Kilimandjaro. Cette idée est très intéressante pour comprendre la psychologie et le comportement territorial actuel de ces derniers. En effet cette notion de refuge, d'îlot sain et protecteur les enracine profondément à cette montagne. Ils se sont donc appropriés les premières pentes au climat doux et aux grandes capacités agricoles, pour faire du Kilimandjaro le pays Chagga.

La configuration physique de la montagne n'a pas donné une homogénéité à la tribu : elle a favorisé la rivalité entre chefferies comme nous le montre le document n° 2. En effet, la géographie de l'occupation des différents territoires s'est fortement calquée sur la configuration de la structure du Kilimandjaro. Leurs domaines sont les versants Sud-Est et Est (« au vent . ») ; du fait de leur exposition ils sont humides et très favorables à une bonne activité végétative tout au long de l'année. Le long de ce versant la montagne est composée de différentes planèzes, « *des plateaux de laves découpés en triangle par des cours d'eau divergeant et de tailles variées* »(Brunet, 1992, p. 388). Ces entités physiques isolées les unes aux autres délimitent donc le territoire de chaque chefferie.



LEGENDE :

Echelle inconnue.

-  Forêt naturelle.
-  Principales rivières.

 Marangu Limites des chefferies.

Document n°2 : Cartographie des chefferies sur les versants sud Kilimandjaro.

Source : Philippson, 1984.

Chaque chefferie a un sentiment identitaire plus fort que l'identité ethnique à proprement parler. Elles se regroupent autour du nom de la planèze et du chef de clan. Ces clans étaient en rivalité et en conflit permanent pour l'augmentation de l'échelle géographique du pouvoir politique, ainsi que de son organisation en chefferies de plus grandes tailles. Citons les 5 principales : Machame, Kibosho, Uru, Moshi (de nos jours appelé Old Moshi, le nom de Moshi étant réservé pour la ville). et Marangu. Au total on dénombrait une vingtaine de chefferies au XIXème siècle sur le Kilimandjaro.

2. De nombreuses rivalités entre chefferies.

Ces oppositions entre les chefferies les plus puissantes avaient pour objet d'asseoir une supériorité politique et commerciale d'un clan sur les autres. Vers 1800 un « 1er empire » fut créé par Orombo, un Chagga de la partie est du Kilimandjaro. Depuis sa capitale de Keni sur la planèze de Rombo, il dominait la majorité des chefferies. Après sa mort, durant une campagne contre les Massaï son empire s'effondra et le pouvoir se morcela pour revenir entre les mains de nombreux chefs de clan.

Vers la fin du siècle la chefferie chagga qui eut le plus de succès fut celle de Kibosho. Sina de Kibosho était l'un des personnages les plus importants de la géopolitique du Kilimandjaro, et la seule compétition sérieuse venait de Moshi. En effet à l'Est du Kilimandjaro, le chef Rindi avait fait de Moshi un autre pouvoir majeur dans la politique du Kilimandjaro. « *Il réussit vers environ 1860 à avoir une certaine prééminence magique parmi ses voisins, mais toujours dans l'ombre de Kibosho* » (Kinanbo et Temu, 1969, p. 67). Comme il était un personnage très ambitieux, Rindi fit des choix réfléchis d'alliances destinées à isoler Kibosho autant que possible. Ainsi il commença à encourager les commerçants swahili à utiliser Moshi comme base, et très vite des Swahili s'installèrent dans la capitale de Rindi. Il apprit le kiswahili et employa un clerc swahiliphone pour pouvoir échanger des lettres avec les hommes puissants de la côte, ainsi qu'avec le sultan de Zanzibar.

Cette partie historique est très importante pour comprendre la localisation et le nom de la ville de Moshi. En effet, le rôle et la diplomatie de Rindi influencèrent fortement les Européens à leur arrivée.

3. Le rôle de Moshi à l'arrivée des Allemands.

Rindi a su tirer profit des relations commerciales et politiques entretenues avec les Swahili de la côte. Sa stratégie diplomatique était de s'attirer les faveurs des grandes puissances pour isoler son principal rival, Sinda de Kibosho. C'est en partie avec de tels contacts que le nom de Rindi fut vite connu des voyageurs européens. Ses excellentes capacités de diplomate lui ont permis de persuader les Européens que Moshi, mieux que Kibosho, était le plus grand pouvoir du Kilimandjaro. Moshi devint alors l'endroit le plus célèbre et le plus familier pour les Européens.

Grâce à cette stratégie, Rindi réussit ainsi en 1885 à signer un traité avec la Société pour la Colonisation allemande et autorisa la Société des Eglises Missionnaires à construire une mission sur la planèze. « *Moshi prit donc un grand avantage comparé à ses voisins quand les règles coloniales furent établies* » (Kinanbo, 1969, p. 209). Les Allemands firent de cet endroit leur quartier général dans la région ; c'est ainsi qu'elle devint le nouveau centre économique et politique du Kilimandjaro.

Manifestement Rindi était astucieux et fin diplomate. Il invita des professeurs européens de Mombasa, et entretint par ailleurs des liens diplomatiques avec le consul général britannique de Zanzibar, Sir John Kirk, avec la Reine d'Angleterre et le Kaiser Guillaume II d'Allemagne. L'attitude de Rindi joua un double rôle : tout d'abord le Kilimandjaro fut retenu dans ce qui deviendra plus tard le Tanganyika, ensuite des agents allemands furent postés à Moshi. En fait le nom de cette planèze symbolise le premier bastion européen sur la montagne du Kilimandjaro.

B. Durant la colonisation.

1. De Moshi à Old Moshi

L'histoire de la ville remonte à 1892 quand les colons allemands installèrent un camp militaire à Kolila (de nos jours Kolila est située sur la planèze d'Old Moshi). Les premières écoles du Kilimandjaro

furent construites à Old Moshi entre les deux guerres mondiales. D'après les sources de la paroisse et l'interview du pasteur de Kidia (sur la planèze d'Old Moshi), le premier dispensaire de la région a été construit en 1926 par un certain docteur Bruno Gottman qui séjourna à Old Moshi de 1910 à 1920 et de 1926 à 1938. Les premières implantations européennes regroupaient les principaux services tels que l'éducation, la santé, mais aussi les activités commerciales d'exportation. Au début des années 1920, les colons grecs et italiens y développèrent la culture du caféier ; et à la fin de la période allemande le rendement agricole des cultivateurs chagga de caféiers avait dépassé celui des cultivateurs européens. La capacité des Chagga à pouvoir s'adapter aux nouvelles conditions socio-politiques a abouti à faire du Kilimandjaro, dès les années 1910, une des régions les plus productives de la colonie. Dans ce contexte, il est intéressant de noter qu'à Old Moshi étaient situés les bureaux de l'administration et le marché allemand. C'est pourquoi pour la commercialisation et l'exportation du café, dès 1896, a commencé la construction d'un chemin de fer depuis Tanga jusqu'aux monts Usambara. Il avait atteint Korogwe en 1902 et Moshi en 1912. « *L'extension du chemin de fer de Tanga à Moshi fut plus qu'une reconnaissance de la part du gouvernement du succès réalisé par les planteurs du Kilimandjaro qu'un encouragement pour un développement plus avancé dans la région* » (Hill, 1962, p. 195).

Mais du fait de sa situation géographique (l'accès est difficile sur les pentes du Kilimandjaro) la ligne de chemin de fer s'arrêta à 10 kilomètres au sud d'Old Moshi. Ce phénomène entama le glissement du tissu administratif et colonial vers la nouvelle gare commerciale. De ce fait il est à noter que, dès le début, la ville est née d'échanges, d'un lieu de concentration des activités commerciales. Mais aussi que son nom est originaire du Kilimandjaro, ce qui illustre très bien la nature montagnarde de la ville.

2. Le développement de Moshi sous la colonisation britannique.

Depuis 1884, les Allemands avaient pris pied et continué leur colonisation jusqu'en 1919. En effet, après la défaite allemande de la Première Guerre mondiale, les Anglais obtinrent de la Société Des Nations (S.D.N.) le mandat sur le Tanganyika et gèrent ce territoire jusqu'à l'Indépendance.

La ville commença à grandir sur le site actuel en 1911, autour de la gare, qui se trouve encore de nos jours sur son emplacement originel.

Ensuite, son statut évolua très vite. Elle subit une forte croissance sous les Britanniques et fut sélectionnée comme quartier général de la province Nord. En 1926, elle fut désignée comme petit centre urbain selon l'acte des ordonnances urbaines de 1925. En 1937, elle avait une population de 1000 habitants qui s'accrut pour atteindre 8048 personnes en 1948. En l'espace de 32 ans, d'une gare commerciale Moshi devint une petite ville.

Le facteur essentiel de ce glissement du coeur de la montagne vers la plaine était la difficulté d'atteindre Old Moshi. Notamment durant la grande saison des pluies, ou même de nos jours, les déplacements sont rendus difficiles, voire même impossibles comme cela a pu nous arriver durant les 4 mois de terrain. Dans la plaine, le développement des industries et la facilité d'accès résultent fait que Moshi est située dans une zone de contact entre la plaine et la montagne. Old Moshi devint alors un espace enclavé et peu attrayant pour le développement d'un centre d'échange. De la ville administrative et commerciale allemande seul le nom subsistait, l'emplacement du site quant à lui se déplaçant logiquement vers la plaine, dans un emplacement permettant un développement aisé.

Moshi reste actuellement pour les personnes âgées une « ville gare » : en effet on peu entendre de la part des vieux Chagga parlant de la ville « *nakwenda shashion* » qui signifie « je vais à la station », ceci en fait pour designer le fait d'aller à la ville de Moshi, du mot station qui signifie gare en anglais. D'une ville-gare, Moshi est devenue petit à petit le centre actif de la montagne, portant le nom de la planèze qui fut la première à accueillir et à s'allier avec les Européens. Cet espace urbain est né de la volonté coloniale : c'est une structure héritée de l'histoire coloniale qui continua sa croissance après l'indépendance et jusqu'à nos jours. Surtout sous la colonisation britannique Moshi est devenue le coeur administratif et politique de la Région Kilimandjaro, ainsi que le centre commercial de cette montagne pour les cultures d'exportations.

C. De l'Indépendance à nos jours.

1. *La continuité de la croissance de Moshi.*

La Tanzanie est devenue indépendante en 1961, et la ville de Moshi était un centre relativement important dans un pays largement sous-urbanisé. D'après le recensement de 1957, le taux de population urbaine tanzanienne n'était que de 4,1% de la population totale. En quelques années la population moshienne s'est accrue très rapidement : de 8 048 habitants en 1948, elle regroupait 13 725 habitants sur une superficie

de 23 km² en 1956. Lors du recensement national de 1967 la ville était peuplée de 26048 habitants, et atteignait même 52 223 personnes en 1978. Ceci démontre très bien que Moshi restait un pôle de développement aussi bien pendant qu'après l'Indépendance. La naissance de cette ville est étroitement liée à la réussite des Chagga dans la caféiculture : elle s'est en effet enrichie et développée grâce aux revenus du café.

Dès la création de cet espace était introduite la base de relations très étroites entre Moshi et le Kilimandjaro, car la volonté politique était d'en faire un relais avec le reste du pays et du monde. La Tanzanie nouvellement indépendante n'a pas voulu réduire le rôle de ce pôle de développement économique. En observant la continuité d'une forte croissance urbaine, le gouvernement Nyerere souhaitait utiliser et développer ces structures d'organisation spatiales héritées des Britanniques et des Allemands. La croissance urbaine modifiait le statut national de la ville qui, reflétant la bonne santé de la caféiculture après l'Indépendance, en faisait une des plus grandes villes de Tanzanie mais aussi un centre économique d'importance régionale.

2. L'évolution du statut administratif de la ville.

L'importance de l'essor de Moshi entraînait une modification de son statut dans la hiérarchie du réseau urbain tanzanien. En effet, d'après S. M. KULABA (1984) pour la période allant de 1967 à 1978 on comptabilisait neuf centres régionaux désignés comme pôle de croissance, dont Moshi, dans le but de réduire la croissance effrénée de Dar-es-Salaam, qui connaissait un taux d'accroissement de 22.7% par an entre les années 1967 et 1978. La volonté du gouvernement était de réduire l'exode rural en direction de Dar es Salaam et de favoriser l'extension de pôles de développement ruraux en sélectionnant quelques villes secondaires. Ces villes devaient alors servir de centres de croissance économique pour diversifier et améliorer l'économie rurale. Dans le Second Plan quinquennal, il y avait une reconnaissance de la nécessité de développer le réseau urbain tanzanien. Mais la seule politique utilisée était la stratégie de décentralisation industrielle proposée dans l'ombre de la stratégie régionale des pôles et centres de croissance. C'est alors que Moshi s'imposa comme le seul grand centre urbain de la Région Kilimandjaro. Comme Moshi était le centre le plus important et le plus actif de la région, son statut administratif évolua jusque dans les années 1988.

Ainsi elle s'imposa progressivement comme le grand pôle de la Région Kilimandjaro. La première étape fut franchie lorsque la ville a été déclarée

« *Municipal Council* » en 1956. Puis, suivant l'acte de décentralisation de l'Administration de 1972, le système de gouvernement local fut aboli dans l'espoir d'encourager le développement rural et de déplacer les pouvoirs de décision à l'échelle régionale. De plus, les frontières de la ville se sont étendues en 1979 pour atteindre une superficie de 58 km², et conformément avec les mesures de l'acte n°8 de 1982 du gouvernement local, la ville a été désignée comme municipalité en 1988 (sachant que le dernier échelon de la hiérarchie urbaine après celui-ci est la désignation comme cité : par exemple Arusha ou Dar es Salaam.).

L'expansion de Moshi est fortement liée avec le Kilimandjaro : de son nom à sa situation tout est expliqué par ce contexte historique en relation constante avec la montagne. La ville a été localisée sur une zone de contact entre la plaine et la montagne, pour permettre un développement plus aisé, alors qu'au début du siècle la plaine n'avait que très peu de rapports avec la montagne. C'est pourquoi ce chapitre de présentation historique est nécessaire pour la bonne compréhension de la géographie actuelle du Kilimandjaro, car l'histoire pose les bases des relations entre la ville et la montagne et explique en partie, ou du moins aide à l'explication de certains phénomènes. En effet, des réalités que l'on retrouve actuellement telles que les disparités socio-économiques entre planètes trouvent leurs bases dans le fait historique.

Ce chapitre illustre l'importance du contexte historique dont l'influence n'est pas négligeable de nos jours, puisque l'histoire des relations ville /montagne est très jeune et n'a à peu près qu'un siècle d'existence.

C'est surtout au cours de la période britannique que Moshi est devenue petit à petit le centre commercial du Kilimandjaro, car la ville était la « préfecture » (« *headquarters* » en Anglais) du district de Moshi de la province nord. De nos jours, elle est la « préfecture » de la région Kilimandjaro. Le processus historique pose les bases des rapports entre la ville et la montagne; mais aussi influence le système urbain naissant, qui s'est peu à peu structuré et organisé par rapport à ces données.

CHAPITRE II. LA VILLE RELAIS D'UNE MONTAGNE RICHE.

Le chapitre précédent présentait les facteurs déterminants de l'implantation de Moshi. Celle-ci ne s'est pas faite au hasard : sa place privilégiée de contact l'a amenée à en faire l'élément urbain le plus structurant du Kilimandjaro. Le chapitre qui suit sera consacré à une description et une explication des facteurs qui déterminent les relations avec la montagne. Les principaux facteurs sont liées à l'organisation du réseau des transports, à l'intégration de Moshi dans l'espace tanzanien et régional, mais aussi l'économie régionale. Ceux-ci s'articulent autour de deux grandes lignes conductrices liées à la situation de Moshi dans l'espace tanzanien et régional, à son rôle d'interface, qui en font une ville relais entre l'économie rurale montagnarde et l'économie urbaine.

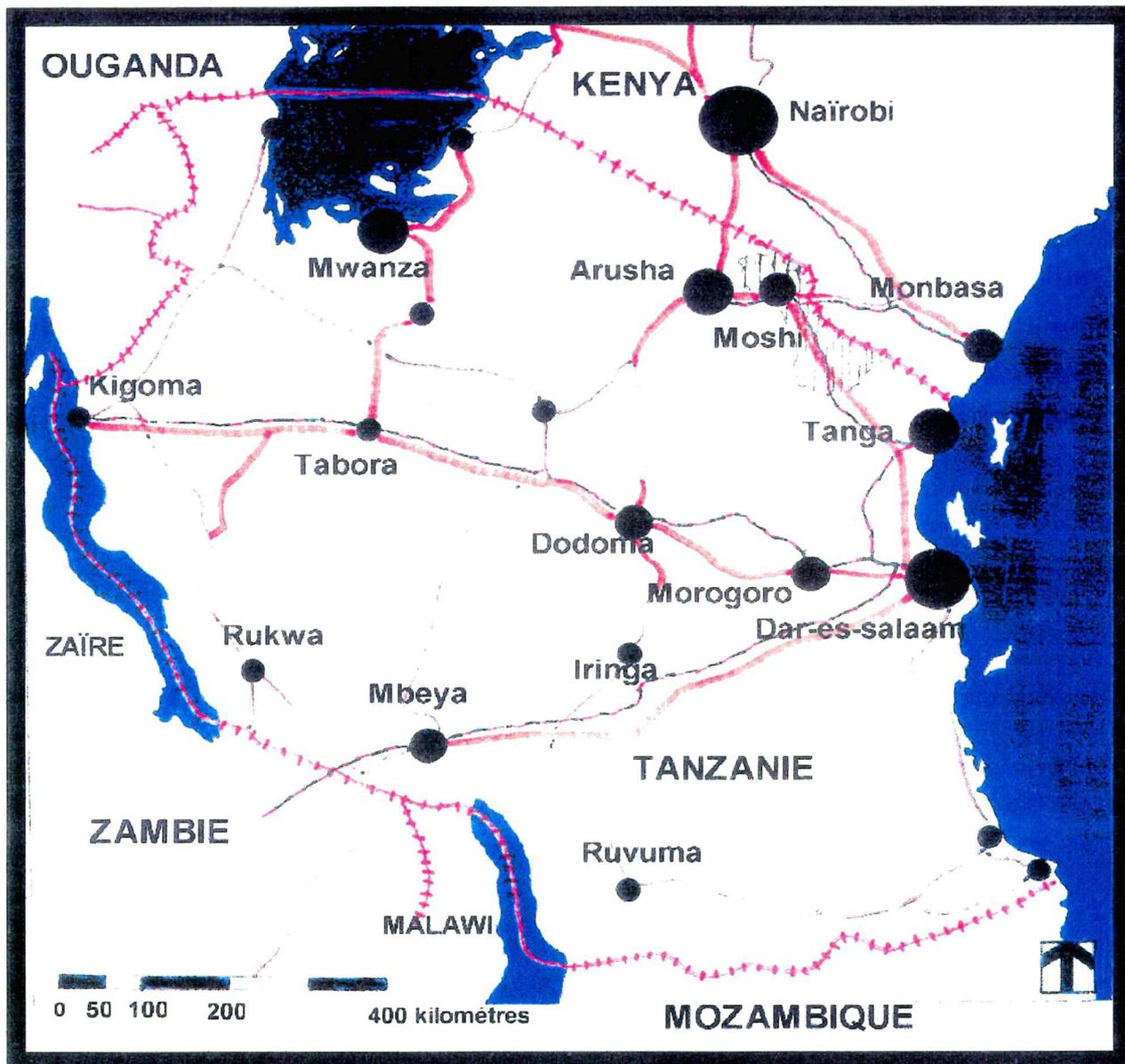
A. Une situation de relais intra- et inter-régionale favorable.

1. Une région intégrée dans un vaste réseau urbain.

La Région Kilimandjaro est située dans la partie nord de la Tanzanie jouxtant le Kenya au nord-est, la région de Tanga à l'est, d'Arusha à l'ouest et au sud. Elle est composée de six districts appelés Moshi urbain (« *Moshi municipality* »), Rombo, Hai, Mwanga, Samé et Moshi rural couvrant une superficie totale de 13336 km², comme l'illustre le document n°3. C'est la deuxième plus petite superficie régionale du pays après Dar es Salaam. Il s'agit d'une région très peuplée avec 83 habitants au km², et la troisième plus forte densité après Dar es Salaam (977 habitants au km²) et Mwanza (96 habitants au km²).

La situation frontalière de la région permet de nombreux échanges avec le Kenya, et donc des possibilités de développement plus variées avec des grands centres d'Afrique de l'Est, que dans des régions plus isolées. Le Kilimandjaro est caractérisé par une ouverture sur l'extérieur et à ceci

Document n°3.
LES PRINCIPALES VOIES DE COMMUNICATION EN TANZANIE.



LEGENDE : Pour le découpage territorial voir à la page n° 7.

1. Les communications.

-  Les routes principales.
-  Les routes secondaires.
-  Le chemin de fer.

Réalisation : PIOT Benoît.
 Sources : Moshi master plan &
 Nelles maps 1/500000, Tanzania.

s'ajoute de relativement bonnes infrastructures de transport. Moshi et la montagne sont reliées avec de grandes villes assez proches : d'une part Dar es Salaam, la capitale économique de la Tanzanie et l'un des plus gros ports d'Afrique de l'Est. La distance séparant les deux villes est d'environ 600 km et la durée du trajet peut ne prendre que 6 ou 7 heures, mais avec de nombreux risques de sécurité au vu et vécu de la rapidité et intrépidité des bus. D'autre part la deuxième ville du pays, Arusha, ne se trouve qu'à 80 km de Moshi et malgré sa grande taille par rapport à la ville du Kilimandjaro, offre des possibilités d'échanges et de développement favorables. Par exemple, l'usine *Bonite Bottle Coca-Cola* de Moshi trouve à Arusha l'un des plus importants marchés de consommation de sodas de Tanzanie. Du fait de sa situation et de son ouverture sur des villes d'importance, la région est bien intégrée dans l'économie et le réseau urbain tanzanien.

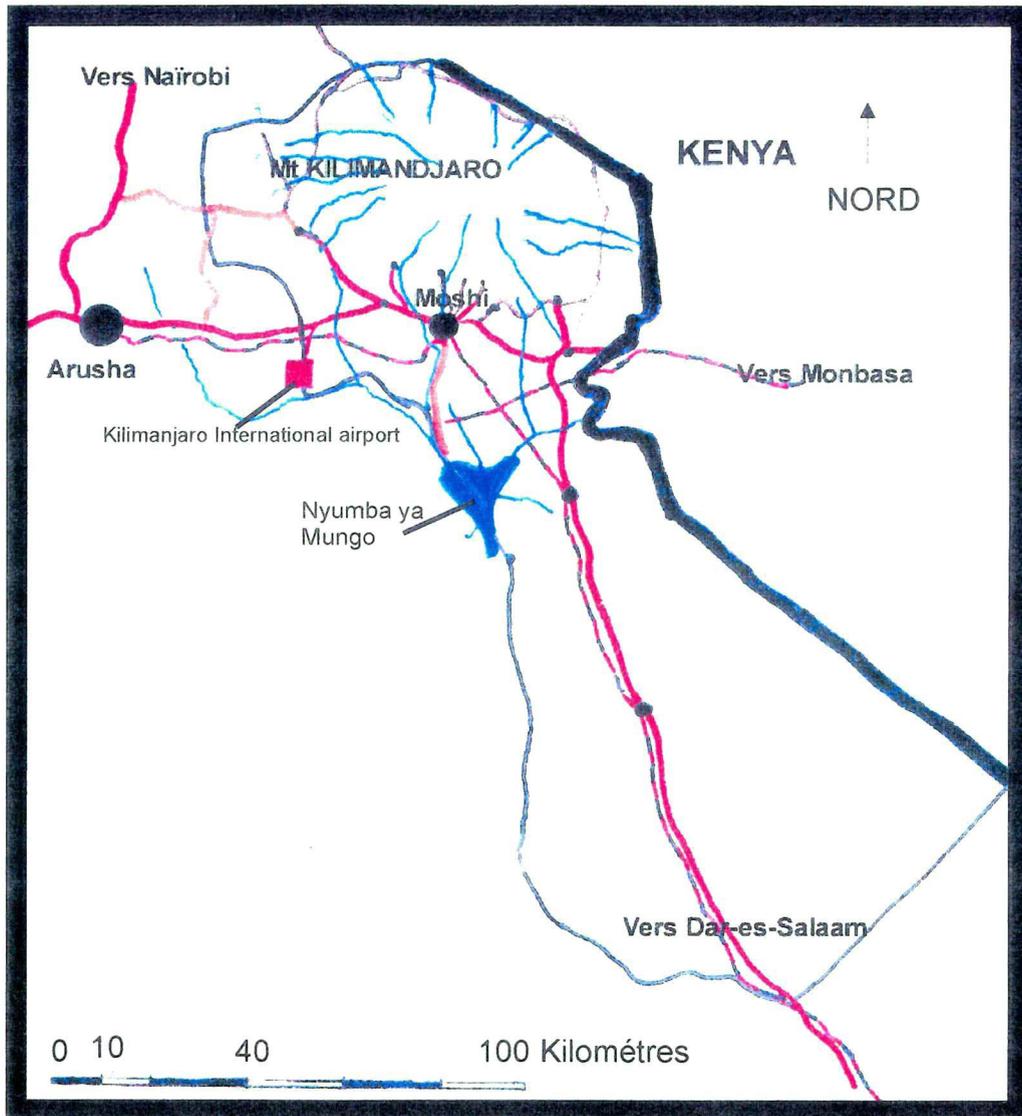
L'autre grand élément d'ouverture est d'échelle internationale puisqu'il s'agit de la plus importante et active ville d'Afrique de l'Est : Nairobi. Elle n'est qu'à 400 km de Moshi et d'un accès relativement aisé. Le Kenya étant un pays plus avancé dans la production et la consommation de produits manufacturés, les produits de Nairobi accèdent au Kilimandjaro sans grande difficulté. Une autre grande ville du Kenya, Mombasa célèbre pour son tourisme, n'est qu'à 250 km. Le massif volcanique du Kilimandjaro et la ville de Moshi se trouvent par conséquent dans la zone d'influence de grandes villes qui jouent un rôle important dans la structure des relations nationales et internationales. Ces propos sont illustrés par le document n° 3.

A travers cette description d'une situation très favorable quant à l'ouverture extrarégionale, on comprend aisément que la Région Kilimandjaro se trouve dans un espace privilégié d'Afrique de l'Est. Dans un rayon de 800 km sont localisés les centres les plus dynamiques de cette partie du globe. A cette situation régionale favorable se surimpose la structure de la région, dont Moshi canalise les relations et les flux. C'est l'idée de ville-relais de la montagne et de la région qui influence et influence toujours la structure et le fonctionnement urbain.

2. Une région bien intégrée dans les communications est-africaines.

Moshi se trouve sur une zone de contact entre différents pôles économiques. Mais aussi à l'échelle régionale en concentrant le réseau routier vers elle, comme l'illustre le document n° 4 ; elle se place comme un

LES VOIES DE COMMUNICATION DANS LA REGION KILIMANDJARO.



LEGENDE :

1. Le découpage territorial.

 Frontière internationale.

 Frontières régionales.

2. le réseau hydrographique.

 Lac.

 Les principales rivières.

3. Les voies de communications.

 Routes principales et goudronnées.

 Pistes en terre.

 Chemin de fer.

Réalisation : PIOT benoit.
Sources : Moshi Master Plan 1994/2004.

élément structurant de l'espace régional et montagnard et de relais en raison de sa situation sur des axes internationaux. A cela s'ajoute la concentration locale du réseau routier autour de Moshi. Cette région possède des infrastructures relativement bonnes, comparées au reste du pays, bien qu'il existe de nombreuses lacunes dans son organisation et son fonctionnement.

Ce réseau de communications comporte le chemin de fer, des pistes et des routes goudronnées, ainsi qu'un aéroport international. En ce qui concerne les routes, la ville est desservie par une route goudronnée nationale allant de Dar es Salaam à Nairobi, et est un des axes majeurs dans l'espace tanzanien. D'après le directeur de la Chambre du Commerce et de l'Industrie, plus de 100 bus et camions utilisent cette route quotidiennement, depuis et vers les autres parties de la Tanzanie. Plusieurs compagnies privées opèrent à l'intérieur et autour de la municipalité de Moshi en reliant tous quotidiennement tous les centres majeurs de la région. A titre d'exemple, une interview d'un transporteur de la compagnie *SHABAHA* (à Moshi) a révélé que la compagnie possède 4 bus de 65 places. Le trajet parcouru est celui de Dar es Salaam à Arusha en passant par Moshi et inversement. La répartition se fait de la manière suivante : tous les matins 2 bus partent au départ de Dar es Salaam et 2 bus au départ d'Arusha. Le prix est de 6000 Tsh alors que le salaire moyen avoisine 35000 Tsh/mois. En général ces bus sont originaires de Dar es Salaam. Moshi joue le rôle d'étape vers Arusha, mais aussi vers Nairobi, Mombasa et Mwanza. Quelques compagnies de bus opèrent depuis Moshi vers des villes comme Singida, Dodoma, Mbeya et Tanga.

En ce qui concerne les transports régionaux, ces entreprises proposent des trajets depuis la municipalité jusque vers les autres districts comme Rombo, Moshi rural ou Hai. Les transports en commun urbains opèrent à l'intérieur des frontières de la municipalité. Quelques uns desservent aussi les alentours d'Arusha Chini et de Kahe en dehors de la municipalité de Moshi. Le document n° 4 illustre très bien la disposition du réseau routier à l'intérieur de la Région Kilimandjaro et autour de la ville de Moshi. Lorsqu'on est sur le terrain, le va-et-vient bruyant des bus se fait très vite remarquer d'autant plus qu'ils roulent très rapidement : 24 personnes peuvent contenir dans un « *Daladala* ». En conséquence, un des atouts de cet endroit est la possibilité pour les biens et les personnes d'accéder assez facilement à la ville par l'intermédiaire des routes goudronnées. D'après une enquête de la municipalité de Moshi (*Moshi master plan 1994-2014*) faite en 1995, 290 bus fonctionnent à l'intérieur et aux alentours de Moshi pour relier la ville et la montagne.

A ceci s'ajoute l'aéroport international du Kilimandjaro (K.I.A) qui se trouve à seulement 30 minutes de voiture de Moshi et à mi-chemin sur la route Moshi-Arusha. Des compagnies privées et publiques utilisent cet aéroport, qui l'un des deux seuls aéroports internationaux de Tanzanie

(l'autre étant à Dar es Salaam). D'où une situation très privilégiée car la montagne et la ville sont en rapport direct avec le reste du monde. Nous avons utilisé cet aéroport pour nous rendre sur le terrain. De plus comme nous l'avons vu dans le chapitre consacré au contexte historique, Moshi est dotée de l'une des premières gares construites en Tanzanie. Par conséquent, la ville est aussi connectée au réseau ferroviaire est-africain. Mais la concurrence avec la route fait que le train ne transporte plus de passagers depuis Novembre 1997, comme nous l'a expliqué un conducteur de locomotive à la retraite. Cette ligne n'est rentable que pour les marchandises et n'intéresse plus les passagers. Cependant, malgré des transports et des infrastructures relativement efficaces, de nombreux dysfonctionnements existent dans ce système.

3. Les dysfonctionnements des transports inter-régionaux.

Les transports publics ne se font pas en harmonie totale avec les besoins de la montagne. Notamment durant les fortes pluies quand les pistes de la montagne sont boueuses et glissantes, les personnes rencontrent alors des difficultés pour se déplacer. Seul un bon 4X4 et un chauffeur qui connaît bien le terrain peuvent y réussir avec quelques difficultés (document n°5). Mon expérience personnelle des problèmes de transports me permet de l'affirmer, après le vécu de quelques situations pittoresques et marquantes liées aux aléas du terrain et aux caprices du climat.

