

MARCHÉS RURAUX ET RELATIONS VILLE-CAMPAGNE DANS L'ARRIÈRE-PAYS IMMÉDIAT DE KANANGA (CONGO)

Kabata KABAMBA et Kabale NTUMBA

Résumé

Dans le contexte général d'une mobilité réduite est étudiée la motivation de l'existence d'un flux de véhicules motorisés entre une ville régionale et certaines localités de son arrière-pays immédiat. Le marché rural hebdomadaire est un lieu d'échanges, de fréquentation régulière et d'interrelations sociales qui, étant en outre positivement connoté et perçu, apparaît comme le « haut lieu » de l'espace vécu en milieu rural africain. Il joue à ce titre un rôle déterminant dans l'organisation de l'espace rural et est, en raison de son dynamisme, un facteur d'attraction d'équipements socio-collectifs et de justification des flux de véhicules en provenance de la ville. Ces flux ont principalement un caractère transactionnel, mis en évidence par les motifs du voyage et les raisons du choix du mode de déplacement. Leur importance dépend des caractéristiques des localités d'implantation des marchés et des motivations individuelles des déplacements.

Mots-clés

mobilité des personnes, marché rural, ville, Afrique tropicale

Summary

This paper focuses on what motivates the stream of motor vehicles between a regional city and some of its immediate vicinities, in the global context of reduced mobility. The weekly rural market is positively portrayed as a place of exchanges and frequent regular contacts, which promotes social relationships building; this is more so, particularly in the African context where it is also viewed as a truly living space. Consequently, it is a driving element of the organization of the rural space. An argument is made that it constitutes a definite attracting force of the socio-collective equipment as it fits into the social dynamics which explain the flow of traffic of motor vehicles originating from the city. This incoming stream is chiefly commercial in nature as demonstrated by the choice of the motor vehicles used as means of transportation and by the purposes of this moving. Its importance depends on the local characteristics of the areas where markets are established and on the particular reasons for travelling.

Key-words

people's mobility, rural market, city, tropical Africa

Elément essentiel de la vie sociale et économique en milieu rural en Afrique noire, le marché hebdomadaire est un facteur déterminant de mobilité des personnes et d'animation de la vie sociale des villages. La proximité d'une ville renforce ce rôle : en l'absence d'un circuit d'approvisionnement organisé, le seul lieu de rencontre entre les paysans-producteurs et leur clientèle venue de la ville est le marché.

L'article étudie les relations entre Kananga et les marchés de son arrière-pays immédiat, c'est-à-dire l'es-

pace situé entre dix et trente kilomètres du centre-ville et qui ravitaille la ville en fruits et légumes et en charbon de bois. Nous ne tiendrons pas compte des comportements de mobilité des ménages, mais bien de ceux des individus, car, pour de nombreuses personnes, les contraintes financières limitent l'usage de l'automobile. L'accent sera principalement mis sur les raisons et motivations individuelles des déplacements liés à la mobilité quotidienne et/ou hebdomadaire. Cette forme de mobilité se mesure par « les déplacements des individus et par les caractéristiques de ces

déplacements : origine, destination, durée, heure, distance, mode et motif du déplacement » (Fallais, 1996). D'où l'intérêt de cerner les raisons du choix du mode de déplacement et les motifs du voyage en vue d'expliquer le pourquoi des comportements de mobilité. Quelle est l'importance et la nature des flux liés à la fréquentation des marchés ruraux par les citadins? Cette importance a-t-elle un lien avec les caractéristiques des localités où se tiennent les marchés? Quelles sont les principales motivations du voyage et les raisons du choix des véhicules motorisés comme mode de déplacement dans un contexte de prédominance des déplacements des piétons et du portage ?

Pour récolter les données nécessaires, une enquête a été menée en juillet-août 1997 sur les marchés ruraux et dans les gares routières de Kananga. Sur les marchés ruraux, les informations relatives au nombre de personnes nous ont été fournies par les responsables des marchés et un sondage a permis de récolter des informations sur les caractéristiques sociales, les lieux de résidence des vendeurs et les modes de déplacement utilisés. Selon le mode de déplacement, un grand

nombre de personnes (plus ou moins 75 %) effectuent le trajet à pied : ce sont essentiellement les femmes marchandes venues de Kananga et des villages environnants. L'autre quart est composé des personnes se déplaçant à bord de véhicules motorisés (camions, jeeps et autres) et de vélos. Ceux qui utilisent les véhicules motorisés ont été interrogés à Kananga dans les gares routières suivantes : Ilunga-a-Tshibanku, marché Tshinseleka, marché Salongo et usine Régideso. Les flux de véhicules motorisés à destination de l'arrière-pays immédiat ne représentent que le dixième de l'ensemble des flux au départ de Kananga (Fig. 1). L'enquête visait à recueillir des données sur les caractéristiques (sociales et résidentielles) des voyageurs et a touché 251 personnes adultes. Parmi eux, 71 % résident à Kananga, 20 % dans les localités des marchés et le reste dans les autres localités de l'arrière-pays proche. Nous n'avons interrogé que les utilisateurs des véhicules destinés au transport marchand et non ceux des missionnaires catholiques de Malandji, Mikalayi et Muamba-Mbuyi qui effectuent au moins un voyage par semaine vers Kananga.

