

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Université 8 Mai 1945 Guelma



Faculté des sciences et de la technologie
Département d'architecture
Laboratoire de domiciliation LGCH de Guelma

THÈSE
EN VUE DE L'OBTENTION DU DIPLOME DE
DOCTORAT EN 3^{ème} CYCLE (LMD)

Domaine : Architecture, Urbanisme et Métiers de la Ville.

Filière : Architecture

Spécialité : Architecture durable et projet urbain

Présentée par

M^{me} HAUCHE Amina

Intitulée

**L'IMPACT DE LA DEVITALISATION COMMERCIALE SUR
LA CENTRALITE URBAINE, CAS DU CENTRE VILLE DE SETIF**

Soutenue le : 18/12/2023

Devant le Jury composé de :

Nom et Prénom

Grade

M ^r ALKAMA Djamel	Professeur	Univ. de 8 Mai 1945 Guelma	Président
M ^r LAZRI Youcef	Professeur	Univ. de 8 Mai 1945 Guelma	Encadreur
M ^r MADANI Said	Professeur	Univ. de Ferhat Abbas Sétif 1	Co- Encadreur
M ^r AICHE Messaoud.	Professeur	Univ. de Constantine 3	Examineur
M ^{me} JAOUAD Fatima Zahra	MCA	Univ. de 8 Mai 1945 Guelma	Examinatrice
M ^{me} SALAH-SALAH Hanna	MCA	Univ. de 8 Mai 1945 Guelma	Examinatrice

Année Universitaire : 2023/2024

Dédicace :

Je dédie ce travail doctoral

A l'âme de mon père.....Brahim.

A ma mère qui m'a soutenu et encouragé durant ces années d'études.

Qu'elle trouve ici le témoignage de ma profonde reconnaissance.

A mon marie Mounir, qui m'a énormément soutenu dans les moments les plus difficiles

Il m'a chaleureusement supporté et encouragé tout au long de mon parcours.

A ma Sœur Azziza à mes frères Kaddour et Hamza , qui ont partagé avec moi tous les moments d'émotion lors de la réalisation de ce travail.

A mes enfants Sidra ,Ahmed Mokhtar et Alia , à qui je demande pardon de ne pas pouvoir être tout le temps avec eux.

A ma famille, mes proches et à ceux qui me donnent de l'amour et de la vivacité.

A tous ceux que j'aime.

Remerciement

En premier lieu, je tiens à remercier mon directeur de thèse P^r LAZRI Youcef pour son encadrement de mon travail doctoral et je tiens aussi à remercier vivement mon co-encadreur de thèse P^r MADANI Said Pour l'aide précieuse qu'il m'a apportée, pour sa patience et son engagement sérieux.

Je le remercie pour sa disponibilité, malgré ses charges pédagogiques et scientifiques multiples, il a toujours été disponible lors de mes sollicitations. Qu'il puisse trouver ici ma sincère reconnaissance. Il m'a aidé à surpasser cette phase délicate de «l'apprenti-chercheur» petit à petit avec la grandeur d'un maître émérite. Je tiens également à lui exprimer à quel point j'ai apprécié sa grande modestie, son respect sans faille des délais serrés de relecture des documents que je lui ai adressés et pour son professionnalisme exemplaire.

Je remercie les honorables membres de jury d'avoir accepté d'évaluer ce travail, par leurs temps précieux qu'ils m'ont accordé, pour que je puisse l'enrichir.

Je désire exprimer mes profonds respects pour tous mes enseignants du département d'architecture de l'université 8 Mai 1945 de Guelma pour ce qu'ils m'ont appris et pour leurs aide.

Je remercie également le département d'architecture de l'université Ferhat Abas Sétif 1 et toute l'équipe du laboratoire PUVIT pour le soutien et l'engagement sincère qu'elle m'a apporté dans la réalisation de cette thèse .

.

Résumé:

la dévitalisation commerciale des centres-villes s'observe dans la plupart des agglomérations urbaines à travers le monde, Contrasté d'un territoire à l'autre, il devient préoccupant, Tandis que les périphéries s'épanouissaient, les quartiers les plus anciens des villes ont entamé une longue période de déclin, perdant de la population résidentielle et des activités commerciales et aussi des activités de détail et commerciales, ce qui a conduit à des niveaux élevés de vacance et d'abandon dans les centres-villes traditionnels.

Dans cette recherche nous tentons de comprendre le phénomène de la dévitalisation commerciale du centre ville de Sétif, ville intermédiaire des hauts plateaux de l'Est algérien. L'objectif est de déterminer l'ampleur du phénomène de la dévitalisation commerciale et d'examiner son impact sur la centralité et l'organisation de l'espace du centre ville de Sétif.

une combinaison entre différentes techniques de recherches était indispensable ,des recherches bibliographiques , la récolte des données sur le terrain , des analyses cartographiques , morphologiques et statistique par la méthode ACM, des entretiens qualitatifs auprès des acteurs de la ville et des questionnaires menés avec 123 commerçants. Il s'est avéré que , la dégradation du bâti, les problèmes de litiges et les prix excessifs des loyers apparaissent comme les principales situations de la vacance commerciale. Plusieurs facteurs se conjuguent pour expliquer la dévitalisation commerciale ceux qui jouent un rôle significatifs sont le type du commerce et son emplacement par rue, avec une relation très resserrée avec le type d'occupation du local.

En finalité, ce travail peut aider à la mobilisation des acteurs publics et privés afin de mieux gérer et redonner de l'attractivité au centre historique de la ville de Sétif.

Mots-clés :

Dévitalisation, Centres villes, Villes intermédiaires, Déclin commercial, Sétif .

Abstract:

The commercial devitalization of city centres is observed in the most urban agglomerations around the world. Contrasting from one territory to another, it is becoming worrying. While the peripheries were flourishing, the older districts around the cities started a long period of decline, losing residential population and retail and commercial activities, which led to high levels of vacancy and abandonment in the traditional city centres.

In this research we attempt to understand the phenomenon of commercial dévitalization of the downtown of Setif, an intermediate town in the highlands of eastern Algeria. The objective is to determine the extent of the phenomenon of commercial devitalization and to examine its impact on the centrality and the organization of the space of the historic centre of Setif. The research techniques used combine a bibliography, cartographic and morphological studies, data collection in the field, the ACM method, qualitative interviews with the city's actors and questionnaires conducted with 123 shopkeepers. To this end, the deterioration of the buildings, the problems of disputes and the excessive prices of rents appear to be the main the main situations of commercial vacations. Several factors combine to explain the commercial devitalization those which play a significant role are the type of trade and its location per street, with a very close relationship with the type of occupation of the premises In fine, this work can help to mobilise public and private actors in order to better manage and restore the attractiveness of the historic centre of the city of Sétif.

Keywords

Devitalization, downtown, Intermediate cities, Decline of retail trade, Sétif

ملخص :

الشغور التجاري لمراكز المدن في معظم التجمعات الحضرية حول العالم على اختلافه من منطقة إلى أخرى ، أصبح معضلة العصر. في الوقت الذي أصبحت فيه الاحياء المتواجدة على أطراف المدينة مزدهرة ، بدأت الأحياء القديمة حول المدن فترة طويلة من التدهور ، وفقدت عدد السكان وأنشطة البيع بالتجزئة والأنشطة التجارية ، مما أدى إلى مستويات عالية من الشواغر والهجر في مراكز المدن التقليدية.

نحاول من خلال هذا البحث فهم ظاهرة الشغور التجاري للمركز التاريخي لمدينة سطيف ، وهي مدينة وسيطة في مرتفعات شرق الجزائر. الهدف هو تحديد مدى ظاهرة الشغور التجاري ودراسة تأثيرها على مركزية وتنظيم فضاء المركز التاريخي لمدينة سطيف. تجمع تقنيات البحث المستخدمة بين البليوغرافيا والدراسات الخرائطية والصرفية ، وجمع البيانات في الميدان ، وطريقة ACM ، والمقابلات النوعية مع ممثلي المدينة والاستبيانات التي أجريت مع 123 صاحب متجر. ولهذه الغاية ، يبدو أن تدهور المباني ومشاكل النزاعات وارتفاع أسعار الإيجارات هي الحالات الرئيسية للشغور التجاري. وتتحد عدة عوامل لتفسير الشغور التجاري تلك التي تؤدي دورا هاما هي نوع التجارة وموقعها لكل شارع، مع علاقة وثيقة جدا بنوع شغل المباني. و في الاخير يمكن لهذا العمل أن يساعد في حشد الجهات الفاعلة العامة والخاصة من أجل إدارة أفضل واستعادة جاذبية المركز التاريخي لمدينة سطيف.

الكلمات المفتاحية

الشغور التجاري ، مراكز تاريخية ، مدن وسيطة ، تراجع تجارة التجزئة ، سطيف

Dédicace.....	
Remerciement.....	
Résumé en Français.....	I
Résumé en Anglais.	II
Résumé en Arabe.....	III
Table de Matières	IV
L' index	XIII
Liste des acronymes.	XIII
Liste des tableaux.....	XIV
Liste des photos.....	XIV
Liste des figures.....	XV
Liste des Plans.....	XVII
INTRODUCTION GENERALE	1
Problématique	3
Hypothèses.....	7
Méthodologie d'approche	7
Cadres de la recherche	11
Objectifs et intérêts de la recherche.....	12
Structure de la thèse.....	12
Contribution et apport scientifique.....	14
PARTIE I : L'APPROCHE THEORIQUE, URBANISTIQUE ET COMMERCIALE :	
CHAPITRE I : POSTURES THEORIQUES.	
I.1.Introduction.....	15
I.2.Le phénomène de dévitalisation commerciale au centre ville.....	16
I.2.1.La dévitalisation commerciale du centre ville; Un phénomène des petites et moyennes villes.	16
I.2.2.La dévitalisation commerciale du centre ville ;Un phénomène prononcé dans les villes intermédiaires	17
I.2.3.La dévitalisation commerciale du centre ville ;Un phénomène purement occidentale	17
I.2.3.1.En Europe	17
I.2.3.2. États-Unis	18

I.2.3.3. En Angleterre et au Pays de Galles.....	18
I.2.3.4. Au Japon.....	18
I.2.3.5. En France.....	18
I.2.4. Comment peut on définir un commerce vacant ?	19
I.2.5. Six grandes familles des facteurs explicatifs de la dévitalisation commerciale	19
I.2.5.1 la diminution absolue ou relative de la population dans les centres-villes.	19
I.2.5.2 Les contraintes exercées par le site et l'organisation spatiale des centres-villes.....	20
I.2.5.3 La concurrence entre le commerce de centre-ville et le commerce de périphérie	20
I.2.5.4 Les évolutions dans les pratiques de mobilité des consommateurs.....	21
I.2.5.5 Les ventes réalisées en ligne, grâce à la diffusion d'internet.....	21
I.2.5.6 Les stratégies des acteurs, aux politiques publiques et à des dynamiques endogènes à l'activité commerciale.....	21
I.2.6. Les quartiers centraux : du déclin à la revitalisation.....	21
I.3. La Centralité urbaine et le commerce.....	21
I.3.1. La centralité et le centre ville	21
I.3.2. Les nouvelles centralités de la ville contemporaine	22
I.3.3. Centralité et le commerce.	23
I.4. -Définition d'une ville intermédiaire	23
I.5. Conclusion.....	23

CHAPITRE II : LA DYNAMIQUE URBAINE DE LA VILLE DE SETIF.

II.1 Introduction.....	25
II.2. Lecture sur la politique urbaine en Algérie à travers la mutation urbaine au centre ville de Sétif	26
II.2.1. La création du centre historique de la ville de Sétif	26
II.2.2. Développement de la Politique urbaine, plan d'urbanisme et rythme d'urbanisation.....	29
II.2.2.1. Du campement colonial des militaires (1837) sur les ruines romaines.....	31
II.2.2.2. La ville dessinée et fabriquée lentement (1847).	32

II.2.2.3. La Ville intramuros : l'urbanisation lente (1830-1930)	32
II.2.2.4. L'urbanisation active (1930-1960) : La ville en tâche d'huile	32
II.2.2.5. Sétif sort de ses remparts (faubourgs)	33
II.2.2.6. Une opération de spéculation foncière prononcée par une dualité spatiale et sociale.....	34
II.2.2.7. Plan de Constantine.....	35
II.2.2.8. Après l'indépendance ;l'expansion urbaine.....	35
II.2.3. Sétif une ville intermédiaire	36
II.3. Présentation des atouts de la wilaya de Sétif.....	37
II.3.1. La Situation Géographique	37
II.3.2. La population.....	38
II.3.2.1. Répartition de la Population Selon la Dispersion.....	39
II.3.3. L'armature urbaine de la wilaya de Sétif.....	40
II.3.3.1. Programme de l'habitat	40
II.3.3.1.1. L'Habitat précaire	41
II.3.3.1.2. Le Parc du logements.....	41
II.3.3.1.3. La Problématique de la politique des nouveaux pôles urbains.....	43
a-Volet Etude.....	43
b-Volet Réalisation	44
c-Volet Gestion.....	44
II.3.4. L'emploi à Sétif :	44
II.3.4.1 Répartition de la population occupée à Sétif.....	44
II.3.4.2. Répartition de la population occupée par secteur d'activité.	45
II.3.5. L'Activité commerciale en plein essor,	46
II.3.5. 1. La diversité de L'espace commercial à Sétif	48
II.3.5. 1.1. Concept des espaces commerciaux	48
II.3.5. 1.1. Les espaces commerciaux informels	49
II.4. Conclusion.....	50

CHAPITRE III : LA DYNAMIQUE COMMERCIALE DE LA VILLE DE SETIF.

III.1. Introduction :	52
III.2. L'évolution de l'espace commercial à travers les dispositifs législatifs et	

réglementaires.....	53
III.2.1.Dispositif législatif:	53
III.2.2.Dispositif réglementaire.....	53
III.2.3 Les avantages de la grande distribution:	54
III.2.4 Les inconvénients de la grande distribution	54
III.2.5.Objectifs du texte réglementaire:	54
III.2.6. Conditions de création et d'implantation des espaces commerciaux ...	54
III.2.6.1.Conditions de création et d 'implantation par type d' espace commercial	55
a)- les grandes surfaces	55
b)- les centres commerciaux	55
c)- Les petites surfaces de type «supérette»	55
III.3. L'évolution de l'espace commercial à la ville de Sétif.....	55
III.3.1. Sétif ;ville de commerce par excellence	55
III.3.1.1.Le marché arabe de Sétif:	56
III.3.1.1.La création de l'espace commercial à Sétif:	57
III.3.1.1.a. les Galeries de France,	57
III.3.1.1.b. «La hall de Sétif ,le marché couvert»:.....	58
III.3.1.1.c Le commerce au niveau de la maison coloniale "Harat"	60
L'exemple de Harat Mahdadi	62
III.3.1.1.d. l'espace commercial à l'intérieur des Harat; La nouvelle "Harat Souika".....	63
III.4.L'espace Commercial, l'évolution de la population, l'aménagement des territoires et la croissance urbaine: quelles interactions	64
III.4.1. L'extension du commerces en périphéries en concurrentiel à celui du centre ville	65
III.4.2.Le souk el fellah, un grand espace commercial des ex-Galeries algériennes,	66
III.4.3. les principales évolutions de l'espace commercial depuis les années 2000.....	67
III.4.3.1.lotissements commerciaux de périphérie.	68
III.4.3.2Les locaux commerciaux en RDC programme de logement LPL ,LSP,LPA..	68

III.4.4.L'évolution de la typologie de l'espace commercial en Algérie	68
III.4.4.1.Centres commerciaux destinés à la vente des fruits et légumes à Sétif.....	71
III.4.4.2.locaux commerciaux du président: Des structures abandonnées et détournées de leur vocation.....	72
III.4.4.3.les marchés couverts de proximités	73
III.5.Conclusion:	75

PARTIE II :LES DIFFERENTS CONTEXTES DU PHENOMENE DE LA DEVITALISATION COMMERCIALE AU CENTRE VILLE DE SETIF :

CHAPITRE IV :LES FACTEURS D'INFLUENCE QUI ONT PARTICIPE AU DECLIN COMMERCIAL AU CENTRE VILLE DE SETIF

IV.1. -Introduction:	76
IV.2. Section A-les facteurs économiques	77
IV.2.1. Le Park Mall, complémentaire ou concurrent au centre-ville.....	77
IV.2.1.1.Le park Mall ,un projet de régénération de l'exe EL Ali de Sétif:	79
a-L'organisation spatiale du projet	80
IV.2.1.2. L'attractivité du Park Mall de Sétif:	80
IV.2.2.Le commerce électronique (le E-commerce.)	82
IV.2.2.1.Le développement du commerce électronique (E-commerce)	82
IV.2.2.2.Le développement du commerce électronique (E-commerce) en Algérie.....	83
IV.2.3.Le commerce et le pouvoir d'achat.	83
IV.2.4.L'attractivité du pôle commercial EL EULMA.....	84
IV.3. Section B -Le facteur Sanitaire	84
IV.3.1.Le Commerce impacté par la pandémie Covid-19.....	84
IV.3.1.1 L'impact du confinement.....	85
IV.3.1.2 L'expansion du commerce en ligne.....	86
IV.4.Section C – Les Facteurs environnementaux	87
IV.4.1.Le commerce au Harat ,un patrimoine en péril	87
IV.4.2. Le commerce et la nature juridique de l'espace commercial.....	88

IV.4.2.1. La propriété.....	90
IV.4.2.2. Le fond du commerce	90
IV.4.2.3. La location	90
IV.4.2.4. Les baux commerciaux	91
IV.4.3. Le commerce et l'environnement bâti	92
IV.4.3.1.Des locaux commerciaux inadaptés	94
IV.4.3.2.L'inadaptation des locaux aux valeurs locatives excessives.....	94
IV.4.3.3.Le commerce et la qualité d'aménagement	95
IV.4.4. Le commerce et l'environnement non-bâti	99
IV.4.4.1. l'interdiction d'exposer des marchandises sur les espaces publics..	100
IV.5. Section D -Les facteurs de la mobilité urbaine:	100
IV.5.1.Fluidité et diversité de la mobilité urbaine	100
IV.5.2.Le tramway comme vecteur de la dynamique urbaine	101
IV.5.3.Le commerce et la mobilité urbaine.	103
IV.6. Section E -Les facteurs sociaux :	108
IV.6.1.L'immigration de la population vers les périphéries.....	108
IV.6.2.Une remise en cause d'une centralité légitime.....	110
IV.6.3.La nouvelle centralité périurbaine.....	111
IV.7. Conclusion.....	114

**CHAPITRE V: LA DEVITALISATION COMMERCIALE AU CENTRE VILLE DE
SETIF ENTRE THEORIE MONDIALE ET REALITE LOCALE :**

V.1.Introduction.....	116
V.2. Méthodologie d'approche.....	118
V.2.1. L'approche géographique	118
V.2.2. L'approche Géo- économique	118
V.2.2.1.Les commerces purs	119
V.3.2.2.L'artisanat.....	119
V.3.2.3. Les services.....	119
V.2.3. L'approche qualitative	120
V.2.4. l'approche typologique	120
V.2.5. La méthode Procos.....	120
V.3.La structure commerciale au centre-ville de Sétif dans la période de la	

pandémie COVID-19.....	121
V.3.1.La situation de Covid-19 en Algerie.....	121
V.3.2. La structure commerciale lors de la pandémie Covid-19.....	122
V.3.3. Le Commerce est le secteur le moins impacté par la pandémie Covid-19.....	125
V.4.la répartition catégorielle des commerces ouverts et leurs emplacements par rue.....	126
V.5.La structure commerciale au centre-ville de Sétif.....	129
V.5.1.La typologie de l'appareil commerciale selon les produits (ou les services) commercialisés.....	130
V.5.2.La typologie de l'appareil commerciale selon les caractéristiques qualitatives des espaces commerciaux	130
V.5.2.1.Un standing (niveau) luxueux.....	131
V.5.2.2.Un niveau satisfaisant	131
V.5.2.3.Un standing simple	131
V.6.L'indice de rareté.....	131
V.7.La répartition du commerce fermé au centre ville de Sétif	133
V.7.1.le taux de la vacance commerciale au niveau du centre-ville de Sétif..	134
V.7.2.les rues diversement impactées par le phénomène de la dévitalisation commerciale.....	135
V.7.3.La répartition de la dévitalisation commerciale par situation	137
V.8.Conclusion.....	147

CHAPITRE VI :L'impact des différents facteurs sur la dévitalisation commerciale

VI.1.Introduction.....	156
VI.2.Un entretien combiné entre le questionnaire (entretien directif) et l'entretien semi-directif	157
VI.2.1.Partie 1-Questionnaire (L'entretien directif) destiné à caractériser un échantillon qualitatif	157
VI.2.2.Partie -2-l'entretien semi-directif:	158
VI.2.3.Echantillonnage dans l'enquête	158
VI.2.4.La conception et la conduite de l'entretien.....	159
VI.2.4.1.Le guide d'entretien	159

VI.2.4.2.Préparation du guide d'entretien	159
VI.2.4.3.Les éléments du guide d'entretien	160
VI.2.5.Traitement et analyse des données.....	161
VI.2.5.1 Identification des variables.....	162
VI.2.6.1.Représentations graphiques et interprétation.....	162
a.Résultats de l'analyse de la Régression linéaire Multi variée.....	162
b. Résultat de l'analyse en composantes multi variées (ACM)	164
VI.3.Les nouvelles centralités urbaines.....	172
VI.3.1. Sétif ; une ville polycentrique	172
VI.3.2. Nouvelles centralités commerciales au centre ville de Sétif.....	173
VI.3.2. 1. Méthodologie poursuivie.....	173
a).L'approche quantitative	173
b).L'approche qualitative	173
VI.3.2. 2. L'attraction commerciale	173
VI.3.2. 3. La concentration commerciale	174
VI.3.3. Répartition spatiale et concentration des principaux équipements au centre ville de Sétif : une centralité autre que commerciale.....	175
VI.3.4.Représentations de la centralité et pratiques de consommation dans le centre ville de Sétif.....	178
VI.3.4.1.Les pratiques d'achat et le type de la clientèle au centre historique de Sétif.....	178
a. Echantillonnage dans l'enquête destinée au usagés du centre ville de Sétif.....	178
b. Résultat de l'analyse factorielle sur les pratiques d'achat des usagés du centre ville de Sétif	179
VI.4.Quels leviers pour Une revitalisation adaptée au contexte Algérien.....	185
VI.4.1.Un phénomène qui apparaît ni inéluctable, ni irréversible	185
VI.4.1.1.Un phénomène qui n'apparaît pas inéluctable	185
VI.4.1.1.Un phénomène qui n'apparaît pas irréversible.....	185
VI.4.2.Guide d'un programme de revitalisation du centre historique de Sétif.....	185

VI.4.2.1.La revitalisation est un projet de tout les acteurs de la ville	186
VI.4.2.2.Assurer le Financement du programme de revitalisation.....	187
VI.4.2.3.l'intervention sur le plans d'urbanisme	187
VI.4.2.4.l'intervention sur le logements par la rénovation ou la réhabilitation .	188
VI.5. Conclusion :	190
-CONCLUSION GENERALE .	
1.Conclusion.....	191
2. Limites et perspectives de recherche.....	192
- Bibliographie	194
- Annexes	210

Index:

Liste des acronymes :

- ACM: Analyse des correspondances multiples .
- APC : Assemblé populaire communal .
- APS : Algérie Presse Service
- CACI :Chambre algérienne de commerce et d'industrie.
- CALPIREF :Comité d'Assistance à la Localisation et à la Promotion des Investissements et de la Régularisation du Foncier.
- CNRC : Centre National Algérien du Registre du Commerce.
- DPSB :Direction de la planification et du suivi budgétaire de la wilaya de Sétif.
- DT: Direction du transport de la wilaya de Sétif ,
- EDGA :Entreprise de distribution des galeries algériennes.
- ETUS : Entreprise de Transport Urbain et Suburbain de Sétif
- IRG: Impôt sur le revenu global.
- LPA, Logement promotionnel aidé .
- LPP :Logement public promotionnel.
- LSP :Logement social participatif
- OMS :Organisation mondiale de la santé.
- ONS :Office National des statistiques,2021 .
- PDAU : Plan directeur d'aménagement et d'urbanisme.
- RGPH :Recensement général de la population et de l'habitat (RGPH), 2020,
- RHP : Programme de logements sociaux dans le cadre de la résorption de l'habitat précaire.
- SETRAM : Société d'exploitation des tramways
- SNMG: Salaire National Minimum Garanti .
- SPSS : Statistical Package for the Social Sciences
- TOL : taux d'occupation des logements en Algérie.

Liste des tableaux :

Tableau II.1. Surface urbanisée de la ville de Sétif en (Hectare)	36
Tableau II.2 :Le Parc du logements à Sétif.	42
Tableau II.3: L'évolution du parc logement à Sétif .	42
Tableau II.4: La répartition du programme du logements à Sétif par type.	42
Tableau II.5.: La répartition de la population de Sétif selon le statut d'emploi	45
Tableau II.6. Répartition de la population occupée par secteur d'activité	45
Tableau II.7 :Répartition du nombre de commerçants actifs, par commune et par secteur d'activité	47
Tableau II.8 : Les espaces commerciaux à Sétif	48
Tableau IV.1. Termes de références relatifs aux transactions d'immeubles Individuelles – Semi collectifs – Collectifs et terrains Période biennale 2021 – 2022	95
Tableau IV.2. Répartition des capacités de transport routier de voyageurs dans la	101
Tableau V.1. Exemples de la vacance commerciale et sa situation de dévitalisation au niveau du centre ville de Sétif	140
Tableau V.2. Répartition catégorielle des commerces ouverts /fermés et leurs emplacements par rue au niveau du centre ville de Sétif	149
Tableau V.3. Répartition du commerce alimentaires , non alimentaire ,et l'indice de pouvoir d'attractivité par rue au niveau du centre ville de Sétif	152
Tableau V.4. l'indice de rareté ,l'indice de Davis par rue au niveau du centre ville de Sétif.	153
Tableau VI.1. Modèle et Régression linéaire Multi variée	163
Tableau VI.2. la validation du coefficient de significativité	163
Tableau VI.3. Coefficients non standardisés et standardisé de la Régression linéaire Multi variée1	163
Tableau VI.4. Récapitulatif des modèles.	164
Tableau VI.5. Mesures de discrimination des variables	169
Tableau VI.6. Variables transformées des corrélations	170
Tableau VI.7. Variables transformées des corrélations des pratiques d'achat	171
Tableau VI.8. Récapitulatif des modèles des pratiques d'achat	182
Tableau VI.9. Mesures de discrimination des pratiques d'achat	183

Liste des photos :

Photo II.1. Le pole urbain Tiner et BirNsa	44
Photo III.1.Le marché aux grains à Sétif	56
Photo III.2.Le marché arabe à Sétif	56
Photo III.3.Un bouché au marché arabe à Sétif	57
Photo III.4 La galerie de France à Sétif	58

Photo III.5 Grand magasins des galeries de France ,Rue de Constantine	58
Photo III.6 La galerie de France à Sétif en 1955	58
Photo III.7. La hall de Sétif vers 1900	58
Photo III.8. Le marché couvert après son extension.	58
Photo III. 9. Marché couvert au centre ville de Sétif photo prise en Mai 2022	59
Photo III.10 Le grand bazar Parisien à Sétif	60
Photo III.11 La rue de Constantine de Sétif	60
Photo III.12 L'exemple de SOUK EL FELLAH d'Oran	67
Photo III.13. Marché cité des 1014 Logts	71
Photo III.14. Marché cité des 1006 Logts	71
Photo III.15. Locaux commerciaux du président	73
Photo III.16. le marché de proximité de la cité El Hidhab Sétif	74
Photo IV.1. Photo aérienne sur Park Mall de Sétif.	78
Photo IV.2. Structure du projet El-Ali de Sétif.(Actuel Park Mall)	79
Photo IV.3. la crèche de la commune.(Site actuelle de la Dôme du Park Mall)	79
Photo IV.4. Modernisation du commerce traditionnel en face du Park Mall de Sétif.	81
Photo IV.5.Photo aérienne du Park Mall au centre ville de Sétif.	81
Photo IV.6. Locaux fermés dans une "Harat" menacée de ruine .	88
Photo IV.7. Locaux fermés dans une "Harat" en rénovation .	88
Photo IV.8. Locaux fermés dans une "Harat" en situation de litige.	91
Photo IV.9. Locaux fermés donnant sur la rue 8 Mai 1945.	92
Photo IV.10. Locaux fermés dans une "Harat" vendue ,en attente de démolition	92
Photo IV.11. La rue Valée (Rue Amirouche) au centre ville de Sétif	96
Photo IV.12. Façades des locaux commerciaux réaménagées ,avenue des frères Meslem	97
Photo IV.13. Façades des locaux commerciaux réaménagées ,avenue des frères Habache	97
Photo IV.14. Façades des locaux commerciaux réaménagées ,avenue 8 Mai 1945	97
Photo IV.15. Local commercial totalement réaménagé, rue Amirouche (Exe rue Valée)	97
Photo IV.16. L'espace publique Saal Bouzid est faiblement fréquenté.	99
Photo IV.17. Le tramway au centre ville de Sétif.	101
Photo IV.18. Avenue du 8 Mai 1945 avant le projet du tramway.	102
Photo IV.19. Avenue du 8 Mai 1945 après le projet du tramway.	102
Photo V.1. Protocole sanitaire obligatoire à Sétif pendant la pandémie Covid-19	124

Liste des figure:

Figure II.1:Plan e la ville de Sétif en 1847.	27
Figure II.2:Plan de Sétif en 1958	27
Figure II. 3:Vue aérienne sur le centre historique de Sétif et le marché arabe.	28
Figure II. 4:Plan de Sétif en 1930	28
Figure II. 5.Processus de développement de la politique urbaine à Sétif.	30
Figure II. 6:Plan de La révision du PDAU de la commune de Sétif	31
Figure II.7. Vue générale des faubourg de Sétif	34

Figure II.8. Vue satellite de l'Algérie	37
Figure II.9. La situation géographique de la wilaya de Sétif	37
Figure II.10. Les limites régionales de la wilaya de Sétif	38
Figure II.12. La répartition de la population selon la dispersion	40
Figure II.13. La répartition de la population par tranche d'âge	40
Figure II.14. Répartition par pourcentage de la population occupée par secteur d'activité	46
Figure II.15. Marchés d'importance nationale et régionale	49
Figure III.1. le marché couvert du centre ville de Sétif parti en fumés le 29/08/2022	62
Figure III.2. Vues sur le commerce des Harat.	62
Figure III.3. Les plans de Harat Mahdadi exemple d'une Harat traversante	89
Figure III.4. La harat Souika donnant sur l'avenue des frères Meslem	64
Figure III.5. Schémas de L'interaction entre l'espace Commercial, l'évolution de la population, l'aménagement des territoires et la croissance urbaine	65
Figure III.6. Schéma explicatif du processus de la création du commerce en périphérie en concurrentiel avec celui du centre ville	66
Figure III.7. la typologie de l'espace commercial en Algérie.	69
Figure III.8. Les centres commerciaux à Sétif	71
Figure IV.1. Coupes schématiques de l'aménagement de centre commercial Park Mall	78
Figure IV.2. La variation du nombre de visiteur au Park Mall le long de l'année.	81
Figure IV.3. Local commercial maintenue à son état initial à la rue Amirouche (Exe rue Valée) au centre ville de Sétif	96
Figure IV.4. Les éléments d'aménagement des espaces commerciaux. appropriés par L'architecture commerciale	98
Figure IV.5. Centralité périurbaine désignée selon le type de la densité sociaux spéciale.	112
Figure IV.6. Récapitulatif des facteurs d'influence qui ont participé au déclin commercial au centre ville de Sétif	113
Figure V.1. Méthodologie d'approche de la structure commerciale au centre ville de Sétif	120
Figure V.2. Situation de COVID-19 en Algérie depuis : Mars 2020-Nov 2022	121
Figure V.3. Le centre ville de Sétif lors de la pandémie: en dehors et pendant les heures de confinement .	125
Figure V.4. classification des espaces commerciaux par rue d'implantation et le type du produit commercialisé au centre ville de Sétif	128
Figure V.5. concentration du commerce selon le type du produit commercialisé au centre ville de Sétif	128
Figure V.6. Répartition du commerce alimentaire et non alimentaire par rue au centre ville de Sétif	129
Figure V. 7. classification par qualité d'aménagement des espaces commerciaux et le type du produit commercialisé au centre ville de Sétif	130
Figure V.8. Répartition de l'activité commerciale selon l'indice de rareté au centre ville de Sétif	132
Figure V.9. Vacance commerciale entre conjoncturelle et structurelle	134
Figure V.10. Taux de la vacance commerciale au centre ville de Sétif	135
Figure V.11. Echelle de gravité du taux de la vacance commerciale	135
Figure V.12. Taux de la vacance commerciale par rue au niveau du centre ville de Sétif	136
Figure VI.1. Tendances de réponses	167

Figure VI.2. Mesures de discrimination	167
Figure VI.3. Mesures de discrimination(Plan factorielle)	168
Figure VI.4. Mesures de discrimination des pratiques d'achat	184
Figure VI.5. Les axes structurants de la revitalisation du centre-ville de Sétif Proposés par l'auteur :2023	188
Figure VI.6. Caractéristiques Principales du processus de la revitalisation du centre-ville Proposés par l'auteur :2023	189
<u>Liste des Cartes :</u>	
Carte II.11. Carte topographique de la région de Sétif	38
Carte V.1. Distribution des commerçants actifs par wilaya	117
Carte V.2. Distribution des commerçants actifs par commune dans la wilaya de Sétif	117
Carte V.3. Répartition spatiale du nombre de cas confirmés de Covid-19 par wilaya au mois d ' Aout 2020.	122
<u>Liste des Plans :</u>	
Plan IV.1. Plan de masse initial d'El Ali de Sétif ,l'actuel Park Mall.	77
Plan IV.2. Plan de masse actuel du Park Mall de Sétif sur fond google Earth.	78
Plan IV.3. Plan de toiture du centre ville de Sétif en 2004	89
Plan IV.4. Plan de toiture du centre ville de Sétif en 2021	89
Plan IV.5. Etat de dégradation de l' environnement bâti des espaces commerciaux au centre ville de Sétif	93
Plan IV.6. Tracé des lignes du tramway sur le plan de la commune de Sétif.	103
Plan IV.7. Plan de déviation de la ligne du transport urbain	105
Plan IV.8. Plan de stationnement au centre-ville de Sétif.	106
Plan IV.9. Les commerces endommagés par le tramway dans la ville de Sétif.	107
Plan IV.10. Répartition de la population dans le centre ville de Sétif	108
Plan IV.11. La répartition de la population dans la ville de Sétif.	109
Plan IV.12. L'occupation du logement au centre ville de Sétif	110
Plan IV.13. la densité sociaux spéciale au centre ville de Sétif.	112
Plan V.4. Répartition du commerce ouvert en dehors des heures de confinement lors de la pandémie Covid-19 selon le produit commercialisé au centre ville de Sétif	124
Plan V.5. Répartition catégorielle des commerces ouverts et leurs emplacements par rue au centre-ville de Sétif.	127
Plan V.6. Répartition de l'activité professionnelle (services) au centre ville de Sétif	129
Plan V.7. Répartition de l'appareil commerciale selon les caractéristiques qualitatives des espaces commerciaux au centre ville de Sétif	132
Plan V.8. Répartition de la vacance commerciale par rue au niveau du centre ville de Sétif	137
Plan V.9. Répartition de la vacance commerciale par situation au niveau du centre ville de Sétif	139
Plan V.10. Répartition sur plan des exemples de la vacance conjoncturelle et structurelle au niveau du centre ville de Sétif	140
Plan VI.1. Centralité historique , Centralité émergente au centre ville de Sétif	176
Plan VI.2. Niveau de la centralité urbaine à la ville de Sétif	177

INTRODUCTION GENERALE

Introduction:

Au fil des siècles, la plupart des villes ont connu une croissance lente, mais de nos jours, elles connaissent plutôt une expansion rapide. Actuellement, plus de 55% de la population mondiale vit en milieu urbain, et ce chiffre devrait augmenter à 68% d'ici 2050, ce qui engendrera l'apparition de villes surpeuplées. L'extension spatiale, associée à la construction en hauteur, est l'expression la plus marquante de cette croissance urbaine. Cette expansion sans précédent a profondément modifié l'organisation interne des villes. Il s'agit d'un processus d'urbanisation qui se traduit par une diminution de la densité des zones urbaines centrales, au profit de zones périphériques moins denses. Le centre historique de la ville, autrefois le seul point de convergence des activités et des échanges, n'occupe plus cette position depuis longtemps, comme le décrit Jean Labasse : « Le centre est désormais le lieu privilégié où la ville exerce et affirme sa puissance, d'où émane une image qui magnifie son rayonnement ».

L'activité commerciale occupe une position prépondérante dans l'environnement urbain, après le secteur résidentiel, car elle exerce une influence significative sur la structure des territoires et joue un rôle crucial dans l'orientation et le développement des villes.

Selon Lakhali (2014), le domaine commercial joue un rôle crucial dans la mesure des transformations qui impactent le cœur urbain. Comme le soulignait F. Braudel (1979), le commerce est à la base de la naissance des villes. Les commerçants, les marchands ambulants, les artisans et les agriculteurs, acteurs économiques privés essentiels à la vie urbaine, sont particulièrement sensibles aux changements, comme l'a noté N. Lemarchand (2008: 20) cité par J.-P. Bondue (2000). M.-J. Bertrand (1978) reconnaît que "c'est par le commerce que commence l'appropriation spatiale". La concentration des activités commerciales en périphérie contribue à la dégradation de l'attrait du centre-ville.

En raison des évolutions technologiques, les normes de centralité du centre-ville sont remises en question, ce qui entraîne une diminution de son pouvoir d'attraction et de commandement au profit de la périphérie. Cette urbanisation périphérique s'accompagne de nouvelles formes de commerce, notamment les centres commerciaux, les bazars et les magasins multiformes proposant des grandes marques, allant des supérettes aux hypermarchés, ainsi que le commerce à distance et le commerce électronique.

Cependant, le centre-ville connaît une augmentation du nombre de locaux commerciaux vacants, remettant en question la relation supposée entre le développement de la ville et celui du commerce. Cette situation suscite des interrogations. Une explication possible est que la vacance commerciale était traditionnellement considérée comme une conséquence temporaire d'un déséquilibre entre l'offre et la demande de locaux commerciaux. Cette perspective est largement partagée aujourd'hui par les autorités publiques et les professionnels de l'immobilier, comme le souligne l'INSEE. Selon leur définition, la vacance est définie comme l'état d'un bien immobilier inoccupé et disponible à la location, ce qui implique un caractère conjoncturel résultant de fluctuations du marché. Toutefois, il est important de noter que la vacance peut également faire référence à des locaux définitivement inoccupés et retirés du marché, ce qui lui confère un caractère durable. (Marie Bouvier et Pascal Madry, 2017).

Depuis environ quinze ans, la vacance commerciale suscite une préoccupation croissante parmi les pouvoirs publics et les acteurs de l'aménagement et de l'immobilier commercial à travers le monde. En Europe, cette problématique est apparue en premier lieu au Royaume-Uni au milieu des années 1980. Plusieurs collectivités locales ont alors pris conscience de ce phénomène comme étant le symptôme d'une crise d'attraction de leur territoire, résultant d'un affaiblissement de leur base économique. Elles ont ainsi entrepris les premières politiques de revitalisation commerciale, en se concentrant sur leurs centres-villes (avec la mise en place du "town center management" en 1986).

Au milieu des années 2000, la problématique de la vacance commerciale refait surface alors que le phénomène semble s'intensifier et se propager à d'autres pays développés tels que l'Espagne, les États-Unis, l'Australie, le Japon, et même la France.¹

Cette diminution d'attrait se manifeste principalement par des fermetures de commerces et une baisse de la fréquentation, tout en étant accompagnée d'une augmentation du nombre de logements vacants. Il s'agit donc d'une crise complexe qui impacte non seulement les activités commerciales du centre-ville, mais aussi le tissu urbain et la population qui y réside (Chouraqui, Guéraud, 2020). Il s'agit en effet du phénomène de dévitalisation commerciale des centres-villes.

Examiner le phénomène de dévitalisation commerciale des centres-villes, observable dans la plupart des agglomérations urbaines à travers le monde, est devenu une préoccupation croissante. Bien qu'il varie d'un territoire à l'autre, il est particulièrement préoccupant dans les

¹ Comme le rapportent plusieurs études réalisées par des sociétés de conseil ou des organisations professionnelles spécialisées en immobilier commercial, telles que le BCSC (2011, 2013), CBRE (2012), Deloitte (2014), Experian (2012), Javelin Group (2011).

villes de taille moyenne et les petites villes. Ce phénomène est complexe, résultant de divers facteurs qui agissent simultanément et à différentes échelles.

La recherche doctorale présentée ici s'inscrit dans la lignée des expériences occidentales liées à la dévitalisation commerciale. Elle se situe à la convergence des domaines de l'architecture, de l'urbanisme, de la géographie urbaine, de la sociologie et de l'économie urbaine. Cette recherche vise à explorer les zones d'ombre et à établir un dialogue entre ces différentes disciplines. Les enjeux sociétaux et scientifiques associés serviront de fondements à notre réflexion et nous permettront de formuler notre problématique autour de la dévitalisation commerciale et de son impact sur la centralité urbaine dans le centre-ville de Sétif.

Problématique :

Les villes algériennes sont confrontées à des recompositions actives de leurs centralités urbaines en raison de la disparité des territoires qu'elles couvrent, qui s'accroît à mesure qu'elles s'étendent et se transforment. Ces villes ont subi des changements spatiaux résultant à la fois de l'action des acteurs privés et de la vision des pouvoirs publics, chacun poursuivant ses propres objectifs (Kebir, Zeghiche, 2014). Depuis la transition économique du pays dans les années 1990, la ville algérienne offre des opportunités économiques dans un nouveau contexte économique et social, ce qui se traduit par une activité intense. Dans ce processus évolutif, l'activité commerciale a dû s'adapter à ces transformations urbaines.

Effectivement, ce processus a débuté dès le début des années 1990, avec la mise en place de nouvelles mesures relatives au foncier et à la décentralisation de la gestion urbaine. Ces initiatives ont joué un rôle actif dans la libéralisation du marché foncier.

Au cours des vingt dernières années, l'appareil commercial a subi une transformation profonde en raison de la combinaison d'une mobilité accrue des consommateurs et de l'émergence d'un commerce en périphérie. Ces dynamiques commerciales suscitent l'intérêt des chercheurs issus de différentes disciplines, qui se penchent sur les nouvelles formes commerciales qui émergent en périphérie ainsi que sur les restructurations du commerce central, qui n'est plus qu'une centralité parmi d'autres. De plus, l'essor récent des technologies de l'information et de la communication a créé des espaces commerciaux virtuels qui favorisent l'étalement voire la dispersion de la fonction commerciale.

Alors que les périphéries prospéraient, les quartiers plus anciens situés autour des villes ont commencé à connaître un déclin prolongé, se caractérisant par une baisse de la population résidente ainsi que des activités commerciales et de détail. Ce phénomène a entraîné des niveaux élevés de vacance et d'abandon dans les centres-villes traditionnels.

L'exode des commerçants est largement motivé par le déséquilibre économique entre les centres-villes et les zones commerciales en périphérie. Cette concurrence ne constitue pas le seul facteur contribuant à la dévitalisation des centres-villes des villes de taille moyenne. Ce phénomène s'étend au-delà du domaine commercial et affecte de nombreux autres secteurs tels que les infrastructures publiques, l'emploi, le logement, la culture, les loisirs, et bien d'autres. La perte de dynamisme des centralités urbaines est un problème global, et la vacance commerciale en est l'aspect le plus visible. En raison de leur position dans le système urbain, les villes de taille moyenne sont les plus touchées par ce processus de dévitalisation. Contrairement aux grandes villes, elles ont du mal à maintenir leur population et leurs activités au sein de leur centre-ville.