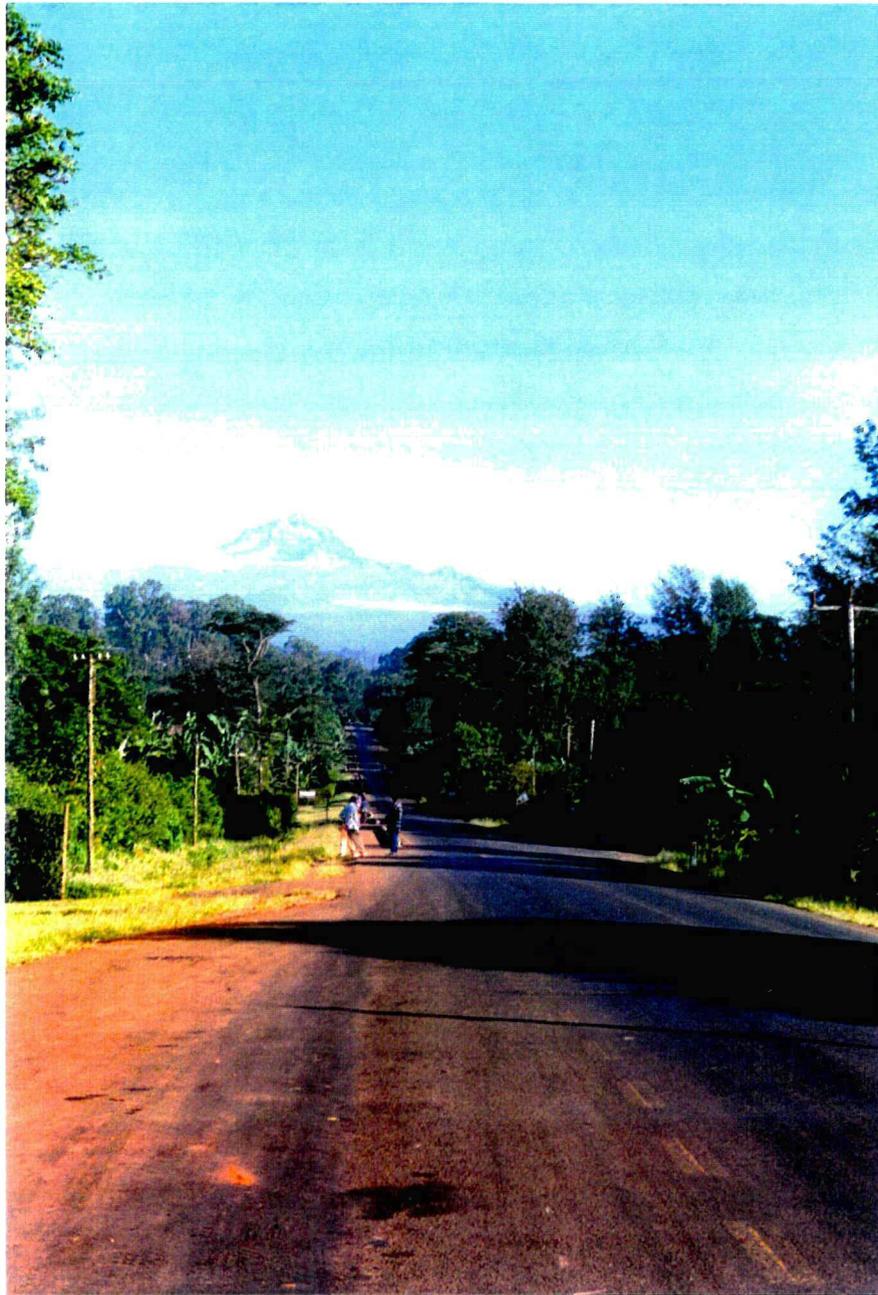
D'après le Moshi *master plan 1994-2014*, plusieurs analyses montrent que le plus gros problème de déplacement vient du manque de transports publics pour 66% des personnes interrogées, d'un réseau routier pauvre pour 25,8% des personnes, alors que la longue distance de marche pour joindre les transports publics ne compte pour que 8,2% seulement. Ces données sont tirées d'une enquête faite par le conseil municipal en février 1995 (*Field surveys*) sur un échantillon de 643 personnes. En fait, la répartition des liaisons en bus entre les différentes planèzes et la ville n'est pas égalitaire. Ce facteur d'isolement de certains « *wards* » urbains et de villages montagnards est surtout fonction de l'état des routes par rapport à la rentabilité du voyage. Ce phénomène a une forte incidence sur les relations ville/montagne, car il montre une hétérogénéité dans ces rapports. Par exemple, à travers des enquêtes personnelles réalisées sur différentes

planèzes, certaines personnes vivant à 16 km du centre ville sur la planèze de Mbokomo ne peuvent accéder à Moshi qu'en marchant 1 ou 2 heures par temps de pluie ; et quand les conditions climatiques sont plus clémentes, ils ne peuvent trouver que quelques moyens de locomotion motorisés très irréguliers. Le plus souvent les allées et venues se font à pied. Alors que, comme le montre le document n° 6, une planèze reliée à la ville par une route bitumée permet aux habitants de Machame ou de Uru de se rendre à Moshi très facilement par tous temps et avec une grande régularité. Ceci implique tout naturellement des différences dans les relations avec la ville suivant la planèze où l'on habite.

L'influence des transports et des communications est prépondérante dans l'organisation des relations ville/montagne puisque la maîtrise de l'espace géographique détermine ces rapports. C'est pourquoi on peut parler des relations entre la ville et « les montagnes » plutôt que des relations entre la ville et la montagne. Cette idée est très importante car son impact sur la géographie du Kilimandjaro est primordial comme nous le reverrons dans la deuxième partie. Ce concept recoupe l'influence du fait historique pour aboutir à l'individualisation de planèzes développées et de planèzes enclavées.



Document n°5 : une piste de montagne à Mbokomo après de forte pluie.
Cliché : PIOT benoît.



Document n° 6 : La route de Marangu.
Cliché : PIOT benoît .

B. La ville d'une montagne productive.

La municipalité de Moshi est située dans une zone agricole fertile où le café est la première culture commerciale alors que les bananes, le maïs et les haricots sont les principales cultures de consommation des habitants de la région. Ceci est remarquable sur le terrain où la présence du caféier se traduit partout dans le paysage au travers des grandes exploitations « *estates* » et de la marque qu'il laisse dans la ceinture banane/café, mais aussi urbain. Par exemple parmi les plus gros et les plus visibles des bâtiments du centre ville figure celui de la K.N.C.U (*Kilimandjaro Native Cooperative Union*). L'économie urbaine de la ville ne peut pas être comprise dans sa globalité sans aborder l'économie régionale. C'est pourquoi dans un premier temps il faut souligner le fait que se soit une région riche, afin d'ensuite mieux appréhender son agriculture productive et diversifiée, facteur de cet enrichissement.

1. Une riche région de Tanzanie.

L'histoire nous a montré que les Chagga ont très bien réussi à s'adapter aux exigences coloniales en s'impliquant dans la culture du caféier. Dès l'indépendance cette agriculture était la principale source de revenus et d'enrichissement pour la région. Ce fait a pour conséquence d'en faire une des régions les plus prospères du pays, et qui continue à le rester comme l'illustre le document n° 7.

Année	P.I.B en millions	P.I.B par habitant	P.I.B national en million
1987	3357	3718	200 377
1988	4666	4219	
1989	5386	4770	
1990	8721	7566	
1991	14840	12612	
1992	17297	14402	665 976

Document n°7 : Le P.I.B régional au taux de 1987 de la région Kilimandjaro (en Tsh).

Source : Kilimandjaro Regional Statistical Abstract, 1993.

Le P.I.B de la région était de 3 357 millions Tsh en 1987 ce qui représentait environ 1,67% du P.I.B de tout le pays pour la même année. Il a atteint 4 666 millions de Tsh en 1988 pour culminer à 17 297 en 1992. Le P.I.B régional n'a cessé de croître entre les années 1987/88 et 1992 (2,59% du P.I.B national), ceci signifiant que la région continuait son développement malgré les grands bouleversements économiques de la moitié des années 1980. D'une économie tournée vers le bloc de l'Est et le socialisme à l'africaine (*Ujamaa*), la Tanzanie a dû s'aligner sur la mondialisation et subir une politique de réajustement structurel sous les conseils du Fond Monétaire International (F.M.I) et de la Banque Mondiale (B.M). Malgré les sévères restrictions économiques induites de cette ouverture sur l'économie mondiale, la Région Kilimandjaro continue à augmenter son revenu annuel.

Il en est de même pour les particuliers, comme l'illustre le document n°7, puisque le P.I.B par habitant du Kilimandjaro a aussi enregistré une augmentation positive durant la période 1987/1992. D'après le *Moshi master plan 1994-2014*, le P.I.B par habitant de cette région figure parmi les plus élevés du pays. Dans ses relations économiques avec la montagne et la ville de Moshi (en tant que relais commercial), cette dernière joue un grand rôle en contribuant fortement au P.I.B régional et par habitant. En effet, comme il sera expliqué dans la troisième partie, Moshi concentre une grande partie des activités commerciales de la montagne, et est un point de passage obligé pour les flux monétaires.

Malgré cela, la Tanzanie reste l'un des pays les plus pauvres d'Afrique ; il faut donc relativiser le fait qu'elle soit une région riche. Car même si elle possède un P.I.B élevé pour le pays, de nombreuses personnes sont pauvres et essaient d'autosubsister aussi bien en ville que sur les versants du Kilimandjaro. Par contre, un des atouts principaux de son économie réside dans son agriculture variée et productive.

2. Une région productive.

Les versants sud et sud-est du massif volcanique ont trois atouts. Les deux premiers sont d'ordre physique, puisque d'une part la pédogenèse sur ce substratum volcanique a formé un sol très fertile, et d'autre part ces versants reçoivent entre 800 et 2000 mm de précipitations suivant l'altitude, car ils sont exposés aux flux atmosphériques chauds et humides de l'océan Indien. Le dernier atout réside dans la population, connue pour son très grand dynamisme. Par conséquent l'ensemble de ces conditions font qu'il

s'agit de la première région productrice de café en fournissant plus de 50% de la production nationale. Cette région de culture commerciale a une production variée comme le montre le document n°8

Cultures	Année					Taux de croissance en %*
	1986/87	1987/88	1988/89	1989/90	1990/91	
Coton	445	513	346	569	569	27,9
Cardamon	48,5	5,14	6	10	11	-77,3
Café	16500	19526	19520	16580	16584	0,5
Blé	1250	1250	895	1275	4510	260,8
Tournesol	265	336	615	1870	1524	475,1

Document n°8 : Ventes de cultures commerciales par production pour la région Kilimandjaro de 1986/87 à 1990/91 (en tonnes).

Source : Kilimandjaro Regional Statistical Abstract 1993, table G.3.

* Entre les années 1986/87 et 1990/91.

Les ventes de café apportent à la région plus de revenus que les autres productions agricoles de rente. Malgré cela, cette culture n'a pas fait l'expérience d'une augmentation sensible de la production entre 1986 et 1991. Les productions de tournesol et de blé, quant à elles, ont connu une forte croissance. En fait, la production des cultures commerciales se diversifie. Depuis la chute des prix du café dans les années 1980, les cultivateurs tentent de diversifier leur production afin d'équilibrer leurs revenus. Ceci se traduit par une plus grande diversité dans les productions et donc par une augmentation globale des revenus liés aux cultures commerciales. L'impact de ces productions sur le système urbain renforce les liens existant entre Moshi et le Kilimandjaro, la montagne produisant le café et la ville le transformant dans ses industries pour ensuite le redistribuer, ceci essentiellement au travers d'une coopérative puissante, la *Kilimanjaro Native Cooperative Union* (K.N.C.U). Cet exemple montre que la nature des liens ville/montagne est cruciale pour le développement économique. Moshi et la montagne se sont enrichies par le café, grâce aux interactions existant entre les deux zones géographiques.

Mises à part les cultures commerciales axées sur l'exportation, la région du sommet de l'Afrique produit une large gamme de cultures de consommation, illustrée sur le document n°9. Même si l'exactitude de ces statistiques n'est peut être pas fiables, ce qui est impossible à prouver, cela donne une idée de la part de représentativité de chaque culture. Tout de même, cette agriculture de consommation possède une palette de cultures étendues. Les neuf principales productions régionales ont presque toutes enregistrées une hausse sur la période 1986/87 à 1990/91, à l'exception du sorgho. Plusieurs raisons expliquent ce fait. D'une part, l'impact de la pression démographique pousse les paysans à intensifier leur agriculture

par une diminution des surfaces cultivées sur leur exploitation, et l'intensification grâce à la modernisation et à la distribution d'intrants nouveaux à partir de Moshi. D'autre part, la montagne doit être capable de fournir l'approvisionnement des citadins dont le nombre croît. L'agriculture du Kilimandjaro s'adapte aux nouvelles conditions en n'augmentant pas de façon significative les cultures de commercialisation, mais en renforçant les cultures de consommation afin de répondre à la demande du grand centre urbain régional. Au travers de cette argumentation Moshi ressort comme la ville marché et relais du Kilimandjaro ; d'autant plus qu'il s'agit de la plus forte concentration de population du secteur avec un potentiel de 150 000 consommateurs quotidiens.

Culture	Année					Taux de croissance
	1986/87	1987/88	1988/89	1989/90	1990/91	
Maïs	37000	130000	11900	141000	86000	132,4
Blé	1000	1000	500	1400	4500	350
Sorgho	700	1000	3700	800	600	-14,3
Riz	14900	10800	24900	25100	26000	74,5
Haricots	11400	18500	25000	20800	31000	171,9
P. de terre	20000	11900	36000	43500	22000	10
Patates douces	51600	59000	59000	56600	59000	14,3
Manioc	2600	3900	14300	9550	11000	323,1
Tournesol	300	400	600	1870	2500	733,3

Document n°9 : la production des principales denrées alimentaires de la région Kilimandjaro (en tonnes).

Source : Kilimanjaro Regional Statistical Abstract, 1993.

3. Les caractéristiques d'une ville-relais.

En effet d'après Rondinelli (1993), les villes marchés et les petits centres urbains en Afrique jouent un rôle crucial dans la production, la distribution et la commercialisation agricole, mais aussi en fournissant des services et des infrastructures. La partie précédente illustre le changement d'orientation agricole induit par l'expansion de la ville. Cette dernière structure utilise une partie du réseau de commercialisation en fournissant les bases des produits vendus. Sans cette intégration, le commerce des produits agricoles est seulement limité à quelques marchés périodiques dans lesquels les fermiers n'ont pas accès à un circuit

commercial plus vaste et élaboré. A cause de son intégration dans un réseau urbain et dans un réseau routier de relativement bonne qualité, Moshi possède les avantages d'une ville relais.

Il faut souligner le fait qu'elle a le potentiel de générer des opportunités d'emplois non agricoles, facilitant le développement agricole en offrant les conditions nécessaires à une diversification du tissu économique. L'augmentation des revenus procurés par le secteur agricole crée une demande de biens de consommation de la part des ménages, qui sont alors produits en ville et distribués en montagne. Par exemple la consommation de sodas et de bière est très forte dans toute la montagne. Ces produits sont fabriqués dans la zone industrielle de Moshi, puis sont ensuite redistribués par camions dans la montagne. Les tournées se font deux fois par semaine pour chaque planète.

Ce chapitre a démontré que Moshi et la montagne sont étroitement liées, du fait de la configuration générale de la région. Sur le plan des infrastructures et de l'économie, Moshi est le point central de la montagne. Dans le chapitre suivant cette idée sera renforcée, car Moshi est présentée comme la ville des Chagga et définie comme une ville montagnarde.

CHAPITRE III. UNE VILLE MONTAGNARDE CHAGGA.

Comme il a déjà été indiqué précédemment, Moshi concentre vers elle les réseaux de communications. C'est donc un point central des mouvements de la région et de la montagne, et ceci s'illustre au travers de trois grands traits explicatifs. En effet, c'est une zone de peuplement dense où la ville concentre la population urbaine du Kilimandjaro, ce qui en fait une ville jeune et chagga. L'explication de ces faits démontre que Moshi est une ville montagnarde et chagga, l'ethnie du Kilimandjaro qui vit entre 1000 et 1800 mètres sur le versant sud et est.

A. LA POPULATION URBAINE DU KILIMANDJARO.

1. Une montagne densément peuplée.

La population de la région Kilimandjaro n'a cessé de s'accroître depuis le milieu du siècle. Le nombre de résidents est passé de 652 722 en 1957 à 902 437 en 1967 pour atteindre 1 108 699 en 1988, ce qui correspond respectivement à 5,5%, 5,3% et 4,8% de la population totale tanzanienne. Le mont Kilimandjaro est une partie du long axe de concentration de population qui s'étend de Tanga, Korogwe et Lushoto, jusqu'à Moshi et Arusha. Les raisons essentielles de ces hautes densités incluent de riches ressources naturelles comme une bonne terre arable, de bonnes ressources en eau, etc..

Le taux d'accroissement démographique de la région était inférieur à celui de la nation de 1967 à 1988 comme le montre le document n°10. En fait, malgré l'accroissement démographique, la Région Kilimandjaro a une

population qui s'accroît moins que celle de la moyenne nationale. Comparée à cette dernière, on peut dire que la région connaît une diminution démographique. Ce rare phénomène de diminution de population est en grande partie induit par la pression démographique qui pousse beaucoup de migrants à quitter la région, par manque de terre. D'autre part « *la région est parmi les plus éduquée et beaucoup de personnes éduquées ont migré pour travailler dans les autres parties du pays* ». Et aussi une diminution du taux de fécondité est née de l'introduction de la contraception parmi la population jeune et instruite.

	POPULATION			TAUX DE CROISSANCE	
	1967	1978	1988	1967/68	1977/78
Population de la région Kilimandjaro	652 722	902 437	1 108 699	2,9	2,1
Population totale Tanzanienne	1 195 8654	17 036 499	23 371 000	3,2	2,8
% de la population régionale/Tanzanie	5,5	5,3	4,8		

Document n°10 : La population du Kilimandjaro et de la Tanzanie 1967-1988.

Source : Recensements de population 1967, 1978, 1988.

Comme il a été précédemment énoncé dans le chapitre II, c'est l'une des trois régions qui a plus de 80 habitants au km² en 1988 alors que les densités des autres régions oscillent entre 50 et 10 habitants par km² (pour la même année).

Il s'agit d'une région densément peuplée mais la répartition est inégale dans l'espace. Le document n°11 montre très bien la tendance à la concentration vers la montagne du Kilimandjaro, ceci étant essentiellement expliqué par l'histoire de la montagne : un peuplement ancien installé dans un îlot sain avec de bonnes terres arables. Les quatre districts entrant dans la zone d'étude (Hai, Rombo, Moshi urbain, Moshi rural) totalisent à eux seuls 75,5% des habitants. Désormais les personnes tendent à se concentrer dans les districts urbains. Ainsi, comme il a été mentionné plus haut, le taux d'accroissement régional exprime un certain déclin entre les deux recensements. Le tableau n°11 montre que tous les districts font l'expérience d'un déclin de leur taux de croissance à l'exception de

Mwanga et Moshi urbain qui passent respectivement de 3,0 et 6,2% à 4,7 et 6,4%.

Nom du district	Population		Taux de croissancee		Superficie Km ²	Densité	
	1978	1988	1967/78	1978/88		1978	1988
Rombo	157715	200859	2,9	2,4	1482	106,4	135,5
Hai	172444	200136	3,5	1,3	2369	76	34,5
Moshi rural	312041	342553	2,3	1,9	1529	204,1	216
Moshi urbain	52223	96838	4,7	6,4	56,8	916,3	1704,9
Total	694423	840386	3,35	3	5436,8	325,7	522,73
Mwanga	60249	98260	3	4,7	2170	27,1	45,2
Same	147942	170053	3	1,4	5730	25,8	29,7
TOTAL	902437	1108699	2,9	2,1	13336,8	67,7	83,1

Document n°11 : La densité et la distribution de la population du Kilimandjaro par district.

Source : Recensements de population de 1978 et 1988 & profil régional de 1988.

Les densités de population des districts varient en fonction de leur localisation, de leur superficie et des mouvements migratoires. Au travers de la distribution régionale de la population, la tendance à se concentrer de plus en plus dans les zones urbaines se confirme. L'exemple de la municipalité de Moshi le démontre de façon évidente, puisque c'est un district d'une petite superficie de 56.8 km² avec une très haute densité de 1794,9 habitants au km² en 1978 et de 3332,5 en 1988. Au total 12% de la population des districts montagnards (en rouge dans le document n° 11) se concentrent à Moshi et ce phénomène perdure puisque actuellement la ville possède 150 000 habitants, soit 2640,48 habitants au km², mais avec un accroissement de la superficie urbaine décidé en 1988.

La baisse du taux d'accroissement naturel des districts montagnards profite à la municipalité qui continue d'attirer les montagnards. Ceci est en partie dû à la pression démographique existant dans la ceinture café/banane, qui force les chagga à quitter la montagne. Il est notable qu'une grande partie des mouvements migratoires de la montagne se dirige vers Moshi.

2. Des migrations anciennes vers Moshi.

Comme dans le cas de beaucoup d'autres régions en Tanzanie, le Kilimandjaro n'est pas une exception en ce qui concerne son taux de croissance de la population urbaine. Cette dernière a augmenté de 125 747 en 1978 à 263 271 en 1988. La contribution de la région à la population urbaine tanzanienne était de 5,2% et 5,8% en 1978 et 1988 (sources : *Moshi master plan 1994-2014*). La population du Kilimandjaro tend à plus s'urbaniser que dans les autres régions puisque son pourcentage par rapport à celui de la nation a augmenté en 10 ans.

La distribution par district de la population urbaine pendant la période 1978 à 1988 est montrée sur le document n°11. Le district de Moshi urbain est le centre urbain de la région : en 1988 la contribution de cette municipalité à la population urbaine du Kilimandjaro est plus forte qu'en 1978. Ceci s'explique, en dehors de l'accroissement naturel, de la façon suivante. Les fermes de sisal établies dans les années 1950, qui entouraient alors le site actuel de Moshi, attiraient des personnes qui venaient vivre à l'intérieur de la ville. L'ouverture d'industries, telles que pour la transformation du café, et la *Tanzanian Plantation Company*, construites pendant les années 1960, contribuèrent à la croissance de la ville. En effet, les jeunes montagnards migraient en ville pour trouver des emplois. De plus les tendances passées montrent que le taux d'accroissement de la ville a atteint sa plus forte valeur en 1967, quand il atteignit 7%, correspondant à la période où la politique des « *growth centers* » démarra en liaison avec la construction d'industries, de telle façon que de nombreuses personnes fussent attirées par la ville. Mais ceci eut aussi pour but d'entraîner une diversification de l'économie rurale montagnarde, et entraînait dans un cadre pour faire baisser les fortes pressions démographiques qu'exerçaient un effet limitatif sur les ressources de la terre (RUGUMANU & KISHIMBA, 1993). Dans l'ensemble, l'impact de la pression démographique n'est donc pas seulement limité à des modifications de l'utilisation du sol (MBONILE, 1997) et à la dégradation des terres. Cela a aussi conduit à une émigration et une diversification des activités économiques pour soulager de la pression les ressources de la terre.

Les statistiques de 1995 révèlent aussi que ce sont des migrations anciennes qui subsistent de manière moins forte. Un grand pourcentage de ces migrants sont arrivées avant 1975, suivis par ceux qui vinrent entre 1976/1980 et 1986/1990 qui dans les deux cas comptent pour 13.5% des

résidents. Tout ceci montre un déclin du nombre des migrations vers Moshi pour les dernières années. Les enquêtes personnelles et les données de la municipalité montrent que 50,8% sont venus pour trouver des opportunités d'emploi et que 20,2% résident dans cette ville par transfert. Les autres sont venus pour d'autres raisons telles que les mariages, les affaires (Moshi Master Plan 1994-2004).

B. Une ville jeune et montagnarde.

1. Moshi, la ville des Chagga.

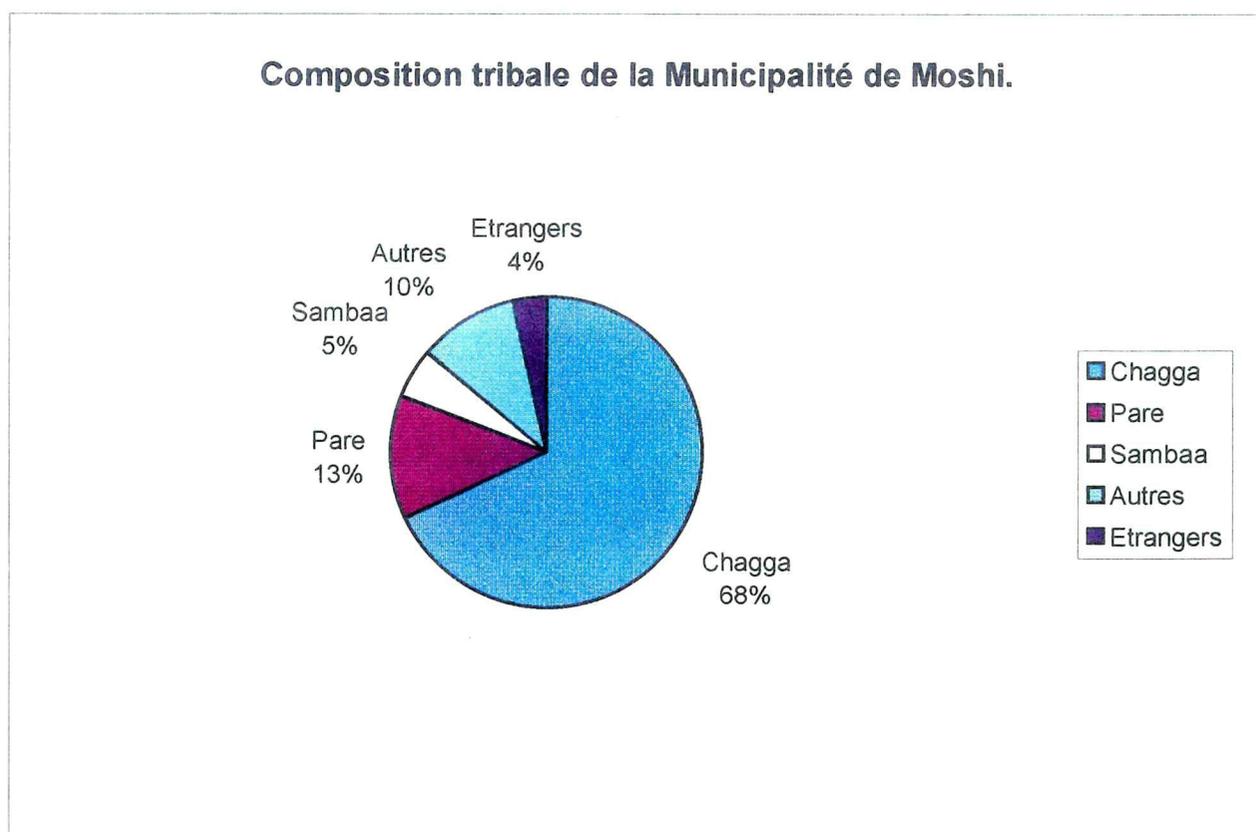
Au travers de la composition ethnique de Moshi, il est évident que celle-ci est surtout habitée par l'ethnie du Kilimandjaro. Une forte majorité chagga constitue 68,5% de la population urbaine. La partie précédente a révélé qu'ils étaient issus pour la plupart du mont Kilimandjaro ou natifs de la ville. Une autre ethnie de la région (originaire du district de Same) représente 12,7% des citoyens. Il s'agit de la tribu des Pare. Au total 79,8% des urbains sont originaires de la région, dont une grande partie de la montagne (document n°12).

Quant aux ethnies extérieures à la région, elles ne représentent que 15,6% des habitants de la municipalité. Dans le détail, 5,3% sont des Sambiaa (de Lushoto, dans la région de Tanga), et dans l'ordre décroissant les autres groupes tribaux sont : les Zigna d'Handeni dans la région de Tanga, les Rangi de Kondea à Dodoma et les Bondeni de Muheza dans la région de Tanga. Les étrangers aux pays ne concernent qu'une petite partie des résidents : 3,6%.

En résumé, la population de Moshi est surtout composée par des personnes originaires de la Région Kilimandjaro et des régions périphériques (Dodoma et Tanga). Comme cela est observable sur le terrain, les étrangers ne représentent qu'une infime partie. En effet, il est rare de croiser des Européens ou autres dans les rues de la ville, alors qu'à 60 km de là à Arusha ils sont très nombreux. Le fait que Moshi soit une ville essentiellement chagga renforce ses liens avec le Kilimandjaro. Car une grande partie des citoyens ont leurs racines sur les versants de la montagne. Comme nous le verrons ultérieurement, ce phénomène a de fortes incidences sur les relations d'entraide et de solidarité dans les familles où une partie vit à Moshi et l'autre dans les villages de montagne. En parlant avec les Chagga, ils s'identifient encore souvent par rapport à leur planète d'origine, par exemple de Machame ou d'Uru Est. Même

s'ils habitent depuis toujours en ville, ils s'identifient par rapport aux clans parentaux. L'influence de la montagne reste forte au niveau culturel puisqu'une majorité des résidents de Moshi sont des montagnards. En effet, tous les commerces ferment à la tombée de la nuit et seuls quelques restaurants de quartier restent ouverts. Les Chagga sont très calmes, et ne sortent de chez eux que très rarement le soir venu. Cet élément culturel montagnard donne un trait caractéristique à la vie nocturne urbaine; à notre grand désespoir certaines nuits étaient trop calmes. Etant une ville essentiellement chagga, le rythme de Moshi se calque sur le quotidien des montagnards, et est en quelque sorte une production de la société chagga puisqu'elle est surtout influencée par la culture du Kilimandjaro.

Tribus	Chagga	Pare	Sambaa	Autres	Etrangers
% de la population	68,1	12,7	5,3	10,3	3,6



Document n°12 : La composition ethnique de la municipalité de Moshi.
Source : Moshi municipality socio-economique survey, 1995.

2. Une ville jeune.

D'après le recensement de population de 1988, la distribution par âge montre que les enfants (0-4 ans) composent 15,9% de la population régionale, les 5-14 ans représentent 31% ; les adolescents de 15-19 ans ne concernent que 11,7% de la population totale. Les personnes en âge de travailler (20-54 ans) sont les plus nombreuses, regroupant 32,8% de la population régionale comme l'illustre le tableau 13.

Age	% Régional	% de la Municipalité
0-4	15,9	13,5
05-14	31	24,4
15-19	11,7	13,3
20-54	32,8	44,1
55 et plus	8,6	4,7
TOTAL	100	100

Document n°13 : Distribution par classes d'âge de la population de la Région Kilimandjaro et de la Municipalité de Moshi en 1988.

Source : Kilimandjaro regional profil. Population census, 1988.

La ville regroupe plus de personnes de la classe d'âge des actifs que la région, et ceci concorde avec les motivations des migrants qui veulent trouver un emploi en ville. Dans les relations avec la montagne, Moshi capte une grande partie des mouvements migratoires des personnes en pleine force de l'âge. « Dans Moshi urbain seulement la population active excède (15--64 ans) 50% de la population totale, ce qui est le résultat d'une importante migration régionale de cette population vers la ville de Moshi » (Mbonile M.J., 1997).

