

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique



Mémoire de Master

Présenté à l'Université 08 Mai 1945 de Guelma

Faculté des Sciences et de la Technologie

Département de : **Architecture**

Spécialité : **Architecture**

Option : PROJET URBAIN ET DURABILITE

Présenté par : **GUELLATI Mabrouk Houcem**

**Thème : VILLE ET COMMERCE : Réconciliation entre
le commerce formel et informel pour une meilleure
compétitivité économique du centre-ville de Guelma.**

Sous la direction de : **Mme OULED CHEIKH Roumaïssa**

Juillet 2019

Remerciement

*En premier lieu, je souhaite remercier vivement toutes les personnes qui ont contribué à la réalisation de ce mémoire ainsi que celles qui m'ont encouragé tout au long de mon cursus universitaire au sein de l'université
08 Mai 1945 Guelma.*

*Je tiens à exprimer mes sincères remerciements et témoigner de ma grande reconnaissance à **Mme OUELED CHEIKH Roumaïssa** qui a acceptée d'encadrer ce travail.*

Enfin, mes remerciements vont également à toute l'équipe enseignante de département d'architecture et à tous ceux qui ont contribué à leur façon à ce travail.

J'espère qu'il sera utile et qu'il aidera un jour...

M.Houcem.G

Dédicace

Je dédie ce modeste travail : A ma chère et tendre mère, qui m'a donné la force et la motivation nécessaire pour la concrétisation de ce Mémoire.

*À mes frères **Yacine, Mohammed Tayeb** et ma sœur **Zeineb**, qui m'ont toujours encouragé dans la poursuite de mes études, pour leur aide et leur soutien moral qui m'a été très précieux.*

À mes tantes, oncles, cousins et cousines et à tous ma famille

Résumé

Le commerce informel est un phénomène répandu dans de nombreux pays et de nombreuses autorités nationales et locales ont décrit leurs difficultés de gestion du commerce informel, ce qui a plusieurs conséquences néfastes pour nos villes, nos sociétés et nos économies.

L'objectif de cette recherche est de déterminer les causes et les conséquences du développement du commerce informel dans les villes algériennes, ainsi que d'étudier les mesures prises par les autorités et les raisons de leur incapacité, aussi à déterminer une méthode plus fiable et plus réaliste pour lutter contre ce phénomène et formaliser le commerce informel dans un premier temps et absorber les commerçants informels dans le secteur formel.

Mots clés

Commerce informel, ville, secteur formel.

Abstract

Informal trade is a widespread phenomenon in many countries and many national and local authorities have described their difficulties in managing informal trade, which has several negative consequences for our cities, societies and economies.

The objective of this research is to determine the causes and consequences of the development of informal trade in Algerian cities, as well as to study the measures taken by the authorities, and the reasons for their incapacity, and to determine a more reliable, and realistic method to fight against this phenomenon and formalize the informal trade as a first step to absorb the informal traders in the formal sector.

Keywords

Informal trade, city, sustainable formal sector.

ملخص

تعتبر التجارة غير الرسمية ظاهرة واسعة الانتشار في العديد من البلدان وقد وصفت العديد من السلطات الوطنية والمحلية صعوباتها في إدارة التجارة غير الرسمية، والتي لها العديد من الآثار السلبية على مدننا ومجتمعاتنا واقتصاداتنا.

الهدف من هذا البحث هو تحديد أسباب وعواقب تطور التجارة غير الرسمية في المدن الجزائرية، وكذلك دراسة التدابير التي اتخذتها السلطات وأسباب عدم قدرتهم على حل هذا الوضع، وكذلك تحديد طريقة أكثر موثوقية وواقعية لمحاربة هذه الظاهرة، وإضفاء الطابع الرسمي على التجارة غير الرسمية كبداية لاستيعاب التجار غير الرسميين في القطاع الرسمي.

كلمات مفتاحيه

التجارة غير الرسمية، المدينة، القطاع الرسمي.

Table des matières

Remerciement	I
Dédicace.....	II
Résumé.....	III
Abstract.....	IV
ملخص	V
Table des matières.....	VI
Liste des figures	XII
Liste des cartes.....	XV
Liste des schémas	XVII
Liste des tableaux.....	XVIII
Chapitre introductif	1
Introduction générale.....	1
Motivation de choix du thème	2
Problématique.....	3
Hypothèses	4
Les objectifs	4
Méthodologie de la recherche.....	4
Partie 01 : Cadre théorique	5
Chapitre I : Projet urbain et développement durable.....	5
1. Introduction	5
2. Le projet urbain	5
2.1 Définitions du projet urbain	5
2.2 Les échelles du projet urbain.....	6
2.2.1 Le projet urbain politique ou projet de ville	6
2.2.2 Le projet urbain opérationnel	6
2.2.3 Le projet urbain architectural, centré sur un bâtiment	7
3. Le développement durable	7
3.1 Définitions du développement durable	8
3.2 Les dimensions du développement durable.....	8
3.3 Les grandes dates du développement durable.....	9
3.4 Les objectifs du développement durable.....	10
4. Conclusion.....	10

Chapitre II : Ville et commerce	11
1. Introduction	11
2. Histoire de l'activité commerciale.....	11
3. Définition du commerce.....	12
4. Définition de la ville.....	13
5. Relation entre ville et commerce.....	13
6. Conclusion.....	14
Chapitre III : Le commerce informel en Algérie	15
1. Introduction	15
2. Aperçu historique.....	15
2.1 Depuis l'indépendance jusqu'en 1967	15
2.2 La période de l'économie planifiée et administrée (1967-1985)	15
2.3 La période transition à l'économie de marché	16
3. Les impacts du commerce informel sur la ville Algérienne	16
4. Les causes de l'expansion du commerce informel dans la ville Algérienne.....	17
5. Les mesures prises par l'État pour lutter contre le commerce informel.....	17
6. Conclusion.....	18
Chapitre IV : Historique et typologie des espaces commerciaux, urbanisme commercial.....	19
1. Introduction	19
2. L'origine et l'évolution des espaces commerciaux à travers l'histoire	19
2.1 La période de l'antiquité	19
2.1.1 L'agora grecque	19
2.1.2 Le forum romain.....	19
2.2 La période de moyen âge	20
2.2.1 Les halles de marché.....	20
2.2.2 Les foires.....	20
2.2.3 Les bazars.....	20
2.3 La période de renaissance	21
2.3.1 Les passages	21
2.3.2 Les grands magasins	21
2.4 La période moderne.....	22
2.4.1 Les supermarchés	22
2.4.2 Les hypermarchés.....	22
2.4.3 Les centres commerciaux	22

2.5	La période contemporaine	22
2.5.1	Les centres commerciaux et de loisir :	22
3.	Typologie architecturale des espaces commerciaux	22
3.1	Les petites surfaces de ventes	23
3.1.1	Les magasins :.....	23
3.1.2	Les kiosques	23
3.2	Les moyennes surfaces de ventes.....	23
3.2.1	Les superettes	23
3.2.2	Les supermarchés	23
3.2.3	Le marché.....	24
3.2.4	La galerie marchande.....	24
3.3	Les grandes surfaces de ventes	24
3.3.1	Les hypermarchés :	24
3.3.2	Les centres commerciaux	25
3.3.2.1	Centre commercial	25
3.3.2.2	Le Mall ou shopping center	25
4.	Typologie algérienne des espaces commerciaux	26
4.1	Les petites surfaces de ventes	26
4.1.1	Les magasins traditionnels « hanoute ».....	26
4.1.2	Les kiosques	26
4.2	Les moyennes surfaces de ventes.....	26
4.2.1	Les superettes	26
4.2.2	Les marchés.....	27
4.3	Les grandes surfaces de ventes	27
4.3.1	Les supermarchés	27
4.3.2	Les hypermarchés.....	27
4.3.3	Les centres commerciaux	27
4.3.4	Les centres commerciaux et de loisirs « les Malles »	28
5.	L'évolution de l'activité commerciale en Algérie à travers l'histoire	28
5.1	Epoque antique	28
5.2	Epoque Islamique	29
5.3	Epoque coloniale	30
5.4	Epoque postcoloniale	30
5.5	L'état actuel et le retour aux règlements	31

6.	L'urbanisme commercial en Algérie.....	31
6.1	Introduction à l'urbanisme commercial en Algérie.....	31
6.2	Le concept de l'urbanisme commercial dans le cas Algérie.....	32
7.	Conclusion.....	32
Chapitre V : Analyse des exemples.....		33
1.	Introduction	33
2.	Exemple 01 : Projet d'aménagement de Souk Assalihine a Salé, Rabat, Maroc.....	34
2.1	Situation	34
2.2	État des lieux.....	34
2.3	Objectifs et enjeux du projet.....	36
2.4	Programme et plan d'aménagement du projet	36
3.	Exemple 02 : Projet de réhabilitation et requalification de la place et la rue commerçante Ghersa el Kébira, Tétouane, Maroc	39
3.1	Présentation.....	39
3.2	Situation	39
3.3	Etats des lieux	40
3.3.1	Fonctionnelle.....	40
3.3.2	Physique	41
3.4	Enjeux et proposition d'aménagement.....	41
4.	Exemple 03 : Rénovation de la place du marché JEAN JAURÈS, Marseille, France.....	43
4.1	Présentation.....	43
4.2	Etats des lieux	43
4.3	Enjeux	44
4.4	Plan d'aménagement.....	44
5.	Conclusion.....	45
Partie II : Partie analytique.....		47
Introduction.....		46
CHAPITRE I : Etat des lieux		46
1.	Contexte General Du Territoire De la ville de Guelma	46
1.1.	Situation géographique et administrative de la ville de Guelma	46
1.2.	Environnement physique et règlementaire	46
2.	Historique et évolution de la ville de Guelma.....	47
2.1.	Perception et identité.....	47
2.2.	Croissance urbaine de la ville de Guelma	50

3.	Conclusion.....	52
CHAPITRE II : Le diagnostic territorial et sectoriel, le scenario, le programme d'action		53
1.	Introduction	53
2.	Diagnostic et les caractéristiques de l'activité commerciale dans la ville de Guelma...	53
2.1.	Commerce formel.....	53
2.2.	Commerce informel.....	58
2.3.	Analyse SWOT	60
2.4.	Enjeux et objectifs à l'échelle de la ville de Guelma	61
2.5.	Conclusion du diagnostic de l'activité commerciale de la ville de Guelma	61
3.	Diagnostic de l'aire d'étude.....	61
3.1.	Délimitation de l'aire d'étude	61
3.1.1	Critère de typologie des activités	62
3.1.2	Délimitation par rapport aux éléments physiques structurants	62
3.1.3	Délimitation générale.....	63
3.2.	Présentation et environnement immédiat de l'aire d'étude	63
3.3.	Diagnostic de l'aire d'étude.....	65
3.3.1.	Contexte cadre de vie : Equipements, habitats et espaces publics	65
3.3.2.	Contexte mobilité : accessibilité, flux, nœuds, transport et stationnement	66
3.3.3.	Contexte activité et commerce	68
3.4.	Scenario général et délimitation de l'aire d'intervention.....	70
4.	Programme d'action	71
5.	Conclusion.....	71
CHAPITRE III : la programmation.....		72
1.	Introduction	72
2.	Le projet à développer : centre de commerce et loisir.....	72
2.1	Centre commercial classique.....	72
2.2	Centre de commerce et de loisirs.....	72
3.	Le programme.....	73
3.1.	Contenu du programme	73
3.2.	Recherche programmatique.....	73
3.3.1.	Centre de commerce et de loisirs BEB EZZOUAR	73
3.3.1.1.	Présentation	73
3.3.1.2.	Situation	74
3.3.1.3.	L'accessibilité	74

3.3.1.4.	La volumétrie	75
3.3.1.5.	Traitement de la façade.....	75
3.3.1.6.	Analyse de l'intérieur	76
3.3.1.7.	Synthèse.....	78
3.3.2.	Mall Dubaï.....	79
3.3.2.1.	Présentation	79
3.3.2.2.	Situation	79
3.3.2.3.	L'accessibilité	80
3.3.2.4.	Analyse de l'intérieur	80
3.3.2.5.	Synthèse.....	82
3.4.	Le programme qualitatif.....	83
3.5.	Le programme quantitatif officiel	83
3.6.	Le programme retenu.....	85
3.7.	Les objectifs et les intentions du programme.....	87
3.8.	Les organigrammes spatiaux-fonctionnelles	89
4.	Conclusion.....	91
CHAPITRE IV : Analyse du terrain		92
1.	Introduction	92
2.	Situation.....	92
3.	L'accessibilité	93
4.	Morphologie du terrain	93
5.	Topographie du terrain	94
6.	L'ensoleillement et la ventilation	94
7.	Conclusion.....	95
CHAPITRE V : Conception architecturale		96
1.	Introduction	96
2.	Schéma de principe	96
3.	Genèse de la forme	96
4.	Conclusion.....	99
CONCLUSION GENERALE.....		100
Bibliographie.....		101

Liste des figures

Figure 2 : Les dimensions du développement durable.....	9
Figure 3 : Grandes dates de développement durable.....	10
Figure 4 : <u>premiere monnaie frappée à Sardes par le roi Alyattès, qui règne sur la Lydie entre 610 et 560 av. J.-C.</u>	11
Figure 5 : Echange des marchandises aux temps des Egyptiens	11
Figure 6 : Représentation du commerce, schéma issu de la définition adoptée par J.Beaujeu-Garnier et A.Delobez	14
Figure 7 : “Les locaux commerciaux du président” à l’abandon.....	17
Figure 8 :Marché de fruits et légumes à l’abandon,Meghniya,Tlemcen	17
Figure 9 : L’agora grecque.....	19
Figure 10 : Vue de forum depuis Capitole.....	19
Figure 11 : Beaumont-du-Gâtinais.....	20
Figure 12 :Foire à Gand Belgique	20
Figure 13 : Passage de Choiseul.....	21
Figure 14 : Le bon marché.....	21
Figure 15 : Magasin antiquités J-C Cottet.....	23
Figure 16 : Supérette 8 à huit Vallouise. France.....	23
Figure 17 : SPAR supermarché. France.....	23
Figure 18 : Marché de Brive-La-Gaillarde.....	24
Figure 19 : Les Galeries Lafayette Paris.....	24
Figure 20 : Hypermarché carrefour Istanbul.....	24
Figure 21 : PVP Mall, un centre commercial,Inde.....	25
Figure 22 : Centre commercial Stratford londrès	25
Figure 23 : Magasin a Bouira.....	26
Figure 24 : Kiosque a Bejaia.....	26
Figure 25 : Superette Madala à Bejaia.....	26
Figure 26 : Marche Bab El Oued Alger.....	27
Figure 27 : Supermarché –cheraga.....	27
Figure 28 : Hypermarché-ARDIS-Mohammedia- Alger	27
Figure 29 : Centre commercial-la coupole Constantine.....	27
Figure 30 : Park mall-Setif.....	28
Figure 31 : Comptoirs-phéniciens-et-Carthage.....	28
Figure 32 : Ancien comptoir phénicien de Skikda.....	28
Figure 33 : Le marché du Sebt.....	29
Figure 34 : Souk-Alger.....	29
Figure 35 : Souk-Alger.....	30
Figure 36 : Souk-Oranel.fellah-Oran.....	30
Figure 37 : Complexe commercial du Souk Assalihine, Salé, Maroc.....	33
Figure 38 : La place Ghera El Kébira après l'aménagement.....	33
Figure 39 : Plan d'aménagement de la place Jean Jaurès.....	33
Figure 40 : Souk Assalihinne.....	35
Figure 41 : Marché aux puces (Souk sa'a).....	35

Figure 42: Entrée du marché centrale.....	36
Figure 43: Entrée du complexe commercial.	36
Figure 44: Vue générale du marché central.....	36
Figure 45: Intérieur du marché central.	37
Figure 46: vue d'intérieur du marché central.	38
Figure 47: Intérieur du complexe commercial.	38
Figure 48: La place commerçante Ghera el Kébira.....	39
Figure 49: La rue commerçante Ghera el Kébira.....	39
Figure 50: Place commerçante Ghera el Kébira..	40
Figure 51: La place Ghera El Kébira avant l'aménagement.....	41
Figure 52: La place Ghera El Kébira après l'aménagement.	41
Figure 53: La place Ghera El Kébira après l'aménagement.....	41
Figure 54: La place Ghera El Kébira avant l'aménagement.....	41
Figure 55: La place Ghera El Kébira après l'aménagement.....	42
Figure 56: La place Ghera El Kébira avant l'aménagement.....	42
Figure 57: Vue aérienne de la place JEAN JAURÈS.....	43
Figure 58: Commerçants ambulants informels de la plaine.	43
Figure 59: Plan d'aménagement de la place Jean Jaurès.....	44
Figure 60: Théâtre romain a Guelma.	48
Figure 61: La caserne de l'époque byzantine, le square Seridi, Guelma.....	48
Figure 62: Boulevard du volontariat (oued Skoun 1962).....	49
Figure 63: La stèle de Maqam el chahid, Guelma.....	49
Figure 64: Marché Hassan Harcha, centre-ville.....	54
Figure 65: Marché volontariat.....	54
Figure 66: Marché El Hadj Mbarek.....	54
Figure 67: Oasis mall.	55
Figure 68: Boulevard du volontariat.....	56
Figure 69: La rue d'Announa.....	56
Figure 70: Commerce informel, jardin public au boulevard du volontariat.....	58
Figure 71: Commerce informel, boulevard du volontariat.....	58
Figure 72: Commerce de rue.....	59
Figure 73: Commerce de rue, rue Mogador.....	59
Figure 74: Commerce informel, place des martyres.....	59
Figure 75: Commerce informel, marché El Hadj Mbarek.....	59
Figure 76: Boulevard du volontariat, Guelma.....	64
Figure 77: Rue d'Announa, centre-ville, Guelma.....	64
Figure 78: Fonction commerciale au centre-ville, Guelma.....	64
Figure 79: Jardin public, Boulevard du volontariat, Guelma.....	65
Figure 80: Mosquée El Atik, Guelma.....	65
Figure 81: Habitat colonial + commerce au RDC, Guelma.....	65
Figure 82: Stationnement illicite, Boulevard du volontariat, Guelma.....	66
Figure 83: Stationnement illicite, centre ville, Guelma.....	66
Figure 84: Aire de stationnement, centre-ville, Guelma.....	67
Figure 85: nœud majeur du Boulevard du volontariat, Guelma.....	67
Figure 86: Arrêt de bus, Boulevard du volontariat, Guelma.....	67

Figure 87: Commerce informel de rue, rue Mogador, Guelma..	68
Figure 88: Commerce informel de rue, rue d'Announa, Guelma.....	68
Figure 89: Commerce informel au marché du Boulevard du volontariat, Guelma.....	69
Figure 90: Marché fermé, Hassan Harcha, Guelma..	69
Figure 91: Problème d'hygiène, boulevard du volontariat, Guelma.....	69
Figure 92: Commerce informel, jardin du boulevard du volontariat, Guelma..	69
Figure 93: Commerce informel, place Hassan Harcha, Guelma.....	69
Figure 94: centre de commerce et de loisirs BAB AZZOUAR.	
Figure 95: Volumétrie du centre de commerce et de loisirs BAB AZZOUAR..	75
Figure 96: Façade du centre de commerce et de loisirs BAB AZZOUAR..	75
Figure 97: Mall Dubaï..	79
Figure 98: Marché du boulevard du volontariat..	92
Figure 99: Coupe topographique du terrain.....	94

Liste des cartes

Carte 1: Situation de la ville de Salé.	34
Carte 2: Situation de l'arrondissement Tabriquet par rapport la ville de Salé.	34
Carte 3: Situation de Souk Assalihine.	34
Carte 4: L'organisation spatiale de Souk Assalihine.	35
Carte 5: Plan d'aménagement du Souk Assalihinne, Salé, Maroc.	37
Carte 6: Situation de la place Ghersa el Kébira.	40
Carte 7: Plan d'aménagement proposé de la place Ghersa El Kébira.	42
Carte 8: Situation géographique de la place Jean Jaurès.	43
Carte 9: situation géographique de la ville de Guelma.	46
Carte 10: Les communes limitrophes de la commune de Guelma.	47
Carte 11: Le secteur urbanisé dans la ville Guelma 1858.	50
Carte 12: Le secteur urbanisé dans la ville Guelma 1963.	50
Carte 13: Le secteur urbanisé dans la ville Guelma 1977.	51
Carte 14: Le secteur urbanisé dans la ville Guelma 1987.	51
Carte 15: Le secteur urbanisé dans la ville Guelma 1997.	51
Carte 16: Le secteur urbanisé dans la ville Guelma 2007.	52
Carte 17: Carte commerciale, commerce formel à Guelma.	53
Carte 18: Carte commerciale ; Commerce informel à Guelma.	58
Carte 19: Typologie des activités.	62
Carte 20: Délimitation par rapport aux éléments physiques structurants.	62
Carte 21: Délimitation générale.	63
Carte 22: Environnement immédiat de l'aire d'étude.	63
Carte 23: Equipements, habitats et espaces publics de l'aire d'étude.	65
Carte 24: accessibilité, flux, nœuds, transport et stationnement de l'aire d'étude.	66
Carte 25: Activité et commerce dans l'aire d'étude.	68
Carte 26: Scénario général pour l'aire d'étude.	70
Carte 27: Limite de l'aire d'intervention et du terrain du projet à développer.	70
Carte 28: Situation du centre de commerce et de loisirs BAB AZZOUAR.	74
Carte 29: Accessibilité du centre de commerce et de loisirs BAB AZZOUAR.	74
Carte 30: Plan RDC du centre de commerce et de loisirs BAB AZZOUAR.	76
Carte 31: Plan 1er étage du centre de commerce et de loisirs BAB AZZOUAR.	77
Carte 32: Plan 3 ème étage du centre de commerce et de loisirs BAB AZZOUAR.	77
Carte 33: Plan 2 ème étage du centre de commerce et de loisirs BAB AZZOUAR.	77
Carte 34: Situation du Mall Dubaï.	79

Carte 35: Accessibilité du Mall Dubaï.	80
Carte 36: Plan sous-sol du Mall Dubaï.	80
Carte 37: Plan RDC du Mall Dubaï.	81
Carte 38: Plan 1 ^{er} étage du Mall Dubaï.	81
Carte 39: Plan 2 ^{ème} étage du Mall Dubaï.	82
Carte 40: Situation de terrain .	92
Carte 41: Accessibilité sur le terrain.	93
Carte 42: Morphologie du terrain.	93
Carte 43: L'ensoleillement et la ventilation.	94
Carte 44: Genèse de la forme, étape 01.	96
Carte 45: Genèse de la forme, étape 02.	97
Carte 46: Genèse de la forme, étape 03.	97
Carte 47: Genèse de la forme, étape 04.	Erreur ! Signet non défini.
Carte 48: Genèse de la forme, étape 05.	Erreur ! Signet non défini.

Liste des schémas

Schéma 1: Schéma des échelles du projet urbain.....	7
Schéma 2: Organigramme fonctionnel du sous-sol du Mall Dubaï.....	80
Schéma 3: Organigramme fonctionnel du RDC du Mall Dubaï.....	81
Schéma 4: Organigramme fonctionnel du 1 er étage du Mall Dubaï.....	81
Schéma 5: Organigramme fonctionnel du 2 ème étage du Mall Dubaï.....	82
Schéma 6: Organigramme spatio-fonctionnel du l'entre sol du centre de commerce et de loisirs... ..	89
Schéma 7: Organigramme spatio-fonctionnel du RDC du centre de commerce et de loisirs.. ..	89
Schéma 8: Organigramme spatio-fonctionnel du 4 ème étage du centre de commerce et de loisirs..	90
Schéma 9: Organigramme spatio-fonctionnel du 2 ème et 3 ème étage du centre de commerce et de loisirs.....	90
Schéma 10: Organigramme spatio-fonctionnel du 1 er étage du centre de commerce et de loisirs... ..	89
Schéma 11: Organigramme spatio-fonctionnel du 5 ème étage du centre de commerce et de loisirs.. ..	90
Schéma 12: Schéma de principe.. ..	96

Liste des tableaux

Tableau 1: Les impacts du commerce informel sur la ville Algérienne.....	16
Tableau 2: Les marché de proximités et les centres commerciaux de la ville de Guelma.	57
Tableau 3: Tableau d'analyse SWOT (AFOM) de l'activité commerciale de la ville de Guelma.....	60
Tableau 4: Points forts, faibles, enjeux et objectifs du contexte cadre de vie..	66
Tableau 5: Points forts, faibles, enjeux et objectifs du contexte mobilité..	67
Tableau 6: Points forts, faibles, enjeux et objectifs du contexte activité et commerce.....	69
Tableau 7: Programme officiel du centre de commerce et de loisirs.....	84

Chapitre
introdudctif

Chapitre introductif

Introduction générale

A l'instar de tout espace habité la ville est la matérialité d'un ancrage d'une population sur un territoire donné la ville est donc, l'expression d'une appropriation d'un espace et des valeurs liées à la culture et au mode de vie de ses habitants. Elle est, à la fois support et système de relations socio-spatiales qui se complexifient avec le temps.

La ville peut être également, considérée comme un environnement, un cadre dans lequel se déroule la vie urbaine : elle la scène de la ville sociale : les pratiques ; les comportements, les relations sociales et les conflits s'y construisent et prennent tous leurs sens.

La ville représente un lieu d'échange et de travail, elle est donc un enjeu de pouvoir et d'économie, et ce sont les commerces qui la transfèrent à un espace de vie et de sociabilité.

Depuis toujours, la ville et le commerce sont deux phénomènes indissociables. Le commerce est l'origine d'une ville dans laquelle les espaces commerciaux organisent leur environnement et réorganisent le devenir de la ville. Ils sont le miroir qui reflète constamment l'évolution de la société.

Le commerce est l'une des activités les plus importantes parmi les activités des civilisations humaines, son évolution est liée à l'évolution des espaces commerciaux. Dans les dernières décennies les espaces commerciaux sont rentrés dans les pensées architecturales ou le concept de l'architecture commerciale a vu le jour.

Extrait de Mutation par R. Koolhaas.¹ « Le shopping reste sans conteste la dernière forme d'activité publique. Avec une batterie de moyens toujours plus prédateurs, il est parvenu à coloniser – et même à remplacer – presque chaque aspect de la vie urbaine. Les mécanismes et les espaces du shopping façonnent les centres historiques des villes, ... Contrairement à d'autres programmes plus statiques, les transformations du shopping sont infinies. Constamment refaçonné et réemballé, le shopping trouvera toujours d'autres véhicules pour s'étendre et, finalement, survivre à toutes les autres activités ».

¹ Péron R., les boîtes les grandes surfaces dans la ville, éd. L'Atalante, Nantes, 2004, 221 p.

Les termes « formel » et « informel » soient utilisés fréquemment par toute personne travaillant dans les pays en développement, la différence entre ces deux secteurs n'est pas toujours claire et évidente.

La différence essentielle entre les secteurs formel et informel serait dans la nature des relations entre les participants. Frey (1995) décrit le secteur informel comme : «ne payant ni patente ni impôt... Leur rôle est d'autant plus lié à la vie familiale et aux relations sociales interpersonnelles... »

Le commerce représente aujourd'hui l'un des grands enjeux de la planification urbaine et l'espace commercial est l'un des principaux moteurs indispensables à leur développement, après un long héritage des espaces commerciaux, dans les années 70 l'architecture commerciale est apparue comme étant un nouveau concept dédié spécifiquement à traiter les espaces commerciaux depuis les petites surfaces de ventes jusqu'au grands centres commerciaux. Les pays ont commencé à utiliser ce type d'architecture afin d'arriver à leurs tendances, tandis que l'Algérie avait un retard en matière de commerce et des espaces commerciaux, durant la dernière décennie elle a tenté de rattraper ce retard, nous avons donc assisté à l'apparition de plusieurs espaces commerciaux, (supermarchés, hypermarchés, grands centres commerciaux) sur tout le territoire urbain en Algérie.

Le contexte en Algérie est différent par rapport aux autres pays ; les mêmes actions ne peuvent pas donner les mêmes résultats entre l'Algérie et les autres pays étrangers pour créer une version réussit d'architecture commerciale en Algérie, pour cela il y'a plusieurs éléments que l'on doit prendre en considération tel qu'avoir un projet animé qui doit être intégré dans son environnement, renforcer son identité et rester toujours « singulier ».

Motivation de choix du thème

Les raisons qui ont motivé pour le choix de ce sujet sont multiples ;

- ✓ En premier lieu, c'est le désir d'étudier le phénomène du commerce informel, qui a des effets très graves sur la société, l'environnement et l'économie de notre pays et menace de déformer l'identité de nos villes.

- ✓ Il y a aussi de notre part une volonté de participation donne des solutions actives pour la préservation du riche patrimoine bâti du centre-ville de Guelma et préserver le cadre de vie de ses usagers.
- ✓ Enfin, comme dernier motif, la volonté de lancer une recherche plus approfondie sur la question de la lutte contre le commerce informel et de définir une nouvelle vision à cet égard.

Problématique

L'un des problèmes les plus connus du centre-ville d'Algérie est le commerce informel. Plus précisément, le commerce de rue et les marchés informels. Cette pratique est liée à de nombreuses raisons. L'une d'elles est culturelle et historique, liée à l'ancienne médina et au lieu dédié à l'activité commerciale exactement dans le centre-ville, où tous les biens ont été exposés sans aucune règle législative. Et d'autres raisons telles que le taux de chômage élevé dans les villes en raison des faibles chances de travail qui rendent le secteur informel plus attrayant pour les jeunes un travail avec le moins de charges évitant les taxes, louer ou acheter un magasin, etc. ce qui leur donne un avantage en termes de prix des biens exposés et attire de nombreux clients de la Classe à faible revenu.

Guelma comme beaucoup de villes d'Algérie souffre du commerce informel, cette activité est localisée sur le site de Ouedskhoun, Bâb souk et le boulevard de volontariat, posant de nombreux problèmes qui déforment l'image de la ville et son attractivité, telles que ; l'occupation du trottoir avec des marchandises exposées conduisant à l'utilisation de la route mécanique par des piétons et causant un dysfonctionnement de la circulation mécanique. Ce problème est également aggravé par le stationnement non organisé de ce site connu pour ses rues étroites, ce qui entraîne des problèmes d'insécurité représentés par le grand nombre de vols et d'agressions connus dans les régions où les citoyens se rassemblent. Et l'une des conséquences les plus connues du commerce informel est l'absence de gestion des déchets entraînant un grave problème d'hygiène.

C'est ce qui nous a poussés à poser les questions suivantes : **Comment organiser l'activité commerciale au centre-ville pour le rendre plus attractive ? Et par quel moyen ?**

Hypothèses

- ❖ **Nous considérons comme hypothèse principale que la réconciliation entre le commerce formel et informel résoudra le problème de l'anarchie et le désordre du commerce au centre-ville.**
- ❖ **Et comme hypothèse secondaire, la modernisation du centre-ville influencera sur l'organisation du commerce.**

Les objectifs

Les principaux objectifs de cette étude visent à :

- ❖ **Identifier les causes de la propagation du commerce informel en Algérie et dans la ville de Guelma et ses conséquences.**
- ❖ **Obtenir des solutions efficaces pour réduire et éliminer les activités commerciales informelles et encourager et soutenir les activités commerciales formelles.**
- ❖ **Améliorer l'image du centre-ville de Guelma et rendre son activité commerciale plus attractive.**

Méthodologie de la recherche

Notre démarche méthodologique pour ce travail d'initiation à la recherche est axée sur la vérification des hypothèses qui favorise la réconciliation entre le commerce formel et informel, et la modernisation de l'aire d'étude, pour résoudre le problème de l'anarchie et le désordre du commerce au centre-ville.

Dans un deuxième temps on va opter pour un diagnostic de la ville de Guelma, puis de l'aire d'étude, passant de la macro au micro, et on va déterminer un programme pour l'aménagement qui conduit à un projet à développer précis

Dans un dernier temps on va projeter le programme déterminé sur un terrain choisis selon des critères précis.