Les habitants sont de plus en plus attirés par les logements en périphérie, où une variété de programmes résidentiels est disponible. Les espaces périphériques ne sont pas seulement attrayants pour la population, mais aussi pour les entreprises, les commerces, les services publics et les activités de loisirs. En effet, il est plus facile pour ces acteurs de s'implanter en périphérie, car les terrains constructibles y sont abordables, contrairement au centre-ville qui est souvent déjà densément développé. De plus, l'État identifie certains facteurs tels que les coûts fonciers, les loyers, l'accessibilité et les contraintes liées au patrimoine comme défavorables à la vitalité commerciale des centres-villes. Le manque de dynamisme résidentiel et la fuite des commerces et services contribuent progressivement à la perte des éléments attractifs du centre-ville, renforçant ainsi le cercle vicieux de la dévitalisation des centres des villes de taille moyenne (POUPARD Mélanie, 2017).

Le centre-ville de Sétif subit une rapide transformation de son tissu urbain depuis deux décennies, en accord avec la nouvelle logique économique issue des réformes en cours. Cependant, même s'il a longtemps été le seul pôle attractif de l'ensemble de l'agglomération, le centre-ville de Sétif ne peut prétendre aujourd'hui être l'unique centre commercial et de services (POUPARD Mélanie, 2017).

Le centre-ville de Sétif, en tant qu'espace perçu et vécu, ne tire pas seulement sa valeur de ses multiples avantages fonctionnels. Il est également appréhendé comme un ensemble où la matérialité des fonctions et les symboles qu'elles représentent sont étroitement liés. Ces symboles, qui expriment sa centralité, sont incarnés par des éléments tels que Ain Fouara.² ,

² La Fontaine d'Ain El Fouara est un monument emblématique de la ville de Sétif en Algérie. Cette fontaine comporte en son sein une statue réalisée en 1898 par le sculpteur Francis de Saint-Vidal et dont la légende

Les harats anciens, les mosquées, les édifices emblématiques du pouvoir, etc., tous porteurs d'une riche histoire et incarnant des valeurs fortes, contribuent à la fonction de vitrine de la ville et confèrent au centre-ville de Sétif un prestige et une représentation de soi (Michel Bassand et al, 2001 : 93).

La détérioration des anciens bâtiments menaçant de s'effondrer et la nécessité de réhabiliter ou de restructurer les tissus anciens en récupérant des parcelles foncières constituent des arguments en faveur de la démolition et de la reconstruction considérées comme plus efficaces ou rentables. Une logique de rentabilité semble guider la volonté des propriétaires, qui sont principalement de nouveaux acquéreurs de biens vendus par des héritiers soucieux de se décharger d'un patrimoine dont l'entretien devient coûteux mais dont la situation stratégique fait augmenter le prix de vente (Rahal et Boukhemis, 2013). Après la démolition de l'ancienne habitation, le nouveau propriétaire privilégie souvent un changement d'activité qui se présente sous deux formes (Rahal, 2012) :

- La promotion immobilière : Les nouvelles fonctions peuvent être mixtes, avec des commerces au rez-de-chaussée et des logements haut de gamme aux étages.

*Hôtel : afin de répondre à l'afflux croissant de touristes à Sétif et de leur offrir des hébergements adéquats..³

La situation de prise en main du centre-ville décrite précédemment, accompagnée d'autres

raconte que lorsqu'on y boit son eau, on y reviendra inévitablement. L'histoire de ce monument emblématique commence le 4 juin en 1894 lorsque le conseil municipal, adopte une proposition pour la reconstruction de la fontaine édifée sur ces mêmes lieux et qui menaçait de s'effondrer. Lors d'un déplacement du maire de Sétif à Paris durant l'été 1896, il demande à rencontrer le directeur des Beaux-arts duquel il sollicite la remise d'une statue pour décorer le projet de fontaine qui devait être édifée à Sétif. Le premier magistrat de la ville est alors séduit par une très belle œuvre et demande aussitôt au sculpteur Francis de Saint Vidal d'en faire don à sa ville. L'œuvre d'art sera expédiée vers Sétif en juillet 1898 après avoir été exposée au salon universel de Paris. La statue entame son voyage par voie maritime de Marseille vers Skikda d'où elle mettra douze jours pour arriver à Sétif chargée sur une charrette

³ La ville de Sétif est devenue une des destinations prisées des touristes nationaux et étrangers grâce à la stratégie tracée pour faire de cette région une destination touristique par excellence, 52.883 touristes Algériens et étrangers de plusieurs nationalités ont visité la wilaya de Sétif dans la période allant de juin à septembre 2019 selon la direction du tourisme de Sétif .

Avant la pandémie, la ville connaissait une intensité d'activité touristique. Elle a enregistré en 2018, 270 242 touristes contre 200 000 en 2019 et 931189 en 2020. Une petite analyse de ces chiffres démontre l'impact de la Covid sur le secteur du tourisme. Une relative reprise se fait sentir actuellement. Selon le directeur du tourisme,

phénomènes, a entraîné une expansion urbaine de la ville de Sétif vers sa périphérie. Ces phénomènes, suivant certaines logiques et mécanismes, ont conduit à ce que nous appelons "l'éclatement des centralités" (Mezouad et al., 2010). Ce phénomène est étroitement lié aux processus de développement urbain et de croissance de la ville.

En Algérie, plusieurs recherches ont abordé la relation entre la ville et le commerce, notamment (en se limitant aux publications les plus récentes, sans prétendre à l'exhaustivité) Benlakhlef et Bergel (2013), Boudinar et Belguidoum (2015), Kerdoud (2017), Lakehal (2013), Bouchareb (2010), Bouzahzah (2015), Berry-Chikhaoui (2012), Belguidoum (2011), Dris (2002), Bounachada (2002), Bitam (2012), Fenchouch et Tamine (2019).

Le cas de Sétif, une ville intermédiaire (Madani, 2012), est un exemple significatif. Ce phénomène de dévitalisation des centres-villes est d'actualité, et à l'échelle micro-locale, il peut s'expliquer par divers facteurs tels que des problèmes d'accessibilité pour les consommateurs, tels que le stationnement insuffisant ou les tarifs élevés des parkings, l'augmentation des loyers commerciaux et des prix au mètre carré lors des ventes, la vétusté des immeubles et la détérioration du patrimoine, des locaux commerciaux inadaptés, la nature juridique des locaux, le dépeuplement du centre-ville et enfin l'impact considérable de la pandémie de COVID-19, déclarée par l'OMS (Organisation mondiale de la santé) le 11 mars 2020, qui a profondément modifié la vie urbaine.

Le présent travail se situe dans le cadre des réflexions sur la dévitalisation commerciale des centres historiques, en se concentrant sur le cas de Sétif, une ville intermédiaire en Algérie. L'objectif est d'examiner les problématiques liées aux centres-villes, en mettant l'accent sur les centres historiques. Ces problématiques comprennent le déclin commercial, le dépeuplement, les centralités et la mobilité, le patrimoine et la vétusté. En se basant sur les concepts développés dans notre première partie, nous avons formulé une question de recherche qui explore les deux aspects de l'espace urbain, à savoir la dévitalisation et la centralité urbaine.

*Quelle est la nature réelle et l'étendue du phénomène de dévitalisation commerciale observé dans le centre historique de Sétif, une ville intermédiaire en Algérie ?

*Quelles sont les relations entre les différents facteurs contribuant au déclin commercial du centre historique de Sétif ?

*Quel est l'impact de la dévitalisation commerciale sur la centralité urbaine de la ville ?

Ces interrogations constitueront les axes de recherche que nous explorerons dans cette étude.

Hypothèses :

Comme mentionné précédemment, cette étude vise à approfondir notre compréhension de la relation spatiale entre le commerce, le centre historique et la centralité urbaine.

En tenant compte de cette approche et des observations faites, nous avons formulé notre hypothèse principale qui oriente notre réflexion de recherche, afin de mettre en évidence sa finalité. Cette hypothèse se présente comme suit : **La dévitalisation commerciale du centre-ville est considérée comme un phénomène passager, c'est une crise complexe qui a contribué à redéfinir la notion de centralité urbaine.**

Pour répondre à notre hypothèse générale, nous avons formulé plusieurs hypothèses secondaires qui, prises ensemble, contribueront à valider notre hypothèse principale. Les hypothèses secondaires sont les suivantes :

A)- La situation alarmante du phénomène de la dévitalisation commerciale au centre ville de Sétif ,qui se traduit d'une manière objective, par des taux croissants de la vacance commerciale.

B)- Le phénomène de dévitalisation commerciale affecte de manière variable les différentes rues à l'intérieur du centre-ville.

C)- Les raisons de la vacance commerciale diffèrent d'un local à un autre.

D)- La résistance à la vacance commerciale est observée dans une grande majorité des locaux grâce à l'amélioration de leur aménagement et à leur regroupement par type d'activité.

E)- La dévitalisation commerciale au centre-ville de Sétif est influencée par la combinaison de divers facteurs.

F)- La ville de Sétif présente une polycentralité où le centre-ville n'occupe plus une position de centralité exclusive.

G)- De nouvelles centralités commerciales ont émergé dans les rues du centre historique de Sétif.

Méthodologie d'approche :

Cette étude vise à explorer la problématique de la dévitalisation commerciale et de l'évolution de l'espace commercial dans les centres historiques des villes intermédiaires, en particulier à Sétif, ainsi que les défis associés à leur gestion. Nous adopterons une approche pluridisciplinaire en faisant appel à l'histoire, à l'architecture et à la philosophie pour appréhender la ville en tant qu'objet matériel et phénomène social. Ensuite, nous nous baserons sur la géographie, la sociologie et l'économie pour analyser les différents facteurs de

la dévitalisation commerciale et les tendances actuelles de la centralité urbaine. Enfin, nous nous pencherons sur les processus de gestion et d'intervention urbaines visant la revitalisation, en mobilisant des disciplines telles que l'urbanisme, l'architecture et le droit.

Ce travail de recherche adopte une approche pluridisciplinaire qui combine différentes approches tout au long de notre parcours. Cependant, notre démarche ne se limite pas uniquement à une approche descendante, allant de la théorie au terrain en passant par les statistiques. Elle implique également de nombreux va-et-vient entre ces différentes approches. Nous avons commencé notre travail en adoptant une approche théorique initiale, dans le but de mieux comprendre notre thème de recherche. Nous avons examiné attentivement les liens qui existent entre les concepts clés de notre étude. Cette première étape du travail constitue une référence essentielle pour la suite de notre recherche.

Notre deuxième approche est axée sur l'aspect **historique** et **urbanistique**, avec pour objectif de mettre en évidence l'évolution de l'espace commercial à Sétif. Nous examinons de près l'étude de la structure démographique de la population urbaine afin de mieux comprendre les processus d'évolution spatiale de la ville. Cette approche nécessite un retour en arrière historique, une analyse diachronique dans le temps et dans l'espace, qui nous permettra d'identifier les éléments constants du processus d'urbanisation à Sétif ainsi que l'évolution de l'espace commercial.

Pour l'observation, nous avons effectué une observation directe des commerces ouverts et fermés, ainsi qu'un contrôle de l'état et de la morphologie des bâtiments situés dans le centre historique de la ville de Sétif, également connu sous le nom d'intra-muros. Ce centre historique est caractérisé par un tracé orthogonal et est composé de deux quartiers importants : le parc d'attraction (anciennement quartier militaire) et le quartier civil, qui font partie de notre périmètre d'étude.

La collecte d'informations a nécessité de recourir à des sources très diverses, parfois en croisant différentes sources d'informations afin de garantir leur validité et leur exploitabilité.

Dans le cadre de notre **approche quantitative**, nous avons utilisé une méthodologie basée sur l'identification et l'explication des causes du déclin commercial. L'analyse de l'offre commerciale a été réalisée par le biais d'un repérage sur le terrain, où chaque local commercial a été examiné de manière individuelle et qualifiée. Une grille d'analyse a été utilisée, comprenant les informations suivantes : l'emplacement du local par rue, son statut d'occupation (occupé ou vacant), ainsi que les constructions en cours qui sont programmées.

De plus, le type de commerce, son code et sa nomenclature selon le Portail du CNRC, ainsi que le pourcentage de chaque activité au centre-ville, ont été pris en compte. Nous avons également profité de ce repérage pour évaluer la qualité de la devanture, en classant l'aménagement comme moderne, ancien ou de qualité moyenne.

L'approche typologique :

Pour notre approche qualitative, nous avons utilisé deux types d'entretiens : les entretiens non-dirigés avec les acteurs de la ville et les entretiens semi-directifs avec les commerçants du centre-ville.

Les entretiens non-dirigés avaient pour objectif d'approfondir nos données sur les différents facteurs qui influencent l'activité commerciale au centre-ville. Ils ont été menés en laissant une certaine liberté à la personne interrogée pour s'exprimer librement, en se basant sur son expertise ou son expérience dans la problématique. Ces entretiens nous ont permis d'obtenir des informations riches et variées.

Quant aux entretiens semi-directifs, ils se situent entre les entretiens directifs et non-directifs. Ils ont été utilisés principalement avec les commerçants du centre-ville. Ce type d'entretien offre à l'interviewé un espace relativement large pour exprimer son point de vue, avec des questions ouvertes après avoir répondu à des questions directives fermées. L'enquêteur joue un rôle d'encouragement pour inciter l'enquêté à parler davantage et à fournir plus d'informations sur la thématique de recherche. Les questions posées sont relativement ouvertes, et l'enquêteur veille à les recentrer afin de ne pas perdre de vue l'objectif fixé.

Dans le cas de la représentation de la centralité et des pratiques de consommation dans le centre-ville de Sétif, nous avons réalisé une vingtaine d'entretiens semi-directifs en raison de la limite de redondance. Cette approche nous a permis d'obtenir des perspectives variées et des informations approfondies sur le sujet.

Nous avons opté pour une méthode de sondage empirique, en utilisant la méthode des quotas pour la diffusion de notre questionnaire d'enquête auprès des commerçants installés dans le centre historique de Sétif. Cette méthode consiste à sélectionner des personnes ayant des caractéristiques spécifiques que nous recherchons, tout en veillant à assurer une corrélation entre les caractères étudiés et les critères utilisés comme quotas. Cela nous a permis de contrôler la structure de notre échantillon.

Les critères utilisés comme quotas comprenaient le type d'activité commerciale, l'emplacement du commerce au sein du centre-ville, la date de début d'activité, le statut du local commercial (propriétaire ou locataire) et le type d'aménagement.

Cependant, nous avons rencontré certains obstacles lors de nos entretiens. Malgré notre présentation au début de l'entretien, certains commerçants nous ont confondus avec des contrôleurs fiscaux et ont refusé de participer à l'enquête, voire ont fourni de fausses déclarations. Pour surmonter cette difficulté et garantir un nombre suffisant de répondants, nous avons utilisé la méthode dite de la "boule de neige". Cela consistait, à la fin des entretiens, lorsque la confiance avec le commerçant interrogé était établie, à lui demander de nous recommander d'autres commerçants qui accepteraient d'être interviewés. Cette approche nous a permis d'élargir notre échantillon et d'obtenir une plus grande diversité de réponses.

Les données obtenues à partir des différentes techniques utilisées ont été traduites, traitées et analysées. Les questionnaires ont été transcrits et saisis dans un logiciel statistique spécifique, à savoir le SPSS, afin de faciliter l'analyse quantitative des données. Par la suite, une analyse de contenu a été effectuée pour examiner les informations recueillies lors des entretiens et des observations, permettant ainsi d'obtenir des insights qualitatifs et de mieux comprendre les différents aspects de la dévitalisation commerciale et de l'évolution de l'espace commercial au centre historique de Sétif.

Lors de la séquence de traitement, nous avons pris soin de :

- Élaborer une cartographie de la structure commerciale
- Effectuer une analyse des résultats obtenus dans le cadre de la recherche.

Nous avons réalisé notre enquête au cours du mois d'avril 2021, en interrogeant un échantillon de 123 commerçants situés dans le centre historique de la ville de Sétif.

L'étape initiale du traitement des données consiste à identifier les variables, ce qui est essentiel pour faciliter la lecture et la représentation graphique de l'Analyse des Correspondances Multiples (ACM) et ainsi obtenir une meilleure interprétation des résultats. Nous avons identifié différentes variables telles que le sexe, l'âge, le type d'activité commerciale et son emplacement. Ces variables qualitatives représentent tous les facteurs susceptibles d'influencer la performance commerciale. Pour analyser les similitudes entre les commerçants de notre échantillon en fonction de leurs réponses, nous avons utilisé à la fois la méthode de la Régression Linéaire Multivariée et l'ACM. L'ACM est une méthode de description de données qualitatives qui possède des propriétés similaires à d'autres méthodes statistiques, ce qui lui confère un statut particulier et la rend équivalente à l'Analyse en Composantes Principales pour les variables qualitatives (Saporta, 2019).

La dernière phase de notre recherche se concentre sur une analyse approfondie de la centralité urbaine dans le centre historique de Sétif. Cette approche vise à mettre en évidence les

caractéristiques spécifiques de la centralité par rue et son influence sur la structure et l'organisation de l'espace. Nous avons particulièrement orienté notre réflexion vers une centralité axée sur l'aspect commercial, un choix judicieux étant donné que les commerces ont le pouvoir de générer des mouvements de population et de concentrer des activités, ce qui est extrêmement intéressant à analyser. En effet, une place centrale est un regroupement d'établissements et de services de commerce de détail situés dans un lieu offrant un point de rencontre facilement accessible aux consommateurs. La centralité constitue l'essence même de ce point de rencontre (B.J.L. Berry, 1971).

Cadre de la recherche :

Notre recherche se concentre sur le centre historique de Sétif, à l'échelle intra-muros. Notre objectif ne se limite pas à une simple observation de la vacance commerciale ni à une analyse de la concentration des commerces et de leur contribution à la centralité urbaine. Nous visons à identifier un nouveau phénomène, à savoir la dévitalisation commerciale, et à évaluer son ampleur dans une ville intermédiaire en Algérie. Nous souhaitons également comprendre l'interaction entre les différents facteurs qui ont contribué à cette dévitalisation commerciale, notamment dans un contexte marqué par des projets structurants tels que le ParkMall, le Tramway, ainsi que par la temporalité de la pandémie Covid-19.

Notre étude vise principalement à identifier les variables qui influent sur la relation entre la fonction commerciale et la centralité urbaine. Plutôt que de nous concentrer sur une analyse exhaustive de la diversité des commerces, nous nous éloignons de nos objectifs initiaux. En examinant la dévitalisation des commerces et des centralités urbaines, nous nous intéressons à une centralité spécifique parmi d'autres, en mettant l'accent sur les lieux qu'elle génère.

Nous souhaitons étayer notre argumentation par l'examen de cas concrets. Nous justifions donc notre choix de sélectionner le centre historique de Sétif comme zone d'étude, en nous concentrant spécifiquement sur les commerces situés au rez-de-chaussée et directement ouverts sur la rue.

En effet, notre étude ne peut dissocier la théorie de l'étude de cas, car les hypothèses formulées doivent être validées à travers l'analyse de situations concrètes. Le site d'étude doit servir à la fois d'objet d'observation en amont de la réflexion théorique et de cadre d'application des outils de mesure de la dévitalisation et de la centralité commerciale que nous développerons.

Objectifs et intérêts de la recherche:

L'objectif de cette étude est d'apporter des connaissances sur le phénomène de la dévitalisation commerciale et de stimuler le débat et la réflexion autour des nouvelles théories et pratiques qui y sont liées, spécifiquement dans le contexte algérien. L'intérêt de cette recherche réside dans:

Structure de la thèse :

La deuxième partie de notre recherche adopte une approche à la fois théorique et pratique et est organisée en trois chapitres. Ces chapitres présentent notre méthodologie de recherche, y compris la collecte de données, les outils d'analyse et les techniques utilisées. Nous détaillons également les résultats de notre étude et les interprétons à la lumière de nos objectifs de recherche. Cette partie intègre à la fois les aspects théoriques abordés dans la première partie et les applications concrètes de notre recherche sur le terrain.

Enfin, notre travail se conclut par une synthèse générale des chapitres précédents, dans laquelle nous tirons des conclusions clés et mettons en évidence les principales recommandations qui émergent de notre étude.

L'introduction générale Dans cette section, nous exposons l'évolution de notre problématique, la formulation des hypothèses et des objectifs de notre recherche, ainsi que la méthodologie que nous avons adoptée. Nous veillons à ce que les différentes composantes de notre cadre conceptuel soient reflétées à la fois dans notre étude exploratoire et dans la structure globale de notre thèse.

la première partie : Ce chapitre explore l'approche théorique de l'urbanisme et du commerce, en mettant l'accent sur le phénomène de dévitalisation commerciale au centre-ville. Il examine les concepts de centralité urbaine et de commerce, ainsi que le contexte urbain spécifique de la ville de Sétif. Une attention particulière est portée à l'analyse de la politique urbaine en Algérie à travers les mutations urbaines observées au centre-ville de Sétif. Le chapitre met en évidence les atouts de la wilaya de Sétif et présente un état des lieux de l'activité commerciale en pleine expansion dans la région. Une présentation détaillée du sujet est proposée, en mettant également en lumière la dynamique de l'espace commercial de la ville de Sétif, son évolution, ainsi que les dispositifs législatifs et réglementaires en place.

Le premier chapitre : Ce chapitre aborde les concepts essentiels pour la compréhension et la définition de notre sujet, à savoir la dévitalisation commerciale et les centralités urbaines. Son

objectif principal est de définir précisément ces termes. Nous nous efforçons de développer une approche théorique solide qui constituera un cadre conceptuel guidant notre recherche. Ainsi, les éléments terminologiques identifiés joueront un rôle clé dans la structure globale de notre travail et orienteront notre démarche.

Le deuxième chapitre : la dynamique urbaine de la ville de Sétif:

Ce chapitre abordera l'étalement urbain et l'évolution spatiale à Sétif. Il se concentrera sur l'analyse des différentes étapes de l'étalement urbain ainsi que sur l'évolution du tissu urbain de la ville. Une attention particulière sera accordée à la situation du logement dans la ville de Sétif. Cette approche examinera les diverses formes de production et de transformation de l'espace urbain, permettant ainsi de mieux comprendre les dynamiques et les enjeux liés à l'expansion de la ville.

Le troisième chapitre : Ce chapitre se concentrera principalement sur la dynamique de l'espace commercial de la ville de Sétif, en examinant son évolution au fil du temps. Il mettra également en évidence les dispositifs législatifs et réglementaires qui ont accompagné cette évolution, en les analysant de manière approfondie. L'objectif sera de comprendre les mécanismes et les influences qui ont façonné le paysage commercial de la ville, ainsi que les cadres juridiques et les réglementations en place pour encadrer cette activité.

La deuxième partie de ce travail se concentre sur l'étude du contexte de la dévitalisation commerciale et de la structure commerciale, ainsi que sur l'impact des différents facteurs sur la dévitalisation commerciale et l'émergence de nouvelles centralités urbaines à Sétif.

Dans cette partie, nous examinerons en détail la structure commerciale dans le centre historique de Sétif. Notre attention sera ensuite portée sur la situation des commerces et leur répartition spatiale dans la ville. L'objectif principal de cette partie est de comprendre l'interaction entre les différents facteurs qui influent sur le déclin commercial, d'évaluer la centralité commerciale et, enfin, de proposer un schéma directeur pour une opération de revitalisation urbaine adaptée au contexte algérien.

le quatrième chapitre : Dans cette partie, nous examinerons les facteurs d'influence qui ont contribué au déclin commercial du centre-ville de Sétif. Nous analyserons en détail les facteurs économiques, sociaux, sanitaires, environnementaux et de mobilité urbaine.

Le cinquième chapitre : Nous examinerons la structure commerciale de la ville de Sétif en adoptant une approche quantitative. Cette approche utilise des indices et des calculs

statistiques pour déterminer la centralité et établir une hiérarchie des lieux. À ce stade, nous avons réalisé une analyse synthétique en nous appuyant sur une approche typologique. Nous avons choisi cet outil car il nous permet de différencier la situation de la dévitalisation commerciale et la réalité de chaque local fermé.

Le sixième chapitre Ce chapitre complète le précédent en fournissant des lectures et analyses synthétiques. Son objectif est de préciser notre analyse de l'appareil commercial et de mettre en évidence d'éventuelles correspondances, notamment entre les facteurs de la dévitalisation commerciale. À travers ce dernier chapitre, nous cherchons à présenter nos principaux résultats et à proposer une lecture qui intègre nos approches analytiques croisées. Tout cela nous permet de mieux comprendre la relation entre le centre principal et les centralités émergentes. Notre principal objectif demeure de répondre à la question centrale qui a motivé cette recherche et de formuler les recommandations nécessaires pour une revitalisation commerciale spécifique au centre historique de Sétif.

À la fin de ces trois parties, nous élaborerons une **conclusion générale** qui résumera les résultats de la recherche. Nous dresserons également un bilan des difficultés et des problèmes rencontrés, et proposerons de nouvelles pistes de recherche pour l'avenir.

Contribution et apport scientifique :

Notre recherche doctorale se situe dans le cadre général de la problématique de la dévitalisation commerciale au centre-ville de Sétif. Elle se concentre particulièrement sur l'interaction entre les différents facteurs de rentabilité économique et leur impact sur l'activité commerciale, qui ont contribué au déclin observé. Notre étude examine également l'interaction entre ces facteurs afin de mieux comprendre leur influence sur la perte de dynamisme des centralités urbaines.

Cette recherche aborde plusieurs enjeux scientifiques. Elle considère la vacance commerciale comme un indicateur visible de la dévitalisation commerciale, mais elle ne se limite pas à son impact sur le secteur commercial. Elle s'étend également à l'analyse de son influence sur la centralité et la structure spatiale du centre-ville de Sétif.

Notre contribution à la recherche dans le domaine de la dévitalisation commerciale au centre-ville vise à mettre en évidence un phénomène qui, bien qu'étant largement étudié dans la littérature occidentale, est clairement présent en Algérie, un pays du sud de la Méditerranée. Cependant, il reste encore peu exploré.

**PARTIE I : L'APPROCHE
THEORIQUE, URBANISTIQUE
ET COMMERCIALE :**

CHAPITRE I : POSTURES THEORIQUE

I.1.Introduction:

Dans le domaine scientifique dans lequel nous nous inscrivons, il existe déjà des efforts d'analyse et d'explication des phénomènes de dévitalisation commerciale et de centralité urbaine. Comme le souligne Laverguas, cité dans Dépelteau (2003), "Le social, la société, le politique, le réel ne peuvent être saisis qu'à travers un regard construit, sachant organiser des phénomènes à première vue épars. La théorie est précisément le cadre de référence qui produit un sens..."

Au cours des dernières décennies, la centralité urbaine est devenue un élément clé du développement urbain. Elle occupe aujourd'hui une place centrale dans la conception des villes contemporaines. Cette importance découle du mouvement de l'urbanisme durable, qui cherche à appliquer les principes du développement durable à l'organisation du territoire, en mettant notamment l'accent sur la gestion des mobilités (notamment les déplacements automobiles), la densification, le développement d'espaces mixtes et de proximité, et la création d'espaces de qualité.

Dans notre recherche, nous nous inscrivons dans cette perspective en cherchant à comprendre les interactions complexes entre la dévitalisation commerciale, la centralité urbaine et les différentes dimensions socio-économiques et spatiales qui y sont liées. Nous cherchons à contribuer à la compréhension de ces phénomènes et à proposer des pistes pour la conception de villes durables et dynamiques.

Dans le but d'approfondir notre compréhension de la "centralité urbaine", nous avons entrepris une revue de littérature qui nous a permis d'explorer trois domaines : la réalité empirique, les théories et concepts établis, ainsi que les méthodes déjà utilisées. Cette revue de littérature ne s'est pas limitée à une simple présentation des documents consultés, mais a également comporté une évaluation critique de leur apport.

Ce chapitre a pour objectif principal de définir les termes clés de notre sujet, à savoir la dévitalisation commerciale et la centralité urbaine. Nous cherchons à élaborer une approche théorique qui constituera un corpus dont les liens et les interrelations détermineront notre ligne directrice de recherche. Ainsi, les éléments terminologiques mis en évidence contribueront à structurer notre démarche globale.

Il est essentiel de souligner que cette revue de littérature ne se limite pas à une simple compilation d'informations, mais vise également à identifier les contributions significatives et à fournir une analyse critique des ouvrages existants.

I.2. Le phénomène de la dévitalisation commerciale au centre ville :

Ces dernières années, la dévitalisation des centres-villes est devenue une préoccupation croissante pour les acteurs locaux dans les villes de taille moyenne et petite. Les chercheurs commencent également à accorder davantage d'attention à ce phénomène. Il s'inscrit dans une réflexion plus large sur la décroissance urbaine et les relations centre-périphérie au sein des villes.

Dans notre étude, nous avons d'abord réalisé une revue de l'état de l'art au niveau international, ce qui nous a permis d'identifier les principaux facteurs récurrents expliquant le déclin du commerce, ainsi que des facteurs plus contextuels qui modifient les environnements urbains et les pratiques de consommation. Parmi ces facteurs figurent la dynamique démographique, le marché du travail, la taille des villes et la localisation des municipalités au sein des villes. Au cours des dernières années, une vaste littérature a mis en évidence la dégradation du commerce de détail dans de nombreux centres-villes, que ce soit au Japon, en Belgique, au Royaume-Uni, aux États-Unis ou en France, tandis que les périphéries urbaines bénéficient de l'expansion des activités de vente au détail.

Le centre-ville constitue le principal point de cristallisation de ces symptômes. La dévitalisation commerciale, qui est la plus visible d'entre eux (une vitrine vide ne passe jamais inaperçue), est souvent évoquée en premier. Elle est souvent accompagnée d'autres phénomènes tels que la paupérisation de la population, la perte d'attractivité, le départ des services publics, l'expansion commerciale et urbaine, ainsi que le déclin industriel et économique. Ces phénomènes peuvent être à la fois des causes et des conséquences du déclin, selon les contextes. Les termes utilisés dans ce débat semblent également interchangeables : "déclin", "dévitalisation", "décroissance", "déprise" ou "mort" des villes moyennes et de leurs centres-villes sont ainsi souvent employés sans grande distinction.

I.2.1. La dévitalisation commerciale du centre ville; Un phénomène des petites et moyennes villes.

Au cours des dernières décennies, les transformations dans la répartition des activités commerciales dans les villes ont davantage affecté les villes de taille moyenne et petite que les grandes villes (Barczak et Hilal, 2016). Cependant, dans la littérature, une plus grande attention a été accordée aux centres-villes des grandes villes (Faulk, 2006 ; Robertson, 1999). Cette vulnérabilité se manifeste notamment dans le paysage urbain, avec l'augmentation de la vacance commerciale dans les rues commerçantes des centres-villes (Razemon, 2016). En France, en Belgique, au Japon, en Grande-Bretagne et aux États-Unis en particulier, on

observe une tendance marquée de déclin du commerce de détail dans les centres urbains, principalement dans les petites et moyennes villes, tandis que les grandes villes connaissent un renouveau de leurs centres, qui deviennent des zones de consommation et de loisirs prisées par les habitants des zones urbaines. Ainsi, on constate un écart croissant entre les pôles métropolitains, qui affichent une vitalité commerciale souvent associée à la gentrification (Zukin, Kasinitz, & Chen, 2015) et à une diversification de l'offre, et les centres des petites villes, nombreux d'entre eux connaissant une diminution du nombre de magasins et de leur diversité (Robertson, 1999; Filion & Hammond, 2008; Hidetoshi & Koto 2010; IGF-CGEDD, 2016; Iwama, 2017; Yakushiji, 2017).

I.2.2.La dévitalisation commerciale du centre ville;

Un phénomène prononcé dans les villes intermédiaires .

La dévitalisation commerciale est un phénomène bien présent dans les villes intermédiaires. Selon PROCOS, le commerce de périphérie représente désormais 70 % du chiffre d'affaires du commerce de détail en France, tandis que les centres-villes en représentent seulement 15 %. Les 15 % restants correspondent au commerce périurbain, situé dans les quartiers. Cette proportion de commerce de périphérie a triplé entre 2001 et 2018. Cependant, l'INSEE observe une augmentation positive des ventes en volume depuis 2015 dans les secteurs de l'artisanat et du commerce alimentaire spécialisé.

I.2.3.La dévitalisation commerciale du centre ville;

Un phénomène purement occidentale

I.2.3.1.En Europe :

Dans une étude portant sur plusieurs villes européennes, telles que Cannes, Chartres, La Rochelle, Courbevoie, Le Mans, Lille, Limoges, Namur et Verviers, Mérenne-Schoumaker (1979) a observé une diminution progressive du nombre d'établissements commerciaux dans les centres-villes pour la période de 1960 à 1970. D'autres études ont également montré que cette diminution du nombre de points de vente s'accompagne d'une baisse des surfaces de vente en centre-ville.

Par exemple, à Dijon, Chemla (1992) a quantifié une diminution des surfaces de vente de 50 % à 35 % entre 1981 et 1985, tandis que le nombre de points de vente est passé de 1 038 à 843. À Aix-en-Provence, Vaudour-Jouve (1992) souligne la diminution relative des superficies commerciales en centre-ville, qui représentaient 63 % des surfaces totales bâties en 1970 contre 47 % en 1990. Desse (1991) a observé des changements similaires à Saint-Nazaire, avec la part du centre-ville passant de 54 % à 38 % des commerces de

l'agglomération. Des transformations similaires ont également été constatées dans les centres-villes de Brest (Desse, 1991), Tours (Bachelard, 1991), Chartres (Ainquez-Virinat, 1992), Rouen (Lemarchand, 1992), Bordeaux (Cassou-Mounat, 1992), ainsi qu'à Cerizay, Melle et Saint-Maixent-L'École (Soumagne, 1975).

I.2.3.2. Aux États-Unis :

Aux États-Unis, à partir des années 1960 sur la côte Est, on observe une augmentation significative du déclin des magasins indépendants situés en centre-ville en raison de la périurbanisation. Ce phénomène est également remarquable au Japon dans les années 1980, et il atteint ensuite un niveau stable à partir des années 1990.

I.2.3.3. En Angleterre et au Pays de Galles

Hallsworth et al. (2018) examinent le déclin du commerce de détail de petite taille dans les rues commerçantes (high streets) de l'Angleterre et du Pays de Galles sur une période plus récente, allant de 2000 à 2018.

I.2.3.4. Au Japon :

Le déclin des magasins indépendants est principalement observé à partir des années 1980, selon Buhnik (2018). En parallèle, on constate une augmentation de l'importance des magasins affiliés à des réseaux d'enseignes, comme l'ont souligné MérenneSchoumaker (2003) et Delobez et Péron (1991).

En plus des phénomènes de diminution et d'adhésion à des enseignes, la plupart des études mettent en évidence des transformations dans les centres-villes. Ces transformations se traduisent par une offre commerciale plus ciblée, avec une spécialisation vers des produits rares et de qualité dans un nombre limité de rues, tandis que d'autres rues commerçantes voient l'émergence de franchises axées sur les biens de consommation, les cafés, les restaurants et les services, notamment bancaires. Ces changements dans l'offre s'accompagnent souvent du maintien d'une offre commerciale importante dans le centre hyperurbain des villes, autour d'une ou deux zones d'attraction majeures. Les politiques publiques, notamment celles liées aux espaces publics (piétonisation) et à la mobilité, ont accompagné ces évolutions.

I.2.3.5. En France ;

À partir des années 1960, l'élévation du niveau de vie et de la consommation en France a entraîné diverses formes de développement de la grande distribution, marquant ainsi la

deuxième révolution commerciale. Les activités commerciales ont subi des transformations considérables, souvent regroupées au sein de grands groupes qui se sont implantés en périphérie des villes, accompagnant ainsi la périurbanisation (Chaze, 2014). Actuellement, une troisième révolution commerciale semble être en cours, liée à l'essor de l'utilisation des technologies de l'information (Chaze, 2014).

Entre la fin des années 1990 et le début des années 2000, l'expansion et la transformation de l'activité commerciale ont eu des répercussions sur le commerce de proximité. Les emplois dans les petits établissements commerciaux, en particulier dans le secteur de l'alimentation,

I.2.4. Comment peut-on définir un commerce vacant ?

D'après la définition de l'INSEE, un local vacant est un espace qui n'est pas occupé et sa vacance peut être attribuée à divers facteurs :

- Le local est offert à la vente ou à la location.
- Le local a déjà été assigné à un acheteur ou à un locataire et est en attente d'être occupé ;
- Le local est en attente de règlement d'une question successorale.
- Le local est laissé vacant et sans utilisation spécifique par le propriétaire.

Lorsque l'on évoque la vacance, il convient de distinguer deux types de situations de vacance. Il y a la vacance conjoncturelle et la vacance structurelle, deux types distincts de vacance à considérer.

I.2.5. Six grandes familles de facteurs explicatifs de la dévitalisation commerciale .

Les transformations observées dans l'organisation spatiale des commerces et des services sont influencées par les changements structurels de l'appareil commercial (spécialisation, expansion des grandes surfaces), les évolutions des modes de consommation et les dynamiques démographiques qui varient selon les régions (Barczak et Hilal, 2016). À cela s'ajoutent l'augmentation des déplacements, en particulier en voiture, la disponibilité foncière en périphérie et le rôle des politiques publiques, notamment les contraintes liées à l'aménagement des espaces commerciaux dans les centres-villes et en périphérie. L'état de la littérature met en évidence six grandes catégories de facteurs explicatifs de la baisse du commerce en centre-ville et de l'augmentation du commerce en périphérie.

I.2.5.1 la diminution absolue ou relative de la population dans les centres -villes.

La diminution de l'activité commerciale est souvent associée à la baisse absolue ou relative de la population dans les centres-villes. Par exemple, à Saint Nazaire, entre 1981 et 1991, l'offre commerciale a diminué de 14 % tandis que la population de la ville a diminué de 13 %

(Desse, 1992). Des situations similaires sont observées à Aix-en-Provence (Vaudour-Jouve, 1992), Brest (Desse, 1992), Dijon (Chemla, 1992), Libourne (Hays, 1992) et La Rochelle (Soumagne, 1992). Les petites villes connaissent également des évolutions négatives similaires (Soumagne, 1992). Ces baisses démographiques peuvent entraîner des changements dans la composition sociale des villes et donc dans les clientèles. Par exemple, à Dijon (Chemla, 1992) et Roubaix (Bondue, 1992), on constate une augmentation de la part des classes populaires en centre-ville, indiquant un changement social vers le bas. Des travaux plus récents menés par Bessière et Trévien (2014) et Madry (2016) confirment le rôle de la décroissance démographique dans la baisse du commerce en centre-ville.

I.2.5.2 Les contraintes exercées par le site et l'organisation spatiale des centres-villes

Autrefois, les centres-villes connaissaient un renouvellement progressif grâce au remplacement des bâtiments défectueux ou dépassés. Cependant, ce processus de croissance lente et quasi-spontanée a été interrompu par des changements sociaux ou technologiques brusques et souvent violents (Choay F, 1998). En conséquence, des secteurs entiers qui ne sont plus adaptés à leurs fonctions se détériorent ou sont démolis pour être remplacés par de nouvelles constructions, souvent à une échelle et une forme totalement différentes. Des situations similaires sont également observées au Mans, à Limoges (Mérenne-Schoumaker, 1979) et à Libourne (Hays, 1992). Dans les petites et moyennes villes, il peut être trop coûteux d'investir dans la rénovation des locaux commerciaux en centre-ville pour les adapter à des activités commerciales plus modernes. Cela peut justifier la préférence pour une localisation périphérique neuve et moins onéreuse.

I.2.5.3 La concurrence entre le commerce de centre-ville et le commerce de périphérie

Il est couramment avancé que la baisse des commerces alimentaires est attribuée à la forte concurrence des hypermarchés et supermarchés (Péron, 1991). Cependant, l'étude de Wrigley et al. (2009), portant sur l'évolution du commerce dans plus de 1000 petites et moyennes villes britanniques entre 2000 et 2006, montre que l'impact de l'implantation d'un supermarché sur l'ouverture ou la fermeture des petits commerces dépend du type de commerce concerné. Il est négatif pour certains commerces tels que ceux de fruits et légumes, de musique ou de vidéo, mais positif pour les boulangeries ou les commerces alimentaires liés à la santé. Malgré cela, des stratégies de reconquête de la clientèle existent, notamment à travers la gestion des centres-villes et l'utilisation d'outils numériques. Cependant, les enquêtes menées par le METI au Japon ou le CGEDD en France soulignent que cela nécessite des compétences et un accompagnement, et que les commerçants des petites et moyennes villes en bénéficient

finalement peu (Buhnik, 2018).

I.2.5.4 Les évolutions dans les pratiques de mobilité des consommateurs,

Les déplacements en voiture de plus en plus fréquents, les achats réalisés lors d'autres trajets, avec seulement 70 % des achats effectués dans la proximité immédiate du domicile (Delage, 2012), et la facilité d'accès aux zones périphériques ont favorisé la croissance des zones commerciales en périphérie au détriment des centres-villes.

I.2.5.5 Les ventes réalisées en ligne, grâce à la diffusion d'internet,

Une évolution significative s'est produite : le décollage des ventes en ligne a commencé au début des années 2010. Cette méthode de vente entre en concurrence avec l'appareil commercial existant, avec des conséquences débattues dans la littérature scientifique (Desse, 2016). Le rapport conjoint du CGEDD et de l'IGF (2016) propose des facteurs explicatifs supplémentaires liés au contexte externe, tels qu'un taux de chômage élevé, une pauvreté accrue, une vacance des logements, l'absence d'activités touristiques, une pression fiscale élevée, une diminution de l'offre d'équipements et de services, et une augmentation des loyers.

I.2.5.6 Les stratégies des acteurs, aux politiques publiques et à des dynamiques endogènes à l'activité commerciale.

Delobez et Péron (1991) mettent en évidence l'influence des acteurs et des réglementations dans les évolutions observées. La recherche de nouveaux espaces d'exposition et de vente, la spéculation foncière dans les centres-villes, ainsi que la régulation peu contraignante des commissions départementales d'aménagement commercial, ont favorisé l'implantation de grandes surfaces spécialisées en périphérie dans les années 1980.

I.2.6. Les quartiers centraux : du déclin à la revitalisation :

Les quartiers centraux des métropoles nord-américaines font face à des problèmes de dépopulation, d'appauvrissement et de déclin à la fois physique et symbolique, résultant de l'étalement urbain des trente dernières années. Il y a eu un véritable transfert de population, de commerces et d'industries vers la banlieue, ce qui a entraîné un désinvestissement et un déclin des quartiers anciens. Les programmes de rénovation urbaine mis en œuvre dans les années 1950 et 1960 aux États-Unis et au Canada visaient à remédier à cette situation. Cependant, la rénovation urbaine, caractérisée par une approche "bulldozer" et le remplacement du tissu urbain existant par des mégastructures, a été abandonnée au début des années 1970 au profit d'approches axées davantage sur la reconversion que sur la démolition de l'existant.

I.3.La Centralité urbaine et le commerce

I.3.1.La centralité et le centre ville :

On peut distinguer un "centre-ville", qui est décrit comme un lieu privilégié de vie, de divertissement et d'affaires, doté d'une force d'attraction puissante et qui surpasse en beauté, en richesse, en vitalité et en grandeur tous les autres quartiers de la ville. En parallèle, il existe des "centralités" qui émergent de l'extension urbaine et de la nécessité d'offrir aux habitants en périphérie les avantages traditionnellement réservés au centre-ville. Ces nouveaux noyaux urbains aspirent à acquérir le statut de centralité urbaine dans l'intérêt général métropolitain, représentant ainsi un droit implicite à la centralité. Cependant, cette distinction se révèle plus complexe qu'il n'y paraît.