En effet d'après le tableau ci-dessus, on peut déduire que le groupe d'âge des actifs urbains est plus élevé que pour les autres classes d'âge de la région. De plus la jeunesse apprécie les lieux actifs où l'on peut passer plus inaperçu et construire une nouvelle vie. Surtout pour les personnes cultivées qui dès les études secondaires doivent trouver un enseignement hors du village. En canalisant une grande partie de ces fonctions, la municipalité s'impose tout

la hiérarchie sociale. Il était courant lors des interviews en ville, de rencontrer des jeunes originaire du Kilimandjaro essayant de trouver un travail et des revenus mais y réussissant médiocrement. Comme le souligne Mbonilé (1997), les plus éduqués occupent des postes majeurs dans le secteur privé et public et ceux qui ont reçu peu d'éducation sont absorbés par le secteur informel, où ils travaillent comme cireurs de chaussures, réparateur de montre, etc...

En général, une ville jeune est synonyme d'active car elle dispose d'une forte main d'oeuvre. Mais la conjoncture économique tanzanienne ne permet pas de répondre à tous ces postulants pour un travail. Comme nous le verrons plus tard dans la deuxième partie, un grand nombre de personnes essaie d'autosubsister. Ainsi que de nombreuses villes des pays en voie de développement, Moshi est un « *el dorado* » au yeux des jeunes gens de la montagne qui peut promettre de nombreux désenchantements.

En résumé, cette première partie s'est attachée à démontrer que Moshi et le Kilimandjaro sont étroitement liés. Tout d'abord l'histoire de la ville et celle de sa montagne ont beaucoup d'interactions depuis l'époque coloniale. La volonté des Européens était d'implanter un centre économique et administratif afin de mieux intégrer cette région de café dans l'agriculture commerciale. A la décolonisation l'héritage de cette structure a été conservé et utilisé. Moshi s'était alors imposée comme la ville du Kilimandjaro.

Sa localisation d'interface entre la plaine et la montagne lui offre une situation privilégiée de relais. A partir de la ville au travers de la structure du réseau routier et de transport, le Kilimandjaro est en relation avec le reste du pays, de l'Afrique et du monde. A ceci s'ajoute le fait que c'est une région relativement développée de Tanzanie ; ainsi la ville contribue au développement de la montagne et la montagne à celui de la ville. D'où une interdépendance très forte entre ces deux éléments.

D'autant plus que le dernier chapitre souligne le fait qu'il s'agit d'une ville composée essentiellement de Chagga. C'est pourquoi malgré sa position intermédiaire entre la plaine et le massif volcanique, c'est une ville sous l'influence des montagnards : UNE VILLE MONTAGNARDE.

Après avoir exposé les bases régionales qui montrent les interactions entre les deux éléments de l'étude; la deuxième partie va analyser le système de ces relations au travers des marchés du Kilimandjaro, afin de mieux appréhender la nature de ces relations ainsi que ses limites.

DEUXIEME PARTIE. L'ANALYSE DES RELATIONS VILLE/MONTAGNE A TRAVERS L'ETUDE DU SYSTEME DES MARCHES DU KILIMANDJARO.

Dans toute l'Afrique les marchés ont un rôle essentiel aussi bien économiquement que socialement parlant. C'est un lieu d'échange de produits commerciaux très variés et de nouvelles. Sur le terrain les premiers éléments qui frappent le plus, sont les couleurs, l'animation et les odeurs. Se promener dans un marché nous apprend beaucoup sur la vie, la société et l'économie locales. C'est en quelque sorte un lieu de rassemblement obligé pour les populations du Kilimandjaro, aussi bien pour les habitants de la montagne que de la ville. C'est le lieu d'approvisionnement privilégié. « *Les places de marchés organisés sont parmi les endroits essentiels des activités économiques et sociales de l'Afrique contemporaine. Des milliers de marchés se répartissent le long des paysages ruraux du subcontinent* » (GOOD Charles M., 1988, page 1).

Aussi bien pour la montagne du Kilimandjaro que pour la ville de Moshi, l'étude des marchés est l'un des exemples les plus précis et les plus forts de ces relations entre les deux éléments, au travers des flux de marchandises et des mouvements de population inhérents à ces marchés. Afin de bien cerner ce système, l'analyse va s'appuyer sur deux éléments, d'une part l'étude de la structure des marchés, d'autre part l'approche les différents circuits commerciaux et de la dynamique des flux qu'ils engendrent. Tout en soulignant la notion de complémentarité entre la ville et la montagne : est-elle équilibrée ? Qui y trouve le plus d'avantages, Moshi ou le Kilimandjaro ?

CHAPITRE IV . LA STRUCTURE DES MARCHES DU KILIMANJDARO.

Malgré sa petite superficie, le Kilimandjaro est une montagne densément peuplée, comme nous l'avons vu dans la première partie. En outre c'est une région très productive. Il en ressort tout naturellement de fortes offre et demande de produits, ainsi qu'une organisation de ces circuits de distribution. Il est nécessaire de comprendre l'organisation et le fonctionnement global de ce système, ceci au travers d'exemples tirés du travail de terrain et des interviews auprès des acteurs socio-économiques.

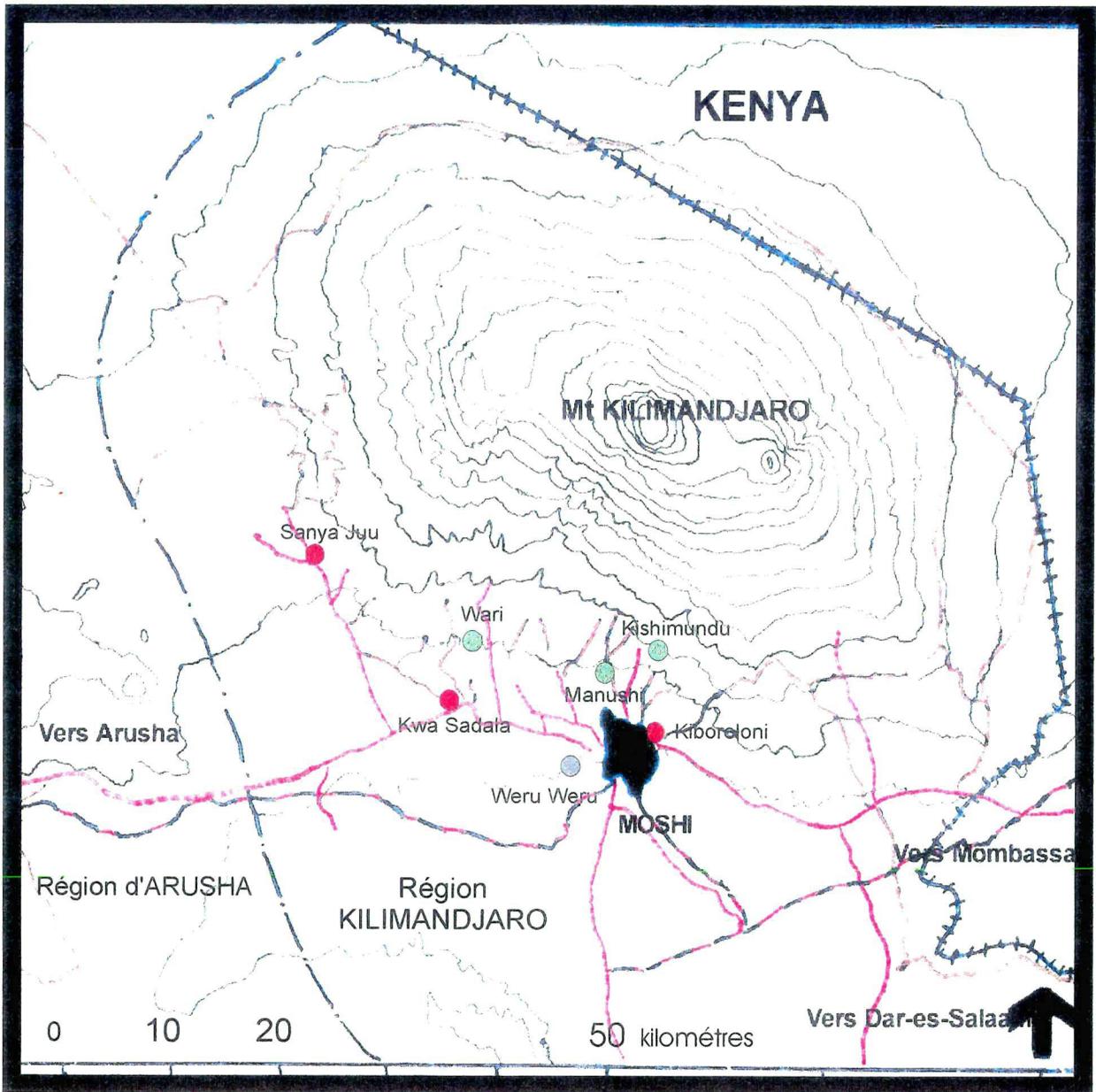
Dans un premier temps cela se fera en étudiant la périodicité complémentaire des marchés de montagne, puis dans un deuxième temps par l'analyse des marchés urbains permanents. Pour ensuite conclure en esquissant une typologie des marchés et des commerçants.

A. Une périodicité complémentaire.

Sur les versants du Kilimandjaro, on dénombre 43 marchés périodiques (MBONILE, 1996) qui n'ont pas tous la même fonction commerciale et le même impact sur les populations. Parmi ce grand nombre, deux grands types de marchés se distinguent : en premier lieu, les marchés de montagne à proprement parler qui se situent entre 1100 et 1800 m d'altitude dans les villages des différentes planèzes, au coeur de la ceinture café/banane ; ensuite, les marchés de contact entre la plaine et la montagne à 700/900 m d'altitude, à l'endroit où se rencontrent les gens et les produits des milieux montagnard et de la plaine. Ces deux types de marchés ont comme point commun la périodicité.

1. Une distribution dans l'espace et le temps coordonné.

UN EXEMPLE DE REPARTITION DE DIFFERENTS MARCHES SUR LE KILIMANDJARO.



LEGENDE :

1. Le découpage territorial.

 Frontières internationales.

 Frontières régionales.

Réalisation : PIOT benoît.
Sources : relevés de terrain.

2. Le réseau routier.

 Routes bitumées.

 Pistes en terre.

 Chemin de fer.

3. Les marchés.

 De montagne.

 De contact.

 Aux animaux.

La première caractéristique des marchés de montagne est qu'ils sont en majorité bi-hebdomadaires pour 67,44% d'entre eux, et hebdomadaire pour 30,23%. Ils ont lieu trois fois par semaine pour 2,33%. La périodicité de ces marchés est un élément de base. En effet d'après GOOD (1988) elle est la caractéristique fondamentale de la scène commerciale. Elle joue un rôle prépondérant sur leur localisation, et donne le rythme régulant la circulation et la convergence des biens et des personnes. La distribution des réseaux et de la temporalité des marchés présente un modèle complexe de relations avec l'espace et le temps.

En ce qui concerne le Kilimandjaro, la répartition des jours de marché ne s'est pas faite au hasard. Sur les versants du Kilimandjaro, la majorité des marchés sont bi-hebdomadaires. Les journées des mardi et vendredi sont privilégiées, puisque 44,9% des marchés fonctionnent ces jours-là. Si l'on observe l'annexe n°1, il apparaît qu'il s'agit essentiellement de marchés de village montagnard. Pour les mercredi et samedi, ils représentent 34,5% des marchés. Mais il n'existe aucune corrélation entre les localisations spatiale et temporelle des marchés pour ces deux journées, si ce n'est que ceux de contact sont ouverts en dehors des mardi et vendredi, afin d'attirer la clientèle et les vendeurs de tous les alentours, l'annexe n°1 illustre ces propos. Si l'on prend l'exemple du district de Moshi Rural avec les marchés montagnards de Kishimundu (Uru east), Manushi (Kibosho) et Kisambo (Old Moshi), ainsi que celui de contact de Kiboroloni (Moshi Municipality), au travers du document n°14 qui montre la répartition de ces quatre marchés, on peut théoriser le phénomène de la façon suivante. Il apparaît que les trois marchés de montagne ont des dates différentes par rapport à celle de Kiboroloni. Comme il a été énoncé plus haut trois de ces marchés fonctionnent le mardi et vendredi, ont leurs fonctions, et leurs clientèles différentes comparées à celui de contact. Ce dernier à des dates différentes afin d'harmoniser les répartitions spatiale et temporelle des différents types de marchés. Si l'on prend l'exemple dans le district de Hai ou Rombo, les mêmes remarques pourraient être faites.

Ceci démontre très bien qu'il existe une organisation de la hiérarchie des marchés selon leur localisation et leurs fonctionnements. En ce qui concerne les marchés non urbains, on distingue trois ensembles : les marchés de contacts, de montagne et les petits regroupements ponctuels de femmes plus ou moins organisés et totalement informel. Il est nécessaire d'argumenter l'organisation de ce système par le travail de terrain effectué sur tous ces types de marchés.

2. Un exemple de marché de montagne : le marché de Kalali.

Le marché de Kalali est situé sur le versant sud du Kilimandjaro, sur la planèze de Machame, dans le district de Hai. Kalali est un petit village avec une place centrale, où les mardi et vendredi sont les jours du marché. Un village est une division administrative de petite superficie et qui possède un petit centre notamment autour de la place du marché. Le centre du village de Kalali est excentré par rapport à la route principale goudronnée et nécessite de parcourir 1 km pour le rejoindre. Des 6 heures du matin la place s'anime, les commerçants arrivent et s'installent sur leurs emplacements où les clients matinaux commencent à essayer de trouver les meilleurs produits. C'est un marché de petite taille avec plus d'une centaine de vendeurs à l'heure la plus active, aux environs d'onze heures du matin.

Comme le document n°15 le montre, des installations sont localisées autour de la place et en rapport direct avec le marché. Les bars et le moulin à grains sont des services proposés à la fois aux clients et aux commerçants, le document n°16 montre l'organisation spatiale autour de la place du marché. De plus, lors de ces deux journées particulières, un arrêt de bus et de « *pick up* » est improvisé pour relier cet endroit au reste de la planèze et à la ville, afin de permettre aux habitants du haut et du bas de se rendre sur ce lieu. La place a une position intéressante dans l'espace, puisqu'elle se trouve au niveau de l'étage intermédiaire de la bananeraie, zone où les différents niveaux d'altitude peuvent se rencontrer. A cela, on peut ajouter le fait que le marché jouxte une piste reliant le bas et le haut, l'est et l'ouest de Machame. Cela en fait un marché-type de montagne, car tous les éléments de la société montagnarde s'y rencontrent.

En ce qui concerne l'organisation du marché, toute personne peut vendre des produits si elle s'acquitte d'un droit de vente de 200 à 500 Tsh selon le type et la taille du stand. Ces commerçants posent leurs produits devant eux sur un tissu à même le sol (document n°15), exposant leur autorisation de vente et se regroupant par type de produits. On y dénombre six groupes : les denrées alimentaires, les farines et grains, l'artisanat, la médecine traditionnelle, les biens de consommation

courante et ménagers, et tout ce qui englobe l'habillement et les chaussures. Sur ce marché, l'alimentaire est plus important que tout le reste. On y trouve des bananes (document n°15), des choux, des tomates, des pommes de terre, des courgettes, des aubergines, du maïs, du lait, du poisson, etc... Ces denrées sont celles que l'on retrouvera sur tous les types de marchés, c'est pourquoi le détail n'est fait que pour ce marché. Les relevés ont été faits durant le mois de décembre, qui correspond à la petite saison des pluies. D'après les enquêtes de terrain les aliments sont surtout vendus par des femmes, à 83%. En effet traditionnellement la femme s'occupe de toutes les cultures de subsistance à faible valeur ajoutée, alors que les hommes sont intéressés par les cultures commerciales, notamment la caféiculture pour la montagne du Kilimandjaro. Au travers des interviews, 100% des vendeurs de légumes vivent à Machame et pratiquent l'agriculture comme activité principale.



Document n°15 . Des stands précaires : régimes de bananes proposées à la vente.

Cliché : PIOT Benoît.

Ils se rendent au marché afin de vendre leur production, quasi exclusivement sur ce marché puisque 85% des répondants ne fréquentent aucun autre marché en tant que commerçant. Pour les farines et les graines on retrouve le même schéma que précédemment.

En ce qui concerne les biens de consommation courants et ménagers, qui transitent exclusivement par Moshi, et dans 90% des cas, il s'agit de vendeurs vivant en ville et spécialisés dans la vente sur les marchés. La catégorie des produits ménagers comprend les ustensiles de cuisines, les vêtements, les chaussures ainsi que toute la quincaillerie. Ils sont tous les jours sur des marchés et retournent en ville le soir. Ceci démontre la relative facilité d'accès de cette planèze en « *daladala* ». Il en est de même pour les vendeurs de chaussures et de vêtements, mis à part que, seulement dans 75% des cas, ils ne sont que des commerçants habitant en ville ; les autres pratiquant l'agriculture comme activité principale, le commerce étant l'activité complémentaire. Une explication plus approfondie de circuits commerciaux sera faite dans le deuxième chapitre.

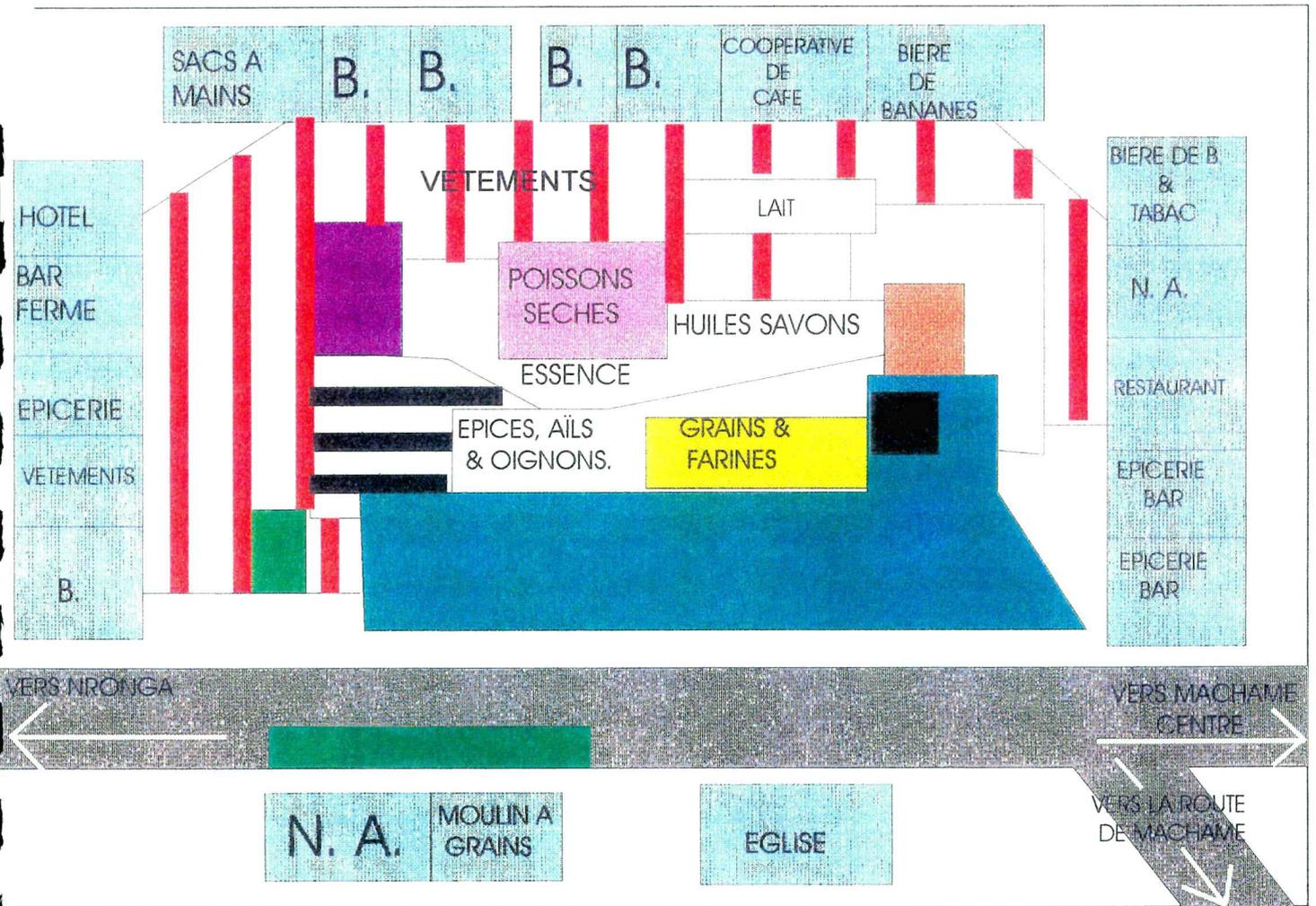
Pour l'enquête portant sur les clients, celle-ci s'est faite sur un nombre trop réduit de personnes pour pouvoir être réellement représentative. Mais, les quatre mois de pratique du terrain me permettent de dire, que les consommateurs habitent la planèze et viennent seulement acheter les produits dont ils ont besoin. D'autant plus que les vendeuses de légumes sont aussi des clientes, surtout pour les produits ménagers. Seul un consommateur venu de Moshi a été rencontré ; c'est la preuve qu'il s'agit surtout d'un marché de montagne pour les montagnards.

La place est entourée des bâtiments en dur (document n°16), ce qui en fait le point central du village. C'est ici que l'on trouve une grande partie des services, tel que les bouchers, les épiciers et les bars à « *mbege* » (bière traditionnelle) dont le rôle social est très important, puisque c'est un lieu de rassemblement quasi quotidien pour les hommes.

Au travers de cette première étude de marché, il en ressort deux éléments essentiels : d'une part une forte différenciation entre les circuits commerciaux et les commerçants, en fonction du type de produits, qui feront l'objet du deuxième chapitre de cette partie ; et d'autre part, on peut parler de marché local à l'échelle de la planèze, dont la fonction principale est d'approvisionner les habitants des différents étages de Machame. Il concentre des flux de biens et de personnes en provenance du haut et du bas de la planèze. En fait le marché de Kalali est un marché de proximité qui peut être qualifié de « marché chagga montagnard » ; c'est-à-dire pour les montagnards, presque à l'exclusivité des habitants de la planèze de Machame.

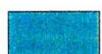
PLAN DU MARCHÉ DE KALALI. Le 17/11/1997.

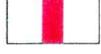
Réalisation PIOT Benoît.
Sources : Relevés de terrain.



LEGENDE :

1. Les étalages.

-  Fruits et légumes
-  Nourriture pour animaux
-  Beignets et plats cuisinés
-  Artisanats
-  Régimes de banane
-  Biens domestiques

-  Vêtements et tissus
-  Chaussures

2. Les installations.

-  Pistes de montagne
-  Batiments en dur

3. Les abréviations.

- B. Bar
- N. A. Nourriture pour animaux

ECHELLE :  3 mètres

 NORD.

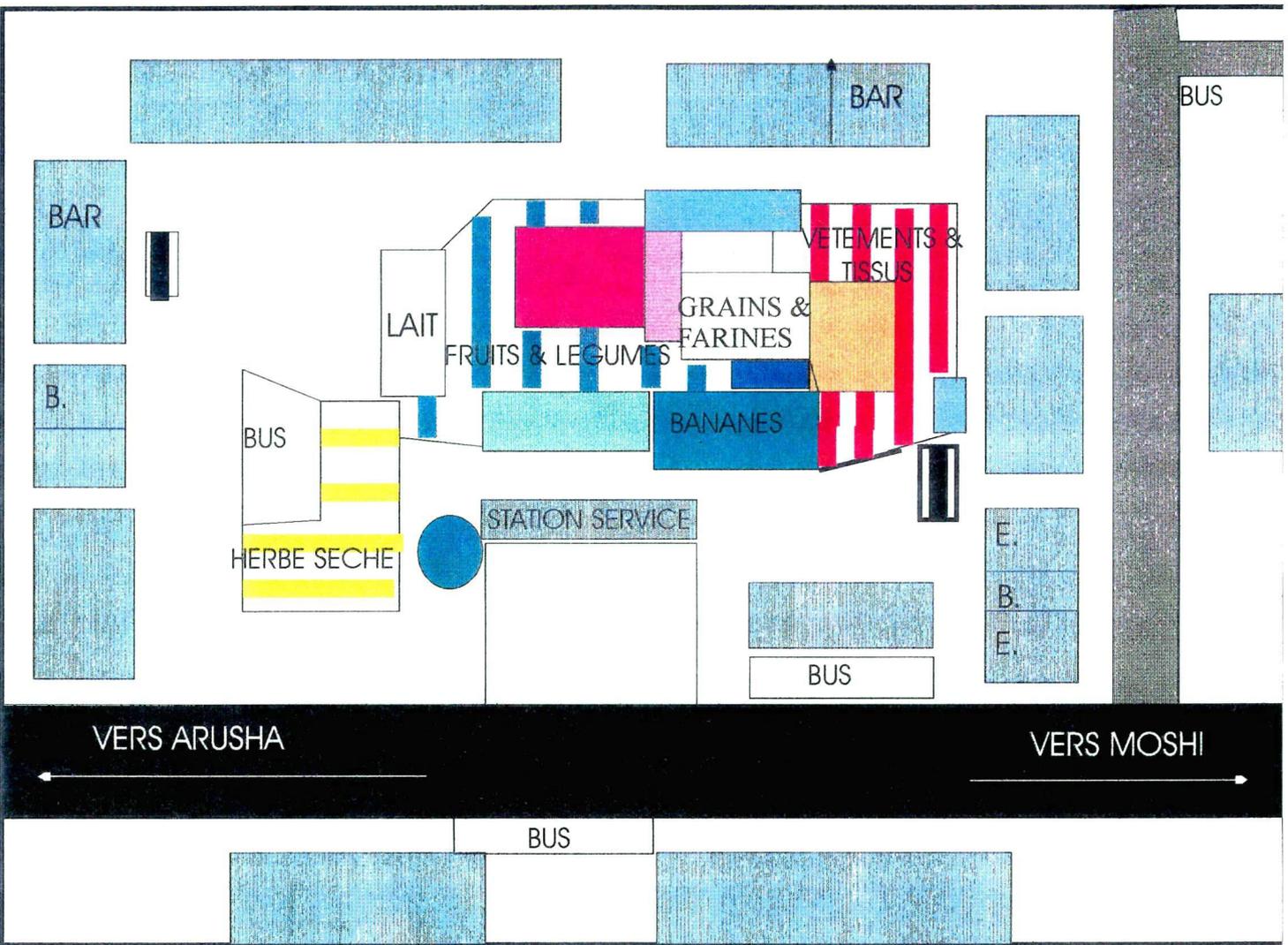
3. *Un marché de contact : Kwa Sadala.*

Le marché de Kwa Sadala a une position particulière dans la géographie du Kilimandjaro, comme l'illustre le document n°17 suivant. Il se trouve sur l'axe principal régional reliant Moshi à Arusha. Comme il a été souligné précédemment, cet axe est le réceptacle de toutes les pistes de montagne et ainsi permet une liaison entre le bas, le haut et les différentes entités physiques du Kilimandjaro (planèzes). Ce marché peut être qualifié de marché de contact par sa position de carrefour entre la plaine et la montagne. Kwa Sadala est situé dans le district de Hai, et c'est un village dont l'expansion se fait autour de la place du marché et autour de la route principale ; sur le terrain ceci est notable par le grand nombre de bâtiments en cours de construction. La place du marché jouxte la route Arusha-Moshi, et est d'une grande superficie. Les jours de marché sont les mardi et jeudi. Il est de taille supérieure à celui de Kalali, avec un total d'environ 320 à 350 vendeurs à l'heure d'affluence.

La place centrale, au-delà du rôle de marché, est un pôle de croissance dans l'organisation de l'espace villageois : c'est le centre actif du village. Le document n°17 illustre très bien le nombre d'installations en dur liées à la position de contact de la place centrale du village, notamment par la présence de la station service et des deux arrêts de bus. Deux autres arrêts de bus fonctionnent seulement les jours de marché, afin de desservir les différentes parties de la montagne. Pour ces derniers il s'agit de « *pick up* » pouvant circuler aisément sur les pistes, alors que les deux autres arrêts relient tous les endroits situés sur la route goudronnée et notamment les deux villes principales d'Arusha et Moshi. Ceci souligne encore l'importance de la position de contact de ce marché. Il est liaison permanente avec deux centres urbains majeurs du nord de la Tanzanie (les villes de Moshi et Arusha). Les commerçants qui vivent à Moshi et vendent sur les marchés ruraux, ont un accès plus facile à ces marchés qu'à ceux de montagne.

Son fonctionnement interne ne diffère pas de celui de Kalali, si ce n'est par sa taille. Les vendeurs doivent s'acquitter d'un droit de vente variant entre 200 et 500 Tsh. Les stands sont du même type, mais l'activité qui y règne est beaucoup plus intense qu'à Kalali. C'est un marché symbolisant merveilleusement bien la diversité de la région du

Document n°17.
PLAN DU MARCHÉ DE KWA SADALA.
 (Le 11/11/1997)



LEGENDE :

1. les étalages.

-  Chaussures.
-  Canne à sucre.
-  Médicaments traditionnels.
-  Noix de coco.
-  Couturiers.
-  Poissons séchés.
-  Vaisselle & porcelaines.
-  Biens de consommation courante.
-  Femmes vendant des légumes sous un arbre.

2. les infrastructures.

-  Route nationale goudronnée.
-  Piste de montagne.
-  Batiments en dur.

3. Les abréviations.

- B.** Boucherie.
- E.** Epicerie.

ECHELLE. :  3 mètr
0

 **NORD.**

Réalisation PIOT benoît.
 Source :relevé de terrain.

Kilimandjaro au-delà du massif volcanique. On y croise Massai et Chagga, des produits de la plaine et de la montagne. Le document n°17 montre l'organisation spatiale de ce marché.

Du fait du nombre important des commerçants, le choix des produits est plus varié, notamment en ce qui concerne la qualité des denrées périssables. De plus un grand nombre de commerçants amène une forte concurrence : c'est pourquoi les prix y sont en général plus bas que dans les marchés montagnards. Ceci attire, tout logiquement, un plus grand nombre de clients intéressés par le choix et les prix. La description des stands et des produits est la même que pour le marché de Kalali, mis à part le fait que ce soit le seul marché où l'on trouve des étalages d'herbes en bottes, vendues par des femmes. De plus, le bétail appartient traditionnellement aux Massai, ainsi que la connaissance des plantes médicinales. En général ce type de commerce leur est réservé sur les marchés en bordure de plaine, alors que dans la montagne on ne rencontre pas de Massai et ces services sont proposés par des Chagga. C'est pourquoi il est intéressant d'insister sur le fait que c'est un marché de contact. Chacune des ethnies vend ses spécialités, d'où une plus forte complémentarité entre le haut et le bas par rapport aux marchés de montagne. Tout ce qui concerne le bétail et la médecine pour les Massai, le reste concernant en général les Chagga. Plus qu'une grande diversité des produits, on peut parler ici d'une plus grande diversité ethnique reflétant le rôle social traditionnel de chacun.

Les clients, quant à eux, reflètent aussi cette position de contact. Ils viennent de tous les horizons de la région, et notamment des planètes avoisinantes telles que celle de Machame pour 36.6% des répondants, de la municipalité de Moshi pour 22,7%, d'Arusha pour 3,4% (sur un échantillon de 22 personnes), etc... Mais, mis à part ceux qui viennent d'Arusha, la quasi-totalité des clients habitent la partie sud de la montagne et des différents étages altitudinaux. Par conséquent, ce marché a un rayon d'attraction beaucoup plus grand que celui de Kalali, ce qui se reflète au travers de la diversité, le mot qui peut le définir.

Il s'agit d'un marché d'importance qui va au-delà de la fonction de proximité par la notion même de contact qui induit l'idée de rencontre entre différents groupes. Ce marché se différencie de celui de Kalali par sa fonction de complémentarité, plus qu'au travers des circuits commerciaux similaires entre ces deux marchés. Ce n'est plus un simple lieu d'approvisionnement à l'échelle de la planète, mais un lieu de contact entre la montagne, la plaine et la ville. C'est pourquoi on peut le qualifier de marché de contact.