Partie I :
Partie théorique

Chapitre I :
Projet urbain et
développement durable

Partie 01 : Cadre théorique

Chapitre I : Projet urbain et développement durable

1. Introduction

Ce chapitre a pour objectif, d'une part, de rappeler les notions de projet urbain et de développement durable et, d'autre part, d'identifier les étapes de l'élaboration d'un projet urbain durable pour avoir une vision claire sur la méthodologie que nous suivons afin d'établir notre partie analytique.

2. Le projet urbain

Il s'agit d'un concept et d'une manière d'agir en formation qui marquent un moment de transition entre la manière traditionnelle de penser l'urbanisme et une nouvelle approche, moins figée et plus ouverte aux transformations et aux débats.

2.1 Définitions du projet urbain

Selon Ariella Masboungi, « *le projet urbain est une stratégie pensée et dessinée de la ville. Il est une expression architecturale et urbaine de mise en forme de la ville qui porte des enjeux sociaux, économiques, urbains et territoriaux. Le projet urbain est toujours lié à un contexte et s'exprime de manières variées : schéma stratégique à grande échelle, politique d'espaces publics, nouveaux quartiers et nouvelles centralités, régénération de quartiers en difficulté... Au-delà de cette diversité, il y a des constantes. Le projet urbain organise un territoire afin d'en améliorer l'usage, la qualité, le fonctionnement, la dynamique économique et culturelle et les relations sociales. Il doit assurer à tous l'accessibilité à l'espace public, à l'habitat, aux équipements, aux transports ; se préoccuper de la qualité des espaces publics, de l'architecture, des paysages, de l'environnement naturel, de la mise en valeur du patrimoine ; servir les enjeux du développement durable avec une utilisation économe de l'espace tout en garantissant le bon fonctionnement des infrastructures ainsi que des réseaux de transport et de distribution. Il ne se réalise que grâce à un engagement politique fort, pour lutter contre le laisser-aller et les coupures physiques, fonctionnelles et sociales. Il doit représenter un résultat souhaité de manière suffisamment clair pour pouvoir donner lieu à un débat démocratique. Il est*

interprétable et non fermé et, comme tel, il représente un avenir désirable mais non certain
»²

En peut définir le projet urbain comme « *une démarche d'initiative publique qui a pour objet de définir un cadre et une stratégie d'action en vue d'induire des dynamiques urbaines (ou un processus de mutation urbaine) en prenant en compte les logiques des agents et les jeux d'acteurs et en articulant les différents registres d'action aux différentes échelles inférant sur ses conditions de concrétisation* »³. Alain Avitable-la mise en scène du projet urbain.

2.2 Les échelles du projet urbain

Le concept de projet urbain recouvre de nombreuses situations et ambitions. Il y a un consensus sur l'idée qu'une certaine confusion, qu'un flou règne autour du sens de la notion de projet urbain. A travers sa double dimension de projet et d'urbain ; il témoigne de temporalités et des échelles vari. D'interventions sur la ville. Nous pouvons distinguer trois types de signification au projet urbain : le projet urbain politique, le projet urbain opérationnel et le projet urbain architectural et urbanistique.⁴

2.2.1 Le projet urbain politique ou projet de ville

« *Le projet urbain politique est un projet pour la ville, en tant que cité ; il propose des images collectives de l'avenir* »⁵. Le projet doit permettre « *de toucher les décideurs et d'emporter l'adhésion de la population du quartier ou de la commune autour de l'affirmation d'une identité collective et d'une conception partagée de l'avenir collectif* »⁶. En effet, le projet urbain veut mobiliser l'ensemble des acteurs autour d'une image future

2.2.2 Le projet urbain opérationnel

Le projet urbain opérationnel est représenté par des « *opérations urbaines d'une certaine ampleur, durant au moins une dizaine d'années, généralement multifonctionnelles, associant des acteurs privés et publics nombreux et nécessitant une conception et une gestion d'ensemble* »⁷. Ce sont des opérations urbaines complexes, qui réunissent des projets

² Ariella Masboungi, Projets urbains en France, Le Moniteur, Paris : 2002, p 23

³ Site web : <http://projet-urbain.blogspot.com/2013/03/projet-urbain-definition.html>

⁴ (COURCIER, S. 2005, Le journal canadien de la recherche urbaine).

⁵ Op. Cit, Merlin et Choay 1996, p.646

⁶ Op. Cit, Merlin et Choay 1996 p.644

⁷ Op. Cit, F. Ascher, p.647

variés dans un programme, un plan et des formes d'ensemble⁸. Ces opérations urbaines peuvent profiter d'un événement particulier (jeux olympiques ou exposition universelle) pour enclencher un projet pour la ville.

2.2.3 Le projet urbain architectural, centré sur un bâtiment

Le projet urbain architectural est centré sur un bâtiment, ou un ensemble de bâtiments. Il s'agit d'une démarche architecturale et urbanistique intégrée. Le projet architectural est défini en relation étroite avec les éléments de la forme urbaine environnante. Huet (1986), parle d'un projet urbain comme instrument de médiation entre la ville et l'architecture. La prise en compte de la forme urbaine ou des formes urbaines dépasse le domaine strict des techniciens pour intégrer les aspects économiques, culturels et sociaux (Mangin et Panerai 1999).

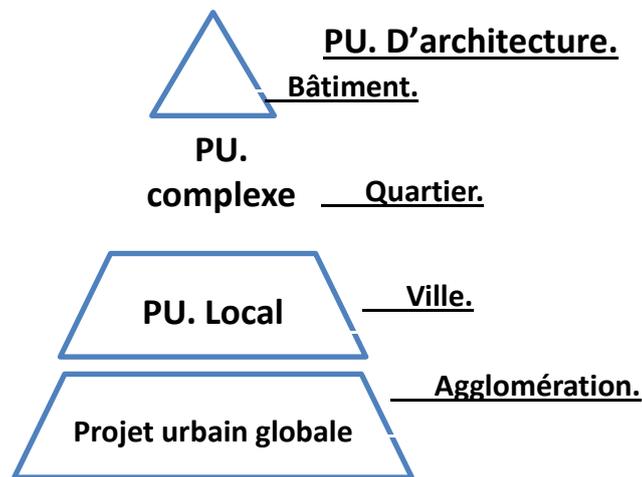


Schéma 1: Schéma des échelles du projet urbain. Source : traité par l'auteur, 2019.

3. Le développement durable

L'expression sustainable development, traduite de l'anglais par « développement durable », apparaît pour la première fois en 1980 dans la Stratégie mondiale de la conservation, une publication de l'Union internationale pour la conservation de la nature (UICN).

Quelques années plus tard, elle se répandra dans la foulée de la publication, en 1987, du rapport de la Commission mondiale sur l'environnement et le développement, Notre avenir à tous (aussi appelé rapport Brundtland, du nom de la présidente de la commission, Mme Gro

⁸ Op. Cit, F. Ascher, p.646

Harlem Brundtland). C'est de ce rapport qu'est extraite la définition reconnue aujourd'hui : « Un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs. »⁹.

3.1 Définitions du développement durable

Il existe maintes définitions du développement durable. Cependant, la plus fréquemment citée est tirée de Notre avenir à tous, rapport également connu sous le nom de Rapport Brundtland. « *C'est un développement qui répond au besoin du présent, sans compromettre la capacité des générations future à répondre aux leurs* »¹⁰. Il comporte deux concepts essentiels :

- ✓ Le concept de **besoins**, en particulier les besoins essentiels des personnes démunies qui devraient avoir priorité absolue ;
- ✓ L'idée de **limites**, imposées par l'état de la technologie et l'organisation sociale, à la capacité de l'environnement de répondre aux besoins présents et à venir. »

On parle donc de développement durable pour décrire des modes de développement économique qui ménageraient les grands équilibres naturels, notamment en réduisant la consommation d'énergies fossiles et donc l'émission dans l'atmosphère de gaz carbonique, principal gaz à effet de serre. « *Le développement durable suppose la recherche de sources d'énergie renouvelables et non polluantes et la réduction des pollutions et des risques liés aux autres formes d'énergie.* »¹¹

C'est un développement « *Selon lequel la politique de la ville contribue au développement qui satisfait les besoins actuels, sans compromettre les besoins des générations futures.* »¹²

3.2 Les dimensions du développement durable

Le développement durable repose sur trois piliers ou dimensions :

- ✓ L'environnement : préservation de l'intégrité de l'environnement ;
- ✓ Le social : amélioration de l'équité sociale, lutte contre l'exclusion et la pauvreté ;
- ✓ L'économie : amélioration de l'efficacité économique ;

⁹ Site web : <http://www.environnement.gouv.qc.ca/developpement/definition.html>

¹⁰ Extrait du Rapport Brundtland 1987.

¹¹ Pierre Merlin, Françoise Choay. Dictionnaire de l'urbanisme et de l'aménagement, édition Quadrige, 2005, P280.

¹² JORADP, la loi de 06-06 l'orientation de la ville.

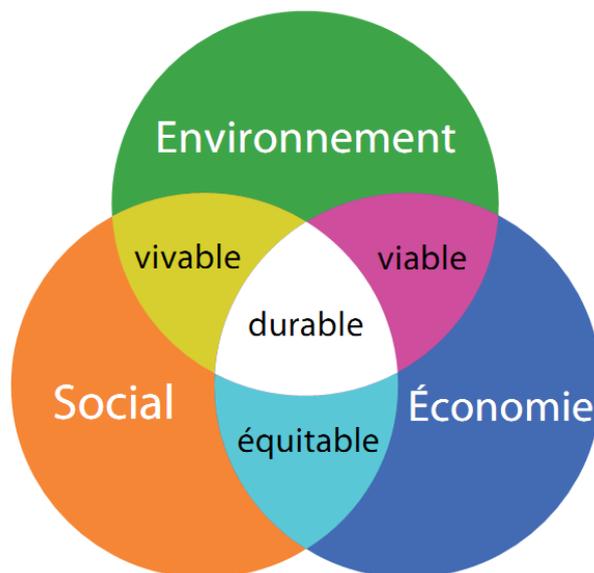


Figure 1 : Les dimensions du développement durable.
 Source : <http://ginkgobilobahep.info/?q=ecological+part+y+for+progress++d%C3%A9finition+de+ecological>

Pour la notion de développement urbain durable, nous avons trouvé peu de définitions. En voici une parmi les quelles Roberto Camargni et Maria. C. Gibelli, deux professeurs italiens d'économie urbaine et de politique urbaine :

« Le développement urbain durable est un processus d'intégration synergique et de coévolution entre les grands sous-systèmes urbains (économique, social, physique, environnemental) qui garantit un niveau non décroissant de bien-être à la population locale dans le long terme »¹³.

3.3 Les grandes dates du développement durable

Pour résumer ce schéma de Brodhag¹⁴, Délégué Interministériel au Développement durable, les repères importants de l'évolution du concept de développement durable sont cités

¹³ Roberto CAMAGNI et Maria Cristina GIBELLI, Développement urbain durable : quatre métropoles européennes à l'épreuve, 1 vol., Monde en cours. Série Prospective et territoires, ISSN 1243 0404 (La Tour d'Aigues : Éd. de l'Aube, 1997).

¹⁴ Christian BRODHAG, « Développement durable et énergie » (présenté à Journées X ENS UPS Physique, Ecole polytechnique Palaiseau, mai 14, 2004), http://www.brodhag.org/article.php3?id_article=43.

dans une hiérarchie du temps, en précisant l'élargissement de participation des acteurs impliqués dans cette évolution.

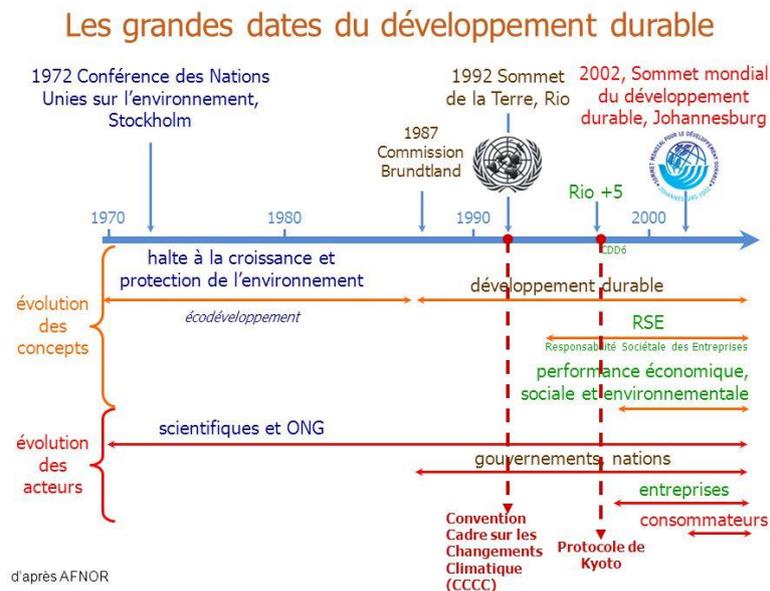


Figure 2 : Grandes dates de développement durable

3.4 Les objectifs du développement durable¹⁵

- ❖ Assurer la diversité de l'occupation des territoires ;
- ❖ Faciliter l'intégration des populations ;
- ❖ Valoriser le patrimoine ;
- ❖ Economiser et valoriser les ressources ;
- ❖ Assurer la santé publique ;
- ❖ Organiser la gestion des territoires et favoriser la démocratie locale ;
- ❖ Inciter à une croissance économique préservant l'environnement de façon socialement acceptable.

4. Conclusion

Le projet urbain était apparu comme un instrument urbanistique de l'architecture urbaine suite à la crise de la ville contemporaine et comme une tentative d'assurer la continuité et l'articulation entre la ville, le quartier et le projet architectural en revenant à l'histoire de la ville, en tenant compte de son patrimoine et de l'avis de ses habitants. C'est pourquoi il s'agit du meilleur moyen de résoudre le problème du commerce informel.

¹⁵ Les dossiers FNAU.N°07-Mai 2001.Fédération Nationale des Agences d'Urbanisme-paris.

Chapitre II :

Ville et commerce

Chapitre II : Ville et commerce

« *La ville est fille du commerce* » H. Pirenne (1927),

1. Introduction

Il est nécessaire de développer un cadre conceptuel sur notre thème qui tourne autour de l'histoire de l'activité commerciale, la ville et le commerce, et d'expliquer la relation qui existe entre eux, afin de comprendre leur influence mutuelle et d'avoir une vision claire de la gestion de l'activité commerciale

2. Histoire de l'activité commerciale

« *Le commerce fut l'une des plus anciennes et importantes inventions de l'humanité, il est considéré par certains comme l'origine de la civilisation* »¹⁶ SCHERER H

Les recherches sur l'origine du commerce seraient stériles et sans intérêts mais c'est en Egypte et en Palestine, qu'on trouve les premières traces d'une agriculture régulière et du commerce qu'elle alimentait. La civilisation égyptienne, la plus ancienne qui nous soit historiquement connue, a pour base l'agriculture. Le **commerce ancien** était primitivement **un commerce de terre**. Par ailleurs, la notion du commerçant n'existait pas, la formule du commerce était plus simple et sous sa forme la plus basique : changer ce que l'on possède de surplus contre ce qui manque. L'échange se faisait alors par un système de **troc** jusqu'à l'invention de la **monnaie** qui a été généralisée avec le temps et les contacts des peuples de différentes civilisations, deux métaux ont été adoptés pour leurs qualités de rareté, d'homogénéité et d'insalubrité : l'or et l'argent. Ainsi et pendant longtemps, on se contentait de pratiquer un commerce appelé commerce occasionnel. Un commerce dont la pratique ne nécessite pas un espace physique précis. Mais ce n'est qu'avec l'apparition des grands empires que nous commençons à enregistrer les grands pas du développement



Figure 4 : Echange des marchandises aux temps des Egyptiens. Source : <http://www.yakasaidier.fr/blog/troc-de-services-entre-particuliers-histoire-echange/>



Figure 3 première monnaie frappée à Sardes par le roi Alyattes, qui règne sur la Lydie entre 610 et 560 av. J.-C. source : https://www.herodote.net/650_av_J_C_a_nos_jours-synthese-22.php

¹⁶ SCHERER H., Histoire du commerce de toutes les nations, depuis les temps anciens jusqu'à nos jours, traduit de l'allemand par RICHELLOT H. et VOGEL C., Paris, Capelle, p.20

commercial, une période où le commerce a pris une nouvelle dimension, il va passer d'un élément acteur à un élément moteur et principal agent de la civilisation urbaine, contribuant au développement voire la création de la ville¹⁷.

3. Définition du commerce

Le commerce peut être défini comme l'activité consistant dans l'achat, la vente, l'échange de marchandises, de denrées, de valeurs, dans la vente de services, métier de celui qui achète des objets pour les revendre, « *Il naît lorsque les produits bruts ou transformés font l'objet d'échanges : produits contre produits, produits contre valeurs ou valeurs contre valeurs* »¹⁸.

Dans le « Dictionnaire des sciences commerciales et économiques ». A. Cotta donne pour définition du commerce : « *On appelle commerce, l'activité d'échange, et fonction commerciale celle qui organise les échanges* »¹⁹. Et de point de vue de J-P. Bondue, le commerce est « *L'activité dont la fonction est d'acheter des marchandises pour les revendre en l'état mais dans des conditions de lieu, de temps, de quantité et d'assortiment les mieux adaptées à la demande* »²⁰.

Cependant le commerce est divisé en deux types qu'ils sont : Le commerce formel qui se distingue de son opposant le commerce informel est celui qui exerce une activité échappant à toute formes d'enregistrement qu'il soit d'ordre fiscal, administratif, statistiques ou relatif à la protection sociale, dont la majorité de ces activités sont exercés majoritairement par des commerçants indépendants, employant de l'aide familiale ou biens des employés occasionnels.²¹

¹⁷ Mémoire pour l'obtention du diplôme architecte. BENICHOU Achref. Le commerce et la ville ; pour une nouvelle attractivité commerciale à Casablanca. 2013. Ecole nationale d'architecture, Rabat, Maroc. p24.

¹⁸ D'après Gaeng (1990 :82)

¹⁹ COTTA, A., 1995, Dictionnaire des sciences commerciales et économiques, Dalloz, 461p.

²⁰ BONDUE, J.P. 2000, « Le commerce dans la géographie humaine », Les Annales de géographie, n°611, pp. 94-102.

²¹ Mémoire de fin d'étude pour l'obtention du Diplôme de Master en Sciences de Gestion : Etude du commerce informel « Cas de la wilaya de Bejaia ». 2013, Bendif hamida, p73

4. Définition de la ville

« Toute agglomération urbaine ayant une taille de population et disposant de fonctions administratives, économiques, sociales et culturelles »²².

La difficulté de la définition de la ville tient à ses propres caractéristiques : une taille, mais également des fonctions diverses et surtout une autonomie politique. Selon P. George, la ville peut se définir comme *« un groupement de populations agglomérées caractérisé par un effectif de population et par une forme d'organisation économique et sociale »²³*. On fait aussi souvent distinction entre ville et village à travers les activités dominantes dans chacune, en tenant compte de la population : La ville ne bénéficie pas d'une activité essentiellement agricole ou artisanale, contrairement au village, elle a en revanche, une activité **commerciale**, politique, intellectuelle... Ainsi on ne peut que remarquer que le commerce est omniprésent dans la définition de la ville. L'historien Pirenne rajoute que *« Les villes sont l'œuvre des marchands, elles n'existaient que pour eux »²⁴*.

En architecture et en urbanisme on peut citer selon Aldo Rossi : **« C'est un champ d'application de plusieurs forces »**. Aussi selon Lévy : **« Une ville se fait dans le temps et par le temps à travers une combinaison entre forme sociale et une forme spatiale »**.

5. Relation entre ville et commerce

La relation entre la ville et le commerce a été soulignée avec force dès le début du XXe siècle tant par les historiens (Henri Pirenne) que par les géographes (Jean Brunhes), mais ce qui était relevé en premier lieu c'était l'aspect relationnel et fonctionnel, la vie marchande apparaissant consubstantielle à la vie urbaine. Durant l'Entre-deux-guerres et au milieu du XXe siècle, économistes spatiaux et géographes vont insister sur la fonction organisatrice de l'espace régional par le commerce urbain (Christaller ; Berry, etc.). C'est plus tard que le commerce a été perçu comme contributeur à l'urbanisation au sens spatial du terme, transformateur de la morphologie urbaine, créateur de nouveaux tissus et de nouveaux paysages (Beaujeu-Garnier et Delobez, 1977).²⁵

²² JOURNAL OFFICIEL DE LA REPUBLIQUE ALGERIENNE N° 15 Loi n° 06-06 du 21 Moharram 1427 correspondant au 20 février 2006 portant loi d'orientation de la ville. CHAPITRE II, Art. 3.

²³ GEORGE P, Dictionnaire de la géographie, Presses universitaires de France, 1970.

²⁴ PIRENNE H., Les villes au moyen âge, Essai d'histoire économique et sociale, Bruxelles, Maurice Lamertin, 1927, 207 p.

²⁵ Des rapports évolutifs ville-commerce [article], Les Annales de la Recherche Urbaine Année 2013.p17. https://www.persee.fr/doc/arua_0180-930x_2013_num_108_1_3203

En effet, le commerce est avant tout une transmission de possession en échange d'une contrepartie donnée. Pour que cette action se réalise, il est primordial qu'il y ait des facteurs déclencheurs. C'est pour cela que J. Beaujeu-Garnier et A. Delobez expliquaient en 1977, que le commerce s'articule autour de trois « d » :

Soit la **Différence** (l'un possède ce que l'autre n'as pas), le **Désir** (le producteur, le revendeur, et le consommateur surtout, doivent avoir envie de réaliser cet acte) et de la **Distance** qui vient corriger ces deux moteurs des circuits commerciaux. Cette vision du concept nous permet de retenir trois éléments importants dans la relation commerce et ville à savoir : L'espace, l'échange et le flux.²⁶

6. Conclusion

Le commerce est l'une des fonctions les plus anciennes et les plus importantes des villes et l'une des activités de service les plus importantes fournies par les villes, non seulement à ses habitants, mais également à la population qui vit à l'extérieur de ses frontières. Le commerce et les échanges sont souvent à l'origine et au moteur de la croissance urbaine et du processus de fabrication de la ville. Alors, nous supposons que le commerce et la ville ont un rapport évident, le commerce est essentiel pour la ville, comme l'inverse.

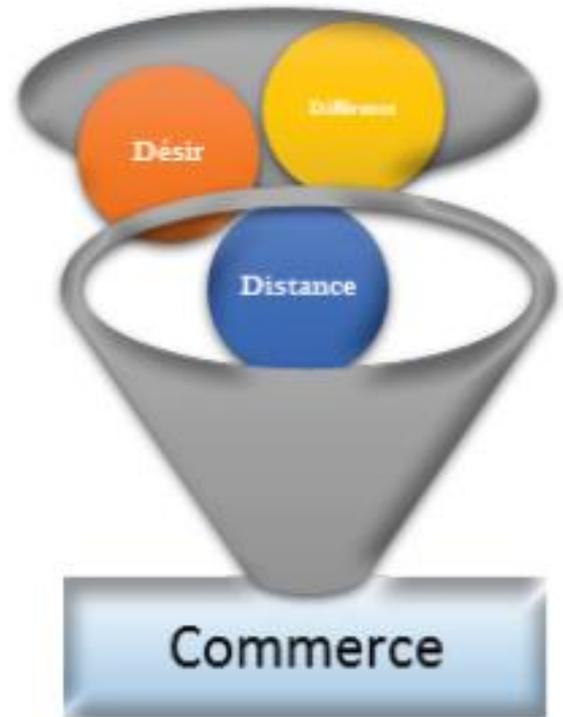


Figure 5 : Représentation du commerce, schéma issu de la définition adoptée par J. Beaujeu-Garnier et A. Delobez

²⁶ Mémoire pour l'obtention du diplôme architecte. BENICHOU Achref. Le commerce et la ville ; pour une nouvelle attractivité commerciale à Casablanca. 2013. Ecole nationale d'architecture, Rabat, Maroc. p25.

Chapitre III :
Le commerce informel en
Algérie

Chapitre III : Le commerce informel en Algérie

1. Introduction

A l'instar d'autres pays en développement, l'Algérie n'échappe pas à l'importance et la croissance du secteur informel, selon des recensements publiés par l'état en 2012, il représente 45,6% de la main d'œuvre totale non agricole (PNB)²⁷, comptant un nombre de 1.412 marchés informels et d'autres moins formels (situation intermédiaire entre formel et informel)²⁸

L'objet de ce chapitre et d'une part de rappeler l'historique et phases d'apparition et de développement du commerce informel en Algérie et le comportement de l'état avec ce phénomène, et d'autre part étudier les conséquences de cette activité sur les villes algériennes.

2. Aperçu historique

Ce qui frappe avant tout en Algérie c'est le nombre de jeunes hommes semblant désœuvrés dans les rues et le nombre de marchands de produits non contrôlés par l'état. Ses vendeurs ne sont pas exactement des vendeurs à la sauvette puisque de véritables marchés informels permanents ont vu le jour un peu partout sur le territoire depuis quelques années.

L'évolution du phénomène du commerce informel due à plusieurs changements économiques depuis l'indépendance jusqu'à nos jours, elle est passée par plusieurs périodes :

2.1 Depuis l'indépendance jusqu'en 1967

Durant cette période, sont développées essentiellement les activités informelles de subsistance appelées « informel de misère » (Prenant, 2002, p122). Les activités informelles étaient présentes pratiquement dans toutes les branches d'activité : le commerce, services aux ménages, artisanat traditionnelle.²⁹ Les principaux facteurs à l'origine de développement des activités informelles durant cette période sont l'exode rural, le développement massif du chômage et l'expansion de la pauvreté.

2.2 La période de l'économie planifiée et administrée (1967-1985)

Durant cette période, l'économie algérienne était une économie administrée et caractérisée par un système de Prix rigide et le monopole de l'Etat sur le commerce³⁰, résultant l'apparition au cours des années 1980 d'une demande en biens de consommation ne pouvant pas être satisfaite par l'offre nationale d'où l'apparition, du « trabendo ou commerce de la valise

²⁷ Site web : <https://www.algerie-focus.com/2017/03/economie-linformel-represente-45-pnb/>

²⁸ Site officiel du le ministère algérien du commerce : <https://www.commerce.gov.dz/e-resorption-du-marche-informel>

²⁹ Mémoire pour l'obtention du diplôme de master en science de gestion ; Etude du commerce informel « Cas de la wilaya de Bejaia », Bendif hamida 2013, p21.

³⁰ IBIDEM.

(Hammouda, 2002, p64) qui est une forme du commerce informel, parce que ces biens vont finir dans les rues et les marchés informels

2.3 La période transition à l'économie de marché

Le commerce informel connaît un coup d'accélération et de modification de ses formes, avec le passage à l'économie de marché, en raison de la réduction voir de l'arrêt des investissements publics dès 1986 suite à l'effondrement des prix des hydrocarbures. Mais également par le licenciement massif d'employés, estimé à plus de 600.000 postes de travail perdus³¹, induits par les plans de restructuration des entreprises mis en œuvre à partir de 1994 dans le cadre de l'application du plan d'ajustement structurel PAS.

3. Les impacts du commerce informel sur la ville Algérienne

Le commerce informel provoque beaucoup de dégâts sur notre environnement, notre société et notre économie, nous pouvons le résumer dans ce tableau

Environnemental	Social	Economique
<p>Déformer l'image de la ville et son paysage urbain.</p> <p>Dégradation de l'environnement à cause de décharge aléatoire des déchets.</p>	<p>Menace sur la mixité sociale en raison d'une segmentation entre les différentes classes sociales liée au pouvoir d'achat</p> <p>Dysfonctionnement des espaces publics dédiés aux habitants en raison de l'occupation non gérée des places et jardins publics, des rues piétonnes et des voies mécaniques.</p> <p>Atteinte à l'ordre public, à la sécurité et à la tranquillité des habitants.</p> <p>La menace persistante pour la santé et la sécurité des consommateurs résultant de la vente de produits de qualité et source douteuses.</p>	<p>L'impact négatif sur l'attractivité économique de la ville lié à la concurrence commerciale inégale imposée par ceux qui pratiquent dans l'informel.</p> <p>Retarder les projets de développement de la ville à la suite de la baisse des revenus du trésor public à travers la fraude et l'évasion fiscale.</p>

Tableau 1: Les impacts du commerce informel sur la ville Algérienne. Source : Traité par l'auteur 2019.

³¹ IBID, p22.

4. Les causes de l'expansion du commerce informel dans la ville Algérienne

L'expansion du commerce informel est liée à divers facteurs, tel que :

- ✓ Manque en offre d'emploi et le taux de chômage élevé.
- ✓ Manque en termes des espaces commerciaux au niveau de la ville ou bien de les implanter sans aucune concertation avec les différents acteurs concernant leurs emplacements et autres aspects.
- ✓ Des charges fiscales élevées qui n'encouragent pas les investissements dans le commerce formel.

5. Les mesures prises par l'État pour lutter contre le commerce informel

Depuis l'année 2012, l'État ayant pris la décision d'éradiquer le commerce informel, en particulier les marchés informels et le commerce de rue, cette mesure a été prise sur la base d'un recensement publié par le ministère algérien du commerce, comptant un nombre de 1.412 marchés informels³². Pour résorber le commerce parallèle, les autorités du pays ont débloqué une enveloppe globale de l'ordre de 14 milliards de dinars, répartis entre le ministère du Commerce, 10 milliards de dinars et celui de l'Intérieur, 4 milliards de dinars. Ces fonds sont destinés à la réalisation 291 marchés couverts, 768 marchés de proximité et autres structures³³, comme les locaux comme le programme des "100 locaux commerciaux par commune" initié par le président de la République. Mais, seuls 21132 commerçants informels avec un total de 49609 ont été redéployés dans les nouveaux



Figure 7: Marché de fruits et légumes à l'abandon, Meghniya, Tlemcen.
Source : <https://www.liberte-algerie.com/ouest/des-dizaines-de-locaux-et-3-marches-de-fruits-et-legumes-a-labandon-288204>



Figure 6: "Les locaux commerciaux du président" à l'abandon.
Source : <https://www.liberte-algerie.com/radar/les-locaux-commerciaux-du-president-a-labandon-303371>

³² Site officiel du le ministère algérien du commerce : <https://www.commerce.gov.dz/e-resorption-du-marche-informel>

³³ IBIDEM

espaces³⁴, certains d'entre eux ont quitté ces lieux en raison du mauvais emplacement des marchés choisis par l'Etat, c'est le même cas pour les locaux commerciaux dit "de Bouteflika".

Cette mesure n'a pas réussi, selon El Hadj Tahar Boulenouar, président de l'Association nationale des commerçants et artisans algériens «la guerre menée par le ministère du Commerce contre le commerce informel était perdue d'avance dans la mesure où celui-ci n'a pas présenté d'alternatives »³⁵. 1050 marchés informels ont été éradiqués jusqu'à la fin du mois de novembre 2017 sur les 1 412 recensés en 2012, il n'en demeure pas moins que 216 ont réapparu juste après qu'ils aient été rasés alors que 85 nouvelles unités ont vu le jour³⁶.

6. Conclusion

Le développement du commerce informel en Algérie a pris plusieurs mesures, principalement liées aux difficultés économiques rencontrées par l'Algérie, qui ont obligé l'État à prendre des mesures pour lutter contre ce phénomène, mais sans succès. C'est pourquoi nous devons trouver des solutions et des méthodes plus fiables pour récupérer et préserver l'image de nos villes.