I.3.2. Les nouvelles centralités de la ville contemporaine

Dans les villes contemporaines, on observe une multiplication des centralités, au point que le centre-ville, qui autrefois regroupait toutes les institutions et l'administration, n'est plus considéré comme l'unique lieu de centralité. Selon Alain Bourdin, une centralité se forme dès lors qu'il y a :

- « Une concentration d'offres de restaurants et d'activités de loisirs plutôt qu'une diversité d'activités. »
- « Une attractivité qui découle de l'ambiance et du symbolisme, tels que les jardins les plus prisés, les centres commerciaux à la mode, les gares ou aéroports agréables, les centres historiques fréquentés, les technopoles, les festivals, les événements sportifs, les manifestations, etc.» (Bourdin, CERTU, 2003)

Les centres commerciaux, les principales artères commerçantes, les gares, les parcs urbains, les quartiers, peuvent désormais être considérés comme des centralités à part entière. Certains lieux peuvent même acquérir le statut de centralité pour une journée seulement, comme les marchés. L'importance d'une centralité dans l'imaginaire collectif est généralement proportionnelle à la diversité des activités qu'elle regroupe, qu'il s'agisse de commerces, d'administrations ou d'activités culturelles. Les centralités sont multiples

et peuvent être identifiées en fonction de leur affluence ou de leur caractère unique, qui les distingue dans l'esprit des gens. Alain Bourdin distingue les centralités liées aux flux de déplacements des centralités liées aux lieux de spectacle (tels que les centres historiques). Pour accroître l'attrait d'une centralité, il peut être intéressant de combiner ces deux types de centralités. La réussite d'une centralité repose sur la qualité urbaine, notamment des espaces publics bien aménagés, ainsi que sur son intégration dans des flux importants.

I.3.3. Centralité et le commerce.

En ce qui concerne la question de savoir si la centralité dépend de l'intensité de l'activité commerciale ou vice versa, nous apporterons une réponse nuancée : la centralité suppose une attractivité commerciale importante, mais son intensité dépend directement du choix des territoires où les activités sont implantées. Ces espaces doivent exercer une force d'attraction sur un grand nombre de citoyens, indépendamment de leur situation résidentielle ou de leur position sociale dans la ville. environnemental, leur renforcement de la dépendance à l'égard de la voiture, leur contribution à la stratification économique et sociale, leur promotion de la propriété privée, leur

I.4. Définition d'une ville intermédiaire :

Si nous nous en tenons à une définition minimale de la ville intermédiaire telle que présentée par Jean-Paul Carrière (2008), nous pouvons la définir comme une ville qui polarise son territoire en offrant une diversité de services. Parmi ces services, on retrouve des fonctions administratives, culturelles, de santé, d'enseignement, de diffusion de la connaissance, de recherche, etc. Sur le plan économique, elle doit être compétitive et dynamique, représenter un poids relatif significatif dans son environnement régional et être le siège de lieux de décision.

I.5. Conclusion:

À la conclusion de cette approche théorique qui a permis d'approfondir notre compréhension des deux concepts clés de notre étude, à savoir la dévitalisation commerciale et la centralité urbaine, ainsi que d'examiner les principales théories et de développer un cadre théorique spécifique lié à notre sujet d'étude, nous avons pu préciser comment ces concepts sont abordés par certains chercheurs et comment ils s'intègrent dans le cadre théorique général de notre étude.

La première partie de ce chapitre était consacrée au concept de la dévitalisation commerciale. Nous avons réalisé une revue internationale de l'état de l'art et examiné comment ce phénomène est souvent accompagné d'autres aspects tels que la paupérisation de la population, la perte d'attractivité, le retrait des services publics, l'étalement commercial et urbain, ainsi que le déclin économique et industriel, qui peuvent être soit des causes, soit des conséquences du déclin, selon les contextes. Le symptôme le plus apparent de ce phénomène est la diminution du commerce de détail, en particulier dans les centres urbains, les villes de taille moyenne et les villes intermédiaires.

Dans la deuxième partie, nous avons étudié les données historiques, économiques, sociologiques et anthropologiques principales qui nous ont permis de comprendre la notion de centralité urbaine, ainsi que les liens qu'elle entretient avec d'autres concepts tels que le centre, le centre-ville, le pôle, le centre urbain ou rural. Du point de vue des géographes utilisant une approche qualitative, le centre-ville est considéré comme un lieu de vie, de plaisir et d'affaires supérieur, doté d'une force d'attraction puissante, dominant en termes de beauté, de richesse, de vitalité et de grandeur tous les autres points de la ville. La centralité est alors perçue comme une qualité attribuée à un espace, une valeur politique, économique, sociale, commerciale et même d'accessibilité essentielle.

En revanche, du point de vue des économistes utilisant une approche économique quantitative et systémique, lorsque la concentration des activités concerne les loisirs ou la technologie, le terme de "pôle" est préféré à celui de centralité. On parle alors de "centralité urbaine" pour désigner tout lieu où se concentrent des activités humaines générant une attractivité. Il est important de noter que la centralité se réfère ici au contenu plutôt qu'à la situation géographique d'un lieu.

En sociologie urbaine, le terme de centre urbain désigne à la fois un lieu géographique et un contenu social. Ainsi, bien que la centralité urbaine puisse exister en dehors du centre-ville, le centre-ville ne peut exister sans la centralité. Bien qu'il soit possible de les distinguer clairement, il est fréquent que la confusion entre les deux termes persiste.

Il est intéressant de noter que, bien que l'on parle couramment de revitalisation du centre-ville, des centres urbains ou ruraux, on ne parle pas de revitalisation de la centralité. Cela s'explique par le fait que c'est le rétablissement de la centralité qui permet de redonner vie au centre.

Aujourd'hui, il est important de se défaire de la notion de centralité historique pour construire la ville. Il est essentiel de créer de l'animation en concevant des espaces publics intégrant les transformations qui affectent les modes de communication et d'échange. De plus, il est crucial de maîtriser sur le plan urbanistique, économique, social et environnemental les regroupements fonctionnels qui correspondent aux évolutions de la société.

Une question inévitable qui se pose à la fin de cette revue de littérature est de savoir si la centralité dépend de l'intensité de l'activité commerciale ou si c'est l'inverse. Cette question nécessite davantage de recherches en suivant une approche qualitative.

CHAPITRE II : LA DYNAMIQUE URBAINE DE LA VILLE DE SETIF.

II.1.Introduction :

Souvent, l'appauvrissement commercial suscite des questionnements sur la relation entre le commerce et la ville. Il est donc légitime de se pencher sur la croissance urbaine de la ville de Sétif, qui a connu un développement urbain effréné, transformant la ville en quelque chose de différent ou de faussement vécu. "La croissance urbaine rapide, qui rompt avec la structure spatiale préexistante de la ville et ne correspond pas à l'évolution sociale de sa population, représente les trois éléments conceptuels caractérisant le phénomène urbain dans nos villes" (Chorfi, 2019). Ce dysfonctionnement spatio-temporo-social nécessite une analyse de la politique urbaine mise en œuvre, que nous examinerons de manière chronologique à travers l'étude de l'évolution urbaine du centre-ville de Sétif.

Dans un premier temps, nous examinerons la genèse du centre historique de Sétif, suivi par l'analyse du développement de la politique urbaine, du plan d'urbanisme et du rythme d'urbanisation, à travers une étude diachronique qui débute avec l'implantation du campement colonial des militaires sur les vestiges romains en 1837 et se poursuit jusqu'à nos jours.

Ensuite, nous pouvons nous intéresser aux avantages de la wilaya de Sétif, mais avant tout, il est essentiel de se pencher sur sa situation géographique en tant que carrefour reliant les différentes régions du pays. Après une brève présentation de la wilaya de Sétif, mettant en évidence sa population et sa répartition, nous examinerons l'infrastructure urbaine de la wilaya de Sétif. Nous aborderons le Programme de l'habitat, l'Habitat précaire et le Parc de logements, sachant que la prolifération de ce dernier est étroitement liée aux politiques menées à la fois par l'État au niveau national et par les autorités locales.

Un tel sujet nous amène à nous interroger sur la problématique actuelle de la politique des nouveaux pôles urbains, que ce soit dans le domaine des études, de la réalisation ou de la gestion. Il est donc essentiel de passer en revue les politiques publiques concernant le logement collectif.

De plus, nous pouvons examiner les opportunités d'emploi dans les différents secteurs économiques de la ville de Sétif, en mettant l'accent particulièrement sur le secteur du commerce.

Enfin, nous constatons que l'activité commerciale à Sétif est en plein essor, ce qui nous permettra d'établir un diagnostic global sur la question. À cet égard, nous aborderons deux aspects complémentaires : les espaces commerciaux formels et informels.

II.2.Lecture sur la politique urbaine en Algérie à travers la mutation urbaine au centre ville de Sétif .

Il est indispensable d'entreprendre une analyse approfondie et réflexive de l'historique des modalités et des rythmes de la croissance urbaine dans le centre historique de Sétif. Cette démarche nous permettra de mettre en lumière l'évolution de l'espace urbain à travers les diverses transformations de la politique urbaine.

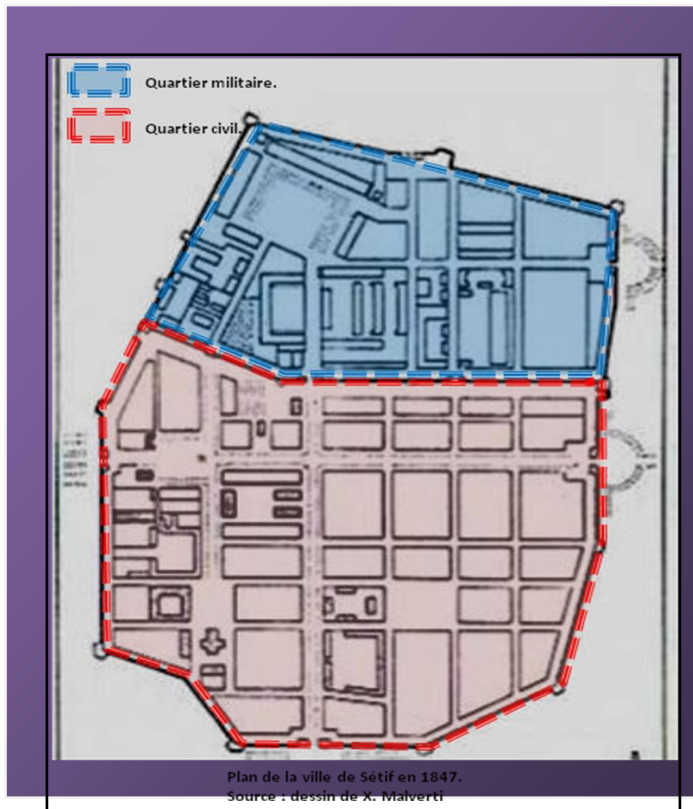
II.2.1.La création du centre historique de la ville de Sétif :

L'Afrique du Nord en général et l'Algérie en particulier ont été marquées par la succession des civilisations, laissant ainsi leur empreinte dans notre histoire. Comme l'a souligné Malek Bennabi, "la civilisation n'est pas un amoncellement, mais une construction, une architecture".

À l'instar des autres villes algériennes, Sétif a connu l'influence de plusieurs civilisations, notamment les Numides, les Romains, les Byzantins, les Musulmans et les Français. Les premiers plans de la ville de Sétif furent élaborés en 1847 par les colons français, et l'ancienne ville coloniale était entourée de remparts qui ont aujourd'hui disparu.

Dans cette structure coloniale, la conception du centre-ville résultait d'une série d'ordonnances, de décrets, d'arrêtés et de bulletins officiels de l'époque (Armand Camborieux). La ville était délimitée par une enceinte fortifiée, appelée "intra-muros", comprenant deux quartiers importants : le quartier militaire et le quartier civil, qui constitue notre zone d'étude. En 1872, la ville de Sétif a pris sa forme définitive en tant que ville intra-muros, basée sur un tracé orthogonal, avec des artères centrales formant l'axe Est-Ouest (decumanus) et l'axe Nord-Sud (cardo). Aux extrémités de ces artères cardinales, la muraille était percée par quatre portes : la porte de Bougie au nord, la porte de Biskra au sud, la porte de Constantine à l'est et la porte d'Alger à l'ouest.

Le quartier civil, situé au sud et constituant notre zone d'étude, se caractérise par un tracé orthogonal en damier, avec une forte densité de constructions représentant tous les éléments d'une structure urbaine. De larges rues régulièrement tracées avec des trottoirs bordés d'arbres, des magasins et des échoppes sous les arcades font partie intégrante de ce quartier. Dès 1856, Sétif renaît à l'intérieur de sa structure intra-muros, présentant déjà tous les caractéristiques des centres de colonisation, avec un tracé orthogonal et de larges artères commerçantes qui donnent à ce centre agricole son embryon urbain (Armand Camborieux).



L'historique de la zone d'étude : Le quartier civil dans Le centre historique de la ville de Sétif

Figure II.1: Plan e la ville de Sétif en 1847.
Source : dessin de X.Malverti

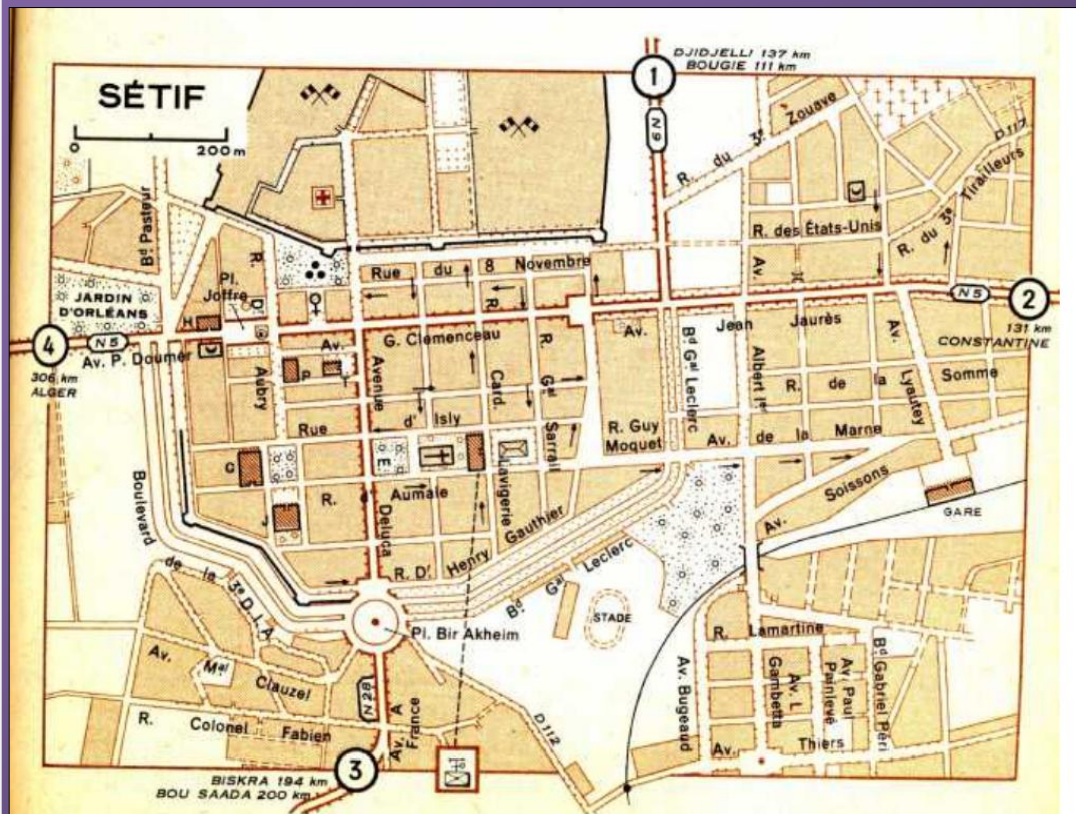


Figure II.2: Plan de Sétif en 1958
Source : <http://alger-roi.fr/>

Les deux axes structurants reliant les quatre portes, deux par deux, sont le 8 mai 45 et Ben Boulaid, offrant une régularité remarquable. Notre zone d'étude se concentre sur le quartier civil situé au sud, caractérisé par un tracé orthogonal en damier et une occupation du sol dense, révélant tous les éléments d'une structure urbaine. Les larges rues tracées de manière régulière, avec des trottoirs bordés d'arbres, abritent des magasins et des échoppes sous les arcades. Comme l'a mentionné Armand Camborieux, à partir de 1856, Sétif a connu une renaissance à l'intérieur de sa structure intra-muros et a déjà acquis toutes les caractéristiques des centres de colonisation : un tracé orthogonal, de larges artères commerciales qui donnent à ce centre agricole son noyau urbain en devenir.



Figure II. 3:Vue aérienne sur le centre historique de Sétif et le marché arabe.
Source : <http://alger-roi.fr/>

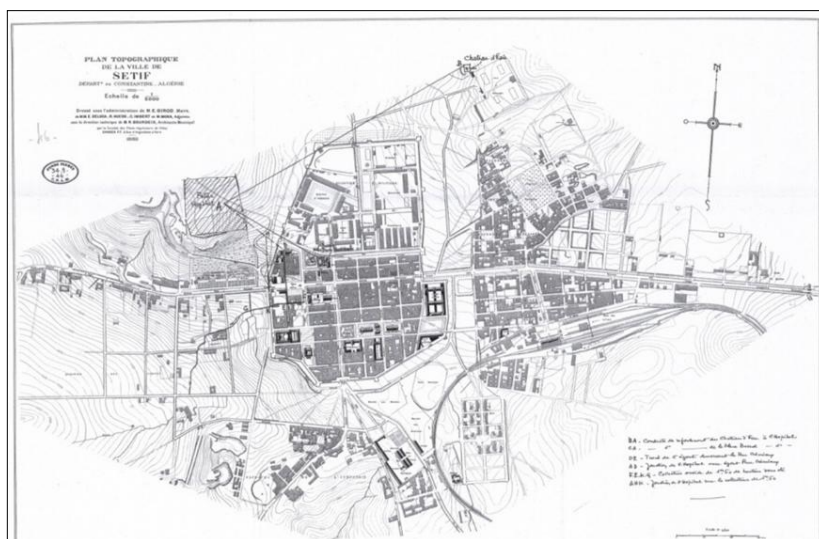


Figure II. 4:Plan de Sétif en 1930
Source:Archives de l'architecture moderne Tolbiac,Paris,

La présence de différentes constructions témoigne de l'évolution urbaine de Sétif. Parmi celles-ci, on peut mentionner les maisons coloniales (ultérieurement appelées "harat") et les immeubles de rapport, ainsi que des équipements importants tels que la Recette des postes (1845), la mosquée reconstruite El Attik (1845), l'établissement bancaire (1855), l'hôtel de ville et la salle des fêtes (1856) érigés à l'emplacement du bureau arabe, le tribunal de première instance (1860), l'église Sainte Monique (future mosquée Ben-Baddis) (1867), le collège colonial (plus tard lycée Kerouani) (1873), la sous-préfecture (1874), le théâtre municipal (1896) et la fontaine monumentale Ain Fouara (1898). (Abbaoui, M., 2011).

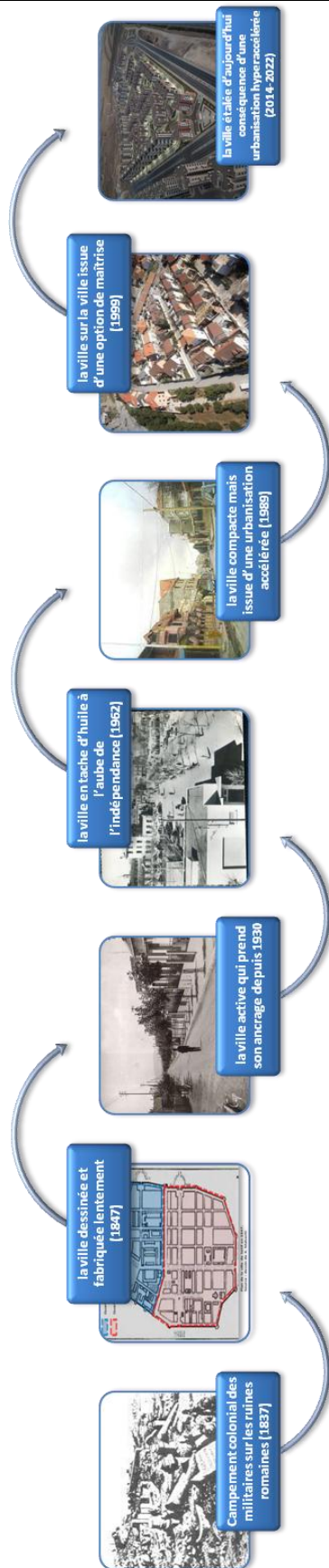
souvent constitués de petites maisons de 100 m² et étaient considérés par l'administration coloniale comme des "cancers urbains" (Belguidoum, Millet, 1985, p. 230).

II.2.2. Développement de la Politique urbaine, plan d'urbanisme et rythme d'urbanisation .

L'urbanisation de la ville de Sétif a été façonnée par le passé, les réalités du présent et les projections pour l'avenir. Comme le souligne Lévy, "une ville se construit dans le temps et par le temps à travers une combinaison de formes sociales et spatiales".

L'urbanisation en cours se caractérise par une situation d'urgence et des directives spécifiques au contexte national. Cette dynamique se traduit par la mise en place d'instruments d'urbanisme tels que le plan directeur d'aménagement et d'urbanisme (PDAU) et le plan d'occupation du sol (POS), qui remplacent le plan d'urbanisme directeur (PUD) et le plan urbain prioritaire. Cette évolution vise à assurer une programmation cohérente. En Algérie, différentes formes d'urbanisation ont été adoptées, notamment par le biais de l'industrie (A. Tacheraft et autres, 2006).⁴ ,

⁴ Sétif était alors le centre industriel (transformation des céréales) et commercial d'une région de grande culture (A.Tacheraft et autre ,2006).



Le processus évolutif de la ville de Sétif peut être attribué au cumul des actions collectives urbaines menées par différents services de l'État sur une longue période. Il passe de la ville en expansion à la ville structurée et finalement à la ville ouverte, grâce à une série d'interventions visant à améliorer les infrastructures urbaines. Ce processus est clairement visible lors d'une rétrospective de l'évolution de la ville de Sétif à travers plusieurs cas. Les cités autrefois considérées comme des zones dortoirs ont aujourd'hui évolué en de nouvelles centralités urbaines.,

Le développement de la ville de Sétif est principalement attribuable à sa position stratégique en tant que carrefour et point de relais entre différentes régions naturelles. De plus, la morphologie relativement plane de sa partie Nord-Est a favorisé l'urbanisation de cette zone de la ville.

Ce développement s'est accompagné d'un rythme d'urbanisation accéléré, résultant de la mise en place de divers programmes de développement qui ont malheureusement conduit à une utilisation excessive de l'espace.

Pendant de nombreuses années, l'accent a été mis exclusivement sur le secteur du logement dans le cadre des programmes de développement, ce qui a entraîné la création de quartiers périphériques dépourvus des équipements de proximité nécessaires.

À l'heure actuelle, les périphéries de la ville de Sétif ont été pourvues de nouveaux équipements

Figure II. 5. Processus de développement de la politique urbaine à Sétif.
Source: Auteur, 2022

commerciaux, administratifs, sanitaires, éducatifs, etc. Ces aménagements ont pour objectif de dynamiser ces zones, en mettant l'accent sur l'activité commerciale qui s'est développée et s'est étendue le long des axes routiers et des boulevards. La densification des commerces et leur alignement le long de ces artères ont contribué à créer une nouvelle centralité en périphérie du centre-ville. Cette évolution s'est accompagnée d'une spécialisation progressive du tissu commercial, favorisant ainsi l'émergence de cette nouvelle centralité.

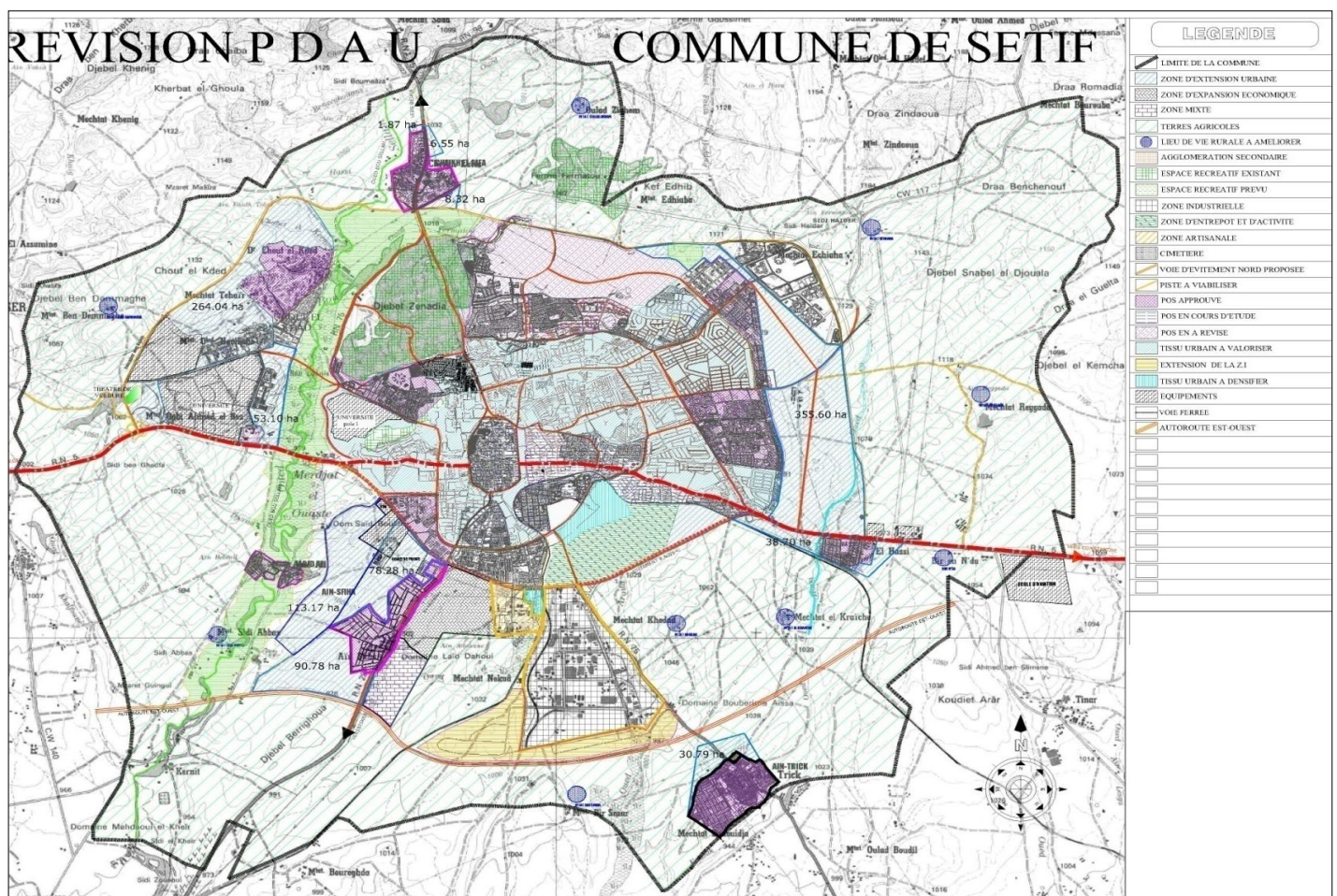


Figure II. 6: Plan de La révision du PDAU de la commune de Sétif

Source : la direction de l'urbanisme de l'architecture et de la construction de Sétif 2018.

II.2.2.1. Du campement colonial des militaires (1837) sur les ruines romaines:

En s'appuyant sur une stratégie de colonisation, de contrôle et d'exploitation, les travaux

d'aménagement du territoire ont été entrepris dès 1830. Des villes, des centres de colonisation, des villages, des fermes isolées et des territoires de colonisation ont été établis dans un laps de temps très court, conformément à une logique de découpage visant à couvrir l'ensemble du pays. En 1836, le Maréchal Bugeaud, en tant que gouverneur général, met en place un "réseau" de villes qui constitue encore aujourd'hui une grande partie de la structure urbaine du pays (Xavier Malverti, 1994).

II.2.2.2. la ville dessinée et fabriquée lentement (1847).

En 1842, un premier plan d'alignement a été élaboré avec l'intention du Gouvernement général de créer un village civil en dehors de la caserne. Ce n'est qu'en 1845 que le service du génie demande l'extension du plan, anticipant l'augmentation de la population européenne installée dans la région pour exploiter les ressources agricoles et commerciales. Ils soulignent les inconvénients d'une concentration excessive de cultivateurs à l'intérieur de la ville, où une population commerçante assez importante doit également se regrouper (X. Malverti, 1994). En soumettant le premier plan de ville à l'approbation de la hiérarchie en 1847, ils ont conçu une ville qui intègre les idées hygiénistes développées au cours du XVIIIe siècle, favorisant une circulation plus fluide et de meilleures conditions d'hygiène. Il s'agit d'une ville aérée et ordonnée. Selon Xavier Malverti et Aleth Picard (1995), le processus de fabrication de la ville est évolutif, influencé par une morphologie urbaine et une composition urbaine, tout en préservant le principe de la structure routière.

II.2.2.3. Ville intramuros : l'urbanisation lente (1830-1930) :

La croissance urbaine de la ville intramuros de Sétif s'est déroulée à un rythme très lent, sans jamais atteindre la saturation, même lors de la période d'expansion au-delà des remparts avec l'émergence des faubourgs. Pour maîtriser l'urbanisation et limiter l'extension vers les faubourgs, la municipalité a organisé des enchères pour occuper les parcelles vacantes à l'intérieur de la ville (intramuros).

La fabrication urbaine de la ville sur les ruines est qualifiée d'"urbanisation lente" (Chorfi, 2019). Ce processus a pris près d'un siècle (1830 à 1930) pour construire et reconstruire sur une structure initiale définie. Depuis sa création jusqu'à sa clôture par les remparts, la ville de Sétif a progressé avec précaution, en respectant le tracé régulier des îlots, en négociant la configuration parcellaire du territoire, ainsi que la position des bâtiments et le réseau des places publiques.

II.2.2.4. L'urbanisation active (1930-1960) : La ville en tâche d'huile :

Contrairement à la ville lente, où son plan initial marque le point de départ de

l'urbanisation, la spéculation foncière a commencé dès la fin du 19^{ème} siècle avec la transformation des terres agricoles en lotissements au-delà des contraintes militaires, en raison de pressions et d'un déséquilibre entre l'offre et la demande.

Une série d'immigrations, notamment depuis le début du 20^{ème} siècle, a alimenté la "fièvre des lotissements" (A. Prenting, 1958), transformant les périphéries en quartiers résidentiels à bas prix. Le secteur de la construction a connu une activité significative, et la spéculation immobilière et foncière a confirmé l'émergence du fait urbain, avec une importante conversion de capitaux agricoles en immobilier. À partir de 1930, les sociétés de construction se sont multipliées, "lotissant à proximité de la ville", ce qui a entraîné une augmentation brutale des prix des terrains appartenant aux colons propriétaires (A. Prenting, 1953).

La ville a entamé son expansion au-delà des remparts après 1926, près d'un siècle après sa fondation initiale. Le phénomène d'occupation et de construction en dehors de la zone intramuros, et par conséquent la création des faubourgs, a commencé relativement tôt par rapport à son processus d'urbanisation.

II.2.2.5. Sétif sort de ses remparts (faubourgs) :

L'exode rural dans la région de Sétif s'est intensifié pendant la longue crise agricole qui a eu lieu entre 1896 et 1918. La population de la ville intramuros a atteint 9200 habitants en 1901, avec une forte majorité de musulmans indigènes.

Cette augmentation de la population a entraîné une spéculation foncière au-delà de la zone militaire, principalement à l'est et au sud de la ville.

Les extensions au-delà de la zone intramuros (voir Figure II.7) ont suivi les caractéristiques territoriales du contexte.

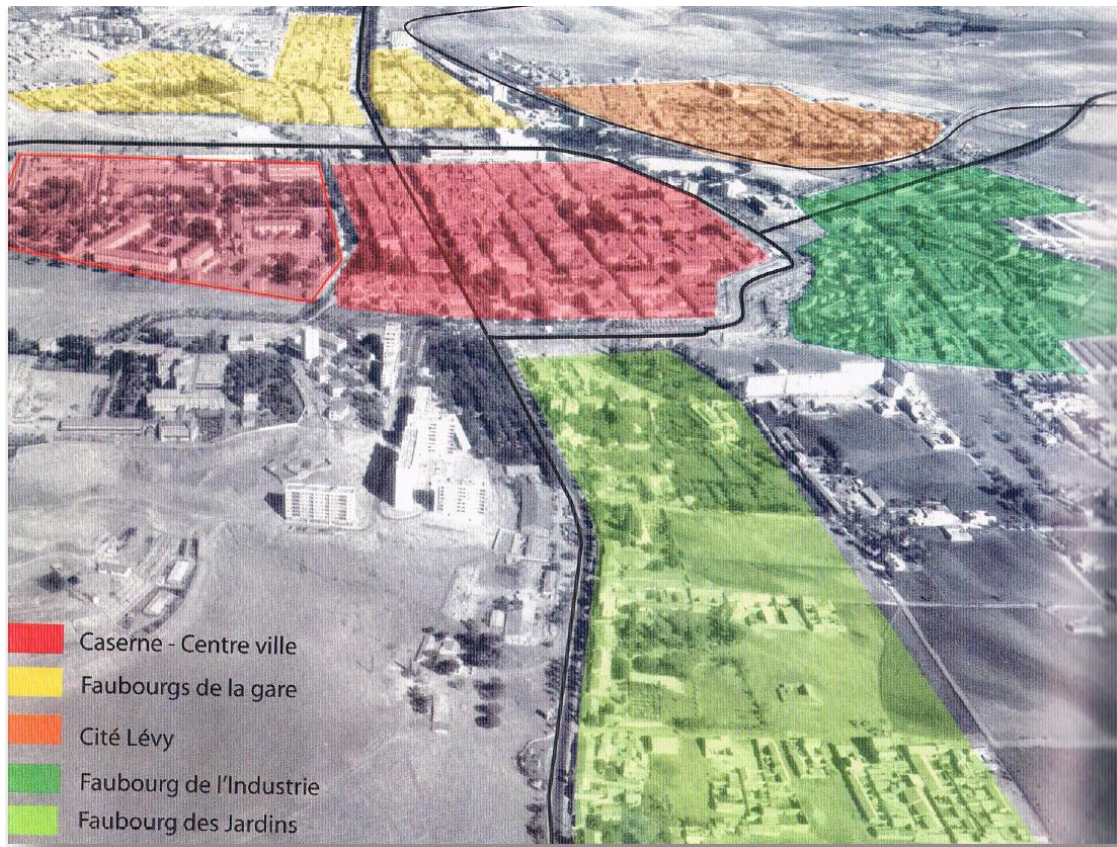


Figure II.7. Vue générale des faubourg de Sétif
Source :CHAIBI Karim "de Sitifis à Sétif.

En raison de la présence de la citadelle au nord, les terrains ont été affectés en tant que champs de manœuvre et propriété militaire, ce qui a empêché toute forme d'urbanisation dans cette zone.

- Avant même la démolition des remparts, une installation de la population arabe s'est formée au sud, près de la porte, autour du marché arabe du bétail et de la décharge publique. Cette zone a également connu le développement d'une activité artisanale, d'où son appellation de "faubourg de l'industrie". En raison de l'immigration, cette région est devenue un refuge pour la population venant du sud, créant ainsi une frange défavorisée qui entravait le développement de logements pour les Européens.

II.2.2.6. Une opération de spéculation foncière prononcée par une dualité spatiale et sociale

Le village des Nègres, situé au Sud-ouest de la ville, se trouve au-delà du rail et de la servitude ferroviaire. En 1881, la municipalité a loué et surveillé ce village destiné à accueillir une population rurale venant du Sud. Cependant, ce village a suscité l'intérêt d'un spéculateur

immobilier nommé Charles Levy.

Sur proposition de ce dernier, et en prétextant des raisons d'hygiène et de sécurité, une opération de délocalisation de 876 habitants du village des Nègres a été entreprise. Ils ont été relocalisés sur un terrain situé à l'ouest de la route de Bougie, au-delà de la zone militaire (champs de tir), sur un terrain rocheux. Par la suite, le terrain convoité a été utilisé pour la construction d'une cité ouvrière d'HBM, comprenant un lotissement de villas pavillonnaires destinées aux Européens.

Suite à l'événement du 8 mai 1945, on a observé une intensification de la construction de bâtiments. Des lotissements tels que l'extension du lotissement Burdin et le lotissement Genty, situés près de celui de Levy, ont été réalisés. De plus, la construction de grands ensembles tels que la cité de la Pinède et la cité CRS a été entreprise.

II.2.2.7. Plan de Constantine :

Dans le but de remédier aux déséquilibres socio-économiques accumulés sous l'effet de la colonisation, la promotion administrative de la ville en tant que préfecture a favorisé la transformation urbaine. Pour structurer la périphérie sud de l'intramuros et dissimuler les zones insalubres, une série de programmes de construction d'édifices publics a été mise en place. Parmi ces programmes figuraient la construction d'un nouveau tribunal, d'un commissariat central de police, du CNET (Centre national d'études des télécommunications), de la protection civile, etc. Des projets de logements collectifs ont également été réalisés, tels que la cité des remparts 1 et 2, la cité de l'avenir, la cité Ciloc, les cités Bel Air comprenant respectivement 103 et 130 logements, la cité CINESTAL comprenant 147 logements, ainsi que la cité des fonctionnaires.

À cette époque, la population de la commune de Sétif s'élevait à 74 000 habitants, dont 65 000 résidaient dans le chef-lieu, avec une majorité de 55 000 Algériens et 10 000 Européens. Le programme du plan de Constantine, bien qu'inachevé, a vu ses opérations achevées après l'indépendance.

II.2.2.8. Après l'indépendance ;l'expansion urbaine :

Après l'indépendance, la rapide croissance démographique a entraîné une expansion urbaine marquée par l'apparition de nouvelles zones de logements collectifs et de nouveaux lotissements individuels. Plus récemment, on observe un développement de la promotion immobilière à la fois publique et privée. Cette expansion urbaine s'est concentrée principalement sur les nouvelles constructions, au détriment du renouvellement urbain du centre historique.

Cette croissance démographique est le résultat de divers programmes de développement qui ont eu un impact significatif sur les réserves foncières. En effet, ces réserves ont considérablement diminué, passant de 313 hectares en 1966 à 2 210 hectares en 1995, selon les chiffres de Madani (2012).

Tableau II.1. Surface urbanisée de la ville de Sétif en (Hectare)
Source :Auteur ,2021

Période	1930	1960	1966	1977	1979	1988	1989	1995	1998	2008	2012
Surface urbanisée de la ville de Sétif en(Hectare)	33	300	314	839.8	1500	1335.1	2100	2210	2285	3377	3000

- Les quartiers spontanés, tels que Yahiaoui, Kaaboub et Boussekine, ont connu une prolifération ces dernières années, avec des constructions érigées sans ordre ni infrastructure adéquate. Ces habitations, bien qu'en dur, présentent souvent des problèmes de confort et souffrent d'une surpopulation très importante. Ces quartiers illégaux sont le résultat d'une spéculation foncière visant à répondre à la demande légitime d'accès à la ville, alors que la construction sur les terrains vacants et la réalisation des plans de Constantine n'ont pas suffi à combler le déficit de logements. Enfin, on trouve également des habitations verticales dispersées dans différents quartiers. Les immeubles les plus hauts se trouvent notamment dans le quartier de la Pinède.

À partir des années 80, on a observé une évolution significative de l'utilisation de l'espace urbain, marquant une période de :

- a période a été caractérisée par la poursuite de la mise en œuvre de nouveaux programmes résidentiels, notamment l'implantation de grands ensembles.
- Des lotissements réalisés par la commune et le programme de la ZHUN (Zone d'Habitat Urbaine Nouvelle) ont été mis en place, avec une répartition comme suit :

[II.2.3.Sétif une ville intermédiaire:](#)

Mon point de vue ne se limite pas aux références existantes sur l'intermédierité de la ville de Sétif, que ce soit dans des thèses scientifiques antérieures ou dans des données

démographiques et spatiales, ni même dans son statut administratif. Sétif a toujours joué un rôle intermédiaire. Tout au long des différentes étapes de son développement économique, la ville de Sétif a maintenu ce statut intermédiaire en restant indépendante des deux grandes métropoles (Alger et Constantine).

Que ce soit dans la version coloniale de la ville, qui s'étendait sur 30 hectares, ou dans sa configuration actuelle couvrant plus de 4 200 hectares, au sein de son agencement territorial, la ville de Sétif a toujours joué ce rôle intermédiaire.

D'un point de vue historique, ce statut d'intermédiaire n'est pas uniquement le résultat d'une politique d'équité territoriale adoptée par l'État à la période post-indépendance. En réalité, Sétif a acquis son statut d'intermédiaire bien avant l'installation des militaires en 1847, en tant que ville-étape de contrôle et d'exploitation entre Alger et Constantine.

II.3.1 Présentation des atouts de la wilaya de Sétif :

II.3.1.1.La Situation Géographique :

La wilaya de Sétif, d'une étendue de 6549,64 km², est située dans l'est de l'Algérie, dans la région des hauts plateaux Est. Elle se trouve à une distance de 300 km de la capitale Alger et son altitude s'élève à 1100 mètres. La wilaya de Sétif se trouve à un carrefour d'échanges entre le Nord, le Sud, l'Est et l'Ouest, et elle est délimitée par les zones suivantes :

- Au Nord par les wilayas de Bejaia et de Jijel;
- Au Sud par les wilayas de Msila et de Batna;
- A l'Est par la wilaya de Mila
- A l'Ouest par la wilaya de Bordj-Bou-Argeridj.