Ainsi on peut résumer les choses de la façon suivante. Parmi les marchés ruraux on dénombre deux grands types de marchés : ceux de montagne qui sont de petits marchés d'approvisionnement local au sens restreint du terme, et ceux de contact ouverts à une clientèle plus large, aussi bien en ce qui concerne les consommateurs que les vendeurs. Ce sont des marchés de plus grande taille, comme le confirme des enquêtes réalisées sur un autre marché de contact, celui de Sanya Juu. Mis à part ces deux types de marchés, il en existe un troisième unique dans les alentours de la montagne, celui de Weru Weru. Il est spécialisé dans le commerce du bétail. Il se situe en plaine (le document n°14) et a lieu deux fois par semaine, les lundi et jeudi. Le plus souvent les Massaï vendent leurs vaches zébus aux bouchers chagga qui vont ensuite les vendre à d'autres intermédiaires dans leur boutique. C'est un marché tout à fait particulier qui ne concerne qu'une clientèle restreinte et spécialisée, rejoignant la notion de contact entre plaine et montagne. Mais dans ce cas là, il n'y a pas complémentarité car seule la plaine offre du bétail, la montagne n'offrant que des clients potentiels. Après avoir étudié la complémentarité de la périodicité et de la répartition dans l'espace des marchés de montagne, on va étudier dans un deuxième chapitre les marchés urbains de la municipalité de Moshi.

B. Les marchés urbains et permanents.

A la différence des marchés de montagne, les marchés urbains ne sont pas définis par la périodicité. Ils sont permanents et ont lieu tous les jours sauf le dimanche. Dans ce système de marchés urbains on dénombre deux types différents. Il s'agit du marché central de Moshi, le plus important par sa taille, et des marchés de quartier. Dans la logique de ce système, il existe un troisième marché en dehors de cette classification. C'est le marché de Kiboroloni, peut-être le marché le plus important à l'échelle régionale et qui ne peut se définir qu'au travers de lui-même. Il est considéré comme marché urbain, car Kiboroloni est un « *ward* » de la municipalité de Moshi.

1. Le marché central de Moshi.

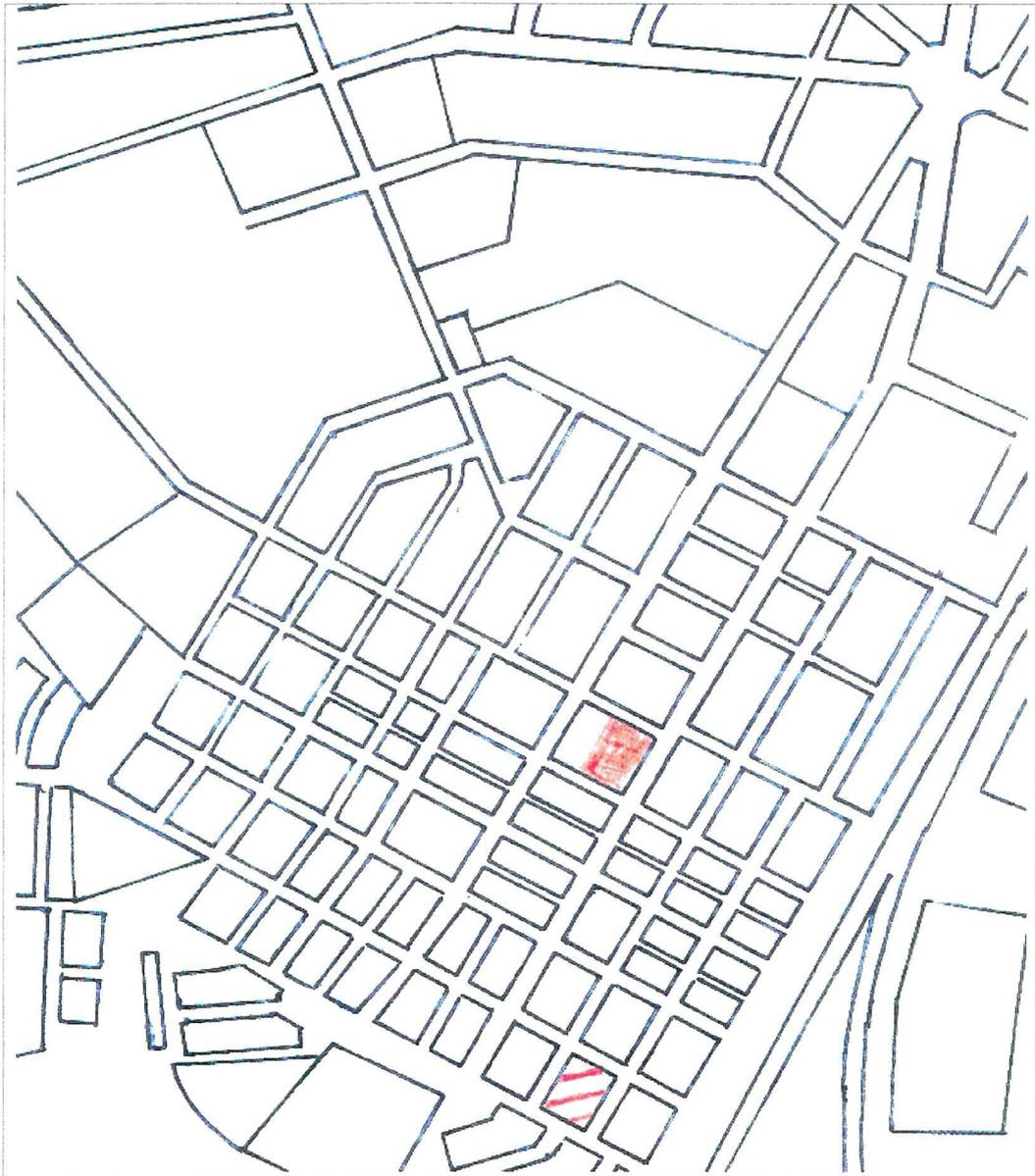
Le marché central de Moshi est localisé au coeur du centre ville comme le montre le document n°18. C'est un marché couvert situé dans une halle prévue à cet effet. Mais suite à la croissance démographique importante qu'a connue Moshi, la superficie du marché principal s'avérait trop réduite par rapport au nombre des commerçants. C'est pourquoi un deuxième marché a été ouvert en périphérie du centre ville (voir le document n°18). En effet, l'offre et la demande n'ont cessé de croître pour ravitailler le nombre croissant des urbains, l'importance du marché central a dépassé l'espace qui lui était réservé pour se scinder en deux parties. L'une est dans les locaux originels : le marché couvert ; l'autre se trouve sur une place publique : le marché ouvert.



Document n°19. Etals de fruits et légumes, d'épices (au fond à droite) à l'intérieur du marché central.

Cliché : PIOT benoît.

LA LOCALISATION DU MARCHÉ COUVERT ET DU MARCHÉ OUVERT DU CENTRE VILLE DE MOSHI.



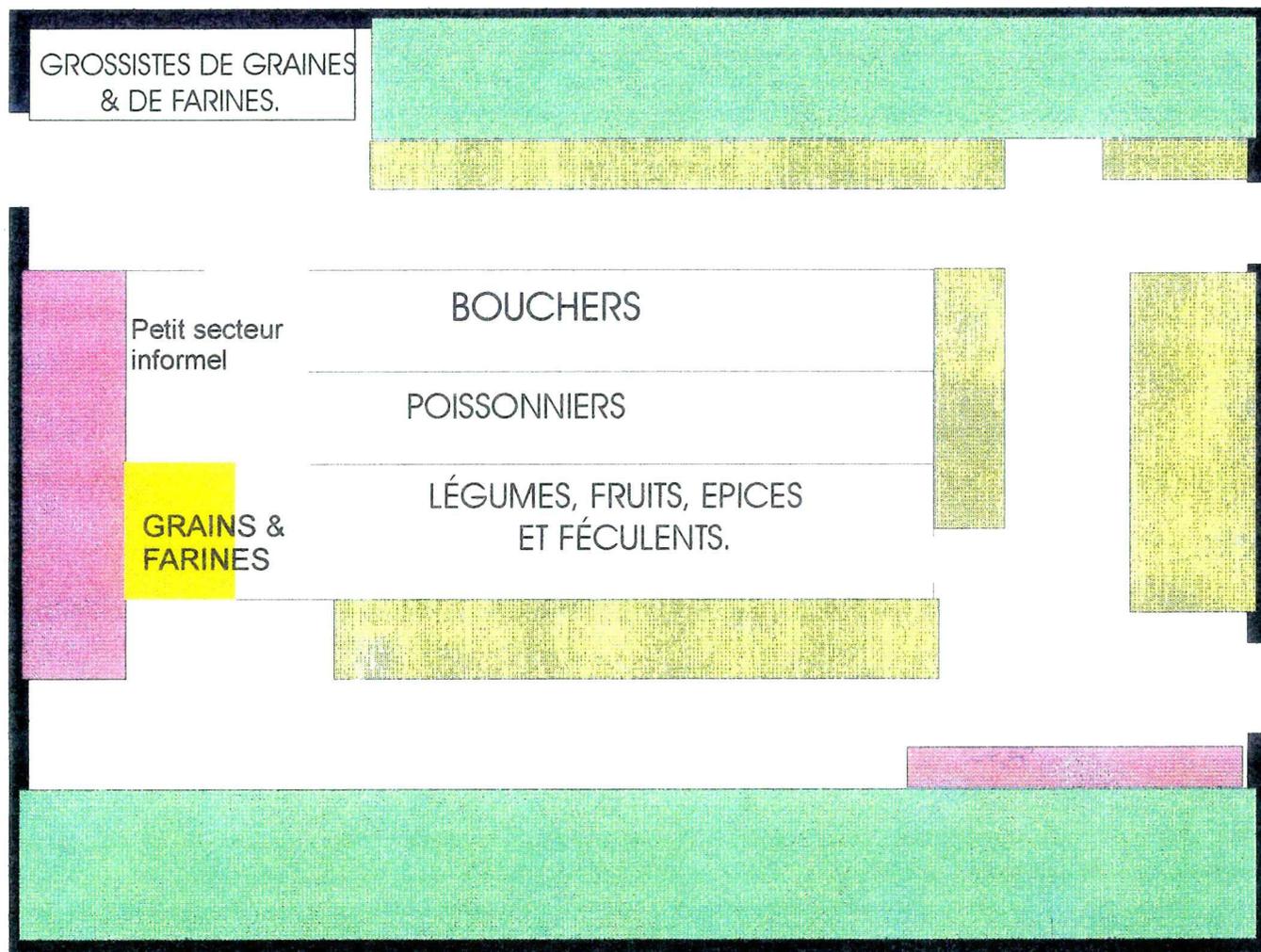
LEGENDE :

-  Patés de maisons.
-  Marché central.
-  Marché ouvert.

Echelle : 0
10 mètres.

Réalisation : PIOT benoît.
Sources : Moshi master plan 1994/2014,
et les relevés de terrain de décembre
1997.

PLAN DU MARCHÉ COUVERT DE MOSHI.



ECHELLE : 0 — 3 MÈTRES.



LÉGENDE :

-  HALLES AUX LÉGUMES ET FRUITS
-  ARTISANAT.
-  PRODUITS MANUFACTURES.

REALISATION PIOT benoît.
SOURCE : Relevés de terrain.

Le marché couvert possède une organisation spatiale très structurée. Sous le hall principal les différents types de produits sont séparés par des murs et à l'intérieur de ces derniers les stands sont organisés et plus structurés que dans tous les autres marchés, comme le montre les documents n°18 bis et 19 illustrant ces propos. Les vendeurs sont tous des professionnels du commerce et ne pratiquent que cette activité comme principale source de revenus. D'après les enquêtes, ils vivent dans Moshi pour 95% d'entre eux, et pratiquent un peu d'agriculture pour 46,4%, comme d'autres citoyens. En effet, d'après une enquête réalisée par la municipalité, 26,47% des urbains pratiquent une agriculture de complément en plus de leur activité professionnelle (socio-economic survey, 1995).

Le droit de vente reversé à la municipalité varie de 2000 à 5000 Tsh/mois, ceci les obligeant à se professionnaliser dans cette activité. On y retrouve tous les types de produits alimentaires existant dans les marchés ruraux avec en plus des produits importés d'autres régions, surtout côtières, tel que les noix de coco, les ananas et les oranges. Dans les relations avec la montagne ce marché joue sur la complémentarité entre étage et versants mais dépasse aussi le cadre strictement montagnard en utilisant les complémentarités inter-régionales de la Tanzanie. Ceci se retrouve aussi pour les biens de consommation qui occupent une part importante du marché. Parmi ces derniers on distingue l'artisanat local, celui importé des régions côtières et tous les produits manufacturés qui sont en général d'origine étrangère (soit asiatiques ou kenyans). Il est intéressant de noter qu'il n'y a pas de commerce de vêtements, celui-ci étant réservé aux magasins de la ville et au marché de Kiboroloni. De plus le commerce du poisson et de la viande est ici plus important que dans les marchés de montagne et de qualité nettement supérieure aux dires d'un ami cuisinier, cela grâce au hall qui protègent les produits du soleil en permettant une meilleure conservation.

Le marché ouvert quant à lui propose exclusivement de la nourriture, avec la même diversité que le marché central, c'est-à-dire tous les types de produits régionaux et extrarégionaux. On y trouve quelques stands de vêtements et de tissus, mais aucun produit manufacturé. Les stands sont construits en bois comme l'illustre le document n°20, d'où un droit de plaçage inférieur à celui du marché couvert. C'est un marché plus populaire et dont l'animation est plus intense. On reste toujours dans le même registre de types de vendeurs. Les clients quant à eux sont presque strictement des habitants de la ville, mis à part les montagnards qui descendent s'approvisionner en poisson frais lorsqu'ils viennent faire des courses le samedi.

La fonction de ce grand marché central scindé en deux parties est équivalente à celle d'«un supermarché en Europe», puisque c'est seulement là que l'on trouve une aussi grande variété de produits venant de toutes les parties du Kilimandjaro, de la Tanzanie et du monde. Ce marché peut se décomposer de la façon suivante. D'un côté le marché couvert de meilleure qualité et aux prix plus élevés(il n'est pas rare d'y croiser des femmes d'expatriés), d'un autre côté le marché ouvert exclusivement orienté vers l'alimentation, avec des tarifs plus bas et un public plus populaire.



Document n°20. Le marché ouvert.
Cliché PIOT Benoît.

2. Les marchés de quartier et les marchés ponctuels.

Les marchés de quartier sont éparpillés un peu partout dans la ville, il en existe un par quartier résidentiel. La municipalité de Moshi étant composée d'environ 12 quartiers résidentiels, on y dénombre logiquement 12 marchés de quartiers résidentiels. A ce système de marché quotidien se surimposent les marchés ponctuels éparpillés de manière anarchique dans la municipalité.

Les marchés de quartier sont strictement orientés vers la distribution de denrées alimentaires. On y trouve les mêmes produits qu'au le marché central. Les étalages consacrés aux fruits et aux légumes restent très précaires, de petites tailles, semblables à ceux des marchés ruraux. De plus dans certains de ces marchés, comme celui de Majengo, une petite halle bétonnée regroupe les poissonniers ainsi que les bouchers. Mais la superficie consacrée à ces marchés étant très réduite, la halle (quand elle existe) n'est faite que d'une seule rangée ; il en est de même pour les étalages qui sont peu nombreux. Dans l'exemple de Majengo, on dénombre une quinzaine d'étalages, dont seuls les trois quarts sont occupés par des vendeurs. Les différentes orientations de mes questionnaires ne m'ont pas permis de faire des enquêtes précises sur ce type de marché. Ayant eu l'occasion de les utiliser en temps que client, ceci permet de dire qu'il s'agit de petit marché à l'échelle du quartier et dont l'activité est réduite. Plus qu'un marché africain, comme on pourrait le définir au sens strict du terme, il s'agit plutôt de petits marchés de proximité où l'on va acheter quelques produits qui manquent ; et non un endroit où l'on va acheter tout ce dont une famille à besoin. De plus, comme le nombre de commerçants est réduit, il n'y a pas beaucoup de choix pour la qualité des produits. C'est en fait plus des marchés d'appoints et de proximité, ce qui explique en partie leur localisation dans les zones résidentielles.

En ce qui concerne les marchés ponctuels, il n'existe aucune structure permettant de les analyser, il n'y a pas de localisation particulière et des produits spécifiques. Ce genre de commerce informel ressemble beaucoup aux tabliers d'Afrique de l'ouest. Ils sont tolérés par la municipalité moyennant un droit de vente de 3000 tsh/an. On les trouve un peu partout sur les bords de route. Il s'agit de très petit stands proposant une dizaine d'article, souvent directement vendus par une fermière aux consommateurs. Ce genre de commerce fonctionne relativement bien, car il propose des fruits à petits prix, il n'est pas rare de voir des gens acheter une orange ou des mangues pour les consommer

tout de suite. Ces types de marchés restent en marge de la plupart des circuits commerciaux. Un autre type d'étalage qui connaît un certain succès, concerne le maïs grillé très apprécié par les Chagga. On en trouve un très grand nombre dans toutes les parties de la ville.

Les marchés de quartier, ainsi que les petits étalages ponctuels sont plus des lieux d'achats d'appoints, qu'un lieu d'approvisionnement général pour les ménages du Kilimandjaro. Mais il faut tout de même souligner cette fonction de proximité et de petite consommation ponctuelle que ces marchés apportent. Si ce n'est pas des lieux de consommation de masse, les uns additionnés aux autres ils participent dans une grande part à la consommation en Tanzanie. En effet l'économie n'est pas une économie de consommation poussée, et ces petits commerces peuvent changer petit à petit les habitudes des ménages en les familiarisant à la petite consommation, dépassant le cadre de la stricte économie de subsistance.

3. Le cas particulier du marché de Kiboroloni.

Kiboroloni est la banlieue de Moshi en pleine expansion. C'est un marché très important qui a lieu le mercredi et le samedi toute la journée, mais on peut y venir le mardi et le vendredi pour y trouver les meilleures occasions (qualité), mais seulement pour les vêtements. On y trouve, les deux jours officiels de marché, des habits, des chaussures, des sacs, des légumes, des bijoux, des épices, de la farine, de l'huile et du savon, des médicaments traditionnels, du lait, des bananes, de l'éleusine, etc...L'éleusine est très présente dans le paysage de ce marché, dont toute la partie ouest est réservée à ce commerce. Ces derniers font sécher l'éleusine à même le sol sur des tissus. En fait tous les types de produits qui sont sur les marchés de contact s'y trouvent. La différence se situe surtout autour du commerce des vêtements qui a une importance nettement supérieure par rapport au commerce de l'alimentaire, ce qui donne plus l'impression d'être dans une grande foire aux vêtements, que dans un marché urbain de contact. La première chose que l'on voit sont les stands de vêtements et il faut s'aventurer profondément pour trouver la partie réservée aux aliments (voir document n°21 & n°22).

Le marché de denrées alimentaires est cantonné sur la place du marché et n'est guère plus important que celui de Kwa Sadala par exemple. On y retrouve la complémentarité des produits des hauts et des bas. De plus, au centre de la place, une petite halle a été construite pour y entreposer toutes les denrées sensibles, telle que le poisson ou la viande.

Document n°21.
L'ORGANISATION SPATIALE DU MARCHÉ DE
KIBOROLONI.



LEGENDE :

-  La place du marché de contact.
-  Etalages d'éleusines.
-  Zone de vente de vêtements.

ECHELLE : 1/860 500.

Réalisation personnelle d'après la photo-aérienne de Kiboroloni de 1992.
Source : relevés de terrain du 10/12/1997.



Document n°22. Un jour de marché à Kiboroloni
Cliché PIOT Benoît.

La particularité de ce marché ne réside donc pas dans l'alimentaire mais dans les vêtements. En effet, si l'on observe le document n°21 l'extension de ce commerce a largement dépassé le cadre de l'alimentaire. Toutes les rues de Kiboroloni sont pleines de stands consacrés aux vêtements. L'importance de ce marché est telle qu'il englobe tout le centre, ainsi que les rues adjointes. Il attire énormément de gens venus tout d'abord de Moshi et de la montagne, mais aussi du Kenya, de la région de Tanga et d'Arusha, en raison de la multitude des produits, mais surtout grâce aux vêtements qui sont d'un prix très bas par rapport aux autres marchés. Au travers du questionnaire réalisé sur les clients (réalisé sur 10 personnes) aucune réelle tendance ne peut être dégagée. La particularité de ce marché est démontrée par l'hétérogénéité des consommateurs. Beaucoup ne viennent ici que pour acheter des habits car ils sont très bon marché et qu'il existe de nombreux grossistes.

Une grande majorité de ces clients vont revendre ces vêtements sur des marchés de plus petites tailles ou dans le centre ville. En ce qui concerne les denrées agricoles les prix sont équivalents aux marchés de contact et inférieurs à ceux des autres marchés urbains. C'est pourquoi, dans le domaine de l'alimentaire, il attire surtout des habitants de la ville qui trouveront de meilleurs prix pour la nourriture.



Document n°23. Un jour sans marché à Kiboroloni.
Cliché PIOT Benoît.

Ce marché sort du schéma classique des systèmes des marchés du Kilimandjaro au travers du commerce de l'habillement. D'une part, en ce qui concerne l'alimentaire, il s'y intègre en tant que marché suburbain que l'on pourrait qualifier de contact, avec un rayon d'attraction équivalent, attirant les montagnards avoisinant ainsi que les urbains et les habitants de la plaine. D'autre part, il dépasse cette notion par le commerce des vêtements, qui par leurs quantités et leurs faibles prix lui confèrent un rayon d'attraction nettement supérieur à la plupart

des marchés du Nord de la Tanzanie. Ce phénomène est favorisé par la structure du réseau routier de la région qui se concentre vers Moshi. Le marché de Kiboroloni étant unique en son genre par son importance, il confère à la ville de Moshi une fonction commerciale très étendue pour le commerce de l'habillement. C'est pourquoi une étude plus poussée des relations engendrées par ce dynamisme sera faite dans le chapitre suivant et dans la troisième partie de l'étude.

Pour conclure ce premier chapitre décrivant les systèmes de marché, il faut tout d'abord en faire une typologie hiérarchisée. Dans un premier temps, en ce qui concerne le rayon d'attraction et la stimulation des relations entre la ville du Kilimandjaro et la montagne, Kiboroloni est le premier par son importance, mais il ne rentre pas réellement dans une classification, de par son originalité. Puis vient le marché principal de Moshi, qui par ses produits, reflète la complémentarité entre les étages et les versants de la montagne, symbolisant le rôle de redistribution des biens manufacturés qui transitent par Moshi. Ensuite, les marchés de contact reflètent une relation entre le haut et le bas, la plaine et la montagne. Enfin, les marchés de montagne ou de quartier, qui n'ont qu'un simple rôle de proximité. En ce qui concerne la périodicité, la répartition des marchés ruraux est faite de façon à peu près harmonieuse entre les jours de marchés de contact et ceux de montagne. Les marchés urbains ne sont pas concernés par la périodicité puisqu'ils sont permanents. Cependant, la clientèle potentielle est nombreuse, et ils se définissent par rapport à leurs fonctions, leurs installations, qui leur confèrent une clientèle ciblée.

Pour les commerçants deux tendances se dégagent. Soit, c'est le paysan vend directement sa production au consommateur, ce que l'on peut désigner comme le circuit de commercialisation court. Dans ce cas précis, il ne s'agit pas de professionnel du commerce. Soit, ceux sont des professionnels qui empruntent des circuits de commercialisation longs, et qui sont en général des habitants de la ville. L'analyse de ces circuits, faisant l'objet du deuxième chapitre, va permettre la compréhension des relations économiques entre Moshi et le Kilimandjaro, ainsi que celle des flux de biens et de personnes engendrés par la dynamique des marchés.

CHAPITRE V. L'ANALYSE DES CIRCUITS COMMERCIAUX ET DE LEURS DYNAMIQUES DE FLUX.

L'étude des systèmes de marché nous a montré qu'il existe un lien indissociable entre le trinôme agriculture, marchés et circuits commerciaux. Car l'agriculture fournit des produits aux différents marchés, d'où s'organisent des filières commerciales. L'organisation spatiale et temporelle des marchés étant relativement bien répartie, cela amène une dynamique économique intégrée à la montagne, la plaine et la ville. Tout le long de ce chapitre, on va s'attacher à démontrer la complémentarité des circuits commerciaux inhérents aux marchés, et ceci à différentes échelles économiques mais aussi sociales : c'est-à-dire aussi bien sur un plan micro que macro économique. Mais cette complémentarité est surtout liée à la structure physique de la zone d'étude : aux notions d'étagement et d'orientation des versants, qui confèrent au Kilimandjaro une variété de produits tout le long de l'année et dont l'impact sur l'économie est primordial, puisqu'à chaque saison correspond des productions, donc une orientation spécifique des circuits commerciaux.

Dans une première partie nous allons étudier les différents circuits commerciaux existants entre la ville de Moshi et la ceinture café/banane, à l'aide des enquêtes de terrain et de lectures. Ainsi après avoir dissocié ces différents liens, on pourra alors décrire la dynamique de flux associée aux marchés.

A. Les différents circuits commerciaux et leurs acteurs.

Dans le chapitre précédent nous avons vu que l'organisation des marchés du Kilimandjaro s'organise selon une hiérarchie, qui est due à la localisation et à la fonction des marchés. Ainsi, chaque catégorie de marché étant intégrée dans un vaste système de commercialisation, celle-ci engendre des circuits commerciaux liant la montagne et la ville. Elle trouve dans le Kilimandjaro sa principale source d'approvisionnement vivrier pour ses habitants, et la montagne reçoit des produits manufacturés d'importation transitant par Moshi grâce aux acteurs socio-économiques. Cette dynamique se traduit par des mouvements visibles dans l'espace : la marche des femmes le long des routes portant sur la tête leurs produits, ou le va et vient incessant des « *dalalada* » surchargés de produits, qui forment une pyramide sur le toit défiant les lois de la pesanteur.

C'est pourquoi, dans un premier temps l'étude va décrire les différents circuits commerciaux liés aux marchés : les circuits courts dans une première partie et les circuits longs dans une deuxième partie. Puis dans une troisième partie, nous allons définir le rôle des différents acteurs urbains et ruraux.

1. les circuits commerciaux courts.

Ces circuits sont les plus simples, c'est ceux du producteur rural ou citadin qui vient vendre lui-même sa production sur les marchés. Ce type de circuit concerne soit les denrées alimentaires vivrières du ressort de la femme ; soit l'artisanat local et les médicaments traditionnels du ressort de l'homme. Ils se rendent sur place à pied ou en transport en commun (« *daladala et pick-up* ») en fonction de la distance du lieu de vente et des opportunités de transport. Ceci concerne les petits étalages de marché de montagne ou de contact pour les ruraux, et les marchés ponctuels et informels pour les urbains. Les uns et les autres apportent sur place des fruits, des légumes, de la volaille, des oeufs et du lait, tout ceci en quantités peu importantes, comme l'illustre le document n°24 de la page suivante.



Document n°24. Un petit agriculteur vendeur.
Cliché : PIOT Benoît.

Si l'on prend l'exemple des deux marchés de Kalali et Kwasa Dala, il s'avère que 100% des vendeurs de produits vivriers rentrent dans cette catégorie. De plus les producteurs d'artisanats locaux et de médicaments traditionnels, réservés exclusivement aux hommes, empruntent les mêmes circuits, mis à part le cas particuliers des Massaï qui

souvent sont venus de la région d'Arusha, pour vendre soit le lait, le bétail ou les remèdes médicinaux. Dans le cas plus classique des personnes vivant loin de la ville, ce circuit reste dans un contexte de relations strictement montagnardes ou de la plaine vers la montagne, pour le cas exclusif des marchés de montagne. Vu sous cet angle, ils ne concernent pas les relations ville/montagne, mais jouent sur la complémentarité entre les différents étages d'une planète.

Pour les marchés de contact facilement joignables en « *daladala* » certains consommateurs viennent de Moshi, intéressés par les prix moins élevés qu'en ville. En effet la logique du marché sous-entend que plus le circuit commercial est court avec le moins d'intermédiaires, plus bas sera le prix du produit. Les marchés de contact, à la différence des marchés de montagne, peuvent être un relais d'approvisionnement direct pour les citadins. Mais ce cas de figure ne compte que pour 18,8% des consommateurs sur le marché de Kwa Sadala par exemple (sur un échantillon de 24 personnes). Ceci rentre dans les facteurs de la complémentarité des relations entre la ville de Moshi et la montagne du Kilimandjaro. Les urbains qui s'approvisionnent directement sur les marchés ruraux sont minoritaires.

En ce qui concerne les marchés urbains ponctuels, on peut rencontrer deux types de circuits courts. Soit le producteur possède une parcelle autour ou dans la municipalité de Moshi, et alors le circuit reste intra-urbain, soit il s'agit de personnes habitant les planètes jouxtant la ville et s'y rendant à pied. Parfois ce trajet peut durer 1 heure voir 2 heures de marche. Dans ce dernier cas de figure nous retrouvons la complémentarité des relations économiques entre Moshi et le Kilimandjaro. Il y a complémentarité car la montagne fournit des produits à la ville, qui en échange lui amène des revenus monétaires. Dès lors que l'on parle d'échanges entre les hauts et les bas, cela signifie qu'il y a complémentarité, mais complémentarité n'est pas forcément synonyme d'égalité. C'est pourquoi, lorsqu'il y aura échange entre la ville et la montagne, on parlera de complémentarité ville/montagne.

Afin d'éclaircir ces propos, le document n°25 schématise ces différents circuits courts.



Pour répondre plus précisément à la problématique, deux circuits commerciaux courts alimentent les relations ville/montagne. D'une part au travers du déplacement des producteurs vers Moshi (les paysans des plaines proches comme celle d'Uru vont en ville en transport en commun). Ou bien, le consommateur citadin se déplace vers les marchés de contact. La difficulté de se rendre quotidiennement sur les marchés, liée aux pluies diluviennes pendant le séjour, ne permet pas de quantifier de manière rigoureusement scientifique ce phénomène. Mais la connaissance de quatre mois et demi de terrain permet d'affirmer que ce n'est pas le modèle le plus classique des relations ville/montagne. En effet une grande majorité des consommateurs urbains ne peuvent pas se rendre sur les marchés de contact en raison de leur profession, ainsi qu'en raison du coût du transport, cette option n'est pas forcément avantageuse quant aux gains réalisés. C'est pourquoi il intéresse les intermédiaires, qui en achetant en larges quantités peuvent réaliser des bénéfices. Mais ce cas de figure concerne les circuits commerciaux longs.

2. Les circuits commerciaux longs.

Ces circuits font intervenir plusieurs intermédiaires entre les producteurs et les distributeurs des marchés. Souvent ces intermédiaires entrent dans les circuits lorsque la zone d'approvisionnement est éloignée,

ou que la planèze est isolée de la ville. Dans le sens des relations de la montagne vers la ville., ces circuits concernent de nombreux produits alimentaires : bananes, céréales, fruits, etc... Dans le sens de la ville vers la montagne, ils concernent les produits manufacturés et les biens de consommation courante ou alimentaires transformés, tel que l'huile, le savon, le kérosène, etc... Il apparaît donc deux cas de figures bien distincts de relations : l'un pour l'alimentaire vivrier dans le sens de la montagne vers la ville, et l'autre pour les produits manufacturés et les biens de consommation courante depuis la ville vers la montagne.