³⁴ <https://www.commerce.gov.dz/e-resorption-du-marche-informel>

³⁵ <http://www.radioalgerie.dz/news/fr/content/141695.html>

³⁶ <http://www.lexpressiondz.com/actualite/283503-ce-fleau-qui-gangrene-l-algerie.html>

Chapitre IV :

**Historique et typologie des espaces
commerciaux, urbanisme commercial**

Chapitre IV : Historique et typologie des espaces commerciaux, urbanisme commercial

1. Introduction

Ce chapitre sera consacré aux théories, aux types d'espaces ainsi qu'à l'architecture reliée à eux dans le monde entier et en Algérie, aussi à l'évolution de l'activité commerciale en Algérie à travers l'histoire, et aussi pour familiariser avec l'urbanisme commercial en Algérie, car pour pouvoir cerner notre projet de recherche, et pour avoir la possibilité de faire un état des lieux des structures commerciales, il s'avère important de connaître la typologie, l'origine des espaces étudiés et leur architecture.

2. L'origine et l'évolution des espaces commerciaux à travers l'histoire

2.1 La période de l'antiquité

Dès l'Antiquité, les espaces de commerces sont situés dans les villes sous forme des marchés couvertes ou ouvert.

2.1.1 L'agora grecque

Elle est la première forme citadine, L'agora grecque était un lieu collectif d'échange politique, commerciaux, de marché de ventes temporaires ou permanentes.

2.1.2 Le forum romain

Il ne s'agissait pas que de simples espaces uniformes et plats, entourés de bâtiments de pouvoir clos sur la place. Ce sont des endroits intimement liés à la vie civile, sociale et il était le lieu de rencontre des marchands.

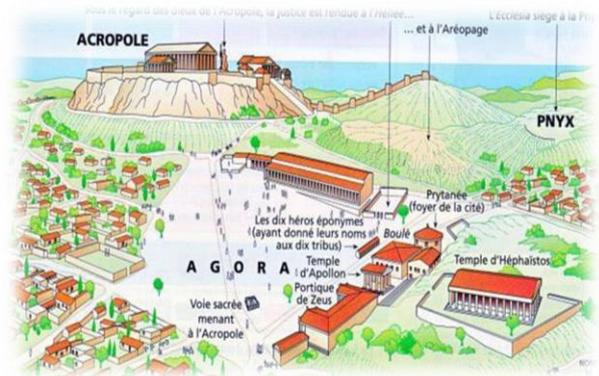


Figure 8: L'agora grecque. Source : blog.crdp-versailles.fr/notre-paris-romain



Figure 9: Vue de forum depuis Capitole. Source : www.rome-passion.com/forum-romain.html

2.2 La période de moyen âge

2.2.1 Les halles de marché

La halle, qui constitue en France, depuis le Moyen Âge, le point de vente à la criée des articles alimentaires, est un abri ventilé, charpenté et de plan basilical, construit entièrement en bois (à Arpajon, Milly, etc.) ou partiellement en pierre (à Dives) et, à partir du XIXe s., en charpente métallique. Parfois, elle forme le rez-de-chaussée d'un édifice municipal. Les grandes villes marchandes d'Occident avaient des halles spécialisées pour différents produits : halles aux draps, aux toiles, aux cuirs, au blé, aux viandes, aux vins, etc.³⁷



Figure 10: Beaumont-du-Gâtinais. Source : free.fr/halles/bh77beaumont02.jpg

2.2.2 Les foires

Les foires ont été le fait de l'Europe de moyen âge, ce sont des grands marchés se tenant à des durées fixes dans un même lieu généralement annuelle, les foires de moyen âge se développent dans les villes situées le long des grandes voies commerciales, Les importantes foires d'Europe sont celles de Bruges, Anvers, Ypres aux Pays-Bas ; Stourbridge en Angleterre ; Cologne, Francfort-sur-le-Main, Leipzig en Allemagne ; Milan, Venise en Italie.



Figure 11: Foire à Gand Belgique Source: fr.wikipedia.org/wiki/Fichier:Une_foire_A_Gand_au_Moyen-Age.jpg#file

2.2.3 Les bazars

Désigne un marché ou un ensemble de commerces où bien et services sont disponibles à la vente et à l'achat. En arabe c'est Le souk, cet espace existe depuis les 1ères civilisations sous forme d'espaces d'échange, il est la version médiévale de l'agora dans les pays islamiques il se situe généralement à côté de mosquées au centre de l'agglomération.

³⁷ Définition de halle « www.larousse.fr/encyclopedie/divers/halle/57299 »

2.3 La période de renaissance

2.3.1 Les passages

Apparus au début du XIXe siècle, le passage couvert innove dans sa forme architecturale et son rôle social. C'est une petite voie privée qui relie deux routes, sous forme de rue, de cour couverte ou d'une succession de porches.

Dédié aux piétons, entouré par des boutiques et surmonté d'une verrière qui le protège des intempéries. Les galeries de bois du Palais-Royal, créées en 1786, sont considérées comme le prototype de ces passages.³⁸

Entre 1860 et 1880, le passage prend une dimension monumentale et se transforme en lieu de promenade publique à la mode.

2.3.2 Les grands magasins

Dans la seconde moitié du XIX siècle, les métropoles européennes ont connu l'apparition des grands magasins, ils s'installent au centre-ville.

Entre 1855 et la Première Guerre mondiale, les grands magasins se développent ensemble avec les grandes foires et les Expositions Universelles, qui servent de modèles en matière d'architecture et de présentation des articles, ils étaient des laboratoires d'innovations architecturales, notamment grâce à leur structure métallique et verrière, en France c'était aussi grâce aux grands changements lancés par le baron Haussmann. Les plus connus sont : les Magasins de Louvre «1855 », le bon marché « 1862 », les galeries Lafayette « 1895 ». Le pygmalion est le premier grand magasin construit à paris en 1793.



Figure 12: Passage de Choiseul. Source : assagechoiseuil.canalblog.com



Figure 13: Le bon marché. Source : <http://sabf.fr/hist/arti/sabf193.php>

³⁸ Geist J-F, Le Passage, un type architectural du XIXe siècle, 3ème éd. Mardaga, Bruxelles, 1982, 620 p

2.4 La période moderne

2.4.1 Les supermarchés

En 1958 le premier supermarché a été construit sous l'enseigne Express Marché, il propose à la vente des marchandises en libre-service, ce système de vente a bouleversé les habitudes des consommateurs français, en 1959 on ne dénombrait que 1663 supermarchés en France soit 0.2% du parc commercial français.

2.4.2 Les hypermarchés

Ils sont apparus aux états unis dans les années 60 pour renforcer la démarche de « Open space », se situant en périphérie avec de très grands espaces de ventes et d'énormes parkings « no parking no business »

2.4.3 Les centres commerciaux

Les véritables centres commerciaux, aménagés pour regrouper plusieurs commerces sur un même lieu, naissent aux États-Unis au début du XXe siècle, le Roland Park, érigé au cœur d'un quartier de Baltimore en 1908, est l'un des premiers exemples de cette nouvelle vague d'équipements.

Les deux prototypes de ces nouveau centres commerciaux sont le Market square en Illinois « 1916 », et le Country Club Plaza au Missouri « 1922 »

2.5 La période contemporaine

2.5.1 Les centres commerciaux et de loisir :

Sont apparus à la fin de XX siècle, des équipements omniprésence rassemblant une multitude d'activités (commerce, loisir, administration, service), ce sont des pôles d'attractivité correspondants aux nouvelles tendances des centre commerciaux.

3. Typologie architecturale des espaces commerciaux

Les unités commerciales peuvent prendre différentes formes dans le tableau ci-dessous sont présentées les formes les plus connues :

3.1 Les petites surfaces de ventes

3.1.1 Les magasins :

Sont des espaces de vente d'une surface comprise entre 10 m² et 120m², leur activité essentielle est la vente, spécialisés dans les mêmes produits, se situant au rez-de-chaussée d'immeubles ou de bureau et donnant directement sur la rue, exploités par des détaillants indépendants isolés propriétaires de leurs fonds de commerce.



Figure 14: Magasin antiquités J-C Cottet. Source : <http://www.jccottet.ch/content/magasin>

3.1.2 Les kiosques

Ce sont des espaces de vente d'une surface réduite « moins de 10m² », se situant dans les espaces publics en générale.

3.2 Les moyens surfaces de ventes

3.2.1 Les superettes

Ce sont des espaces de vente d'alimentation en libre-service d'une superficie comprise entre 120m² et 400m², se situant principalement en milieu urbain.



Figure 15: Supérette 8 à huit Vallouise. France. Source : www.tourisme-lavallouise.com

3.2.2 Les supermarchés

Espaces de vente vendant essentiellement des produits de grande consommation en libre-service leur superficie se situe entre 400 et 2500 m². Offrent l'ensemble des produits alimentaires ainsi qu'une part des produits non alimentaires d'achat courant. On peut les considérer comme des commerces de proximité.



Figure 16: SPAR supermarché. France. Source : www.toute-la-franchise.com

3.2.3 Le marché

Le marché est le lieu public où se rencontrent périodiquement marchands et acheteurs. Il peut être ouvert occupant rues et places. Quand il est couvert, il prend des appellations différentes selon les pays (Bazar, souk, marché, ... etc.)³⁹



Figure 17: Marché de Brive-La-Gaillarde. Source : fr.petitsfrenchie.com/10-plus-beaux-marches-de-

3.2.4 La galerie marchande

C'est un ensemble de boutiques réunissant leurs devantures et parfois leurs produits au sein d'un site unique. En d'autres termes c'est un bâtiment qui comprend, sous un même toit, un ensemble de commerce de détail logés dans une galerie couverte.⁴⁰



Figure 18: Les Galeries Lafayette Paris. Source : <http://earthworm.online.fr>.

3.3 Les grandes surfaces de ventes

3.3.1 Les hypermarchés :

Espace de vente au détail en libre-service d'une superficie de vente supérieure à 2500 m², offrant une large partie d'articles alimentaires et non alimentaires. Ils se situent généralement à la périphérie des villes. Ils peuvent abriter des activités de loisir « un espace jeux pour enfants ». Ils sont caractérisés par la disposition d'un parking de grande dimension.



Figure 19: Hypermarché carrefour Istanbul. Source : makyol.com.tr/freal-estate-investmentconstruction-d-un-hypermarche-continent-a-istanbul-454.jpg

³⁹ Mémoire de fin d'étude ; « L'espace marché : mutation ou résurgence ? Le cas d'Oran ». p22.

⁴⁰ Mémoire de fin d'étude ; Serik Selma Rouan « les galeries marchandes, grandes et petites surfaces commerciales à Oran ». p 31.

3.3.2 Les centres commerciaux

3.3.2.1 Centre commercial

C'est un groupe d'espaces commerciaux construits sous le même plan d'ensemble, exploités comme une entité, qui disposent de parking propre hors rues. C'est un ensemble d'au moins 20 magasins et services, d'une surface commerciale utile minimale de 5000m².⁴¹

3.3.2.2 Le Mall ou shopping center

Le Mall ou centre commercial et loisir, est un espace de consommation multifonctionnel, à la fois commercial et loisir, où l'on trouve de grands magasins, divers commerces ainsi que toute une série de services publics et privés. Il est également aménagé pour recevoir une vie sociale (un grand choix d'activités et d'actions).⁴²



Figure 21: Centre commercial Stratford Londres. Source: www.gentside.com/insolite/le-plus-grand-centre-commercial-d-039-europe-a-ouvert-a-londres_art27604.html



Figure 20: PVP Mall, un centre commercial, Inde. Source : earthworm.online.fr/photos/paris

⁴¹ SABOUR Abderezak. Regard sur l'architecture commerciale en Algérie : Cas d'étude centre commerciale et de loisirs BAB EZZOUAR et PARK MALL, Mémoire pour l'obtention du diplôme de Master II en Architecture, Université de Bejaia. 2017, p 09.

⁴² IBID, p 09.

4. Typologie algérienne des espaces commerciaux

4.1 Les petites surfaces de ventes

4.1.1 Les magasins traditionnels « hanoute »

Ce sont des espaces de ventes d'une surface inférieure à 100 m², leur activité essentielle est la vente, principalement dédiés à vendre des produits d'une première priorité.

Occupent le rez-de-chaussée de la plupart des bâtiments résidentiels. Leurs conceptions se font sous aucun prétexte commercial.⁴³



Figure 22: Magasin à Bouira. Source : SABOUR Abderezak. Regard sur l'architecture commerciale, Université de Bejaia. 2017, p 21.

4.1.2 Les kiosques

Ce sont des espaces préfabriqués, généralement trouvés dans le milieu urbain, d'une surface réduite (moins de 12m²). Construits avec des matériaux légers « aluminium, contreplaqué », sont soit fixes ou mobiles.⁴⁴



Figure 23: Kiosque à Bejaia. Source : SABOUR Abderezak. Regard sur l'architecture commerciale, Université de Bejaia. 2017, p 21.

4.2 Les moyennes surfaces de ventes

4.2.1 Les superettes

C'est des espaces de vente d'alimentation en libre-service d'une superficie comprise entre 120m² et 400m², elles commencent à remplacer les magasins de vente traditionnels d'alimentation, leur conception et construction suivent des concepts commerciaux.⁴⁵



Figure 24: Superette Madala à Bejaia. Source : SABOUR Abderezak. Regard sur l'architecture commerciale, Université de Bejaia. 2017, p 21.

⁴³ SABOUR Abderezak. Regard sur l'architecture commerciale en Algérie : Cas d'étude centre commerciale et de loisirs BAB EZZOUAR et PARK MALL, Mémoire pour l'obtention du diplôme de Master II en Architecture, Université de Bejaia. 2017,, p 21.

⁴⁴ IBID, p 21.

⁴⁵ IBIDEM.

4.2.2 Les marchés

Ce sont les espaces commerciaux les plus populaires en Algérie, ils occupent des places publiques, des rues, ou même des friches urbaines se divisant en des marchés ouverts et couverts, quotidiens ou hebdomadaires, ils ne suivent aucun principe commercial., jusqu'aux dernières années l'état a fixé des modalités d'implantation et de construction pour ces espaces.⁴⁶



Figure 25: Marche Bab El Oued Alger. Source : e-monsite.com/marche-de-bab-el-oued-interieur-jpg.jpg

4.3 Les grandes surfaces de ventes

4.3.1 Les supermarchés

Ce sont des espaces de ventes au détail a libre-service leurs surfaces ne dépasse pas les 2500 m², en Algérie ces espaces sont confondus généralement avec les hypermarchés, on n'a pas trouvé des exemples qui sont proprement dit supermarchés.⁴⁷



Figure 26: Supermarché -cheraga. Source : <http://www.bledco.com>

4.3.2 Les hypermarchés

Sont des espaces de vente au détail en libre-service, apparus en Algérie grâce à l'enseigne de Carrefour qui ouvrit le 16 janvier 2006, premier hypermarché en Algérie à Belouezdad, ils offrent un large choix de produits soit alimentaires ou non alimentaires.⁴⁸



Figure 27: Hypermarché-ARDIS-Mohammedia- Alger. Source : <http://www.algerie-focus.com/wp-content/uploads/2013/07/ardis.jpg>

4.3.3 Les centres commerciaux

Des espaces de commerce qui contiennent un nombre important de magasins, se trouvent dans des milieux urbains, Ils ont leurs propres parkings, et leur surface est de 5000 m² minimum.⁴⁹



Figure 28: Centre commercial-la coupole Constantine. Source : http://www.pikasso.com/img/fe_news/la-coupole-constantine.jpg

⁴⁶ SABOUR Abderezak. Regard sur l'architecture commerciale en Algérie : Cas d'étude centre commerciale et de loisirs BAB EZZOUAR et PARK MALL, Mémoire pour l'obtention du diplôme de Master II en Architecture, Université de Bejaia. 2017, p 22.

⁴⁷ IBIDEM

⁴⁸ IBIDEM

⁴⁹ IBIDEM

4.3.4 Les centres commerciaux et de loisirs « les Malles »

C'est un espace multifonctionnel qui comporte des commerces, des activités de restaurations et de loisirs, ce sont les nouvelles tendances des centres commerciaux qui servent à devenir des pôles d'attractivité pour leur rayon d'influence, le premier centre de ce type d'espace est le centre commercial et de loisir de Bâb Ezzouar.



Figure 29: Park mall-Setif. Source: Google image.

5. L'évolution de l'activité commerciale en Algérie à travers l'histoire

L'Algérie était depuis toujours un centre d'échange et de commerce à cause de sa situation stratégique, comme pays avec l'un des plus grands littoraux en méditerranée. Elle a connu plusieurs dominations lors de son histoire, parmi eux nous avons uniquement parlé de ceux qui ont eu des impacts majeurs sur l'évolution des activités commerciales.

5.1 Epoque antique

L'histoire de l'Algérie commerciale a commencé avec les efforts des Phéniciens pour étendre leur réseau commercial dans tout le bassin méditerranéen, ils commencèrent par essayer d'établir des contacts avec les populations du Nord de l'Algérie dès 1250 av. J.-C. Les côtes du Maghreb parsemées de haut-fond et de récifs étant difficiles à naviguer pour les navires primitifs des Carthaginois, a environ 500 av J-C, ces derniers créèrent avec l'accord des populations locales avec lesquelles ils entretenaient des liens commerciaux des comptoirs tous les 30 à 40 kilomètres le long de la côte algérienne, une distance équivalente à une journée de navigation par la mer. C'est ainsi que les

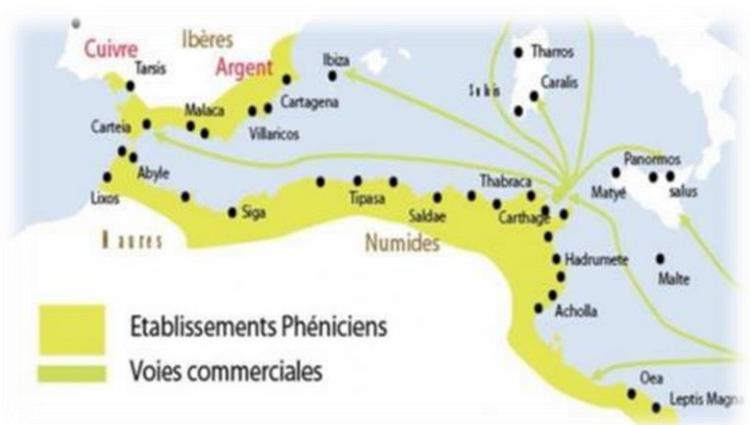


Figure 30: Comptoirs-phéniciens-et-Carthage Source : <http://www.algeriepyrenees.com/article-Algérie-culture-l-histoire-des-pheniciens-en-algerie-66010561.html>



Figure 31: Ancien comptoir phénicien de Skikda. Source : www.skikda-port.com/la-ville/

comptoirs phéniciens d'Annaba, Skikda, Collo, Bejaïa, Alger, Tipaza et Ghazaouet ont été établis.

Les Carthaginois réussirent si bien dans leur commerce qu'ils installèrent des comptoirs même à l'intérieur des terres au Nord de l'Algérie au sein d'agglomérations existantes telles que les comptoirs de Sarim-Batim, que les Numides appellent Cirta (actuelle Constantine) ou Tiddis à 17 kilomètres de Cirta.⁵⁰

5.2 Epoque Islamique

L'activité commerciale dans l'époque islamique a connu plusieurs règnes, Abbaside, Beni Hamad, ottomane, il n'y a pas mieux pour décrire l'activité commerciale au période islamique que celle de savant chérif Edrisi, dans ses Récréations géographiques, il s'exprime ainsi en parlant de la ville de Bejaïa qu'été possédée par les Beni-Hamad : « Bejaïa est un marché célèbre et un grand centre de communication. Les caravanes y viennent et de nombreux navires y abordent. Les habitants sont riches et plus habiles dans divers arts et métiers qu'on ne l'est généralement ailleurs, en sorte que le commerce y est très florissant. Les marchands de cette ville entretiennent avec ceux de l'Afrique occidentale, du Sahara et de l'Orient, des relations actives et suivies. On y entrepose un grand nombre de marchandises de toute espèce, on y construit de gros bâtiments et des galères. Les montagnes et les vallées environnantes, qui sont très boisées, produisent en abondance de la résine et du goudron d'excellente qualité. On y recueille une grande quantité de plantes médicinales, et les Kabyles s'y livrent à l'exploitation des mines de fer, qui donnent à bas prix de très bon minerai. En un mot, Bejaïa est une ville très-industrieuse. »⁵¹

L'activité commerciale était principalement basée sur la flotte algérienne. Mais ça n'a pas empêché la création de certains espaces commerciaux qui se tiennent jusqu'à aujourd'hui. L'Empire ottomane a constitué d'énormes marchés



Figure 33: Souk-Alger. Source : www.babzman.com/quand-la-loi-regissait-les-souks-ottomans



Figure 32: Le marché du Sebte. Source : <http://www.vitamedz.org/algerie->

⁵⁰ <http://algerieterredafrique.blogspot.com/2012/11/la-presence-carthaginoise-en-algerie.html>

⁵¹ Le commerce et la navigation de l'Algérie par f. élie de la primaudaie revue algérienne et coloniale. Juin 1860.

commerciaux fut ouvert à celles des villes que leur situation géographique plaçait dans une position favorable sur les grandes routes du trafic international comme celle de Boufarik (7hectare), et Souk Sebt érigé par Ali Khodja à Oued-Falli, sur l'axe Alger Bougie.⁵²

5.3 Epoque coloniale

Les premières opérations coloniales furent caractérisées par une priorité militaire, des souks tels que, E Rahba, Souk El Kabîr (le grand marché) et Souk E Smara (marché des maréchaux-ferrants), sont les premiers à disparaître au profit des nouveaux percements militaires, ces percements avaient pour but le décongestionnement de la ville algérienne.⁵³



Figure 34: Souk-Alger. Source : www.babzman.com/quand-la-loi-regissait-les-souks-ottomans

Ensuite, il y a eu l'introduction des nouveaux édifices pour acquérir les espaces disparus, des édifices avec une architecture distincte par rapport à la période précoloniale. Comme d'autres secteurs de l'économie, la distribution d'une manière générale était monopolisée par les Français qui se sont partagé la majeure partie du marché, les Algériens s'étaient investis dans de petits commerces d'alimentation et de textile notamment pendant que les autres secteurs étaient du domaine exclusif des Français.⁵⁴

5.4 Epoque postcoloniale

Après l'indépendance l'économie Algérienne a connu une dépendance à l'économie française, l'activité commerciale est restée en décadence jusqu'aux années 70 quand le système économique algérien est devenu socialiste. Elles se déroulaient généralement dans les espaces déjà existants ou



Figure 35: Souk-Oranel.fellah-Oran. Source: [http://kechitiabelkader\(.skyrock.skyrock.com\)/.com/32634140583263414058-Souk-El--FellahSouk-.Elhtml-Fellah.html](http://kechitiabelkader(.skyrock.skyrock.com)/.com/32634140583263414058-Souk-El--FellahSouk-.Elhtml-Fellah.html)

⁵² Mohamed Seghir FEREDJ « histoire de TIZI OUZOU des origines à 1954 », édition entreprise Algérienne de presse ENAP, 1990, p36.

⁵³ MOSBAH Zoubir. Urbanisme Colonial du XIXème et XXème Siècle de la Ville de Constantine : Confrontation de deux systèmes de représentation, mémoire de magister en Urbanisme, Université Mentouri de Constantine. 2008, p 35

⁵⁴ Communiqué de ministre de commerce, Le cadre Législatif et Réglementaire régissant le Commerce de Détail en Algérie, Avril 2015, p 04.

dans des espaces créés par l'état central, comme souk el fellah.

A partir des années 90, l'ouverture de l'activité commerciale sur secteur privé a eu un impact majeur sur ces espaces.

5.5 L'état actuel et le retour aux règlements

L'activité commerciale continue toujours d'évoluer, aujourd'hui elle n'est pas seulement une activité unilatérale, mais elle est aussi dépendante de tout son contexte d'inscription. La libéralisation du commerce a entraîné un véritable mouvement d'investissement privé auquel l'espace habité a subi divers types d'aménagements internes et des agrandissements spectaculaires externes, empiétant sur l'aspect résidentiel des quartiers coloniaux.

6. L'urbanisme commercial en Algérie

6.1 Introduction à l'urbanisme commercial en Algérie

Le secteur du commerce a toujours maintenu des relations avec l'urbanisme ; historiquement les villes sont nées du commerce, mais ordinairement ces rapports étaient faits de réflexes généralement spontanés et peu organisés ou maîtrisés

Cette situation de la période moderne tient particulièrement au principe de la liberté du commerce comme c'est le cas en France par le détour de la loi du 17 mars 1791 qui accorde à toute personne le droit de faire tel commerce ou d'exercer telle profession, art ou métier qu'elle trouvera bon. Ainsi avec ce texte, sont mis en place les fondements de l'exercice des activités économiques dans le cadre du libéralisme.

Malheureusement, en Algérie, ce n'est pas du tout la même politique adoptée, puisque le privilège de tous les secteurs revenait à l'état, cependant avec l'ouverture de l'économie de marché par le biais de l'ordonnance du 25 janvier 1995,⁵⁵ les opportunités s'offriront un peu plus facilement aux investisseurs privés. Actuellement avec la reprise et l'accélération de la croissance urbaine des dernières décennies, la relation urbanisme commerce est considérablement étudiée.

En premier lieu, il s'agit pour le secteur commercial d'être en mesure de répondre aux nécessités de la population et particulièrement celles des quartiers d'habitation nouveaux ;

⁵⁵ Ordonnance n° 95-06 du 23 Chaâbane 1415 correspondant au 25 janvier 1995 relative à la concurrence

mais d'autre part, sous l'effet du développement urbain, des profondes transformations affectent la physionomie globale du commerce et bouleversent ses compositions.

6.2 Le concept de l'urbanisme commercial dans le cas Algérie

Concernant l'approche algérienne pour remédier à l'équipement commercial, en milieu urbain, elle est quasiment inexistante, parce qu'aucune loi ou règlement n'a traité ou même suggéré le concept d'urbanisme commercial dans son sens étendu à travers les différents instruments et mécanismes d'urbanisme, qui évidemment sont supposés être la base fondamentale pour la planification urbaine en générale et la désignation de l'équipement commercial en particulier.

Ainsi, le problème de l'équipement commercial en Algérie n'a pas été abordé dans un cadre législatif spécifique servant de référence pour l'insertion d'une politique de l'urbanisme commercial.

Effectivement avec la nouvelle réglementation de la grande distribution en Algérie, le ministère du Commerce a publié dans le Journal officiel n°30 du 20 mai de l'année 2009, une nouvelle législation fixant les conditions et les modalités d'implantation et d'aménagement des espaces commerciaux.

7. Conclusion

L'historique de l'activité commerciale algérienne confirme l'importance et la valeur du pays en matière de commerce, l'Algérie possède des atouts dans ce domaine, situation géographique imposante, surface foncière disponible, « pays en état de développement » et une clientèle importante, environ 45 million algérien. Ces atouts étaient la cause principale de l'apparition et l'implantation des nouveaux établissements commerciaux.

Chapitre V :
Analyse des exemples

Chapitre V : Analyse des exemples

1. Introduction

La phase d'analyse des exemples est très importante pour la création d'un support de référence pour le développement du projet à un stade ultérieur. Nous sommes donc intéressés par ce chapitre à analyser des expériences étrangères et maghrébines, traitant de problèmes similaires à ceux de la ville de Guelma.



Figure 36: Complexe commercial du Souk Assalihine, Salé, Maroc. Source : <https://fr.villedesale.ma/>



Figure 37: La place Ghersa El Kébira après l'aménagement. Source : http://www.maroc-trip.com/Visiter-Voyage/34-Tetouan-Les_souks



Figure 38: Plan d'aménagement de la place Jean Jaurès. Source : <https://placejeanjaures.soleam.net/>

2. Exemple 01 : Projet d'aménagement de Souk Assalihine a Salé, Rabat, Maroc

2.1 Situation

Salé est une ville et commune du Maroc, chef-lieu de la préfecture de Salé, au sein de la région de Rabat-Salé-Kénitra. Elle est située au bord de l'océan Atlantique, sur la rive droite de l'embouchure du Bouregreg, en face de la capitale nationale Rabat.

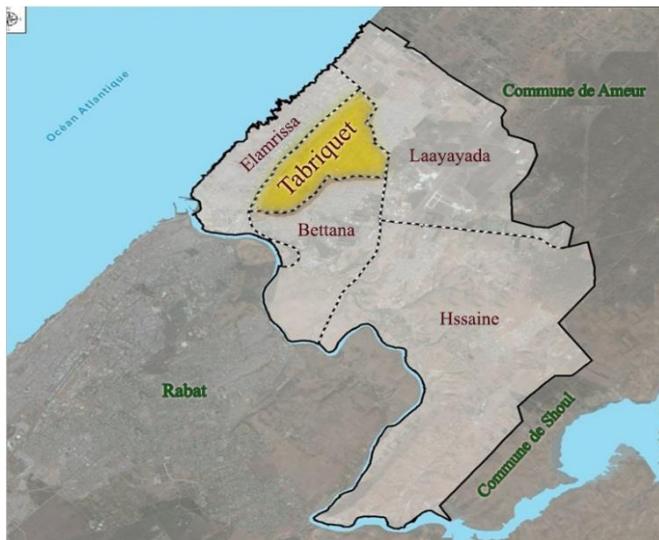
La ville de Salé, est actuellement divisée en cinq arrondissements municipaux : Bab Lamrissa, Bettana, Hssaine, Layayada et Tabriquet.



Carte 1: Situation de la ville de Salé.

Source :

https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Morocco_relie_f_location_map.jpg?uselang=fr

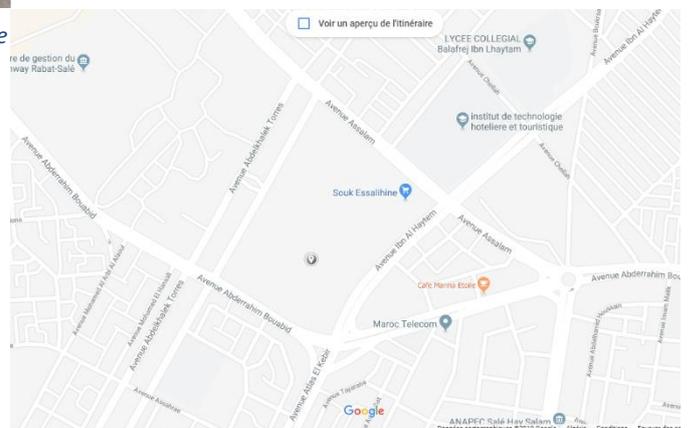


Carte 2: Situation de l'arrondissement Tabriquet par rapport la ville de Salé. Source : <https://fr.villedesale.ma/wp-content/uploads/2016/11/tabriquet.jpg>

L'arrondissement de Tabriquet est le plus peuplé, mais aussi le moins développé, connu par l'habitat spontané et les marchés informels. (Souk Assalihine et Souk Toub).⁵⁶

2.2 État des lieux

L'image aérienne de Salé montre que Souk Assalihine occupe une sorte de vide urbain, qui tranche avec la densité d'occupation des quartiers alentour. Le marché est installé sur un immense terrain vague.



Carte 3: Situation de Souk Assalihine. Source : Google map.

⁵⁶ <https://fr.villedesale.ma/territoire-de-sale/>

Selon l'expression de B. Allain el-Mansouri (2006), Souk Assalihine constitue un « marché bidonvillois ». Les baraques commerciales sont le reliquat toléré d'un bidonville, né dans les années 1950, qui squattait l'ensemble du terrain, propriété du ministère des Habous.⁵⁷



Figure 39: Souk Assalihine
<https://journals.openedition.org/emam/doc/annexe/image/912/img-5.jpg>



Figure 40 : Marché aux puces (Souk sa'a). Source :
<http://www.presshes.com/articles/1119>

Souk Assalihine est un marché fixe polyvalent, à périodicité hebdomadaire : si les boutiques sont ouvertes tous les jours, dimanche est le jour de marché avec un record d'affluence, un débordement des étals sur les trottoirs et des rues bondées par des véhicules de toutes sortes entre lesquels se faufilent les hammals (porteurs).