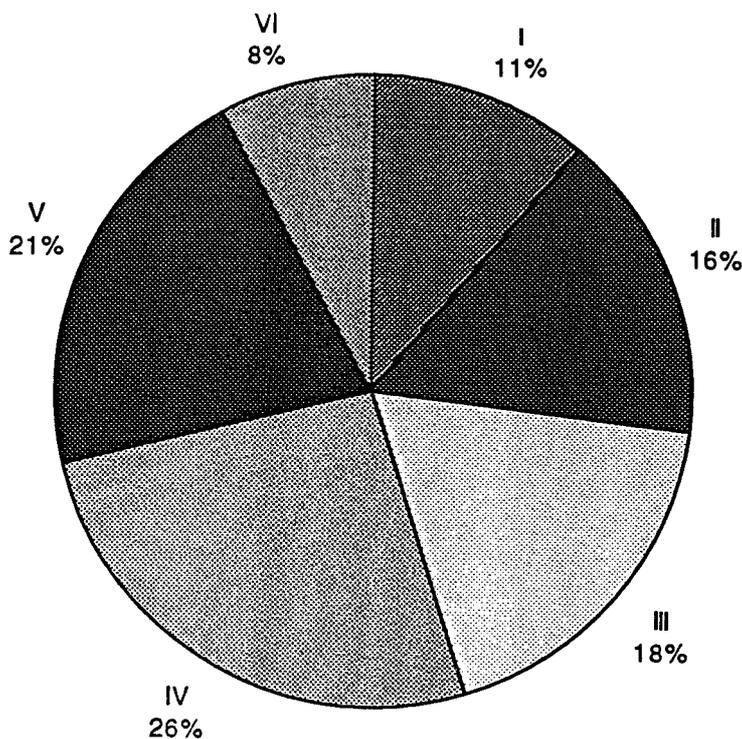


Figure 1 - Proportion des flux au départ de Kananga selon les lieux de destination

I. Arrière-pays immédiat. II. Arrière-pays proche. III. Luebo et centres environnants. IV. Tshikapa et centres environnants. V. Mbujimay. VI. Autres.

I. LE MARCHÉ HEBDOMADAIRE, « HAUT LIEU » DE L'ESPACE VECU EN MILIEU RURAL

Plusieurs marchés hebdomadaires se tiennent dans l'arrière-pays immédiat de Kananga (Fig. 2). La prospérité de chacun dépend des quatre critères suivants mis en évidence par Grijol (1996) : l'existence d'un axe routier permettant le désenclavement; la fixation d'un noyau permanent d'une clientèle solvable; l'importance des ressources et de la richesse agricole locale et la densité de peuplement comme facteur influençant la périodicité du marché. En effet, « plus une région est peuplée, plus grande est la demande cumulée et plus grande est la fréquence avec laquelle fonctionnent les marchés (...) ». Si, dans la plupart des

sociétés paysannes, les marchés sont périodiques et non permanents, c'est parce que la demande par habitant est trop faible pour permettre la subsistance d'une boutique fixe et que l'aire du marché est limitée par des moyens de transport primitifs (...). Ces marchés périodiques présentent l'avantage de décentrer la demande à des dates et des endroits bien précis ». Il y a donc une relation entre infrastructure du commerce et distribution du peuplement, mais avec une nuance : si le peuplement est faible, c'est « l'irrigation des campagnes par le réseau routier qui conditionne la localisation et le développement des marchés ». La proximité de la ville entraîne la combinaison d'un peuplement dense avec une accessibilité relativement bonne des localités; de plus, la population de la ville constitue une clientèle potentielle pour les marchés ruraux.