Figure II.8. Vue satellite de l'Algérie
Source : <https://www.alamyimages.fr/>

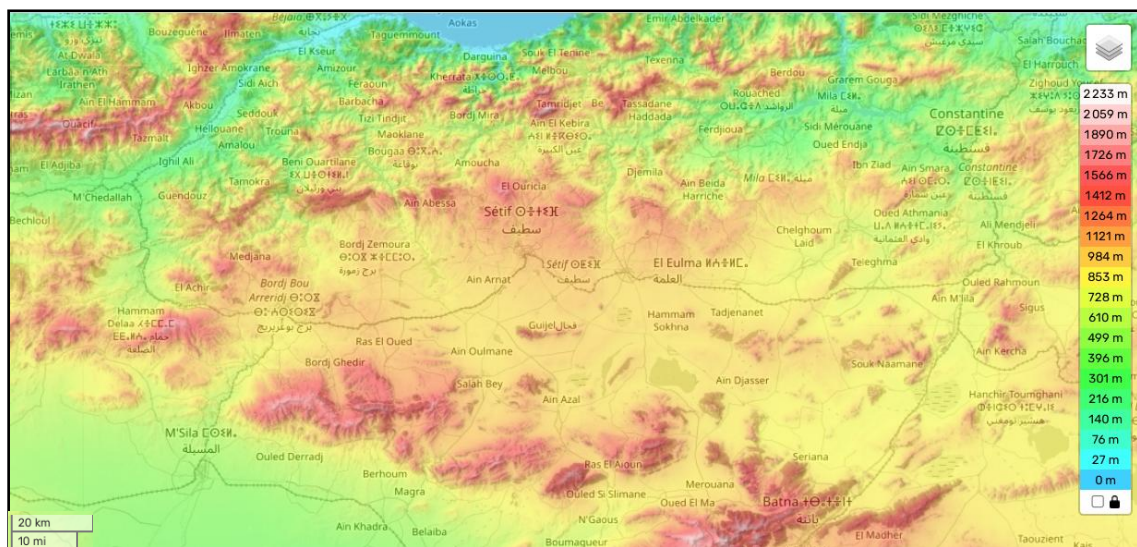


Figure II.9. La situation géographique de la wilaya de Sétif
Source : DPSB de Sétif ,2021



Figure II.10. Les limites régionales de la wilaya de Sétif
Source : DPSB de Sétif ,2021

Dans le but de promouvoir le développement socio-économique de la wilaya de Sétif et des autres wilayas des hauts plateaux, plusieurs nouvelles circonscriptions administratives ont été créées. Dans le cas spécifique de la wilaya de Sétif, trois circonscriptions administratives ont été mises en place, lesquelles sont présentées de la manière suivante : (DPSB⁵,2021)



Carte II.11. La carte topographique de la région de Sétif
Source : <https://fr-fr.topographic-map.com/>,2022

II.3.2. La population :

➤ La population de la wilaya de Sétif en 2020 est : **2 076 859** Habitants

⁵ DPSB: Direction de la programmation et du suivi budgétaire de la wilaya de Sétif ,2021.

- La densité de la population en 2020 est : **317** habitants/km².
- La densité de population est significativement plus élevée dans le corridor d'urbanisation central de la wilaya, le long de la RN5, où elle atteint environ 2 000 habitants par kilomètre carré dans les communes de Sétif et d'El Eulma.
- Entre 2010 et 2020, la population de la wilaya de Sétif a augmenté de 1 581 325 habitants à 2 076 859 habitants, soit un taux de croissance de 2,3 %. Pendant cette même période, la population globale de l'Algérie est passée de 43,4 millions d'habitants au 1er juillet 2019 à 44,7 millions d'habitants au 1er janvier 2021. (ONS⁶,2021)

II.3.2. 1.Répartition de la Population Selon la Dispersion:

- La majorité de la population de la wilaya se trouve concentrée dans les agglomérations principales, à savoir les chefs-lieux de communes ainsi que les agglomérations secondaires, qui représentent ensemble 82,33% de la population totale.
- Afin de répondre aux besoins exprimés par chaque agglomération et d'assurer une prise en charge adéquate de sa population, il est nécessaire de procéder à une mise à niveau des infrastructures et des équipements. Cette démarche s'inscrit dans le cadre d'une planification urbaine visant à établir une hiérarchie urbaine planifiée.
- En 2020, la majorité de la population, soit plus de 62 %, résidait dans les centres urbains des chefs-lieux de communes, tandis que 19 % résidaient dans des agglomérations secondaires et 18 % vivaient dans des zones moins densément peuplées. (RGPH,2020).⁷
- La structure démographique de la population révèle une base élargie, ce qui suggère la présence d'une population plutôt jeune.
- Plus de la moitié (54%) de la population totale se situe dans les tranches d'âges allant de 0 à 29 ans.
- Il est essentiel de fournir des efforts considérables pour répondre aux besoins de la population juvénile en termes d'éducation, de formation et d'emploi

⁶ ONS :Office National des statistiques,2021 .

⁷ RGPH :Recensement général de la population et de l'habitat (RGPH), 2020,

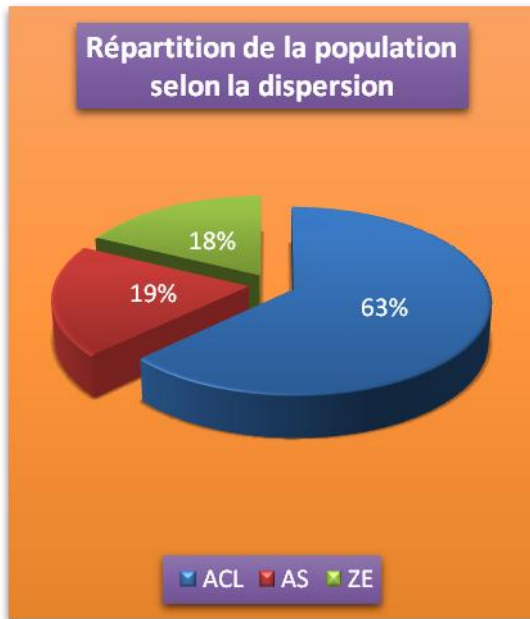


Figure II.12. La répartition de la population selon la dispersion
Source : Résultat RGPH 2020

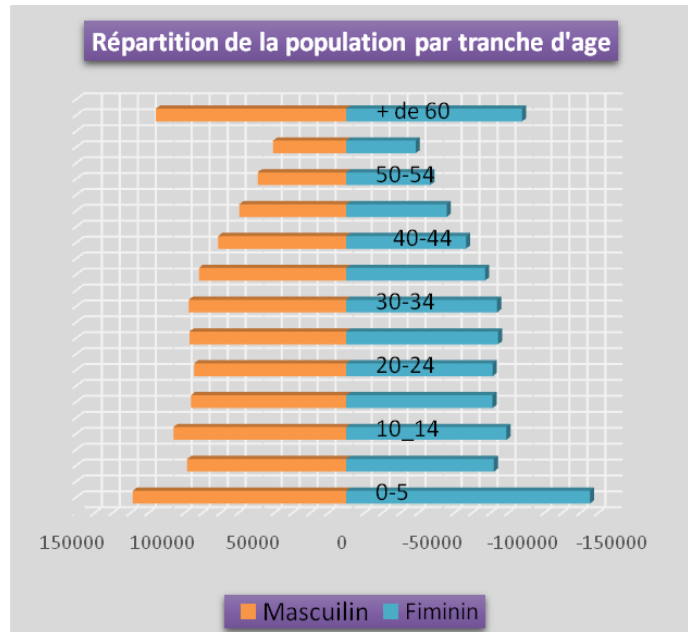


Figure II.13. La répartition de la population par tranche d'âge
Source : Résultat RGPH 2020

II.3.3. L'armature urbaine de la wilaya de Sétif:

La population urbaine de la wilaya a connu une croissance exceptionnelle. En 1966, la commune de Sétif comptait 80 000 habitants, tandis qu'aujourd'hui elle en compte 251 676. Dans l'ensemble de la wilaya, la population totale est maintenant de 2 076 859 habitants.

II.3.3.1. Programme de l'habitat :

La wilaya de Sétif a été incluse dans les programmes quinquennaux à partir de 2005, ce qui a permis la création d'un programme de logement comprenant environ 131 379 unités réparties dans différents types. Parmi celles-ci, 109 392 ont été achevées, 14 470 sont actuellement en cours de réalisation et 7 517 restent à réaliser.. (DPSB,2021) .

Différents types de logements ont suscité une demande globale d'environ 360 049, répartie par segment de la manière suivante :

- LPP⁸ : 1.430 demandes Soit un taux de 0,40 %
- LPA⁹ : 40.761 Soit un taux de 11,32 %

⁸ Le LPP constitue un nouveau segment de logement promotionnel bénéficiant du soutien de l'Etat, destiné à des acquéreurs dont les revenus mensuels cumulés avec ceux de leurs conjoints sont supérieurs à six (6) fois et inférieurs ou égaux à douze (12) fois le Salaire National Minimum Garanti (SNMG). Décret exécutif n°14-203 du 15 juillet 2014 fixant les conditions et les modalités d'acquisition

⁹ Le LPA, logement promotionnel aidé est un logement neuf réalisé par un promoteur immobilier, il est destiné à des postulants éligibles à l'aide de l'Etat.

- Social : 102.436 Soit un taux de 28.45 %
- Location/vente¹⁰: 6.116 Soit un taux de 1,70 %
- Rural : 66.109 soit un taux de 39.77%
- Urbaine : 143.197 soit un taux de 18.36%

Les communes de Sétif, El Eulma, Ain Azel et Ain Oulmene ont été identifiées comme des zones de tension en matière de logement. Il est important de noter que la demande d'aides au logement rural est également élevée en raison du nombre d'habitants vivant en milieu rural. Cependant, ce type de logement est confronté au problème de disponibilité des terrains pour la mise en place de ce programme. Par conséquent, il est recommandé d'encourager l'utilisation de terrains domaniaux pour la construction de logements regroupés.

II.3.3.1.1. L'Habitat précaire

La wilaya de Sétif a entrepris des efforts importants pour résorber l'habitat précaire en inscrivant un programme de logement comprenant 13 508 unités. Grâce à cette opération, 9 667 habitations réparties sur 57 sites à travers la wilaya ont été éradiquées. Cependant, il reste encore 2 147 habitations à éliminer, ce qui nécessite l'inscription d'un programme de 2 147 logements pour finaliser cette opération de manière définitive.

II.3.3.1.2. Le Parc du logements

Le parc de logements en Algérie est généralement analysé en fonction de ses aspects physiques, tels que la localisation des logements, leur répartition entre zones urbaines et rurales, leur type, le programme de construction auquel ils sont rattachés, ainsi que leur taux d'occupation(TOL).¹¹.

La répartition des logements dans la wilaya de Sétif n'est pas homogène sur l'ensemble du territoire. La majorité des résidences principales se trouve naturellement dans les zones urbaines, tandis que les zones rurales présentent une concentration moindre de logements. .

Ce segment s'adresse à des postulants à revenus moyens ; l'accès à ce type de logement est réalisé selon un montage financier qui tient compte d'un apport personnel, d'un crédit bonifié et d'une aide frontale directe.

10 logement en Location/vente :est un mode d'accès à un logement avec option préalable pour son acquisition en toute propriété au terme d'une période de location fixée dans le cadre d'un contrat écrit. Le prix du logement destiné à la location-vente est fixé sur la base du coût final de la construction intégrant les dépenses d'acquisition du terrain ainsi que les frais de gestion technique et administrative calculés sur la période précédant le transfert de propriété.

11 TOL : Le taux d'occupation des logements en Algérie a enregistré une baisse significative en passant de 5,5 habitants/logt en 2000 à 4,4 en 2021 dans la déclaration de politique générale du Gouvernement, pour la période septembre 2021-août 2022.

Tableau II.2 :Le Parc du logements à Sétif.

Source :Direction du logement de Sétif , 2021

Communes	Parc - logements total (hors habitat précaire)										Nbre logements précaires	T.O.L
	Total	Répartition par zone		Répartition par catégorie de logements								
		Urbaine	Rurale	Social	Participatif	Location /vente	Promotionnel	LPP	Fonction	Astreinte		
Commune de Sétif	83171	83119	52	4530	10783	3000	1330	0	1001	82	0	6
Total wilaya	389136	321790	67346	26508	20770	6000	2353	0	3530	164	5166	5

Tableau II.3: L'évolution du parc logement à Sétif .

Sources: Projet PDAU, 2010 ,DPSB,2018 ,Direction du logement 2021

Année	1987	1994	1998	2008	2017	2018	2021
Parc logts dans Commune de Sétif	27 767	32 083	43 402	61 743	79 165	79 885	83 171
T.O.L	6,72	7,46	6,79	6,21	5	5	6

Tableau II.4: La répartition du programme du logements à Sétif par type.

Source: Direction du logement de Sétif ,2021

La répartition du programme du logements à Sétif par type.			
Participatif	Promotionnel	Location de vente	LPP
24,901	11,466	19095	1430
20.770 logements achevés	4043 en cours	6000 livrés	260 achevées à El Eulma
2.131 logements en cours de réalisation	5070 non lancés	10,000 en cours réalisation à Sétif	1170 en cours de réalisation
2.000 procédures administratives en cours	2353 livrés	3095 études en cours	

La mise en œuvre du programme ambitieux de logement, dans ses diverses catégories, est souvent entravée par de nombreuses difficultés et lacunes, notamment :

- Manque de terrains domaniaux pour plusieurs communes.
- Difficulté de la procédure de distraction de terres agricoles.
- Difficulté de concrétiser un instrument d'urbanisme au niveau de terre de nature juridique privée.
- Obligation de revoir la procédure d'approbation des instruments d'urbanisme de fait -que l'actuelle procédure prend énormément du temps.
- Rigidité constaté au niveau des instruments d'urbanisme approuvés, notamment en matière de détail,

II.3.3.1.3. Problématique de la politique des nouveaux pôles urbains:

La wilaya de Sétif a été bénéficiaire d'un programme comprenant dix (10) pôles urbains, répartis comme suit : Bir Enssa, Tinere, Ain Arnat, Mahdia, Hammam Soukhna, Bir El Arch, Salah Bey, El Eulma, Ain Azel, et Abid Ali. Le pôle le plus important est celui de Tinere, qui s'étend sur une superficie de 194 hectares. Ce pôle comprend 6 700 logements AADL (Agence nationale de l'amélioration et du développement du logement) et 28 structures publiques. Comme pour les autres pôles urbains à l'échelle nationale, des plans d'extension et de fixation des programmes d'habitat ont été établis dans le but de limiter l'urbanisation en dehors de l'agglomération principale.

a-Volet Etude :

- Un défi rencontré concerne la détermination précise de la zone d'étude par rapport aux points de connexion des différents réseaux, qui peuvent être éloignés les uns des autres.
- Un défi important réside dans la difficulté de contrôler les niveaux altimétriques en raison du grand nombre de promoteurs qui ne respectent pas les cotes établies par les bureaux d'études techniques en aménagement. Cela nécessite donc la prise en compte de l'intervention d'un bureau d'études chargé de l'implantation de tous les projets, malgré les délais d'implantation qui peuvent différer.
- La situation actuelle est marquée par l'absence d'un règlement précis définissant les droits de construction des immeubles envisagés.

b-Volet Réalisation :



Photo II.1. Le pole urbain Tiner et BirNsa
Source: <https://www.google.com/maps/>,2022

- Il existe un décalage entre l'inscription et la livraison des logements par rapport aux équipements nécessaires.
- Obtenir les autorisations nécessaires pour traverser les lignes de chemin de fer, les autoroutes et les routes nationales pose des difficultés..

c-Volet Gestion :

- La gestion et la coordination des différentes activités au sein des pôles urbains nécessitent une organisation intégrée qui favorise leur développement, ce qui est actuellement absent..

II.3.4.L'emploi à Sétif :

II.3.4.1 Répartition de la population occupée à Sétif :

Sétif est reconnu comme un pôle central avec une diversité d'activités génératrices d'emplois, constituant ainsi un bassin d'emploi important dans les domaines de l'agronomie, du commerce, de l'industrie et même du tourisme. Les statistiques de l'emploi révèlent une population active estimée à 820 007 personnes, dont 758 676 sont occupées. Grâce aux efforts concertés, le taux de chômage a été réduit en dessous de 10% pour atteindre 7,48%.

Tableau II.5.: La répartition de la population de Sétif selon le statut d'emploi
Source : Direction de l'emploi de Sétif .2021

	Unité	T o t a l
Population totale de la wilaya	habitants	2 076 859
Population active	Individu	820 007
Population occupée	Individu	758 676
Population au chômage	Individu	61 331
Taux de chômage	%	7,48

II.3.4.2. Répartition de la population occupée par secteur d'activité.

Le secteur du commerce occupe la deuxième place en termes d'emploi, avec une population occupée de 194 282 personnes et un taux de 26%. Cependant, le secteur de l'agriculture demeure le principal pourvoyeur d'emplois, avec une population occupée de 209 154 personnes, représentant 28% de la main-d'œuvre.

Tableau II.6. Répartition de la population occupée par secteur d'activité
Source : Direction de l'emploi de Sétif ,2021

Secteur d'activité	Hommes	Femmes	Total	pourcentage
Administration	62 596	55 655	118 251	16%
BTPH	60 567	2 893	63 460	8%
Agriculture	197 400	11 754	209 154	28%
Industrie	103 562	10 066	113 628	15%
Services	50 114	9 787	59 901	8%
Commerce	138 290	55 992	194 282	26%
total	612 529	146 147	758 676	

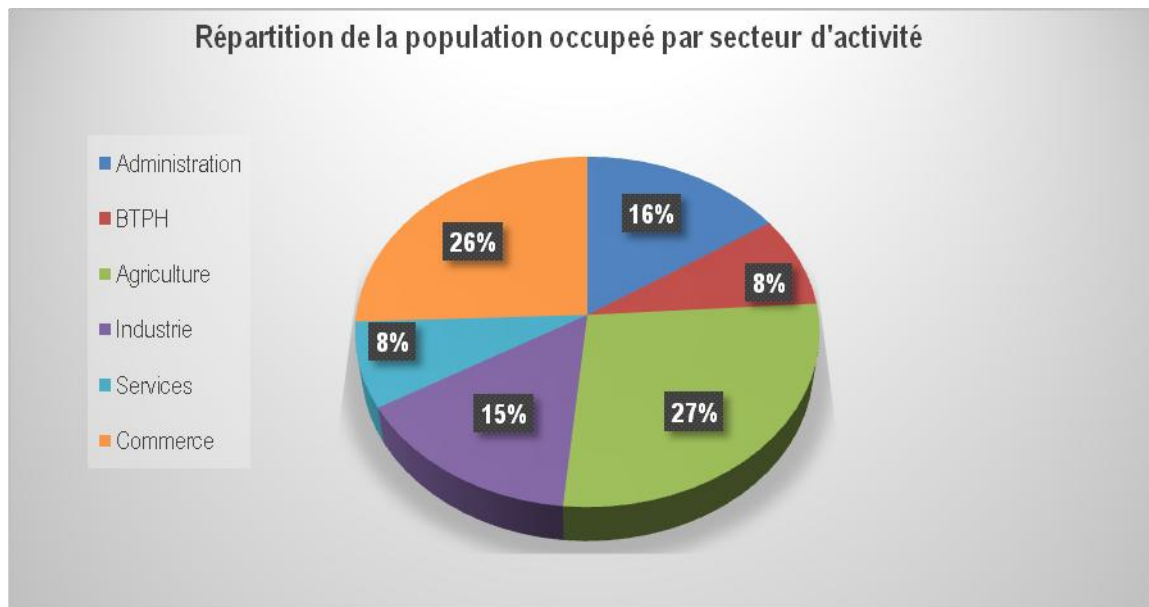


Figure II.14. Répartition par pourcentage de la population occupée par secteur d'activité
Source : Direction d'emploi de Sétif ,2021

II.3.5. L'Activité commerciale en plein essor,

La wilaya de Sétif occupe depuis longtemps une position stratégique en tant que centre commercial desservant une vaste région, s'étendant de la côte maritime aux portes du Sud, et jouant un rôle d'intermédiaire entre le centre du pays et la région du Constantinois. C'est un domaine qui fonctionne selon ses propres règles, où les institutions n'ont pas toujours une réelle maîtrise. Les activités commerciales sont bien établies, avec des places territoriales, des corridors de circulation, des règles de transaction et d'emploi. Les secteurs tels que le prêt-à-porter, les textiles, l'électroménager, les articles ménagers, la téléphonie, les matériaux de construction, l'outillage et les pièces de rechange connaissent une demande constante et évolutive. Selon Ounas Farid et Boudrama Mostefa (2021), l'activité commerciale est depuis toujours un indicateur clé de l'animation urbaine. La wilaya de Sétif compte actuellement 99 368 entités économiques actives dans divers domaines (DPSB, 2021), et le marché de Dubaï à El Eulma attire des clients de tout le pays, tant pour le commerce de gros que de détail. Les communes de Sétif et d'El Eulma concentrent le plus grand nombre de commerçants de la wilaya, avec des taux de 33% et 18% respectivement (DPSB, 2021).

Tableau II.7 :Répartition du nombre de commerçants actifs, par commune et par secteur d'activité
Source :(DPSB,2021)

Communes	Activités	Activités	Commerc	Com	Activités	Activités	Activités	Total
	industrielles	Artisanales	de gros	de détail	Import	Export	Services	
Sétif	4 693	39	2 090	14 381	969	42	10 189	32 403
Ain El Kebira	280	3	30	958	9	2	714	1 996
Bir El Arch	144	4	38	435	29	1	371	1 022
Guedjel	372	1	54	34	747	4	665	1 877
Ain Lahdjar	223	0	51	679	37	3	727	1 720
El Eulma	1 916	8	819	9 145	1 474	15	4 409	17 558
Ain Arnet	448	3	83	1 058	23	5	958	2 578
Amoucha	222	0	23	545	15	0	401	1 206
Ain Oulmène	514	2	153	3 492	248	17	1 513	5 939
Bouandas	195	1	30	604	3	0	423	1 178
Bazer Sakhra	422	1	94	524	119	4	477	1 641
Mezloug	324	1	56	308	32	0	347	1 068
El Ouricia	305	1	24	436	16	1	447	1 230
Tizi N'bechar	250	0	16	467	0	0	367	1 100
Saleh Bey	167	0	38	911	36	1	466	1 619
Ain Azel	342	4	147	1 296	99	1	918	2 807

Tala Ifacen	229	0	29	403	4	0	459	1 353
Bougaa	226	0	36	1 015	16	0	681	1 974
Guellal	155	0	20	460	10	1	382	1 028
Ksar El Abtal	139	0	16	608	18	3	380	1 164

Total wilaya	14 274	75	4 213	45 012	4 195	111	31 488	99 368
---------------------	--------	----	-------	--------	-------	-----	--------	--------

II.3.5. 1.La diversité de L'espace commercial à Sétif :

II.3.5. 1.1.Concept des espaces commerciaux :

Nbr d'espaces	Les espaces commerciaux à Sétif
01	Hyper marchés
01	Super marchés
99	Superettes
01	Marchés de gros
18	Marchés couverts
54	Marchés de proximités
17	Marchés à bestiaux
37	Marchés hebdomadaires
77	Abattoirs
28	Tueries
/	Poissonneries
02	Zones industrielles
08	Zones d'activités commerciales
2	Zones d'activités et d'entrepôt

Selon les termes de l'article 02 du décret exécutif n° 111-12 du 06/03/2012, on entend par espace commercial tout lieu, qu'il soit construit ou non, aménagé et délimité, où des transactions commerciales sont effectuées à des niveaux de vente en gros ou de détail. En résumé, un espace commercial est un lieu qui intègre les activités de vente, de marketing, de communication et de relations publiques.

Tableau II.8 : Les espaces commerciaux à Sétif
Source : Direction du commerce de la wilaya de Sétif ,2016

II.3.5. 1.1. Les espaces commerciaux informels :

Malgré la mise en place de diverses infrastructures commerciales, la wilaya de Sétif continue de se développer dans un contexte où l'économie formelle et informelle coexistent. Cette réalité est palpable au quotidien dans notre vie.

La prise de conscience de l'existence du commerce informel est relativement récente, car il était négligé pendant la période de l'économie administrée qui mettait principalement l'accent sur l'économie parallèle de distribution (SMAILI N, KOULLI Med, 2018). Ainsi, de

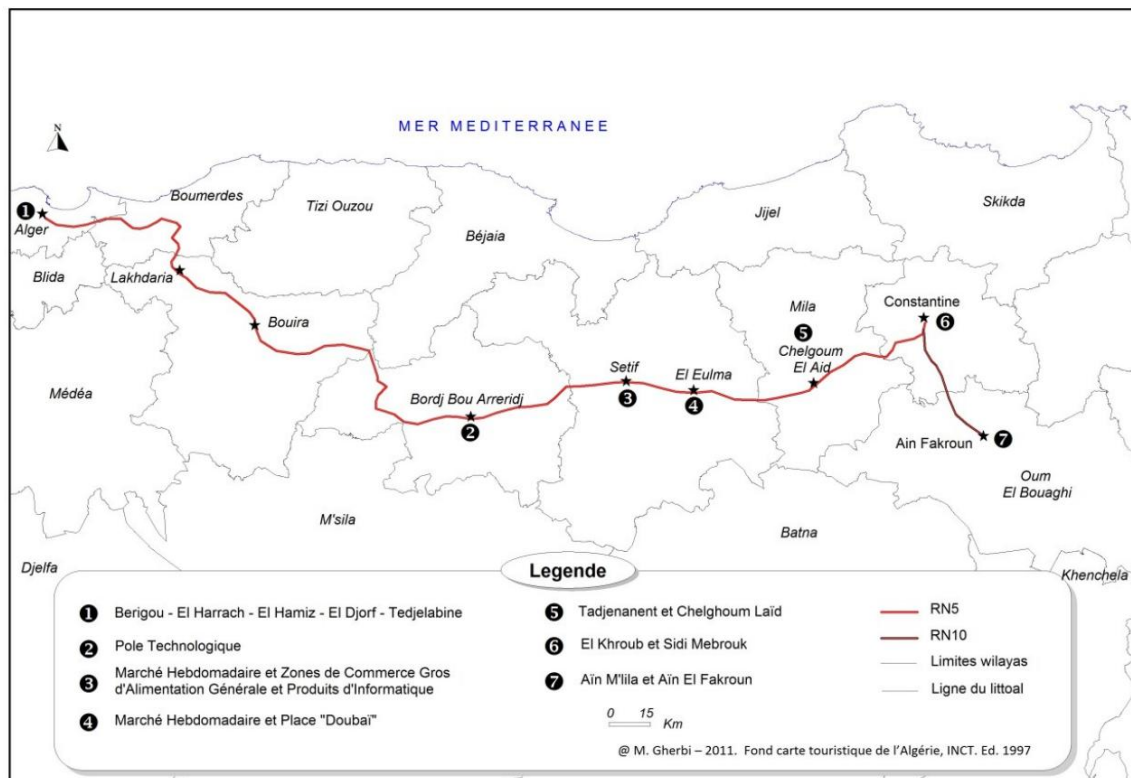


Figure II.15. Marchés d'importance nationale et régionale
Source : Mohamed GHERBI , & all,2016

véritables marchés informels ont émergé à travers tout le territoire de la wilaya de Sétif. En réalité, le commerce informel a engendré des dynamiques urbaines et régionales qui échappent aux cadres de planification et de gestion des villes, donnant ainsi naissance à des marchés puissants tels que "Doubaï". Leur impact a profondément modifié le fonctionnement, l'organisation interne et même l'apparence de la ville, en ignorant toute réglementation urbaine existante. Par conséquent, le rayonnement de la ville s'est considérablement étendu, entraînant une flambée spectaculaire de la spéculation foncière et immobilière. De plus, la

prolifération des activités de vente, souvent informelles, et de stockage clandestin de marchandises s'est rapidement répandue dans des zones importantes de la ville (Mohamed GHERBI et al., 2016).

II.4. Conclusion:

Dans ce chapitre, nous avons examiné la dynamique urbaine de la ville de Sétif et mis en évidence les nombreux atouts de la wilaya et de la ville elle-même. Nous avons pu constater l'existence d'une relation de cause à effet entre la politique urbaine mise en place et la croissance urbaine observée. Pendant la période coloniale, la ville a été planifiée selon une stratégie de colonisation, de contrôle et d'exploitation, qui a déterminé la localisation, la hiérarchisation et l'évolution spatiale de la ville.

Ainsi, à partir de 1856, la ville de Sétif s'est développée selon un plan orthogonal en damier, avec une utilisation intensive du sol qui présentait tous les éléments d'une structure urbaine bien établie. Les rues larges tracées de manière régulière étaient bordées d'arbres et les arcades abritaient des magasins et des échoppes.

De plus, notre étude a révélé qu'à partir de 1930, deux quartiers pavillonnaires importants résultant de vastes opérations immobilières ont vu le jour : les cités Beau marché et Cheminots. Ces quartiers abritaient des villas luxueuses et sont devenus les nouveaux lieux de résidence de la petite bourgeoisie coloniale. Parallèlement à l'extension de la ville coloniale, un habitat de ruraux déracinés s'est formé à la périphérie sud de la ville.

Il est également important de souligner qu'après l'événement du 8 mai 1945, la production de logements s'est intensifiée, notamment à travers des lotissements et des grands ensembles. Le Plan de Constantine, mis en place pour lutter contre les déséquilibres socio-économiques hérités de la période coloniale, a joué un rôle clé dans cette transformation urbaine. Le statut de préfecture a favorisé la promotion administrative, et de nombreux programmes de construction d'édifices publics et de logements collectifs ont été lancés, achevés après l'indépendance.

Nous avons également constaté qu'après l'indépendance, la rapide croissance démographique a entraîné une expansion urbaine avec l'apparition de nouvelles zones de logements collectifs et de nouveaux lotissements individuels. Plus récemment, le développement de la promotion immobilière publique et privée a contribué à cette expansion. Cependant, le renouvellement urbain du centre historique a été négligé au profit des nouvelles constructions.

Ainsi, après avoir étudié la wilaya de Sétif, nous avons pu identifier ses nombreux atouts. Elle occupe une position stratégique en tant que carrefour d'échanges, servant de place commerciale entre la façade maritime et les portes du Sud, jouant ainsi un rôle d'intermédiaire entre le centre du pays et le Constantinois. Cette sphère commerciale fonctionne selon ses propres règles, échappant en grande partie au contrôle institutionnel.

De plus, la wilaya a connu une croissance exceptionnelle de sa population urbaine, la classant comme la deuxième wilaya la plus peuplée après la capitale. Cette forte concentration de population a nécessité de grands efforts pour répondre aux besoins en éducation, formation et emploi de sa population jeune.

En ce qui concerne le logement, la wilaya de Sétif a bénéficié de différentes formules d'habitat dans le cadre des programmes quinquennaux initiés en 2005. La prolifération des programmes de logement est étroitement liée à la politique menée par l'État à la fois au niveau national et local. Cependant, comme dans de nombreuses villes d'Algérie, la juxtaposition de programmes de logement depuis l'indépendance jusqu'à nos jours a été jugée nécessaire d'un point de vue socio-économique, mais a été mise en œuvre de manière bureaucratique et dirigiste.

En conclusion, la ville de Sétif offre de nombreuses opportunités d'emploi dans divers secteurs économiques, en particulier dans le domaine du commerce. Des efforts importants ont été déployés pour lutter contre le commerce informel en mettant en place d'importantes structures commerciales.

CHAPITRE III : LA DYNAMIQUE COMMERCIALE DE LA VILLE DE SETIF.

III.1.Introduction :

La ville de Sétif a connu une croissance urbaine majeure dès ses premières années d'urbanisation. Cette dynamique urbaine a eu un impact significatif, notamment sur l'activité commerciale, qui a dû s'ajuster aux transformations de la ville. En raison de la mobilité accrue des consommateurs et de l'émergence du commerce en périphérie, l'espace commercial a subi des transformations profondes. Dans un premier temps, il est pertinent de retracer brièvement l'historique du commerce de détail en Algérie. Avant l'indépendance du pays, les Algériens étaient principalement engagés dans le petit commerce, notamment dans l'alimentation générale et l'habillement. Les grandes surfaces étaient alors entièrement détenues par des sociétés françaises telles que "Monoprix-Prisunic-Uniprix" dans les grandes agglomérations urbaines (Ait Abderrahmane, A., 2012).

Après l'indépendance, l'État a créé plusieurs sociétés nationales et offices pour assurer les fonctions essentielles de distribution. Parmi eux, on peut citer l'Office National Algérien de Commercialisation, l'Office Algérien Interprofessionnel des Céréales, l'Office des Fruits et Légumes d'Algérie, Souk-El-Fellah, ainsi que la Société Nationale des Nouvelles Galeries Algériennes, qui a ensuite été restructurée en Entreprise de Distribution les Galeries Algériennes. Jusqu'en 1995, l'État était responsable du commerce intérieur et extérieur.

La plupart des entreprises publiques, qui détenaient le monopole et assuraient la majorité des échanges commerciaux avec les pays étrangers, ont été privatisées ou dissoutes.

La véritable relance du commerce s'est produite avec l'ouverture du marché, ce qui a donné naissance à de nouveaux types d'espaces commerciaux. Les pôles commerciaux, souvent situés en périphérie, se sont développés, où la vente en gros est pratiquée. Ainsi, le commerce s'est déplacé vers des endroits spécialisés en fonction du type de marchandise.

Actuellement, nous constatons des dysfonctionnements liés à l'implantation désordonnée des espaces commerciaux, notamment dans les activités de distribution aux niveaux du gros et du détail.

Dans un premier temps, nous examinerons l'évolution de l'espace commercial en analysant les dispositifs législatifs et réglementaires en vigueur. Ensuite, nous aborderons les avantages et les inconvénients de la grande distribution. Nous poursuivrons en détaillant les conditions de création et d'implantation des différents types d'espaces commerciaux.

Par la suite, nous présenterons un diagnostic de l'évolution de l'espace commercial dans la ville de Sétif. Nous commencerons par étudier le marché arabe, puis nous mettrons en évidence les bâtiments à vocation commerciale construits dans le centre historique de Sétif pendant la période coloniale. Nous accorderons également une attention particulière à l'espace commercial au Harat.

Enfin, nous examinerons l'expansion des commerces en périphérie, qui concurrence ceux du centre-ville. Nous examinerons en détail les différents types d'espaces commerciaux dans cette zone, en mettant en évidence leurs spécificités.

III.2.L'évolution de l'espace commercial à travers les dispositifs législatifs et réglementaires.

III.2.1.Dispositif législatif:

Les activités commerciales en Algérie doivent se conformer aux principales dispositions législatives et réglementaires énoncées par : *Loi N° 90-29 du 01 Décembre 1990 modifiée et complétée relative à l'aménagement et l'urbanisme;

*Loi N°98-04 du 15 juin 1998 relative à la protection du patrimoine culturel;

*Loi N°16-09 du 03 aout 2016 relative au développement de l'investissement;

*L'ordonnance N° 08-04 du 01 septembre 2008 fixant les conditions et les modalités de concession des terrains relevant du domaine privé de l'Etat destinés à la réalisation des projets d'investissements;

*Loi N° 04-08 du 14 aout 2004 relative aux conditions d'exercice des activités commerciales

III.2.2.Dispositif réglementaire:

*Décret exécutif N°10.20 du 12 janvier 2010 portant organisation, composition et fonctionnement du CALPIREF¹²;

*Décret exécutif N°12.111 du 6 mars 2012 À partir de l'année 1995, une nouvelle phase s'amorce avec la publication du décret établissant les conditions et les modalités d'implantation et d'organisation des espaces commerciaux, ainsi que les règles régissant l'exercice de certaines activités. où l'Etat Promulgue la première ordonnance relative à la concurrence (Ord 95-06 du 25 janvier 1995 Cette réglementation favorise la libre pratique de

12 CALPIREF :Comité d'Assistance à la Localisation et à la Promotion des Investissements et de la Régularisation du Foncier.

l'activité commerciale et s'inscrit dans une démarche de libéralisation des prix. Au fil du temps, les entraves d'ordre législatif et réglementaire ont été progressivement levées. Des mesures juridiques et organisationnelles ont été prises afin d'éliminer les situations de monopole, de stimuler les initiatives et de mettre en place les règles et les mécanismes propres à une économie de marché

III.2.3 Les avantages de la grande distribution:

L'implantation de ces espaces commerciaux présente de nombreux avantages, notamment en ce qui concerne la préservation du pouvoir d'achat des catégories sociales défavorisées. Parmi les aspects positifs, on peut mentionner :

1. Les prix abordables pratiqués dans ces espaces, qui constituent un atout majeur et contribuent grandement à protéger le pouvoir d'achat des citoyens.
2. La promotion de la concurrence et de la compétitivité dans les circuits de distribution.
3. La régulation du marché en assurant un approvisionnement régulier en produits de consommation courante.
4. La diversification de l'offre de produits grâce au développement de nouveaux secteurs tels que la bijouterie, la parapharmacie et l'informatique.

III.2.4 Les inconvénients de la grande distribution :

Les principaux problèmes rencontrés sont les suivants :

1. Le déclin du commerce de détail traditionnel, qui se trouve étouffé.
2. Le risque de collusion entre les concurrents en matière de fixation des prix, considérée comme une pratique anticoncurrentielle selon la législation en vigueur.

commerciales et définit les règles relatives à l'équipement commercial, notamment l'implantation et l'organisation des activités commerciales au sein de l'espace commercial.

III.2.5. Objectifs du texte réglementaire:

Le présent texte vise à remédier progressivement aux problèmes actuels liés à l'implantation désordonnée des espaces commerciaux, en particulier les activités de distribution en gros et en détail. Il convient de rappeler que l'analyse des conditions d'organisation et de fonctionnement des circuits de distribution au niveau national met en évidence de nombreux dysfonctionnements

III.2.6. Conditions de création et d'implantation des espaces commerciaux:

Conformément à la réglementation en vigueur, l'implantation de tout espace commercial, y compris les grandes surfaces et les centres commerciaux, par des promoteurs privés ou des entités publiques ou privées,

III.2.6.1. Conditions de création et d'implantation par type d'espace commercial .

a)- les grandes surfaces:

Selon les dispositions du décret exécutif n° du 6 mars 2012 mentionné, la grande surface se divise en deux types d'établissements :

***le supermarché:** Le centre commercial doit obligatoirement avoir une superficie de vente supérieure à 500 m² et inférieure à 2500 m², pouvant être cumulée en hauteur.

***l'hypermarché :** La localisation des grandes surfaces est réglementée, elles doivent être situées en dehors des zones urbaines et avoir une surface de vente supérieure à 2500 m². De plus, ces établissements doivent fournir des espaces de stationnement avec une capacité minimale de 100 véhicules pour les supermarchés et de 1000 véhicules pour les hypermarchés. Les hypermarchés doivent également prévoir des aménagements facilitant la circulation et l'accès des personnes et des véhicules, ainsi que des aires de jeux surveillées pour les enfants. Les activités exercées dans les locaux commerciaux adjacents aux supermarchés et aux hypermarchés doivent être compatibles avec celles exercées dans ces espaces. En outre, l'implantation des hypermarchés n'est autorisée que conformément aux réglementations d'urbanisme en vigueur .

b)- les centres commerciaux :

En ce qui concerne les centres commerciaux, ils sont définis comme des ensembles immobiliers regroupant plusieurs commerces proposant une variété d'activités commerciales et artisanales (article 47 du décret du 6 mars 2012). De plus, les grandes surfaces et les centres commerciaux doivent respecter les conditions générales de sécurité et se conformer aux principales réglementations en matière d'implantation et de fonctionnement

c)- Les petites surfaces de type «supérette»:

Les locaux commerciaux doivent avoir une superficie de vente allant de 120 m² à 500 m², avec la possibilité d'ajouter des espaces supplémentaires en hauteur..

III.3. L'évolution de l'espace commercial à la ville Sétif:

III.3.1. Sétif ;ville de commerce par excellence :

La ville de Sétif a toujours été un site attractif du commerce , lors de la période

romaine ,Sétif était connu par son marché (Diafat ,a et al,2016) au cours des deuxième et troisième siècles (Elizabeth W. B. Fentress,1990) La ville fonctionnait comme un marché régional pour les excédents agricoles, ainsi que pour le cuir, la poterie, le tissu et d'autres biens produits localement. La floraison et le développement de cette activité sont du à deux facteurs importants;sa situation de transit (Est-ouest et Sud-Nord) et son potentiel céréalier de jadis. (Bounachada ,N,2002),(Chorfi,2019).

III.3.1.1.Le marché arabe de Sétif:

Lors de l'occupation coloniale (André Prenant,1953) Dans son livre "Facteurs du peuplement d'une ville de l'Algérie intérieure : Sétif", l'auteur mentionne les différents éléments attractifs de la ville, tels que son enceinte capable d'abriter une agglomération à la fois commerciale et agricole. Il souligne également l'importance du marché arabe à Sétif, tant à l'époque coloniale qu'avant la colonisation. En réalité, ce marché, situé au sud des remparts, héritier du souk précolonial, a bénéficié de la fonction administrative.

Le souk, ou marché arabe, se présente comme une institution dont le caractère central renvoie paradoxalement à sa nature d'espace liminal. En tant que point de convergence des flux, qu'ils soient humains, marchands ou idéologiques, le souk incarne à la fois le creuset de leur intégration dans la ville et la société, et le lieu où se manifeste la fonction essentielle de la ville en tant que médiateur culturel entre les différentes échelles du local et du global.

.(Franck Mermier,2005) ,



Photo III.1.Le marché aux grains à Sétif
Source :<https://www.ebay.fr>

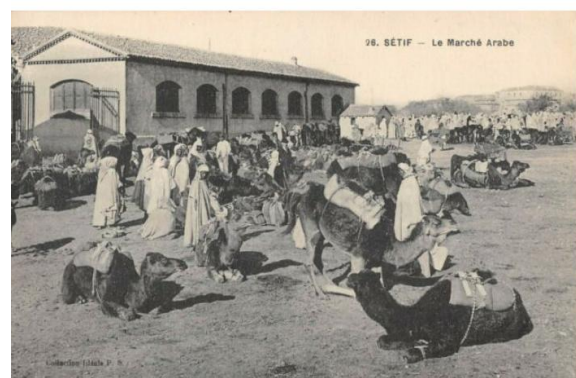


Photo III.2.Le marché arabe à Sétif
Source :<https://www.ebay.fr>

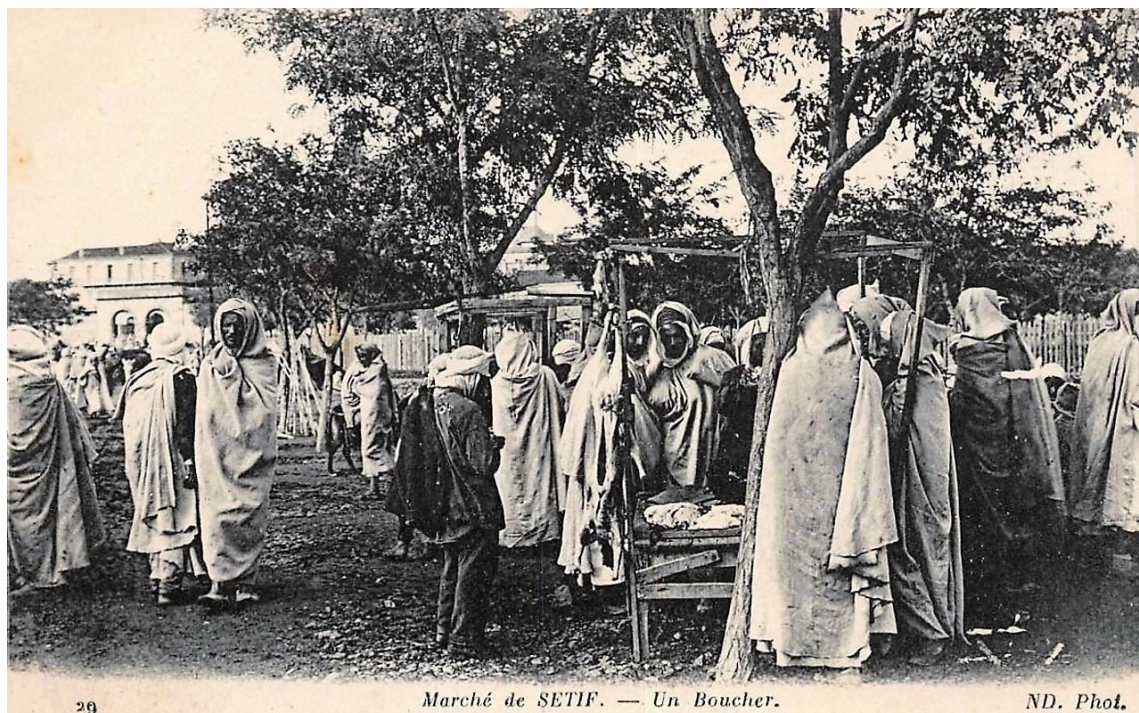


Photo III.3. Un bouché au marché arabe à Sétif

Source : <https://www.ebay.fr>

III.3.1.1. La création de l'espace commercial à Sétif:

Dans le contexte colonial algérien, il y avait une distinction entre une économie "indigène" en retard, comprenant une importante part d'activités informelles, et une économie capitaliste coloniale développée qui englobait, aux côtés de la population européenne, environ 10% de la population algérienne. (Gendarme, 1959).