L'organisation des étals à Souk Assalihine n'est pas anarchique et le marché est spatialement

subdivisé en différents secteurs : alimentaire avec le marché aux légumes (Souk Khodra) ; chaussures ; fripes ; ameublement ; ferrailleurs ; produits de seconde main dit Souk Sa'a bordant les entrepôts du tramway.



Carte 4: L'organisation spatiale de Souk Assalihine. Source :
<https://journals.openedition.org/emam/912>

⁵⁷ Article ; Le commerce transnational « informel », vecteur d'une nouvelle hiérarchie de lieux. L'exemple de la périphérie urbaine de Salé (Maroc)

2.3 Objectifs et enjeux du projet

Le projet d'aménagement de Souk Assalihine vise la promotion des conditions de travail des commerçants, la sédentarisation des marchands ambulants, l'éradication des constructions insalubres, la libération des voies et espaces publics et l'embellissement du paysage urbain. Ce projet, qui porte sur une superficie de 23 hectares, ambitionne également la promotion de l'économie solidaire, l'intégration du commerce informel dans le tissu économique, l'amélioration de la qualité et de la sécurité sanitaire des produits commercialisés et le développement de l'infrastructure économique et commerciale de la ville.⁵⁸

2.4 Programme et plan d'aménagement du projet



Figure 41: Entrée du marché centrale. Source : <https://fr.villedesale.ma/>



Figure 42: Entrée du complexe commercial. Source : <https://fr.villedesale.ma/>

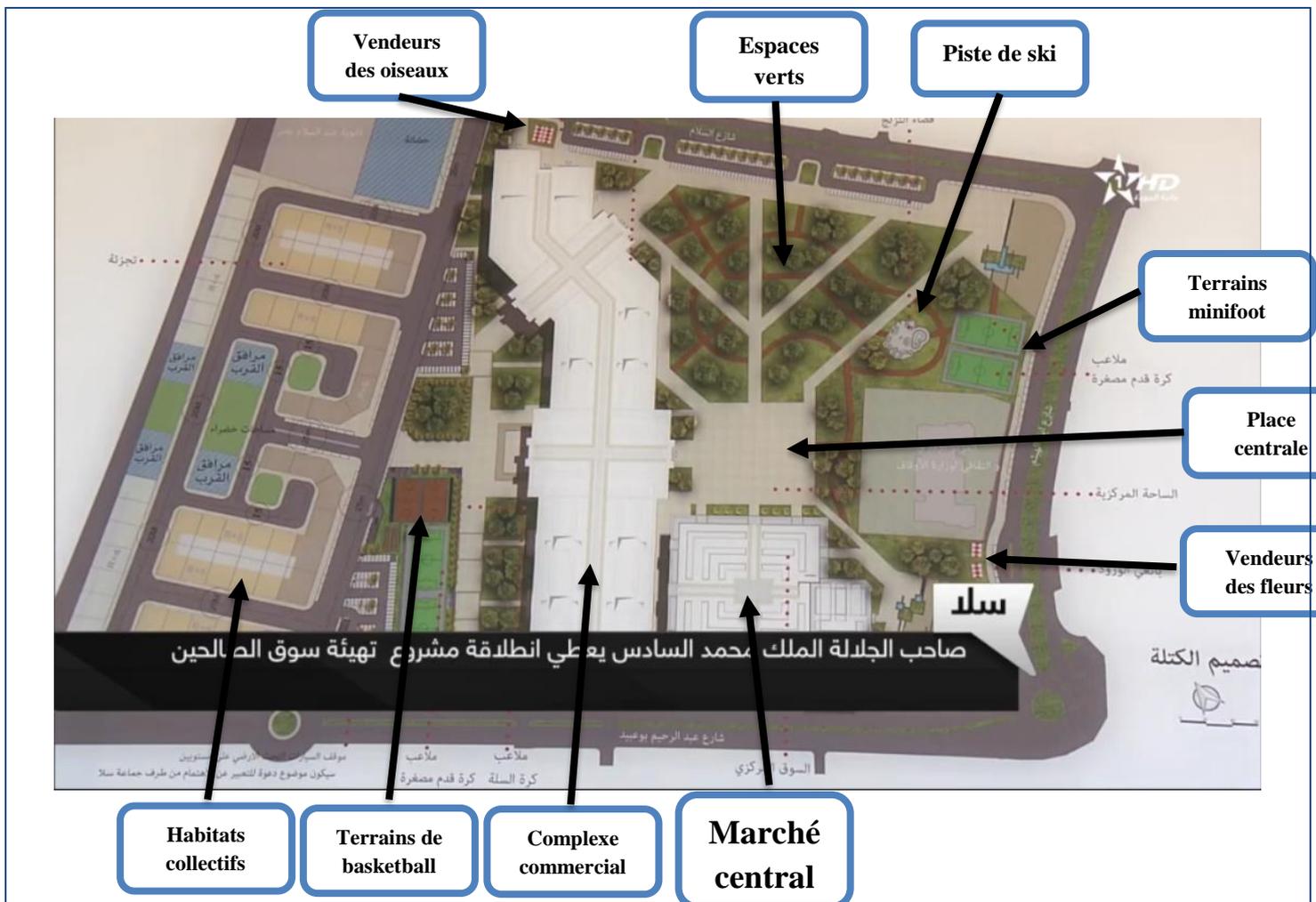
II

consistera en la construction d'un Complexe commercial (968 commerces), d'un marché central (391 commerces) pour reloger les commerçants informels, l'aménagement et la commercialisation d'un lotissement à usage d'habitation, la réalisation de terrains de proximité (4 terrains de minifoot, 2 terrains de basket-ball et un skate park) et de kiosques pour la vente de fleurs et d'oiseaux, et l'aménagement d'espaces verts et de zones de stationnement. Est prévue également la construction d'un parking souterrain qui sera réalisé dans le cadre d'un partenariat entre la Commune de Salé et un opérateur privé, et ce à l'issue d'un appel à manifestation d'intérêt. La conception est inspirée de l'ancienne médina de Salé.



Figure 43: Vue générale du marché central. Source : <https://fr.villedesale.ma/>

⁵⁸ <https://fr.villedesale.ma/2646-2/>



Carte 5: Plan d'aménagement du Souk Assalihine, Salé, Maroc. Source : <https://fr.villedesale.ma/>

Le projet d'aménagement de « Souk Assalihine » contribuera sans nul doute à la promotion des conditions socio-économiques de milliers d'habitants, ainsi qu'à la dynamisation de l'activité économique au niveau de la ville de Salé pour le bien-être et la prospérité de l'ensemble des citoyens.



Figure 44: Intérieur du marché central. Source : <https://fr.villedesale.ma/>



Figure 45: vue d'intérieur du marché central. Source : <https://fr.villedesale.ma/>

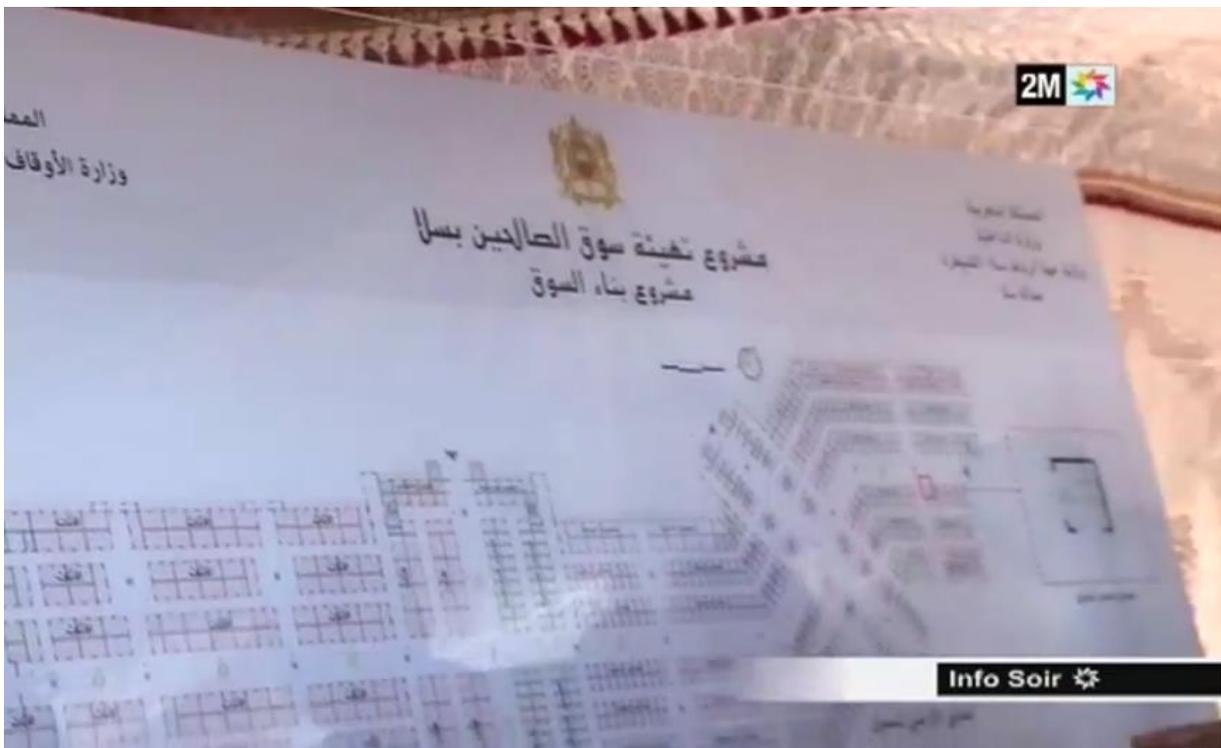


Figure 46: Intérieur du complexe commercial. Source : <https://fr.villedesale.ma/>

3. Exemple 02 : Projet de réhabilitation et requalification de la place et la rue commerçante Ghera el Kébira, Tétouane, Maroc

3.1 Présentation

La place Ghera El Kébira et sa rue, sorte de marché aux puces. Peut y trouver de tout, du matériel de tout genre, vieux et neuf. Elle est aussi le domaine marchand de tissus et de vêtements- Les étoffes chamarrées, unies et précieuses sont un véritable Les couleurs et matières semblent variés à l'infini et composent sous vos yeux un tableau vivant.⁵⁹C'est un espace de commerce traditionnel qui souffre d'une mixité entre le commerce formel et le commerce informel.

Ghera el kébira est la place la plus importante et la plus grande de l'ancienne ville de Tétouan à l'intérieur des murs et possède les qualifications nécessaires pour en faire le pôle le plus important pour attirer les visiteurs de la ville



Figure 48: La rue commerçante Ghera el Kébira.



Figure 47: La place commerçante Ghera el Kébira.

Source : http://www.maroc-trip.com/Visiter-Voyage/34-Tetouan-Les_souks.

Source : revue ; Médina de Tétouane : le potentiel d'un désordre apparent, Daniel Pinson, p23.

3.2 Situation

Tétouan est une ville du nord-ouest du Maroc, province de Tétouan, une des huit provinces/préfectures qui composent la Région Tanger-Tétouan-Al Hoceima, et la deuxième ville de la Région Tanger-Tétouan derrière Tanger. Située à l'extrémité nord-ouest du Maroc, près du détroit de Gibraltar, à environ 65km du port Tanger MED et à environ 40km de Sebta (Ceuta) enclave espagnole, elle est délimitée par deux montagnes, Dersa au nord et Ghorghiz

⁵⁹ http://www.maroc-trip.com/Visiter-Voyage/34-Tetouan-Les_souks.

au sud et traversée par Oued Martil (fleuve) avant de se déverser dans la mer Méditerranée à environ 10 kilomètres.



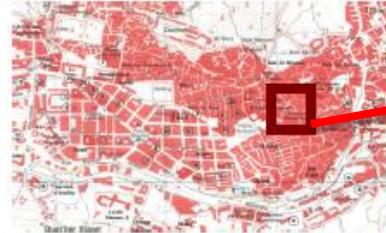
1- Carte du Maroc



3- Carte topographique de Tétouan



2- Carte Région Tanger / Tétouan



4- Plan urbain de Tétouan



Carte 6: Situation de la place Ghersa el Kébira. Source : http://www.maroc-trip.com/Visiter-Voyage/34-Tetouan-Les_souks.

La place Ghersa el Kébira se trouve dans une situation stratégique au cœur de la médina, c'est est un carrefour d'axes commerciaux et artisanal entre Souk El Hout et Souk Fouki.

3.3 Etats des lieux

3.3.1 Fonctionnelle

La surexploitation commerciale de cette place et la mutation du type de commerce ont fait perdre à cet espace des valeurs culturelles et environnementales.

L'accessibilité est réduite ; les entrées sont bloquées.

La circulation est limitée ; les rues sont congestionnées. L'espace public n'est plus un bien public. Il se vend et il s'achète dans un « marché noir » de l'espace.

Les boutiques de fortune dominent la place. Il n'y a pas d'espace pour d'autres utilisateurs et d'autres usages. Le commerce cache les sites patrimoniaux.



Figure 49: Place commerçante Ghersa el Kébira. Source : Google image.

3.3.2 Physique

Sous forme de parallépipède d'environ 1800 m². A son centre ; 45 boutiques à RDC occupent 450 m² et 92 marchands ambulants prennent 850 m², l'espace libre se présente en couloirs. Son environnement ; architectural présente des spécificités avec une volumétrie en gradins de 4 à 12 m de hauteur, le végétal a cédé la place aux bâches plastiques.

3.4 Enjeux et proposition d'aménagement

❖ Infuser une multifonctionnalité



Figure 50: La place Ghersa El Kébira avant l'aménagement.
Source : http://www.maroc-trip.com/Visiter-Voyage/34-Tetouan-Les_souks.



Figure 51: La place Ghersa El Kébira après l'aménagement.
Source : http://www.maroc-trip.com/Visiter-Voyage/34-Tetouan-Les_souks.

❖ Limiter la présence du commerce



Figure 53: La place Ghersa El Kébira avant l'aménagement.
Source : http://www.maroc-trip.com/Visiter-Voyage/34-Tetouan-Les_souks.



Figure 52: La place Ghersa El Kébira après l'aménagement.
Source : http://www.maroc-trip.com/Visiter-Voyage/34-Tetouan-Les_souks.

❖ Libérer l'espace, réduire la présence du commerce dans l'espace public



Figure 55: La place Ghersa El Kébira avant l'aménagement.
Source : http://www.maroc-trip.com/Visiter-Voyage/34-Tetouan-Les_souks.



Figure 54: La place Ghersa El Kébira après l'aménagement. Source : http://www.maroc-trip.com/Visiter-Voyage/34-Tetouan-Les_souks.

❖ Le plan d'aménagement proposé



Carte 7: Plan d'aménagement proposé de la place Ghersa El Kébira. Source : http://www.maroc-trip.com/Visiter-Voyage/34-Tetouan-Les_souks

4. Exemple 03 : Rénovation de la place du marché JEAN JAURÈS, Marseille, France

4.1 Présentation

Avec le plan « Ambition Centre-ville », la Métropole Aix-Marseille Provence et la Ville de Marseille souhaitent apporter au centre-ville une attractivité et une qualité de vie qui l'affirment comme un lieu de destination. Le réaménagement de la place Jean Jaurès s'inscrit dans cette ambition. Plus grande place de Marseille et symbole de la typicité locale, elle est l'emblème d'un Marseille historique.



Carte 8: Situation géographique de la place Jean Jaurès. Source : image Google earth traitée par l'auteur, 2019.

4.2 Etats des lieux

La place Jean Jaurès accueille actuellement de nombreux usages : le stationnement, le marché de la plaine, les terrasses des cafés, restaurants, les jeux pour enfant et des kiosques commerçants. Mais de temps en temps, il devient un lieu de préféré pour les commerçants

ambulants informels, ce qui entraîne un conflit d'usage entre les piétons et ses commerçants et avec les véhicules qui utilisent ce lieu pour le stationnement.



Figure 57: Commerçants ambulants informels de la plaine.

Source : Google image.



Figure 56: Vue aérienne de la place JEAN JAURÈS.

Source Google image.

4.3 Enjeux

- ✓ Rétablir l'identité urbaine forte de la place et son rayonnement.
- ✓ Rendre la place aux piétons.
- ✓ Structurer les usages de la place pour garantir leur cohabitation.
- ✓ Renforcer la qualité environnementale de la place.
- ✓ Valoriser cette place emblématique.⁶⁰

4.4 Plan d'aménagement

Avec son réaménagement, la place Jean Jaurès se mue en grande place méditerranéenne, polyvalente, piétonne et accessible qui offre :

- ✓ Une place piétonnière et accessible, avec Création d'un cœur de place imaginé comme un lieu de détente et de rencontre pour les habitants. De grandes allées, de vastes zones piétonnes sur les rives Est et Ouest offrant de beaux espaces de promenade le long des commerces et des terrasses.
- ✓ Un espace public réinventé au profit des habitants et des commerçants, des usagers (enfants, parents, etc.), le marché sera sur 4 allées et comprendra 190 emplacements de 6 m de largeur :
 - 170 emplacements avec véhicules, y compris véhicules alimentaires,
 - 20 emplacements sans véhicule attenant.
- ✓ Une meilleure cohérence urbaine, architecturale et végétale.

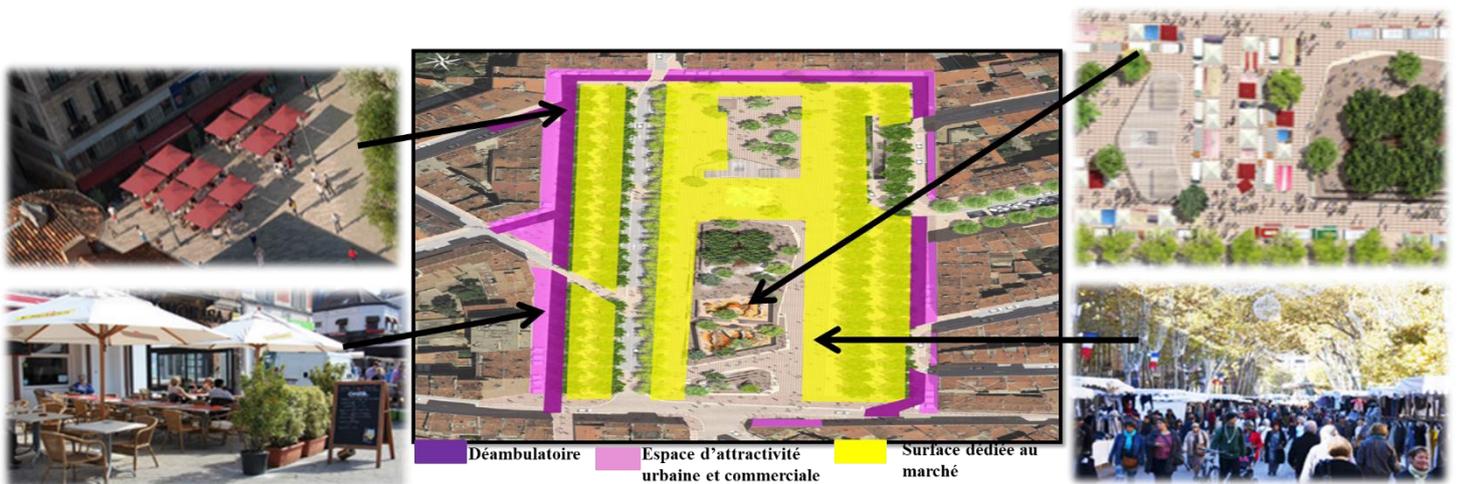


Figure 58: Plan d'aménagement de la place Jean Jaurès.

Source: <https://placejeanjaures.soleam.net/>, traité par l'auteur, 2019.

⁶⁰ <https://placejeanjaures.soleam.net/>

5. Conclusion

L'étude de ces exemples nous a permis de conclure que :

- ✓ Il est possible d'absorber un marché informel si l'on offrait aux commerçants une alternative régulière et acceptable pour leurs activités.
- ✓ Il était préférable d'organiser une rue commerçante traditionnelle dans des sites patrimoniaux.
- ✓ L'espace public peut être partagé avec une activité commerciale si nous le gérons et l'organisons, en respectant l'activité principale qui est le loisir et la détente.

Pour notre cas d'étude, nous allons proposer des solutions et des actions en fonction de ces conclusions.

Partie II :
Partie analytique

Chapitre I :
Etat des lieux

Partie II : Partie analytique

Introduction

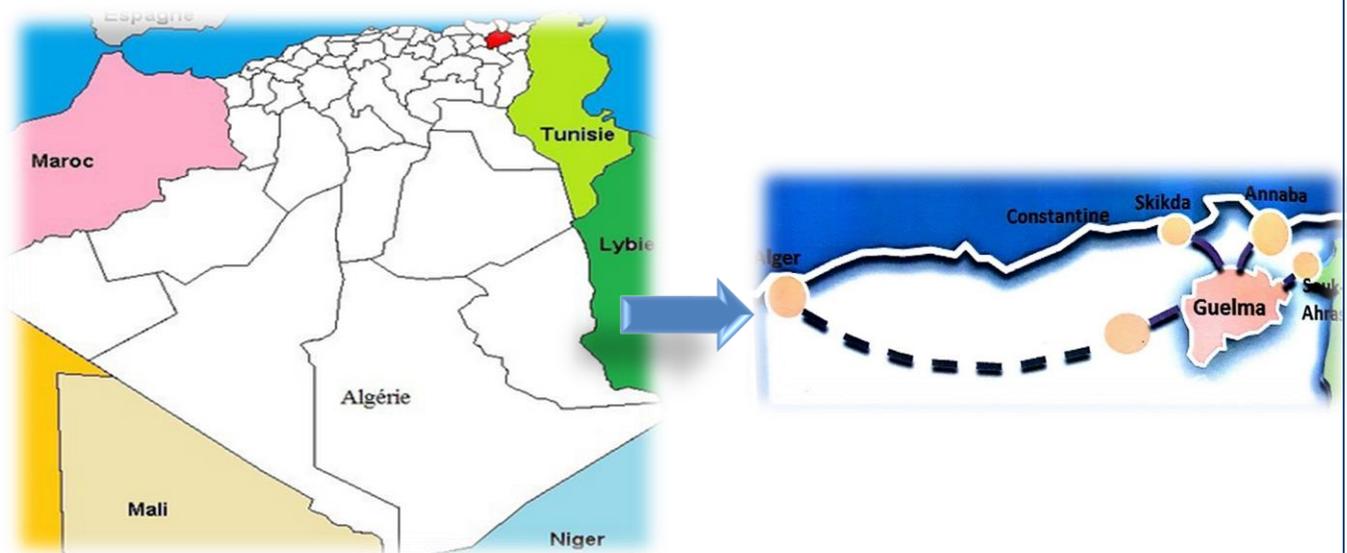
CHAPITRE I : Etat des lieux

1. Contexte General Du Territoire De la ville de Guelma

1.1.Situation géographique et administrative de la ville de Guelma

La ville de Guelma, qui est la capitale d'un district et d'une wilaya portant le même nom, se situe dans le nord-est de l'Algérie, à 65 km seulement de la mer Méditerranée. Nichée aux pieds des montagnes Maouna, Dbegh et Houara, à 290 mètres au-dessus du niveau de la mer.

La Ville de Guelma se trouve sur un carrefour de plusieurs routes de transit reliant la côte avec l'intérieur des terres, ce qui en fait un point stratégique important.



Carte 9: situation géographique de la ville de Guelma.

Source: www.googleimage.com

1.2.Environnement physique et règlementaire

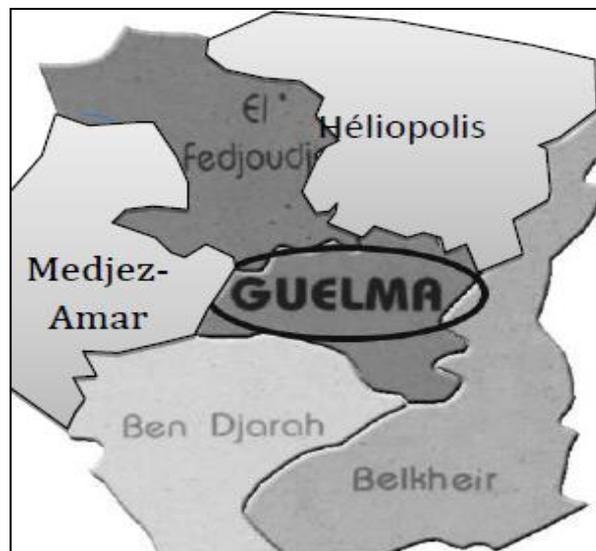
La Wilaya de Guelma, créée en 1974, comprend **10 Daïras** : Guelma, Khezarra, Guelaat Bou Sbâa, Héliopolis, Oued Zenati, Ain Makhoulf, Hammam Debagh, Bouchegouf, Hammam N'Bails et Ain Hessaïna et **34 Communes**. Elle compte une population de **524443 habitants** (2014) avec une superficie totale de **4101 km²**.⁶¹

⁶¹ Pr. Larbi ABID. La couverture sanitaire de la wilaya de Guelma

Localement la commune de Guelma profite d'une position géométrique centrale par rapport à ces plus importants centres (Oued Zenati et Bouchegouf), elle s'étend sur une superficie de 44 Km² entre les berges d'Oued Seybouse au nord et le mont de la Mahouna au sud.

- Administrativement la commune de Guelma est limitée :
 - ✓ Au nord par les communes d'El Fedjoudj et Héliopolis
 - ✓ Au sud par la commune de Bendjerrah
 - ✓ A l'est par la commune de Belkheir
 - ✓ A l'ouest par la commune de MEDJEZ-AMAR

Elle a été érigée en commune mixte en 1854, puis en chef-lieu d'arrondissement (Daïra) en 1858, avant d'être promue chef de wilaya en 1974.⁶²



Carte 10: Les communes limitrophes de la commune de Guelma. Source: Mémoire magister. Benzerari Selma, 2013.

2. Historique et évolution de la ville de Guelma

2.1. Perception et identité

La ville de Guelma présente certaines réalisations architecturales et de dynamique socio spatiale qui lui confèrent sa spécificité dans et au-delà son territoire. Parmi ces édifications

⁶² Mémoire magister. BENZERARI SELMA. L'évolution des quartiers anciens« quels enjeux urbains » cas d'étude : la cite – bon accueil-Guelma. 2013, université Baji Mokhtar Annaba, p85

ponctuelles l'on note le théâtre antique, mal révélé au visiteur certes, mais aujourd'hui mis en valeur dans un cadre de préservation et valorisation des patrimoines en Algérie.⁶³

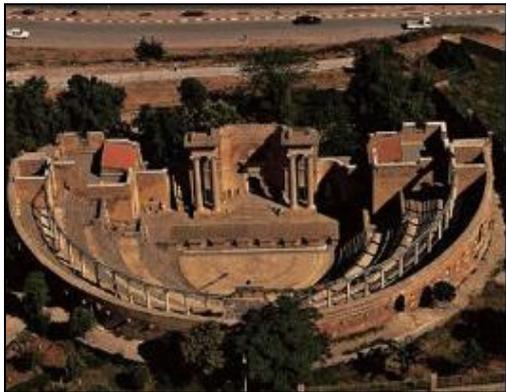


Figure 59: Théâtre romain à Guelma. Source : www.googleimage.com

De l'époque de byzantine, et plus loin française s'affirme la caserne par sa muraille imposante ; s'affirment également les jardins publics dont le square Seridi.



Figure 60: La caserne de l'époque byzantine, le square Seridi, Guelma. Source: www.googleimage.com

Cependant, il est à noter que l'entité urbaine d'Oued Skhoun par sa masse et le Boulevard du Volontariat qui la prolonge sont en eux même des repères dans l'ensemble de l'agglomération.

⁶³ Mémoire master. SAYAD BOUTHENA. L'approche participative pour un habitat durable a Guelma. 2017, Guelma, p45.

L'autre entité urbaine repère reste le noyau originel avec son tissu en damier, ses constructions, ses jardins et ses équipements.⁶⁴

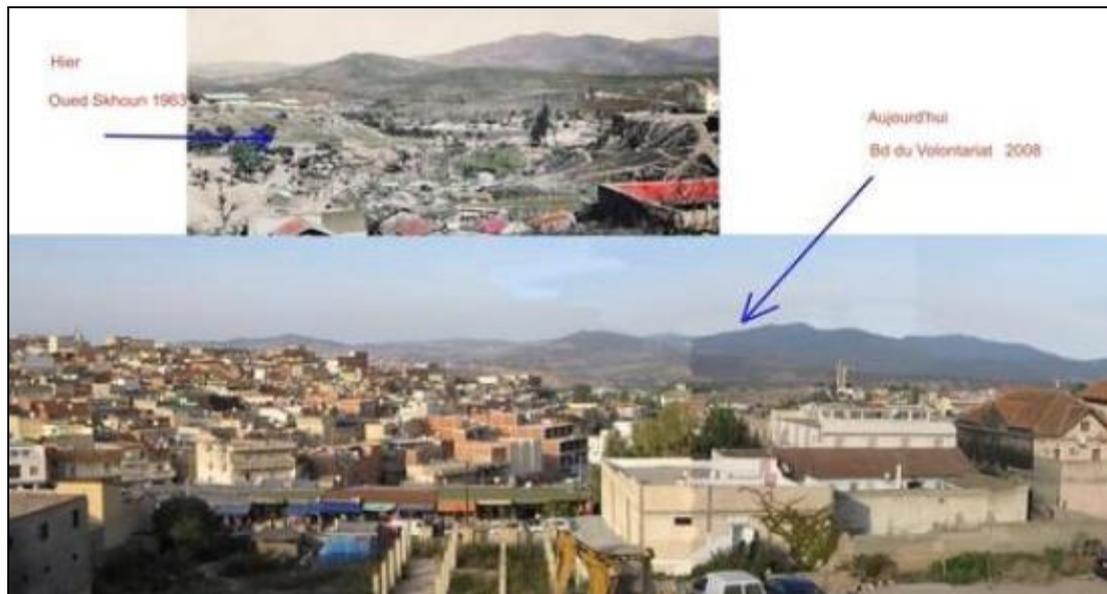


Figure 61: Boulevard du volontariat (oued Skoun 1962). Source: Meddour Lakhdar.2008.

Guelma est emblématique dans l'histoire de la Révolution Algérienne. Ce fait du soulèvement d'un peuple et le fait du martyr sont symbolisés çà et là par des stèles et des sculptures. Ce qui les consacre par contre au plus haut degré c'est l'œuvre Maqam El chahid au Nord de la ville et qui constitue une culminance dans le paysage et le profil urbain à Guelma.



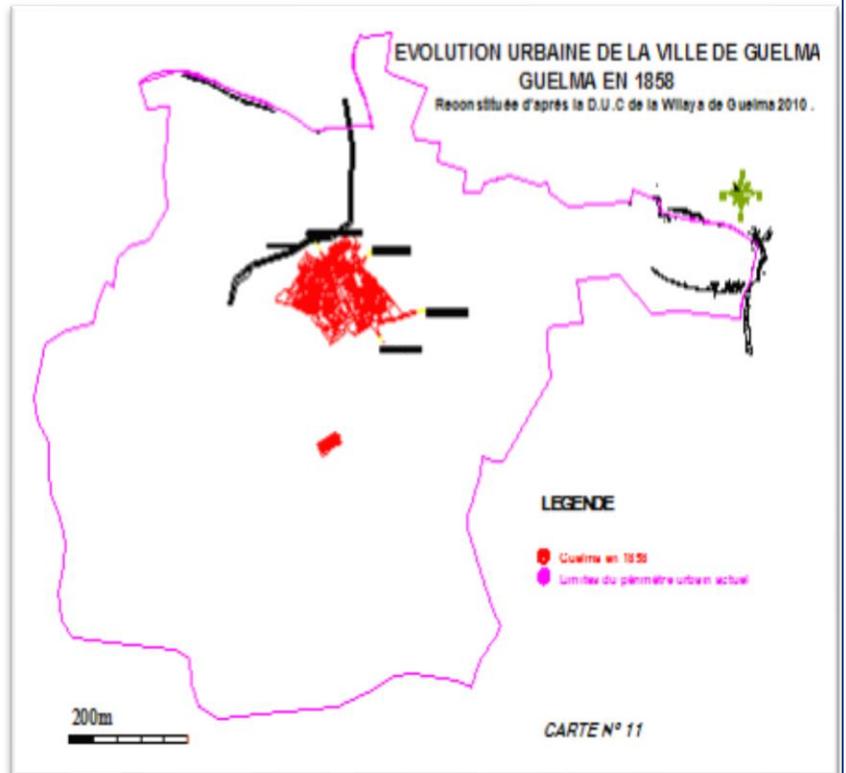
Figure 62: La stèle de Maqam el chahid, Guelma. Source: www.googleimage.com

⁶⁴ Mémoire master. SAYAD BOUTHENA. L'approche participative pour un habitat durable a Guelma. 2017, Guelma, p46.