Pour le premier cas de figure, ces circuits regroupent les vendeurs qui ont un véhicule ou qui utilisent les transports en commun, et qui font eux-mêmes les déplacements depuis les marchés ruraux vers les marchés urbains. Ces vendeurs connaissent bien les jours des marchés hebdomadaires et bi-hebdomadaire qui se tiennent dans les zones d'approvisionnement : ils vont acheter en gros sur ces marchés et revendre eux-mêmes sur les marchés de la ville. D'autre part, les grossistes du marché central ont chacun un ou plusieurs commissionnaires dans les zones d'approvisionnement, qui font tous les marchés et achètent les produits vivriers pour le compte des vendeurs qui sont en ville. En général, ces commissionnaires qui drainent ces marchandises depuis la montagne sont des membres de la famille des destinataires. Il s'agit dans certains cas des parents du village qui rassemblent les produits pour leur fils ou leur fille vendeurs à Moshi. Mais généralement, de nombreux vivres vendus sur les marchés urbains transitent par un circuit bien organisé, et détenu par des professionnels. Ils ne sont pas producteurs et leur rôle consiste à acheter les produits vivriers dans la montagne et à les revendre en gros aux détaillants des marchés urbains, que ce soit le marché central ou les marchés de quartiers. Le circuit peut se rallonger dans le cas où ces derniers les revendent à leur tour à des femmes qui pratiquent le commerce de microdétail sur les marchés ponctuels. Enfin, les fermiers peuvent se rendre eux-mêmes sur le marché principal de Moshi pour revendre leurs produits, soit à un grossiste, soit aux détaillants suivant la quantité qu'ils peuvent fournir. En ce qui concerne les prix, ils sont équivalents dans tous les cas de figure, lorsque le consommateur achète aux détaillants ou aux grossistes. Ces derniers vendent aussi bien au détail, mais au même prix que les détaillants.

Pour les circuits commerciaux concernant les produits en provenance ou transitant par Moshi et étant distribués sur la montagne, le

schéma reste plus rigide que pour le cas précédent. Souvent, un professionnel du commerce des marchés achète ses produits chez des grossistes en ville, pour ensuite les revendre au détail sur les marchés ruraux, comme le montre le document n°26. Le plus souvent ils s'y rendent en transport en commun. On rencontre aussi le cas du consommateur qui se rend directement à Moshi pour ses achats et achète dans un magasin de détail. Il est intéressant de noter que le prix de ces produits reste moins élevé en ville que sur les marchés de montagne. En effet, les vendeurs, qui ont des boutiques dans la montagne, maintiennent un prix moyen des produits assez élevé, grâce au monopole qu'ils ont sur ces produits. Alors qu'en ville les magasins sont nombreux et la concurrence les amènent à baisser le prix. Mais le consommateur est obligé de payer le prix du transport jusqu'à Moshi, ce qui ne rend pas ce procédé forcément plus intéressant. Afin de clarifier ces propos, le document n°27 résume ces différents circuits.

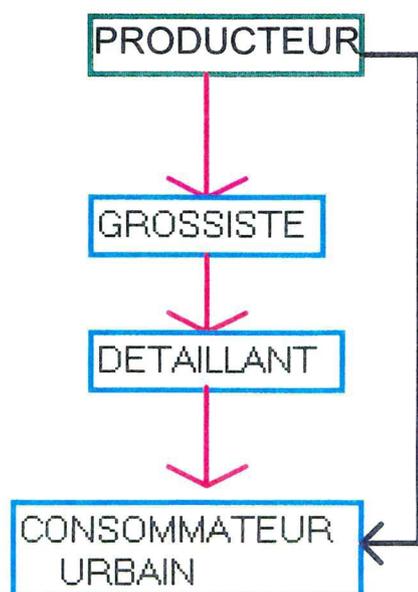


Document n°26. Un commerçant citadin sur le marché de Kwa Sadala, proposant du riz, du sel, de l'huile, du savon et de l'essence.
Cliche PIOT Benoît.

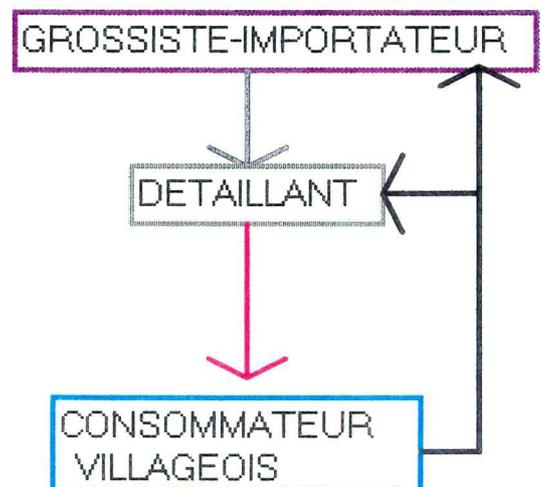
Parmi les relations commerciales reliant la ville et la montagne ont distingué deux grands types de circuits commerciaux longs. Les circuits commerciaux directs, qui ne font intervenir qu'un minimum d'intermédiaires selon le procédé de commercialisation depuis le producteur ou le grossiste jusqu'au consommateur. Et le circuit indirect qui fait intervenir un maximum d'intermédiaires depuis le producteur jusqu'au consommateur. Ceci concerne toujours les circuits en provenance de la montagne ; la majorité des intermédiaires étant urbains, la première conséquence de ce type de relation ville/montagne est une tertiairisation des emplois des citadins. Mais, on peut remarquer que ce type de circuits commerciaux est complémentaire dans tous les cas de figure. En effet la montagne apporte aux marchés urbains une grande variété de produits vivriers et la ville redistribue aux marchés de montagne des produits manufacturés.

Document n°27 : Les circuits commerciaux longs et directs.

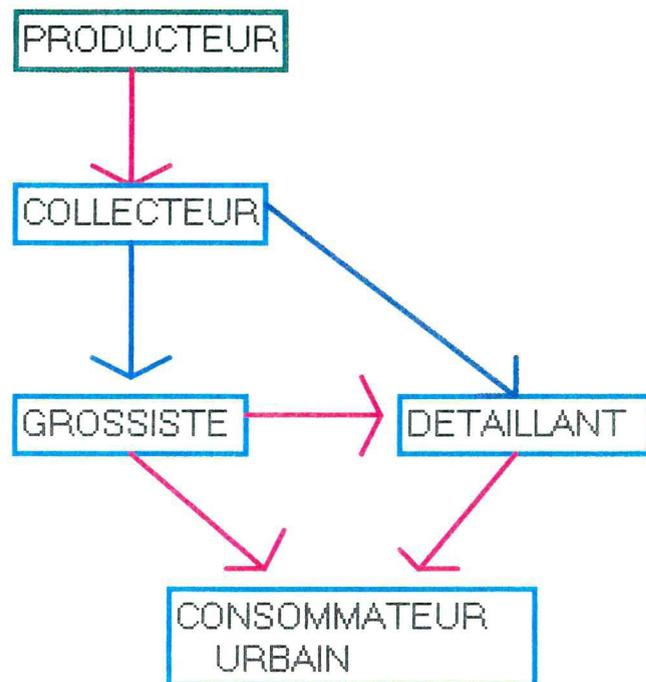
Dans le sens montagne-ville.



Dans le sens ville-montagne.



Les circuits commerciaux indirects.



Légende:



Au travers des marchés.



Par divers transports.



Par l'intermédiaire des magasins.

Réalisation personnelle.
Source : enquêtes de terrain.

3. Les différents acteurs socio-économiques.

Dans les deux premiers paragraphes nous avons étudié les relations Moshi/Kilimandjaro au travers des circuits commerciaux des marchés. Nous avons parlé de ces acteurs, mais sans rentrer dans les détails et sans les analyser de manière à cerner l'organisation et la séparation des rôles de chacun et chacune. Trois types d'acteurs sont impliqués dans ces relations, il s'agit des producteurs, des intermédiaires et des commerçants. Mais il faut souligner que ces rôles peuvent se confondre comme nous le verrons dans l'étude qui suit.

Les producteurs commerçants sont en général des petits paysans, ceci en raison de la pression démographique et de la structure des exploitations qui ne dépassent que rarement les deux acres de superficie, sur les versants Sud de la montagne : le pays des Chagga. La femme ayant la responsabilité des produits vivriers, elles composent 95% de cette catégorie sur les trois lieux d'enquête en montagne et en plaine : le marché de Kalali, de Kwa Sadala et de Sanya Juu ; et 100% des personnes interrogées dans les marchés ponctuels. Si l'on prend l'exemple d'une interview à Kalali, la situation est la suivante. Une femme d'une trentaine d'années, mariée avec trois enfants. Son activité principale est l'agriculture, notamment la production de légumes et de bananes. Elle habite la planèze de Machame, à 20 minutes à pied de la place du marché. Son étalage était de petite taille : une quinzaine de tomates et quelques concombres. Elle ne vend que sur ce marché, et occasionnellement les régimes de bananes à Kwa Sadala. Elle conserve les bénéfices de la vente pour sa famille, et en règle générale elle utilise cette maigre ressource pour acheter du savon, de l'huile et tout ce dont le ménage a besoin. En ce qui concerne les médicaments traditionnels et l'artisanat, commerces réservés à l'homme, ils produisent tout eux-mêmes en transformant les produits de base, et en les vendant tous les jours sur les marchés ; aussi bien en ville que sur la montagne. Ces acteurs, peu importants individuellement par la quantité de produits proposés, sont les plus importants dans l'économie des marchés du Kilimandjaro. En effet, ils sont la base qui fournit l'essentiel des produits vivriers et le passage obligé des autres acteurs.

En effet, les intermédiaires agissent de deux façons. Soit ils achètent directement aux producteurs sur le marché, soit ils vont collecter ces denrées chez la multitude des petits paysans qui produisent sur les versants du massif volcanique. Prenons l'exemple de cet homme d'une trentaine d'années vivant à Moshi. Il se rend sur le marché de Kwa Sadala pour

acheter en gros les régimes de bananes aux productrices à un prix avantageux, pour ensuite les revendre aux détaillants des marchés urbains. Il va tous les jours sur les marchés ruraux en transport en commun moyennant une taxe de transport variant entre 800 et 500 Tsh suivant la quantité qu'il a réussi à drainer. Certains sont directement envoyés par des grossistes et touchent un pourcentage suivant la quantité de marchandises ramenée. Ces acteurs sont directement impliqués dans les relations ville/montagne puisqu'ils en vivent et qu'ils sont le lien direct entre le lieu de production (la montagne) et le lieu de distribution (la ville), ceci souvent au travers des grossistes du marché central. Mais pour l'instant, on ne peut parler de complémentarité car les relations sont toujours dans le sens de la montagne vers la ville.

Quant aux commerçants nous ne reviendrons pas sur le petit commerce producteur, mais parlerons de ceux dont c'est l'activité exclusive. Ces derniers reflètent la complémentarité entre Moshi et le Kilimandjaro. En effet, les grossistes et les intermédiaires de produits vivriers redistribuent aux autres commerçants citadins les produits de la montagne. D'autre part, les commerçants habitant à Moshi et redistribuant des biens de consommation courante complètent ces circuits ; dans le sens où la ville, elle aussi apporte des produits aux montagnards. Prenons l'exemple de ce jeune homme de 25 ans qui proposait une centaine de paires de chaussures sur le marché de Kalali. Il vit seul à Moshi et se ravitaille chez l'unique grossiste de chaussures, lui aussi installé en ville. Il se rend sur tous les marchés en « *daladala* ». Ce jeune homme est l'exemple type du vendeur urbain des marchés ruraux. Il en serait de même pour les autres types de produits. Après avoir passé presque un mois de travail sur les marchés, nous nous rencontrions souvent dans les différents marchés. C'est ainsi qu'il m'a confié qu'il n'aime pas vendre à Kiboroloni, car il doit baisser ces prix pour s'aligner sur les autres. Son bénéfice étant réduit, il préfère se rendre sur le marché de Sanya Juu les mercredis et samedis.

Au travers de ces acteurs socio-économiques et des marchés, on voit se dessiner la trame des relations entre Moshi et le Kilimandjaro. La ville amenant à la montagne tous les biens de consommation, et la montagne approvisionnant la ville en produits vivriers. Ainsi du point de vue des systèmes de marché, les deux éléments se complètent en distribuant chacun les spécialités de ces deux zones. Les vendeurs urbains sont spécialisés dans le commerce et au travers des intermédiaires, ils ont établi des circuits commerciaux évolués depuis la ville jusque dans la

montagne. Les producteurs montagnards, quant à eux, ne s'intègrent pas dans des circuits de vente très évolués, ou alors ils sont le point de départ du circuit commercial. Il est intéressant de noter que ce système de marché induit une dynamique de flux de biens et de personne qui va faire l'objet de la partie suivante.

B. Les dynamiques des flux liés aux marchés.

Après avoir étudié la complémentarité des systèmes des marchés et le rôle des différents acteurs, il faut synthétiser cela en cartographiant les différents flux impulsés par cette dynamique. Cela pas seulement sur le seul versant sud du Kilimandjaro, mais aussi en expliquant le circuit qu'empruntent les biens manufacturés, depuis leur point de départ jusqu'à leur arrivée en ville. Le travail de terrain permettant d'aborder ce point a été réalisé auprès des chauffeurs de bus et des personnes se déplaçant pour des activités commerciales, ainsi que des comptages et des observations sur les routes et les pistes menant aux lieux d'échanges.

Tout d'abord, il faut expliquer le circuit qu'empruntent les biens venant des autres parties de la région et du pays, pour ensuite décrire les dynamiques de la ville vers la montagne, et dans un troisième temps celle de la montagne vers la ville.

1. Les flux depuis les autres parties du pays vers Moshi.

Parmi ces produits on distingue trois catégories : l'alimentaire, les vêtements, et les produits manufacturés importés. Chacun de ces produits est inclus dans des flux différents, mais toujours en provenance des autres parties de la région et du pays. Pour ce qui est de l'alimentaire, il s'agit surtout du poisson, de l'éleusine, des oranges et des noix de coco. Nous n'aborderons pas le cas des pommes en provenance de Lushoto (région de Tanga), car elles sont très peu consommées et cela reste assez marginal. Pour ce qui est du poisson, deux lieux d'approvisionnement étaient sans cesse nommés : le lac Victoria et plus exactement la région de Mwanza, ainsi que le lac de Nyumba ya Mungo qui se trouve à 40 km au sud de Moshi et que l'on peut localiser sur le document n°34 (en Swahili

cela signifie la maison de Dieu). Dans les habitudes alimentaires des Chagga, il n'est pas courant de manger les poissons de mer réputés malsains et dangereux pour la santé ; c'est pourquoi on trouve essentiellement des poissons d'eau douce. Les poissons de Nyumba ya Mungo sont acheminés par camion sur le marché aux poissons de Moshi, le jour même de leur pêche. Les grossistes de ce marché les vendent ensuite à des détaillants qui les revendent soit frais, soit séchés (document n°28).



Document n°28. Un étalage de poissons séchés, tilapias.
Cliché PIOT Benoît.

Le circuit utilisé par ceux provenant de Mwanza est le même, mis à part qu'ils sont soit acheminés par la route jusqu'à Moshi, soit par avion à l'« *International Kilimandjaro Airport* » où certains grossistes vont directement s'approvisionner. En général, les commerçants achètent du poisson tous les trois jours, mais la qualité est très médiocre, en raison des conditions de stockage : pas de système de réfrigération, poissons laissés au

soleil, etc... En ce qui concerne l'éleusine la provenance est très variée, ce qui ne permet pas de spécifier un lieu particulier. Mais l'endroit où les personnes vont généralement s'approvisionner est le marché d'Himo, se trouvant sur la route de Marangu, et celui de Kiboroloni. Mais n'ayant questionné que sept vendeurs d'éleusine, cette donnée est à prendre avec des réserves, car elle n'est peut-être pas représentative de ce circuit. L'éleusine est utilisée dans la fabrication de la bière traditionnelle, ou est consommée en porridge (pour les enfants des familles des classes moyennes).

Les vêtements empruntent des flux différents. D'une part par les lieux d'approvisionnement, qui sont essentiellement Dar-es-Salaam et l'île de Zanzibar. Cela ne concerne que les articles sortis d'usine et non traditionnels, tels que les chaussures, les chemises et les habits de sport qui ont un grand succès auprès des jeunes (les marques comme Nike ou Adidas). Les vendeurs vont sur les zones d'importations de la côte en bus transrégionaux. Ils s'y rendent une fois toutes les deux semaines. Ces personnes ont un magasin en ville où sont des spécialistes du commerce des marchés. Il faut aussi souligner le rôle de Kiboroloni, qui en plus d'un marché, est une petite zone artisanale où se trouve de nombreux ateliers de confection. Ce phénomène a été évoqué lors d'une interview auprès du S.I.D.O « *Small Interprise Development Organisation* », qui fournit beaucoup d'aides à toutes ces petites entreprises. C'est en partie la raison de l'importance du commerce vestimentaire de ce marché, car c'est aussi un lieu de production à partir des tissus traditionnels « *kanga* » et de ceux plus classiques. Kiboroloni n'est pas seulement un lieu d'échanges, mais aussi de production.

Pour ce qui est des produits manufacturés, nous distinguons deux types de biens de consommation courante proposés sur les marchés. Ceux qui servent à la ménagère (huile, savon, lessive, etc...), et ceux qui servent aux paysans et à l'homme (machettes, cadenas, faux, etc...). Tout cela est importé en général depuis la Chine pour ce qui est des métaux et des plastiques, mais aussi d'autres pays d'Asie qui n'ont pas été évoqués lors des questionnaires (Inde, Corée du sud). Une autre zone d'approvisionnement est le Kenya dont l'industrie et l'économie de marché sont plus élaborées qu'en Tanzanie. C'est pourquoi lors des interviews quatre villes ont été évoquées comme distributeur. Il s'agit d'Arusha, de Dar es Salaam et de Nairobi ou Mombasa. Ces produits arrivent à Moshi de deux façons différentes, soit un distributeur se rend lui-même sur Moshi pour écouler sa marchandise, ceci ne concerne que les villes de Nairobi, Mombasa et Dar es Salaam, soit les commerçants s'y rendent eux-mêmes en bus. Quant à Arusha, la ville la plus proche (80 Km), il est facile de faire le trajet dans la journée, voire la matinée.

Ces flux ne rentrent pas en compte dans les mouvements à l'échelle régionale, mais à l'échelle nationale et internationale. Il est nécessaire de les évoquer, car ils confèrent à Moshi le rôle de redistribution à l'échelle de la zone d'étude (la montagne du Kilimandjaro). Les flux régionaux seront abordés dans les deux paragraphes suivants.

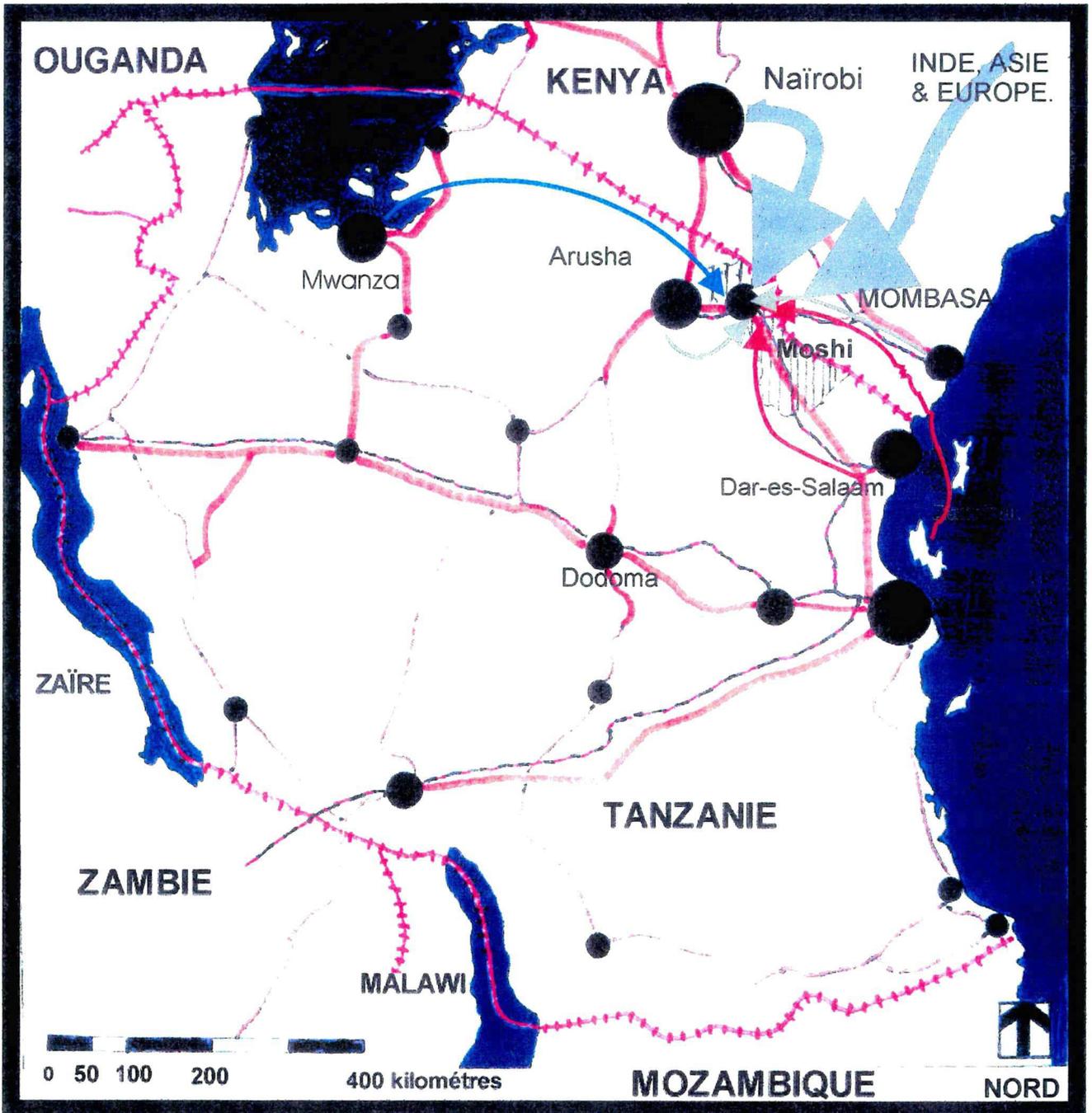


Document n°29 Un exemple de produits manufactures dans le marché central.

Cliché PIOT Benoît.

Le document n°30 suivant cartographie ces flux.

LES FLUX INTERNATIONAUX ET INTRAREGIONAUX.



LEGENDE :

Pour le découpage territorial et le réseau de communications, voir la carte page n°7.

1. Les flux.



De vêtements.



De produits manufacturés.



De poissons.

Réalisation PIOT B.
Sources : Enquêtes de terrain

2. Les dynamiques de la montagne vers la ville.

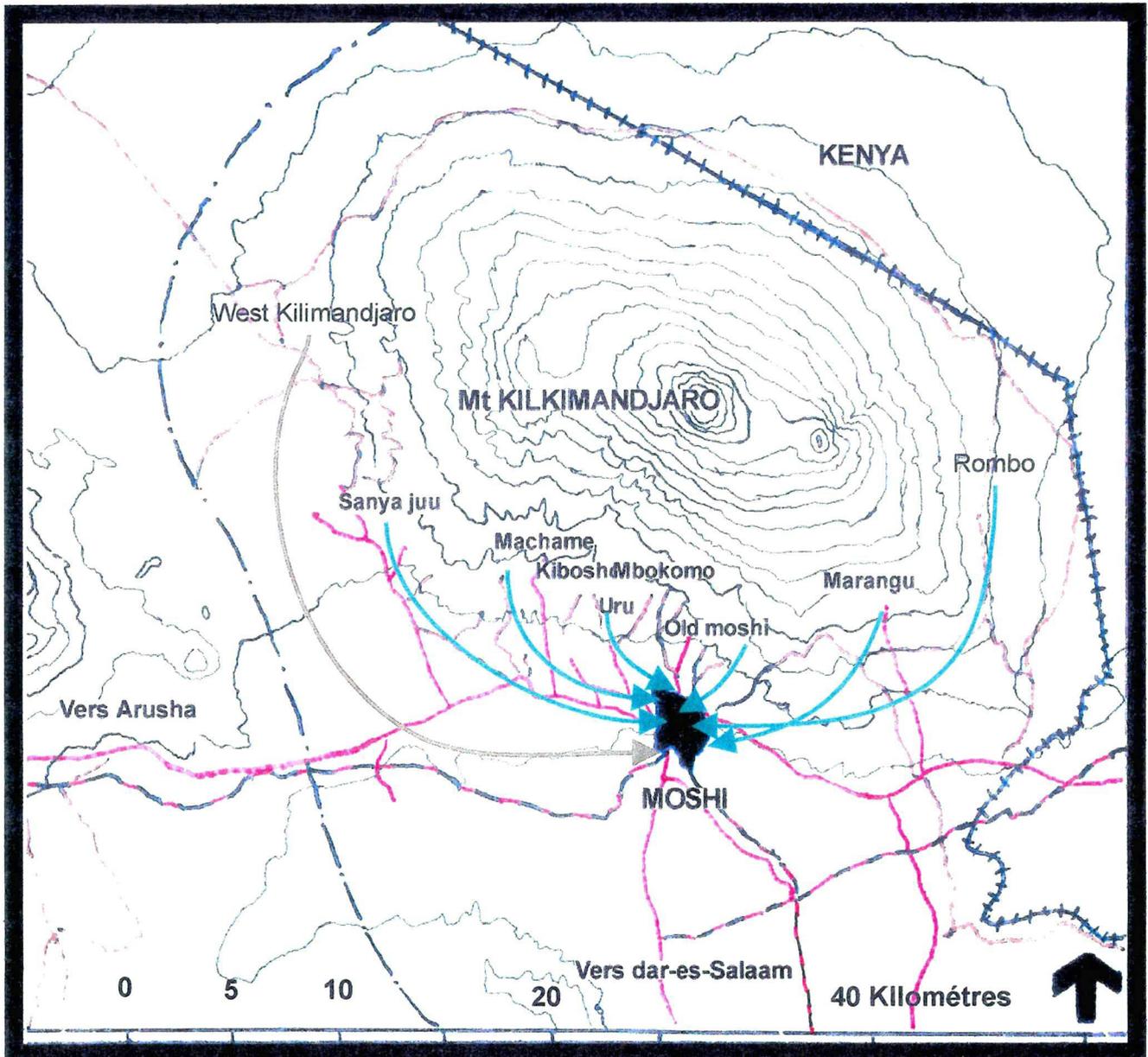
Le détail de ces flux a été abordé lors du chapitre précédent et dans l'explication des circuits commerciaux. C'est pourquoi, on ne va pas refaire une description détaillée de cette dynamique. En résumé cela concerne les produits vivriers, l'artisanat local et les médecines traditionnelles. Le but de ce paragraphe est d'illustrer les propos au travers d'une carte exposant les flux induits par les systèmes de marché dans le sens de la montagne vers la ville.



Document n°31. Un grossiste d'oignons au marché central.
Cliché PIOT Benoît.

Le document n°32 qui cartographie ces flux, montre la complémentarité des productions selon l'exposition des versants. La zone

Document n°32.
LES FLUX DE LA MONTAGNE VERS LA VILLE.



LEGENDE :

1. Le découpage territorial.

2. Le réseau routier.

3. Les flux.

 Frontières internationales.

 Routes bitumées.

 De légumes et fruits.

 Frontières régionales.

 Pistes en terre.

 De pommes de terre et de carottes.

Réalisation PIOT benîot.
 Sources : enquêtes de terrain
 & Moshi master plan.

 Chemin de fer

située à l'ouest est essentiellement un lieu d'approvisionnement en pommes de terre, choux et en carottes. Le climat est plus sec que sur les autres parties du Kilimandjaro car c'est le versant sous le vent, les flux atmosphériques chauds et humides venant de l'est. Prenons l'exemple de ce vendeurs de pommes de terre du marché central de Moshi : les agriculteurs lui amènent leurs récoltes, qui en règle générale proviennent de Londorossi par exemple. Pour les versant sud et sud-est le climat est très favorable à la culture des légumes comme les haricots, le maïs pour les étages bas et intermédiaires de la ceinture banane/café. Les étages hauts sont très favorables aux cultures de fruits, comme les fruits de la passion, les avocats. Dans ce cas précis il existe un autre type de complémentarité qui se situe au niveau des différences d'altitudes, de précipitations et de température. Si on prend l'exemple de la planèze de Mbokomo, les fruits de la passion provenaient toujours des étages hauts. Ce phénomène s'est retrouvé sur le marché de Kiboroloni où un grand nombre de vendeurs venait du haut, mais lors des interviews sur le haut de la planèze, les répondants qui vendaient des produits agricoles sur le marché proposaient surtout des fruits de la passion et des bananes durant le moins de février 1998.

L'idée fondamentale des flux de la montagne vers la ville est la complémentarité : complémentarité entre les versants et entre les étages du Kilimandjaro. Elle permet une diversification des produits proposés en ville, ce qui donne un approvisionnement régulier en toutes saisons, comme pour le maïs. En plaine il est cultivé pendant la grande saison des pluies qui s'étale de mars à juin, il peut être récolté après trois mois. Alors que vers 1600 mètres d'altitude il nécessite de 5 à 6 mois de croissance avant d'être récolté. Les deux notions essentielles liées à ces flux sont la complémentarité et la diversité.

3. Les dynamiques de la ville vers la montagne.

De la même manière que pour le paragraphe précédent, nous n'allons pas réexpliquer les circuits qu'empruntent les marchands, mais plutôt celui des transports en commun. Ils jouent le rôle de moteur pour les flux, puisqu'ils transportent 94,5% des personnes qui vivent en ville et se rendent dans les marchés ruraux, aussi bien les intermédiaires que les marchands. Ils sont le lien visible entre Moshi et le Kilimandjaro : 290 bus opèrent depuis la municipalité dont 205 dans et autour de la municipalité (document n°33) . Lors des questions posées aux chauffeurs de bus, ces derniers ont révélé qu'il ne serait pas facile d'avoir des statistiques, même

impossible. En effet, les minibus régionaux appartiennent à des privés qui n'ont pas de bureau : ils opèrent depuis chez eux, achètent des véhicules et paient un chauffeur salarié.

Document n°33. Les bus régionaux et leurs destinations.

DESTINATION*	PRIX**	Nombre aller/retour par jour	Nombre
KCMC/KIBOSHO	150	De 3 à 5	30
MAJENGO/KIBOROLONI	100	de 6 à 10	15
MACHAME	300	maximum 5	25
SANYA JUU	500	De 2 à 3	25
MARANGU/ROMBO	400	De 2 à 3	40
URU	100	de 4 à 6	20
MOSHI/ARUSHA**	900/1000	environ 3	70

KCMC : Kilimanjaro Christian Médical Center.

* Départ toujours depuis la station de bus centrale de Moshi.

** En Tsh pour une personne seule sans bagages encombrant.

Sources : Field Surveys Moshi Municipality, Février 1995 (central bus stand).