En revanche, les grandes surfaces étaient entièrement détenues par des sociétés françaises de type "Monoprix-Prisunic-Uniprix" dans les grands centres urbains de l'époque.

(Ait abderrahmane ,A,2012) . Dans le contexte de la ville de Sétif, nous souhaitons mettre en avant les édifices à usage commercial érigés au sein de son centre historique pendant la période coloniale, à savoir les "Galeries de France" et le "Hall de Sétif".

III.3.1.1.a. les Galeries de France, qui représentent le premier grand magasin de la ville, réalisé une vingtaine d'années après leurs homologues de la capitale Alger (J-L. Giovanelli , 1931). Le grand magasin représente selon Ernesto D'Alfonso « le nouveau type de bâtiment de la fin du siècle (19ème siècle) », permettant –ajoute-il- de mettre simultanément en scène le double spectacle des marchandises et de leurs acheteurs, pour célébrer la fête quotidienne de la consommation ».(Ernesto D'Alfonso , Danilo Samsa ,2002) Les galeries de France de Sétif, qui seraient l'équivalent du Park Mall aujourd'hui, Le marché couvert est un édifice regroupant sous un même toit une galerie couverte abritant divers commerces de détail.

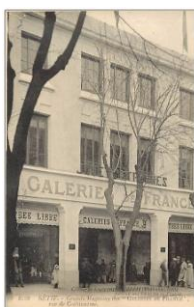


Photo III.4 La galerie de France à Sétif
Source :<https://www.delcampe.net>



Photo III.5 Grand magasins des galeries de France , Rue de Constantine
Source :<https://tenes.info/nostalgie/SETIF>



Photo III.6 La galerie de France à Sétif en 1955
Source: <https://www.geneanet.org/>

Les galeries de France (J.-L. Giovanelli ,1931), Avec ce bâtiment, une esthétique moderne, associée aux techniques les plus novatrices de l'époque, s'impose à travers une architecture proprement urbaine.

Bâti sur une parcelle traversante , où l'entrée nord est réservée à l'approvisionnement et l'entrée sud au public, cet immeuble dégage un espace sous arcade sur la voie principale tel un parvis et s'aligne parfaitement aux deux bâtiments mitoyens. Les deux étages évoluent sur des mezzanines d'une largeur de 5m, offrant une vue sur le rez-de chaussée qui se déploie sur toute la surface, dont la partie centrale bénéficie de trois hauteurs. Réalisé selon les brevets de la célèbre firme Hennebique, avec des portées de 16 m, et un plafond en verre dépoli surmonté d'un lanterneau en verre.(Samai-Bouadjadja,2016).

III.3.1.1.b. «La hall de Sétif ,le marché couvert »:

À l'heure actuelle, le marché couvert du centre-ville de Sétif s'étend sur une superficie de 2 700 mètres carrés et abrite environ 120 commerces. Malgré une importante opération de rénovation entreprise il y a près de quinze ans, le marché a connu une perte d'attrait.. Il y avait plus de 200 commerçants de fruits et légumes, des poissonniers, des bouchers. Il en



Photo III.7. La hall de Sétif vers 1900
Source : <https://www.delcampe.net/>

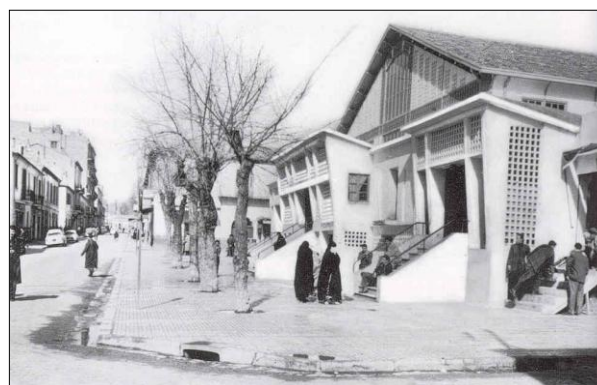


Photo III.8. Le marché couvert après son extension.
Source :<http://algeroisementvotre.free.fr/>⁵⁸

reste à peine la moitié .Ces commerçants de pères en fils exerce dans cet espace commercial .la nuit du 29/08/2022 le marché couvert est totalement détruit par les feux .on mettait la fin non seulement d'un patrimoine qui date de début du siècle mais à une longue histoire de convivialité ,d'échange et d'ambiance chaleureuse ,

Photo III. 9. Marché couvert au centre ville de Sétif photo prise en Mai 2022

Source : <https://www.google.com/maps>



Figure III.1. le marché couvert du centre ville de Sétif parti en fumées le 29/08/2022

Source: Auteur,2022

III.3.1.1.c Le commerce au niveau de la maison coloniale "Harat" :

Malgré le début de la colonisation de l'Algérie par la France en 1830, l'arrivée des troupes militaires à Sétif, a lieu le 15 décembre 1838. Ce n'est qu'à partir du 20 octobre 1839 que l'implantation militaire devint permanente. (Camborieux, a, 1978).

Les véritables travaux ont commencé au début de l'année 1840¹⁵. Le quartier militaire a été établi au nord du site historique, où se trouvaient auparavant le fort et les remparts byzantins. Au sud, la partie inférieure du site a été laissée au quartier civil. L'arrêté du 18 avril 1841¹⁶, concernant le régime des concessions, a jeté les bases de la maison coloniale. Le plan régulier tracé par le génie militaire en 1843¹⁷, qui a donné à la ville son apparence intra-muros, a définitivement fixé la forme de la maison coloniale de l'époque. Vers la fin de 1846.



Photo III.10 Le grand bazar Parisien à Sétif
Source : <https://collection-jfm.fr/>



Photo III.11 La rue de Constantine de Sétif
Source : <https://collection-jfm.fr/>

La harat (pluriel harate) a connu une évolution de son architecture initiale d'habitation coloniale vers une configuration conforme aux pratiques locales. Du point de vue de la

¹³ « L'opération militaire contre l'Algérie fut décidée le 31 janvier 1830 ». In : Armand Camborieux, Sétif et sa Région, Essai de monographie historique, géographique et économique,

¹⁴ « ... Le Général Galbois, qui commandait à Constantine, s'acheminait de son côté sur Sétif; le mauvais temps ralentit aussi la marche de sa division...il fallut rentrer à Milah. Le 11 décembre, l'armée en repartit et devait arriver à Djemila le lendemain. Le 15 décembre 1838, elle atteignit Sétif... ». In: Armand Camborieux, Sétif et sa Région, Essai de monographie historique, géographique et économique,

¹⁵ « La première réalisation française à Sétif fut--dit-on --l'édification de l'hôpital militaire en 1840 ». In : Armand Camborieux, op. cit., Sétif et sa Région, Essai de monographie historique, géographique et économique p. 89.

¹⁶ Armand Camborieux, Sétif et sa Région, Essai de monographie historique, géographique et économique, op. cit., pp. 94-95.

¹⁷ Dans le Plan d'Urbanisme Directeur, (1974), Phase I, Volume 1 (UE 31), un ancien document de la CADAT (Caisse Algérienne d'Aménagement du Territoire), il est rapporté à la page 10 que quelques maisons qui avaient servi de demeure à une population civile « ne furent pas comprises dans le plan régulier arrêté en 1843 et disparurent définitivement en 1845, pour être remplacées par des constructions élevées suivant le nouvel alignement ».

forme et de l'architecture, la harat est un ensemble compact et introverti. Elle se distingue par une enveloppe uniforme et un espace central ouvert qui structure l'ensemble. appelé "Haouche" (cour intérieure).(Abbaoui,m,Djemil,a,2009).le centre historique de Sétif compte plus d'une quarantaine de HARAT datant du début de la colonisation (Hofra, machota, Blondo...etc.), ils constituent la majeure partie du parc logement du centre historique.

L'historique de la ville de Sétif souligne le caractère défectueux de la HARAT, puisque la majorité des premiers propriétaires et même la plupart étaient juifs et vivent en communauté « HABITAT COMMUNAUTAIRE » sont des petit bourgeois qui louent des chambres «BYOUTES » à une population diminuée des gens de revenus Modestes (chômeurs, femmes de ménages, vieilles femmes ...etc.).(Diafat A,2006)

Effectivement, le rez-de-chaussée des bâtiments est fréquemment utilisé pour des activités commerciales, et cela peut même s'étendre jusqu'au sous-sol. Dans ces cas, le rez-de-chaussée est entièrement dédié au commerce.

L'étage, par contre, est consacré à l'habitation".(Abbaoui ,2011).

Les dimensions des harate peuvent varier d'un îlot à l'autre, d'un pâté de maisons à l'autre, avec une superficie qui peut aller de 142 m² à 1280 m², avec une moyenne généralement située entre 360 m² et 480 m². Chaque harat est bordée par une rue, qui peut être soit traversante, soit située à un angle. Il est courant de trouver plusieurs harate dont une partie du rez-de-chaussée est consacrée à des activités commerciales. De plus, certaines harate utilisent également une partie de leur étage pour des services.

Le nombre de ménages résidant dans une harat peut varier de 2 à 20, en fonction de sa taille et de sa configuration..(Aabbaoui,S,2012).

L'exemple de Harat Mahdadi :

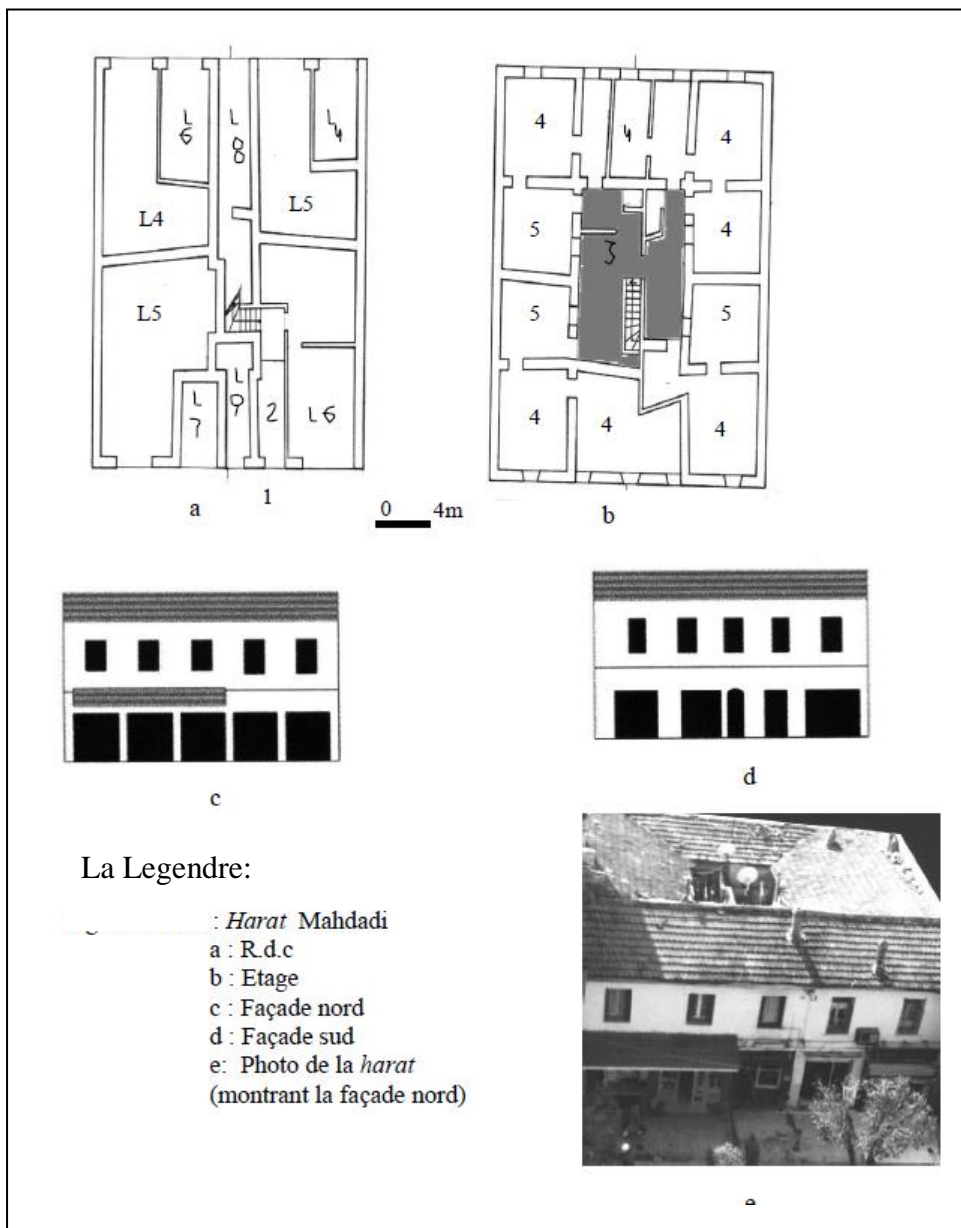


Figure III.3 Les plans de Harat Mahdadi exemple d'une Harat traversante
Source:Abbaoui,S,2012

Il est important de mentionner cet espace commercial nouveau qui n'existait pas dans les maisons coloniales d'origine. Il représente le résultat d'une évolution morphologique et fonctionnelle dictée par des besoins économiques. Cependant, il convient de souligner que cet espace commercial ne fait pas partie de notre étude portant sur le centre historique de Sétif.¹⁸

¹⁸ Il était indispensable de citer ce nouveau espace commercial qui n'existait pas dans la maison coloniale initiale ,c'est le résultat de la mutation morphologique et fonctionnelle ,toute on signalant que notre étude est

III.3.1.1.c. l'espace commercial à l'intérieur des Harat; La nouvelle "Harat Souika".

Au fil du temps, plusieurs harate ont connu une évolution subtile de leur fonction initiale. Ces espaces abritent aujourd'hui de petites boutiques, des locaux d'artisanat et même des classes de soutien scolaire pour les lycéens et les collégiens. Le haouche, autrefois un espace privé, s'est transformé en un espace ouvert au public, ce qui lui a valu le nom de Souika. La porte d'entrée, autrefois ouverte uniquement pendant la journée lorsque le haouche était une cour intérieure réservée à des fins résidentielles, est désormais condamnée à rester ouverte en permanence, notamment dans les harate qui ont une seule façade donnant sur la rue. En revanche, dans les harate d'angle, deux entrées distinctes ont été aménagées : l'une menant directement aux escaliers menant à l'espace résidentiel du premier étage, et l'autre donnant accès à l'espace commercial du rez-de-chaussée de la souika.

Ainsi, la souika est le résultat de la transformation du haouche et de son changement de fonction initiale, passant d'un espace privé à un espace public. La harat souika ne se limite donc pas à une simple maison où le rez-de-chaussée est utilisé à des fins familiales. Il s'agit d'une unité urbaine compacte qui combine un espace d'habitation et une souika. La souika se situe au rez-de-chaussée et comprend des espaces commerciaux, tandis que plusieurs familles résident à l'étage, occupant des bouyoute reliées par une satha ou coursive. Un béite (salon) et une cuisine forment, à petite échelle, l'équivalent d'un appartement dans un immeuble.

Cependant, actuellement, les harate se détériorent, en particulier à l'intérieur des îlots où la vétusté prédomine. (Aabaoui,S,Djemili A,2009)La Harat se délabrent, surtout à l'intérieur des îlots où règne la vétusté.

consacrée uniquement à l'espace commercial en RDC donnant directement à la rue dans le centre historique de Sétif.

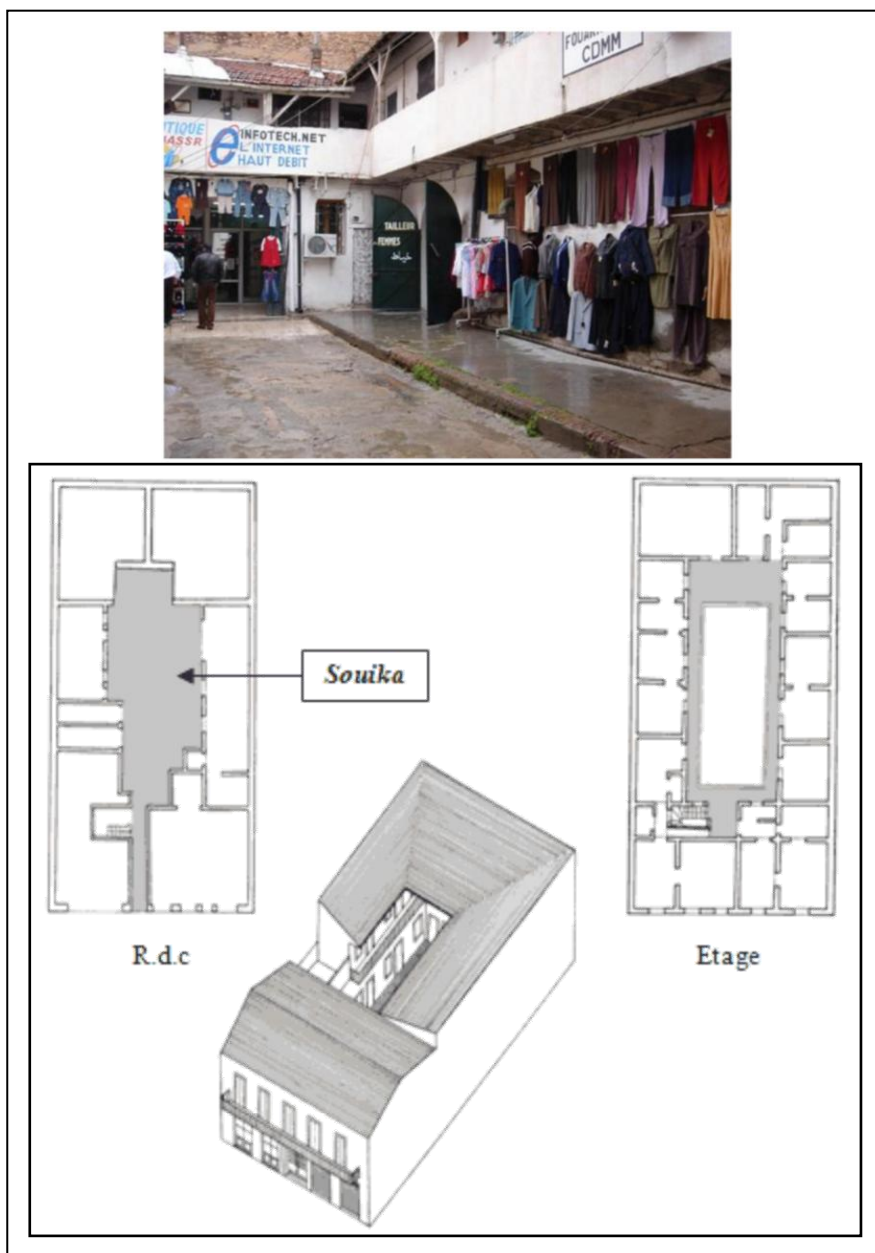


Figure III.4. La harat Souika donnant sur l'avenue des freres Meslem
Source: (Aabaoui,S,Djemili A,2009)

III.4.L'espace Commercial, l'évolution de la population, l'aménagement des territoires et croissance urbaine: quelles interactions ?

Le commerce est étroitement lié à la population, à son évolution et à sa localisation. Les individus ont tendance à effectuer une partie de leurs achats quotidiens à proximité de leur domicile, de leur lieu de travail ou de leur lieu de vie, ce qui souligne l'importance d'un emplacement en adéquation avec la zone de chalandise.

Les espaces commerciaux constituent ainsi une scène sociale dynamique où les clients, les passants et les commerçants jouent à la fois le rôle de producteurs et de spectateurs d'un espace en constante évolution.

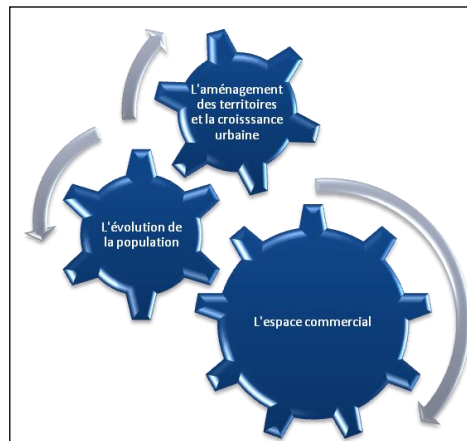


Figure III.5. Schémas de L'interaction entre l'espace Commercial, l'évolution de la population, l'aménagement des territoires et la croissance urbaine

Source: (Auteur,2022)

III.4.1.L'extension du commerces en périphéries en concurrentiel à celui du centre ville :

Le commerce, tout comme le logement, est caractérisé par une tendance remarquable à la décentralisation. L'augmentation du niveau de consommation, la localisation périphérique des habitations, l'augmentation du taux de possession de véhicules, ainsi que le regroupement hebdomadaire des achats, ont conduit à l'émergence de vastes centres de distribution en périphérie des villes, en dehors des centres urbains saturés, mais à proximité des principaux axes routiers.

Ces centres, initialement spécialisés dans la distribution, ont progressivement attiré d'autres fonctions, telles que les services, les loisirs et les bureaux. À mesure que la ville s'étend et que la mobilité des citoyens augmente, de nouvelles formes d'achats émergent. Le commerce périphérique est né de la liberté accordée au consommateur motorisé. Cependant, le problème s'est amplifié avec la création de noyaux satellites et la concurrence accrue entre les commerces en périphérie et ceux en centre-ville.

"(Bastié, J et Désert ,B,1980).

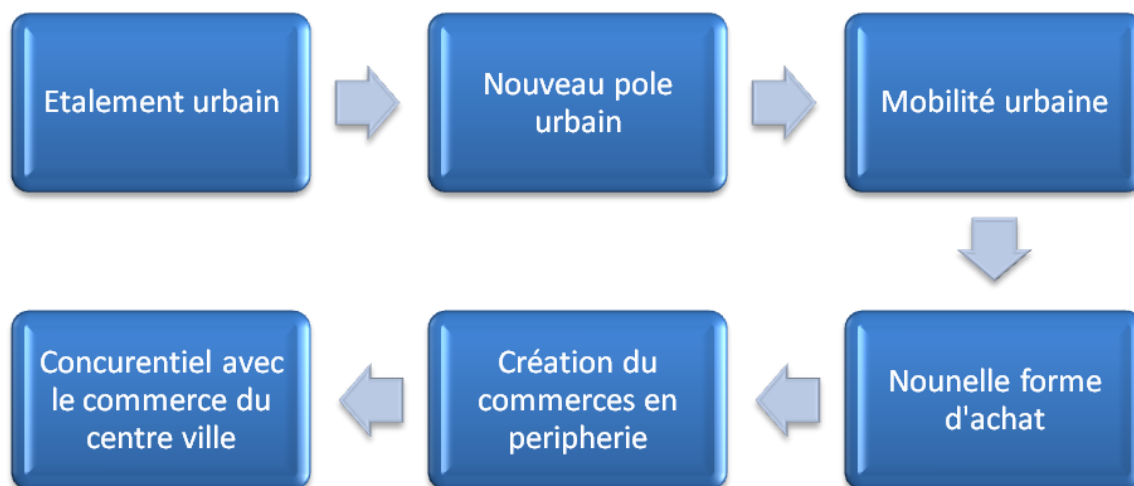


Figure III.6. Schéma explicatif du processus de la création du commerce en périphérie en concurrentiel avec celui du centre ville

Source :Auteur,2022

III.4. 2.Le souk el fellah, un grand espace commercial des ex-Galeries algériennes,

En Algérie, la gestion de la grande distribution, couvrant une gamme diversifiée de produits de consommation courante, était principalement assurée par des sociétés nationales telles que l'EDGA (Entreprise de Distribution des Biens et des Services). La vente au détail était confiée aux détaillants et aux grandes surfaces, notamment les galeries algériennes et les souk el fellah, qui étaient solidement implantées sur l'ensemble du territoire national. Après les événements d'octobre 1988, les Galeries et autres Souk El Fellah ont été progressivement fermés. Au fil des années, en raison notamment du surendettement des grandes surfaces publiques et de leur dépendance vis-à-vis des crédits bancaires, l'État a décidé de les dissoudre dans les années 1990.

Cependant, des années plus tard, la situation des Galeries et autres Souk El Fellah est similaire dans tout le pays, avec environ 500 espaces de ce type non exploités. Ces espaces inutilisés suscitent des convoitises, alors que la demande pour ces locaux est en constante augmentation. Non seulement ils défigurent l'image des villes, mais ils représentent également un énorme gâchis économique pour ces localités.

Plusieurs initiatives ont été lancées par l'Union générale des commerçants et artisans algériens (Ugcaa) en 2011 et 2013 pour rouvrir ces espaces en les transformant en locaux commerciaux et en les distribuant de manière organisée afin de lutter contre le marché informel. Malheureusement, ces efforts n'ont pas abouti à la relance de ces structures qui se trouvent dans un état lamentable., Le souk el fellah de la ville de Sétif, situé dans le quartier

populaire "Tandja cité yahaoui", a été un atout stratégique. Cependant, depuis la liquidation de cette entreprise nationale en 1997, il est resté fermé et abandonné, exposé aux éléments et aux intérêts divers. Bien qu'il ait été aménagé il y a une dizaine d'années pour accueillir des commerces de fruits et légumes, il demeure toujours fermé.



Photo III.12 L'exemple de SOUK EL FELLAH d'Oran

Source : <https://kechitiabdelkader.skyrock.com/>

III.4.3- les principales évolutions de l'espace commercial depuis les années 2000

Au cours des dernières décennies, le secteur du commerce a connu d'importants changements, affectant différentes formes de commerces, notamment en termes de surfaces et de modes de vente. Les lieux et les pratiques du commerce urbain en Algérie ont été redéfinis depuis les années 2000, notamment avant et pendant la période connue sous le nom de "décennie noire". Malgré les violences, la rue demeure un espace d'échanges économiques et d'appropriation sociale grâce au commerce informel des "trabendistes".

La véritable relance du commerce s'est produite en 1991, avec la libéralisation du commerce d'importation et son ouverture au secteur privé, ce qui a conduit à la création de sociétés d'import-export. Grâce à la convertibilité du dinar, ces sociétés ont commencé à mener des échanges à grande échelle et sur de gros volumes : l'économie du conteneur a rapidement pris le relais des activités clandestines des "trabendistes" transportant leurs marchandises dans des valises. (Baugé, 2004 ; Mens, 2005)

Cette nouvelle dynamique a donné lieu à l'émergence de nouveaux espaces commerciaux. Les pôles commerciaux, souvent situés en périphérie, sont devenus des lieux privilégiés pour la vente en gros, avec un déplacement des activités commerciales vers des endroits spécialisés selon le type de marchandise. C'est à cette période que les premiers centres

commerciaux de type "Dubai" ont vu le jour à Alger, initiés par des commerçants originaires de Sétif au début des années 2000. (Pierre Bergel et Nadia Kerdoud,2010) .

III.4.3.1.lotissements commerciaux de périphérie.

Les magasins d'ameublement, notamment, consommateurs d'espaces, ont réduit leur présence en cœur de ville au profit des périphéries. Le phénomène remonte à la fin des années 90, entre autres par de jeunes et nouveaux commerçants (qui faisaient au début du trabendo commerce de cabas) attirés par les bas prix des loyers (entre 20 000 et 30 000 DA le mois) par rapport à ceux utilisés au centre ville et par le côté chic du quartier.(Madani, Ces nouveaux jeunes locataires ont lancé une mode. Des magasins de vêtements surtout pour les jeunes se sont ouverts, et le phénomène s'est amplifié ces dernières des années.

La rue principale de la cité Bouaroua "Dallas" la première était investie ,c'était un quartier purement résidentielle ,mais après l'installation de feu rouge , les conducteurs le détournent en traversant cette rue ,elle est devenue plus accessible et attire plus de clientèles.

III.4.3.2Les locaux commerciaux en RDC programme de logement LPL ,LSP,LPA..

Le projet LSP Hidhab 2 intègre plusieurs projet d'immobiliers, des équipements de proximité, une place publique et un vaste jardin public. Ce qui distingue cet aménagement urbain, c'est la qualité et l'achèvement de l'architecture, ainsi que l'organisation urbaine qui s'intègre harmonieusement dans le tissu urbain existant. En dehors du centre-ville historique, ce quartier fonctionne comme une nouvelle entité habitable et centrale, offrant une nouvelle dynamique de vie et de centralité.(Chorfi 2019).

Ces divers éléments ont contribué à l'émergence de nouveaux espaces commerciaux qui se sont étendus sur les grandes surfaces du rez-de-chaussée des immeubles, donnant ainsi naissance à un commerce de proximité de qualité, notamment le long du Boulevard El Hidhab. Grâce à l'aide de l'État, aux bénéfices des promoteurs (notamment par la vente de locaux commerciaux) et aux contributions des souscripteurs et aux crédits accordés par les banques, la production de logements s'inscrit dans une logique économique équilibrée. Il convient de souligner que l'aménagement des infrastructures de réseau, la construction d'équipements de proximité ainsi que l'aménagement de la place et du jardin ont été pris en charge par le secteur concerné.

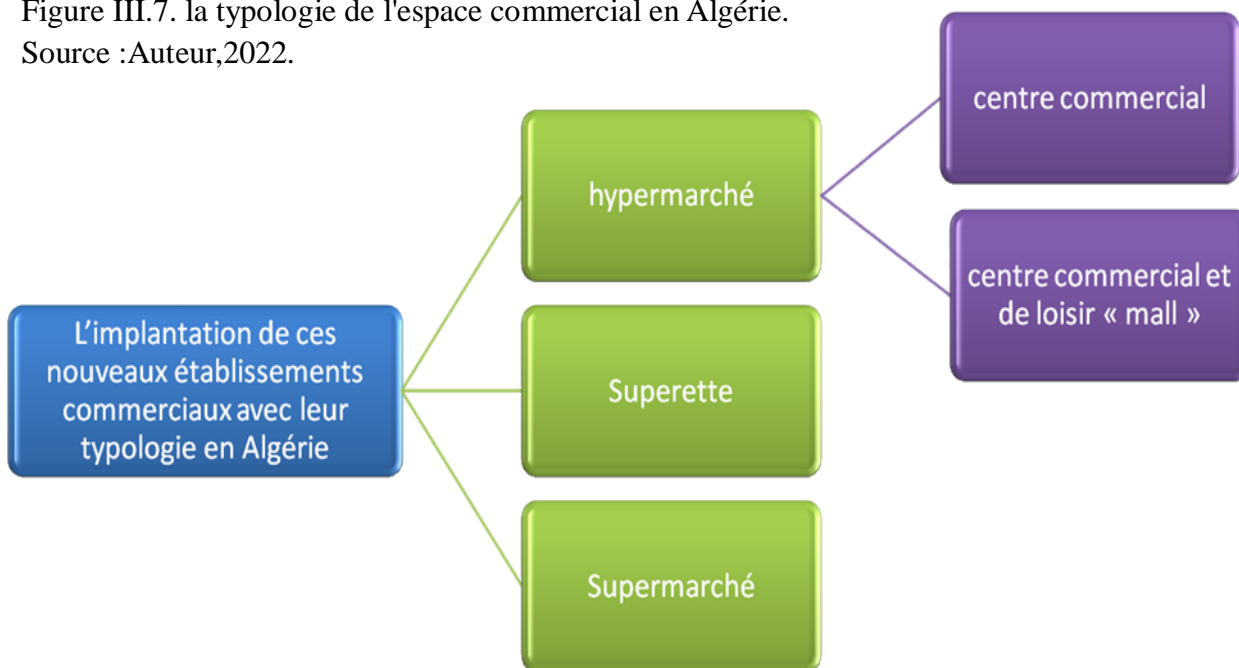
III.4.4.L'évolution de la typologie de l'espace commercial en Algérie :

Un nouveau modèle de commerce émerge, avec l'apparition d'hypermarchés, de superettes et de supermarchés se développant vers de vastes centres commerciaux offrant une

combinaison d'activités : commerces, loisirs et restauration. Ensuite, les "Park Malls" font leur apparition, offrant une organisation architecturale structurée et des parkings pour regrouper des magasins qui étaient auparavant indépendants. Depuis leur création, ces centres commerciaux ne cessent de s'étendre et de se développer.

Une grande surface alimentaire s'installe, accompagnée d'autres enseignes qui se regroupent dans des zones géographiques spécifiques, notamment dans les nouvelles cités d'habitat collectif. Ce type de commerce accompagne le développement de l'automobile et l'étalement urbain en périphérie. Il est plus attractif pour les commerces de s'implanter en périphérie, en raison de l'absence de contraintes architecturales, de surfaces disponibles à bas coût, de la proximité des grands axes de circulation, des parkings gratuits et des facilités de livraison. La vacance des centres-villes témoigne des difficultés auxquelles sont confrontés les petits commerces pour maintenir leur activité dans un environnement concurrentiel toujours plus abordable, accessible et rentable. Les grandes surfaces implantées en périphérie ont contribué à ce phénomène.

Figure III.7. la typologie de l'espace commercial en Algérie.
Source :Auteur,2022.



Lorsqu'implantées en périphérie, les grandes surfaces commerciales concurrencent les commerces du centre-ville, contribuant ainsi à la diminution du nombre de magasins. En revanche, lorsque ces grandes surfaces sont situées en centre-ville, elles jouent un rôle de locomotive commerciale, stimulant l'attractivité de la zone. En regroupant toutes les offres des petits commerces de proximité en un seul endroit, les grandes surfaces sont l'une des

causes de cette réduction du nombre de magasins indépendants.

*Le phénomène du "**commerce des ronds-points**" se développe, avec des regroupements de commerces à proximité des nœuds routiers ou dans les gares, exploitant les flux quotidiens de déplacements domicile-travail en voiture ou en transports en commun. Cela entraîne une augmentation significative et une densification du commerce en périphérie, avec une augmentation de la taille moyenne des établissements commerciaux.

Dans la région de Sétif, ce type de commerce est également présent à la sortie est de la ville, le long de la RN 5 reliant El-Eulma à Sétif en passant par les grandes agglomérations d'El Hidhab et d'Ain Mousse. Des marchands ambulants installent leurs tables et chapiteaux pour vendre des fruits et des légumes. Ce marché clandestin existe depuis plusieurs années et certains vendeurs à la sauvette n'hésitent pas à déployer leurs marchandises.

Cette situation a des conséquences néfastes sur la circulation routière. Les marchands perturbent considérablement le trafic, non seulement avec leurs étalages, mais aussi en stationnant de manière anarchique des voitures et des camions de gros tonnage.

L'ouverture d'autres espaces commerciaux comme les centres commerciaux fera-t-il oublier l'expérience ratée des galeries Algériennes, locaux du présidents, les marchés couverts de proximité.....?

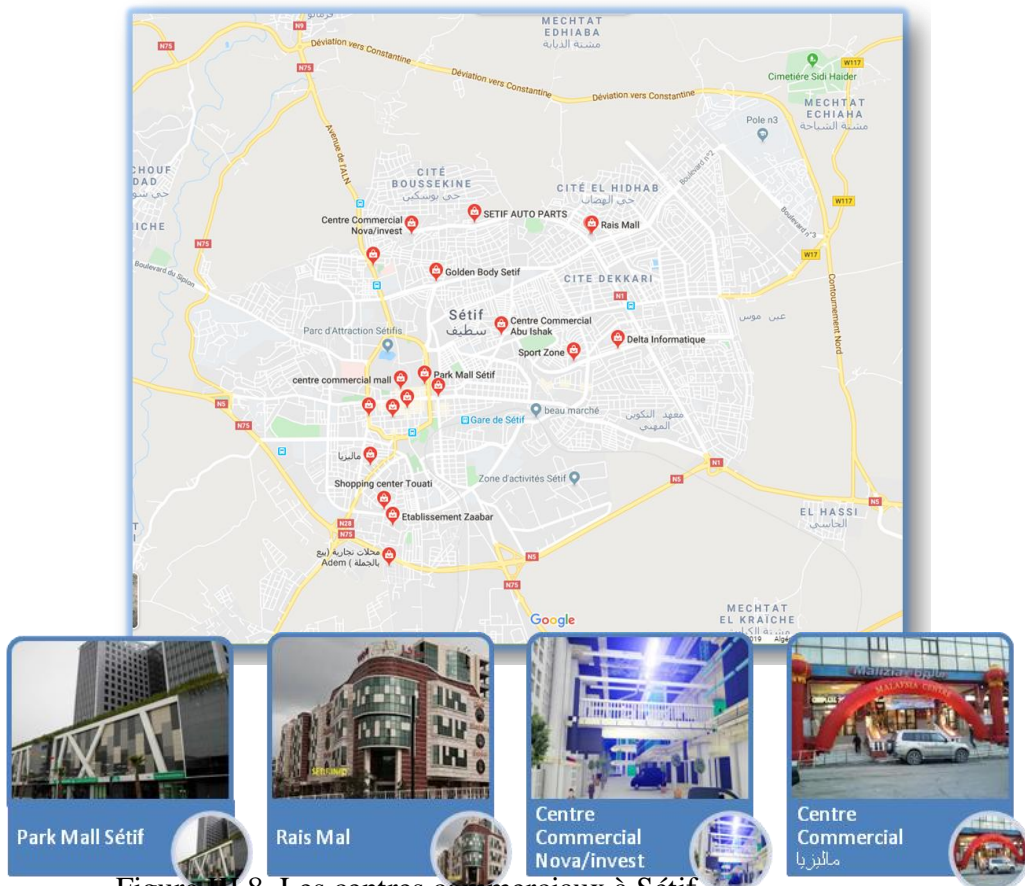


Figure III.8. Les centres commerciaux à Sétif
Source :Auteur,2022.

III.4.4.1. Centres commerciaux destinés à la vente des fruits et légumes à Sétif

Les centres commerciaux dédiés à la vente de fruits et légumes dans la wilaya de Sétif restent fermés. Ces espaces ont été construits dans le but de lutter contre le commerce informel, qui s'est développé de manière préoccupante dans toute la région de Sétif. Malgré l'attribution de ces structures depuis plusieurs années, certains commerçants refusent d'occuper leurs étals et préfèrent continuer leurs activités dans le secteur informel. depuis plusieurs décennies. Plusieurs locaux des marchés des 1006-Logements, de la cité du 20-Août-55 et d'El-Maâbouda sont fermés



Photo III.13. Marché cité des 1014 Logts
Source : <https://www.google.com/maps/>, 2022.



Photo III.14. Marché cité des 1006 Logts
Source :Auteur,2022.

III.4.4.2. locaux commerciaux du président: Des structures abandonnées et détournées de leur vocation:

La rapide urbanisation, la croissance démographique et économique ont mis en évidence le manque de création d'équipements commerciaux adaptés aux besoins croissants de la population dans certaines communes. Dans le cadre du programme de développement présidentiel, les communes ont bénéficié de la construction d'un ensemble de locaux commerciaux. Cependant, ces structures commerciales sont confrontées à des problèmes tels que la fermeture et le détournement de leur vocation initiale, ainsi que la sous-location et la vente illégale. Le projet des "locaux du président", lancé par l'ancien président dans le but d'offrir des opportunités d'emploi aux jeunes, n'a pas encore atteint les résultats escomptés. Sami Kolli,¹⁹ a été signalé qu'environ 51 000 locaux commerciaux, appelés les "locaux du président", sur un total de 121 000 recensés, sont actuellement inutilisés pour des raisons inconnues. Il a été précisé qu'un plan est en cours d'élaboration pour réhabiliter ces locaux et les mettre en service prochainement, au profit d'autres secteurs. Le même responsable a révélé qu'un total de 632 marchés, entièrement équipés, n'ont toujours pas été mis en service à ce jour. Il a été souligné que des commissions d'enquête ont été mises en place pour éclaircir cette situation et ont conclu à la nécessité d'une intervention des walis (gouverneurs) pour débloquer la situation et relancer l'activité dans ces infrastructures. Comme toutes les communes algériennes, Sétif a également bénéficié de ce programme. Plus de 350 locaux présidentiels de différentes formes ont été construits dans la commune de Sétif. Ces locaux sont répartis entre Cheikh Laifa, anciennement Fermatou, au nord de la ville, Bararma SNTR, Ain T'riq et El-Hassi à l'est. Actuellement, ces locaux sont fermés et n'ont pas encore été utilisés. Malheureusement, ils sont devenus des repaires pour les délinquants et les marginaux sociaux, et certains ont même été transformés en habitations. C'est une grande perte pour la commune de Sétif. Ces locaux restent fermés et inutilisés pour diverses raisons²⁰ .;

¹⁹ Sami Kolli ,Le Directeur général de la régulation et l'organisation des marchés au ministère du commerce, environ 51 000 locaux commerciaux "dits du président" restent inexploités <https://www.algerie-eco.com/>,

²⁰ Abdul hadi.B ,Récupérer les locaux du présidents dans l'état de Sétif et les redistribuer aux chômeurs,04/03/2022 , <https://elauresnews.dz/>



Photo III.15. Locaux commerciaux du président
Source: <https://leprovincial.dz/2020>

*Les locaux commerciaux sont mal situés pour exercer une activité commerciale ou artisanale, et leur taille est trop restreinte. *Les bénéficiaires sont incapables de payer les frais de location de ces locaux conformément au décret exécutif N°06-366 du 22 octobre 2006. Le nouveau conseil municipal de la commune de Sétif a entrepris la mise en œuvre des directives visant à reprendre les locaux commerciaux fermés et inutilisés depuis des années. Ces locaux ont été retirés à leurs anciens bénéficiaires afin de les redistribuer aux jeunes entrepreneurs souhaitant en profiter.

III.4.4.3.les marchés couverts de proximités :

Les marchés couverts de proximité de la ville de Sétif, tels que la cité El Hassi, la cité El Hidhab et la cité Ain Trik, qui ont été implantés en périphérie de la ville pour répondre aux besoins quotidiens des citoyens, font face au même destin que de nombreuses autres structures commerciales similaires à travers le pays. Ces marchés couverts se dégradent progressivement et sont aujourd'hui abandonnés. Réalisés en 2008 dans le cadre d'un vaste programme visant à installer des marchés couverts dans différentes villes du pays, ces structures ont été conçues précipitamment, sans étude fiable et sans consultation des commerçants. Ces marchés ont été initialement conçus pour résorber le commerce informel et servir de lieu d'accueil pour les acteurs de ce secteur. Cependant, dès leur inauguration en 2014 et l'attribution des locaux aux commerçants de la ville, les premiers problèmes sont

apparus. En effet, seulement quelques mois après avoir obtenu les stands, les commerçants ont abandonné l'espace pour revenir s'installer dans les rues. Les différents intervenants ont fui cette structure principalement en raison de la taille très limitée des espaces qui leur étaient attribués. Prenons l'exemple du marché de la cité "El hassi" qui a été réceptionné en 2010. Les propriétaires de ces locaux ont refusé de les ouvrir en prétextant qu'ils sont situés dans des endroits isolés.

De plus, dans le chef-lieu de la wilaya, la plupart des locaux des trois centres commerciaux situés à la cité El-Hidhab, à proximité de l'université Mohamed-Lamine-Debaghine, demeurent fermés et peu exploités par leurs propriétaires. Seuls quelques propriétaires ont ouvert leurs locaux à l'entrée du marché, tandis que les autres restent fermés. Selon les informations recueillies auprès de certains commerçants présents sur place, l'éloignement de ces centres et leur manque de rentabilité ont découragé les jeunes commerçants.

Cela a conduit à l'émergence d'un marché clandestin à la sortie de cette cité, qui est fréquenté aujourd'hui par de nombreux habitants de la cité ainsi que par les automobilistes.