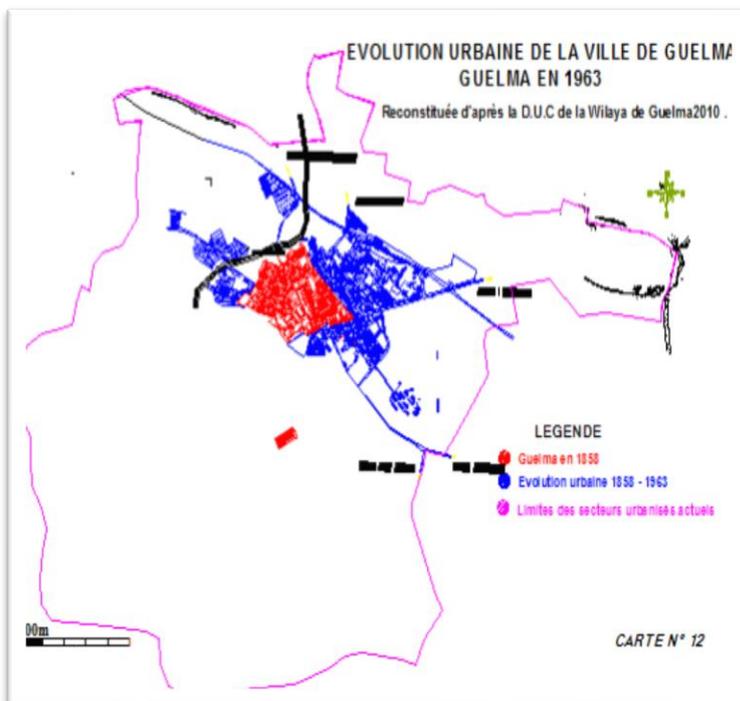
2.2. Croissance urbaine de la ville de Guelma

Un noyau d'environ 0.5 Ha, et qui abritait une population avoisinant les 5000 habitants⁶⁵. C'est pole de croissance au niveau nord de la ville à savoir la caserne et quelques maisons primitives en 1858

Cette partie de la ville existe toujours, et représente le centre-ville actuel comme indiqué dans la carte.



Carte 11: Le secteur urbanisé dans la ville Guelma 1858. Source: DUC de Guelma,2010.

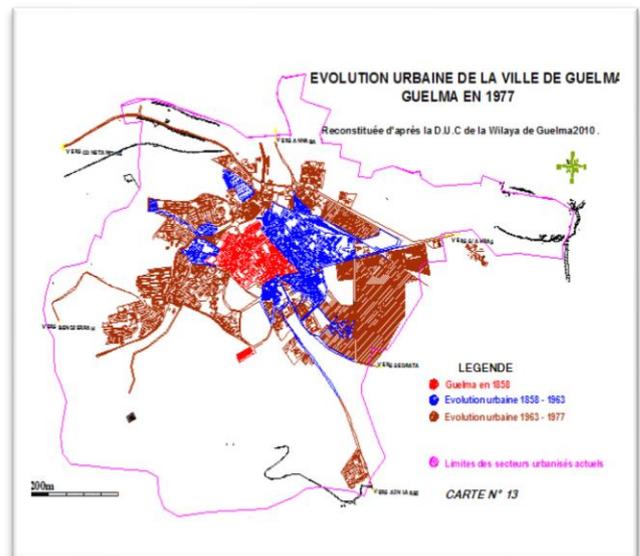


Carte 12: Le secteur urbanisé dans la ville Guelma 1963. Source: DUC de Guelma,2010.

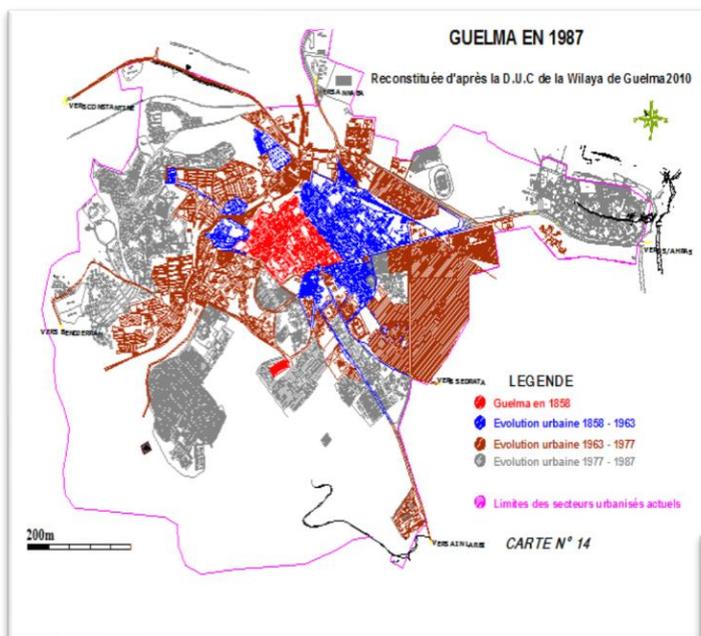
Extension vers l'est à savoir la gare et l'abattoir et un autre mineur vers l'ouest toute au long de l'oued skhoun entre 1858 – 1963

⁶⁵ Rifi Chems Sabah. Le logement collectifs : mécanisme pluriels pour une qualité architecturale singulière (cas d'étude la ville de Guelma ; soutenu en 2008 à Constantine ; p61.

Extension vers l'est encore à savoir des zones industrielles et autre vers le nord et le sud en 1963 – 1977. Une ville de deux fronts. A l'est d'Oued Skhoun une ville européenne avec toutes les commodités urbaines, et toutes les infrastructures et équipement demandé, et à l'ouest d'Oued Skhoun des quartiers illicites et des bidonvilles dépourvus de tout.



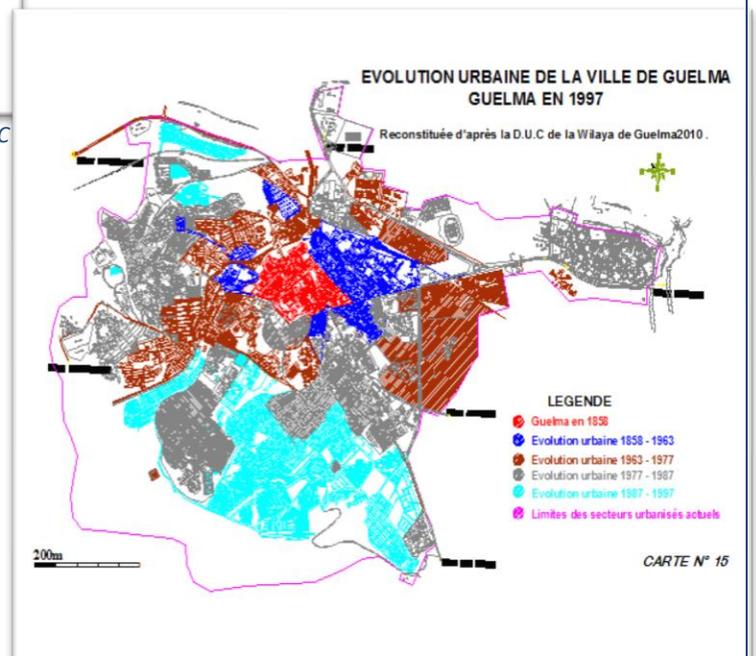
Carte 13: Le secteur urbanisé dans la ville Guelma 1977. Source: DUC de Guelma, 2010.



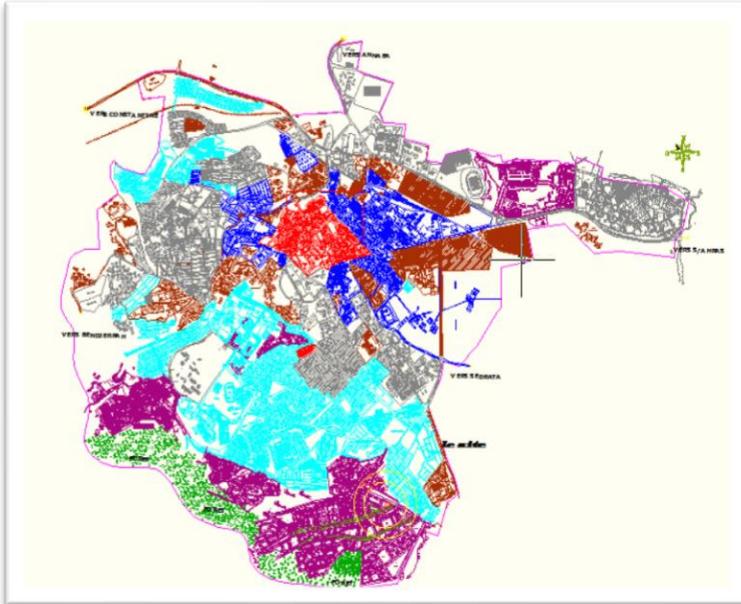
Carte 14: Le secteur urbanisé dans la ville Guelma 1987. Source : DUC de Guelma, 2010.

ZHUN champ manœuvre, Guehdour, cité Mekhancha, Barra...etc.

Les années 90, période de la nouvelle réglementation Guelma à bénéficier d'un nouvel instrument d'urbanisme P.D.A.U, qui a retenu comme objectif l'extension de Guelma vers le Nord- Nord-Est, en prenant Belkhier comme ville Satellite de Guelma.



Carte 15: Le secteur urbanisé dans la ville Guelma 1997. Source : DUC de Guelma, 2010.



Carte 16: Le secteur urbanisé dans la ville Guelma 2007. Source : DUC de Guelma, 2010.

Guelma a pris un nouveau sens d'extension qui est le Sud : la nouvelle ville, la faculté des langues et sciences économique, et vers la commune de Bendjerah qui est devenu un nouveau pôle d'extension futur.

Une extension vers l'est : agglomération el Amir Abd Elkader.

3. Conclusion

En termes de ressources et de capacités et même d'histoire de la ville de Guelma et de sa situation actuelle, nous pouvons en conclure que cette ville convient parfaitement pour accueillir de grands projets commerciaux, afin de lutter contre le commerce informel.

Chapitre II :

**Le diagnostic territorial et sectoriel, le
scenario, le programme d'action**

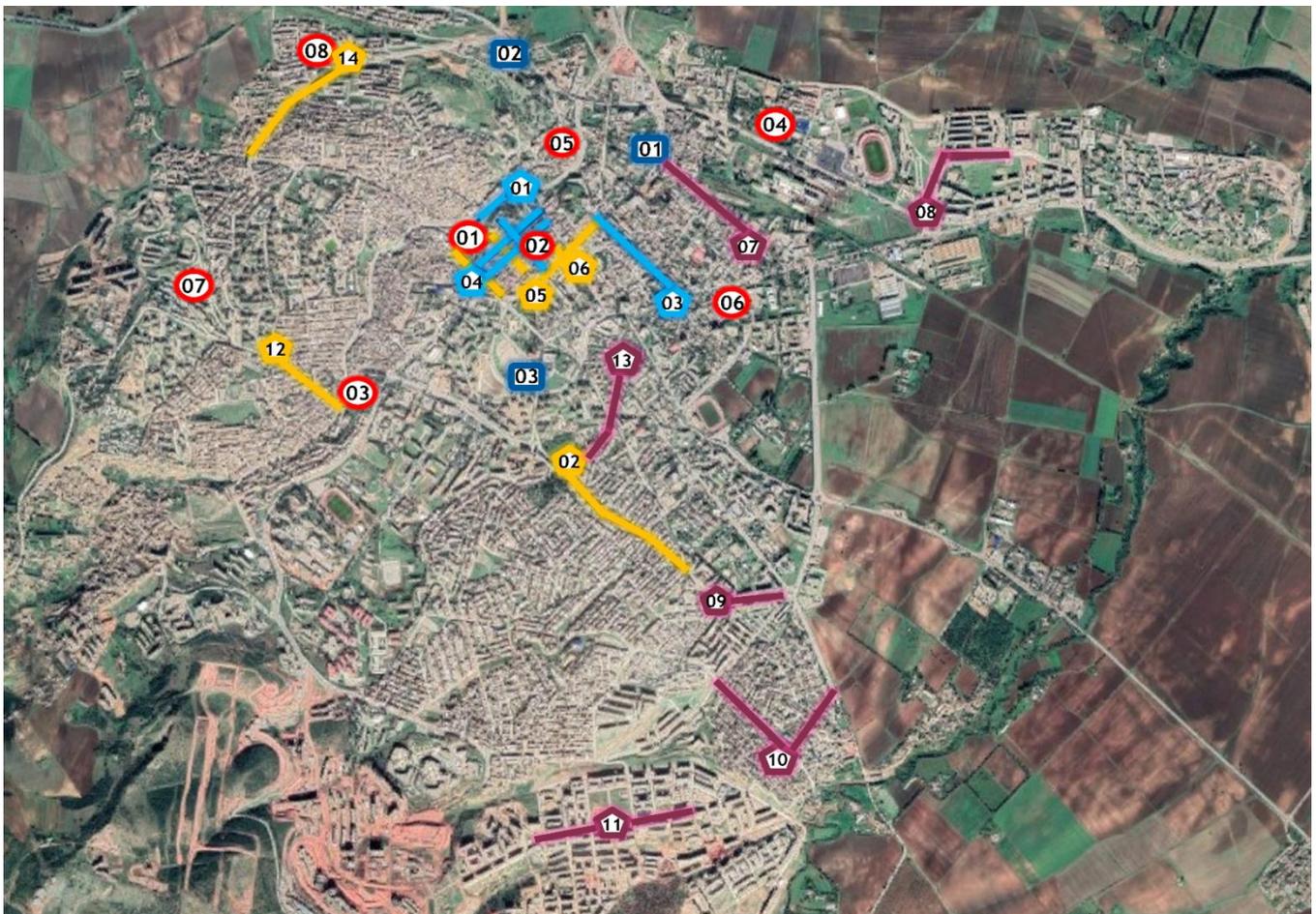
CHAPITRE II : Le diagnostic territorial et sectoriel, le scenario, le programme d'action

1. Introduction

Le but de ce chapitre est de limiter une zone d'étude sectorielle à partir d'un diagnostic territorial de la ville de Guelma, afin de déterminer ses enjeux, ses objectifs et son programme d'action.

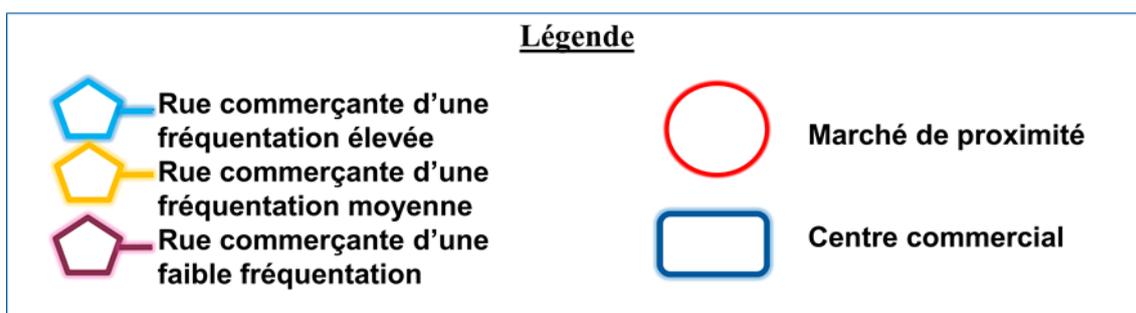
2. Diagnostic et les caractéristiques de l'activité commerciale dans la ville de Guelma

2.1. Commerce formel



Carte 17: Carte commerciale, commerce formel à Guelma.

Source: image google earth traitée par l'auteur.



➤ Les marchés de proximité :

- ✓ 01. Marché de proximité de boulevard du volontariat (fruits et légumes et viandes+ vêtements).
- ✓ 02. Marché de proximité Hassan Harcha au centre-ville. (Fermé)
- ✓ 03. Marché de proximité El Hadj Mbarek.
- ✓ 04. Marché de gros de fruits et légumes, cité Mkhancha au RN 20.
- ✓ 05. Marché de proximité, derrière le bâtiment de génie sider (fermé).
- ✓ 06. Souq El fellah, cité Bon accueil (fermé).
- ✓ 07. Locaux commerciaux (60 locaux du Programme de 100 locaux par commune), cité 500 logements (DNC) (presque tous les locaux ont fermés).
- ✓ 08. Marché de proximité, cité Bourwayeh (fermé).



Figure 64: Marché volontariat. Source : auteur 2019.



Figure 63: Marché Hassan Harcha, centre-ville. Source : auteur 2019.



Figure 65: Marché El Hadj Mbarek. Source : Google map

➤ Les centres commerciaux :

- ✓ 01. Centre commercial Sindbad, cité de la gare (fermé).
- ✓ 02. Centre commercial Oasis Mall, cité Bourwayeh.
- ✓ 03. Centre commercial Calama markets, cité Guehdour Tahar.



Figure 66: Oasis mall. Source : Google image.

➤ Les boulevards ou rues commerçantes :

✓ Fréquentation élevée :

- ❖ 01. Boulevard du volontariat, c'est le plus fréquenté de la ville et même de l'extérieur, il est connu par la commercialisation de tous types de marchandises, composé des plusieurs édifice à vocation commercial dites "Bazars", d'un marché de fruits et de légumes et de vêtements, et même du commerce informel. Il souffre de plusieurs dysfonctionnements.
- ❖ 03. Boulevard Soudani Boudjema, c'est le plus organisé de la ville connue par la diversification des activités, on peut dire qu'il est le plus luxueux.
- ❖ 04. Rue d'announa, rue Mogador, rue Khelil Mokhtar, ce sont des rues à valeur historique classés comme un patrimoine, connu par la diversification des activités commerciales mais souffre de quelque disfonctionnement tel que ; le commerce de rue, l'état dégradé des revêtements, le stationnement anarchique des véhicules conduisant à un problème de circulation piétonne et mécanique. Aussi ses rues de tissu ancien risquent de perdre sa valeur et leur fonction commerciale qui est

déplacée de plus en plus à la périphérie du centre-ville, principalement au boulevard du volontariat.



Figure 67: Boulevard du volontariat. Source : auteur 2019.



Figure 68: La rue d'Announa. Source : auteur 2019.

✓ Fréquentation moyenne :

- ❖ 02. Rue Bounar Salah (19 juin).
- ❖ 05. Avenue du 1^{er} Novembre.
- ❖ 06. Rue Abdel Hamid Ben Badis, rue Bouabia Med Larbi, rue Touahri Amar.
- ❖ 12. Rue Hadj Mbarek
- ❖ 14. Rue principale de la cité Bourwayeh.

Ce sont des rues à fonction mixte commerciale et résidentielle, servent à répondre aux besoins de ces habitants et parfois des visiteurs.

✓ Fréquentation faible :

- ❖ 07. Rue Abane Remdan (la gare).
- ❖ 08. Boulevard El Amir Abdelkader.
- ❖ 09. Rue principale de la cite évolutifs.
- ❖ 10. Rue principale de la cite Hadj Mbarek.
- ❖ 11. Rue principale de la nouvelle ville.
- ❖ 13. Rue Mohammed Salah Zouaoui.

On trouve principalement des activités moins diversifiées, composé des boutiques d'alimentation générale, cafétérias et parfois des restaurants.

Les marchés de proximité		
Le marché	Situation	Etat
01. Marché volontariat	Boulevard du volontariat	En état dégradé, il commercialise des fruits des légumes, des vêtements et d'autres biens c'est le marché le plus fréquenté de la ville de Guelma, c'est un endroit où le commerce informel et formel se mêlent, d'une manière que nous ne pouvons pas distinguer entre eux.
02. Marché Hassan Harcha	Centre-ville	Ce marché est le plus ancien de la ville, il a été réhabilité, mais les commerçants ont refusé de l'occuper à nouveau en raison de la concurrence inégale imposée par les commerçants informels
03. Marché couvert El Hadj Mbarek	Cité El Hadj Mbarek	Fréquenté principalement par les habitants de la cité.
04. Marché de gros de fruits et de légumes	Cité mkhancha	
05. Marché de proximité derrière le bâtiment de génie sider	Cité de l'abattoir	C'est un marché de gros qui a été fermé, aujourd'hui il n'est pas occupé
06. Souk El fellah	Cité Bon Accueil	Comme d'autres souks fellah en Algérie, il est fermé après un changement de politique économique du pays.
07. Locaux commerciaux (programme 100 locaux par communes)	Cité 500 logements DNC	Comme toutes les communes de l'Algérie, ce programme n'a pas réussi, seulement quelques-uns sont ouverts pour plusieurs raisons comme le mauvais emplacement.
08. Marché couvert cité Bourwayeh	Cité Bourwayeh	Ce marché n'est pas occupé
Centre commerciaux		
01. Centre commercial Sindbad	Cité de la gare	Fermé à cause de la perte de l'attractivité et la concurrence inégale imposée par les commerçants informels principalement ceux du boulevard du volontariat
02. Centre commercial Oasis mall	Cité Bourwayeh	Bien organisé et très professionnel mais ne peut pas être considéré comme un vrai centre commercial (genre grande superette)
03. Centre commerciale Calama markets	Cité Guehdour Tahar	Bien organisé et très professionnel mais ne peut pas être considéré comme un vrai centre commercial (genre grande superette)

Tableau 2: Les marchés de proximité et les centres commerciaux de la ville de Guelma Source : auteur, 2019.

2.2. Commerce informel



Carte 18: Carte commerciale ; Commerce informel à Guelma.

Source : image Google earth traitée par l'auteur 2019.

01. Commerce informel au niveau de boulevard du volontariat sur les deux côtés, les biens exposés sont des fruits et légumes, épices, vaisselles, vêtements, téléphone portable.etc.



Figure 70: Commerce informel, boulevard du volontariat. Source : auteur 2019.



Figure 69: Commerce informel, jardin public au boulevard du volontariat. Source : auteur 2019.

02. Jardin public occupé par des commerçants informels, les biens exposés sont des vêtements et téléphones portables.

03. Commerce de rue au niveau du centre-ville tel que la rue d'Announa, rue Mogador, rue Abdallah Guergour, Rue Abdel Hamid Ben Badis, la rue de marché Hassan Harcha.



Figure 71: Commerce de rue. Source : auteur 2019.



Figure 72: Commerce de rue, rue Mogador. Source : auteur 2019.



Figure 73: Commerce informel, place des martyres. Source : auteur 2019.

04. Commerce informel au niveau de la place des martyres (place Hassan Harcha).

05. Commerce informel ambulante par des véhicules utilitaires exposant des fruits et des légumes...Etc. à proximité de station de taxis intercommunales et le jardin public.

06. Commerce informel à proximité de l'antenne d'apc, des véhicules utilitaires exposant des fruits et des légumes.

07. Commerce informel à proximité de marché El Hadj Mbarek, exposant des meubles usées, des fruits et des légumes.



Figure 74: Commerce informel, marché El Hadj Mbarek. Source : auteur 2019.

2.3. Analyse SWOT

Nous allons dresser une synthèse de l'état des lieux selon la méthode d'analyse anglaise SWOT (AFOM) qui recense sur les atouts, les faiblesses, les potentialités et les menaces de l'activité commerciale de la ville de Guelma.

Atouts	Faiblesses	Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> - Offre commerciale diversifiée répondant aux besoins des acheteurs de différentes classes sociales. - Situation stratégique de la ville de Guelma qui est au carrefour de plusieurs voies de communication reliant la côte à l'intérieur des terres, entre plusieurs grandes villes (Constantine, Skikda, Annaba), ce qui facilite la distribution de divers produits provenant d'autres wilayas. - présence d'une zone commerciale riche et diversifiée dans le centre-ville et le boulevard du volontariat. 	<ul style="list-style-type: none"> - Insuffisance en termes d'équipements commerciaux de grandes surfaces. - Une offre commerciale faible aux cités périphériques de la ville, telle que la nouvelle ville, cité El Amir Abdelkader, cité Bourwayeh, cité Frères Rahabi etc. qui encourage l'apparition du commerce informel. - Anarchie et manque d'installations publics qui accompagnent les activités commerciales, telles que parkings, sanitaires publics...etc., et l'absence d'une vision claire sur l'organisation des espaces et des équipements, en termes de surface de vente, de services complémentaires, de circulation des piétons et de personnes et de gestion des déchets, ce qui conduit à la déformation de l'image de la ville et le paysage urbain - L'occupation de places, jardins publics et rues par le commerce informel qui nuit au cadre de la vie des habitants et usagers et l'abondance de plusieurs équipements commerciaux. - Concurrence commerciale inégale entraînant de multiples pertes menant à la fermeture de plusieurs activités commerciales formelles, telles que le centre commercial Sindbad, le marché et la rue Hassan Harcha 	<ul style="list-style-type: none"> - Réinvestir et réhabiliter les marchés et les centres commerciaux abandonnés en relocalisant les commerçants informels et en les intégrant au commerce formel - Attirer des investissements, programmer et mettre en service de nouveaux équipements commerciaux, pour couvrir les pénuries et répondre aux besoins croissants des habitants. 	<ul style="list-style-type: none"> - Perdre l'attractivité économique de la ville à cause du climat d'inégalité qui n'encourage pas les investissements et menace d'accroître et d'approfondir ce phénomène du commerce informel. - L'émergence de nouvelles zones de commerce informel si la ville n'arrive pas à répondre aux besoins croissants des habitants.

Tableau 3: Tableau d'analyse SWOT (AFOM) de l'activité commerciale de la ville de Guelma. Source : auteur, 2019.

2.4. Enjeux et objectifs à l'échelle de la ville de Guelma

➤ Les enjeux :

- ✓ Réorganiser l'activité commerciale et ses différents équipements.
- ✓ Renforcer l'attractivité et l'offre de commerce de la ville de Guelma.

➤ Les objectifs :

- ✓ Bénéficier et réinvestir les équipements commerciaux abandonnés pour absorber les commerçants informels, les soutenir et les intégrer au secteur formel.
- ✓ Programmer de nouveaux équipements commerciaux pour répondre aux besoins croissants des habitants et usagers et éviter l'émergence de nouvelles zones commerciales informelles.

2.5. Conclusion du diagnostic de l'activité commerciale de la ville de Guelma

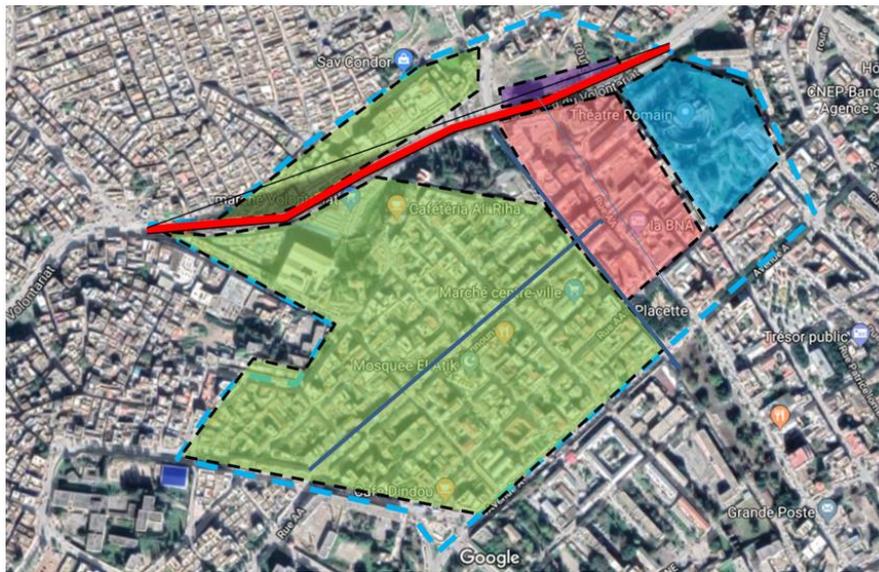
En remarque que la plus grande concentration du commerce se trouve au niveau du centre-ville et au boulevard du volontariat, c'est donc là que nous allons gérer les dysfonctionnements.

3. Diagnostic de l'aire d'étude

3.1. Délimitation de l'aire d'étude

Pour bien délimiter une aire d'étude compatible avec le thème de recherche, on a fixé comme critère principale le choix d'une zone à vocation commerciale qui souffre de plusieurs dysfonctionnements, et on a choisis une certaine méthodologie en poursuivant des critères bien définies furent le fondement de notre réflexion.

3.1.1 Critère de typologie des activités



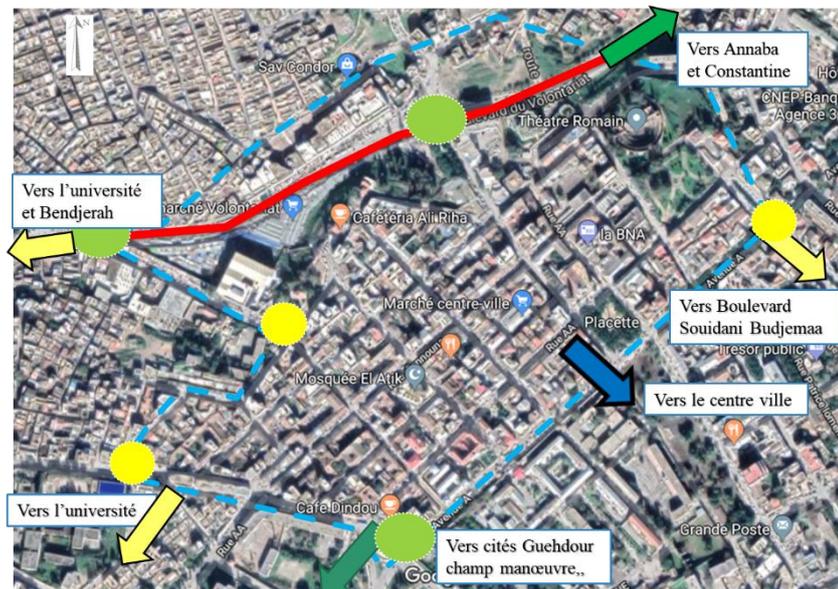
Légende:

- Zone administrative
- Zone commerciale
- Zone touristique
- Zone de transport
- Axe boulevard du volontariat
- Délimitation obtenue

Carte 19: Typologie des activités. Source: image Google earth traité par l'auteur, 2019.

La partie proposée pour la délimitation de l’aire d’étude comprend les lieux à vocation commerciale les plus attractifs de la ville avec les différents endroits : marchés et locaux commerciaux, rues commerçantes...