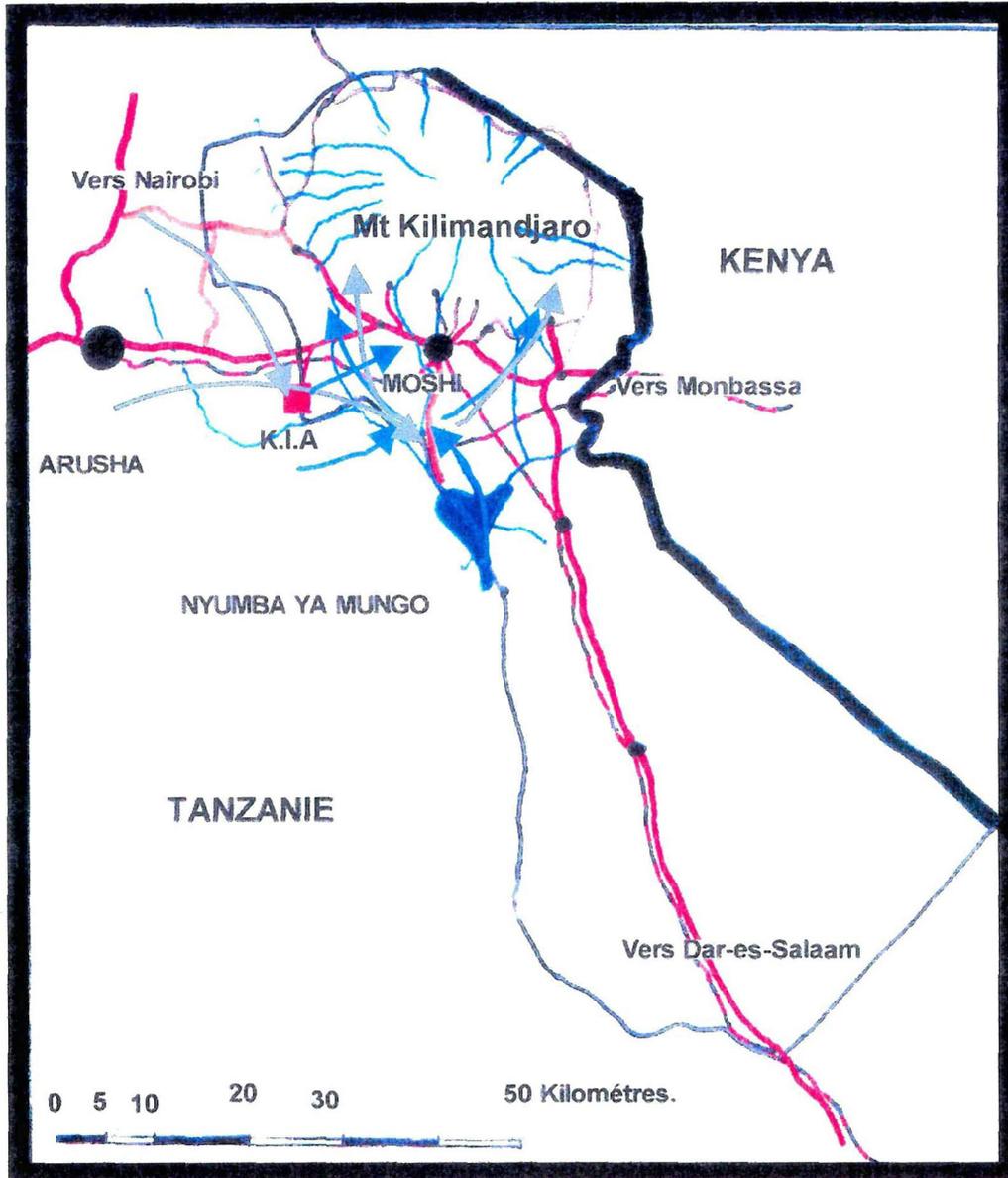
En questionnant les chauffeurs, il apparaît que les jours les plus occupés sont en fonction des jours de marché, qui déterminent la destination. Par exemple pour Kiboroloni s'est le samedi et le mercredi, mais aussi le mardi et le vendredi. Les jours de marché influent sur la circulation routière du versant sud du Kilimandjaro, au travers des mouvements qu'il engendre. Comme cela a été souligné par MBONILE, 1997 « *De plus ces mouvements ont pour caractéristiques communes, sur les versants Sud du Kilimandjaro, d'avoir un processus largement influencé par la présence de marché hebdomadaire et d'activités agricoles ayant une place à la fois dans les hautes et les basses terres* ». Ce qui démontre une nouvelle fois l'importance que revêt ce système commercial sur tout l'ensemble de la ville et de la montagne. En ce qui concerne Kwa Sadala deux possibilités existent pour s'y rendre, ceci expliquant en partie l'importance de ce marché lié à son accessibilité. On peut soit prendre le bus qui se rend sur Arusha, soit prendre celui qui va en direction de Sanya Juu.

Pour conclure, il faut souligner que les flux ville/montagne sont impulsés par l'existence de marché à régularité hebdomadaire. Ceci par le biais des transports en commun, car seulement 29,3% des habitants de la municipalité possèdent leur propre véhicule, mais il s'agit des personnes riches et des coopérants ne rentrant pas dans le cadre de cette dynamique des marchés. La majorité des personnes impliquées utilisent les

Document n°34.
LES FLUX DE LA VILLE VERS LA MONTAGNE

Réalisation PIOT B.

Sources : Moshi master plan 1994/2014 & relevés de terrain.



LEGENDE :

1. L'organisation du territoire.

-  Frontière internationale.
-  Frontière régionale.
-  Routes.
-  Pistes.
-  Courts d'eau.

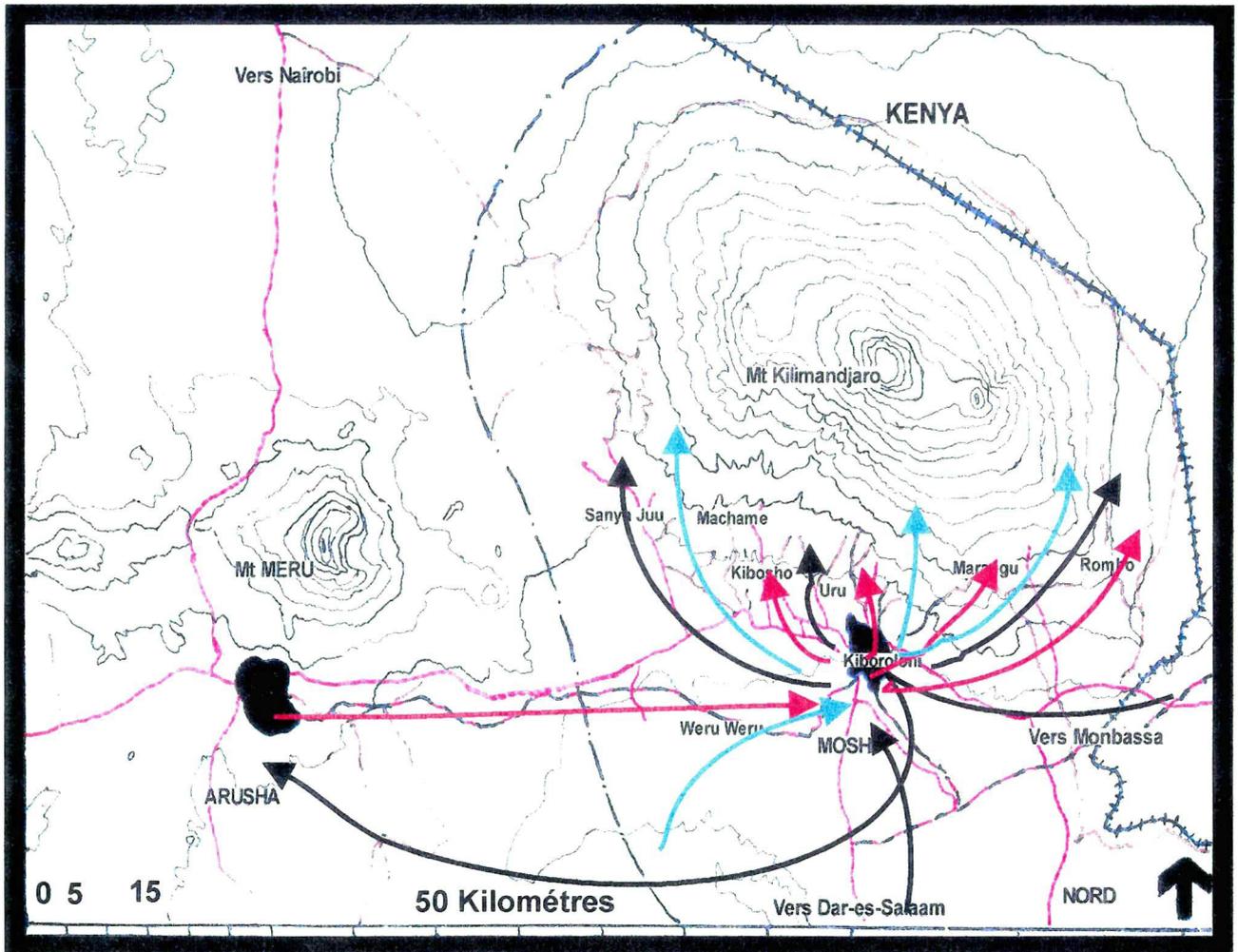
2. Les flux.

-  De vêtements et de produits manufacturés.
-  De poissons.

3. L'abréviation.

K..I.A Kilimanjaro International Airport.

LES FLUX DEPUIS LA VILLE VERS LA MONTAGNE.



LEGENDE :

Pour le découpage territorial et le réseau routier, voir la carte page n° .

1. Les flux.

 De biens de consommation.

 De vêtements.

 De poissons.

Réalisation : PIOT Benoît.
Sources : enquêtes de terrain &
Moshi master plan 1994-2004.

bus. Ces flux ont des causes économiques, achat et vente de produits agricoles et de biens manufacturés, mais aussi les emplois que la ville peut offrir aux montagnards.

Le système des marchés du Kilimandjaro montre une facette des relations ville/montagne. Cela au travers de trois éléments essentiels. D'une part, la hiérarchie et la fonction des marchés amène une spécificité commerciale au monde urbain et à la montagne. La montagne est la grenier de la ville et l'approvisionne par les marchés ruraux. La ville diffuse sur la montagne des produits manufacturés. Dans ce cas précis de relations, il ya une complémentarité entre les deux mondes. En outre, la circulation des produits entre les marchés, et entre la ville et la montagne organise des circuits commerciaux. D'autre part, ces circuits engendrent une spécialisation des acteurs socio-économiques, pour lesquels le rôle est déterminé selon l'endroit où ils vivent. Les montagnards sont de petits producteurs qui vendent occasionnellement sur les marchés ruraux. Les citadins sont spécialisés dans les activités commerciales, qui sont leur principal emploi. On retrouve la notion de complémentarité car il y a une spécialisation de l'emploi pour les citadins, et pour les montagnards. La notion importante qui se dégage de ce chapitre est la complémentarité entre les versants et les étages du Kilimandjaro, et entre la ville et la globalité de la montagne.

TROISIEME PARTIE. LE BINÔME MOSHI-KIBOROLONI : UN EXEMPLE DES CONSEQUENCES DES RELATIONS VILLE/MONTAGNE SUR LA STRUCTURE DE L'ESPACE URBAIN.

La ville de Moshi est le plus grand centre urbain situé au pied du massif du Kilimandjaro. C'est un point central dans cet espace géographique : les routes et les transports en commun s'organisent prenant la ville comme élément structurant (voir la première partie). De plus, l'histoire de la ville est liée à la culture du caféier, à la vente et à l'exportation du café. Dès l'époque coloniale, Moshi est devenue le coeur commercial des relations ville/montagne qui, à l'époque, concernait principalement les cultures d'exportation. Comme nous l'avons vu au travers du système des marchés, de nos jours, les relations entre Moshi et la montagne sont plus complexes. La ville a évolué en fonction de ses besoins propres et de ceux du pays tout entier : le développement du secteur industriel en est un exemple. Mais elle s'est aussi structurée selon les besoins de la montagne, surtout au niveau du secteur commercial. Elle est un relais qui diffuse la modernité chez les agriculteurs vivant sur le Kilimandjaro. L'expansion des liens ville/montagne est cruciale pour le développement économique local. En effet, la ville joue un rôle important en fournissant des services, des infrastructures et des installations nécessaires au développement de petites et moyennes entreprises qui génèrent des emplois non agricoles. Toutes ces entreprises offrent de nombreux services et produits, aussi bien aux habitants de la montagne qu'aux citadins.

Le système urbain s'est donc organisé en fonction de ses liens avec la montagne environnante. Ainsi la structure de la ville de Moshi est visible au travers des fonctions attribuées à chaque quartier que nous étudierons en détail au travers de l'exemple du binôme Moshi centre/Kiboroloni. Le choix précis des deux ensembles est justifié par leurs importances respectives. D'une part Kiboroloni l'est par son relatif dynamisme économique, et d'autre part le centre de Moshi rassemble de nombreuses activités centrales et commerciales nécessaires à la montagne.

L'étude va s'articuler autour de deux chapitres. Dans un premier temps une présentation de la municipalité et de sa structure urbaine, pour ensuite s'attacher à expliquer l'organisation et le fonctionnement du binôme Moshi centre/Kiboroloni.

CHAPITRE VI. LA STRUCTURE DE LA MUNICIPALITE DE MOSHI.

A. Présentation de la municipalité de Moshi.

La municipalité de Moshi est située au sud de la montagne du Kilimandjaro. Moshi était la neuvième plus grande ville du pays avec une population de 96 838 habitants lors du recensement de 1988. De nos jours, la population est estimée aux alentours de 150 000 résidents (d'après les sources du « *town plannig officer* » de la municipalité de Moshi). C'était l'une des neufs villes identifiées comme pôle de développement pendant le deuxième plan quinquennal (1969-1974). Ce qui a aidé à en faire le plus grand centre commercial et industriel de la région.

Afin de bien cerner l'organisation de Moshi, on va tout d'abord présenter les infrastructures qu'elle concentre, qui sont un moteur de la croissance de la municipalité. Puis le deuxième paragraphe décrira cette croissance de la ville, qui est en partie directement liée avec la montagne.

1. Une ville concentrant de nombreuses infrastructures.

Dès sa création Moshi a été le point central du commerce et de l'administration coloniale. Après l'Indépendance elle a continué de jouer ce rôle structurant sur l'espace montagnard. Il en résulte que de nos jours, elle continue de concentrer les activités majeures, aussi bien sur les plans administratif, industriel que des services.

En ce qui concerne l'administration, Moshi possède les organismes du pouvoir central. C'est un lieu de pouvoir à l'échelle régionale, localisé dans les locaux du « *regional headquarhter* » qui administre la totalité de la Région. Par conséquent elle administre en partie le massif du

Kilimandjaro au travers de son président « *the regional commissioner* ». Ce personnage symbolise l'autorité du gouvernement central et applique à la Région Kilimandjaro les directives et la politique menées par le Premier ministre. Depuis la ville de Moshi, les grandes lignes de la politique tanzanienne sont perçues dans la montagne. Par exemple la politique de libéralisation de l'économie du pays est arrivée jusque dans les petits villages montagnards par cet organisme de pouvoir. Ces changements de politique impliquent des modifications sur le paysage montagnard, modifiant et atténuant le rôle joué par l'Etat, ce qui a entraîné le changement des anciennes structures commerciales de la montagne. Par exemple un élargissement du secteur commercial et une concurrence plus forte. En ce qui concerne la politique générale d'aménagement du massif du Kilimandjaro, elle est insufflée depuis la ville. Mais, Moshi concentre d'autres administrations plus proches du quotidien des montagnards. Toutes les organisations gouvernementales et non gouvernementales s'intéressant à l'agriculture ont leur centre de décision en ville et pour la plupart n'ont pas d'antennes en zone rurale. Les autres grandes administrations présentes dans Moshi sont la Cour de justice et tout ce qui est englobé par l'administration d'Etat, plus précisément l'exécutif et le judiciaire. Il existe tout de même des administrations dans la montagne, mais elles sont de petite taille et n'ont pas le pouvoir de décision qui demeure à Moshi. La ville influence et transforme la montagne au travers de ses relations administratives entre le massif volcanique ; en outre elle concentre une grande partie des fonctionnaires et de Européens travaillant dans la région.

De plus les principales industries sont localisées dans la municipalité. On ne va pas faire une liste exhaustive de ce secteur, mais une grande partie des industries y sont implantées. N'ayant pas pu obtenir de la chambre du Commerce et de l'Industrie le détail de ces industries, il nous est impossible de les quantifier. Depuis que Moshi est le centre régional du Kilimandjaro, elle possède un bon nombre d'industries de transformation, comme pour le textile par exemple, avec la « *Kilimandjaro Textile Industry* ». Pour prendre des exemples plus précis, on peut citer les usines de Coca Cola « *Bonite bottlers* », « *Tanzanian breweries limited (Moshi branch)* » qui produit la bière distribuée dans toute la région, ou encore le « *Kiho match group limited* » fabriquant des allumettes distribuées à travers tout le pays.

Pour conclure, il faut souligner l'importance de ce facteur dans les relations ville/montagne, car Moshi, en concentrant toutes ces activités, concentre l'emploi non agricole, d'où un important exode rural. Ceci se traduit sur la structure de la ville par un accroissement démographique et une extension de la superficie de la municipalité.

2. Une croissance démographique liée à la montagne du Kilimandjaro.

Moshi est une ville en croissance qui, d'un petit centre urbain de 8 048 habitants en 1948, atteint une population d'à peu près 150 000 résidents en 1988. Il existe une certaine uniformité de sa croissance avec un taux avoisinant 6% entre les années 1948 et 1988 comme le montre le document n°35.

Année	1948	1957	1967	1978	1988
Population	8048	13762	26969	52223	96838
Taux de croissance		6.1	7.0	6.2	6.4

Document n°35. La croissance de la municipalité de Moshi entre 1948 et 1988.

Sources : Recensement de population de 1948, 1957, 1967, 1978 et 1988.

Séparément du taux d'accroissement naturel, la croissance de la ville est directement liée à la montagne. Cette dernière est densément peuplée, et fournit à la ville la population nécessaire à son expansion. La ville, en échange de ces mouvements de population, offre aux montagnards des emplois non ruraux dans les administrations, les usines et les commerces. Ceci ayant été étudié lors des deux parties précédentes, nous ne reviendrons pas dessus. Mais l'élément nouveau est la modification que subit la ville dans ses relations avec la montagne. Il s'agit autant de l'augmentation du nombre des urbains, que des transformations que connaît la structure de la ville : la ville s'étend dans l'espace. Les frontières de la municipalité de Moshi ont changé, de nombreuses zones rurales et agricoles ont été englouties et utilisées à des fins urbaines. Il s'agit essentiellement des «wards» de Msaranga, Kiboroloni, Karanga et Rau (document n°36), qui continuent à être traditionnellement habités par des gens très proches de la terre dans leur façon de vivre.

Ces changements n'ont pas que des aspects positifs. Mis à part l'expansion de la municipalité, ils engendrent des conflits entre les zones rurales jouxtant la municipalité et Moshi. Les habitants ne sont plus

autorisés à pratiquer l'agriculture comme auparavant. En effet la culture des plantes, dont la taille est supérieure à un mètre, est interdite dans la municipalité. Ceci dit, ce décret n'empêche pas les familles vivant dans les « *wards* » de la municipalité de pratiquer selon la saison la culture du maïs ou de bananiers. Outre le fait que l'utilisation du sol n'est plus exclusivement tournée vers l'agriculture, les taxes sont plus élevées en ville que dans les zones rurales. Ceci conforte les ruraux à ne pas vouloir que leur « *ward* » soit englobé par la municipalité de Moshi. C'est pourquoi il existe un conflit de territorialité entre les zones rurales jouxtant la ville, ces dernières refusant de rentrer dans la structure foncière de Moshi-ville.

Tout ceci pose un problème à la fois pour les zones rurales et pour l'expansion urbaine de la municipalité. Il en résulte que l'extension de la ville vers le nord, c'est-à-dire en direction de la montagne, est très limitée. Tout ceci est visible sur le document n°36. En effet, la forme de la municipalité traduit très bien ce conflit de territoire entre les espaces montagnards voués à l'agriculture et les espaces urbains réservés pour d'autres activités. La forme de la ville, ainsi que le dessin de ses limites sont directement en rapport avec ce type de relations délicates entre Moshi et le massif du Kilimandjaro. Ceci explique la forme en oeil de la municipalité de Moshi, car son expansion n'est possible que le long de l'axe routier Arusha/Dar es Salaam. En effet son expansion est aussi limitée au sud par la réserve de la forêt de Rau, par les plantations de canne à sucre, ainsi que par le développement des rizières (le document n°37). C'est pourquoi de son centre ancien la municipalité n'a pu se développer qu'en direction de l'Est et de l'Ouest, ce qui explique son dessin particulier.

En outre, ce facteur pose des problèmes sociaux lié au mode d'acquisition des terrains. En effet, en Tanzanie l'Etat se réserve le droit de choisir à quelles fins sont voués les terrains. « *En Tanzanie, toute les terres appartient à l'Etat. Il garantit un droit d'occupation (maximum 99 ans) aux individus C'est pourquoi plus de 50% des maisons (peut-être 90%) en ville peuvent être caractérisées comme informel* ». Un grand nombre sont gardées en tant que réserve foncière pour la construction d'usines, de zones résidentielles, etc ... Les propriétaires des terrains les vendent illégalement à des personnes afin d'y construire des maisons. Ce phénomène est toléré par la municipalité, mais engendre des problèmes sociaux, car ces zones n'ont pas les infrastructures nécessaires à des zones résidentielles : c'est le problème du « *squatting* ». Durant les enquêtes socio-économique réalisées par la municipalité en 1995, il a été trouvé que 77,6% des propriétaires de lots de terrain les ont eu de manière informelle. Seulement 33% des

propriétaires les ont acquis en accord avec les réglementations de la municipalité. Ceci pose donc non seulement des problèmes sociaux, mais aussi des problèmes de contrôle de l'urbanisme. Au lieu d'être planifiée par la municipalité, la croissance urbaine se fait de manière anarchique et incontrôlée.

Pour conclure il nous faut souligner l'importance du conflit de territorialité entre la ville et la montagne. En effet ces relations négatives entre les deux éléments ont pour conséquence d'empêcher le développement de la municipalité vers la montagne et de poser des problèmes sociaux de « *squatting* » aux nouveaux arrivants.

B. L'organisation spatiale de la municipalité de Moshi.

Les relations ville/montagne influencent la structure de la ville : à l'intérieur de ses limites, la municipalité de Moshi a une organisation spatiale qui la structure en différents types de quartiers et zones d'activité. La totalité de la municipalité souhaite mieux comprendre le fonctionnement du binôme Kiboroloni/Moshi, car ces deux éléments sont le fruit des relations ville/montagne, mais aussi de l'organisation spatiale de la municipalité de Moshi.

Cette étude se fera en deux temps. Le premier présentera la structure de la ville et son découpage administratif. Le deuxième décrira les caractéristiques des différents quartiers.

1. Le découpage administratif de la ville.

La municipalité de Moshi comprend quinze divisions administratives ou « *wards* ». Les douze « *wards* » ayant des caractéristiques à dominante urbaine sont ceux de Bondeni, Kilimandjaro, Kiusa, Majengo, Mawenzi, Mjimpya, Njoro, Rau, Kaloleni, Longuo,

Korongoni et Pasua. L'ensemble constitue la première frontière pour laquelle Moshi a été élevée au rang de municipalité. L'expansion de la municipalité englobe les «wards» de Karanga, Kiboroloni et Msaranga, qui ont des caractéristiques essentiellement rurales. La municipalité s'étend sur une surface totale de 5644 hectares (document n°37).

Les «wards» sont des divisions administratives que l'on pourrait apparenter aux communes dans les municipalités françaises, pour ceux qui se trouvent en périphérie de la municipalité du fait de leur taille et de leur densité. En effet, leur structure foncière et leur densité de peuplement les apparentent à une banlieue. De plus le document n°38 montre qu'une grande majorité des nouvelles habitations sont bâties dans ces zones périphériques, avec une préférence pour les «wards» de Pasua (16,6%), Korongoni (14,3%), Njoro (8,1%) et Karanga (7,9%). Ces pourcentages tirés du «*Moshi master plan 1994-2014*» indiquent la préférence des habitants à s'installer et construire des maisons dans ces zones. Si l'on observe le document n°37, ces «wards» sont situés dans la partie sud de la municipalité. L'explication réside en partie dans les conflits de territoires entre la ville et la montagne : les personnes préfèrent construire dans ces sites, où traditionnellement le sol n'est pas voué à l'agriculture. Il leur est donc possible d'acheter légalement ou illégalement un terrain pour bâtir leurs demeures.

	Mawenzi	Njoro	Mjimpya	Rau	Kilimandjaro	Majengo	Longuo	Pasua	Kiusa	Karanga	Bondeni	Korongoni	Kaloleni	Msaranga
Avant 1960	33	4,7	14	2,2	6,7	15,1	11,5	2,2	11,5	3,5	49	0	4,2	18,8
1961-1967	33,3	4,7	9,6	2,2	3,3	13,7	0	7,6	19,2	5,3	5,4	4,2	4,2	12,5
1968-1974	0,3	11,6	11,5	8,6	20	17,8	11,5	30,4	15,5	22,8	16	8,3	29	9,4
1975-1985	33,4	41,8	25	43,5	33,3	35,6	38,5	31,5	11,5	33,3	24	50	33	25
1986-1995	0	37,2	40,4	43,5	36,7	17,8	38,5	28,3	42,3	35,1	5,4	37,5	29	34,3

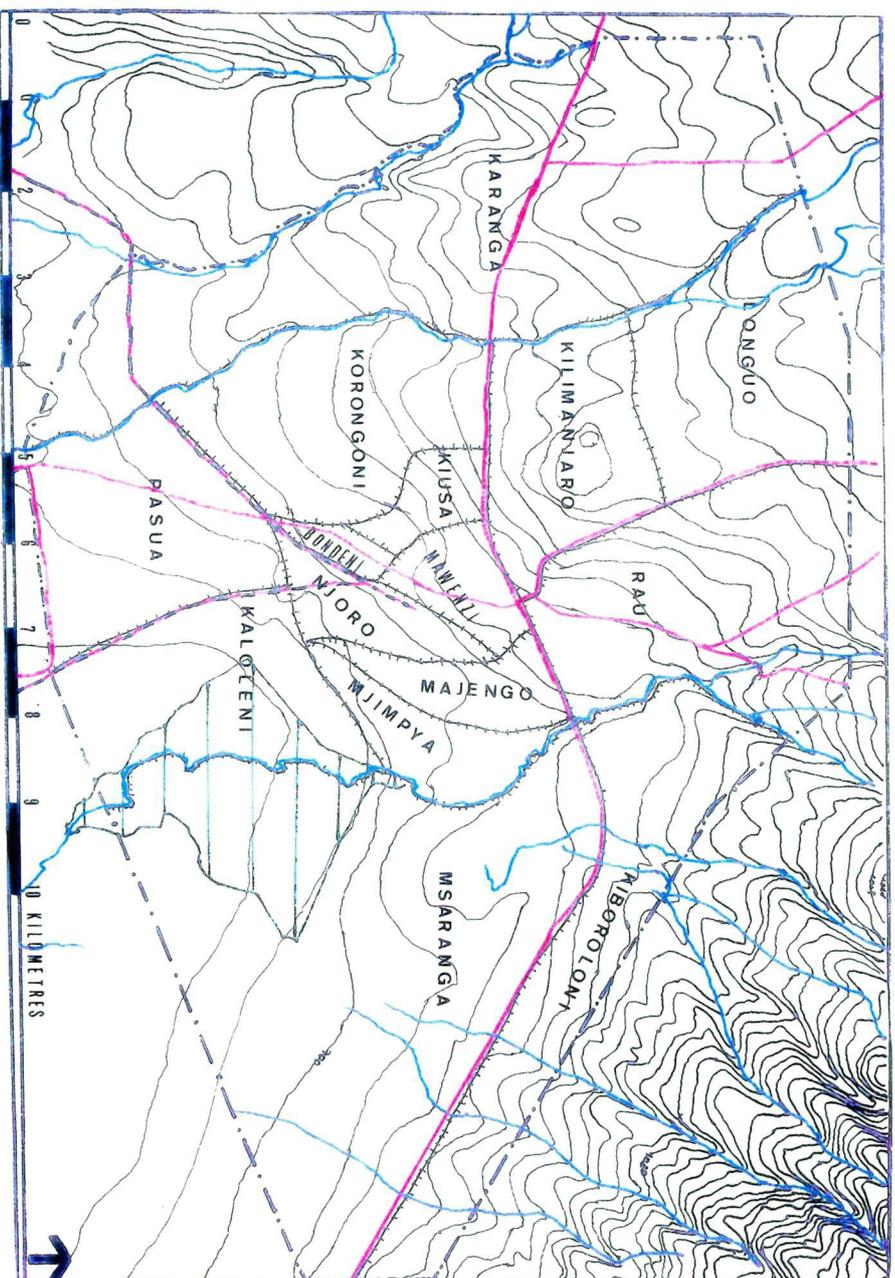
Document n°37. Les constructions de maisons de 1960 à 1995, en %.

Sources : Socio-economic survey, Moshi municipality, 1995.

Pour ce qui est des «wards» du centre ville, comme ceux de Kiusa, Mawenzi, Mjimpya, Bondeni et Njoro, les densités de population sont les plus fortes de la municipalité. Ces «wards» s'apparentent à de vrais

Document n°36.
LE DECOUPAGE ADMINISTRATIF DE LA MUNICIPALITE DE MOSHI.

Réalisation : PIOT Benoit.
 Sources : Moshi master plan 1994-2014.



LEGENDE :

1. Les voies de communications.

Les principales routes.

Le chemin de fer.

2. Le découpage administratif.

Limites de la Municipalité.

Limites des wards.

Réserve forestière de Rau.

KIUSA Nom des wards.

quartiers urbains avec des routes bitumées, suivant un quadrillage ordonné. Aussi on peut noter la présence de trottoirs, qui symbolise le degré de modernité de l'urbanisme du centre-ville comparé aux autres parties de la municipalité de Moshi . Les deux documents de la page montrent bien les différences entre les « *wards* » périphériques et ceux du centre. Si l'on compare les superficies respectives de chacun, les zones périphériques ont une taille nettement supérieure à ceux du centre. Par exemple le « *ward* » de Mwaenzi a une superficie de 105,3 ha, alors que celle de Korongoni s'élève à 579,5 ha. En outre, le document n°37 montre très bien la tendance des habitants à s'installer dans les « *wards* » périphériques ce qui, à long terme, modifie la structure de la municipalité puisqu'ils se transforment et ont des caractéristiques de plus en plus urbaines et de moins en moins rurales. La zone périurbaine en contact avec la montagne s'urbanise petit à petit.

Après avoir vue le découpage administratif de la ville, on va étudier les différents quartiers et leurs localisations.

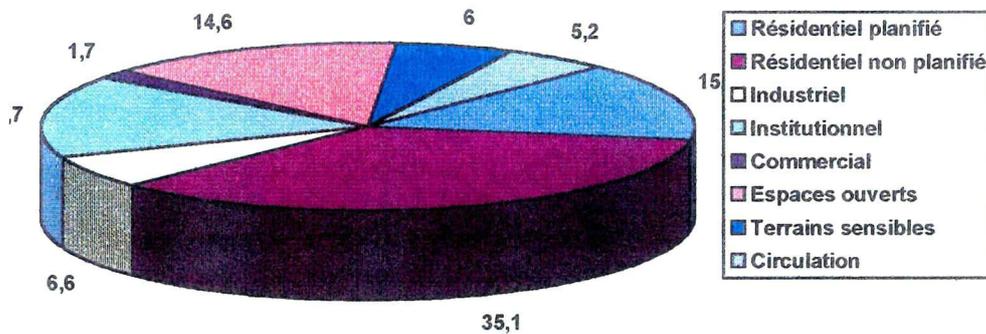
2. L'organisation spatiale des différents quartiers.