Photo III.16. le marché de proximité de la cité El Hidhab Sétif
Source: <https://www.google.com/maps>, 2016

III.5 Conclusion:

Avec l'ouverture du marché et l'engagement de l'État en faveur de la libéralisation des prix, les obstacles d'ordre législatif et réglementaire ont progressivement été levés. Des mesures juridiques et organisationnelles ont été adoptées afin de mettre fin aux monopoles, de favoriser les initiatives et d'établir les règles et les mécanismes nécessaires pour développer une nouvelle économie de marché.

En effet, l'État a pris l'initiative de réglementer l'activité commerciale en publiant le décret exécutif N°12.111 du 6 mars 2012, qui établit les conditions et les modalités d'implantation et d'organisation des espaces commerciaux, ainsi que les règles régissant l'exercice de certaines activités commerciales par des promoteurs privés ou toute personne morale de droit public ou privé.

Simultanément, le commerce a connu une évolution sur le plan spatial. La réglementation exige désormais que toute implantation d'un espace commercial soit réalisée en conformité avec le Plan Directeur d'Aménagement Urbain (PDAU) et le Plan d'Occupation des Sols (POS) adoptés dans le cadre du plan national d'aménagement du territoire axé sur le développement durable.

En réalité, la périurbanisation du commerce, associée à une fragilisation du commerce en centre-ville, est le résultat d'une combinaison de facteurs, certains étant externes au commerce lui-même. L'augmentation du niveau de consommation et la localisation périphérique des logements, l'augmentation du taux de motorisation et la pratique hebdomadaire des achats en groupe ont conduit à l'émergence de grands équipements de distribution en périphérie des villes, en dehors des centres-villes saturés, voire à proximité des nouvelles zones résidentielles et des nœuds de communication routiers.

Il est à noter que divers programmes visant à établir des marchés couverts dans différentes villes du pays ont été mis en œuvre pour résorber le commerce informel. Cependant, ces structures commerciales ont été créées rapidement, sans une étude fiable et sans consulter les commerçants.

En conséquence, ces locaux restent fermés en raison de leur mauvaise implantation, de leur petite taille et de leur manque de rentabilité. Ces facteurs ont poussé les jeunes commerçants à revenir vers le commerce informel, en occupant les rues et les espaces commerciaux de manière informelle.

**PARTIE II :LES DIFFERENTS
CONTEXTES DU PHENOMENE
DE LA DEVITALISATION
COMMERCIALE AU CENTRE
VILLE DE SETIF**

CHAPITRE IV :LES FACTEURS D'INFLUENCE QUI ONT PARTICIPE AU DECLIN COMMERCIAL DU CENTRE VILLE DE SETIF

IV.1.Introduction:

Afin de mieux appréhender la réalité de la dévitalisation commerciale du centre historique, notre objectif est d'étudier les différents contextes qui l'entourent, tels que son agencement spatial, sa population, son économie et son contexte régional. Pour ce faire, nous analysons les divers facteurs contribuant à la vacance commerciale. Nous proposons donc de définir la vacance commerciale comme étant le coût global d'opportunité, englobant les aspects économiques, environnementaux, sociaux et symboliques, associé à un emplacement commercial (local, terrain). Ce coût découle de l'inactivation des droits de propriété et/ou d'exploitation qui lui sont rattachés, suite à une défaillance de son propriétaire et/ou de son exploitant.²¹.

La vitalité du commerce en centre-ville est étroitement liée au contexte socio-économique de son territoire, ainsi qu'à un équilibre sain entre les différents commerces et à la qualité de l'environnement. La dévitalisation des centres urbains, bien que variable d'une région à l'autre, est devenue préoccupante étant donné l'importance du commerce dans la vie citadine et son rôle dans la configuration de la ville. L'indicateur clé de la dévitalisation commerciale est l'augmentation de la vacance commerciale.

La vacance commerciale dans les centres-villes est un sujet d'actualité. Ce phénomène urbain s'explique par divers facteurs, notamment à l'échelle locale. On peut citer l'émergence de centres commerciaux en périphérie, des problèmes d'accessibilité pour les consommateurs tels que le stationnement et les tarifs des parkings, ainsi qu'une hausse des loyers commerciaux et des prix au mètre carré lors des ventes.

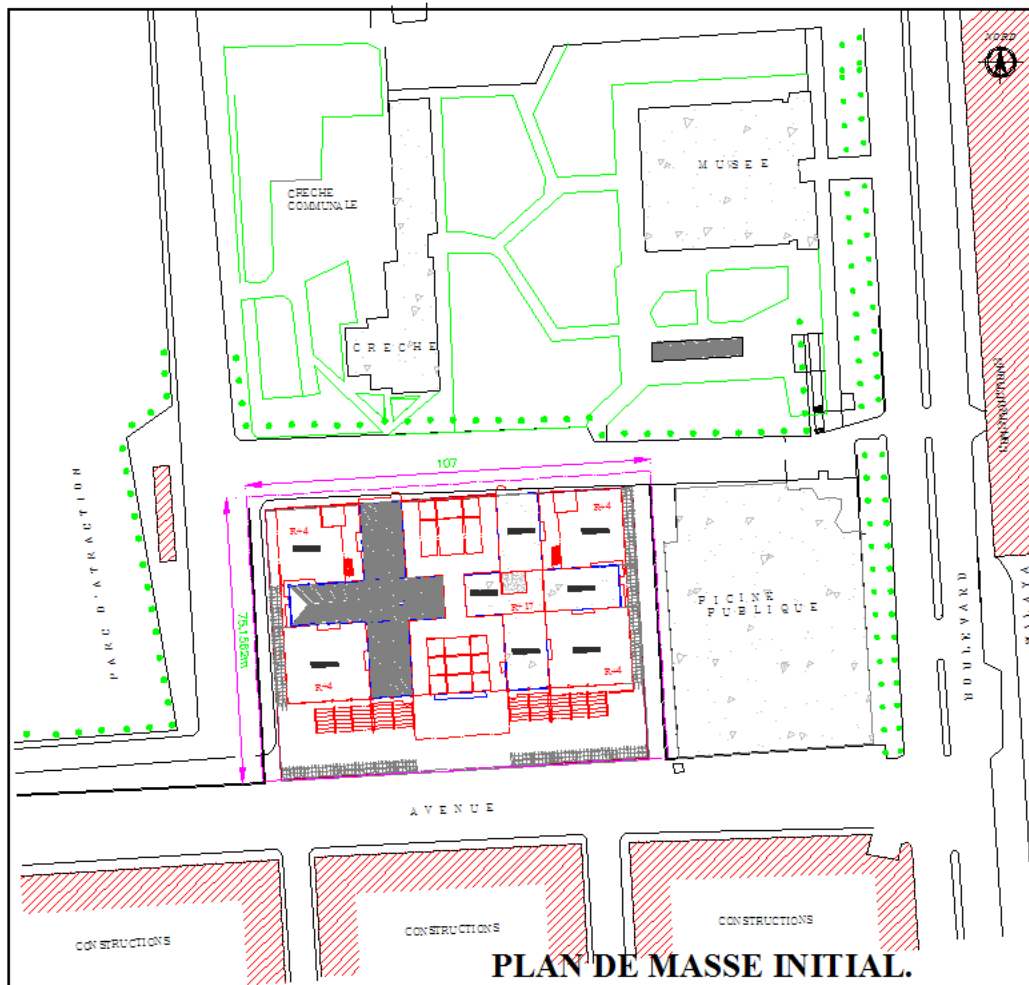
La vacance commerciale est un phénomène complexe qui résulte de multiples facteurs. Dans la suite de notre analyse, nous allons les examiner de manière détaillée selon différentes catégories, notamment les facteurs économiques, sanitaires, environnementaux, sociaux et liés à la mobilité urbaine. Ces facteurs expliquent en grande partie la multiplication des locaux commerciaux inoccupés dans le centre-ville de Sétif.

²¹ Penser la vacance commerciale, avant et après le Covid-19...,REPAIR VILLE et COMMERCE Pour garder le lien avec la ville et le commerce ,L'institut pour la ville et le commerce .Bimensuel – 20 avril 2020 – #3.
<http://veille-md.din.developpement-durable.gouv.fr/>

IV.2. Section A -les facteurs économiques :

IV.2.1. Le Park Mall, complémentaire ou concurrent au centre-ville.

Initialement conçu comme un lieu pratique pour les achats, le Park Mall de Sétif s'est rapidement transformé en une nouvelle destination incontournable, rivalisant directement avec les rues commerçantes du centre-ville. En conséquence, ces dernières ont connu un déclin significatif de leur fréquentation, entraînant des conséquences majeures sur l'activité commerciale au cœur de la ville.



Plan IV.1. Plan de masse initial d'El Ali ,l'actuel Park Mall .

Source : l'auteur ,2021



Plan IV.2. Plan de masse actuel du Park Mall de Sétif sur fond google Earth.

Source : l'auteur ,2021



Photo IV.1. Photo aérienne sur Park Mall de Sétif.

Source : Centre Commercial et de Loisirs Park Mall Sétif,2021

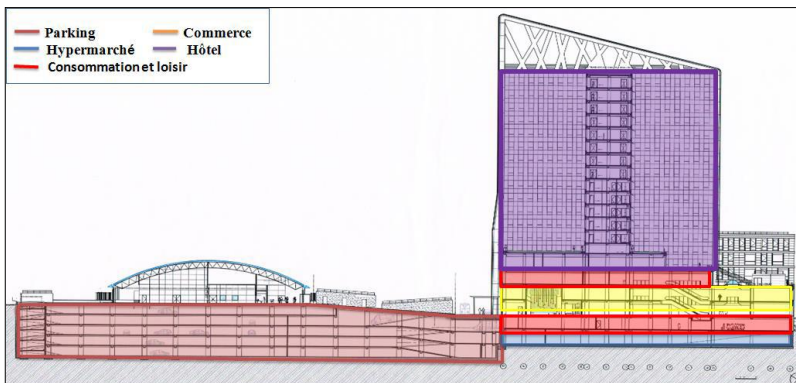


Figure IV.1. Coupes schématiques de l'aménagement de centre commercial Park Mall

Source : l'auteur ,2021

IV.2.1. 1. Le park Mall ,un projet de régénération de l'exe EL Ali de Sétif:

L'idée du projet Sétif El Ali a émergé au sein de la direction de la CNEP lorsque le terrain actuel a été mis aux enchères par l'APC de Sétif en 1993. Le terrain couvre une superficie de 8 052 m² et est délimité par la crèche et le musée au nord, la piscine municipale à l'est, la rue du 8 Novembre 1971 au sud et le parc d'attractions à l'ouest.

Sa proximité avec les institutions publiques telles que le siège de la wilaya, l'hôtel des finances, l'APC, la cité financière, etc., ainsi que son emplacement dans le périmètre du parc d'attractions, lui confèrent une place privilégiée. Compte tenu des nombreux avantages offerts par ce site, il a été décidé que cette infrastructure comprendrait 156 logements promotionnels et un grand centre commercial au niveau inférieur, avec un sous-sol entièrement dédié aux parkings.

Les travaux du projet de La Tour El Ali ont été interrompus pendant 10 ans par CNEP Immobilier, à partir de 1998. Cette construction de 17 étages a dégradé l'image urbaine de la ville de Sétif. Les tours de Sétif sont un exemple frappant de l'impact du manque d'objectifs précis sur les retards et les surcoûts engendrés par la réalisation d'un projet.

Après que les autorités locales ont finalement décidé d'agir et de mettre fin à la situation d'abandon de cette infrastructure, le groupe El Khanafri a été sollicité pour prendre en charge la vente. L'ensemble des tours El-Ali, rebaptisé Park Mall, se présente incontestablement, par son caractère monumental, comme la vitrine de la capitale des Hauts-Plateaux.



Photo IV.2. Structure du projet El-Ali de Sétif.(Actuel Park Mall)
Source : l'auteur ,02/01/2006



Photo IV.3. la crèche de la commune.
(Site actuelle de la Dôme du Park Mall)
Source : l'auteur ,24/08/2009

a-L'organisation spatiale du projet :

Le Park Mall se compose de quatre sections distinctes. La première section est une tour qui abrite l'hôtel Marriott, un établissement quatre étoiles. Cette tour de 14 étages comprend 198 chambres, ainsi qu'une salle de réunion, une salle de sport et une piscine. La deuxième tour sera à la fois une résidence et un espace commercial. Les cinquième à neuvième étages accueilleront 20 logements haut de gamme, tandis que les huit derniers étages seront réservés à 28 bureaux d'affaires.

La salle de conférence, d'une capacité de 786 places, est la deuxième partie du projet. Pour optimiser l'utilisation de l'espace, les concepteurs ont prévu un parking de cinq étages en sous-sol, accessible depuis la coupole. Ce parking pourra accueillir jusqu'à 1400 véhicules. La quatrième partie, située le long de l'avenue de l'ALN, sera ouverte au grand public et offrira une variété de commerces, kiosques, cafétérias ainsi qu'un espace de jeux et de manèges. Cette section du mégaprojet, qui devrait attirer plus de 7 millions de visiteurs chaque année, comprend également un hypermarché et 132 autres commerces.

Afin de faciliter la circulation, le Park Mall est équipé de 25 ascenseurs, dont 2 panoramiques, et de 16 escaliers mécaniques.

IV.2.1.2. L'attractivité du Park Mall de Sétif:

Après son ouverture, le Park Mall a rapidement dépassé les prévisions en termes de taux de fréquentation. Cependant, suite à la crise du Covid-19 qui a eu un impact sur tous les secteurs, l'activité commerciale cherche à retrouver son niveau d'attrait. À cet égard, nous avons identifié les constatations suivantes :

- Le Park Mall attire davantage les femmes que les hommes en tant que fréquentation principale.
- La catégorie d'âge la plus représentée est celle des adolescents, jeunes et adultes.
- Le centre commercial attire un pourcentage important de clients venant de l'extérieur de la wilaya.
- Le centre commercial accueille des visiteurs de différentes nationalités.
- En raison de sa position stratégique au cœur de la ville de Sétif, entouré de sites touristiques, la présence de groupes d'amis et de familles est significative.
- Le Park Mall offre une expérience collective grâce aux activités de groupe proposées.
- La majorité des clients viennent au moins une fois par mois, même s'ils résident en dehors de la wilaya, en raison de l'animation dynamique qui les incite à revenir.

□ La voiture est le moyen de transport privilégié pour se rendre au centre commercial, ce qui confirme l'importance de l'accessibilité du parking.

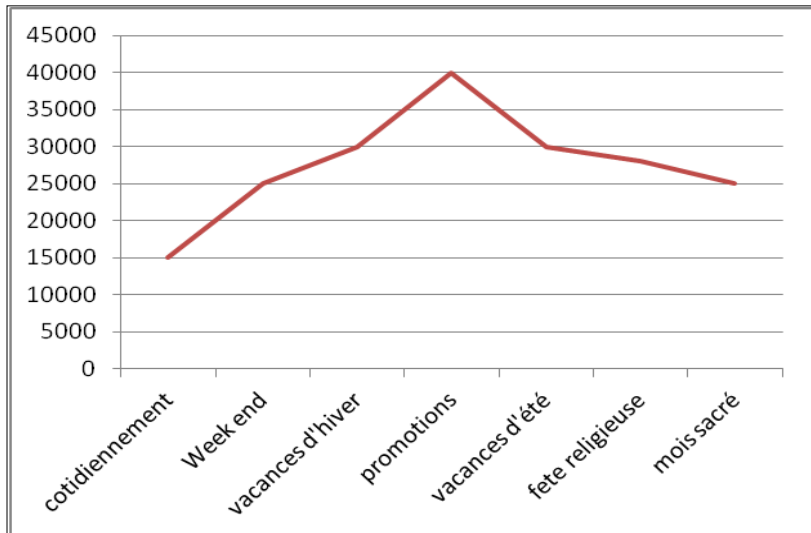


Figure IV.2. La variation du nombre de visiteur au Park Mall le long de l'année.
Source :Auteur (2019)

- Au Park Mall, la principale attraction pour les visiteurs est la polyvalence des services offerts, ce qui confirme que la multifonctionnalité est l'avenir des centres commerciaux.
- Les clients fréquentent le centre commercial tout au long de la semaine, mais leur affluence est nettement plus élevée pendant les week-ends.
- En ce qui concerne la durée de la visite, elle varie généralement entre 3 heures, mais il n'est pas rare qu'elle atteigne jusqu'à 8 heures, comme en témoignent les tickets de stationnement.



Photo IV.4. Modernisation du commerce traditionnel en face du Park Mall de Sétif.
Source :Auteur ,2021.



Photo IV.5. Photo aérienne du Park Mall au centre ville de Sétif.

Source : <https://www.Park-Mall-Sétif>, 2019.

IV.2.2. Le commerce électronique , E-commerce :

Dans le domaine du commerce, l'informatique a d'abord été considérée comme un outil interne aux organisations, n'ayant pas un impact fondamental sur la notion de proximité avec les clients. Pendant près de 30 ans, son utilisation était principalement axée sur l'automatisation des tâches administratives, sans réellement prendre en compte le consommateur final.

Au fil du temps, l'informatique a connu une évolution significative, passant de quelques milliers d'ordinateurs connectés dans les années 1980 à l'émergence puis la généralisation d'Internet. Le nombre d'internautes a explosé, atteignant 20 millions en 1995, 1,02 milliard en 2005 et 4,79 milliards en 2020, représentant ainsi 73% de la population mondiale totale. Les technologies informatiques ont également connu une transformation, passant des disques durs volumineux et des disquettes fragiles aux disques durs amovibles, aux clés USB, puis à l'accès à Internet via les ordinateurs portables, les tablettes et les smartphones multifonctions.

Ces avancées technologiques ont permis un accès constant à Internet, théoriquement possible à tout moment et en tout lieu. L'informatique s'est ainsi émancipée de son confinement initial pour devenir un outil incontournable de la vie quotidienne, offrant de nouvelles possibilités d'interactions et de services en ligne.

Le commerce dans sa forme traditionnelle a été profondément impacté par la digitalisation, notamment dans la relation directe avec les clients. Ce changement majeur s'est produit récemment, il y a environ une vingtaine d'années. Non seulement de nouveaux acteurs du commerce en ligne, les spécialistes ou "pure players", ont émergé, mais également de nouveaux usages ont bouleversé le secteur tels que les réseaux sociaux, les moteurs de recherche et les applications..²²

IV.2.2.1. Le développement du commerce électronique (E-commerce):

Le commerce électronique connaît une croissance exponentielle à l'échelle mondiale et est considéré comme le principal facteur de la diminution du commerce physique. Des études portant sur l'Amérique du Nord (Lee et al., 2017) ont révélé que les ventes en ligne ont généré près de 300 milliards de dollars en 2014, plus du double par rapport à l'an 2000. Au Royaume-Uni, le commerce électronique représentait près de la moitié de la croissance des dépenses de

²² Source JDN mis à jour le 7/01/2020 Le Journal du Net est un site web français d'informations économiques, <https://www.journaldunet.com/>

détail entre 2003 et 2010 (Portas, 2011), et les achats en ligne représentaient environ 11% des dépenses totales en 2014 (Wrigley & Lambiri, 2014). Les recherches menées par Singleton et al. (2016) ont montré que les achats en ligne avaient triplé au cours des huit années précédant leur étude, avec des prévisions d'atteindre plus de 15% des achats d'ici la fin de l'année 2015. Cette expansion rapide est considérée comme la principale cause de changements dans la structure des centres-villes traditionnels et des rues (Wrigley & Lambiri, 2014). De nombreuses chaînes de magasins britanniques ont fermé ou réduit leurs magasins physiques, tandis que d'autres ont adopté de nouvelles technologies telles que le "click and collect" ou le développement d'applications mobiles (Singleton et al., 2016). L'impact du commerce en ligne varie selon le type d'entreprise, les secteurs des médias (livres, musique, vidéos) étant particulièrement touchés en raison de leur facilité de numérisation (Lee et al., 2017; Singleton et al., 2016; Wrigley et Lambiri, 2014). La montée du commerce électronique suscite des préoccupations croissantes chez les commerçants indépendants. L'exploitation du réseau Internet par le commerce a commencé en 1995, avec le lancement d'Amazon.com

IV.2.2.2. Le développement du commerce électronique (E-commerce) en Algérie:

En Algérie, le commerce en ligne a connu une expansion significative à l'échelle mondiale depuis le début de la pandémie en 2020. Selon les données fournies en juillet 2020 par le spécialiste des études de marché Kantar, les transactions e-commerce ont enregistré une augmentation d'environ 41% en seulement trois mois, contre une croissance de 22% en 2019. Cette même étude a également révélé une augmentation du taux de connectivité à l'échelle mondiale, avec une croissance de 16% entre 2020 et 2021. Une distinction peut être faite entre les véritables ventes en ligne et la simple présence d'une page Internet qui présente le commerce sans possibilité d'achat, contrairement aux commerces qui vendent à la fois en magasin et en ligne. Un site Internet offre aux commerces physiques une visibilité accrue, car l'achat se prépare en ligne, ce qui permet aux consommateurs de se renseigner sur les modèles et les prix. En conséquence, les clients se déplacent moins, visitent quelques magasins, voire un seul, et sont prêts à se déplacer plus loin pour conclure leur achat, ayant économisé des déplacements dans la phase d'information. Cela permet aux commerces d'élargir leur zone d'attraction.

IV.2.3. Le commerce et le pouvoir d'achat.

La diminution du pouvoir d'achat des Algériens découle directement de la crise économique

qui sévit dans le pays.

Cette baisse du pouvoir d'achat est attribuable à divers facteurs, notamment l'absence de mécanismes de contrôle commercial, la dévaluation de la monnaie nationale, la cessation des grands projets, l'augmentation des prix de certaines matières premières sur les marchés internationaux, l'augmentation des coûts du transport international, ainsi que les difficultés rencontrées par le commerce extérieur en raison de la pandémie de COVID-19.

Au cours des derniers mois, le pouvoir d'achat des Algériens, déjà en déclin d'année en année, a subi un sérieux coup. Selon des experts, 34% des travailleurs en Algérie sont menacés de tomber dans la pauvreté..(Mohamed Benazzouz , 2021)

En ce qui concerne l'année en cours, notamment la période de janvier à mai, on a constaté une augmentation de 5,7% des prix à la consommation au cours des cinq premiers mois de 2021 (ONS, 2021), par rapport à la même période en 2020

[.IV.2.4. L'attractivité du pole commercial EL EULMA.](#)

Au fil des vingt dernières années, El Eulma a connu une transformation remarquable pour devenir un hub commercial transnational en Algérie. Ce qui était autrefois un petit marché de gros et de demi-gros spécialisé dans la droguerie et la quincaillerie s'est affirmé comme le lieu incontournable pour l'approvisionnement en biens domestiques et en outillage industriel de toute l'Algérie. Son souk "Dubai" est désormais le principal centre commercial pour les biens domestiques à travers le pays..(S.Belguidoum,& all 2017) Chaque jour, El Eulma attire des milliers d'acheteurs, rayonnant non seulement en Algérie, mais aussi en Tunisie. De plus, grâce à Tamanrasset, elle est également un point de connexion vers les pays du Sahel.l'hyper attractivité du pole commercial EL EULMA. (Pierre Bergel et Nadia Kerdoud,2010) L'influence du commerce de gros en centre-ville a un impact considérable, mais notre étude se concentre principalement sur le commerce de détail. Cependant, il était essentiel d'inclure ces aspects dans notre étude afin de ne pas exclure une grande partie du commerce en centre-ville de Sétif.

[IV.3. Section B -Le facteur Sanitaire :](#)

[IV.3.1. Le Commerce impacté par la pandémie Covid-19](#)

La pandémie de COVID-19, officiellement déclarée par l'OMS le 11 mars 2020, a engendré des changements significatifs dans la vie en milieu urbain.. (Rogier van den Berg, 2020). La mise en place des mesures de confinement a profondément altéré le rythme de vie urbain,

entraînant une décentralisation massive des populations vers les villes et les territoires, ainsi qu'à l'intérieur même des villes. La pandémie de coronavirus aura très probablement des répercussions limitées sur certains secteurs, tandis qu'elle en dévastera d'autres, car de nombreux clients préféreront rester chez eux pour limiter la propagation du virus. Par conséquent, les restaurants, les services de restauration, la vie nocturne, l'hébergement et le tourisme, les transports et le commerce de détail en général seront particulièrement touchés.

Depuis le 12 mars 2020, les autorités algériennes ont mis en place des mesures sanitaires pour lutter contre la propagation du COVID-19, alors que la pandémie de ce nouveau coronavirus se propageait de manière rapide et préoccupante, avec des approches, des représentations et des pratiques sanitaires variables. Certaines entreprises ont été contraintes de fermer leurs portes en raison du non-respect des mesures barrières (APS, 2020).

Il est indéniable que la crise engendrée par la pandémie mondiale de coronavirus a créé un environnement commercial difficile. À Sétif, l'activité commerciale a été perturbée par les périodes de confinement, d'allègement du confinement, de déconfinement partiel et de reconfinement ciblé. Les autorités semblent avoir opté pour une reprise progressive de l'activité commerciale qui avait été suspendue dans le cadre des mesures de lutte contre la propagation du COVID-19, mais cette reprise reste conditionnée au respect des mesures de prévention contre le virus.

Ces différents facteurs ont contribué à la multiplication des commerces vacants, ce qui dégrade le paysage urbain. On observe des signes de désaffectation, des enseignes obsolètes, une diminution de la densité commerciale, ainsi qu'une réduction de l'animation, de l'attractivité et un sentiment d'insécurité croissant.

IV.3.1.1 L'impact du confinement:

En raison de l'aggravation de la pandémie dans notre pays en mars 2020, une période de confinement de deux mois a été mise en place, du 17 mars au 19 mai 2020. Pendant cette période, les déplacements étaient limités aux besoins essentiels et les interactions entre les personnes étaient restreintes. À partir du 11 mai, ces restrictions ont été progressivement levées. Cependant, de nouvelles mesures restrictives ont été mises en place depuis le 24 octobre et se poursuivent en ce début d'année 2021. Ces mesures sont motivées par des impératifs sanitaires et ont un impact majeur sur le commerce, perturbant les échanges et entraînant des interruptions ou des modifications des flux de personnes et de marchandises. Les mesures de restriction et d'interdiction d'accueil du public ont eu un impact significatif sur

de nombreux commerces, entraînant un ralentissement économique. Les hôtels, cafés-restaurants et de nombreux petits commerces non alimentaires et de services aux personnes tels que les salons de coiffure, les instituts de beauté ou les garages, ont été contraints de fermer pendant le confinement. De même, de nombreux marchés ont été fermés et les commerces ambulants alimentaires n'ont pas pu exercer leur activité de manière normale pendant le premier confinement.

IV.3.1.2 L'expansion du commerce en ligne:

La crise sanitaire a considérablement stimulé l'essor du commerce en ligne grâce à la croissance des pratiques internet. Le click&collect, par exemple, aurait été multiplié par sept. Les commerces ont adopté différentes stratégies pour s'adapter à cette évolution. Certains ont rejoint des plateformes de vente en ligne ou ont mis en place un service de commande par téléphone et/ou de retrait en magasin, connu sous le nom de "click&collect". Cela permet aux consommateurs de passer commande en ligne via Internet et de récupérer leurs produits en magasin.. Par exemple, dès le début du premier confinement, certaines entreprises non stationnaires, telles que les marchés, ont fait face à des fermetures. De même, des restaurants ont adopté le commerce en ligne afin de maintenir une partie de leur activité. Pour d'autres commerces, cela s'est traduit par la mise en place de systèmes de drive, où les clients récupèrent leurs achats en voiture, ou de drives piétons, notamment dans les centres-villes et les centres-bourgs, où les retraits se font à pied. La commande se fait généralement en ligne, tandis que la récupération se fait soit par Internet, soit au moment du retrait. Certains commerces ont également mis en place ou renforcé un service de livraison à domicile.²³

En Algérie, le commerce en ligne connaît une popularité croissante, en particulier depuis la crise sanitaire mondiale engendrée par la pandémie de Covid-19 et les mesures de confinement mises en place pour contenir sa propagation. Cette situation a favorisé l'essor du commerce électronique,

Le développement limité du commerce électronique en Algérie est attribué à divers facteurs. Les experts soulignent notamment les contraintes technologiques telles que la connexion internet de faible débit et instable, ainsi que les problèmes liés au secteur de la logistique. De

²³ M. André Marcon, ancien président de CCI France et coordinateur du rapport Mission sur la revitalisation commerciale des villes moyennes (2018)

plus, la législation actuelle présente des lacunes qui rendent difficile la résolution des litiges. Il est donc nécessaire d'améliorer l'organisation de cette activité en Algérie, d'autant plus que les lois régissant le commerce électronique ont été promulguées en 2018. Malgré les nombreux obstacles qui entravent actuellement sa croissance, le secteur du e-commerce demeure un domaine d'activité à fort potentiel .

IV.4.Section C – Les Facteurs environnementaux:

IV.4.1.Le commerce au Harat ,un patrimoine en péril :

Le patrimoine urbain revêt une importance cruciale dans notre société, jouant un rôle essentiel face aux défis liés à l'identité collective, à la préservation de la mémoire nationale et à la durabilité de nos territoires. Selon le rapport de mise en œuvre de la convention du patrimoine mondial de l'UNESCO, le patrimoine est un héritage commun, non seulement pour chaque nation, mais pour l'humanité tout entière. Il est considéré comme un bien inestimable et irremplaçable. Sa préservation est impérative, car la perte ou la dégradation de l'un de ces précieux biens constitue un appauvrissement pour le patrimoine de tous les peuples du monde. Le patrimoine comprend à la fois des richesses naturelles et des biens culturels, parmi lesquels figure le patrimoine urbain et architectural. Les dispositions régissant la rénovation urbaine sont souvent négligées, y compris le décret N°83/684 du 26 novembre 1983. Ce décret définit la rénovation urbaine comme une intervention physique qui vise à apporter des changements significatifs à la structure urbaine d'un quartier sans altérer son caractère principal. Cela peut impliquer la démolition d'immeubles vétustes et la reconstruction de nouveaux immeubles de même nature sur le même site. (Joradp, 1983).

Il est donc difficile de considérer ces biens comme un héritage au même titre que ceux de la période précédente. Cependant, l'état avancé de dégradation de ces vieux bâtiments pousse aujourd'hui les autorités publiques à s'y intéresser. Leur préservation et leur valorisation font partie des recommandations de la loi sur l'orientation de la ville, tout comme la restructuration, la réhabilitation et la modernisation des quartiers urbains afin de les rendre fonctionnels²⁴.

²⁴ Loi n° 06 – 06 du 20 février 2006 portant Loi d'orientation de la ville, J.O n° 15 du 12 mars 2006.



Photo IV.6. Locaux fermés dans une "Harat" menacée de ruine .

Source : Auteur 2021



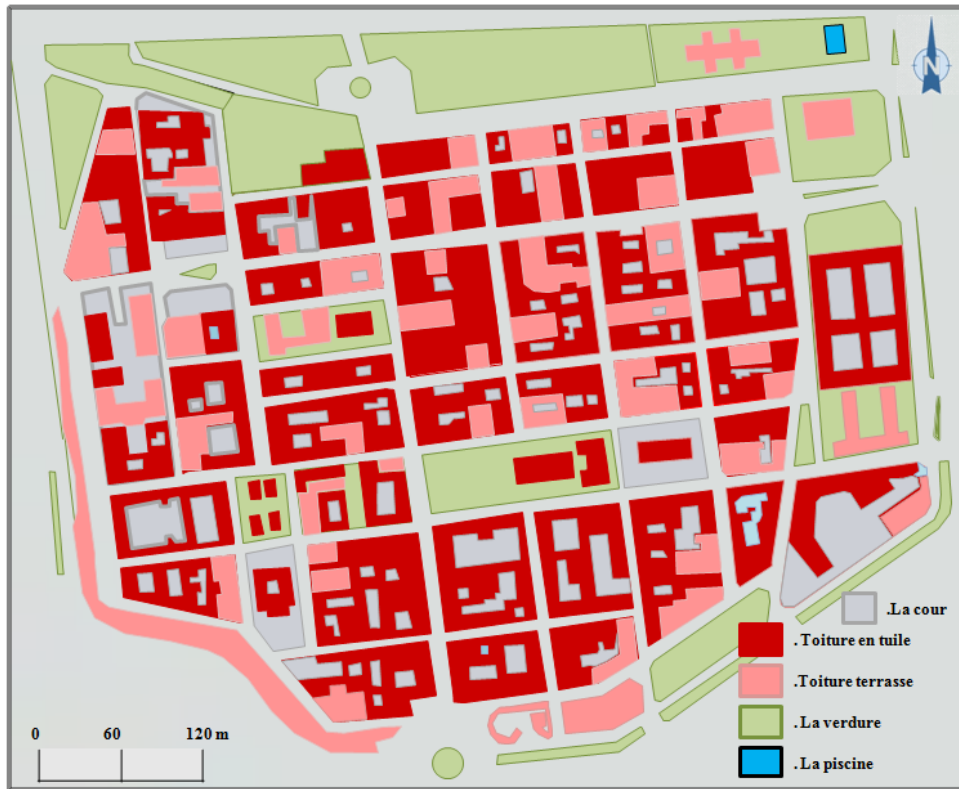
Photo IV.7. Locaux fermés dans une "Harat" en rénovation .

Source : Auteur 2021

IV.4.2. Le commerce et la nature juridique de l'espace commercial.

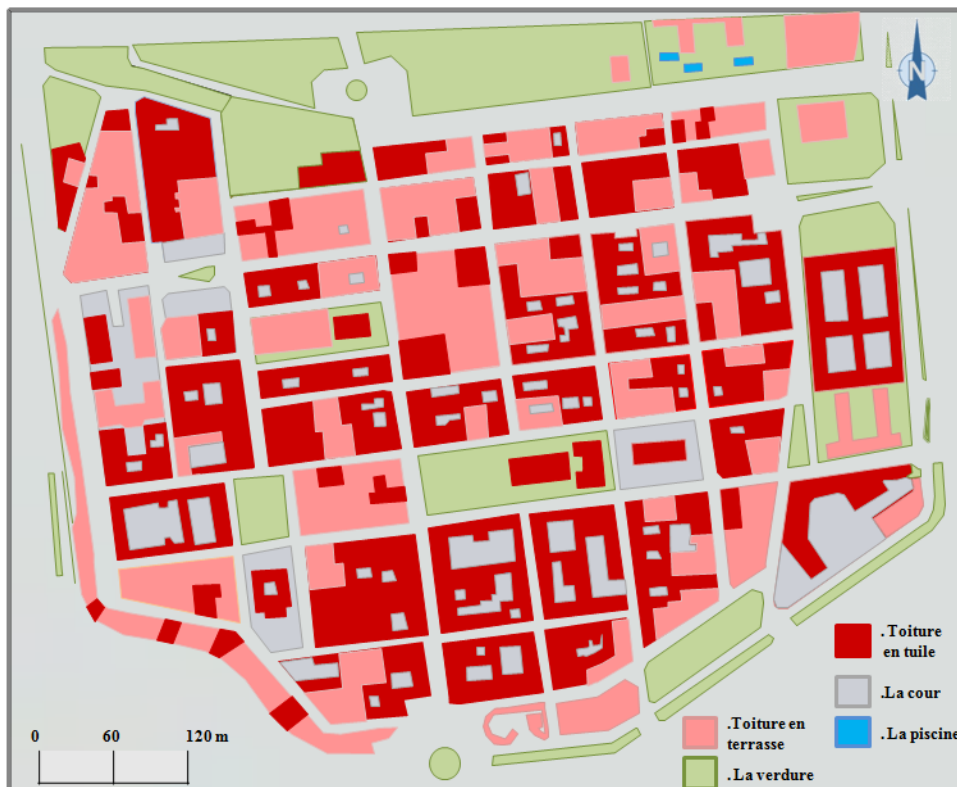
Suite au départ massif des colons, des mesures ont été prises pour protéger et préserver les biens vacants. Le législateur algérien a promulgué plusieurs lois importantes visant à établir une procédure pour la constatation des droits de propriété immobilière. Cependant, prouver la propriété immobilière en Algérie n'est pas une tâche facile en raison de la législation et de la jurisprudence changeante dans ce domaine.

La nature juridique des locaux commerciaux au centre-ville de Sétif joue un rôle important dans le déclin commercial. Il existe trois éléments distincts, notamment les locaux situés au rez-de-chaussée des Harats (anciens quartiers coloniaux) ou dans les immeubles de rapport.



Carte IV.3. Plan de masse du centre ville de Sétif en 2004

Source : Auteur ,2021



Carte IV.4. Plan de masse du centre ville de Sétif en 2021

Source : Auteur ,2021

IV.4.2.1. La propriété:

Après l'indépendance, une grande partie du parc immobilier dans les anciens quartiers coloniaux a été considérée comme "biens vacants" et a été mise en location, puis cédée à partir des années 1980. Grâce à la loi 81/01 du 7 février 1981, de nombreux locataires sont devenus propriétaires.

D'une part, il y a ceux qui contribuent à la dévitalisation commerciale en laissant leur propriété immobilière vacante, soit par des motivations spéculatives, soit en attendant une augmentation des prix.

D'autre part, il y a ceux qui exploitent une activité commerciale dans leur propre bien immobilier. Ils ont des coûts moins élevés et sont mieux en mesure de résister à la dévitalisation commerciale, ce qui les place dans une position plus avantageuse par rapport aux commerçants locataires.

IV.4.2.2. Le fond du commerce :

L'acquisition d'un fonds de commerce offre une alternative à la location ou à l'achat d'un local commercial, car il englobe à la fois des éléments matériels et immatériels, contrairement à un simple local commercial qui est un élément physique unique. Selon le code commercial, font partie intégrante du fonds de commerce les biens mobiliers utilisés dans l'exercice d'une activité commerciale. Le fonds de commerce comprend essentiellement la clientèle et l'achalandage, ainsi que, sauf indication contraire, tous les autres biens nécessaires à son exploitation tels que l'enseigne, le nom commercial, le droit au bail, le matériel, l'outillage, les marchandises, ainsi que les droits de propriété industrielle et commerciale. L'acquisition d'un fonds de commerce permet à l'acheteur ou au repreneur de ne pas partir de zéro, mais de bénéficier des éléments nécessaires pour démarrer l'activité.

IV.4.2.3. La location :

Le Code civil algérien définit le bail à l'article 467 comme "*un contrat²⁵ par lequel le bailleur donne en jouissance une chose au locataire pour une durée déterminée en contrepartie d'un loyer connu. Le loyer peut être fixé en espèces ou en toute autre prestation.*"

À Sétif, la grande majorité des propriétaires de locaux commerciaux qui proposent leurs biens à la location demandent un dépôt de garantie d'au moins deux ans. De plus, ils préfèrent éviter de passer par un notaire afin d'éviter de payer l'Impôt sur le Revenu Global

²⁵ Contrat de location prévu par l'article 21 du décret législatif n° 93-03 du 1er mars 1993 relatif à l'activité immobilière,

(IRG) locatif. Si un locataire insiste pour conclure un contrat notarié, ces propriétaires fixent un loyer mensuel symbolique, ce qui leur permet de rester dans la tranche minimale de l'IRG locatif. Après l'échéance du bail principal, le propriétaire n'est tenu de renouveler le bail que s'il a explicitement ou implicitement autorisé ou agréé la sous-location.

Il peut y avoir plusieurs raisons pour lesquelles le bailleur refuse le renouvellement du bail. Dans de tels cas, sauf exceptions prévues par les articles 177 et suivants, le locataire expulsé a le droit de demander une indemnité d'éviction correspondant au préjudice causé par le refus de renouvellement. Dans la pratique, il existe de nombreuses raisons, parmi lesquelles on peut citer :



Photo IV.8. Locaux fermés dans une "Harat" en situation de litige.

Source : Auteur 2021

IV.4.2.4. Les baux commerciaux :

Durant la période coloniale, le concept de propriété commerciale a pris de l'importance en soutenant la valeur économique des fonds de commerce. Les aspects moraux du fonds de commerce, tels que le droit au bail et le droit à la clientèle, ont été mis en avant. La promulgation de la loi du 30 juin 1926, qui a officiellement reconnu l'émergence de la propriété commerciale, a été encouragée par une élite composée de syndicats et de mouvements qui revendiquaient les droits des locataires et soutenaient le droit à la protection des clients. La pression exercée par les députés de l'époque a conduit à la reconnaissance officielle, par le législateur français, du droit du locataire sur sa clientèle, garantissant ainsi la protection des biens commerciaux. Cette loi favorisait les professionnels du droit. Cette perception a converti la propriété commerciale en une valeur morale qui confère au locataire le droit de revendiquer le renouvellement du bail conformément à la loi, en tant que

service rendu à sa clientèle et en vue de préserver leur fidélité. Les clients représentent un facteur essentiel dans l'amélioration de la base financière et le développement des activités commerciales. Ainsi, la clientèle est considérée comme une composante fondamentale, voire essentielle, de la structure commerciale. Sa préservation garantit la pérennité même du commerce. Après l'indépendance, l'ordonnance n° 75-59 du 26 septembre 1975, connue sous le nom de code de commerce, a introduit des dispositions spéciales et exceptionnelles visant à garantir des droits particuliers aux locataires dans le cadre des locations commerciales. Le législateur a accordé au locataire des droits spécifiques qui permettent la prolongation du contrat de location, même si le bailleur n'est pas favorable à cette prolongation. Cette situation a engendré de nombreux litiges devant les tribunaux concernant la possession de plusieurs locaux.



Photo IV.9. Locaux fermés donnant sur la rue 8 Mai 1945.