3.1.2 Délimitation par rapport aux éléments physiques structurants



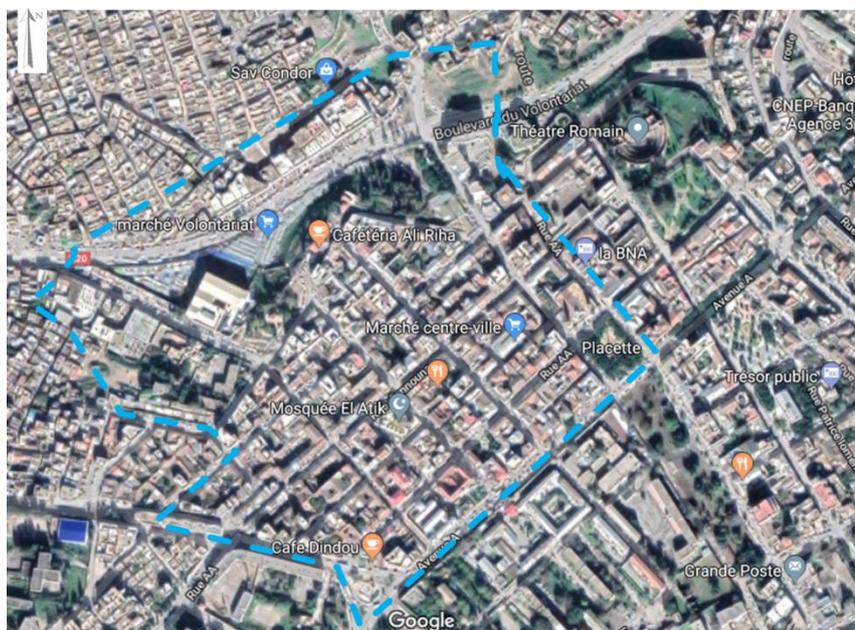
Légende:

- Nœud majeur
- Nœud mineur
- Axe boulevard volontariat
- Délimitation obtenue

Carte 20: Délimitation par rapport aux éléments physiques structurants. Source : image Google earth traité par l'auteur, 2019.

Pour cette délimitation partielle, on a jumelé les critères assez proches : L’accessibilité/Délimitation de circulation et voies structurantes /Délimitation du critère nœuds, convergence et congestion.

3.1.3 Délimitation générale



Pour la délimitation générale, on a pris l'ensemble résultant de la superposition des cartes. Cette délimitation comprend les sites de :

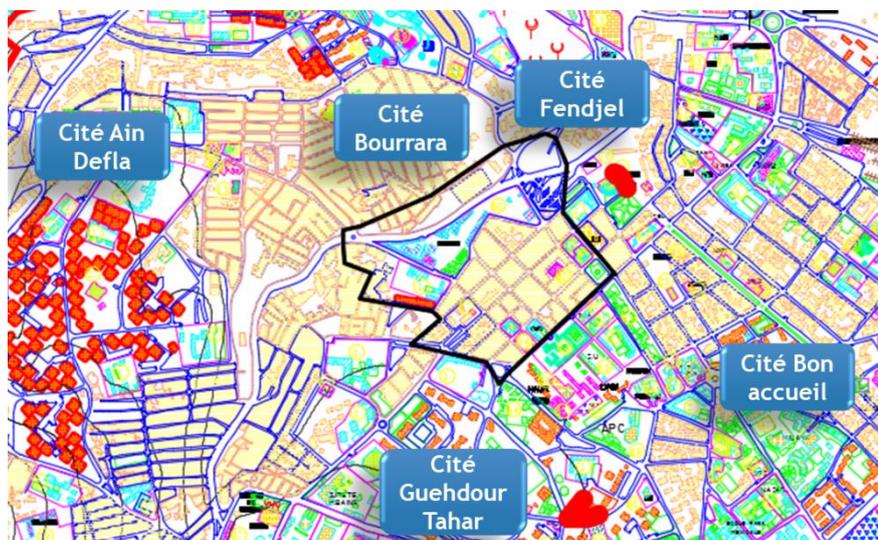
✓ L'avenue 1 novembre, la rue d'announa et le boulevard du volontariat : c'est la délimitation idéale qui nous permet d'intervenir sur l'activité commerciale formelle et informelle

Carte 21: Délimitation générale. Source : image Google earth traitée par l'auteur, 2019.

3.2. Présentation et environnement immédiat de l'aire d'étude

L'aire d'étude se limite comme suit :

- ✓ Au NORD par cité Bourrara et cité Fendjel
- ✓ Au SUD par cité Guehdour Tahar
- ✓ A l'OUEST par cité Ain defla
- ✓ A l'EST cité bon accueil



Carte 22: Environnement immédiat de l'aire d'étude. Source : PDAU Guelma traitée par l'auteur, 2019.

L'aire d'étude est composée de deux entités : un tissu colonial ancien ayant une valeur historique (bâtiments et rues classés au patrimoine, rue Announa, mosquée El Atik, mosquée Abd El Hamid Ben Badis, mosquée Larbi Tbessi ...) avec un tracé européen en damier. Et un nouveau tissu spontanément construit, régularisé et organisé par le boulevard du volontariat



Figure 76: Rue d'Announa, centre-ville, Guelma.

Source : cliché par l'auteur, 2019.



Figure 75: Boulevard du volontariat, Guelma.
Source : cliché par l'auteur, 2019.

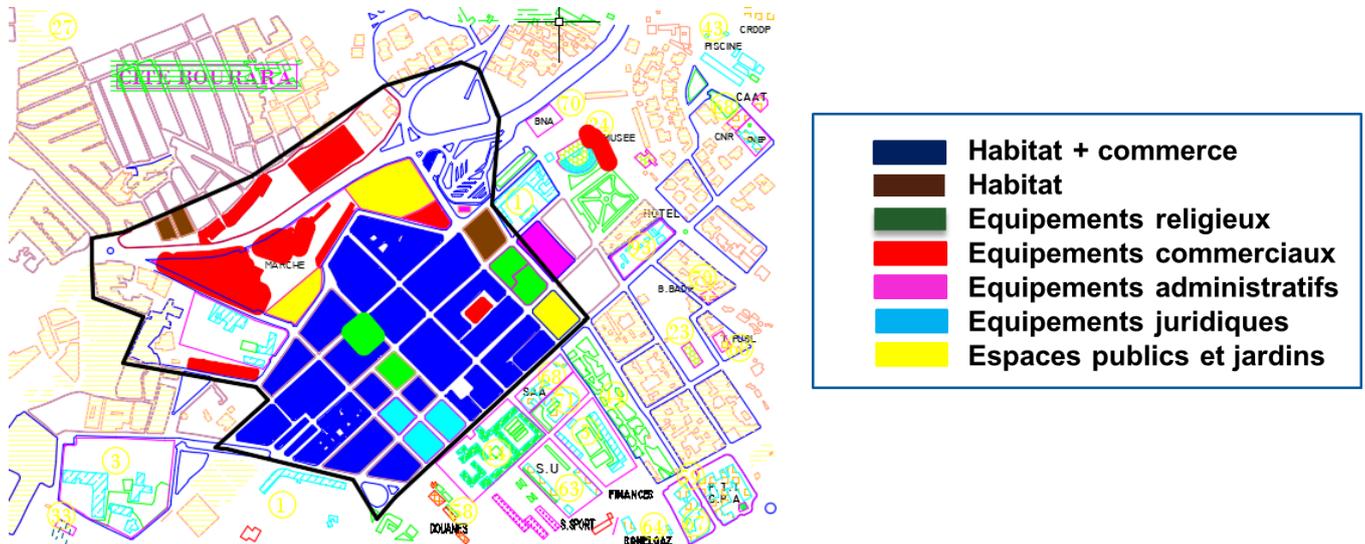
L'aire d'étude est le site le plus dynamique de la ville de Guelma, c'est l'hyper centre connu pour son rôle et son importance en raison de sa fonction commerciale, qui permet de couvrir les besoins des cités avoisinants, et même d'autre les communes.



Figure 77: Fonction commerciale au centre-ville, Guelma. Source : cliché par l'auteur, 2019.

3.3. Diagnostic de l'aire d'étude

3.3.1. Contexte cadre de vie : Equipements, habitats et espaces publics



Carte 23: Equipements, habitats et espaces publics de l'aire d'étude. Source : PDAU Guelma traité par l'auteur, 2019.

L'aire d'étude est riche en termes d'équipements et en habitat, ce qui garantit une mixité fonctionnelle.

Le cadre bâti de cette zone est considéré comme un patrimoine diversifié entre colonial et arabo-musulmane.



Figure 80: Habitat colonial + commerce au RDC, Guelma. Source : cliché par l'auteur, 2019.



Figure 79: Mosquée El Atik, Guelma. Source : cliché par l'auteur, 2019.



Figure 78: Jardin public, Boulevard du volontariat, Guelma. Source : cliché par l'auteur, 2019.

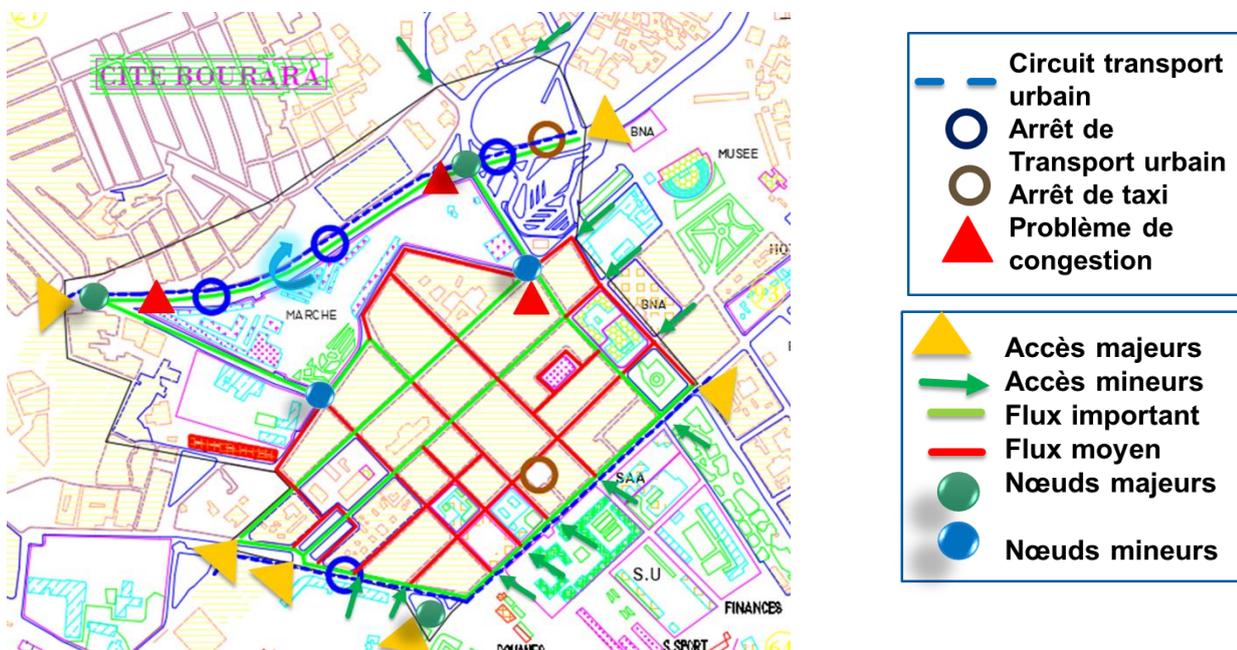
Le cadre bâti presque dans tout le centre est caractérisé par le commerce en RDC et par un habitat dégradé dans les étages occupés parfois par des locataires.

Pour les espaces publics seulement la place Hassan Harcha est bien aménagée et en bon état, mais les autres espaces sont tous en état dégradée.

Points forts	Points faibles	Enjeux	Objectifs
Diversité des fonctions : (résidentielle, commerciale/ équipements...) Un cadre bâti dense au centre vile	Bâti en mauvais état. Façade urbaine déformée par les interfaces de locaux commerciaux Espaces publics en état dégradé Rupture entre le centre- ville et le boulevard du volontariat	Améliorer le cadre bâti et revaloriser le patrimoine bâti Améliorer le cadre de vie et les lieux de rencontre	Préserver l'identité patrimoniale du site Assurer le fonctionnement des espaces publics et les réaménager

Tableau 4: Points forts, faibles, enjeux et objectifs du contexte cadre de vie. Source : auteur, 2019.

3.3.2. Contexte mobilité : accessibilité, flux, nœuds, transport et stationnement



Carte 24: accessibilité, flux, nœuds, transport et stationnement de l'aire d'étude. Source : auteur, 2019.

L'aire d'étude est caractérisée par une bonne accessibilité : 6 accès majeurs et 12 accès mineurs.

Des rues étroites du centre-ville qui souffrent d'un conflit d'usage en raison du stationnement illicite sur les deux côtés et du commerce informel sur les trottoirs, font du piéton un utilisateur de la chaussée et la mettent en danger, c'est le même cas pour le boulevard du volontariat malgré sa largeur importante,



Figure 82: Stationnement illicite, centre ville, Guelma. Source: cliché par l'auteur, 2019.



Figure 81: Stationnement illicite, Boulevard du volontariat, Guelma. Source : cliché par l'auteur, 2019.

Les nœuds majeurs mal structurés résultant des problèmes de congestion.
 Insuffisance des aires de stationnement (seulement un parking) au centre-ville, et manque totale au boulevard. Les arrêts de bus de transport urbain non aménagés au niveau du boulevard et l'absence d'une aire de stationnement pour les taxis intercommunaux.



Figure 84: nœud majeur du Boulevard du volontariat, Guelma. Source : cliché par l'auteur, 2019.



Figure 83: Aire de stationnement, centre-ville, Guelma. Source : cliché par l'auteur, 2019.

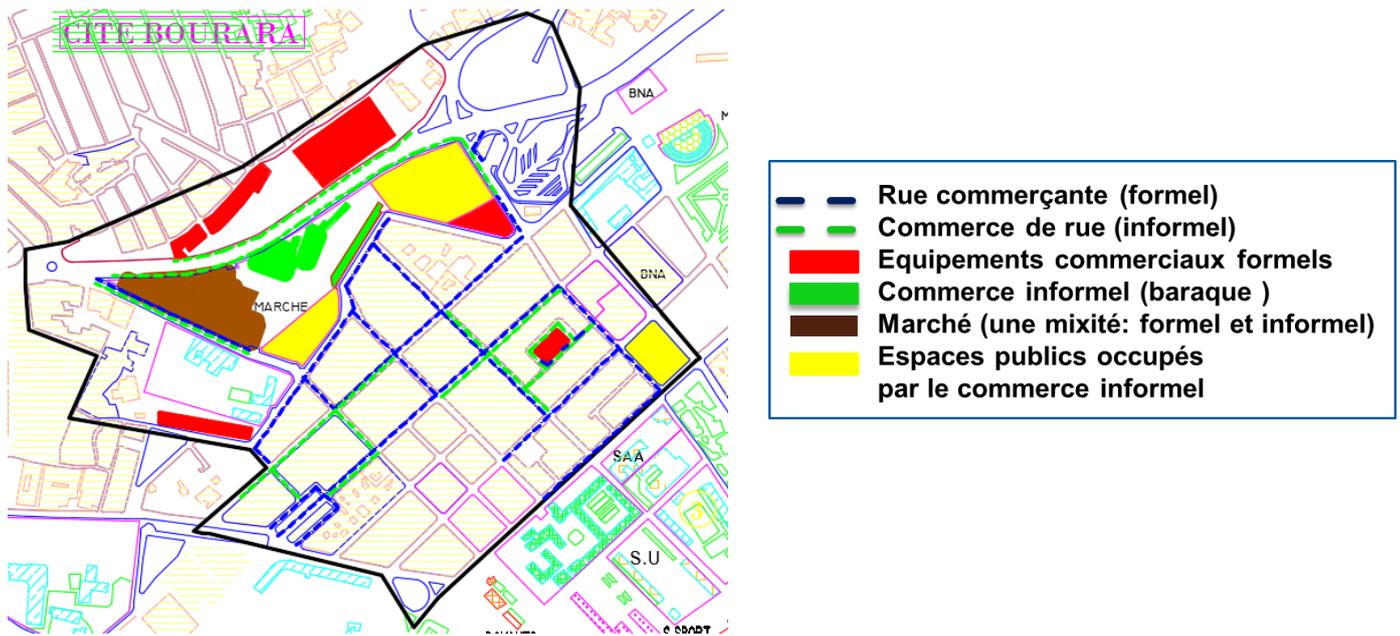


Figure 85: Arrêt de bus, Boulevard du volontariat, Guelma. Source : cliché par l'auteur, 2019.

Points forts	Points faibles	Enjeux	Objectifs
<p>Trame viaire du centre-ville bien structurée et lisible.</p> <p>Une bonne accessibilité hiérarchisée et assurée par des accès à différentes échelles.</p> <p>Disponibilités de plusieurs lignes de transport (Bus et Taxi, Transport collectif /transport de l'université)</p> <p>Zone bien desservie.</p>	<p>Déplacement non fluide des piétons et des véhicules.</p> <p>Une circulation piétonne et mécanique difficile et stationnement illicite.</p>	<p>Introduire une mobilité douce et des moyens de transport plus modernes et confortables.</p> <p>Réaménagement et revalorisation des nœuds structurants.</p> <p>Réorganiser les voies mécaniques selon le flux.</p> <p>Renforcer l'offre de stationnement.</p>	<p>Encourager l'utilisation de Transport en commun.</p> <p>Organiser des voies piétonnes et pistes cyclables.</p> <p>Faciliter le déplacement dans l'aire d'étude</p> <p>Création des aires de stationnement de qualité.</p>

Tableau 5: Points forts, faibles, enjeux et objectifs du contexte mobilité. Source : auteur, 2019.

3.3.3. Contexte activité et commerce



Carte 25: Activité et commerce dans l'aire d'étude. Source: PDAU Guelma traité par l'auteur, 2019.

Comme nous l'avons déjà dit, l'aire d'étude possède une riche mixité fonctionnelle, on trouve l'activité résidentielle, religieuse, éducative, administrative et juridique. Mais l'activité principale est commerciale.

Dans le centre-ville, il y a plusieurs rues commerçantes telles que la rue d'Announa, la rue Mogador et la rue Abdel Hamid Ben Badis, mais elles souffrent de plusieurs dysfonctionnements : les commerçants exposent leurs marchandises devant les locaux occupant les trottoirs, ils souffrent également de la concurrence inégale avec les commerçants informels, ces derniers exercent et occupent également dans les rues.



Figure 87: Commerce informel de rue, rue d'Announa, Guelma. Source: cliché par l'auteur, 2019.



Figure 86: Commerce informel de rue, rue Mogador, Guelma. Source: cliché par l'auteur, 2019.

En ce qui concerne les marchés, il y en a deux, l'un du centre-ville "Hassan Harcha", qui est fermé en raison de l'incapacité de ses commerçants à concurrencer les commerçants informels qui les entourent et obligés de refuser d'y retourner après sa réhabilitation. L'autre est situé au

boulevard du volontariat, considéré comme le marché principal de la ville, c'est un endroit où le commerce informel et formel se mêlent entre eux.



Figure 89: Marché fermé, Hassan Harcha, Guelma. Source : cliché par l'auteur, 2019.



Figure 88: Commerce informel au marché du Boulevard du volontariat, Guelma. Source : cliché par l'auteur, 2019.

Le commerce informel s'exerce au niveau des espaces publics (vente de vêtements, les téléphones portables...), les rues et beaucoup plus dans les deux côtés de boulevard du volontariat, ou en trouve aussi un marché informel des vêtements pour hommes, notons également un problème d'hygiène lié au rejet aléatoire des déchets.



Figure 92: Commerce informel, place Hassan Harcha, Guelma. Source : cliché par l'auteur, 2019.



Figure 91: Commerce informel, jardin du boulevard du volontariat, Guelma. Source : cliché par l'auteur, 2019.

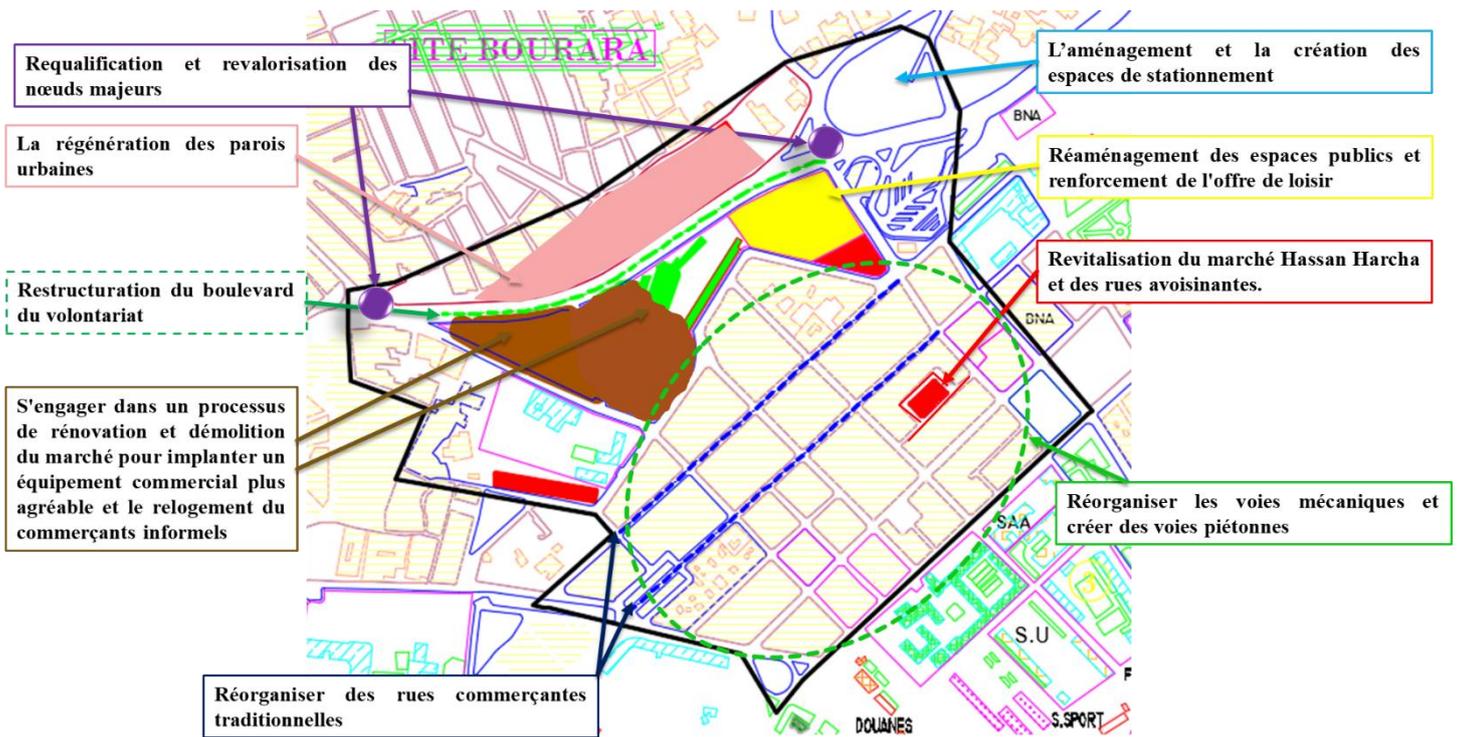


Figure 90: Problème d'hygiène, boulevard du volontariat, Guelma. Source : cliché par l'auteur, 2019.

Points forts	Points faibles	Enjeux	Objectifs
<p>Hierarchisation des activités.</p> <p>Une offre commerciale diversifiée.</p> <p>Des rues commerçantes dynamiques accueillant un nombre important de visiteurs et de clients.</p>	<p>Large présence du commerce informel causant des pertes pour les commerçants formels.</p> <p>Des rues commerçantes mal organisées.</p> <p>Manque d'installations de gestion des déchets et décharge aléatoire causant une nuisance olfactive.</p> <p>Manque d'équipements d'accompagnement d'activité commerciale (aire de stationnement, sanitaires publics...).</p>	<p>Réorganiser les rues commerçantes selon leurs contextes urbains et les équipements commerciaux</p> <p>Renforcer l'offre commerciale au boulevard du volontariat.</p>	<p>Organisez des rues commerçantes spécialisées en fonction du contexte patrimonial du centre-ville.</p> <p>Revitalisation du marché aux fruits et légumes Hassan Harcha et la rue qui l'entoure.</p> <p>Augmenter l'offre commerciale pour occuper les commerçants informels et régulariser leur état.</p>

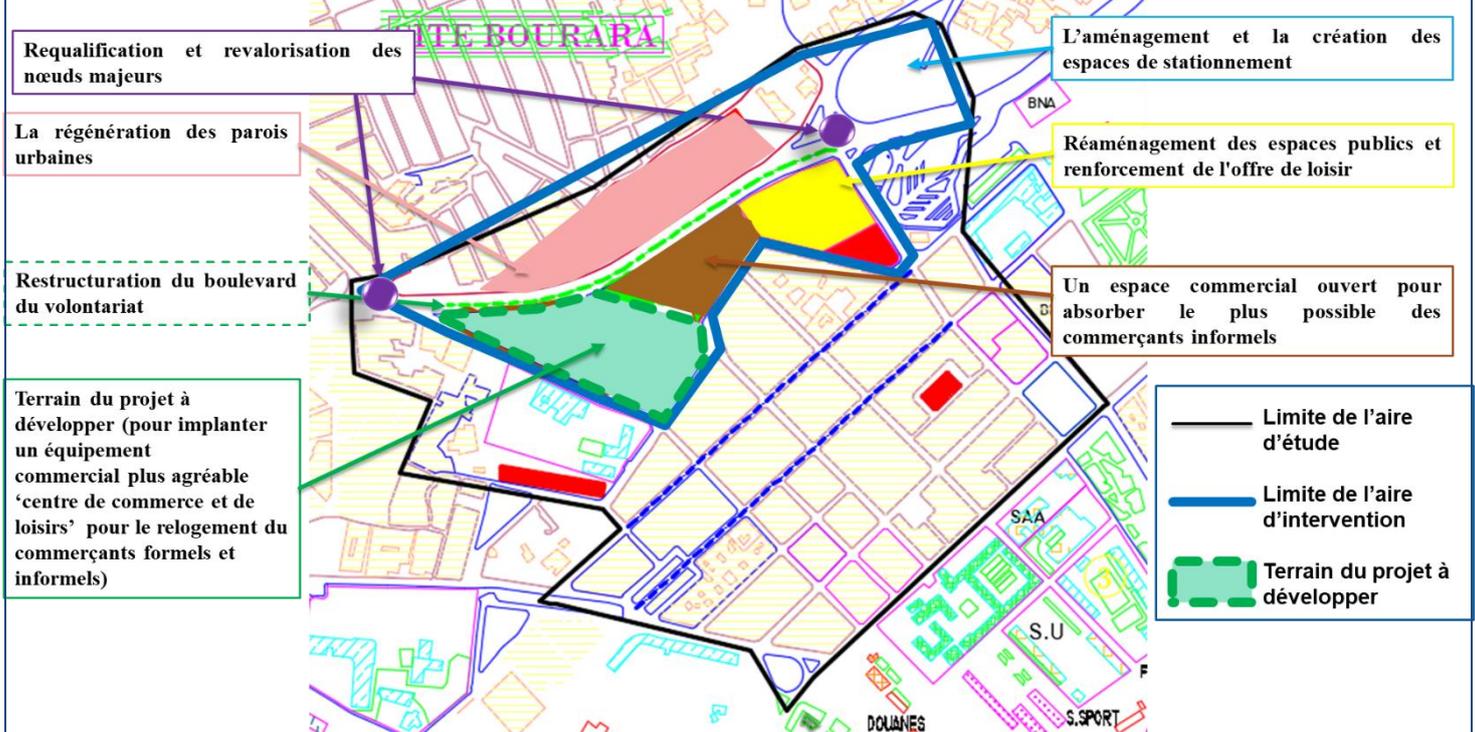
Tableau 6: Points forts, faibles, enjeux et objectifs du contexte activité et commerce. Source : auteur, 2019.

3.4. Scénario général et délimitation de l'aire d'intervention



Carte 26: Scénario général pour l'aire d'étude. Source : carte PDAU Guelma traitée par l'auteur, 2019.

A partir du scénario général, nous déterminerons l'aire d'intervention qui inclut la plupart des actions proposées, nous choisirons également le projet à développer, comme suit :



Carte 27: Limite de l'aire d'intervention et du terrain du projet à développer. Source : carte PDAU Guelma traitée par l'auteur, 2019.

4. Programme d'action

- Le projet à développer : Centre de commerce et de loisirs sur un terrain d'une superficie de 16000 m².
- Un espace public avec une double fonction ; loisirs et de commerce, y compris plusieurs emplacements ou kiosques pour des commerçants. Cet espace est d'une superficie de 6400 m².
- Un espace commerciale ouvert pour absorber le plus possible des commerçants informels. Cet espace est d'une superficie de 3000 m².
- Requalification et revalorisation des nœuds majeurs.
- Restructuration du boulevard du volontariat.

5. Conclusion

À la suite d'un diagnostic selon l'approche du projet urbain, nous avons pu déterminer un programme d'action sur un territoire spécifique, caractérisé par plusieurs dysfonctionnements, mais également de nombreuses possibilités de traiter notre cas d'étude et de situer notre projet commercial.

Chapitre III :
La programmation

CHAPITRE III : la programmation

1. Introduction

La programmation architecturale est une étape essentielle pour la conception d'un projet. A cet effet, le programme est considéré comme un guide de relation à établir entre « données » et « usages ».

L'étude du programme n'est qu'une proposition qui suit une méthodologie fondée sur la connaissance réelle et la compréhension de l'espace qui va abriter de telles activités et doit répondre à ses propres exigences fonctionnelles. Cette étude est élaborée à partir d'une définition explicative des recommandations fonctionnelles et normes techniques réclamées chaque activité et le cadre conceptuelle de chaque espace dans le centre de commerce et de loisir.

2. Le projet à développer : centre de commerce et loisir

2.1 Centre commercial classique

On appelle centre commercial un bâtiment ou ensemble de bâtiments regroupant un certain nombre de boutiques et commerces desservis par des allées piétonnes permettant aux clients de passer facilement d'un magasin à un autre. La plupart du temps, le centre commercial est généralement couvert, coupé de l'extérieur, équipé d'un système de climatisation, propose des services aux consommateurs... Son principal intérêt est de regrouper différents commerces en un seul et même endroit. Il est souvent construit autour d'une grande surface comme Hall, d'un grand magasin ou d'un hypermarché qui attire les consommateurs en masse et engendrent le trafic.⁶⁶

2.2 Centre de commerce et de loisirs

Les désirs des consommateurs ont changé en ce qui concerne la manière de procéder à leurs achats. Ils associent le terme « consommation » au concept du « plaisir ». Pour cela, les nouveaux centres commerciaux ont introduit les loisirs afin de répondre aux besoins des nouveaux consommateurs de se rendre dans un endroit agréable et divertissant en occultant souvent l'aspect pratique et commercial des centres classiques.⁶⁷

⁶⁶ Mémoire pour l'obtention du diplôme architecte. BENICHOU Achref. Le commerce et la ville ; pour une nouvelle attractivité commerciale à Casablanca. 2013. Ecole nationale d'architecture, Rabat, Maroc. P94.

⁶⁷ IBID. P97.

3. Le programme

3.1. Contenu du programme

Le programme élaboré doit contenir deux sortes d'éléments bien distincts :

- Des éléments constatés : données et contraintes.
- Des éléments imposés : besoins et exigences.

3.2. Recherche programmatique

La recherche programmatique a été orientée par un certain nombre de critères et d'objectifs :

- Vocation et potentialité de la région et du site de projection.
- Vocation de l'équipement ou de l'ensemble d'équipements qui apportera la solution à la problématique.
- Recherche des fonctions et activités principales propres au thème.
- Recherche des fonctions et activités secondaires pouvant renforcer l'attractivité du projet.

3.3. Analyse des exemples architecturaux

3.3.1. Centre de commerce et de loisirs BEB EZZOUAR

3.3.1.1. Présentation

Le centre de commerce et de loisirs BAB AZZOUAR est considéré parmi les premières étapes de développement dans l'Algérie sur l'aspect du commerce et du loisir parce qu'il s'agit du 1^{er} complexe qui s'est implanté spécialement pour répondre à tous les besoins qui correspondent au commerce et au loisir.