Après avoir expliqué le découpage administratif, il faut expliquer l'utilisation du sol à l'intérieur de la municipalité, car il n'y a pas forcément de corrélations entre le découpage administratif et la répartition de l'utilisation du sol. Pour ce faire, on va utiliser les catégories définies par la municipalité de Moshi lors des enquêtes socio-économiques de 1995. Ces catégories comprennent les zones résidentielles, commerciales, industrielles, publiques et semi-publiques, les espaces ouverts, les terrains sensibles, les transports et les communications, les aires de conservation. Le document n°38 présente la répartition de ces espaces. De plus, les documents n°39 et n°40 montrent l'importance des différentes utilisations du sol. Les zones résidentielles recouvrent la superficie la plus importante avec une valeur de 50,2% de la superficie de la municipalité, suivies par les espaces institutionnels avec 15,7%. La moins importante est l'utilisation du sol à des fins commerciales avec une estimation à 1,7% de l'ensemble de la municipalité.

Utilisation du sol	Superficie en hectares	Pourcentage
Résidentiel planifié	850,2	15,1
Résidentiel non planifié	1980	35,1
Industriel	370,2	6,6
Institutionnel	887,3	15,7
Commercial	100,7	1,7
Espaces ouverts	826,5	14,6
Terrains sensibles	336,9	6
Circulation	291,19	5,2
Total	5643,7	100

Document n°39 : Utilisation du sol en 1994.

Sources : Field Survey Moshi Municipality, 1995.



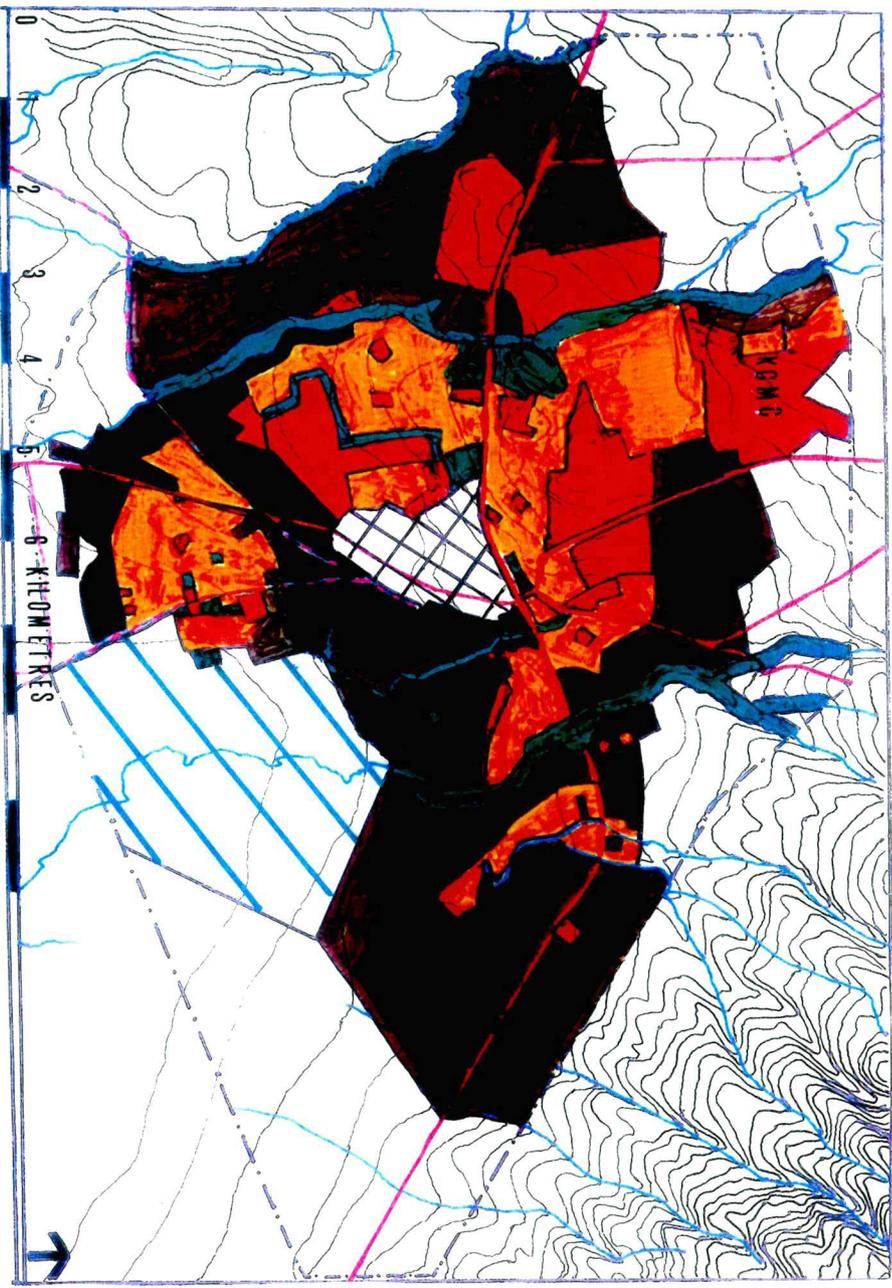
Document n°40 : L'utilisation du sol de la municipalité de Moshi en pourcentage.

Sources : Fields Survey Moshi Municipality, 1995.

Les aires résidentielles peuvent être divisées en deux catégories : les aires résidentielles planifiées et les non planifiées. Pour les aires planifiées, on peut les subdiviser en basse, moyenne et haute densités de population. Elles sont principalement occupées par des personnes ayant de haut revenus, comme les coopérants européens par exemple. Quant aux aires non planifiées, elles sont divisées en deux sous-catégories, les aires résidentielles non planifiées et les aires « squatters », selon l'intensité du développement des maisons et la présence d'infrastructures et de services. Les aires « squatters » ont des infrastructures inadéquates et des densité de populations très élevées, supérieures à 150 habitants par

L'UTILISATION DU SOL DANS LA MUNICIPALITE DE MOSHI EN 1994.

Réalisation : PIOT Benoît.
Sources : Moshi Municipal Council.



LEGENDE :

Pour le découpage administratif et les voies de communications, voir la carte n°36.

-  Centre ville (carte 41).
-  Aires résidentielles non planifiées.
-  Publics et semi-publics.
-  Forêt de Rau et espaces en cultures associés.
-  Aires résidentielles planifiées.
-  Zones industrielles.
-  Espaces verts et terrains sensibles.

et des densité de populations très élevées, supérieures à 150 habitants par km². On y trouve principalement des personnes ayant des revenus bas. Ces zones sont en partie prédominantes dans les « *wards* » de Pasua, Mjimpya, Kaloleni, Njoro et Kiboroloni. Les aires non planifiées se trouvent dans les quatre « *wards* » ruraux de Msaranga, Karanga, Kiboroloni et Rau. Ils sont habités par des personnes avec des revenus moyens et élevés. C'est surtout dans ces espaces que l'on rencontre l'opposition des résidents locaux à être intégrés dans la structure foncière urbaine. Ces gens ont en général des lots de grande superficie et y construisent des habitations non autorisées autour desquelles ils ont développé des cultures permanentes comme les caféiers et les bananiers.

Le développement industriel à Moshi est surtout concentré dans les « *wards* » de Pasua, Kaloleni, Njoro et Korongoni. Les industries s'étendent surtout le long de la voie ferrée Dar es Salaam-Arusha. On trouve aussi des petites entreprises éparpillées dans Karanga, Rau et Kiboroloni. Cette catégorie d'utilisation d'activité inclue les industries lourdes et légères, les dépôts, les garages et les infrastructures ferroviaires.

La municipalité de Moshi est bien pourvue d'institutions publiques et semi-publiques en tant que capitale régionale. Cette catégorie est constituée de l'hôpital régional *Kilimanjaro.Christian.Medical.Center* qui est l'un des plus important et des plus moderne hopital de Tanzanie, ainsi que du *Cooperative Collège*, de la *Moshi International School* pour ne citer qu'eux. Ces institutions ont été pourvues de superficie très grande, ce qui pose un problème si l'on considère le manque de terrain pour l'expansion de l'urbanisme face au phénomène de squatterisation. Les autres utilisations du sol à des fins institutionnelles comprennent aussi tous les bâtiments publics. Au total 887,3 hectares sont consacrés à cette catégorie.

Les espaces ouverts comprennent tout ce qui n'est pas construit, tout aussi bien les espaces passifs ou actifs. Par passifs, on entend toutes les zones vertes non planifiées, comme les espaces cultivés lors des saisons des pluies par exemple. Les espaces actifs sont composés de toutes les zones récréatives, telles que les parcs, le golf (réservé à l'élite fortunée) ou le stade. Les cimetières sont aussi inclus dans cette catégorie. Il existe un espace vert tout à fait particulier : la réserve forestière de Rau. C'est une ancienne forêt sacrée, qui de nos jours, est protégée.

Les zones commerciales sont constituées aussi bien d'espaces purement commerciaux, que d'espaces mixtes résidentiels et le commerciaux. Ils occupent la plus petite superficie dans la municipalité de Moshi. Les terrains sensibles englobes tous les espaces le long des rivières, ainsi que les marais, et les zones inondables.

Après cette description de l'utilisation du sol dans Moshi, on a une vue d'ensemble de cette ville, ainsi que tous les éléments nécessaires à la compréhension de son fonctionnement. Ceci est nécessaire pour pouvoir comprendre l'importance que revêt le binôme Moshi centre/Kiboroloni dans la structure urbaine. Au travers de ce premier chapitre on voit l'importance des relations ville/montagne sur le système urbain de Moshi et sur son fonctionnement. De plus le tracé des limites de la municipalité et les problèmes d'acquisition de lots constructibles découlent directement des tensions existantes au niveau du contact ville/montagne. Kiboroloni est un « *ward* » urbain depuis 1988, et symbolise bien une partie de ces problèmes.

CHAPITRE VII. LE BINÔME KIBOROLONI/MOSHI CENTRE : DES ACTIVITES COMMERCIALES DOMINANTES DANS LA MUNICIPALITE.

Au travers du premier chapitre nous avons vue l'organisation générale de l'espace urbain de la municipalité. Deux grandes lignes s'en dégagent, d'une part la concentration des activités commerciales dans le centre ville, ce qui a pour conséquences d'en faire le plus grand centre commercial pour les montagnards et pour les habitants de Moshi. Mais, afin d'avoir une idée plus précise des relations induites par ce phénomène, il faut étudier en détail les types de commerce ainsi que la provenance des clients. En outre qu'est ce qui les motive à se rendre dans ce lieu particulièrement actif le samedi? En fait l'étude va mettre en avant le système commercial du centre ville et ceci toujours en gardant à l'esprit l'influence des relations ville/montagne sur l'organisation de ce système.

D'autre part, nous avons vu que les zones frontalières entre la municipalité et les espaces ruraux sont des endroits sensibles, qui d'une ancienne structure agricole sont en train de changer pour une structure de plus en plus urbaine. Ces modifications sont directement influencées par le contact avec la montagne. Nous avons déjà souligner l'importance de Kiboroloni qui est une banlieue connaissant une croissance importante. Et cela se fait au travers de son marché, mais aussi de l'implantation de nombreuses petites industries de confection de vêtements. Kiboroloni symbolise très bien les changements structurels des zones de contact entre l'urbain et le rural.

A. Moshi centre : le grand centre commercial de la montagne.

Le centre ville de Moshi se décompose en deux parties, d'une part le quartier administratif dans la partie nord, d'autre part le quartier commercial et résidentiel situé au Sud. Le centre englobe une partie des « *wards* » de Mawenzi, Kiusa, et Bondeni. Il est entouré par ceux de Majengo et Njoro à l'Est, une partie de Kiusa et Bondeni à l'Ouest et au Sud, ainsi que Rau et Kilimandjaro au Nord. Il recouvre une superficie totale de 230 ha (document

n°41). Le secteur que nous étudierons est celui concentrant les activités commerciales, au sud du centre ville.

L'étude se fera en trois parties, la première décrivant la structure du sud du centre ville, la deuxième expliquant pourquoi ce grand centre commercial est un lieu d'approvisionnement privilégié pour les montagnards, et dans la troisième partie nous expliquerons que c'est un lieu facteur de modernité pour les montagnards.

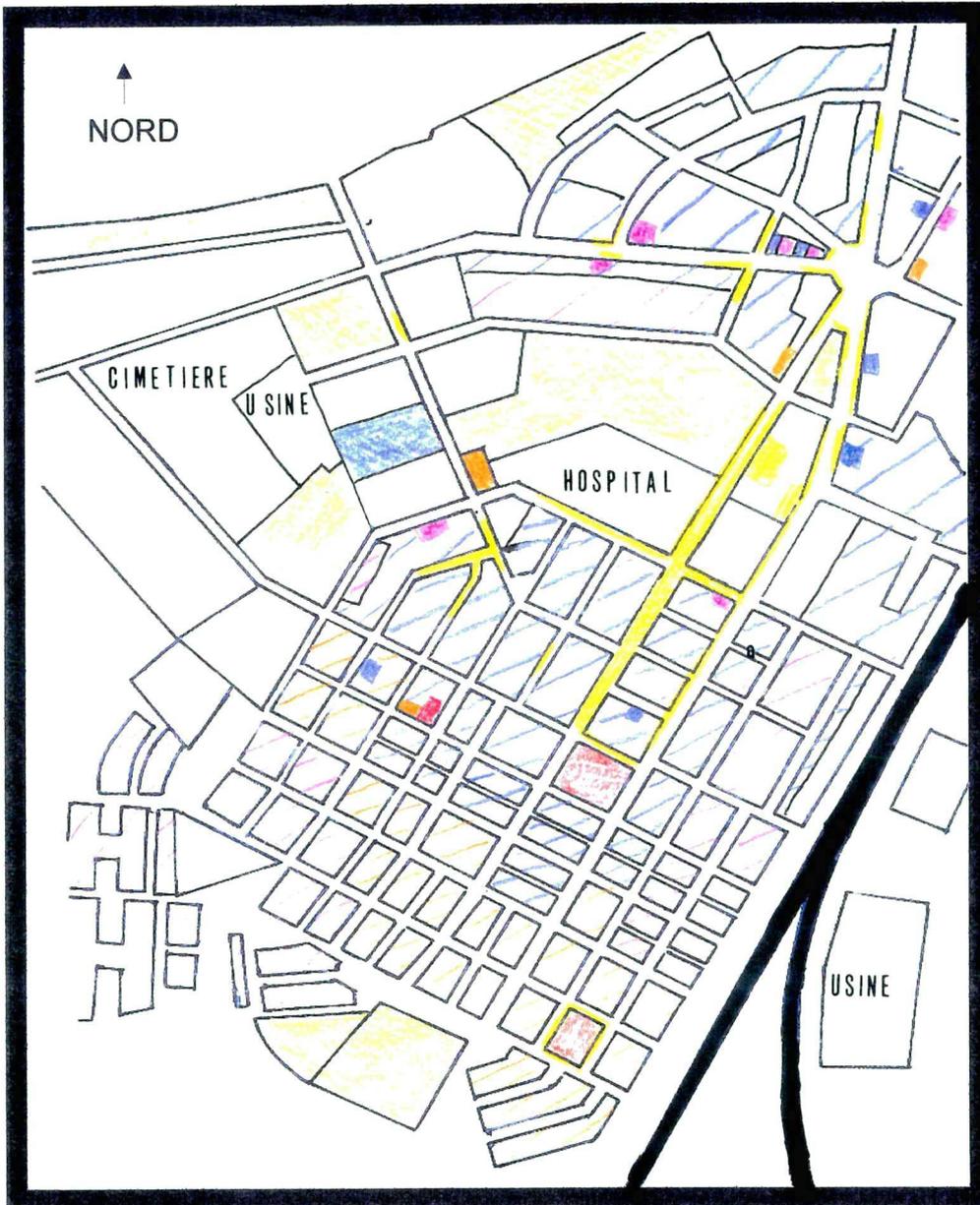
1. La structure du centre ville.

Le centre ville de Moshi correspond au centre historique. A cet endroit que ont été installés les premiers bâtiments, comme le souligne l'emplacement de la gare. En effet, la ville s'est construite autour de ce site et on y trouve les plus vieilles demeures ainsi que la « *Christ the King Cathedral* » qui initialement était l'église Saint Louis construite en 1938. C'est donc le centre historique de la ville de Moshi. La structure est typique des villes coloniales avec un quadrillage de rues et des divisions en pâtés de maisons très géométriques. De plus, c'est le seul endroit de toute la municipalité où toutes les rues sont goudronnées et où l'on peut trouver des trottoirs. En fait comme le montre le document n°42 et 41, le centre ville est bien structuré et ressemble aux paysages des villes des pays occidentaux.

Au contraire, dans tous les quartiers périphériques il n'y a que très peu de routes bitumées et il n'y a pas voir de trottoirs à proprement parler. Le centre ville est le lieu de la municipalité de Moshi où l'urbanisme est le plus moderne et le plus fini. Nous verrons plus tard que ce phénomène revêt une importance particulière au niveau de la perception de l'espace urbain par les habitants du Kilimandjaro.

Si l'on regarde le document n°41 structure du centre ville se décompose en trois sous-ensembles. Le premier est le secteur commercial, où l'utilisation du sol est voué strictement au commerce. Lorsque l'on se promène dans cette partie de la ville, on ne voit que des magasins de tous types et très peu de personnes y vivent. Les magasins peuvent se décomposer en 7 catégories. En premier lieu, tout ce qui concerne les produits alimentaires transformés (boîtes de conserve, pâtes, riz, etc...) et les biens de consommations courantes. En fait, ce sont les épiceries où toutes les couches sociales vont s'approvisionner, et les supermarchés ressemblent plus à des petites supérette, qu'à des supermarchés comme nous l'entendons en Europe. Les clients de ces magasins sont des personnes ayant de hauts revenus, les classes populaires s'approvisionnant dans les marchés. D'ailleurs, certains de ces supermarchés sont surnommés « *wasungu soko* », ce qui signifie en swahili le marché pour

Document n°41.
**L'UTILISATION DU SOL DANS LE
 CENTRE DE MOSHI.**



LEGENDE :

1. Les voies de communications.

- Rues.
- Chemin de fer

2. L'utilisation du sol.

- Marchés.
- Habitations/magasins mixtes.
- Habitations.
- Commerces.
- Espaces verts.
- Supermarchés.
- Banques et bureaux de change.
- Stations service.
- ADMINISTRATIF
- Marchands ambulants.

Réalisation : PIOT Benoît.
 Sources : Relevés de terrain
 du mois de février 1998.

Echelle : 8 mètres

Blancs. Cette catégorie englobe aussi les magasins spécialisés dans les alcools et les dépôts de bière et de soda, qui sont des produits très consommés dans toute la région et dans tout le pays.



Document n°42 : Un centre ville relativement moderne.
Cliché : PIOT Benoît.

Ensuite, existent tous les commerces d'habillement, où l'on trouve chaussures et vêtements, ainsi que des magasins de tissus. Ils sont très nombreux et vendent des vêtements neufs, essentiellement de marques sportives et des costumes. La troisième catégorie concerne tous les produits issus de la technologie, comme les téléviseurs, les chaînes hi-fi ou la photographie. On ne

trouve pas ce genre de magasins dans la montagne et seule la ville de Moshi peut diffuser ces nouvelles technologies dans la montagne. Directement en relation avec ces magasins, on trouve dans le centre un grand nombre de boutiques spécialisées dans la vente de cassettes vidéo et audio. La musique tient une place importante dans la culture africaine, c'est pourquoi on en trouve un grand nombre. Ceci pose un problème de concurrence car d'après la majorité des commerçants interrogés, ils sont de plus en plus nombreux et ce type de commerce commence à être saturé. Dans un tout autre registre, se situe la catégorie des magasins spécialisés dans les intrants agricoles, aussi bien pour les cultures que pour le bétail. Moshi concentre tous les grossistes qui sont au nombre de six, et il n'y a que des détaillants dans les villages de la montagne. Ces magasins vendent aussi bien des produits vétérinaires, que des engrais, des grains, des pesticides ou des fongicides. La dernière catégorie propose des articles touristiques et des souvenirs : il s'agit des « *curio shops* ». Ils ne sont pas très nombreux et sont éparpillés un peu partout dans le centre ville. Pour terminer ce tour d'horizon des commerces, on trouve de nombreux bars et restaurants qui pullulent dans le centre. Ils sont très fréquentés car les hommes s'y retrouvent après le travail pour boire de la bière et manger de la chèvre grillée.

Le deuxième sous-ensemble du centre ville est composé de la zone mixte résidentielle et commerciale. Le plus souvent, ce sont des personnes qui ont ouvert un commerce dans leur maison. On y rencontre de nombreux bars et restaurants mais, en règle générale, les bâtiments comme les commerces sont de mauvaise qualité, comparés à ceux de la zone commerciale. Cette zone est localisée à la périphérie et au sud du quartier commercial. Ainsi, plus on se déplace vers la périphérie du centre et plus l'utilisation du sol devient résidentielle. C'est pourquoi, la limite du centre est composée du troisième sous-ensemble strictement résidentiel.

Le centre ville a une structure concentrique, où le coeur est voué à une fonction commerciale. En outre, c'est le seul quartier de la ville où l'urbanisme est relativement moderne avec un couverture du sol quasi continue et très peu d'espaces en terre vacants. C'est le vrai centre urbain de Moshi, avec ses routes et ses trottoirs. Mais, cette structure urbaine ne s'est pas construite au hasard. Si le secteur commercial est aussi grand, ceci découle du fait qu'il s'agit du lieu d'approvisionnement privilégié de toute la montagne du Kilimandjaro.

2. Le lieu d'approvisionnement privilégié du Kilimandjaro.

Moshi sur le plan commercial concentre tous les commerces de gros et demi-gros. Vis-à-vis des produits manufacturés et des biens de consommation, la montagne est dépendante de la ville, car la ville est le relais régional des produits importés, mais aussi des produits qui sortent des usines de la municipalité de Moshi. Ceci est remarquable pour les intrants agricoles. Lors des interviews des responsables de ces magasins, un système commercial entre la ville de Moshi et la montagne du Kilimandjaro s'est dévoilé. Les propriétaires sont résidents à Moshi. Les produits ont deux provenances possibles : soit il s'agit d'intrants importés pour les produits vétérinaires, les engrais, les pesticides et les fongicides, soit il viennent de la montagne. Certains produits proviennent de la montagne, comme les oeufs ou les sacs de grains qui sont proposés. Dans ce cas se sont les agriculteurs qui troquent leur production contre des intrants qu'ils ne peuvent trouver dans la montagne. Ils font le déplacement eux-mêmes, tôt dans la matinée, pour pratiquer ce genre de transaction commerciale. Mais ils ne viennent pas seulement troquer. En général, les acheteurs sont des fermiers qui habitent les planèzes du volcan. De plus le deuxième type de clientèle est la catégorie des commerçants détaillants des villages du Kilimandjaro. Ils viennent s'approvisionner chez ces grossistes que l'on ne trouve qu'à Moshi. Ils les revendent ensuite en petite quantité dans leur boutique de détail de la montagne, et comme ils ont le monopole de cette activité, ils revendent les produits à des prix très élevés. C'est pourquoi les paysans de la montagne préfèrent se rendre eux-mêmes en ville, car ils y trouvent des meilleurs prix. D'autant plus que lorsqu'ils viennent en ville ils achètent tout ce qui leur est nécessaire : c'est l'occasion de faire du « *shopping* » et de venir en ville en famille. Ainsi, malgré le prix transport ils économisent de l'argent car ils viennent régler toutes les affaires qui ne peuvent l'être qu'en ville. Ceci a été confirmée par les enquêtes réalisées dans la montagne sur l'attraction exercée par Moshi sur les montagnards. Il en ressort que dans 50% des cas, les montagnards se rendent une à deux fois par mois à Moshi et pour 95,6% des cas pour y effectuer des achats. Les autres sont motivés par des raisons de santé et/ou médicales. Dans 27,7% des cas ils s'y rendent une à deux fois par semaine. Le centre ville est donc un lieu de consommation privilégié pour le Kilimandjaro. Mais, le cas d'un magasin contredit ce système. Il s'agit d'un propriétaire de magasin qui se rend lui-même

dans les zones rurale de la montagne pour vendre les intrants agricoles aux mêmes prix qu'en ville. Il s'agit d'un nouveau magasin dont le propriétaire

inventif et ambitieux, était d'ailleurs très satisfait de son circuit commercial mis en place.

En ce qui concerne tous les produits technologiques comme les lecteurs radiocassettes ou les télévisions, on ne peut les acheter que dans le centre ville. Certaines planètes sont économiquement plus avancées que d'autres, comme celle de Machame ou de Marangu par exemple, et les personnes sont obligées de se rendre dans le centre de Moshi pour se fournir en équipement ou pour les faire réparer. On retrouve le même schéma pour la commercialisation des sodas et des bières qui sont directement produits à Moshi. En interrogeant des centres distributeurs de boisson, il est apparu qu'un grand nombre de familles achetaient des caisses de bouteilles en ville pour les ramener dans leur village. Les bouteilles étant consignées, ils les ramènent au dépôt lorsque la caisse est terminée. De plus les propriétaires de bar dans les villages se font livrer très régulièrement ou vont chercher eux-mêmes leur marchandise.

Le secteur commercial du centre ville de Moshi est directement lié aux relations ville/montagne. En effet, si Moshi a un aussi grand secteur commercial dans le centre, c'est que la demande le permet. Le centre ville s'est structuré en fonction des besoins de la montagne pour devenir le lieu privilégié de consommation. Mais ces relations ne sont pas complémentaires car la ville détient le monopole de la distribution des produits manufacturés et notamment des intrants agricoles. Mais en échange du développement de ce secteur, la ville crée des emplois non agricoles et permet d'offrir du travail et des revenus aussi bien pour les montagnards que pour les urbains. D'autant plus que cette demande dynamise le secteur industriel. En fait le centre ville est un relais de la modernité vers la montagne du Kilimandjaro.

3. Le centre ville, facteur de modernité.

La région Kilimandjaro est une région agricole productive, et tout particulièrement le massif du Kilimandjaro. Une bonne production dépend des techniques agricoles modernes qui augmentent le rendement par unité de production et l'agriculture moderne dépend aussi des nouvelles technologies autant que des productions d'intrants industriels qui aident au développement

économique régional. Les liens qui émergent entre l'agriculture, la commercialisation et les activités de fabrications de Moshi se traduisent de différentes façons.

Tout d'abord, le centre ville aide à l'augmentation de la productivité, qui dépend des intrants, tels que les engrais, les pesticides, les techniques d'irrigation, etc... La plupart de ces produits sont fabriqués en milieu urbain, et sont distribués sur la montagne au travers du centre ville de Moshi pour atteindre les fermiers de la montagne. De plus, l'économie de la ville dépend fortement de l'augmentation de la production agricole de la montagne du Kilimandjaro. En effet, la production agricole fournit des intrants nécessaires à l'expansion d'industries d'agro-transformation, telles que les nécessite le cuir ou les produits laitiers. On peut prendre l'exemple de la « *Tanzanian Plantation Compagny* », qui raffine le sucre issue de ses plantations de canne à sucre localisées au sud de la municipalité. Moshi développe donc un secteur agro-alimentaire et une catégorie d'agro-commerce, tant sur le plan de la vente d'intrants que sur la transformation de certaines productions.

En outre, les ménages de la montagne créent une demande de biens de consommation manufacturés, qui sont fabriqués ou qui transitent par le centre commercial de Moshi. Durant les enquêtes réalisées auprès des montagnards, les produits qui revenaient souvent étaient les vêtements, les chaussures, les cosmétiques, les plastiques, les meubles, les briques et les peintures nécessaires à l'amélioration de l'habitat, les bicyclettes et les radios. Pour une partie beaucoup plus restreinte des répondants, il s'agissait de téléviseurs ou de véhicules à moteur. Le centre de Moshi a développé un secteur commercial en relation avec la montagne, et ses besoins croissant. Ceci entraîne une diversification de la demande en biens de consommation. Le centre ville fonctionne comme le centre commercial des gens habitants sur les versants du Kilimandjaro.

Moshi tient lieu de centre de diffusion des innovations agricoles, des méthodes et des technologies nécessaires. De plus, la croissance de la population urbaine est en partie générée par les emplois non agricoles offert par la diversification du tissu commercial et économique urbain. Tout ceci a une influence sur la structure urbaine en transformant l'utilisation du sol des régions périphériques et en spécialisant le centre ville dans les activités commerciales.

Mais, la fonction principale de ce centre ville est de disposer de réseaux commerciaux au travers desquels les produits agricoles sont collectés, échangés et redistribués. Prenons l'exemple du café et de la « *Kilimanjaro Natif Cooperative Union* », la toute puissante K.N.C.U qui détient la majeure partie de la collecte et de la commercialisation du café. Le café est collecté par

la coopérative qui se trouve en ville. Ensuite depuis Moshi, le café est transformé puis redistribué dans tout le pays et sur le reste du monde.

En bref, Moshi fournit des issues aux productions agricoles de la montagne du Kilimandjaro. Elle fournit les opportunités d'investissement et d'emploi de la ville et de la montagne, au travers des réseaux de commercialisation du centre ville. Elle fonctionne aussi comme un fournisseur d'intrants agricoles en fournissant les équipements, les semences, les engrais, les machines, les services de réparation et l'information nécessaire au développement agricole. Ainsi, il apparaît nettement que la structure du centre ville s'est développée et étendue en fonction de la demande des habitants de la montagne du Kilimandjaro.

B. Kiboroloni : une banlieue dynamique, et la perception de l'espace urbain par les montagnards.

Le « *ward* » de Kiboroloni est localisé à l'extrême nord-est de la municipalité. Il forme une bande étroite qui suit l'axe routier principal Dar es Salaam/Arusha et couvre une superficie de 296,6 ha. C'est un ancien « *ward* » rural qui a été intégré à la municipalité de Moshi en 1988. Dans le premier chapitre, nous avons vu qu'il s'agit d'une banlieue de la municipalité. A la fois par ses caractéristiques démographiques, c'est à dire des faibles densités de population et par son tissu urbain plus proche du milieu rural que du milieu urbain. On peut définir cette zone comme la zone périurbaine de la municipalité. De plus, dans la deuxième partie nous avons étudié l'importance du marché qui en fait la banlieue la plus dynamique de Moshi.

La dernière partie de cette étude va s'articuler autour de deux principaux thèmes. Dans un premier temps l'analyse des changements de la structure de Kiboroloni, permettra d'appréhender l'impact des relations ville/montagne sur la banlieue. Puis dans un deuxième temps nous étudierons la perception par les montagnards du binôme Moshi centre/Kiboroloni, et sur la réalité du fonctionnement de la municipalité vis-à-vis des habitants de la montagne du Kilimandjaro.

1. La croissance mal contrôlée d'une banlieue dynamique.

La structure foncière de Kiboroloni peut être divisée en deux parties, comprenant les aires planifiées et les aires non planifiées. Les aires planifiées sont celle dont l'acquisition du sol a été faite dans le respect des mesures administratives. C'est-à-dire que les personnes ont eu l'autorisation du conseil municipal de pouvoir acheter un terrain, de s'y installer et d'y construire une maison. Les aires non planifiées sont celle où l'acquisition du sol s'est faite de manière informelle, sans suivre la législation du conseil municipal. Le centre de cette banlieue se trouve au niveau du marché et c'est le principal centre commercial, autrement nommé « *Soko kimataifa* » par la population locale, ce qui signifie : « le marché international ». En effet, dans la deuxième partie nous avons vu le dynamisme commercial de cette banlieue et ceci supporté par les relations ville/montagne. Toute cette activité attire de nombreuses personnes voulant profiter des opportunités de revenus associés à ce commerce. Les activités commerciales comprennent le marché, mais aussi les activités annexes liées à ce dernier, c'est à dire les bars et les restaurants de « *nyama choma* », qui signifie littéralement : viandes grillés, et devant lesquelles les populations du Kilimandjaro adorent se retrouver en fin de journée. Ces bars et restaurants tiennent une place essentielle dans la vie sociale des habitants locaux, c'est un lieu de rassemblement quotidien. En outre, il ne faut pas négliger les petits tabliers proposant leurs marchandises sur des panneaux portatifs, leur nombre est important et il a été impossible de les comptabiliser durant l'animation débordante des jours de marché.