Source : Auteur 2021



Photo IV.10. Locaux fermés dans une "Harat" vendue ,en attente de démolition

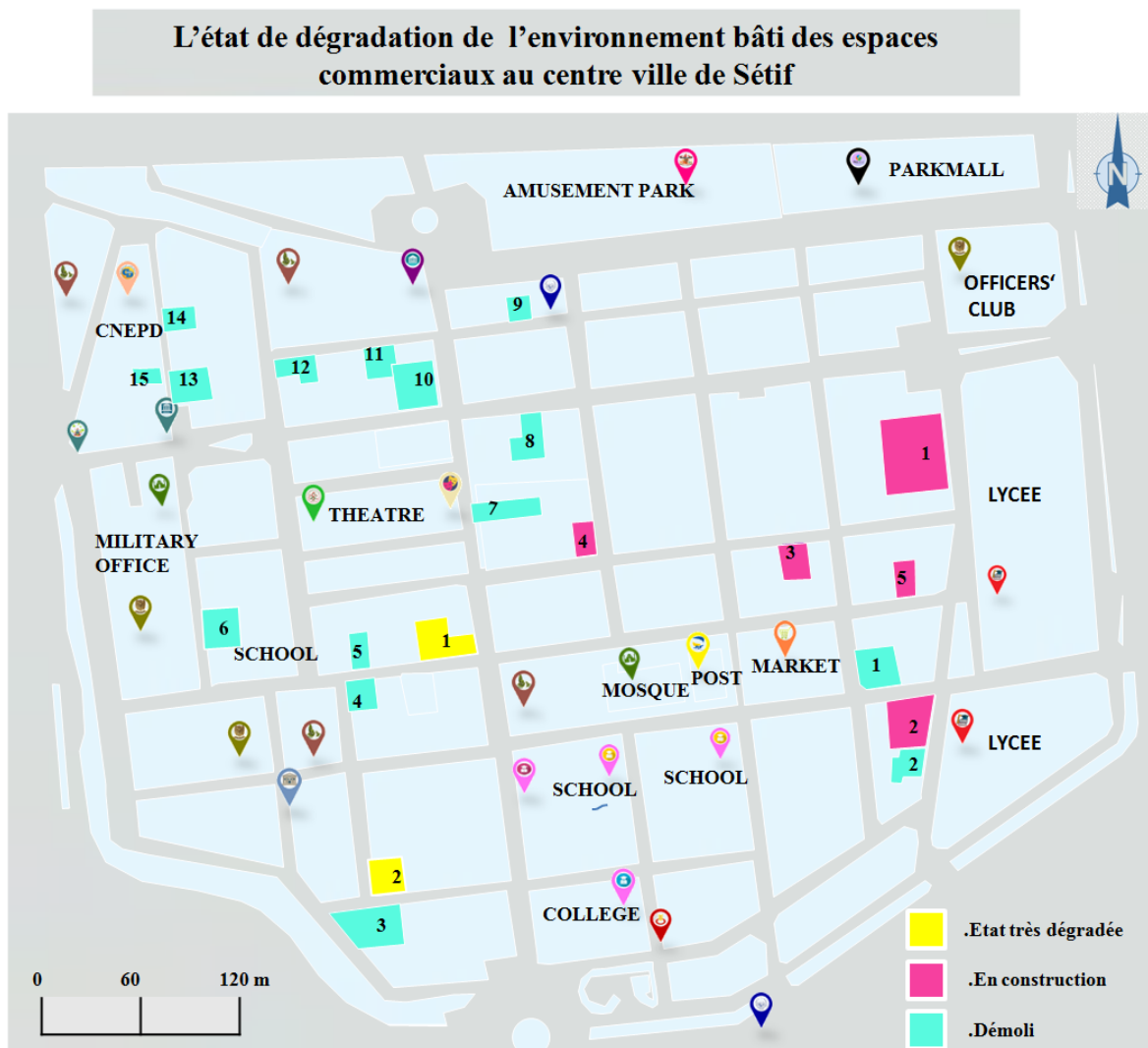
Source : Auteur 2021

IV.4.3. Le commerce et l'environnement bâti :

Dans les villes contemporaines, les espaces commerciaux adoptent des formes et des méthodes de conception en parfaite adéquation avec les besoins actuels. L'essor économique et la croissance démographique des zones urbaines entraînent une augmentation du pouvoir d'achat des biens de consommation, mais les espaces commerciaux existants en centre-ville montrent des limites quant à leur capacité à satisfaire cette demande de manière qualitative et quantitative.²⁶ En conséquence, de nouveaux formats de commerces de détail ont émergé

²⁶ Shin Ki-Dong, Growth of Large-format retailing and changing characteristics of retail districts of urban center, University of Seoul, Séoul, 2008, pp. 1-3.

pour répondre à cette problématique. Ces établissements commerciaux se trouvent généralement en périphérie de la ville, où il est plus facile d'obtenir de vastes terrains pour répondre à la demande de consommation des résidents du centre-ville secondaire ou des environs. Ainsi, ces commerces ont tendance à se développer en termes de superficie afin de mieux répondre aux besoins des consommateurs..(Park .S ,2013).



Plan IV.5. Etat de dégradation de l'environnement bâti des espaces commerciaux au centre ville de Sétif

Source : Auteur ,2021

Les commerçants font face à des défis financiers alors qu'il devient de plus en plus difficile de trouver un local commercial approprié pour leur activité dans les villes de taille moyenne et intermédiaire. Cette situation s'explique par la configuration inadaptée des locaux dans les centres historiques ainsi que par des loyers commerciaux qui mettent à l'épreuve les modèles

économiques des commerçants.

IV.4.3.1.Des locaux commerciaux inadaptés :

Les centres-villes historiques sont confrontés à un problème d'adaptation des bâtiments et des locaux aux besoins modernes des commerces. Les surfaces disponibles sont souvent trop petites, et l'aménagement de ces locaux selon les normes commerciales actuelles, notamment en termes d'accessibilité pour les personnes à mobilité réduite, nécessite d'importants travaux de rénovation, voire la fusion de plusieurs rez-de-chaussée. La responsabilité des travaux incombe généralement au bailleur, qui est chargé de s'assurer de la conformité du local en fonction de son usage et de son activité. Il peut toutefois transférer cette responsabilité au locataire par le biais du bail. Cependant, pour réhabiliter un local commercial de manière avantageuse pour toutes les parties concernées (répartition des coûts, etc.), il est essentiel d'impliquer tous les acteurs et de favoriser le dialogue. Dans certains cas, ce facteur peut même contribuer à la vacance structurelle des locaux en centre-ville.

IV.4.3.2.L'inadaptation des locaux aux valeurs locatives excessives:

La taille des locaux vacants varie généralement entre 30 et 60 m², alors que les normes actuelles tendent à privilégier des surfaces supérieures à 100 m². Parallèlement, les loyers sont souvent trop élevés, tandis que les prix du foncier sont en hausse. Ces éléments sont pris en compte pour déterminer la valeur locative d'un bien immobilier commercial. professionnels : (Valeur Minimum 90 435 - Valeur Maximum 200 000 DA/m²)²⁷

²⁷ Direction générale des impôts ,Termes de références relatifs aux transactions d'immeubles Individuelles – Semi collectifs – Collectifs et terrains Période biennale 2021 – 2022
<https://www.mfdgi.gov.dz/referentiels>.

Termes de references relatifs aux transactions d'immeubles
Individuelles – Semi collectifs – Collectifs et terrains
Période biennale 2021 – 2022

Commune de		SETIF/ EL EULMA								DAM ²	
Nature de l'Immeuble	Type d'Immeuble /(caracteristique)	Zone Résidentielle		Centre ville		Zone Périphérique		Zone Eloignement			
		Fourchette d'évaluation		Fourchette d'évaluation		Fourchette d'évaluation		Fourchette d'évaluation			
		Valeur Minimum	Valeur Maximum	Valeur Minimum	Valeur Maximum	Valeur Minimum	Valeur Maximum	Valeur Minimum	Valeur Maximum		
Individuel	Standing	121 739	140 000	97 391	112 000	77 913	89 600	62 330	71 680		
	Amélioré	94 348	108 500	75 478	86 800	60 383	69 440	48 306	55 552		
	Economique	82 609	95 000	66 087	76 000	52 870	60 800	42 296	48 640		
	Précaire	78 261	90 000	62 609	72 000	50 087	57 600	40 070	46 080		
Collectifet Semi-Collectif	Standing	100 000	115 000	80 000	92 000	64 000	73 600	51 200	58 880		
	Amélioré	90 000	103 500	72 000	82 800	57 600	66 240	46 080	52 992		
	Economique	81 000	93 150	64 800	74 520	51 840	59 616	41 472	47 693		
	Précaire	76 522	88 000	61 217	70 400	48 974	56 320	39 179	45 056		
Locaux Commerciaux et locaux à usage professionnels	Artère hautement commerciale	217 391	250 000	173 913	200 000	139 130	160 000	111 304	128 000		
	Artère moyennement commerciale	173 913	200 000	139 130	160 000	111 304	128 000	89 043	102 400		
	Artère peu commerciale	113 043	130 000	90 435	104 000	72 348	83 200	57 878	66 560		
Hangars	Situé en zone urbaine	69 565	80 000	55 652	64 000	44 522	51 200	35 617	40 960		
	Situé en zone rurale	52 174	60 000	41 739	48 000	33 391	38 400	26 713	30 720		

Tableau IV.1. Termes de références relatifs aux transactions d'immeubles Individuelles – Semi collectifs – Collectifs et terrains Période biennale 2021 – 2022

Source : Direction générale des impôts .<https://www.mfdgi.gov.dz/referentiels.2021>

IV.4.3.3.Le commerce et la qualité d'aménagement :

L'aménagement intérieur et l'aspect extérieur d'un local commercial jouent un rôle crucial dans son image. La qualité du design est essentielle pour la réussite du concept commercial. Non seulement cela permet au commerce de se démarquer de la concurrence, mais cela contribue également à accroître la fréquentation du local et, par conséquent, à augmenter son chiffre d'affaires. (Stoz ,B,2015).

L'architecture commerciale, également connue sous le nom de Retail, englobe diverses disciplines créatives. Cela comprend le design intérieur du local, l'aménagement de la façade, le graphisme et l'identité visuelle, l'étude de l'éclairage, des matériaux et des couleurs, le choix du mobilier, ainsi que la décoration et l'ambiance générale du lieu. (Stoz ,B,2015).



La façade du local

Photo IV.11. La rue Valée (Rue Amirouche) au centre ville de Sétif
Source :Mdcollection, <https://www.delcampe.net/2021>

La vitrine du local

l'aménagement intérieur du local

Figure IV.3. Local commercial maintenue à son état initial à la rue Amirouche (Exe rue Valée) au centre ville de Sétif
Source :L'auteur,2021

- Établir une identité propre et pertinente permettant de se démarquer de la concurrence.
- Attirer les acheteurs et susciter leur curiosité en créant une ambiance distinctive.
- Encourager et faciliter l'acte d'achat et de consommation en offrant une expérience positive.
- Imprimer une marque durable dans l'esprit et les sens des consommateurs afin de favoriser leur fidélité.

La résistance des commerçants du centre-ville de Sétif à la nécessité de réaménager leurs espaces commerciaux, que ce soit en raison d'un manque de financement ou de différends avec les propriétaires, a un impact négatif sur la performance de leurs commerces. Effectivement, les façades défraîchies dans le centre-ville ont un impact négatif non seulement sur la qualité urbaine de la zone, mais aussi sur l'attrait du commerce. Il est donc essentiel de procéder au ravalement des façades des espaces commerciaux afin de renforcer leur attractivité et se démarquer de la concurrence. Cette mesure contribuera à améliorer l'attractivité globale du commerce dans la région.



Photo IV.12. Façades des locaux commerciaux réaménagées ,avenue des frères Meslem
Source : Auteur 2021



Photo IV.13. Façades des locaux commerciaux réaménagées ,avenue des frères Habache
Source : Auteur 2021



Photo IV.14. Façades des locaux commerciaux réaménagées ,avenue 8 Mai 1945
Source : Auteur 2021



Photo IV.15. Local commercial totalement réaménagé, rue Amirouche (Exe rue Valée)
Source : <https://apple-service-centre-setif.business.site/2022>

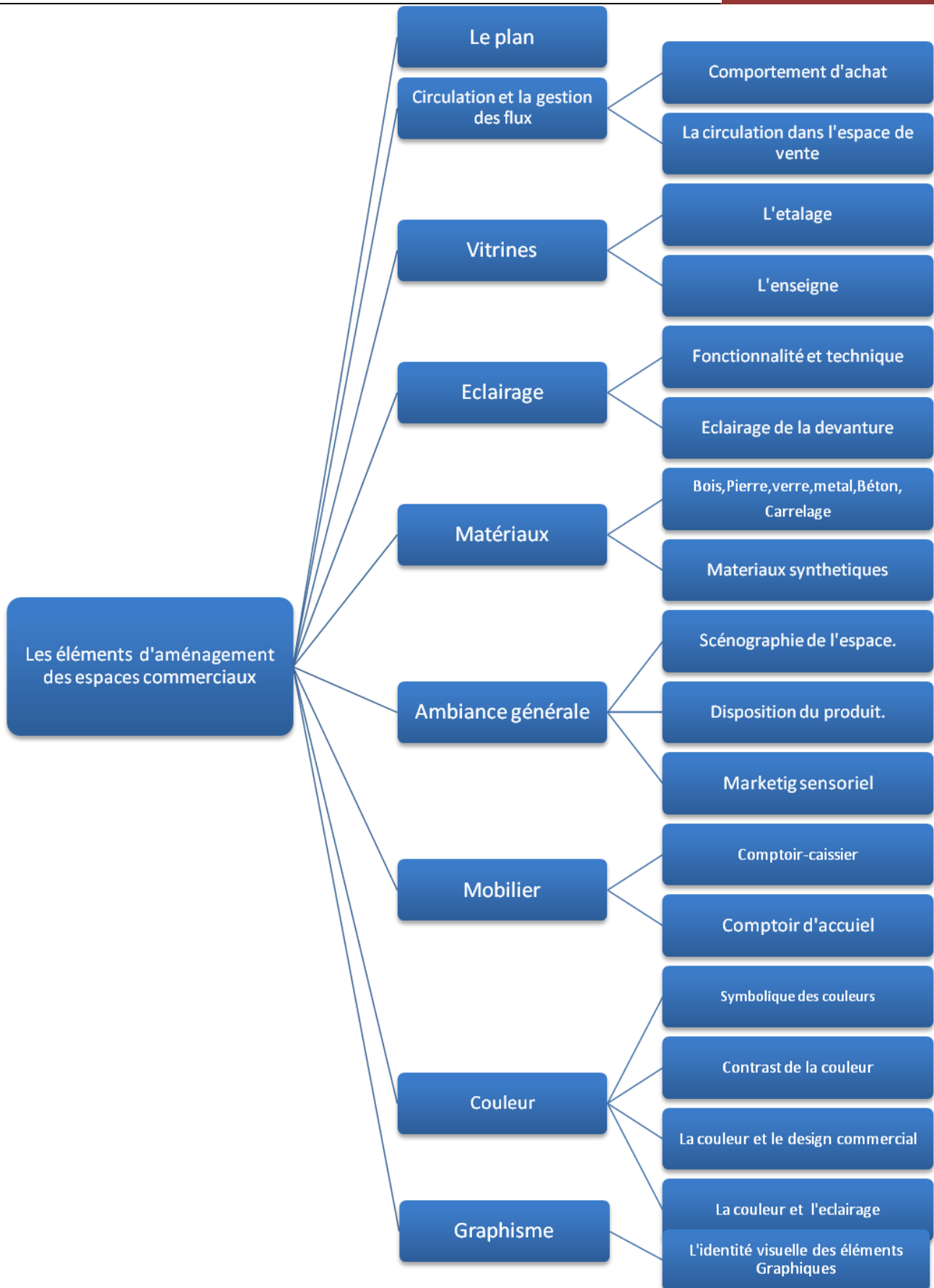


Figure IV.4. Les éléments d'aménagement des espaces commerciaux. appropriés par L'architecture commerciale
 Source : Auteur 2022.

IV.4.4. Le commerce et l'environnement non-bâti :

En plus de l'obligation de rénovation des façades et de modernisation des devantures commerciales, il est également nécessaire d'agir sur l'esthétique et l'ambiance de la rue dans son ensemble. Cela contribue à renforcer l'attrait et la fréquentation des commerces, au-delà des locaux commerciaux eux-mêmes. En effet, la devanture commerciale joue un rôle essentiel en tant qu'interface entre le commerce et l'espace public, et elle constitue un élément clé de la stratégie commerciale qui façonne l'environnement marchand. Son impact sur les enseignes et l'ambiance de la rue est significatif, contribuant ainsi à l'harmonisation avec le centre-ville. Dans le centre-ville de Sétif, on constate que les revêtements des trottoirs sont endommagés, les espaces verts sont négligés, les façades sont mal entretenues, les éclairages sont hors service et le mobilier urbain est défectueux. Ces éléments peu attrayants ne sont pas incitatifs pour les gens à fréquenter l'espace public. Le cas de l'espace public de Saal Bouzid illustre clairement l'impact du manque de flux piétons. Autrefois, cette place était animée par la convergence de différents mouvements de piétons : ceux qui se déplaçaient à l'intérieur de la place et ceux qui la traversaient pour se rendre d'un côté à l'autre du centre-ville. Ces deux types de flux contribuaient à la fréquentation de la place. Cependant, actuellement, elle est peu fréquentée et beaucoup moins animée.



Photo IV.16. L'espace public Saal Bouzid est faiblement fréquenté.
Source : Auteur 2021

Par conséquent, la dégradation de la qualité des espaces publics est à la fois la cause et la conséquence du déclin commercial. Ainsi, l'entretien, la sécurité et la propreté, ces trois éléments essentiels, peuvent jouer un rôle fondamental dans la transformation de l'image de la rue et dans son attractivité.

IV.4.4.1. l'interdiction d'exposer des marchandises sur les espaces publics :

Suite à la décision de l'État portant le numéro 834, il n'est plus autorisé aux agents économiques tels que les producteurs, commerçants et artisans d'exposer des marchandises sur les trottoirs publics et à l'extérieur des magasins dans le but d'attirer l'attention des passants et de réaliser des transactions commerciales lucratives. Cette décision interdit spécifiquement l'étalage des marchandises au sol, leur accrochage aux balcons, l'utilisation de tables et de chaises, ainsi que tout autre moyen ou outil qui entraverait la circulation des piétons sur les trottoirs publics.

IV.5. Section E -Les facteurs de la mobilité urbaine.

IV.5. 1.Fluidité et diversité de la mobilité urbaine .

La ville de Sétif, en tant que ville intermédiaire, bénéficie de nombreux avantages. Cependant, sa dynamique urbaine est fortement marquée par une augmentation constante des déplacements quotidiens des personnes, ce qui entraîne des problèmes de circulation et de mobilité. Au cœur de la ville, les problèmes de congestion et d'embouteillages commencent à être réduits, mais cela est dû à une croissance spectaculaire du trafic automobile et à un manque d'organisation des transports en commun, faute de plans de circulation et de systèmes de transport performants. En ce qui concerne les déplacements, la ville de Sétif a enregistré une moyenne de 2,32 déplacements par personne et par jour, selon une enquête ménage réalisée en 2004. Dans le but de réduire la congestion urbaine et d'améliorer la qualité de vie des résidents en facilitant leurs déplacements quotidiens, plusieurs projets ont été mis en œuvre. Cela comprend la création d'une entreprise publique de transport urbain (ETUS), une étude lancée pour la construction d'une gare intermodale à El Hassi (qui est actuellement en attente), ainsi que le projet majeur du tramway, un mode de transport efficace et un moteur de développement urbain. L'objectif de tous ces projets structurants est de rendre la mobilité plus fluide et de créer des conditions de circulation plus favorables pour les habitants.

	Nbre opérateurs	Nbre de bus autorisé	Nbre de places autorisé
Commune Sétif	1432	820	43696
Wilaya de Sétif	2305	3082	110423

Tableau IV.2. Répartition des capacités de transport routier de voyageurs dans la commune et la wilaya de Sétif .Source : DPSB, 2021

IV.5.2. Le tramway comme vecteur de la dynamique urbaine :

L'Algérie a adopté une politique ambitieuse en matière de transport, axée sur le développement et la promotion de systèmes de transport en commun de qualité. Dans le cadre des plans quinquennaux successifs, un programme de développement du tramway a été lancé dans les principales agglomérations du pays, notamment Alger, Oran, Constantine et Sétif. Ce programme s'étend également à d'autres villes telles que Sidi Bel Abbès, Tlemcen, Bechar et Mostaganem à l'ouest, ainsi que Biskra, Batna, Annaba, Béjaïa, Tébessa, Skikda, Ourgla, Blida et Djelfa au centre, dans le but de contrôler la croissance urbaine et de créer des espaces urbains durables.

Depuis sa mise en exploitation le 8 mai 2018, le tramway de Sétif traverse la ville sur une distance de 15,2 km d'est en ouest, avec 26 stations permettant de desservir diverses infrastructures socio-économiques. Selon les informations fournies par la SETRAM en 2019, le nombre quotidien de passagers oscille entre 37 000 et 40 000 voyageurs. En raison de la pandémie de coronavirus, le tramway de Sétif a connu une baisse significative de son taux d'occupation, qui est resté en dessous de 45% de sa capacité maximale de 414 passagers par rame. En 2019, l'entreprise avait réussi à transporter 13 298 411 passagers, mais en 2020, ce nombre a chuté à 7 062 785 passagers.



Photo IV.17. Le tramway au centre ville de Sétif.
Source : Source: www.urbanrail.ne,2018

La suppression de places de parking à l'emplacement de la ligne de tramway est une critique lancinante. Depuis, les discours ont changé, depuis que le tramway de Sétif fait partie du paysage,

La plupart des études concernant ces déplacements mettent l'accent sur la faiblesse d'utilisation des transports en commun, en ce qui concerne le motif achats, Quel que soit le type d'achats effectués, l'utilisation de l'automobile demeure massive.



Photo IV.18. Avenue du 8 Mai 1945
avant le projet du tramway.
Source : Auteur, 2015



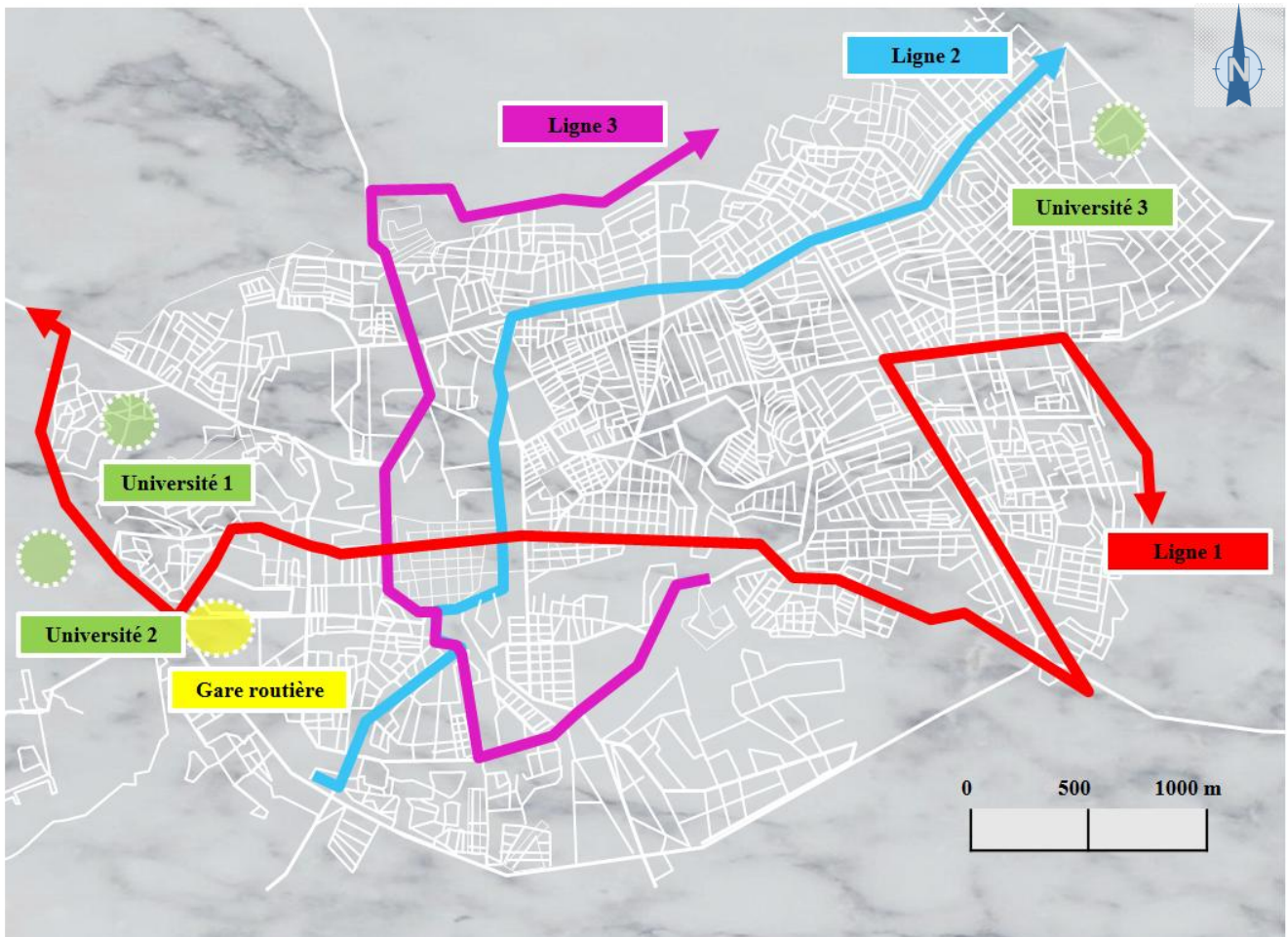
Photo IV.19. Avenue du 8 Mai
1945 après le projet du tramway.
Source : Auteur, 2021

Actuellement, le centre-ville de Sétif est desservi par deux arrêts de la ligne 01 du tramway, cependant, les autres lignes programmées n'ont pas encore été concrétisées faute de financement suffisant.

En début d'année 2022, le Président a donné son accord pour la réexamen du projet de tramway à Sétif. La question en suspens concerne maintenant la destination de la nouvelle ligne qui sera construite : sera-t-elle orientée vers le nouveau pôle urbain de Tiner ou sera-t-elle simplement en accord avec le programme initial, réalisant ainsi la ligne 2 prévue qui desservira les quartiers périphériques, notamment les ensembles d'habitations des 1000 logements, 1014 logements, 1006 logements et le pôle urbain El Hidhab. Trouver le tracé idéal pour le nouveau réseau de tramway constitue un défi majeur qui requiert une évaluation approfondie de sa faisabilité et de ses conséquences prévues. Il est essentiel de mener de multiples études comparatives afin de sélectionner la meilleure option.

Il est primordial de prendre en compte à la fois les attentes des résidents en matière de transport et le potentiel élevé de développement urbain lors de la sélection du tracé optimal pour le tramway.

Tracé des lignes du Tramway sur le plan de la ville du Sétif



Plan IV.6. Tracé des lignes du tramway sur le plan de la commune de Sétif.

Source : Auteur ,2021

IV.5.3. Le commerce et la mobilité urbaine.

L'accessibilité physique des commerces joue un rôle crucial, notamment dans les centres-villes. La fréquentation des commerces est généralement influencée de manière positive par des mesures telles que la piétonisation d'une rue, la création d'un sens unique, l'aménagement d'un parking ou la mise en place d'un arrêt de tramway.

Il était initialement prévu que, après la période difficile liée aux travaux, l'activité commerciale reprendrait et que le tramway aurait des effets économiques bénéfiques sur cette

activité. De plus, il était prévu que le projet aurait également un impact positif sur les différents espaces publics le long de son trajet.

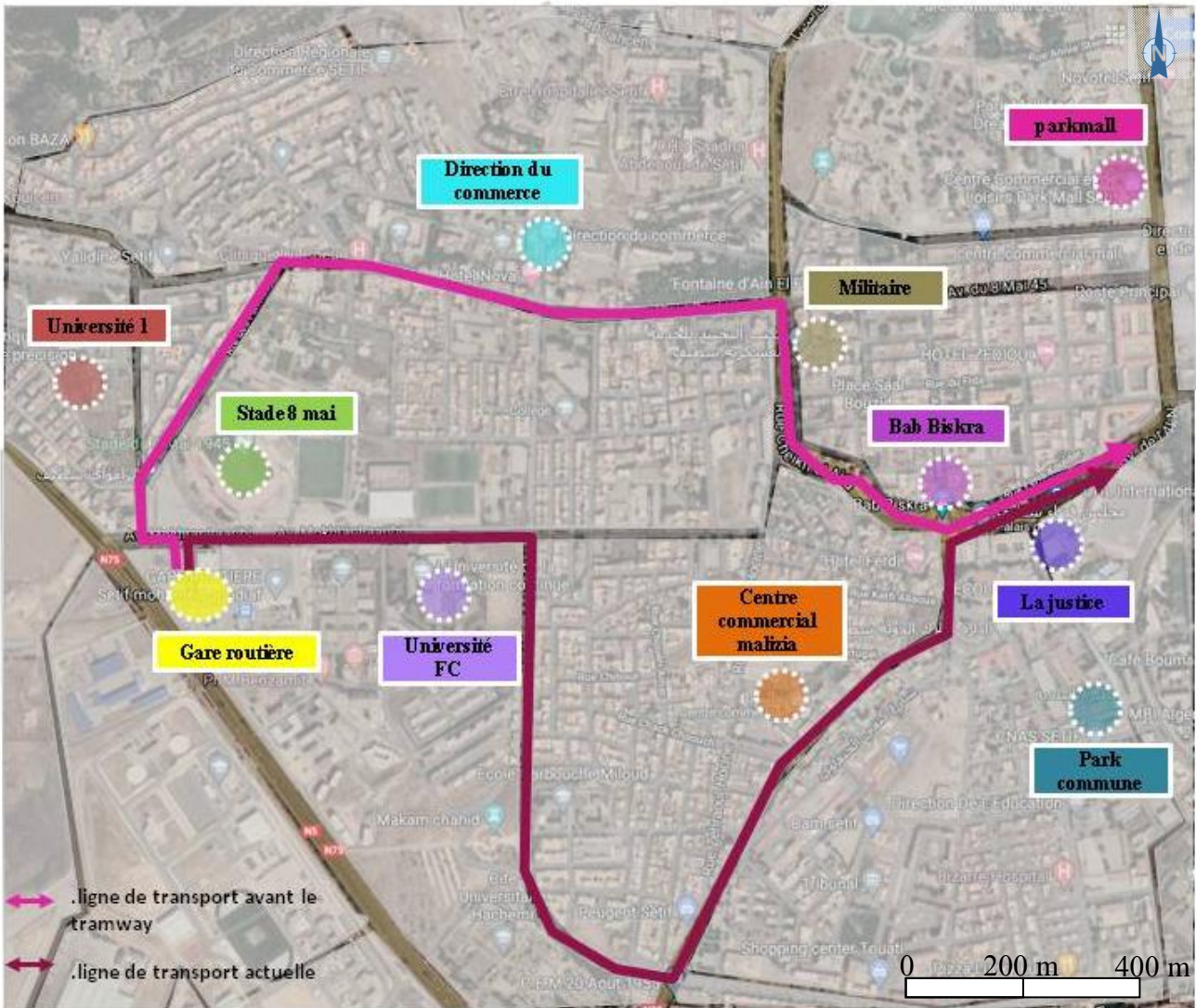
(Madani, 2017), où la dépendance à l'automobile est une réalité comme dans tous les centres urbains algériens²⁸, (Bakour et al, 2018). plus de voitures demandant plus d'espace de stationnement et non pas moindre.

En réalité, dans les zones périphériques, l'introduction du tramway a été accompagnée d'aménagements visant à améliorer l'image de la ville. En revanche, au centre-ville, la fermeture de la principale artère à la circulation automobile et l'absence de possibilités de stationnement ont inévitablement des conséquences majeures sur l'activité commerciale. Mis à part les aménagements réalisés aux deux stations du tramway, peu d'attention a été accordée aux éléments de design et au mobilier urbain le long de cette rue. Ces problèmes d'aménagement urbain, souvent mis en place sans la participation véritable des commerçants concernés, ont considérablement modifié leurs conditions d'exercice. En conclusion, l'introduction du tramway à Sétif a eu un impact à plusieurs égards, tant sur les espaces publics que sur les rues et les quartiers, et plus particulièrement sur les activités commerciales, entraînant ainsi une transformation totale de certaines parties de la ville. Cependant, la politique algérienne d'introduction du tramway s'est uniquement concentrée sur la réduction de l'utilisation de la voiture, sans être intégrée dans une vision plus large de renouvellement urbain

Le récent projet de transport urbain, actuellement en cours d'approbation (DT, 2021), a perturbé les flux de visiteurs se rendant au centre commercial Malaysia (situé dans la partie sud de la ville), en déplaçant l'arrêt de la cité Les Rampart. Cela a contribué à isoler toute la partie ouest du centre-ville.

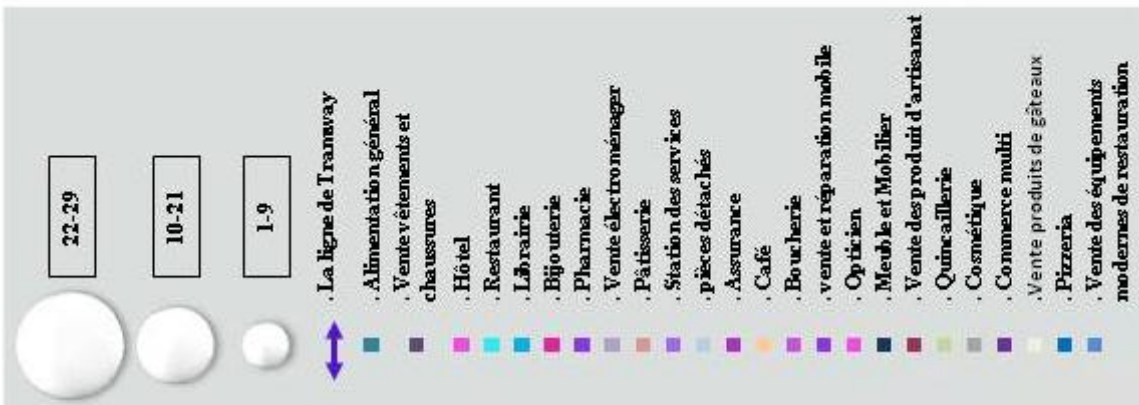
²⁸ En ce qui concerne la répartition géographique des immatriculations et ré-immatriculations au cours du premier semestre 2018, les cinq premières wilayas ayant enregistré le plus grand nombre d'opérations sont les suivantes : Alger, avec 84 969 unités (représentant 11,42% du total), Blida, avec 49 010 unités (6,59%), Boumerdes, avec 31 596 unités (4,25%), Sétif, avec 27 790 unités (3,74%), Djelfa, avec 27 012 unités (3,63%), et enfin Oran, avec 20 524 unités (2,76%).

Plan de déviation de la ligne du transport urbain



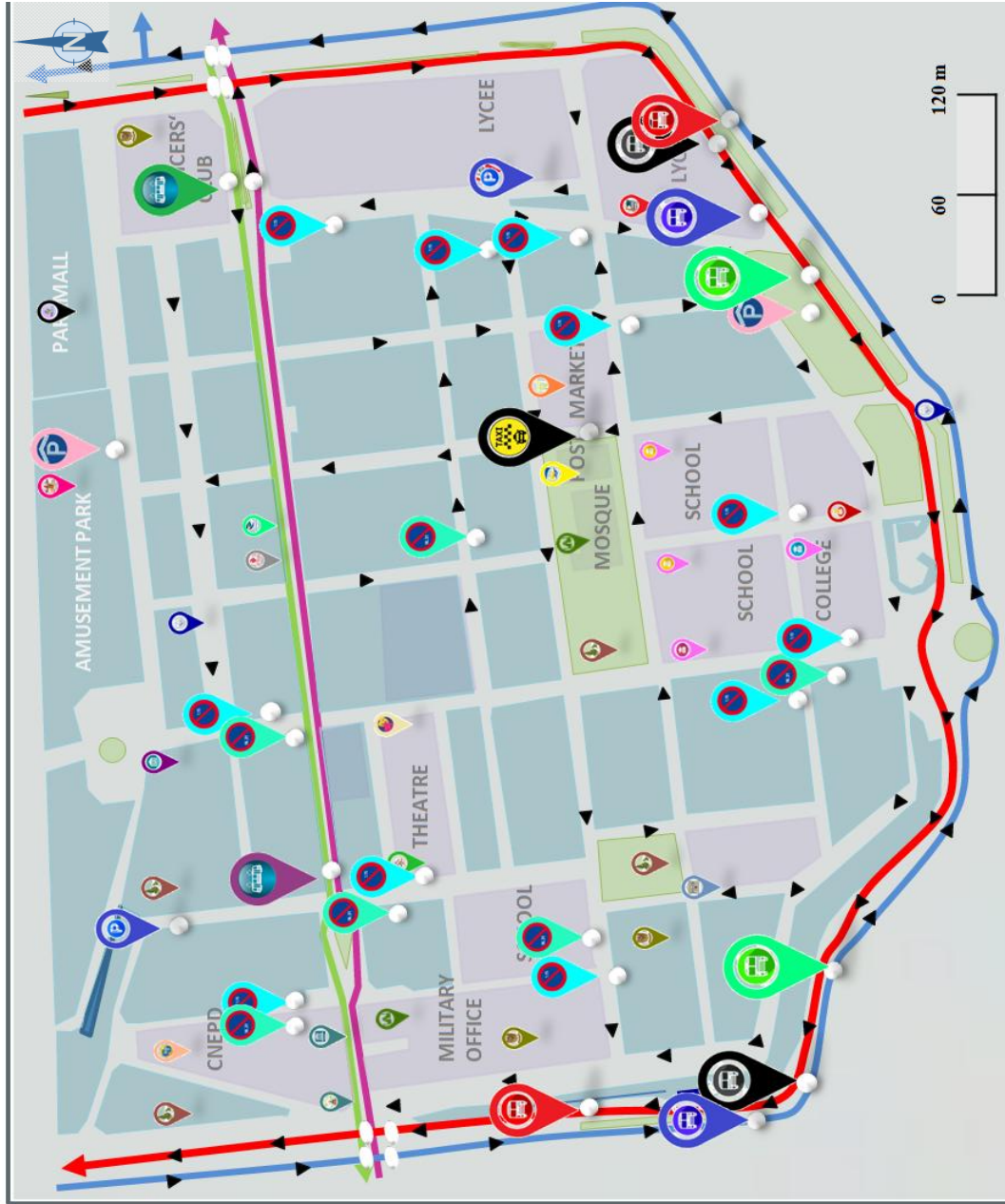
Plan IV.7. Plan de déviation de la ligne du transport urbain
Source : Auteur 2021

Les commerces endommagés par le tramway dans la ville du Sétif



Plan IV.8. Plan de stationnement au centre-ville de Sétif.
Source : Auteur ,2021

Plan de stationnement au centre ville de Sétif



- .Parking couvert payant
- .Parking avec disque bleu
- .Parking libre
- .Stationnement autorisé 1-15
- .Stationnement autorisé 16-31
- .L'arrêt de Bus de transport les lignes: N°102/104
- .L'arrêt de Bus de transport les lignes: N°16/20
- .L'arrêt de Bus de transport les lignes: N°18/54
- .L'arrêt de Bus de transport les lignes: N°02/03/04/06/0809/22
- .L'arrêt de taxi
- .L'arrêt de tram Mustapha Ben Boulaïd
- .L'arrêt de tram Bouzid Saad

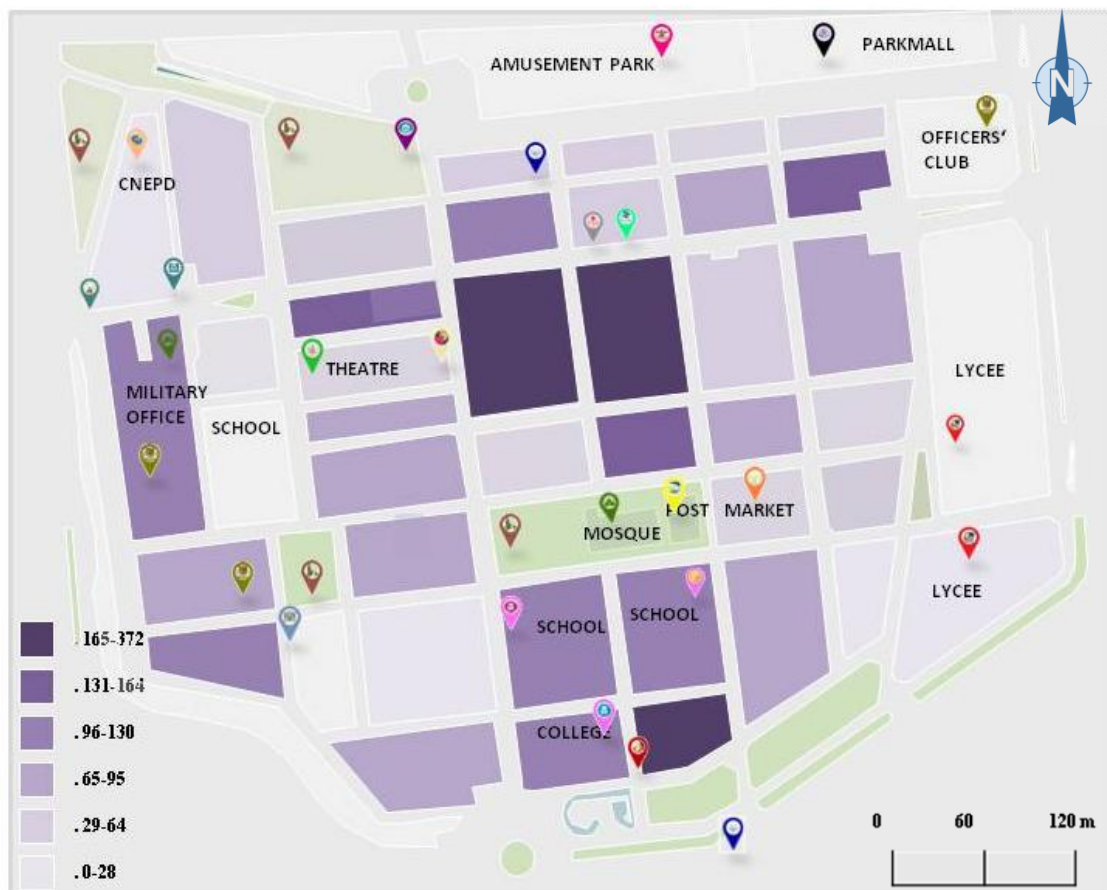
Plan IV.9. Les commerces endommagés par le tramway dans la ville de Sétif.
Source : Auteur ,2021

IV.6.Section F -Les facteurs sociaux :

IV.6.1.L'immigration de la population vers les périphéries.

Les habitants du centre-ville ont migré vers les zones périphériques de la ville, laissant derrière eux un pourcentage de 22,46% de logements inoccupés sur l'ensemble du parc immobilier du centre-ville. En raison de la détérioration rapide des "Harat" (les bâtiments historiques qui caractérisaient le centre-ville), la population du centre-ville a diminué de manière significative. Selon les données de l'APC de Sétif en 2021, elle ne compte plus que 3 596 habitants, tandis qu'en 1995, elle était de 7 702 habitants selon le PDAU de 1995. Il convient de noter que la population totale de la ville de Sétif est actuellement de 457 709 habitants selon les données du DPSB en 2021.L'absence d'activités aux étages contribue à la monofonctionnalité des quartiers, ce qui entraîne une diminution de l'animation et de la sécurité. De plus, le manque de résidents au-dessus des commerces réduit le nombre de clients potentiels (Grimmeau, Wayens, 2016). La migration de la population urbaine vers la périphérie a entraîné une perte importante de clientèle pour les commerces du centre-ville.