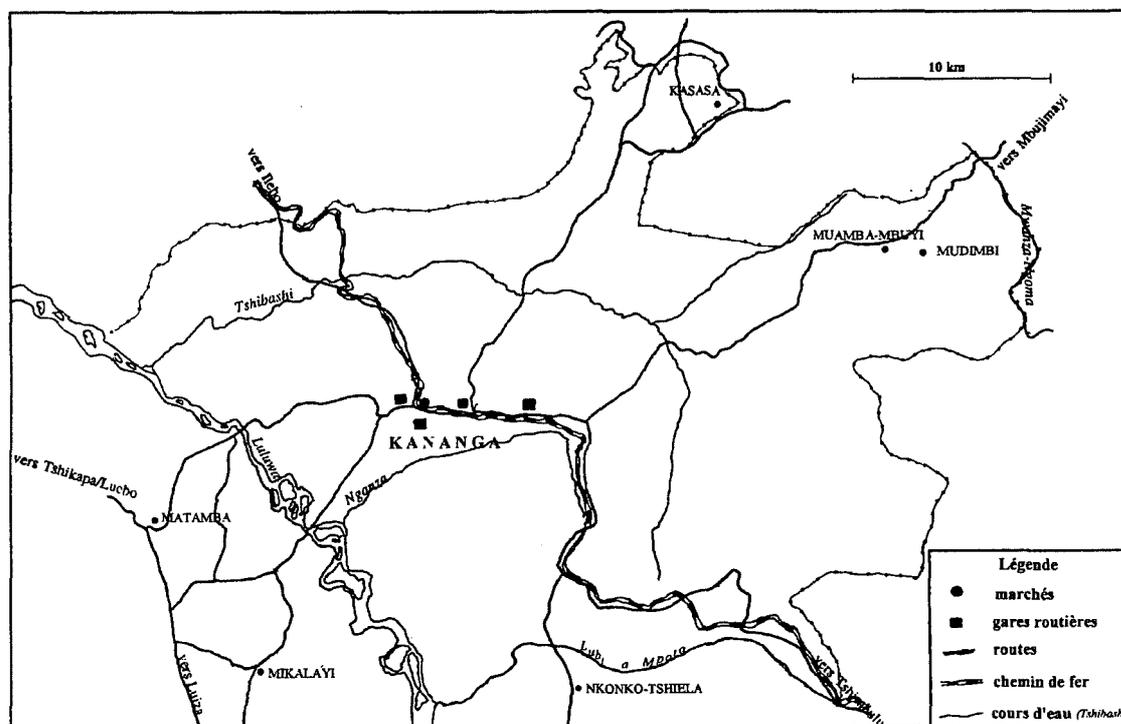


Figure 2 - Les principaux marchés de l'arrière-pays immédiat de Kananga.

Dans l'organisation de l'espace rural, la place du marché rural occupe généralement des espaces non bâtis et non couverts situés le long d'une route ou près d'un carrefour de routes souvent à proximité des équipements socio-collectifs (école, église, centre de santé ou bureau administratif). Elle compte quelques étals de fortune qui y marquent les traces de l'activité marchande et est déserte les autres jours de la semaine. Sur la place du marché s'installent, dans les localités de taille plus ou moins grande (plus de 1 000 habitants), des commerces sédentaires (quelques boutiques

ou restaurants-bars), où sont vendus des produits de consommation courante (bière, savon, sel, sucre, etc.). Ces commerces sédentaires s'approvisionnent en ville. Leur clientèle est constituée des résidents et de personnes des localités environnantes et de passage. Les jours de forte fréquentation de ces commerces sédentaires correspondent au jour du marché et à celui qui le précède. Il y a donc un effet d'attraction du marché hebdomadaire, même si les commerces sédentaires subissent la concurrence des commerçants ambulants.

Les jours de marché varient selon les lieux (Tableau 1). Il n'est pas toujours le même pour les localités proches. Ceci permet aux commerçants ambulants et aux autres ruraux de pouvoir participer aux différents marchés de la région. Toutefois, une certaine concurrence peut se remarquer entre les marchés proches, le plus dynamique supplantant les autres et provoquant parfois leur disparition. Le jour du marché est souvent un jour de repos où, selon la tradition locale, il y a interdiction d'effectuer les travaux dans les champs. C'est aussi un jour où se tiennent certaines manifestations de la communauté villageoise : tribunal coutumier, réunions et fêtes de famille, marchés hebdomadaires, compétitions sportives, etc.

Par ailleurs, sur les marchés ruraux, le commerce est une activité essentiellement féminine : les 3/4 des vendeurs sont des femmes. Elles vendent la production agricole et/ou artisanale des ménages et se procurent ainsi des revenus nécessaires à l'achat des produits de consommation courante en provenance de la ville, au paiement des frais scolaires des enfants, etc.

Les hommes, par contre, pratiquent le commerce comme activité principale ou d'appoint. Ces commerçants ambulants viennent à bicyclette ou à bord de véhicules motorisés (près de 10 %). Ils sont organisés en un comité dont les tâches sont la défense de leurs intérêts et le maintien de l'ordre sur le marché. Pour eux, le marché rural hebdomadaire est « un lieu de rencontre, de relations sociales et de travail » (Grijol, 1996). Il est non seulement un lieu d'échanges, mais est aussi - en raison des interrelations sociales qui s'y nouent - un lieu important dans l'organisation sociale. L'activité du marché marque chaque semaine l'activité des paysans, car le marché est « un élément important

de structuration de l'espace rural, un facteur d'enrichissement et un lieu de communication et d'information » (Singaravelou, 1996).

En outre, dans le symbolisme spatial des peuples de culture négro-africaine, la place du marché est un espace sacralisé (Faïk-Nzuji, 1993) à cause du fait qu'elle est, comme le carrefour, un centre où se croisent des êtres et des énergies de toute nature. Elle doit être sacralisée pour éviter qu'elle « ne devienne un endroit où les malveillants accomplissent leurs transactions meurtrières et pour que ceux qui le fréquentent soient ainsi mis à l'abri de toute nuisance ».

Le marché rural est donc, si nous empruntons l'expression de Lussault (cité par Di Méo, 1998), un « haut lieu » de l'espace vécu des ruraux : un haut lieu joue le rôle d'emblème pour le compte des groupes sociaux qui le créent et en font usage et il « est gorgé de sens collectif et recèle une profonde signification collective ».