Figure 93: centre de commerce et de loisirs BAB AZZOUAR. Source: Mémoire de master. BEN ALI Selma. Centre de commerce et de loisirs. 2017. Département d'architecture, Bejaia, Algérie. P110.

3.3.1.2. Situation

Ce centre commercial situé en plein cœur du quartier d'affaires Bâb-Zouar situé 15 minutes en voiture de l'aéroport Houari-Boumediene, à proximité de l'hôtel Mercure et de l'hôtel Ibis, ainsi que de l'Université des sciences et technologies et de trois cités universitaires. Voyageurs et étudiants pourront ainsi y faire leurs courses en toute tranquillité et profiter d'activités et de loisirs. Les habitants des cités avoisinantes et autres localités d'Alger pourront également s'y rendre sans grande difficulté, tant l'accès y est facilité.



Carte 28: Situation du centre de commerce et de loisirs BAB AZZOUAR. Source: Mémoire de master. BEN ALI Selma. Centre de commerce et de loisirs. 2017. Département d'architecture, Bejaia, Algérie. P111.

3.3.1.3. L'accessibilité

Le projet est accessible à partir de trois accès piétons publics, Des deux autres accès donnent directement sur la cage d'escalier qui mène au 2^{ème} étage. Des deux autres accès donnent directement sur la cage d'escalier qui mène au 3^{ème} étage. Pour ce qui est de l'accès mécanique, il mène directement au parking de sous-sol et aux services.



Carte 29: Accessibilité du centre de commerce et de loisirs BAB AZZOUAR. Source : Mémoire de master. BEN ALI Selma. Centre de commerce et de loisirs. 2017. Département d'architecture, Bejaia, Algérie. P113.

3.3.1.4. La volumétrie

Le projet centre de commerce et de loisirs Bab Ezzouar se présente en volume monobloc sous formes géométriques, il est composé principalement de 03 volumes ;

➤ Volume 01 :

Ce volume est constitué d'un parallélépipède marqué l'horizontalité avec sa base rectangulaire qui renforce le projet.

➤ Volume02et 03

Ces 02 volumes sont des demi-cylindres marqués par leur verticalité qui constitue un repère pour le projet.

3.3.1.5. Traitement de la façade

Cette façade tient du style moderne avec l'utilisation d'éléments en verres pour exprimer la transparence et démarquer le projet dans son environnement.

Intrusion du rythme avec un module qui se dans la partie au milieu de la façade même chose pour les côtés, l'entrée est bien marquée par un élément décoratif, un cadre en maçonnerie.

On remarque que l'architecte a travaillé avec la symétrie et qu'il a essayé de donner à chaque composante un traitement spécial.



Figure 94: Volumétrie du centre de commerce et de loisirs BAB AZZOUAR. Source : Mémoire de master. BEN ALI Selma. Centre de commerce et de loisirs. 2017. Département d'architecture, Bejaia, Algérie. P116.



Figure 95: Façade du centre de commerce et de loisirs BAB AZZOUAR. Source : Mémoire de master. BEN ALI Selma. Centre de commerce et de loisirs. 2017. Département d'architecture, Bejaia, Algérie. P117.

3.3.1.6. Analyse de l'intérieur

L'ouvrage est principalement constitué de deux sous-sols, d'un rez-de-chaussée et de trois étages surélevés de deux tours en forme de segment d'arc de quatre étages chacune. Les dimensions en plan des deux sous-sols et des quatre premiers niveaux sont de 120m x 130 m environ.

Le projet se distingue par les spécificités suivantes :

Aspect architectural et fonctionnel exigeant certains espaces dégagés au niveau du RDC de même qu'aux niveaux inférieurs, une configuration géométrique particulière avec de grandes dimensions en plan (120 m x 130m), des décrochements importants en plan et en élévation, un sol hétérogène et de faible portance.

➤ RDC (hypermarché commerce)

Le RDC constituer d'un espace central qui permet la facilité d'accéder au

Différentes activités, on constate la dominance du commerce par rapport à la

À ce niveau on trouve un hypermarché de 7625m² occupe plus de moitié du niveau

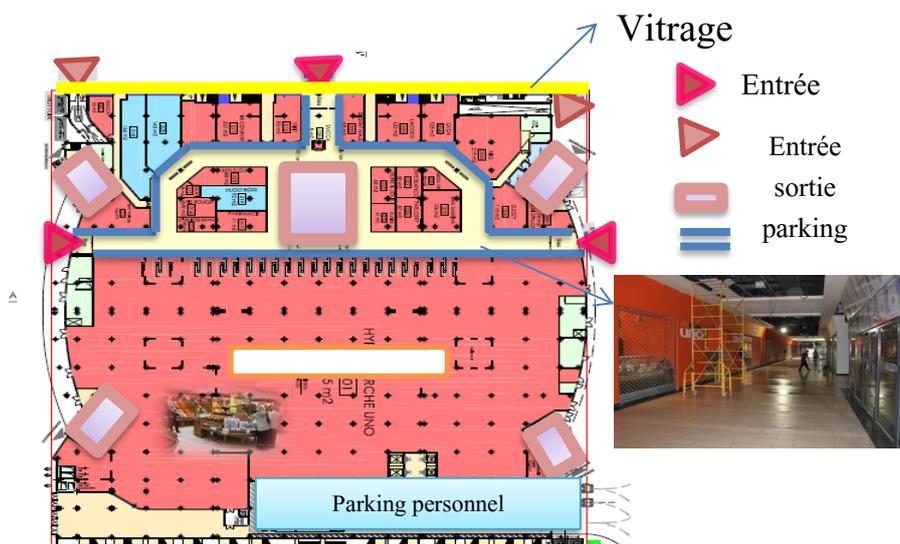
Cet hypermarché visera toute la clientèle, toutes les classes sociales pourront faire leurs

emplettes-cette surface est 2.5 de surfaces d'hypermarché existe déjà à Alger .ce niveau, se

trouvent d'autres commerces comme des pharmacies des opérateurs téléphonique et des

banques Il y a même un service de net pour les problèmes qui connaissent les habitants de

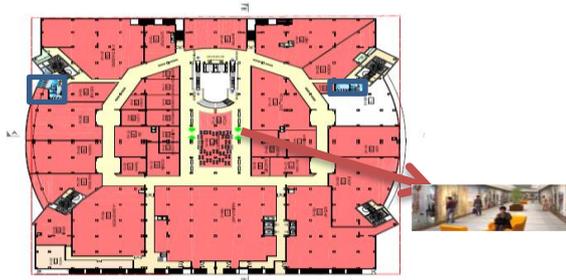
Bab Ezzouar



Carte 30: Plan RDC du centre de commerce et de loisirs BAB AZZOUAR. Source : Mémoire de master. BEN ALI Selma. Centre de commerce et de loisirs. 2017. Département d'architecture, Bejaia, Algérie. P120.

➤ **PLAN 1er étage (commerce)**

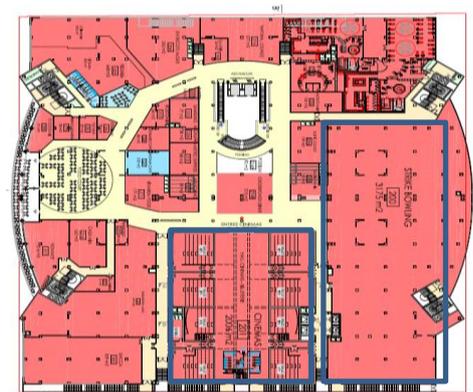
Le premier étage est constitué d'une trentaine de boutiques des modes des jouets et de décoration toute les marque confondues hommes et femme trouvent chaussures à leurs pieds mais le plus important est que toutes les bourses pouvant y trouver leur compte.



Carte 31: Plan 1er étage du centre de commerce et de loisirs BAB AZZOUAR. Source : Mémoire de master. BEN ALI Selma. Centre de commerce et de loisirs. 2017. Département d'architecture, Bejaia, Algérie. P121.

➤ **PLAN 2 ème étage**

Le deuxième étage est entièrement consacré aux loisirs et à la restauration. Un bowling de 18 pistes, un Food-court avec de la cuisine multiethnique, un espace de jeux pour enfants, une galerie d'art gratuitement mise à disposition des artistes locaux ainsi qu'un podium d'animation permettent aux familles de se divertir. A la fin de l'automne, un cinéma multiplex de huit salles, totalisant 1400 sièges, projettera à la fois des films en arabe et en français. Ces salles feront des projections à fréquence régulière (chaque deux heures) avec différentes projections par salle, touchant toutes les cibles. Ainsi, selon les promoteurs de ce projet.



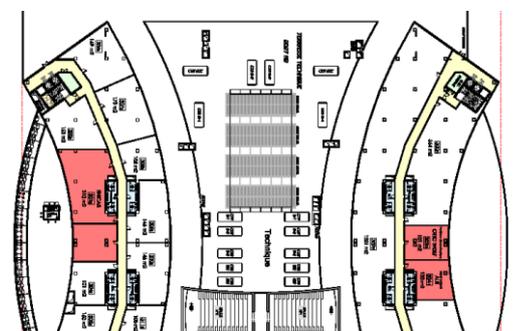
Carte 33: Plan 2 ème étage du centre de commerce et de loisirs BAB AZZOUAR. Source : Mémoire de master. BEN ALI Selma. Centre de commerce et de loisirs. 2017. Département d'architecture, Bejaia, Algérie. P122.

➤ **PLAN 3 ème étage**

Concernant le 3ème niveau de 20000m².

Le centre de commerce et de loisirs est constitué de 02 tours de 4 niveaux.

Le 1er niveau comporte des petits bureaux a été réservé par des sociétés locales, mais les grands sont pris par des sociétés étrangères.



Carte 32: Plan 3 ème étage du centre de commerce et de loisirs BAB AZZOUAR. Source : Mémoire de master. BEN ALI Selma. Centre de commerce et de loisirs. 2017. Département d'architecture, Bejaia, Algérie. P123.

3.3.1.7. Synthèse

➤ Du côté Urbain :

✓ Situation du projet :

Doit être à proximité d'équipements et regroupement d'habitations pour optimiser sa rentabilité.

✓ L'accessibilité :

Doit être desservi par un ou deux axes mécaniques et piétons.

✓ L'urbanité :

Introduction des places et placette devant l'accès au sien du centre.

➤ Du côté Architectural :

✓ La composition plane :

Elle doit être adéquate à son fonctionnement et à son organisation spatiale.

✓ Volumétrie :

Distinctive du tissu urbain et indique la nature du projet.

✓ Façades :

Le projet doit avoir des façades qui enrichissent la façade urbaine.

✓ Le fonctionnement interne :

Il doit suivre des dispositions spatiales bien étudié.

IL doit suivre les schémas et les organigrammes fonctionnels.

Il doit avoir une disposition spatio-fonctionnelle bien organisée.

Un programme assez riche (commerce, loisir, détente, divertissement, promenade).

Utilisation de l'éclairage naturel ainsi que l'artificielle.

Introduction des éléments naturels à l'intérieur du centre commercial afin d'offrir une Sensation de bien-être.

3.3.2. Mall Dubaï

3.3.2.1. Présentation

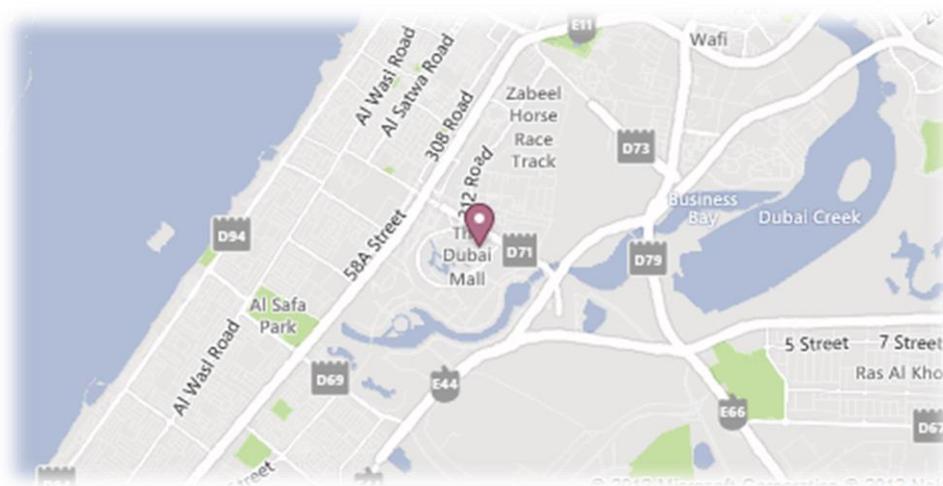
Le Dubaï Mall, le plus grand des centres commerciaux aux Émirats arabes unis avec 800000 m² de surface commerciale pour 1200 boutiques a ouvert ses portes le 4 novembre 2008. Selon son promoteur, Emaar Properties, il est le plus grand centre commercial au monde.



Figure 96: Mall Dubaï. Source : Mémoire de master. BEN ALI Selma. Centre de commerce et de loisirs. 2017. Département d'architecture, Bejaia, Algérie. P98.

3.3.2.2. Situation

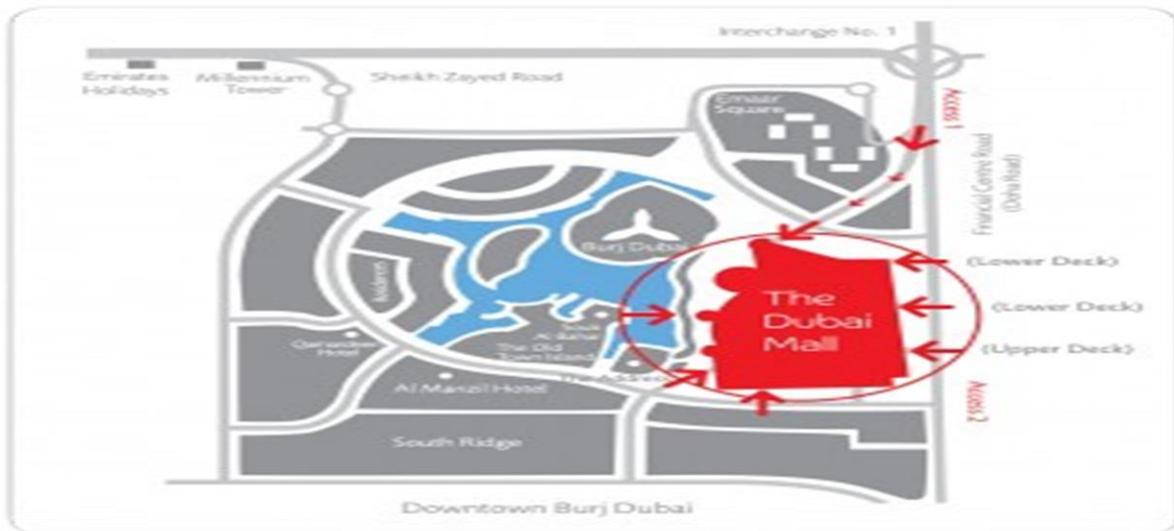
Le Mall est situé aux pieds du Burdj Khalifa, dont il fait partie intégrante de l'ensemble immobilier, à Dubaï.



Carte 34: Situation du Mall Dubaï. Source : Mémoire de master. BEN ALI Selma. Centre de commerce et de loisirs. 2017. Département d'architecture, Bejaia, Algérie. P99.

3.3.2.3. L'accessibilité

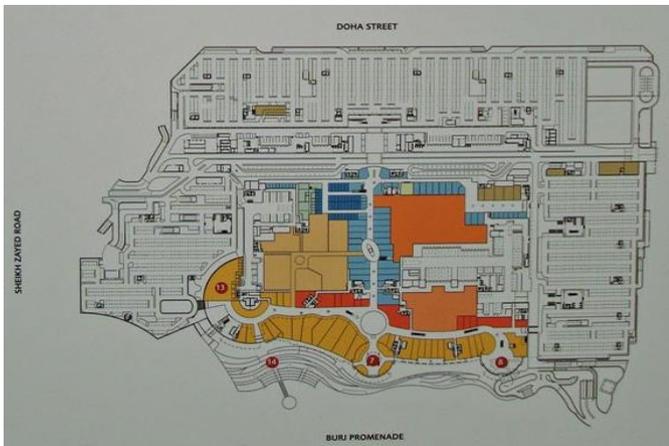
Le projet est accessible à partir de sept accès :



Carte 35: Accessibilité du Mall Dubaï. Source : Mémoire de master. BEN ALI Selma. Centre de commerce et de loisirs. 2017. Département d'architecture, Bejaia, Algérie. P100.

3.3.2.4. Analyse de l'intérieur

➤ Sous-sol



Carte 36: Plan sous-sol du Mall Dubaï. Source : Mémoire de master. BEN ALI Selma. Centre de commerce et de loisirs. 2017. Département d'architecture, Bejaia, Algérie. P102.

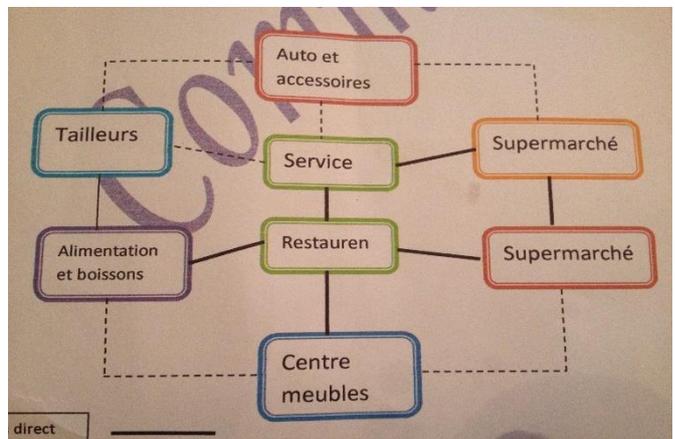
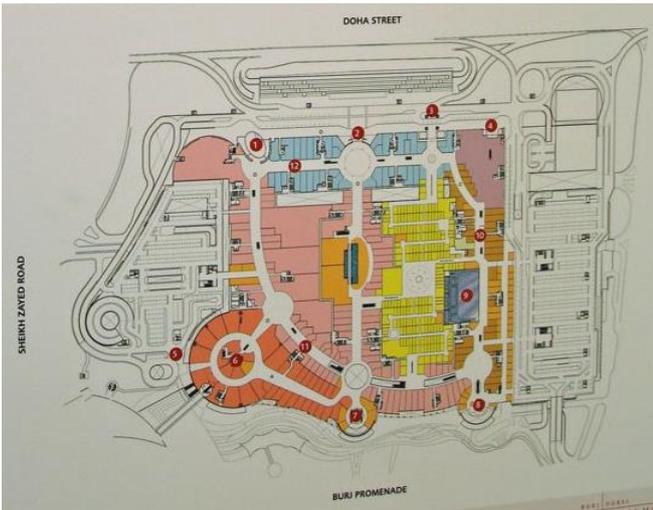


Schéma 2: Organigramme fonctionnel du sous-sol du Mall Dubaï. Source : Mémoire de master. BEN ALI Selma. Centre de commerce et de loisirs. 2017. Département d'architecture, Bejaia, Algérie. P102.

➤ **RDC**



Carte 37: Plan RDC du Mall Dubaï. Source : Mémoire de master. BEN ALI Selma. Centre de commerce et de loisirs. 2017. Département d'architecture, Bejaia, Algérie. P103.

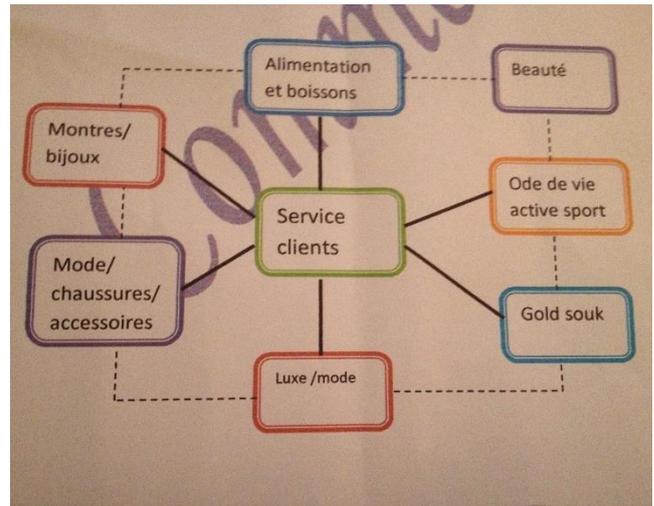


Schéma 3: Organigramme fonctionnel du RDC du Mall Dubaï. Source : Mémoire de master. BEN ALI Selma. Centre de commerce et de loisirs. 2017. Département d'architecture, Bejaia, Algérie. P103.

➤ **1 er étage**



Carte 38: Plan 1 er étage du Mall Dubaï. Source : Mémoire de master. BEN ALI Selma. Centre de commerce et de loisirs. 2017. Département d'architecture, Bejaia, Algérie. P104.

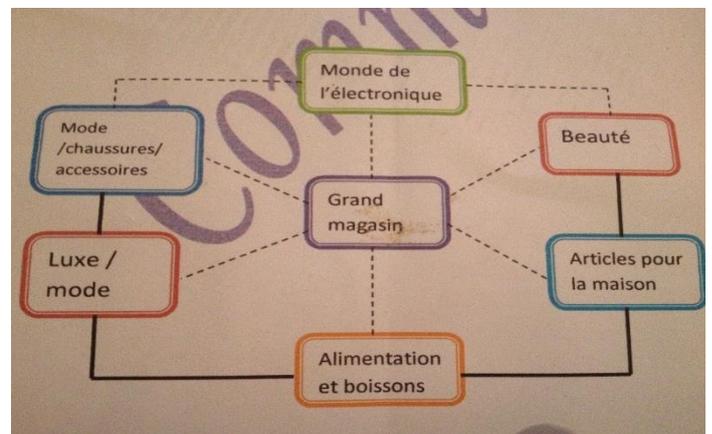
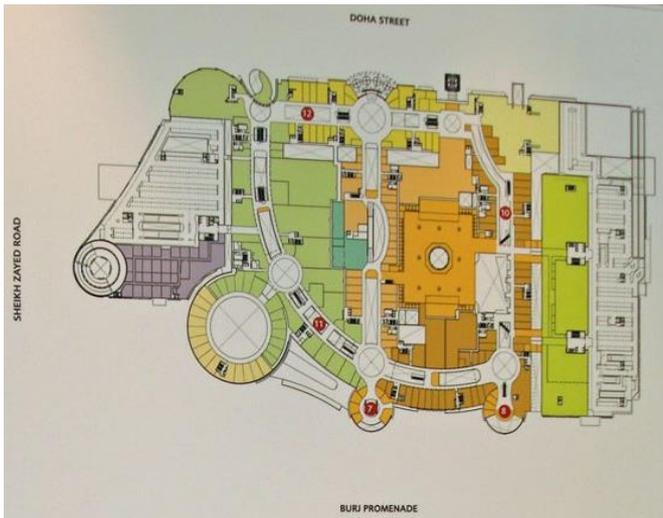


Schéma 4: Organigramme fonctionnel du 1 er étage du Mall Dubaï. Source : Mémoire de master. BEN ALI Selma. Centre de commerce et de loisirs. 2017. Département d'architecture, Bejaia, Algérie. P104.

➤ 2^{ème} étage



Carte 39: Plan 2^{ème} étage du Mall Dubaï. Source : Mémoire de master. BEN ALI Selma. Centre de commerce et de loisirs. 2017. Département d'architecture, Bejaia, Algérie. P105.

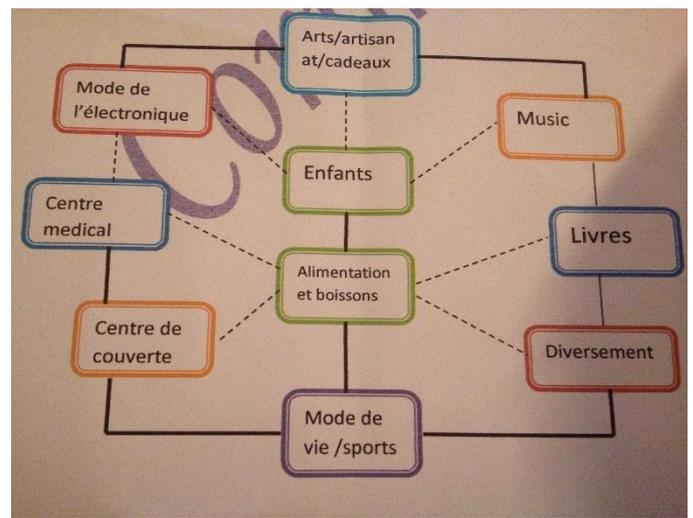


Schéma 5: Organigramme fonctionnel du 2^{ème} étage du Mall Dubaï. Source : Mémoire de master. BEN ALI Selma. Centre de commerce et de loisirs. 2017. Département d'architecture, Bejaia, Algérie. P105.

3.3.2.5. Synthèse

- ✓ Une diversité des espaces
- ✓ L'existence des fonctions principales shopping et loisir
- ✓ Pour l'avantage du service de tous les goûts le mall contient des centres commerciaux couverts, des boutiques et des rues d'offre commerciale de toit ouvert.
- ✓ Pour l'attraction des visiteurs le mall offre des espaces de détente comme l'aquarium et la patinoire ainsi que l'espace de ski... etc.
- ✓ Une présence des différents espaces que le visiteur les a besoin comme les restaurants et les cafétérias...Etc.

3.4. Le programme qualitatif

Le programme qualitatif de l'équipement commercial doit répondre aux objectifs de satisfaire des besoins en matière d'activités commerciales et d'échanges définis en fonction du niveau de population ciblée par le projet et sa localisation. Il nous permet de déterminer les différentes caractéristiques des espaces, et leurs vocations.

Ces besoins ont été identifiés selon trois catégories :⁶⁸

- ✓ **Activité de commerce** : Toutes les fonctions liées à l'exposition et à la vente, tels que : alimentation, habillement, produit cosmétique, chaussures, équipement de la maison, bijouterie et horlogerie... etc.
- ✓ **Activité de loisirs** : Regroupe les fonctions de détente et d'animation telle que les espaces de consommation, les aires de jeu ...etc.
- ✓ **Gestion et logistique** : Regroupe les fonctions liées à la gestion du magasin.

Comme espaces de ces activités, on trouve :

- **Services** : Parking, sanitaires...
- **Détente et loisirs** : Restaurants, cafétéria, salon de thé, médiathèque, salon de coiffure et de beauté....
- **Commerce** : espace de vente et d'exposition, boutiques, magasins...
- **Circulation** : halls, espace d'attente, escaliers, escalators, ascenseurs, montes de charges...

3.5. Le programme quantitatif officiel

Entité	Espace	Surface (m ²)
Boutiques de Luxe	Parfumerie	100
	Photographie	100
	Fleuriste	100
	Librairie	100
	Bijouterie	100
	Coiffures Femmes	60
	Coiffures Hommes	60
	Vidéotheque	50
	Parfumerie	30
	Mercerie	50

⁶⁸ Mémoire de master. BEN ALI Selma. Centre de commerce et de loisirs. 2017. Département d'architecture, Bejaia, Algérie. P137.

	Garniture Mariage	60
	Poterie	30
	Centre Matériel de Pêche	70
	Produit de Cuire	30
Magasins	Magasin de Meubles	250
	Magasin d'électroménager	120
	Magasin de Tapisserie	50
	Magasin de Lustre et Miroir	50
	Magasin Chaussures Hommes	90
	Magasins Chaussures Femmes	90
	Magasin Chaussures Enfants	90
	Magasins Prêt-à-porter Hommes	90
	Magasin Prêt-à-porter Femmes	90
	Magasins Prêt-à-porter Enfants	90
	Instrument Musicaux	90
	Magasin de Tissus	60
	Produit Cosmétiques	50
	Article de Bureau	90
	Papeterie	75
	Produit d'électroniques	90
	Dégraissage	100
	Magasin d'artisans	50
	Article de Ménage	60
	Jouer pour enfants	90
Article de Compagne	60	
Produits Informatique	60	
Espace de Jeu Enfants + Adultes	Salle de jeux	300
	Jeu de Billard	150
	Jeu Vidéo	150
Restauration	Self-Service	380
	Cafétéria	350
	Salon de Thé	300
Administration	Bureau Directeur	25
	Secrétariat	15
	Archive	15
	Salle de Réunion	60
	Attente	15
	Des Bureaux	A définir

Tableau 7: Programme officiel du centre de commerce et de loisirs. Source : Mémoire de master. BEN ALI Selma. Centre de commerce et de loisirs. 2017. Département d'architecture, Bejaia, Algérie. P141.

3.6. Le programme retenu

A- <u>MAGASINS</u> :	3720m²
-Magasin de prêt-à-porter hommes	170m ²
-Magasin de prêt-à-porter femmes	170m ²
-Magasin de prêt-à-porter enfants	170m ²
-Magasin vente de chaussures pour homme	150m ²
-Magasin vente de chaussures pour femme	150m ²
-Magasin vente de chaussures pour enfant	150m ²
-Magasin articles de sport	150m ²
-Magasin tapisserie	190m ²
-Magasin maroquinerie	170m ²
-Magasin électroménagers	190m ²
-Magasin matériels électroniques	150m ²
-Magasin de jouets	170m ²
-Magasin de tissu moderne	170m ²
-Magasin de tissu traditionnel	190m ²
-Magasin de matériel de pêche	150m ²
-Magasin de fourniture bureautique	150m ²
-Magasin d'accessoire auto	170m ²
-Magasin de lustres et miroirs	110m ²
-Magasin des sacs, cartables et valise	190m ²
-Magasin des meubles	110m ²
- Superette	400m ²
- Vente des plantes	100m ²
B- <u>MARCHEE</u> :	1100m²
-Légumes	240m ²
-Fruits	220m ²
-Dattes	30m ²
-Fruits d'importation	30m ²
-Viande	90m ²
-Poulet	90m ²
-Poisson	80m ²
-Fromages	40m ²
-Olives et cornichons	40m ²
-Fruits secs	40m ²
- Epices	50m ²
-Dépôts	120m ²
-Sanitaire	30m ²
C- <u>BOUTIQUES</u> :	1620m²
-Tabacs	30m ² .
- journaux	50m ² .

-Bijouteries	50m ² .
-Photographes	30m ² .
-Librairies	50m ² .
-Articles d'Horlogerie.	50m ² .
-Mercerie	40m ² .
-Taxiphone	40m ² .
-Disques et cassettes	30m ² .
-Pharmacie	100m ² .
-Salon de coiffure homme	40m ² .
-Salon de coiffure femme	40m ² .
-Fleuriste	40m ² .
-Vente de garnitures	40m ² .
-Opticien	30m ² .
-Cordonnier	40m ² .
-Dégraissage	100 m ²
-Produits de gâteaux et emballage	80m ²
-Atelier de couture	100m ²
-Location des robes	60m ²
-Vente de robes traditionnelles	100m ²
-Parfumeries	50 m ²
-Salon de coiffure homme	50m ²
-Lunetterie	50 m ²
-Article de garniture	50 m ²
-Article d'artisanat	50 m ²
-cosmétique	50 m ²
- Argent et accessoires	50 m ²
- Kiosque	30 m ²
-Sanitaires	
D- <u>DETENTE ET LOISIR :</u>	2230 m²
1- <u>Aire de jeux :</u>	600 m ²
2- <u>Restauration :</u>	
a. <u>Restaurant classique :</u>	
-Salle de restauration	250 m ²
-Cuisine	130 m ²
-Chambres froides	60 m ²
-Dépôt journalier	50m ²
-Dépôt permanent	110m ²
-Vestiaire homme + sanitaires homme	20 m ²
-Vestiaire femmes+ sanitaires femmes	30 m ²
b. <u>Restaurant self-service :</u>	200m ²
c. <u>Cafétéria :</u>	190 m ²
Sanitaires	40m ²

3- <u>LA CULTURE</u> :	
4- La bibliothèque :	
- Salle de lecture adulte	200m ²
-Salle de lecture enfant	160m ²
-Salle de prêt	60 m ²
-Dépôts	50m ²
-Salle périodique	40m ²
-Sanitaires	40 m ²
E- <u>ADMINISTRATION</u> :	180m ²
- Bureau directeur	30m ²
-secrétariat	15m ²
-salle de réunion	30 m ²
-Bureau de comptabilité	50m ²
-Bureau personnel	20m ²
-Bureau gestionnaire	20m ²
-Bureau de control	15m ²
marchandise	15m ²
-Bureau personnel	15m ²
-Planning	15m ²
-Réception	15m ²
-Bureau consommateur	20m ²
-Archive	12m ²
-Sanitaires	15m ²
F- <u>LOCAUX TECHNIQUES</u> :	
-Factotum	80m ²
-Climatisation	80m ²
-Chaufferie	60m ²
- Groupe électrique	20m ²

Tableau 8: Programme retenu du centre de commerce et de loisirs. Source : traité par l'auteur, 2019.