En conséquence de toutes ces activités, Kiboroloni attire de nombreux migrants, qui sont à la recherche d'emplois et de logements dans les aires résidentielles non planifiées. Le taux de croissance entre les années 1988 et 1995 a été de 18,3% pour toute la période, mais ceci correspond à une croissance de 3% par an. Plus précisément la population est passée de 4193 habitants en 1988 à 5157 habitants en 1995. Cette croissance est inférieure à la moyenne de la municipalité qui est de 3,5% par an pour la même période. Mais, il s'agit d'une nouvelle division administrative, ce qui explique la faiblesse du taux. Mais il n'en reste pas moins que c'est la banlieue la plus dynamique de la municipalité. Le premier résultat de cette croissance non planifiée est la présence d'habitations sur des lots de réserve foncière, qui ont comme conséquence de perturber le modèle de croissance prévue. On y trouve des maisons construites précairement et une difficultés à construire un réseau de routes ordonnées. En fait, les activités commerciales sont les facteurs économiques qui ont influencé la croissance de cette banlieue. Les données suivantes sont tirées des relevés de terrain effectués sur cette banlieue, ainsi que de plusieurs interviews avec Mr Omari, *the Town Planning officer*.

De plus, il faut souligner le changement régressif causé par cette urbanisation croissante sur le cadre de vie des résidents. Les impacts environnementaux liés à cette rapide augmentation et au manque d'implications de la municipalité revêtent de nombreux aspects, et illustrent la dégradation de l'urbanisme (document n°43). Tout ceci contribue à une pression élevée sur les ressources environnementales, à une plus forte pression sur le sol, à des problèmes d'approvisionnement en eau, de pollution des milieux urbain et périurbain, à un mauvais réseau de routes et à des habitations construites au hasard. L'augmentation des habitants provoque une raréfaction du sol pour des activités commerciales, qui elles aussi sont en croissance surtout le long de la route du marché. La congestion des personnes durant les jours de marché décrit bien la situation de saturation de cet espace. Ceci crée des difficultés de circulation des personnes et des véhicules et est un des facteurs favorables à l'insécurité, permettant la présence de voleurs à la tire par exemple. Le système d'allocation du sol qui n'est pas correctement planifié par le conseil municipal perturbe le modèle de croissance prévue depuis 1974, alors que Kiboroloni n'était encore qu'un « *ward* » urbain. En conséquence, le système de distribution d'eau ancien répond pour moins de 50% à la demande. Les personnes vont chercher l'eau dans les rivières avoisinantes, très polluées par la présence de latrines près du lit de ces rivières. Les gens de Kiboroloni utilisent cette eau à des fins domestiques, mais beaucoup de bières locales sont aussi faites avec cette eau. Lorsque les épidémies de choléra surviennent, elles se propagent ainsi rapidement dans les couches sociales qui vivent précairement. Alors que les « *wards* » ruraux ne connaissent pas ce genre de problème, le succès de Kiboroloni induit une dégradation de son environnement.

Pour conclure, on peut dire que la pression sur le sol est un gros problème pour Kiboroloni. Ces problèmes sont engendrés par le conflit foncier existant entre les anciennes structures foncières orientées vers l'agriculture, et les nécessités de changement induites par son urbanisation. Mis à part un dynamisme économique important, ces changements sont négatifs dans le sens où il y a une dégradation du cadre de vie. Ceci conforte d'autant plus les habitants des « *wards* » ruraux avoisinants de ne pas rentrer dans la structure foncière de la municipalité de Moshi. Il existe un conflit entre les intérêts de la municipalité et les intérêts des habitants des zones rurales frontalières.



Document n°43. Un urbanisme périphérique médiocre à Majengo dans un secteur squatterisé.
Cliché PIOT Benoît.

2. La perception du binôme Moshi centre/Kiboroloni par les montagnards.

Officiellement Moshi comprend deux districts différents : Moshi rural et Moshi urbain. Moshi urbain correspond à la municipalité de Moshi, autrement dit à la ville officielle telle qu'elle est définie administrativement. Dans le découpage administratif tanzanien la région est divisée en districts et les districts en « *wards* ». Mais cette vision de l'entité urbaine des montagnards ne correspond pas forcément au découpage administratif. Au travers des questionnaires, des nuances dans la perception de

la ville se sont révélées. L'étude va s'appuyer sur trois sites, Moshi centre, Kiboroloni et Majengo. En fait il s'agit d'un transect représentatif de la municipalité puisqu'il part du centre jusqu'à la périphérie.

Pour les habitants de la montagne du Kilimandjaro (enquêtes réalisées à Mbokomo et Uru), le nom de Moshi représente le centre ville ; les quartiers populaires de Majengo et la banlieue de Kiboroloni ne correspondent pas à la ville de Moshi. Ceci est dû à plusieurs facteurs. Le premier est lié à la structure du centre ville qui est plus densément urbanisé, bétonné, goudronné et actif. Tout ceci concorde à lui donner un caractère et des fonctions propres attendus par les montagnards d'une ville. En effet ce quartier possède toutes les références que leur imaginaire peut se faire d'une ville. L'autre facteur trouve sa réponse dans l'histoire de Moshi. La ville s'est développée autour de la gare commerciale, et était surnommée « *shashun* » par les anciens, terme qui est le résultat de la déformation de mot anglais « *station* » : la gare. Historiquement le centre ville correspond aux délimitations historiques de Moshi, ce qui renforce son caractère de ville dans la représentation des montagnards.

Mais, il n'y pas que des facteurs internes au centre ville. Le fait que Majengo soit un quartier populaire jouxtant le centre ville, décompose la représentation de la ville en lui donnant les frontières imaginaires de centre qui s'étend en partie sur trois « *wards* ». Majengo est un quartier très populaire, densément peuplé qui représente un village au sein de la municipalité de Moshi. Dans la représentation des montagnards l'identité de ce quartier se détache des autres. Ceci est accentué par le fait que de nombreuses personnes y ont de la famille et des amis. Lors d'une interview, un paysan m'a répondu que son fils habitait à Majengo et non en ville. C'est un nom connu, familier qui revêt sa propre identité. Quant à Kiboroloni, c'est un cas spécial. Ce quartier est à la limite de la municipalité et n'est inclus que depuis 1988. De part son histoire il ne correspond pas à la ville. De plus, il a une vocation plus rurale qu'urbaine et se classe dans la zone périurbaine. Mais le facteur principal est que c'est un des plus gros marchés du Nord de la Tanzanie dont le rayon d'attraction est très vaste. Son identité est aussi forte que celle du nom de Moshi. Kiboroloni est un nom avec sa propre consonance qui signifie alors plus un grand marché qu'un véritable quartier de la municipalité. Tout ceci a conduit à faire la distinction entre ces éléments dans les questionnaires car parfois il y avait confusion entre ma perception administrative de la ville et la perception beaucoup plus nuancée des villageois.

La représentation de la ville par les montagnards correspond plus à l'espace géographique perçu qu'au découpage administratif. Ceci en dit très long sur la municipalité, les différentes fonctions de Moshi et sur la structure urbaine en relation avec la montagne du Kilimandjaro. Puisque la perception est le révélateur de la fonctionnalité et de la structure de la ville.

CONCLUSION

Les relations entre la ville de Moshi et la montagne du Kilimandjaro ont débuté dès la création de la ville, et ceci de par la volonté coloniale. En effet, Moshi était le centre du pouvoir colonial, la ville commerciale et ce jusqu'en 1961, date de l'Indépendance. Elle a donc dès le début du siècle concentré la maîtrise de l'espace géographique en tant que point central de l'espace du Kilimandjaro. L'histoire a posé des bases solides pour que la ville soit la capitale régionale. De nos jours, elle concentre le réseau des communications, ce qui en fait le relais commercial de la montagne. Au travers de l'étude du système des marchés du Kilimandjaro, il est apparu que la ville concentre les vendeurs spécialisés dans la vente des produits manufacturés. Ainsi, elle est le relais des produits importés. De plus, la montagne renforce ces relations en approvisionnant la ville en produits vivriers.

Par la présence de ses acteurs socio-économiques et suivant l'aire d'attraction des marchés, on a distingué plusieurs catégories qui ont une incidence sur la dynamique des flux des produits et des populations. En fait, plus les gens vivent près de la plaine, plus ils sont en relation avec la ville, et notamment par les marchés de contact. C'est pourquoi, il faut distinguer plusieurs types de relations ville/montagne. Tout d'abord, cette différence se situe au niveau de la maîtrise de l'espace géographique. Selon que les routes sont en terre ou bitumées, les planèzes de la montagne sont plus ou moins isolées de Moshi. La conséquence majeure est que l'on doit parler de relations entre la ville et les montagnes, plutôt que des relations de la ville avec la montagne. L'autre conséquence réside dans le développement économique local, car les planèzes bien reliées avec la ville sont les plus développées, et inversement un isolement par rapport à la ville peut déterminer un coefficient de mal développement. L'exemple le plus flagrant est la planèze de Machame qui est anciennement relié avec la ville : les Chagga de Machame sont dit être les plus riches du Kilimandjaro. En effet le propriétaire de la télévision tanzanienne et de Coca Cola est un Chagga de Machame.

Mais les relations ont aussi une incidence sur la structure de la ville de Moshi. En concentrant les activités non agricoles, la ville fait l'expérience d'une croissance démographique. Ainsi la ville s'étend dans l'espace et absorbe les zones périphériques. Mais le problème est que son développement est impossible vers la montagne par la présence de la ceinture banane/café. En

outre, cela amène à des conflits de territoires entre la ville et la montagne, qui ont pour conséquence des problèmes sociaux liés à une urbanisation incontrôlée de la périphérie de la municipalité de Moshi. Il s'agit des problèmes de squatterisation évoqués dans la troisième partie. Il faut aussi souligner que Moshi centre est le lieu d'approvisionnement privilégié pour les montagnards en intrants agricoles. Ainsi la ville se spécialise dans les activités commerciales. Ceci est particulièrement notable à travers l'importance du marché de Kiboroloni.

Mais cette réflexion amène à de nouvelles interrogations. La ville croît toujours et les problèmes d'urbanisation sont importants et particulièrement pour l'environnement urbain qui se dégrade. La dégradation du paysage urbain pose des problèmes sociaux de première importance, car l'eau n'est pas potable et lorsqu'il y a de fortes pluies, elles sont suivies par des épidémies de choléra.

Les relations ville/montagne profitent beaucoup à Moshi qui s'accroît et s'affirme de plus en plus comme le cœur économique et politique de la montagne. Mais au-delà de ce succès, l'urbanisme de Moshi se dégrade et l'impact sur l'environnement s'accroît. Ce qui sur un long terme peut apporter des problèmes sociaux et de sécurité par la dégradation du cadre de vie urbain.

BIBLIOGRAPHIE

I Les ouvrages.

- COLMAN Titus, 1996.-*Urbanisation and environmental managment. The case of Moshi Municipality, Tanzania.*Dar es Salaam, university of Dar es Salaam, 179 p.(Thèse, Demography department).
- DARKOH M., 1990 .-*Tanzania's growth center and industrial decentralisation strategy.*Nairobi, Kenyatta University, 362 p.
- FAHY BRYUSON D , 1984.-*Urbanization and agrarian development in Tanzania with special references to secondary cities.* University of Dar es Salaam, International institute for environment and development, 144 p.
- GOOD C.M., 1988.-*Markets in Africa : a review of research themes and the question of markets origins.*
- HILL M.F, 1962.-*Permanent way.The story of Kenya and Uganda Railway.*Nairobi, East african publishing house, 582 p.
- IN KINAMBO I. et TEMU A.J, 1969.-*An history of Tanzania.*Nairobi, East african publishing house, 276p.
- IN KINAMBO I., 1969.-*A political history of the Pare of Tanzania 1500-1900.*Nairobi, East african publishing house, 276 p.
- INGHAM K., 1962.-*An history of East Africa.*London, Edition Longman, 452 p.
- KALWARI-JUMANNE Shangaluka, 1994.-*Environmental concern of rapid urbanisation effect to collection and disposal of domestic wastes in Moshi municipality in Kili-manjaro region. Tanzania.*Dar es Salaam,university of Dar es Salaam, 207 p Thèse, Demography department).
- KENYON J., PRYOR D., MAACHE D., BAPAKAEL N., et LOPA D., 1996.-*An analysis of the problems assciated with population growth in Moshi urban and some suggestions of remedial measures.*Dar es Salaam, university of Dar es Salaam, 24 p.(Rapport non publié, département de géographie).

- KIMARYO L. Jacob, 1984.-*Urban land development and planning in Tanzania*. Dar es Salaam, Ardhi institute : development of urban and rural planning, 131 p.(A working paper).
- KULABA S. M. 1984.-Equity with growth ? Planning perspectives for small towns in developing countries. *The role of small towns in rural development in Tanzania*. Bangkok, Asian institute of Technology, p. 571-585.
- KULALAA SAILED M.,1985.-*Urban growth and the management of urban reform in Tanzania :second report*. Dar es Salaam, Ardhi institute, 126 p.
- KUTRE S., EHIREME E.B. et VICKY S., 1997.-*Land use planning and waste and environmental hazards managment in Moshi Town*. Dar es Salaam, University of Dar es Salaam, 12 p.(Rapport non publié, departement de géographie).
- LINDBERG O., 1974.-*Attitudes towards squatting : a review of selected litterature*. Dar es Salaam, University of Dar es Salaam, Bureau of ressource assessment and land use planning, 30 p.(Research report n°9).
- LUGALLA J., 1990.-*Socialist construction and the urbanisation process in Tanzania (An analysis of urban poverty and politics.)*. Bremen, Bremen universität, 476 p.
- MOORE Sally Falk, 1996. Africa 66. In *Post-socialist micro politics : Kilimanjaro, 1993*. London, pp. 587-606.
- MOSI B.R Juliana, 1996.-*Urban population growth and accesibility to domestic water supply in Tanzania : a case study of Dar es Salaam city*. Dar es Salaam, University of Dar es Salaam, 112 p .(thèse).
- OLIVER R. et MATHEW G.,1963.-*History of East Africa, volume one*. Oxford, Oxford University Press, 500 p.
- RONDINELLI A. Dennis, Janvier 1989.-African Urban Quaterly. In : *Market towns and agriculture in Africa :the role of small urban centres in economic development* , p. 3-10 .
- STRAEM RICHARD E., 1973.-*Urban inequality and housing policy in Tanzania : The probleme of squatting*. Berkeley, Institute of international studies, University of California, 188 p.
- TANZANIA. MINISTRY OF ECONOMIC AFFAIRS PLANNING BUREAU OF STATISTICS. Dar es Salaam, 1971.-*1967 Population Census 1978*, vol 3.

TANZANIA. MINISTRY OF ECONOMICS AFFAIRS AND PLANNING. BUREAU OF STATISTICS. Dar es Salaam, 1988.- *1988 Population census*.

UNITED REPUBLIC OF TANZANIA. MINISTRY OF LANDS, HOUSING AND URBAN DEVELOPMENT. Dar es Salaam, 1974.-*Moshi master plan 1974-1994. Volume 1*. Dar es Salaam, Ministry of lands, housing and urban development, Urban planning division, 87 p.

UNITED REPUBLIC OF TANZANIA. MINISTRY OF LANDS, HOUSING AND URBAN DEVELOPMENT. Dar es Salaam, 1974.-*Moshi master plan 1974-1994. Volume 3*. Dar Es Salaam. Ministry of lands, housing and urban development, Urban planning division, 15 p.

UNITED REPUBLIC OF TANZANIA. MINISTRY OF LANDS, HOUSING AND URBAN DEVELOPMENT. Dar es Salaam, 1996.-*Moshi master plan 1994-2014. Draft report*. Dar es Salaam. Ministry of lands, housing and urban development, Urban planning division, 156 p. (Non publié, rapport préliminaire).

VEIJALAINEN, M, 1994.-*Urban formal and informal human settlement planning in Tanzania. A need for research. Surveying science in Finland*, Helsinki, n°2, pp 32 à 40.

VIKIMATI, HELL H. et POONJA Z., 1976.-*Housing development in Kilimanjaro*. Dar es Salaam, National housing and building research unit, Ministry of lands housing and urban development, 81 p.

YEAGER Rodger , 1989.-*Tanzania : an african experiment*. London, Edition profiles, 193 p. (nations of comtempory Africa).

II Les cartes et photos aeriennes.

-Cartes à 1 : 50 000.

Moshi, sheet 564, à 1 : 50 000, èéme édition, 1990. Dar-es-Salaam, Surveys and Mapping Division, Ministry of Lands, Housing and Urban Development (East Africa 1:50 000, Série Y742).

-Cartes à 1 : 20 000.

Moshi land master plan use 1973. Dar es Salaam, Director of urban planning division, Ministry of Lands, Housing and Urban development, 1974.

Moshi land master plan use 1974. Dar es Salaam, Director of urban planning division, Ministry of Lands, Housing and Urban development, 1973.

Moshi land master plan use 1979. Dar es Salaam, Director of urban planning division, Ministry of Lands, Housing and Urban development, 1974.

Moshi land master plan use 1994, existing land use. Dar es Salaam, Director of urban planning division, Ministry of Lands, Housing and Urban development, 1996.

Moshi land master plan use 1994, previous land use. Dar es Salaam, Director of urban planning division, Ministry of Lands, Housing and Urban development, 1974.

-Les photographies aériennes.

Moshi township, secteur situé sur la route de Dar es Salaam. 12 janvier 1983 à 1 : 2500. Dar-es-Salaam, Survey and mapping division, Ministry of Lands, Housing and Urban development, n°1040 et 1041.

Moshi township, secteur situé sur la route de Dar-es-Salaam. 08 aout 1992 à 1 : 2500 . Dar es Salaam, Survey and mapping division, Ministry of Lands, Housing and Urban development, n°f5-f6-e6.

TABLE DES DOCUMENTS

1. TABLE DES FIGURES ET TABLEAUX.

DOCUMENT N°7 : Le P.I.B régional au taux de 1987 de la région Kilimandjaro.....	p.26
DOCUMENT N°8 : Vente de cultures commerciales par production pour la région Kilimandjaro de 1986/87 à 1990/91.....	p.28
DOCUMENT N°9 : La production des principales denrées alimentaires de la région Kilimandjaro.....	p.29
DOCUMENT N°10 : La population du Kilimandjaro et de la Tanzanie 1967-1988.....	p.32
DOCUMENT N°11 : La densité et la distribution de la population du Kilimandjaro par districts.....	p.33
DOCUMENT N°12 : La composition ethnique de la municipalité de Moshi.....	p.36
DOCUMENT N°13 : Distribution par classes d'âge de la population du Kilimandjaro et de la municipalité de Moshi en 1988.....	p.37
DOCUMENT N°25 : Les circuits commerciaux courts.....	p.66
DOCUMENT N°27 : Les circuits commerciaux longs.....	p.69-70
DOCUMENT N°33 : Les bus régionaux et leurs destinations.....	p.81
DOCUMENT N°35 : La croissance démographique de la municipalité de Moshi entre 1948 et 1988.....	p.87
DOCUMENT N°37 : Les constructions de maisons de 1960 à 1995.....	p.91
DOCUMENT N°39 et 40 : L'utilisation du sol de la ville de Moshi en 1994.....	p.94

2. TABLE DES CARTES.

DOCUMENT N°1 : Présentation de la Tanzanie.....	p.7
DOCUMENT N°1 bis : Carte de l'Afrique.....	p.8
DOCUMENT N°2 : Cartographie des chefferies sur les versants sud du Kilimandjaro.....	p.10
DOCUMENT N°3 : Les principales voies de communications en Tanzanie.....	p.18
DOCUMENT N°4 : Les voies de communication dans la région Kilimandjaro.....	p.20
DOCUMENT N°14 : Un exemple de répartition de différents marchés sur le Kilimandjaro.....	p.41
DOCUMENT N°16 : Plan du marché de Kalali.....	p.46
DOCUMENT N°17 : Plan du marché de Kwasa Dala.....	p.48
DOCUMENT N°18 : La localisation du marché couvert et du marché ouvert du centre ville de Moshi.....	p.52
DOCUMENT N°18 bis : Plan du marché couvert de Moshi.....	p.53
DOCUMENT N°21 : L'organisation spatiale du marché de Kiboroloni.....	p.58
DOCUMENT N°30 : Les flux internationaux et intrarégionaux.....	p.77

DOCUMENT N°32 : Les flux de la montagne vers la ville.....	p.79
DOCUMENT N°34 : Les flux de la ville vers la montagne.....	p.82
DOCUMENT N°34 bis : Les flux depuis la ville vers la montagne.....	p.83
DOCUMENT N°36 : Les « wards » de la municipalité de Moshi.....	p.92
DOCUMENT N°38 : L'utilisation du sol dans la municipalité de Moshi.....	p.95
DOCUMENT N°41 : L'utilisation du sol dans le centre ville de Moshi.....	p.100

4. TABLE DES PHOTOGRAPHIES.

DOCUMENT N°5 : Une piste de montagne après de forte pluie.....	p.24
DOCUMENT N°6 : La route de Marangu.....	p.25
DOCUMENT N°15 : Des stands précaires : régimes de bananes proposées à la vente.....	p.44
DOCUMENT N°19 : Etals de fruits et légumes à l'intérieur du marché central.....	p.51
DOCUMENT N°20 : Le marché ouvert.....	p.55
DOCUMENT N°22 : Un jour de marché à Kiboroloni.....	p.59
DOCUMENT N°23 : Un jour sans marché à Kiboroloni.....	p.60
DOCUMENT N°24 : Un étajage d'un petit agriculteur vendeur.....	p.64
DOCUMENT N°26 : Un commerçant citadin sur le marché de Kwa Sadala..	p.68
DOCUMENT N°28 : Un étalage de poissons séchés, tilapias.....	p.74
DOCUMENT N°29 : Un exemple de produits manufacturés dans la marché central.....	p.76
DOCUMENT N°31 : Un grossiste d'oignons au marché central.....	p.78
DOCUMENT N°42 : Un centre ville relativement moderne.....	p.101
DOCUMENT N°43 : Un urbanisme médiocre à Majengo dans une partie « squatter ».....	p.109.

ANNEXES

Annexe n°1

Les jours de marchés sur les versants du Kilimandjaro par districts (Mbonilé, 1997 pp.19 & 20).

District et village

HAI

Kwa Sadala
Sanya Juu
Kware
Mula
Mbosho
Kyuu
Bomang'ombe
Kyala
Kalali
Lawate
Bwani
Ufishi

Jours de marché

Mardi et Jeudi
Mercredi et Samedi
Samedi
Lundi et Jeudi
Vendredi
Mardi
Lundi et mercredi
Mercredi et Samedi
Mercredi et Vendredi
Mercredi
Samedi
Lundi

MOSHI

Kinyange
Kishimundu
Mrawi
Mkoringa
Kindi
Nkombole
Malanja
Urori
Kombo
Manushi
Longoyo
Mamba
Kinyange
Kisambo
Lyamombi
Kiano

Tout les deux jours
Mardi et Vendredi
Mardi et Vendredi
Mardi, Jeudi et Samedi
Mardi et Vendredi
Vendredi
Mardi
Vendredi et Samedi
Vendredi et Samedi
Mardi et Vendredi
Mardi et Vendredi
Vendredi
Mardi et Vendredi
Mercredi et Samedi
Lundi et Jeudi
Samedi

Kinyange
Kisambo
Kiano
Himo
Uchira
Kiboroloni
Taifa
Rindima

Mardi et Vendredi
Vendredi et Samedi
Samedi
Lundi et Jeudi
Lundi et Samedi
Mercredi et Samedi
Mardi et Vendredi
Vendredi et Samedi

ROMBO

Mashati
Useri
Kwo Mangulwa
Mamsera

Vendredi et Samedi
Lundi et Vendredi
Mardi et Vendredi
Mercredi

Annexe n°2

QUESTIONNAIRE SUR LES MARCHES.

- 1 Date de l'enquête :
- 2 Lieu de l'enquête :
- 3 Nom du marché :
- 4 Nom du district :
- 5 Nom de la planète :

Equipements du marché

- 7 Nombre et type de boutiques :
- 8 Gare routière : O/N Nombre :
- 9 Station service : O/N
- 10 Hall couvert : O/N

Inventaire des commerçants

- 11 Nombre de commerçants par catégorie
- C1 : Alimentation :
- C2 : Habillement :
- C3 : Biens de consommations :
- C4 : Artisanat :
- C5 : Services :

Questionnaire sur les commerçants

- 12 Sexe :
- 13 Age :
- 14 Type de commerce :
- 15 Situation maritale :
- 16 Nombre d'enfants :
- 17 Lieu d'habitation :
- 18 Autre profession :
- 19 Moyen de transport utilisé :
- 20 Coût :
- 21 Fréquence du marché :
- 22 Fréquente-t-il d'autres marchés?
- 23 Possession de terres?
- 24 A son propre compte ou associé :
- 25 Lieu de ravitaillement :

26 Paie-t-il des taxes :

Coût :

Inventaire des marchandises

27 Volume :

28 Lieu de provenance :

29 Prix à l'achat :

30 Prix à la vente :

31 Filière d'achat :

32 Problèmes rencontrés sur ce marché :

Questionnaire sur les clients

33 Sexe :

34 Age :

35 Lieu d'habitation :

36 Moyen de transport utilisé :

37 Coût :

38 Fréquence du marché :

39 Utilise-t-il d'autre marché ?

40 Pourquoi :

41 Problèmes rencontrés sur ce marché :

Annexe n°3

QUESTIONNAIRE SUR L'ATTRACTION EXERCEE PAR MOSHI SUR LES MONTAGNARDS.

1 Transect :

2 Village :

3 Date :

4 De combien de personnes est composée votre famille ?

5 Qu'elles sont leurs activités : scolaire

travail

Autre

6 Lieu de scolarité : Moshi/autre

7 Moyen de locomotion

8 Déplacement : Quotidien

Heddomadiare

Mensuel

Episodique

9 Travail sur Moshi ?

10 Où habite-t-il : Moshi

Village

Autre

11 Moyen de locomotion :

12 Déplacement : Quotidien

Heddomadiare

Mensuel

Episodique

13 Pour ceux qui habitent le village et ne travaillent pas à Moshi.

Combien de fois allez-vous à Moshi : semaine

mois

épisodique

14 Moyen de locomotion :

15 But : Achat de produits

Vente

Autre, préciser :

16 Utilisez-vous le marché de Kiboroloni : O/N

17 Régulièrement :

Episodiquement :

18 But : Achat, type de produits

Vente, type de produits

TABLE DES MATIERES

REMERCIEMENTS.....p.2

INTRODUCTION.....p.3

PREMIERE PARTIE : MOSHI, UNE VILLE CHAGGA A L'INTERFACE DE LA PLAINE ET DE LA MONTAGNE.
--

CHAPTIRE I. LE CONTEXTE HISTORIQUE.....p.9

A. La période précoloniale.....p.9

1. L'installation des Chagga sur le Kilimandjaro.....p.9

2. De nombreuses rivalités entre chefferies.....p.11

3. Le rôle de Moshi à l'arrivée des Allemands.....p.12

B. Durant la colonisation.....p.12

1. De Moshi à Old Moshi.....p.12

2. Le développement de Moshi sous la colonisation britannique.....p.13

C. De l'indépendance à nos jours.....p.14

1. La continuité de la croissance de Moshi.....p.14

2. L'évolution de son statut administratif.....p.15

CHAPITRE II. LA VILLE-RELAIS D'UNE MONTAGNE RICHE......p.17

A. Une situation de relais intra- et inter-régionale favorable.....p.17

1. *Une région intégrée dans un vaste réseau urbain.*.....p.17

2. *Une région bien intégrée dans les communications est africaines.*.....p.19

3. *les dysfonctionnements des transports inter-régionaux.*.....p.22

B. La ville d'une montagne productive.....p.26

1. *Une riche région de Tanzanie.*.....p.26

2. *Une région productive.*.....p.27

3. *Les caractéristiques d'une ville relais.*.....p.29

CHAPITRE III. UNE VILLE MONTAGNARDE CHAGGA......p.31

A. La population urbaine du Kilimandjaro.....p.31

1. *Une montagne densément peuplée.*.....p.34

2. *Des migrations anciennes vers Moshi.*.....p.35

B. Une ville jeune et montagnarde.....p.35

1. *Moshi, la ville des Chagga.*.....p.37

2. *Une ville jeune.*.....p.37

**DEUXIEME PARTIE. L'ANALYSE DES RELATIONS
VILLE/MONTAGNE A TRAVERS L'ETUDE DU SYSTEME
DES MARCHES DU KILIMANDJARO.**

**CHAPITRE IV. LA STRUCTURE DES MARCHES DU
KILIMANDJARO.....p.40**

A. Une périodicité complémentaire.....p.40

1. Une distribution dans le temps et l'espace coordonnée.....p.40

2. Un marché de montagne : le marché de Kalali.....p.43

3. Un marché de contact : Kwa Sadala.....p.47

B. Les marchés urbains et permanents.....p.50

1. Le marché central de Moshi.....p.51

2. Les marchés de quartier et les marchés ponctuels.....p.56

3. Le cas particulier du marché de Kiboroloni.....p.57

**CHAPTIRE V. L'ANALYSE DES CIRCUITS
COMMERCIAUX ET DE LEURS DYNAMIQUES DE
FLUX.....p.62**

A. Les différents circuits commerciaux et leurs acteurs.....p.63

1. Les circuits commerciaux courts.....p.63

2. Les circuits commerciaux longs.....p.66

3. Les différents acteurs socio-économiques.....p.71

B. Les dynamiques des flux liés aux marchés.....p.73

1. *Les flux depuis les autres parties du pays vers Moshi*.....p.73
2. *Les dynamiques de la montagne vers la ville*.....p.78
3. *Les dynamiques de la ville vers la montagne*.....p.80

TROISIEME PARTIE. LE BINÔME MOSHI/KIBOROLONI : UN EXEMPLE DES CONSEQUENCES DES RELATIONS VILLE/MONTAGNE SUR LA STRUCTURE DE L'ESPACE URBAIN.

CHAPITRE VI. LA STRUCTURE DE LA MUNICIPALITE DE MOSHI.....p.86

A Présentation de la municipalité.....p.86

1. *Une ville concentrant de nombreuses infrastructures*.....p.86

2. *Une croissance liée à la montagne du Kilimandjaro*.....p.87

B. L'organisation spatiale de la municipalité de Moshi.....p.90

1. *Le découpage administratif de la municipalité de Moshi*.....p.90

2. *L'organisation spatiale des différents quartiers*.....p.93

CHAPITRE VII. LE BINÔME MOSHI CENTRE/KIBOROLONI : UNE ACTIVITE COMMERCIALE DOMINANT LA MUNICIPALITE.....p.98

A. Moshi centre : le grand centre commercial de la montagne....p.98

<i>1. La structure du centre ville.....</i>	<i>p.99</i>
<i>2. Le lieu d'approvisionnement privilégié du Kilimandjaro.....</i>	<i>p.102</i>
<i>3. Le centre ville, facteur de modernité.....</i>	<i>p.103</i>
B. Kiboroloni : une banlieue dynamique, et la perception de l'espace urbain par les montagnards.....	p.106
<i>1. Une croissance importante mal maîtrisée.....</i>	<i>p.106</i>
<i>2. La perception du binôme Moshi centre/Kiboroloni par les montagnards.....</i>	<i>p.109</i>
CONCLUSION.....	p.111
BIBLIOGRAPHIE.....	p.113
TABLE DES DOCUMENTS.....	p.117