Les marchés ruraux attirent une population plus importante qui est souvent le double de la population résidente. Leur rôle dans les relations ville-campagne est essentiel : ils sont les lieux de rencontre des paysans avec les citadins et d'approvisionnement des villes en produits frais (fruits, légumes et autres produits de la pêche, de la chasse et de la cueillette), en produits artisanaux et en combustibles (charbon de bois et bois de chauffe). Ils fonctionnent sous l'autorité du chef de localité représenté par un préposé dont le rôle est de percevoir les taxes auprès des acteurs économiques (commerçants ambulants, artisans, femmes marchandes, etc.).

Tableau 1 - Caractéristiques des marchés hebdomadaires dans l'arrière-pays de Kananga

Nom de la localité	Type	Pop. en 1996 (estimation)	Localisation sur route	Existence du flux automobile marchand	Nombre de vendeurs	Jour du marché
Kasasa	village	400	locale	oui	2000-3000	mercredi
Matamba	centre	3000	nationale	oui	2000-3000	samedi
Mikalayi	mission	3000	locale	non	<500	lundi
Muamba Mbuyi	mission	4000	nationale	oui	2500-3000	mercredi
Mudimbi	village	600	locale	oui	2000-3000	mardi
Nkonko Tshiela	village	500	locale	non	500-1000	mercredi

II. FLUX DES VEHICULES MOTORISES SUR LE TRAJET KANANGA-ARRIERE-PAYS IMMEDIAT

A. Terminus des flux : les quatre principaux marchés

1. Caractéristiques des localités

L'arrière-pays immédiat de Kananga a une population estimée à 100 000 personnes résidant en des lieux de taille différente faisant administrativement partie des Secteurs de Matamba et Muswaswa (Territoire de Kazumba) et de cinq quartiers périurbains de Kananga (Mpemba, Lubi-a-Mpata, Kamupongo, Tukombe, Tshibashi et Mulunda). Ces lieux constituent des unités de peuplement qui, en milieu rural, sont appelées localités. Selon l'ordonnance-loi n° 82-006 du 25/02/1982 portant organisation territoriale en République Démocratique du Congo, la localité est la plus petite entité. Plusieurs localités forment un Groupement qui lui-même fait partie du Secteur, entité du Territoire (c'est ainsi que sont nommées les communes rurales). Nous regroupons les localités en trois catégories selon leurs caractéristiques morpho-fonctionnelles : la localité-village, la localité-mission et la localité-centre.

Une *localité-village* est une « unité d'habitat dont les hommes sont liés par la parenté. Très souvent, la population masculine d'un village est faite d'hommes qui descendent d'un ancêtre commun » (Beguin, 1965). S'il n'est pas trop petit, le village est constitué de plusieurs groupes qui sont autant de branches de l'arbre généalogique commun et ces groupes, appelés « familles », marquent la division du village en quartiers. Le village est ainsi l'unité de base du régime des terres. Par contre, une *localité-mission* est toute agglomération de personnes d'origines claniques diverses et échappant à un pouvoir coutumier direct sur leur lieu de résidence. La genèse d'une localité-mission est généralement liée à l'implantation de religieux dans un espace non occupé et, dans des rares cas, suite à l'implantation dans un village d'une activité religieuse. La présence d'équipements socio-collectifs (écoles, hôpitaux, etc.) dans les localités-missions renforce leur attrait pour les habitants des localités environnantes. Est *localité-centre* toute agglomération dont la genèse est liée au contrôle territorial ou au passage de la voie ferrée. Dans les localités de ce type s'installent des services administratifs relevant de la collectivité locale, une ou plusieurs écoles primaires, une école secondaire, un centre de santé ou même un hôpital. Dans certains cas exceptionnels, l'implantation de certains équipements socio-collectifs (un hôpital ou un complexe scolaire) en un lieu précis a attiré une population de plus en plus importante pour en faire une localité-centre.

Dans l'arrière-pays immédiat de Kananga, il y a plusieurs marchés (Tableau 1) qui n'ont aucune spécificité en ce qui concerne les produits vendus (Musangilayi, 1995; Tshimanga, 1996). Mais quatre (Kasasa, Matamba, Muamba-Mbuyi et Mudimbi) ont une proportion plus importante de commerçants ambulants, particulièrement ceux venus de la ville; ils réunissent les critères de prospérité évoqués ci-dessus. Matamba et Muamba-Mbuyi se distinguent par leur bonne accessibilité, favorisée par leur localisation sur la route nationale Mbujimayi-Kananga-Tshikapa.

A l'exception de Kasasa, située sur une route de desserte agricole au nord de Kananga, les localités sont situées sur des tronçons importants de la route nationale Mbujimayi-Kananga-Tshikapa. Muamba-Mbuyi (avec Mudimbi située sur une route locale à environ sept kilomètres) est sur la route Mbujimayi-Kananga et Matamba est sur la route de Tshikapa au carrefour avec la route régionale de Luiza.