3.7. Les objectifs et les intentions du programme

➤ Les objectifs

- ✓ Répondre aux besoins qui se font sentir en matière d'échange, et offrir une alternative aux commerçants informels.
- ✓ Faire de ce centre de commerce et de loisirs non seulement un lieu de regroupement mais aussi un lieu de détente et de loisirs.
- ✓ Assurer la continuité urbaine entre le centre-ville et le boulevard du volontariat.
- ✓ Compléter et équilibrer le boulevard du volontariat.
- ✓ Donner une vision moderniste au site.

- ✓ Offrir un maximum d'espaces et de fonctions répondant aux divers besoins des utilisateurs
- ✓ Une bonne distribution du flux.
- ✓ Une bonne lecture des espaces.
- ✓ Une ambiance agréable pour les visiteurs.
- ✓ Refléter l'image d'une ville moderne.

➤ **Les intentions**

- ✓ **Intégration urbaine harmonieuse dans la conception architecturale par**
 - ❖ Une souplesse d'utilisation des équipements
 - ❖ Des circulations claires et fluides
 - ❖ Une diversité d'accès

- ✓ **Une affirmation architecturale du projet**
 - ❖ De par ses formes géométriques pures au niveau du centre le projet symbolise la projection de l'Algérie vers l'avenir.

- ✓ **Une ouverture du projet vers l'extérieur**
 - ❖ Vues panoramiques vers le boulevard du volontariat.
 - ❖ Accès aisé vers le boulevard.

- ✓ **Fonctionnalité des espaces**
 - ❖ Spécialiser les différents flux de l'équipement.
 - ❖ Relations aisées entre les différentes fonctions et les différents niveaux.
 - ❖ Répondre à des critères de travail innovants : flexibilité des espaces commerciaux, transparence et ouverture.

- ✓ **Continuité visuelle des espaces**
 - ❖ Atrium, mezzanines, verrières.
 - ❖ Formes géométriques pures.
 - ❖ Accès ouverts et accueillants.
 - ❖ Circulations intérieures et extérieures.

3.8. Les organigrammes spatiaux-fonctionnelles

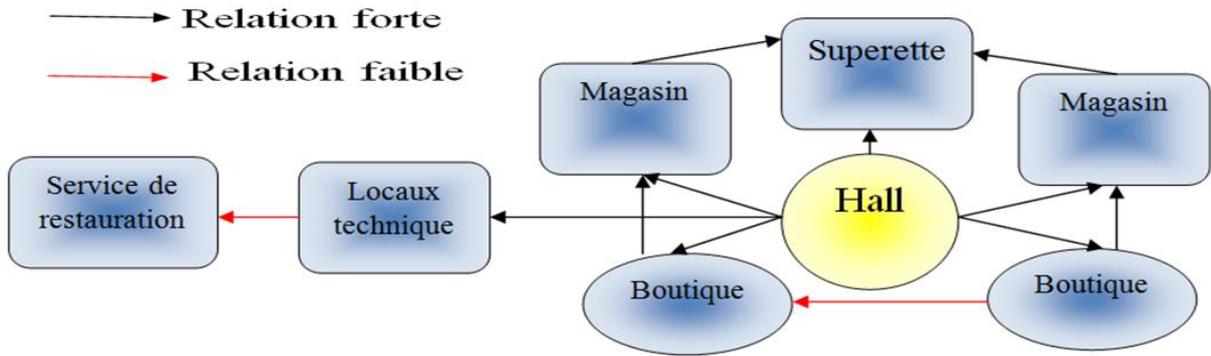


Schéma 7: Organigramme spatio-fonctionnel de l'entresol du centre de commerce et de loisirs. Source : traité par l'auteur, 2019.

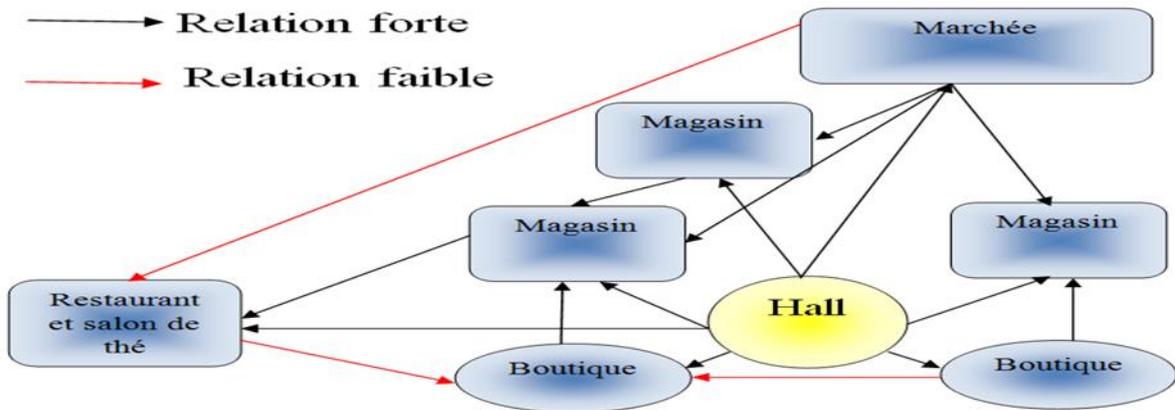


Schéma 6: Organigramme spatio-fonctionnel du RDC du centre de commerce et de loisirs. Source : traité par l'auteur, 2019.

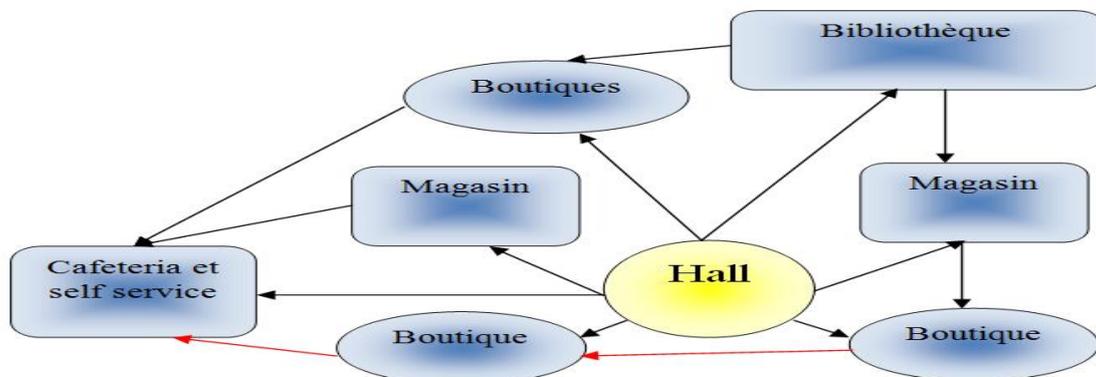


Schéma 8: Organigramme spatio-fonctionnel du 1er étage du centre de commerce et de loisirs. Source : traité par l'auteur, 2019.

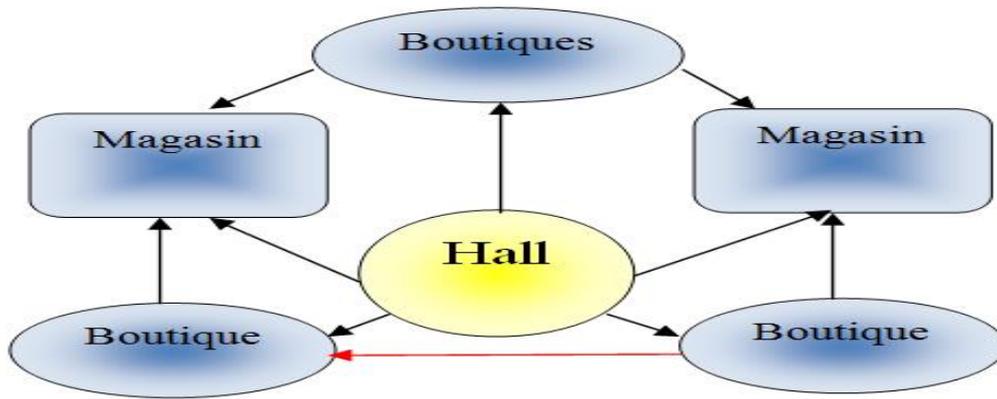


Schéma 9: Organigramme spatio-fonctionnel du 2ème et 3ème étage du centre de commerce et de loisirs. Source : traité par l'auteur, 2019.

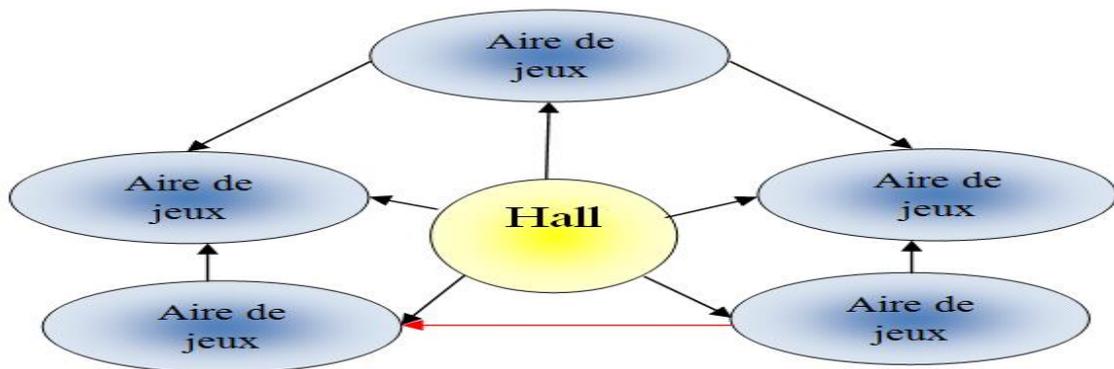


Schéma 10: Organigramme spatio-fonctionnel du 4ème étage du centre de commerce et de loisirs. Source : traité par l'auteur, 2019.



Schéma 11: Organigramme spatio-fonctionnel du 5ème étage du centre de commerce et de loisirs. Source : traité par l'auteur, 2019.

4. Conclusion

Dans ce chapitre, nous avons pu déterminer un programme spécifique en identifiant les objectifs et les intentions en fonction des besoins et des problèmes cités précédemment. Nous avons également précisé la relation entre chaque espace du centre de commerce et de loisirs.

Chapitre IV :
Analyse du terrain

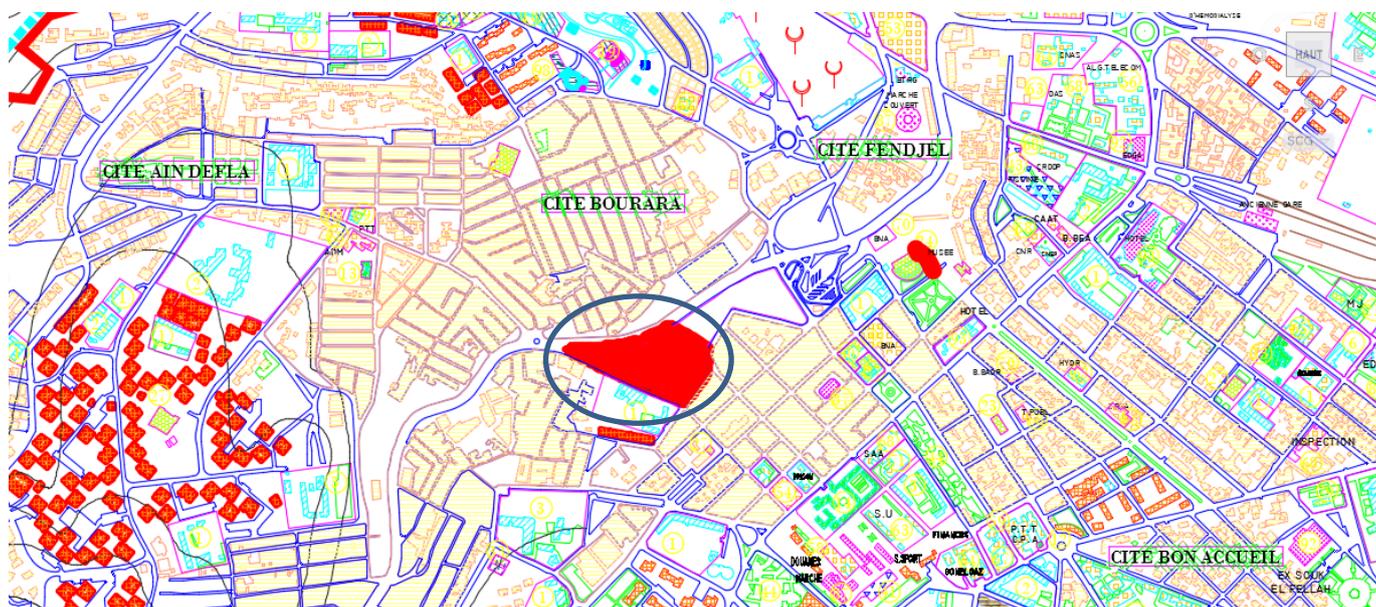
CHAPITRE IV : Analyse du terrain

1. Introduction

Le terrain choisi est occupée par un marché dégradé et un lieu important de commerce informel, qui doit être démoli afin d'implanter notre projet.

2. Situation

Le terrain choisi est situé sur le boulevard du Volontariat, dans une zone commerciale spécifique reliant le vieux tissu du centre-ville et les cités périphériques.



Carte 40: Situation de terrain .

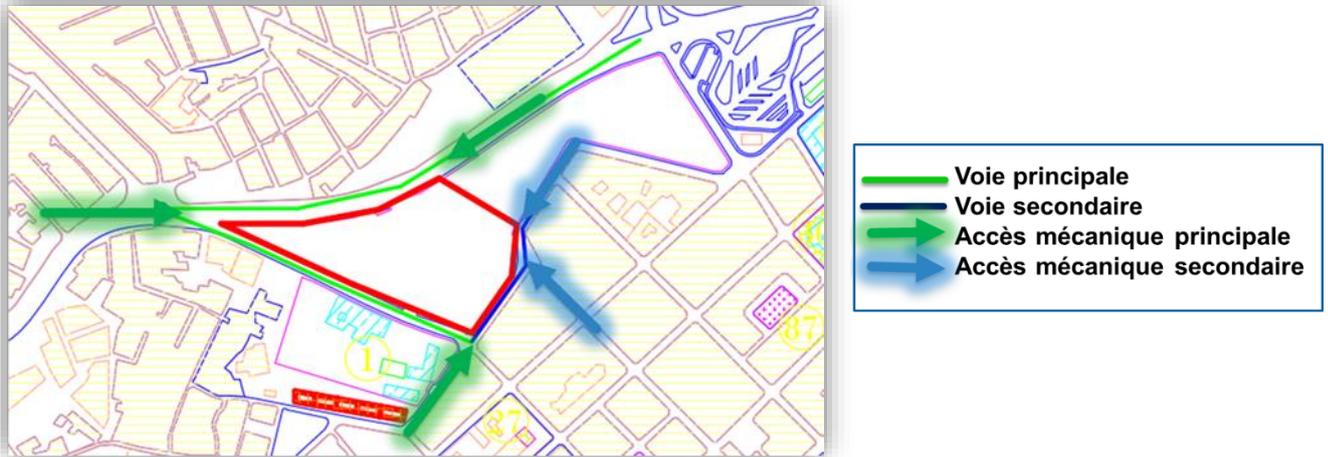
Source: carte PDAU Guelma traitée par l'auteur, 2019.



Figure 97: Marché du boulevard du volontariat. Source: cliché par l'auteur, 2019.

3. L'accessibilité

Le terrain est situé dans un endroit bien accessible, à partir des principales voies mécaniques, telles que le boulevard volontaire, et d'autres voies secondaires reliant le terrain au centre-ville.

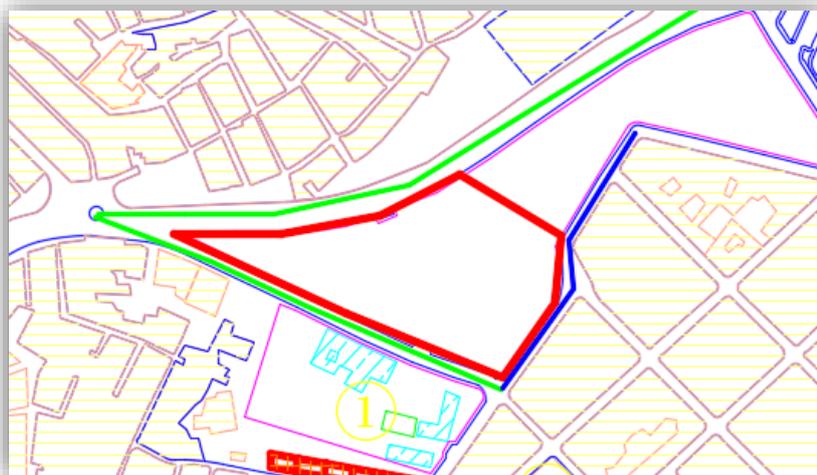


Carte 41: Accessibilité sur le terrain.

Source : Carte PDAU Guelma traitée par l'auteur, 2019.

4. Morphologie du terrain

Notre terrain d'intervention possède une forme trapézoïdale d'une superficie de 16000 m².



Carte 42: Morphologie du terrain.

Source : Carte PDAU Guelma traitée par l'auteur, 2019.

5. Topographie du terrain

On constate que le terrain possède une pente légère de 05%



Figure 98: Coupe topographique du terrain.

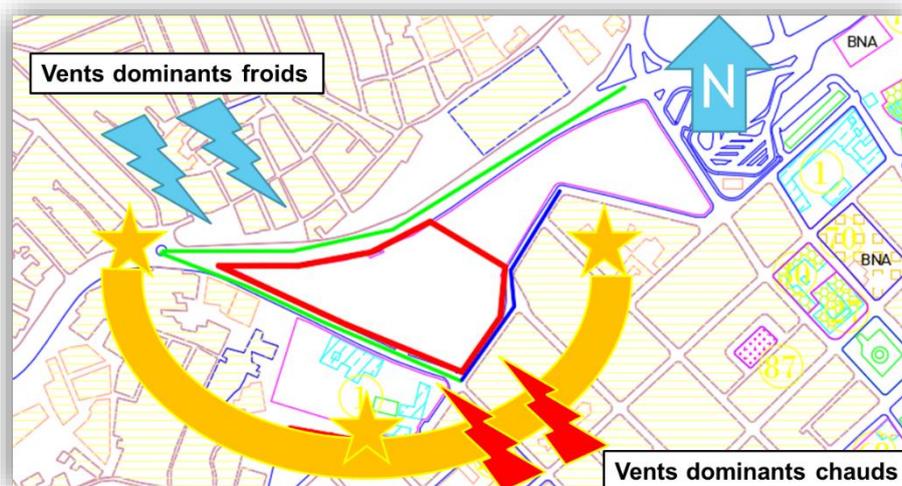
Source: google earth.

Ce terrain légèrement en pente nous aide à gérer le stationnement et la circulation dans le projet.

6. L'ensoleillement et la ventilation

Le terrain est bien exposé aux rayons solaires et bien ventilé.

L'inclinaison de ce terrain vers le nord-ouest garantit que chaque point à l'intérieur des limites reçoit les rayons solaires.



Carte 43: L'ensoleillement et la ventilation.

Source: carte PDAU Guelma traité par l'auteur, 2019.

7. Conclusion

Le terrain choisi présente plusieurs avantages en termes d'importance de son emplacement par rapport au centre-ville, son accessibilité et d'autres raisons, ce qui en fait le lieu idéal pour l'implantation de notre équipement.

Chapitre V :
Conception architecturale

CHAPITRE V : Conception architecturale

1. Introduction

Le but de ce chapitre est de faire une conception architecturale pertinente, en suivant les étapes du schéma de principe et la genèse de la forme.

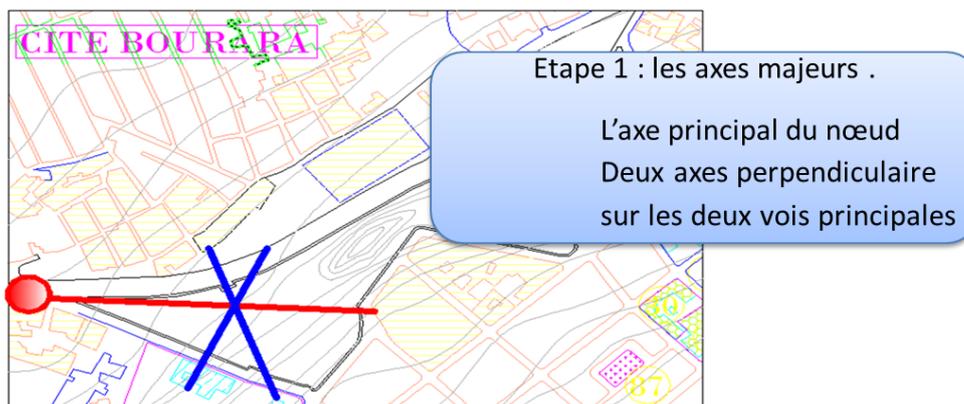
2. Schéma de principe



Schéma 12: Schéma de principe. Source : PDAU Guelma traité par l'auteur, 2019.

3. Genèse de la forme

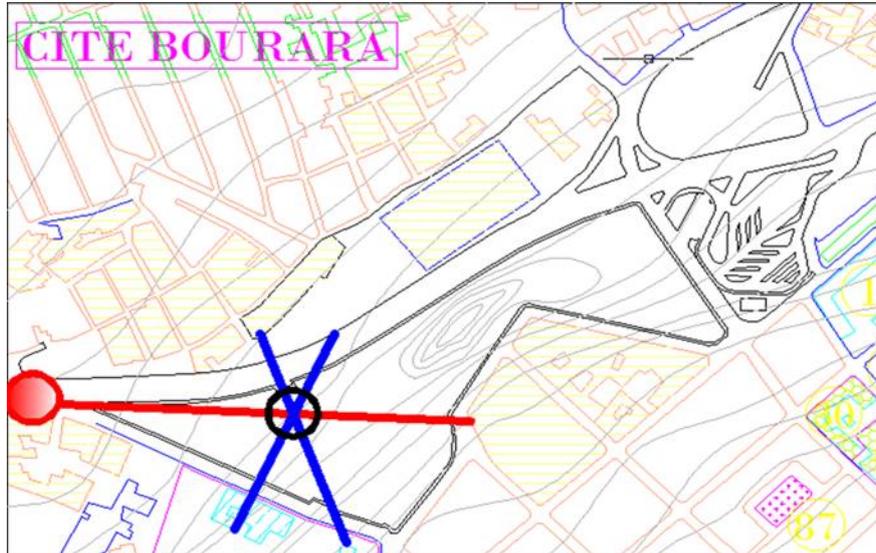
➤ Étape 01 : les axes majeurs



Carte 44: Genèse de la forme, étape 01. Source : traité par l'auteur, 2019.

➤ **Etape 02 :**

A l'intersection de nos axes majeurs, on met la forme circulaire qui signifie un noyau central, pour faire l'entrée principale de mon centre de commerce et de loisirs.



Carte 45: Genèse de la forme, étape 02. Source : traité par l'auteur, 2019.

➤ **Etape 03 :**

On a développé la forme par l'ajout des trois rectangles chaque un est aligné avec une voie qui entoure notre terrain.



Carte 46: Genèse de la forme, étape 03. Source : traité par l'auteur, 2019.

➤ **Etape 04 :**

On a fait une soustraction de la forme de base (cercle) pour agrandir mon noyau central, ensuite, pour éclater ma forme compacte, on a ajouté des articulateurs qui relient les formes secondaires avec le noyau.



Carte 47 : Genèse de la forme, étape 04. Source : traité par l'auteur, 2019.

4. Conclusion

En utilisant une méthode basée sur les intentions et les objectifs du programme, et aussi le Schéma de principe et les étapes de la genèse de la forme, nous avons pu développer avec succès une conception architecturale qui correspond à l'environnement de l'équipement qui répond aux besoins du commerçant et du consommateur.

CONCLUSION

GENERALE

CONCLUSION GENERALE

Cette recherche est le résultat d'un travail sincère, que j'utilise à la fois avec mes connaissances académiques et mes connaissances quotidiennes, motivée par le désir de participer au développement de notre pays, en protégeant ses villes de l'un des phénomènes les plus nocifs qui menacent notre société, notre environnement et notre économie, ce souhait que j'ai eu est un point auquel j'avais déjà réfléchi avant même de commencer ma formation universitaire, cela m'a toujours fait penser aux solutions de rechange pour ceux qui la pratiquent et pour ceux qui en ont bien besoin en raison de leur situation sociale, j'étais vraiment motivé à faire tout ce qui était en mon pouvoir pour parvenir à un résultat satisfaisant.

Pour atteindre mes objectifs, j'ai commencé par rassembler autant de bases théoriques que possible sur les relations entre ville et commerce, les causes et les conséquences de l'émergence et du développement du commerce informel, mesures utilisées par plusieurs autorités pour faire face à ce phénomène. À la suite de cette recherche, j'ai pu choisir des expériences réussies. Dans la deuxième partie, j'ai étudié et analysé notre cas d'étude afin de mieux comprendre ses spécificités, afin de pouvoir déterminer et adapter le plus rapidement possible les expériences réussies aux besoins de notre aire d'étude. Enfin dans la troisième et dernière partie, j'ai appliqué les mesures données par les conclusions des deux premières parties sous la forme d'un programme d'action sur notre site et d'un programme de création d'un centre de commerce et de loisirs, contient autant que possible des activités exercées par des commerçants informels afin de leur donner une alternative acceptable et de garantir que les mesures prises seront efficaces et faciles à utiliser pour les vendeurs et les consommateurs.

Bibliographie

Ouvrages

Péron R., les boîtes les grandes surfaces dans la ville, éd. L'Atalante, Nantes, 2004, 398 p.

Pierre Merlin, Françoise Choay et al. Dictionnaire de l'urbanisme et de l'aménagement, Paris, PUF, 1988, 723p.

Roberto CAMAGNI et Maria Cristina GIBELLI, Développement urbain durable : quatre métropoles européennes à l'épreuve, 1 vol., Monde en cours. Série Prospective et territoires, ISSN 1243 0404 (La Tour d'Aigues : Éd. de l'Aube, 1997). 175p.

SCHERER H., Histoire du commerce de toutes les nations, depuis les temps anciens jusqu'à nos jours, traduit de l'allemand par RICHELOT H. et VOGEL C., Paris, Capelle. 684p.

COTTA, A., 1995, Dictionnaire des sciences commerciales et économiques, Dalloz, 485p.

GEORGE P., Dictionnaire de la géographie, Presses universitaires de France, 1970. 224p.

Geist J-F, Le Passage, un type architectural du XIXe siècle, 3ème éd. Mardaga, Bruxelles, 1982, 623 p

Mohamed Seghir FEREDJ « histoire de TIZI OUZOU des origines à 1954 », édition entreprise Algérienne de presse ENAP, 1990, 228p.

Mémoires

Mémoire pour l'obtention du diplôme architecte. **BENICHOU Achref**. Le commerce et la ville ; pour une nouvelle attractivité commerciale à Casablanca. 2013. Ecole nationale d'architecture, Rabat, Maroc.

Mémoire pour l'obtention du diplôme de master en science de gestion ; Etude du commerce informel « Cas de la wilaya de Bejaia », **Bendif hamida** 2013.

Mémoire de fin d'étude ; « L'espace marché : mutation ou résurgence ? Le cas d'Oran ». p22.

Mémoire de fin d'étude ; **Serik Selma Rouan** « les galeries marchandes, grandes et petites surfaces commerciales à Oran ».

Mémoire pour l'obtention du diplôme de Master II en Architecture, **SABOUR Abderezak**. Regard sur l'architecture commerciale en Algérie : Cas d'étude centre commerciale et de loisirs BAB EZZOUAR et PARK MALL, Université de Bejaia. 2017.

Mémoire de magister en Urbanisme, **MOSBAH Zoubir**. Urbanisme Colonial du XIXème et XXème Siècle de la Ville de Constantine : Confrontation de deux systèmes de représentation, Université Mentouri de Constantine. 2008.

Mémoire magister. **BENZERARI SELMA**. L'évolution des quartiers anciens« quels enjeux urbains » cas d'étude : la cite – bon accueil-Guelma. 2013, université Baji Mokhtar Annaba.

Mémoire master. **SAYAD BOUTHENA**. L'approche participative pour un habitat durable a Guelma. Guelma ,2017.

Rifi Chems Sabah.Le logement collectifs : mécanisme pluriels pour une qualité architecturale singulière (cas d'étude la ville de Guelma ; soutenu en 2008 à Constantine.

Mémoire de master. **BEN ALI Selma**. Centre de commerce et de loisirs. 2017. Département d'architecture, Bejaia, Algérie.

Webographie

<http://www.cairn.info/>

<http://www.memoireonline.com/>

<http://www.aurba.org/>

<https://www.persee.fr/doc/>

<http://projet-urbain.blogspot.com/2013/03/projet-urbain-definition.html>

<http://www.environnement.gouv.qc.ca/developpement/definition.html>

http://www.brodhag.org/article.php3?id_article=43

<https://www.algerie-focus.com/2017/03/economie-linformel-represente-45-pnb/>

Site officiel du le ministère algérien du commerce : <https://www.commerce.gov.dz/e-resorption-du-marche-informel>

<https://www.commerce.gov.dz/e-resorption-du-marche-informel>

<http://www.radioalgerie.dz/news/fr/content/141695.html>

<http://www.lexpressiondz.com/actualite/283503-ce-fleau-qui-gangrene-l-algerie.html>

<http://sabf.fr/hist/arti/sabf193.php>

<http://www.algeriepyrenees.com/article-Algérie-culture -l-histoire-des-pheniciens-en-algerie-66010561.html>

<http://algerieterredafrique.blogspot.com/2012/11/la-presence-carthaginoise-en-algerie.html>

http://www.maroc-trip.com/Visiter-Voyage/34-Tetouan-Les_souks

<https://placejeanjaures.soleam.net/>

<https://fr.villedesale.ma/>

www.googleimage.com

Revues

Extrait du Rapport Brundtland 1987.

Les dossiers FNAU.N°07-Mai 2001.Fédération Nationale des Agences d'Urbanisme-paris.

BONDUE, J.P. 2000, « Le commerce dans la géographie humaine », Les Annales de géographie, n°611, 102p.

PIRENNE H., Les villes au moyen âge, Essai d'histoire économique et sociale, Bruxelles, Maurice Lamertin, 1927.

Médina de Tétouane : le potentiel d'un désordre apparent, Daniel Pinson.

Journaux

COURCIER, S. 2005, Le journal canadien de la recherche urbaine.

JOURNAL OFFICIEL DE LA REPUBLIQUE ALGERIENNE N° 15 Loi n° 06-06 du 21

Moharram 1427 correspondant au 20 février 2006 portant loi d'orientation de la ville.

Article ; Le commerce transnational « informel », vecteur d'une nouvelle hiérarchie de lieux.

L'exemple de la périphérie urbaine de Salé (Maroc).