Kasasa est une localité-village d'environ 500 habitants située à une trentaine de kilomètres au nord de Kananga sur une route locale de desserte agricole et est sous la responsabilité coutumière du chef Lwandanda des Bakwa Mushilu. Sa croissance a été très rapide au cours des quinze dernières années grâce au dynamisme de son marché hebdomadaire. Ce marché attire chaque mercredi entre 2 000 et 3 000 personnes. Un moulin à maïs et manioc est installé sur la place du marché et les villages qui approvisionnent le marché de Kasasa sont situés dans un rayon de cinq à quinze kilomètres.

Matamba est une localité-centre située à vingt-sept kilomètres du centre-ville de Kananga et est le chef-lieu du Secteur du même nom. De par son rôle administratif, Matamba (3 000 habitants) a un certain nombre d'équipements socio-collectifs (trois écoles primaires, une école secondaire, un centre de santé et deux moulins à maïs et manioc) desservant une population d'environ 30 000 personnes. Ces équipements sont situés à proximité de la place du marché où se sont implantés une dizaine de boutiques et restaurants-bars. Le marché se tient tous les samedis et est fréquenté par deux à trois mille personnes.

Mudimbi est une localité-village de 500 habitants, située à sept kilomètres de Muamba-Mbuyi sur une route de desserte agricole. Fréquenté par environ 2 000 personnes, son marché se tient tous les mardis. Les produits vendus (légumes, fruits, champignons et autres produits de la cueillette, charbon de bois et huile de palme) proviennent des villages environnants.

Mwamba-Mbuyi (4 000 habitants) est une localité-mission située à une trentaine de kilomètres de Ka-

nanga sur la route de Mbuji-Mayi. Elle a un centre de santé (dispensaire et maternité) desservant une population de plus ou moins 11 000 habitants, une école primaire complète de onze classes (environ 600 élèves) et deux écoles secondaires. Le marché se tient tous les mercredis et attire plus ou moins 3 000 personnes.

2. Les flux des véhicules motorisés à destination des marchés de l'arrière-pays

La variation journalière des flux de véhicules à destination des quatre localités étudiées (Fig. 3) indique bien le rôle du jour du marché dans l'importance des flux. En effet, pour chacune de ces localités, le jour du marché et/ou celui qui le précède ont un trafic important : lundi (pour Mudimbi), mardi (pour Kasasa et Muamba-Mbuyi), vendredi et samedi (pour Matamba). Vers Kasasa, Muamba-Mbuyi et Mudimbi, la majorité des voyageurs sont des commerçants ambulants ou des marchandes en provenance de Kananga. Pour Kasasa, les véhicules (en moyenne cinq camions par semaine) partent de l'usine de traitement des eaux (quartier Tshinsambi) le soir du mardi, entre 18 heures et 19 heures, pour arriver à Kasasa aux environs de 21-22 heures. Pour Muamba-Mbuyi et Mudimbi, les véhicules (cinq camions) partent de la gare routière du mar-

ché Tshinseleka (à Kele-Kele) avec arrêt à Kananga II (marché Salongo). Les véhicules partent le soir précédant le jour du marché pour permettre aux femmes marchandes d'acheter la nuit même ou le lendemain matin à très bon prix les produits auprès des paysannes venues elles aussi la veille du jour du marché. Chaque camion transporte en moyenne 45 personnes alors que les camionnettes et les jeeps transportent environ quinze personnes. Matamba fait exception à ce rythme du trafic. Il y a, en effet, des véhicules qui s'y rendent tous les jours de la semaine, avec un pic de fréquentation le vendredi et le samedi. Cette situation est due à la conjonction de deux faits : la disponibilité d'une clientèle pour les transporteurs et la prédominance des passagers à destination d'autres lieux de l'arrière-pays proche. Plus de la moitié des passagers ont déclaré aller plus loin que Matamba et prennent les véhicules pour réduire le trajet (voir plus loin les raisons du choix du mode de transport). Pour les trois autres trajets, au moins 80 % des passagers ont pour destination finale la localité du marché. L'exception de Matamba se justifie par le fait que les transporteurs offrent, en dehors de la fréquentation du marché, un service de dépannage aux voyageurs allant au-delà et qui sont refusés à bord des véhicules à destination des centres diamantifères des Territoires de Luebo et Tshikapa.

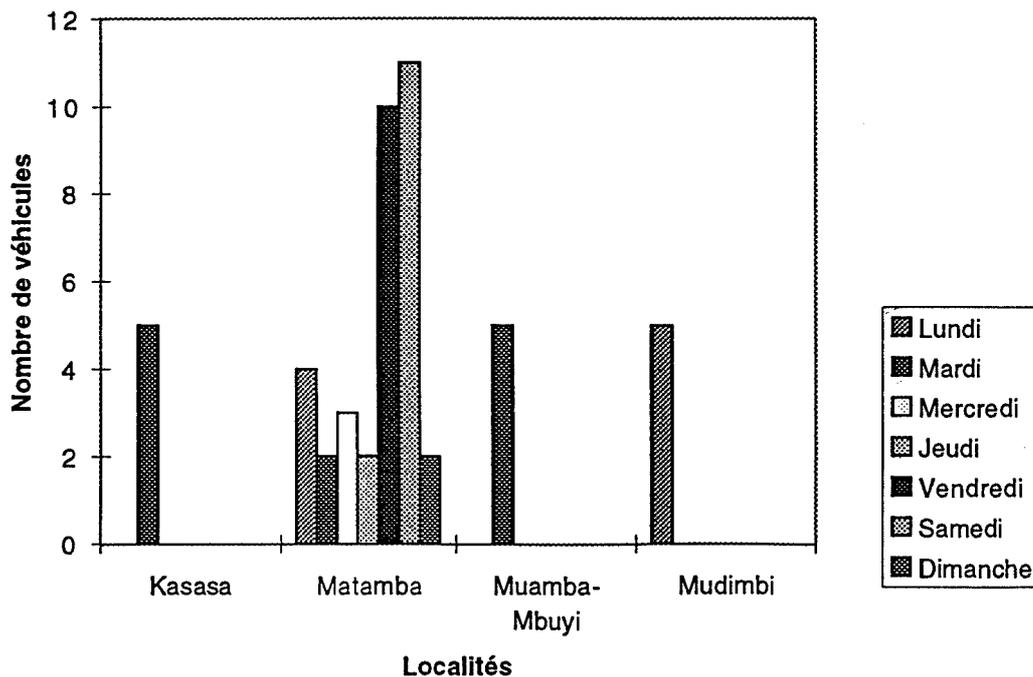


Figure 3 - Flux journalier de véhicules motorisés entre Kananga et quatre localités de son arrière-pays immédiat.

Selon leurs lieux de résidence, la majorité des voyageurs habitent Kananga (81 %) pour les quatre localités ensemble. Sur le trajet Kananga-Matamba, la proportion de voyageurs résidant à Matamba est de loin la plus importante : le tiers de voyageurs contre le dixième pour les trois autres localités. L'accessibilité est une cause majeure de cette variation de la proportion de passagers selon leur lieu de résidence.

3. Les caractéristiques des vendeurs

Au moins sept dixièmes des vendeurs des marchés

ruraux sont des femmes (Tableau 2) qui viennent des villages environnants pour vendre leurs productions agricoles ou artisanales. Les produits de la ville (habillement et autres produits de consommation courante) sont surtout vendus par des commerçants ambulants dont plus de la moitié proviennent de Kananga. L'importance du nombre de ces vendeurs des produits de la ville est liée à l'accessibilité de la localité et influe sur le dynamisme d'un marché. Le cas des marchés de Muamba-Mbuyi (32,6 %) et Matamba (31,4%) situés sur la route nationale Mbujimayi-Kananga-Tshikapa l'illustre bien.

Tableau 2 - Caractéristiques des vendeurs des quatre principaux marchés ruraux

Caractéristiques	Matamba	Kasasa	Mudimbi	Muamba -Mbuyi
Nombre moyen	1800	2700	1700	2000
Selon le sexe (%)				
- hommes	21,7	29,2	23,5	27,9
- femmes	78,3	70,8	76,5	72,1
Selon les produits (%)				
- de la ville	31,4	21,3	24,3	32,6
- agricoles, artisanaux et autres	53,4	68,2	61,1	54,9
- charbon de bois	9,9	5,1	13,8	10,3
- alcool + vin de palme	4,7	5,4	0,8	2,2

B. Les motifs et fréquences des voyages

Le plus grand nombre (trois quarts) des voyageurs à destination des localités où se tiennent les principaux marchés hebdomadaires s'y rend pour les motifs à caractère commercial : vente des produits de la ville (2/5), achat des produits de la campagne (1/3) et, dans une moindre mesure, les deux à la fois (Fig. 4). Cette importance des motifs à caractère commercial relève des mécanismes de survie des citadins qui pratiquent le commerce comme activité d'appoint : vente des produits de la ville ou achat des produits agricoles et artisanaux à revendre en ville. Le motif de la visite familiale ou du retour à domicile n'est évoqué que par un quart de voyageurs. Selon les localités, seule Matamba fait exception : le tiers des voyageurs se déplace pour un motif de visite familiale.

Plus de 70 % des voyageurs font au moins un voyage par semaine et fréquentent deux à trois marchés. En considérant séparément chacun des quatre principaux marchés, on se rend compte que cette proportion de voyageurs habituels est moins importante pour Ma-

tamba où la proportion de passagers poursuivant plus loin le voyage est importante.

C. Les raisons du choix du mode de déplacement

Les raisons du choix des véhicules motorisés (Fig. 5) sont le souci d'arriver à temps, l'incapacité de porter une lourde charge, l'habitude de l'usage d'un mode de transport, le souci de raccourcir le chemin (pour les personnes qui n'ont pas pour destination la localité du marché), la possibilité de payer le coût du transport et l'accompagnement des personnes fragiles (enfants, personnes âgées).

Les raisons suivantes ont un lien avec le caractère commercial du déplacement par véhicules motorisés : le souci d'arriver à temps, l'incapacité de porter une lourde charge et l'habitude de l'usage d'un mode de transport. Ces raisons sont évoquées par plus de la moitié des utilisateurs. Il y a néanmoins une nuance pour Matamba, destination vers laquelle près de 2/5 des passagers se dirigent pour abrégier le trajet d'un voyage à pied.

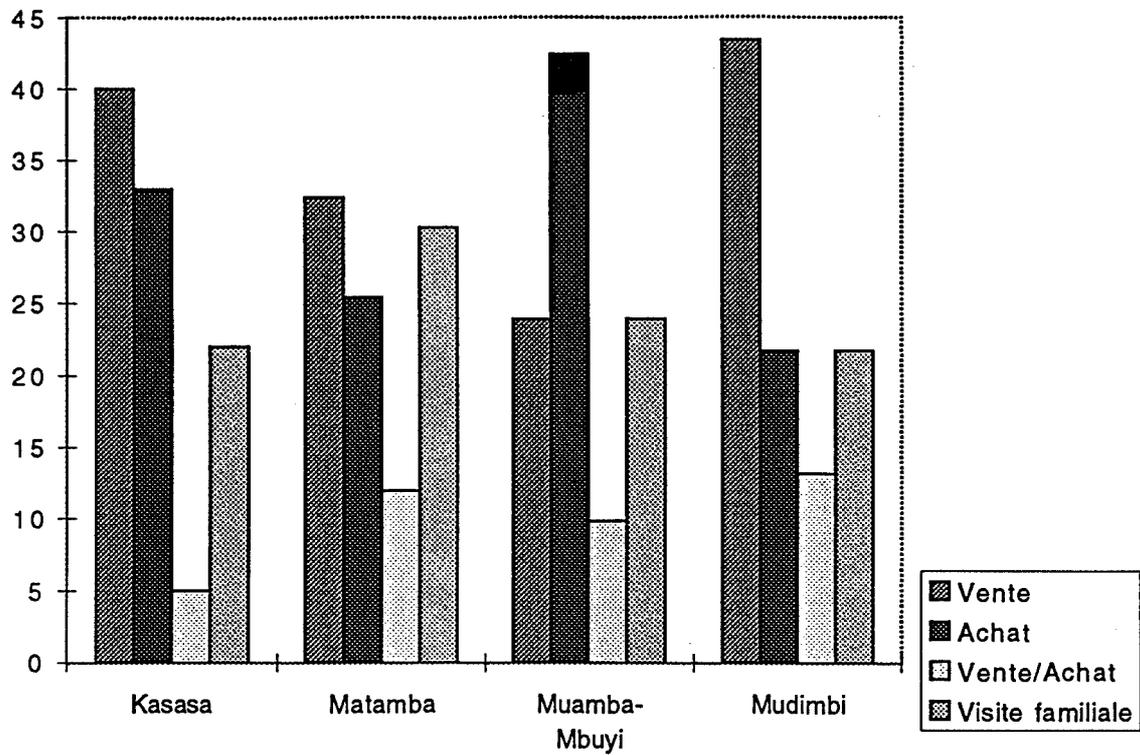


Figure 4 - Proposition de passagers selon les motifs du voyage.

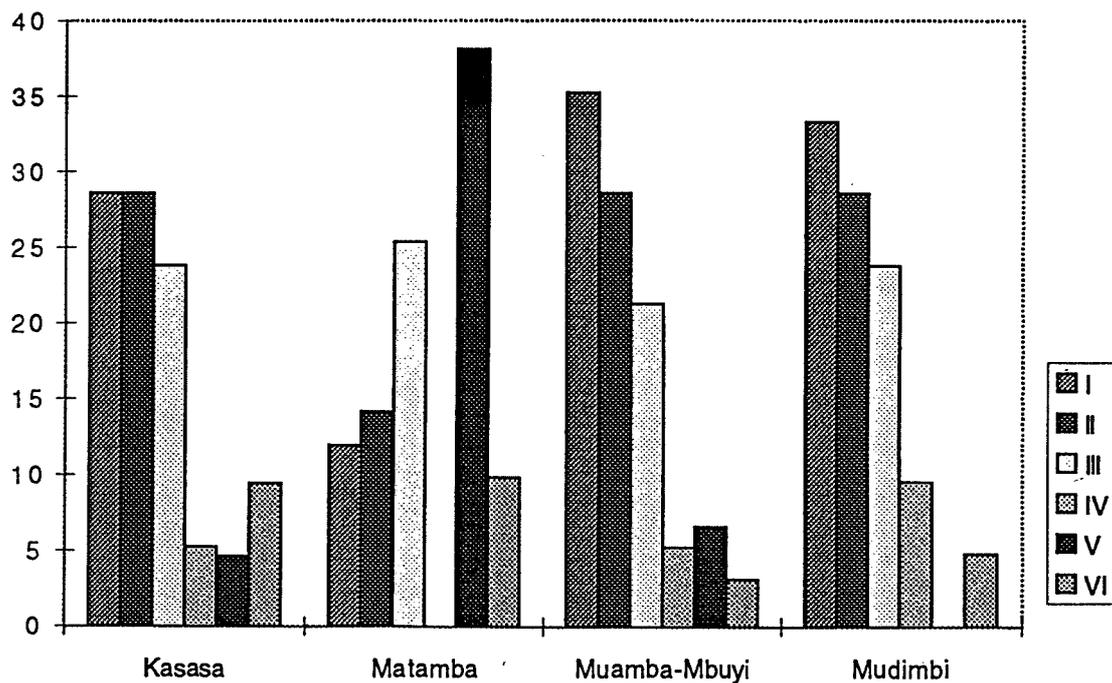


Figure 5 - Proportion de passagers selon les raisons du choix du mode de déplacement.

I. Souci d'arriver à temps. II. Incapacité de porter une lourde charge. III. Par habitude. IV. Souci de diminuer la durée du voyage dont l'autre trajet se fera à pied. V. Possibilités financières de payer le voyage. VI. Accompagnement des personnes fragiles (enfants, malades, personnes âgées).

CONCLUSION

L'analyse des flux entre Kananga et son arrière-pays immédiat montre bien le rôle attractif des marchés ruraux. La spécificité des flux motorisés qui s'y dirigent est mise en évidence par les caractéristiques des lieux et les motivations des déplacements : ceux-ci sont essentiellement orientés vers quatre localités où se tiennent des marchés ruraux parmi les plus dynamiques.

Les principaux facteurs du dynamisme d'un marché rural sont la facilité d'accès, la richesse de la production locale, les caractéristiques de la localité et la présence d'une clientèle solvable qui motive la fréquentation des commerçants ambulants.

Le marché rural est non seulement le lieu le plus attractif de l'espace de vie, mais il est aussi - de par les interrelations sociales qui s'y nouent - un lieu important de l'espace vécu des paysans.

BIBLIOGRAPHIE

- BEGUIN H., 1965. Structure familiale et structure agraire chez deux Peuples du Congo. *Bull. Soc. Géogr. Liège*, n° 1, 17-31.
- BRUNEAU J.C. & MBUYI B. D., 1980. Routes et flux de véhicules à moteur entre Lubumbashi et son environnement régional. *Géo-Eco-Trop*, vol. 4, n° 1-4, 31-74.
- DI MEO, G., 1998. De l'espace aux territoires : éléments pour une archéologie des concepts fondamentaux de la géographie. *L'Information géographique*, n° 3, 99-110.
- DOORN, P.K., 1989. Social structure and spatial mobility. *Netherlands Geographical Studies*, n° 83, 254 p.
- FAIK-NZUJI C. M., 1993. *La puissance du sacré. L'homme, la nature et l'art en Afrique noire*, La Renaissance du Livre, Bruxelles.
- GREGOIRE E. & LABASEE P., 1993. Mobilité marchande et urbanisation. Les cas de Korhogo (Côte-d'Ivoire) et de Maradi (Niger). *Cahiers des Sciences humaines*, vol. 29, n° 2-3, 527-546.
- GRIJOL K., 1996. Les marchés hebdomadaires : un facteur essentiel du développement économique et social au Sénégal. L'exemple du marché de Ndioum. *Les Cahiers d'Outre-Mer*, n° 49 (195), 297-316.
- INSTITUT NATIONAL DE LA STATISTIQUE, 1995. *Recensement scientifique de la Population - Juillet 1984 - Totaux définitifs*, vol. 4, 120 p.
- KABAMBA K. & NYOKA M., 1998. Les points de vente périphériques de Kananga. Spécificité, fonctions et attractivité. *Bull. Soc. Géogr. Liège*, n° 35, 103-112.
- LIETAR M., LOOTENS-DE MUYNCK M.T. & MAWEJA M., 1980. Le flux de personnes entre la ville de Lubumbashi (Zaïre) et son environnement régional. *Géo-Eco-Trop*, vol. 4, n° 1-4, 75-102.
- LOOTENS-DE MUYNCK M.T., BRUNEAU J.C. & MALAISSE F., 1980. Lubumbashi en 1980 et ses relations avec son environnement régional. *Géo-Eco-Trop*, vol. 4, n° 1-4, 3-29.
- MUSANGILAYI K., 1995. *Contribution à l'étude des marchés ruraux de la Zone de Kazumba. Cas de Matamba et Mikalayi*, Travail de fin de cycle de graduat, Institut Supérieur Pédagogique de Kananga, 35 p.
- NICOLAI H., 1989. Le citadin et son village. Un aspect de la relation ville-campagne au Zaïre. *CEGET-CRET. Pauvreté et développement dans les pays tropicaux. Hommage à Guy Lasserre*, Bordeaux, 499-507.
- SINGARAVELOU, 1996. Introduction. *Les Cahiers d'Outre-Mer*, n° 194, 113-114.
- TSHIMANGA B., 1996. *Etude géographique des marchés ruraux de Kasasa et de Tshimputu dans les quartiers de Mulundu et Tshibashi*, Travail de fin de cycle de graduat, Institut Supérieur Pédagogique de Kananga, 41 p.

Adresse des auteurs :

Kabata KABAMBA
 Université de Liège
 Service de Géographie humaine
 Allée du 6 août, 2
 B - 4000 Liège

Kabale NTUMBA
 Institut supérieur pédagogique de Kananga
 Département de Géographie
 BP 282 Kananga
 RD Congo