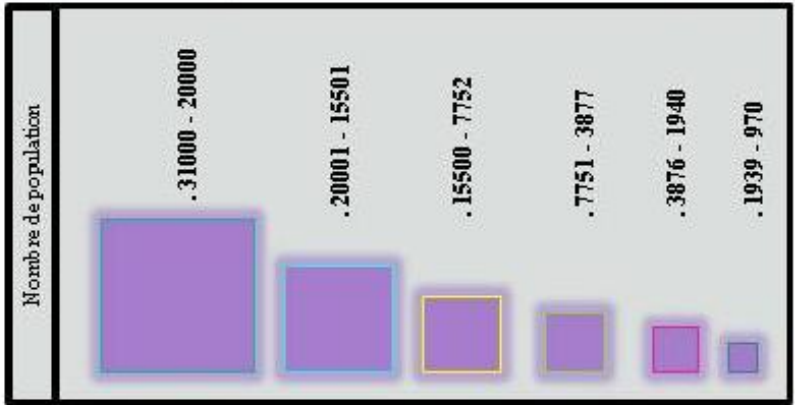
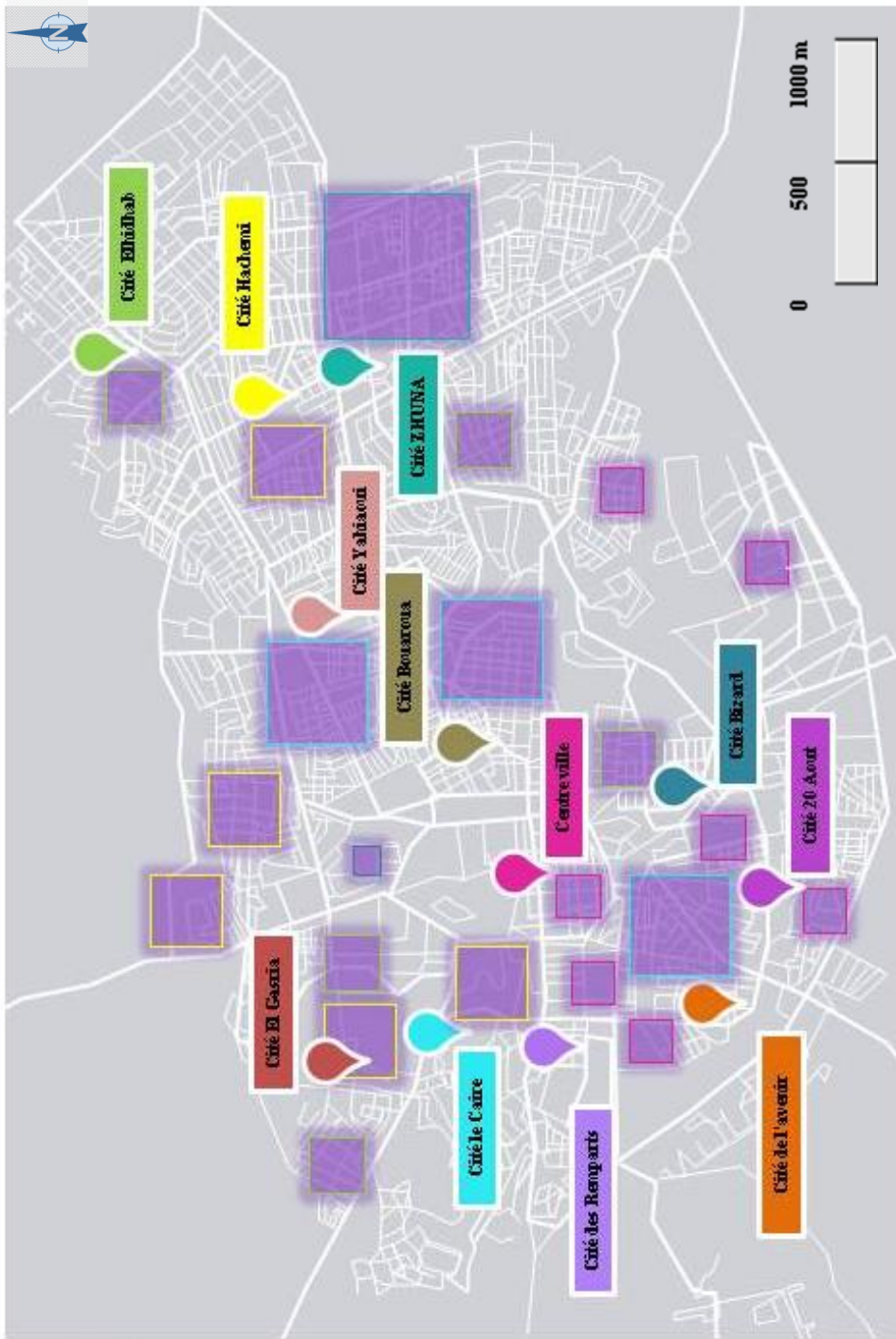
La répartition de la population dans le centre ville de Sétif



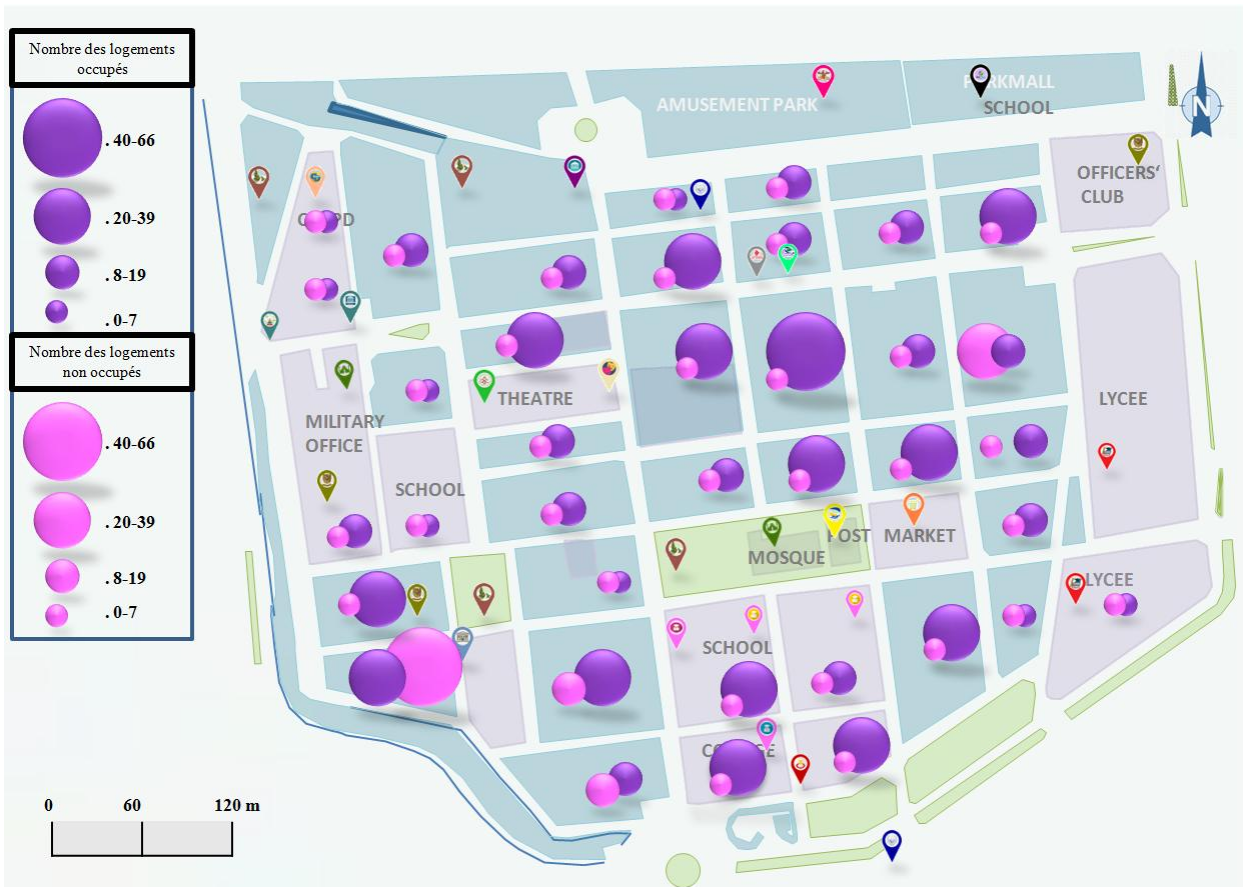
Plan IV.10. Répartition de la population dans le centre ville de Sétif

Source : Auteur 2021

La répartition de la population dans la ville de Sétif



Plan IV.1.1. La répartition de la population dans la ville de Sétif.
Source : Auteur ,2021



Plan IV.12. L'occupation du logement au centre ville de Sétif

Source : Auteur 2021

IV.6.2. Une remise en cause d'une centralité légitime:

Le développement urbain, marqué par l'expansion de la ville, est caractérisé par deux phénomènes majeurs : l'étalement urbain et la multi-polarisation. Toutes les villes connaissent un étalement, cependant celui-ci n'est pas uniforme. Une analyse plus approfondie révèle la formation de concentrations de population et d'activités autour de la ville d'origine. BOURDEAU-LEPAGE et al (2008)

Dans les zones périphériques, on retrouve des éléments de la centralité traditionnelle tels que le travail, les commerces, les loisirs, etc. Lorsque l'on parle du "droit à la ville", on fait référence au droit d'accéder à cette centralité représentée par les centres des villes, où se concentrent les pouvoirs politiques et économiques ainsi que les équipements urbains tels que les commerces, les écoles, la culture, les loisirs, les services médicaux et administratifs.

Nos observations menées pendant plus de quatre années au sein des zones périurbaines de la ville de Sétif confirment les travaux réalisés par certains chercheurs.

(Rougé, 2010 ; Lévy, 2012 ; Dodier, 2012), On peut constater de manière générale que le monopole de l'urbanité légitime représenté historiquement par la ville centrale est remis en question. Cela est clairement démontré par l'existence d'un ensemble de centralités concrètes au sein des zones périphériques sur le plan spatial. Ces centralités rappellent que les habitants des zones périurbaines mènent leur vie quotidienne en se référant à des points névralgiques de la vie sociale, économique et culturelle. Ainsi, sur le plan social, une centralité périurbaine s'est formée, devenant autonome et se distinguant de la centralité traditionnelle de la ville centrale..(Marchal, H. & Stébé, J.-M. (2013).

IV.6.3.La nouvelle centralité périurbaine:

Autrefois concentrés principalement dans les centres urbains, les espaces commerciaux connaissent actuellement une redistribution vers les zones périphériques, en réponse à la densification de ces régions et à l'aménagement de nouvelles voies de desserte transversales dans les localités et quartiers avoisinants. Cela entraîne une implantation plus dispersée des points de vente à différents niveaux de la ville. (Guilleux ,2015)

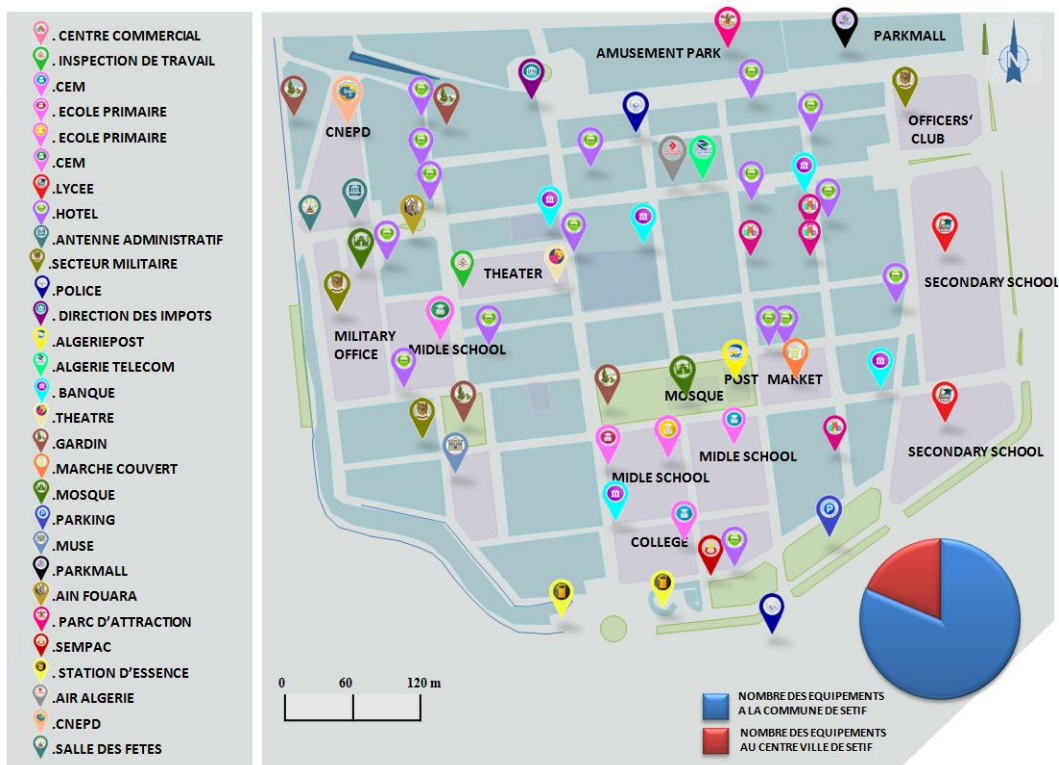
Ensemble des quartiers éloignés du centre d'une ville et situés de part et d'autre de ses limites. (Morand, Londres,1933, p. 136):

De nouvelles zones centrales commerciales ont émergé dans la ville, résultat de la décentralisation des activités de vente au détail. Les changements économiques, sociaux et "environnementaux" se font sentir non seulement en périphérie, mais dans l'ensemble de la commune de Sétif, où l'activité commerciale est en plein essor. On compte actuellement 99 368 entités juridiques et individuelles actives dans divers secteurs. (DPSB, 2021).

On peut définir la centralité périurbaine de manière plus précise en prenant en compte non seulement des critères de mesure et de valeur, comme cela est souvent suggéré (Monnet, 2000), mais également en se basant sur sept différentes formes de densité socio-spatiale.:



Figure IV.5. Centralité périurbaine désignée selon le type de la densité sociaux spéciale.
Source : Auteur 2022.



Plan IV.13. la densité sociaux spéciale au centre ville de Sétif.
Source : Auteur 2022.

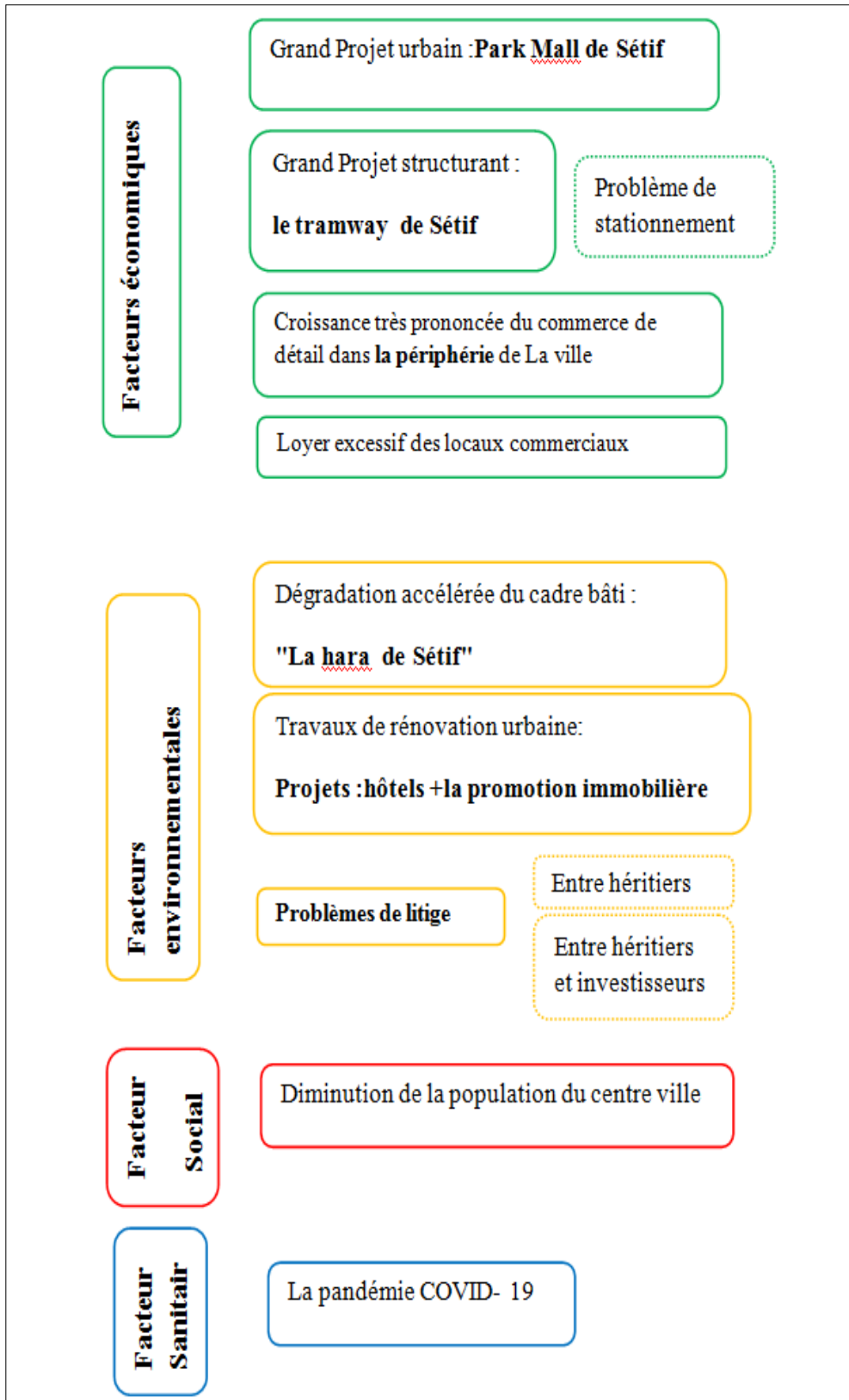


Figure IV.6. Récapitulatif des facteurs d'influence qui ont participé au déclin commercial au centre ville de Sétif

Source : Auteur 2021.

IV.7. Conclusion:

Dans ce chapitre, nous avons exploré les divers facteurs qui ont contribué au déclin commercial du centre-ville de Sétif. Tout d'abord, nous avons examiné les aspects économiques, en mettant en évidence le rôle du parc Mall de l'ex-"EL Ali" de Sétif. Ce projet d'envergure a considérablement transformé le paysage urbain du centre-ville en proposant une offre diversifiée et unique. Plutôt que d'être un concurrent direct, il agit en tant que complément au centre-ville. Son impact sur le commerce du centre-ville se manifeste notamment par une hausse des prix des loyers des espaces commerciaux, ce qui a incité les commerçants à moderniser leurs installations pour s'adapter aux nouvelles normes de qualité. Par la suite, nous avons mis en évidence l'impact du commerce électronique, qui connaît une croissance exponentielle à l'échelle mondiale et est considéré comme le principal facteur de la diminution du commerce physique. Depuis le début de la pandémie, les transactions en ligne ont connu une évolution remarquable. Cependant, en Algérie, le commerce électronique a pris du retard en raison de divers facteurs tels que les limitations technologiques, la logistique inadaptée et la législation inappropriée.

Enfin, nous avons abordé la baisse du pouvoir d'achat des Algériens, qui découle de la crise économique, puis nous nous sommes intéressés à l'attrait du pôle commercial EL EULMA. Ce dernier exerce une influence qui s'étend même aux pays voisins.

Après avoir analysé les facteurs économiques, nous avons examiné l'impact de la pandémie de Covid-19 sur le commerce du centre-ville, suite à plusieurs mois de confinement.

Nous avons également abordé les aspects environnementaux, en mettant en évidence les défis auxquels sont confrontés les espaces commerciaux traditionnels, tels que le Harat, un patrimoine en danger, dont la configuration ne s'adapte que peu aux exigences actuelles. Dans ce contexte, l'architecture commerciale joue un rôle essentiel en agissant sur l'esthétique et l'ambiance pour favoriser l'attrait et la fréquentation de ces espaces.

Nous avons également souligné que la détérioration de la qualité des espaces publics est à la fois une cause et une conséquence du déclin commercial. Ainsi, l'entretien, la sécurité et la propreté sont trois éléments impératifs qui peuvent profondément modifier l'image de la rue et son attractivité

D'autres aspects ont été examinés, notamment l'impact du tramway de Sétif sur les quartiers et

plus particulièrement sur les activités commerciales. De plus, de nouvelles centralités commerciales sont apparues dans la ville de Sétif suite à la décentralisation de la vente au détail.

Il en découle que la vacance commerciale résulte d'un processus de réduction sélective du tissu commercial, influencé par des facteurs économiques, environnementaux, sanitaires, de déplacement et de changement démographique.

Face à ce déclin commercial et à la concurrence déloyale, le centre-ville résiste et continue de jouer son rôle de lieu de vie, offrant à la fois des espaces d'échange, de convivialité, de culture et de loisirs. Pour remplir pleinement cette fonction, il doit combiner des aspects résidentiels, professionnels et l'accès aux services publics et privés. Les commerces continuent donc d'occuper une place importante dans cet équilibre.

**CHAPITRE V:
LA DEVITALISATION DU
CENTRE VILLE DE SETIF ENTRE
THEORIE MONDIALE ET
REALITE LOCALE .**

V.1.Introduction:

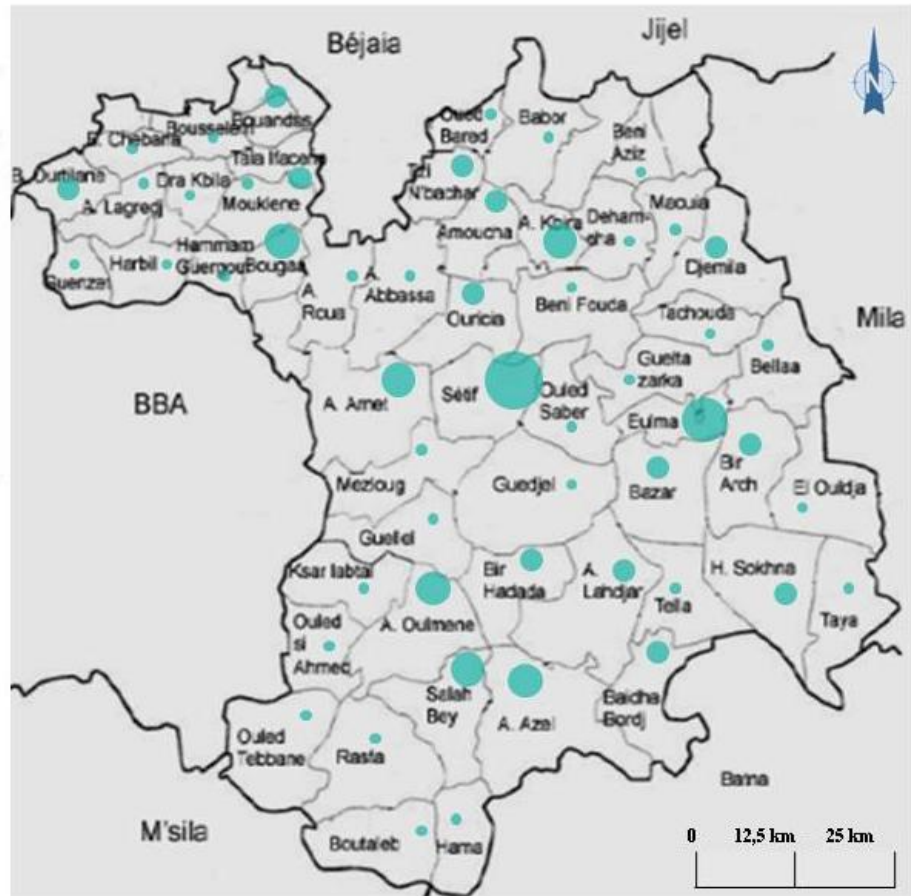
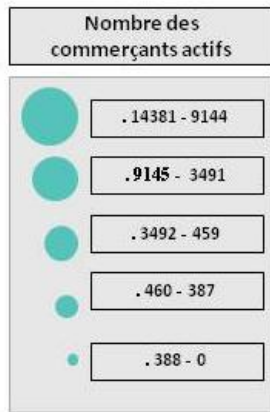
L'expansion de la fonction commerciale à Sétif est le résultat de deux facteurs essentiels. D'une part, l'héritage historique riche et puissant a entraîné une concentration commerciale au sein du centre-ville. D'autre part, la position géographique stratégique des commerces en périphérie les a placés aujourd'hui dans une position beaucoup plus centrale que le centre-ville, s'adaptant ainsi à l'évolution de l'urbanisation et à la mobilité croissante des consommateurs.

En effet, ces commerces en périphérie se présentent comme des formes particulièrement adaptées au mode de consommation et de vie de nombreux habitants des quartiers environnants. Leur localisation, leur accessibilité et les services qu'ils proposent répondent aux besoins des résidents.

La prolifération massive de l'activité commerciale en périphérie de la ville, au détriment du centre-ville, nous amène à examiner la fonction commerciale dans sa dimension économique, environnementale et sociale.

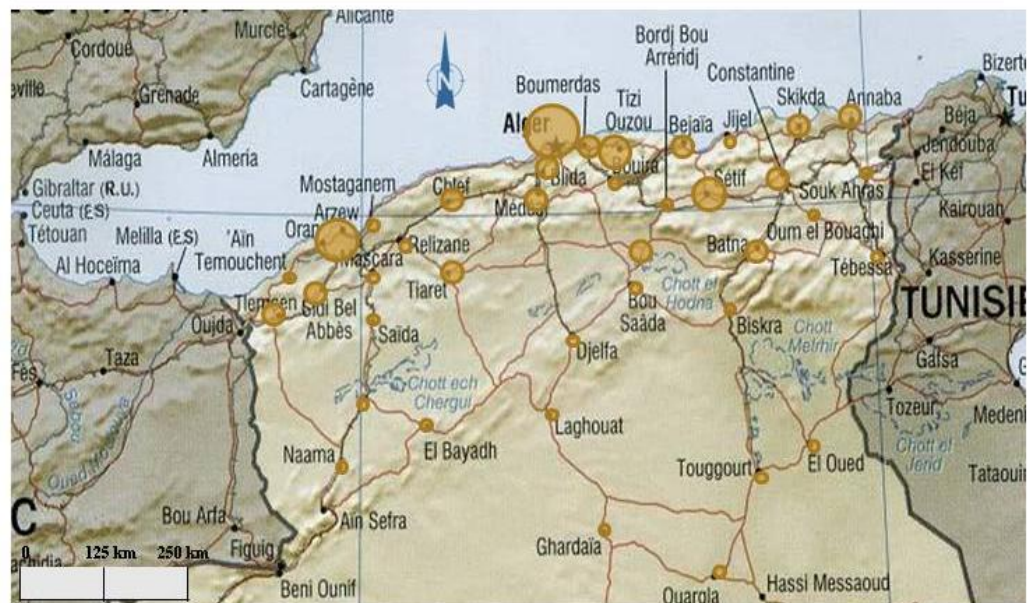
Pour Metton (1997): Le commerce fait référence à l'activité exercée par des individus ou des entreprises qui ont pour but de vendre des produits ou des services. Dans une perspective plus économique, le commerce, également appelé distribution, englobe les étapes intermédiaires entre la production des biens et leur consommation finale. De manière concrète, le commerce se réalise dans des établissements commerciaux, des lieux spécifiques dédiés au commerce. Sur le plan social, le commerce est associé à la notion d'échange, qui dépasse la simple vente de produits et implique des relations humaines et sociales. Par ailleurs, Metton souligne que la signification géographique du terme englobe des dimensions économiques, environnementales et sociales, ce qui, du point de vue des géographes, comprend une étape dans un circuit économique qui donne lieu à un paysage commercial et à des interactions sociales. Tout cela s'inscrit dans un contexte spatial qui tient compte de la localisation des commerces et des flux de clients ou de marchandises qui y sont associés. (Bonneville ,M, Bourdin,V,1998) avancement qu' : «

La ville est un véritable tissu complexe où se mêlent réalité spatiale, économique, sociale et politique. Elle est en constante évolution, se transformant, se densifiant, se fragmentant et se diversifiant. Le commerce, reflétant cette dynamique, possède également une remarquable capacité à s'adapter aux changements, aux nouvelles tendances de vie urbaine, voire même à les anticiper.».



Carte V.1. Distribution des commerçants actifs par wilaya
Source : Auteur ,2021 sur la base des données du CNRC

DISTRIBUTION DES COMMERÇANTS ACTIFS PAR WILAYA



Carte V.2. Distribution des commerçants actifs par commune dans la wilaya de Sétif
Source : Auteur ,2021 sur la base des données du CNRC.

Le principal objectif de ce chapitre est de caractériser la dynamique du commerce de détail pendant la période de la pandémie Covid-19 et post-pandémie, en vue d'évaluer de manière objective le phénomène de dévitalisation commerciale et son impact sur la centralité urbaine dans la ville de Sétif. Étant donné le manque de sources statistiques à jour, nous avons choisi de mener une enquête sur le terrain afin de collecter les données quantitatives nécessaires à notre analyse

V.2. Méthodologie d'approche :

Pour parvenir à cette fin, nous avons adopté une approche intégrée combinant à la fois l'approche géographique et l'approche géoéconomique, dans le but de déterminer la structure commerciale. Cette approche repose sur l'utilisation d'indices et de calculs statistiques pour définir les zones centrales et établir une hiérarchie des lieux. À cette étape, nous avons réalisé une analyse synthétique en nous appuyant sur une approche typologique. Nous avons choisi cet outil car il permet de différencier la situation de dévitalisation commerciale de la réalité de chaque local fermé.

V.2.1. L'approche géographique :

Cette approche se base sur une distinction entre le commerce alimentaire et le commerce non alimentaire, qui peuvent tous deux être spécialisés ou généralistes. Le commerce non alimentaire englobe les activités liées à l'équipement personnel, à l'aménagement intérieur, à la santé-beauté, aux loisirs-culture, aux transports et aux divers services tels que les cafés et les restaurants. L'artisanat commercial fait également partie du secteur non alimentaire.²⁹

V.2.2. L'approche Géo- économique :

La perspective géo-économique repose principalement sur la catégorisation en trois groupes distincts : les commerces traditionnels, l'artisanat et les services. Cette approche permet de mettre en lumière la relation entre l'espace et les différentes activités commerciales. Chaque catégorie de commerce regroupe ainsi un ensemble d'activités partageant des caractéristiques similaires.

Les commerces traditionnels englobent les activités commerciales axées sur la vente de biens matériels tels que les magasins de détail, les supermarchés et les boutiques. Ils se concentrent sur la commercialisation de produits finis.

²⁹ PONCET Patrick., Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés, ssdir. J. LEVY et M. LUSSAULT, Paris, Belin, 2005, p175.

L'artisanat regroupe les activités commerciales qui impliquent la transformation ou la fabrication artisanale de produits. Cela inclut des métiers tels que la menuiserie, la bijouterie, la poterie et la couture. Les artisans produisent des biens qui sont souvent caractérisés par une valeur artistique ou artisanale distincte.

Les services englobent les activités commerciales axées sur la prestation de services plutôt que sur la vente de biens matériels. Cela peut inclure des professions libérales comme les avocats, les médecins et les architectes, ainsi que des services tels que les salons de coiffure, les centres de remise en forme et les agences de voyage.

En utilisant cette approche géo-économique, on peut mieux comprendre la répartition spatiale des différentes catégories de commerces et leur contribution à l'économie locale.

V.2.2. 1. Les commerces purs :

Ce type de commerce englobe toutes les activités qui appartiennent aux secteurs alimentaires, de l'équipement domestique et autres, et qui sont directement destinées aux consommateurs. Cela inclut des commerces tels que les épiceries, les supermarchés, les magasins d'électroménager, les quincailleries, les magasins de vêtements, les librairies, les pharmacies, etc. Ces commerces proposent des produits et des services qui répondent aux besoins quotidiens des consommateurs, qu'il s'agisse de produits alimentaires, d'articles ménagers, de vêtements, de produits de soins personnels, ou d'autres biens et services.

V.3.2.2. L'artisanat :

L'artisanat commercial englobe l'activité d'achat et de revente de produits ou de services, soit tels qu'ils sont, soit avec une transformation mineure. Cela signifie que les artisans commerciaux acquièrent des produits ou des services auprès de fournisseurs ou de fabricants, puis les revendent directement aux consommateurs, sans effectuer de modifications majeures.

V.3.2.3. Les services: L'activité commerciale regroupe divers secteurs qui proposent des biens immatériels, qu'ils soient accompagnés ou non de produits tangibles. Parmi ces secteurs, on retrouve les cafés, les restaurants, les services notariaux, les services comptables, les auto-écoles, les bureaux d'études, les agences immobilières, les cybercafés, les services informatiques, les photographes, les taxiphones, les professionnels de la santé tels que les médecins, les dentistes et les pharmaciens. Ces activités commerciales se concentrent sur la fourniture de services et la prestation de conseils, jouant un rôle essentiel dans la vie quotidienne des individus et des entreprises...etc.

V.2.3. L'approche qualitative : Cette méthode de classification repose sur l'évaluation de la qualité de l'espace commercial en prenant en compte différents critères. Parmi ces critères, on retrouve le standing du local commercial, c'est-à-dire son niveau de qualité et de prestige. Le modernisme fait référence à la modernité et à la mise à jour des installations et des équipements du commerce. L'assortiment concerne la diversité et la qualité des produits proposés aux clients. Le rayonnement se réfère à l'influence et à l'attraction du commerce sur sa clientèle, ainsi que son impact sur l'image globale du centre-ville. La surface de vente est également prise en compte, car elle détermine la capacité d'accueil et le confort des clients. Enfin, l'aménagement intérieur et extérieur de l'espace commercial joue un rôle crucial dans l'expérience client, en mettant en valeur les produits et en créant une ambiance agréable. Cette classification basée sur la qualité de l'espace commercial permet de mieux comprendre et évaluer la situation des commerces dans le centre-ville, en identifiant les différents niveaux de qualité et d'attractivité.

V.2.4. l'approche typologique : Nous avons choisi d'utiliser cet outil car il nous permet de faire la distinction entre la dévitalisation commerciale dans son ensemble et la réalité spécifique de chaque local fermé. En utilisant cette méthode, nous pouvons obtenir une vision globale de la situation de la dévitalisation commerciale au centre-ville de Sétif, tout en examinant les caractéristiques individuelles de chaque local fermé. Cela nous aide à comprendre les différents aspects de la vacance commerciale et à formuler des solutions adaptées pour revitaliser le secteur.

V.2.5. La méthode Procos : Nous avons choisi d'utiliser la méthode de la Fédération Procos pour étudier le phénomène de dévitalisation commerciale de manière objective. Cette méthode repose sur le calcul du taux de vacance commerciale, qui correspond à la proportion de locaux commerciaux non exploités par rapport à l'ensemble des locaux commerciaux.

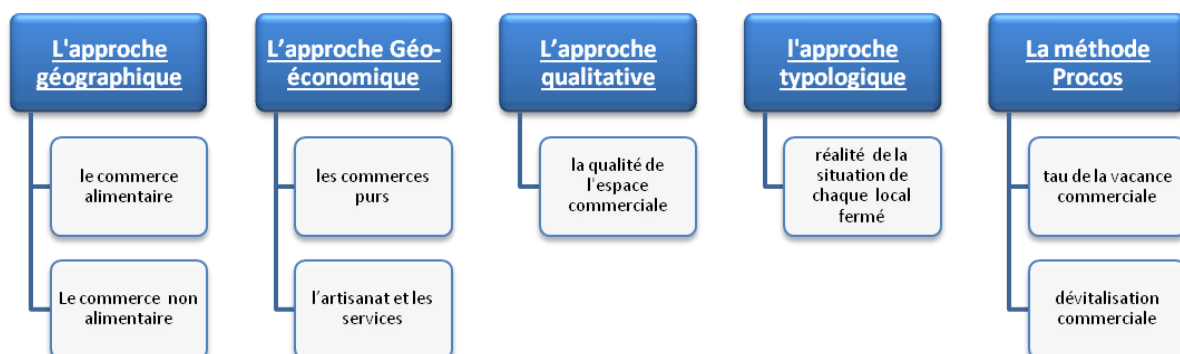


Figure V.1. Méthodologie d'approche de la structure commerciale au centre ville de Sétif

Source : Auteur ,2021

Ainsi, nous avons pu mesurer la vacance commerciale de manière précise et analyser son impact sur le centre-ville de Sétif.

V.3.La structure commerciale au centre-ville de Sétif lors de la pandémie COVID-19:

V.3.1.La situation de Covid-19 en Algerie:

La pandémie de Covid-19 est une crise sanitaire d'envergure mondiale qui a été déclenchée par l'émergence d'une maladie infectieuse appelée la maladie à coronavirus 2019, causée par le virus SARS-CoV-2. Cette pandémie a été officiellement déclarée par l'Organisation mondiale de la santé le 11 mars 2020. En Algérie, la propagation du virus a commencé le 25 février 2020, lorsque le premier cas positif au SARS-CoV-2 a été détecté chez un ressortissant italien.

Face à cette situation, la wilaya de Sétif a pris des mesures d'urgence afin de faire face à la pandémie. Ces mesures comprenaient la mise en place d'un confinement rigoureux et le renforcement des mesures de confinement à domicile dans toute la wilaya de Sétif. Ces actions étaient destinées à limiter la propagation du virus et à protéger la population contre les risques de contamination.

Au centre-ville de Sétif, les commerçants ont également pris conscience de la gravité de la situation et ont mis en place des mesures restrictives pour assurer la sécurité de leurs clients. Parmi ces mesures, il était obligatoire pour les clients de porter un masque de protection afin d'accéder aux espaces commerciaux. De plus, les commerçants ont limité le nombre de clients à deux ou trois personnes maximum à l'intérieur des magasins. Ces mesures visaient à réduire les risques de transmission du virus et à protéger à la fois les clients et le personnel des

commerces.

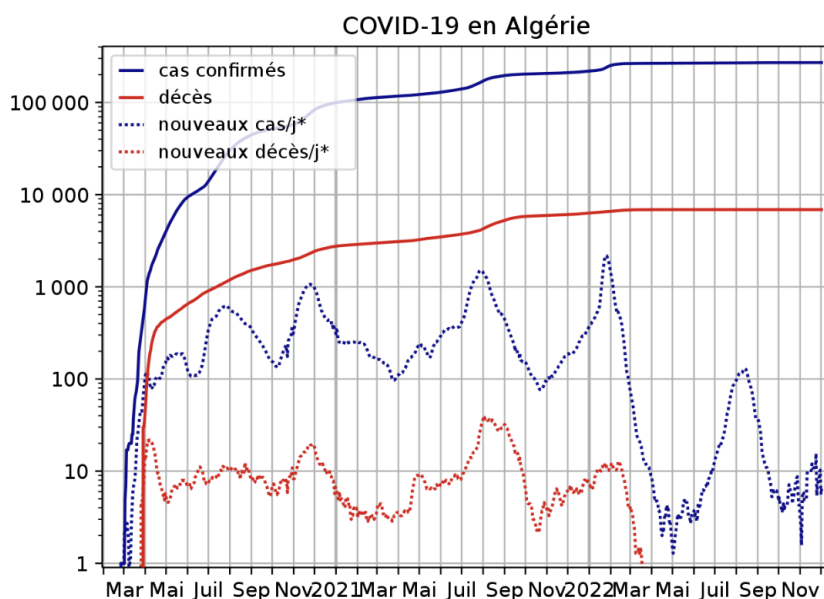
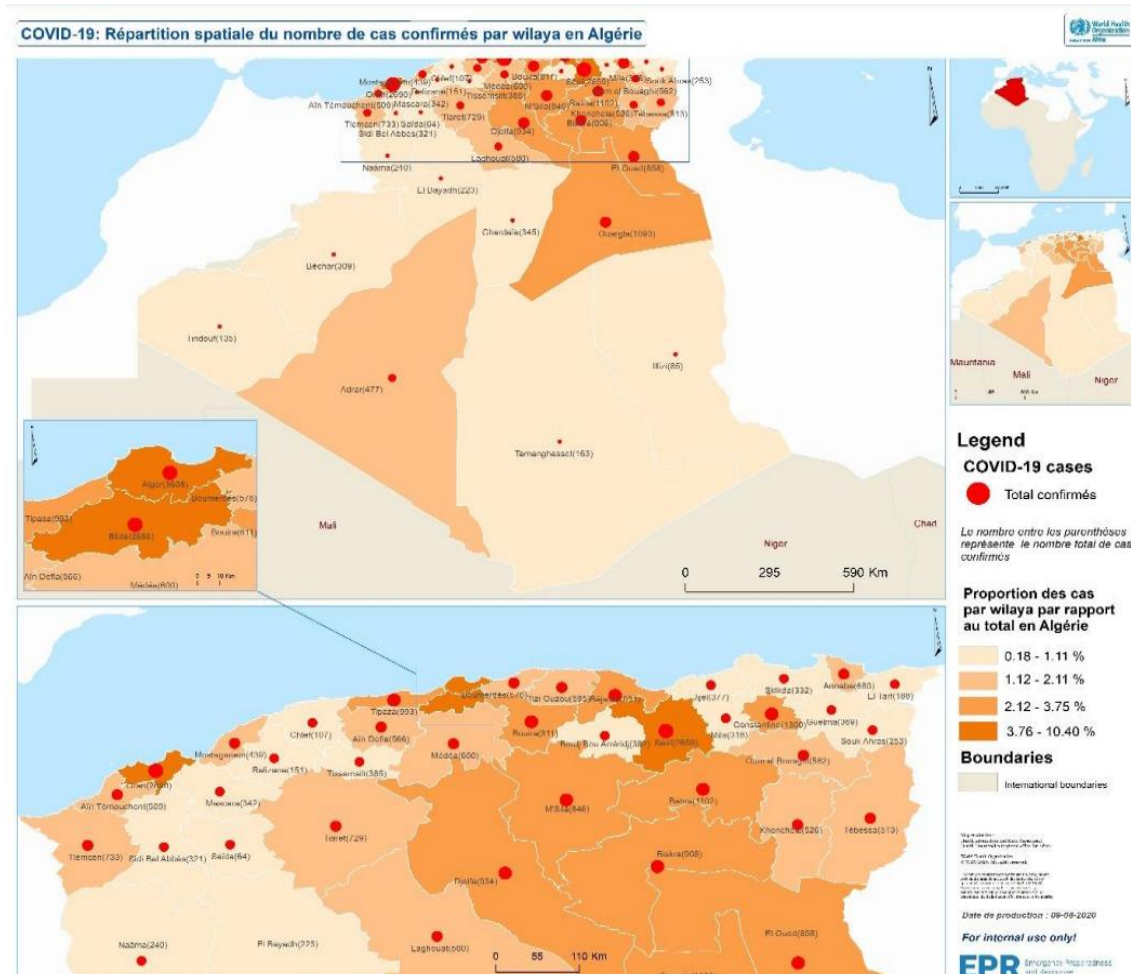


Figure V.2. Situation de COVID-19 en Algérie depuis :Mars 2020-Nov 2022

Source: OMS ,le 04/12/2022.



Carte V.3. Répartition spatiale du nombre de cas confirmés de Covid-19 par wilaya au mois ' Aout 2020.Source :OMS,2020

V.3.2. La structure commerciale lors de la pandémie COVID-19:

L'analyse des données recueillies jusqu'au 30 juin 2020 concernant la propagation de la COVID-19 a révélé que la wilaya de Sétif était classée troisième en termes de nombre de cas confirmés de coronavirus. Un total de 1242 cas avait été annoncé, avec Alger en première position avec 1629 cas et Blida en deuxième position avec 1465 cas. En ce qui concerne la zone d'étude, c'est-à-dire le centre-ville, on comptait en moyenne 7 cas, ce qui correspondait à 13% des cas recensés dans la ville. Ces chiffres témoignent de l'impact significatif de la COVID-19 sur la population de Sétif, en particulier dans la zone du centre-ville. Nonobstant ,il était strictement interdits de circuler pendant les heures de confinement , nous avons pus

observé en directe en heures de confinement la fermeture totale du commerce et par conséquent le respect de mesures de confinement par les commerçants de centre ville.

Le premier résultat de l'observation directe des commerces ouvert/fermé pendant la pandémie lors des heures de confinement sont 00 alors que en dehors des heures de confinement sont :113 commerces ouverts.

la superposition du commerce ouvert lors de la pandémie, sur plan d'urbanisme permet de dégager les rues en forte **concentration commerciale** ;l' Avenue des frères Habbache viens en premier lieu avec 32 commerces ouverts, Rue Ammirouche avec 21, Rue Djebel Boutaleb 13, alors que les deux axes principaux;

Avenu 8 mai 1945 avec 10 commerces ouverts, Avenue Ben Boulaid 05 commerces ouverts uniquement.

L'analyse de **La spécialisation du commerce** par rue pendant la pandémie au centre ville de Sétif obtenue par l'utilisation de l'analyse factorielle fait apparaître que :

Rue Ammirouche ; Spécialisée en Bijouterie, Accessoires et artisanat ,Avenu 8 mai 1945; Spécialisée à la Vente téléphones portables.

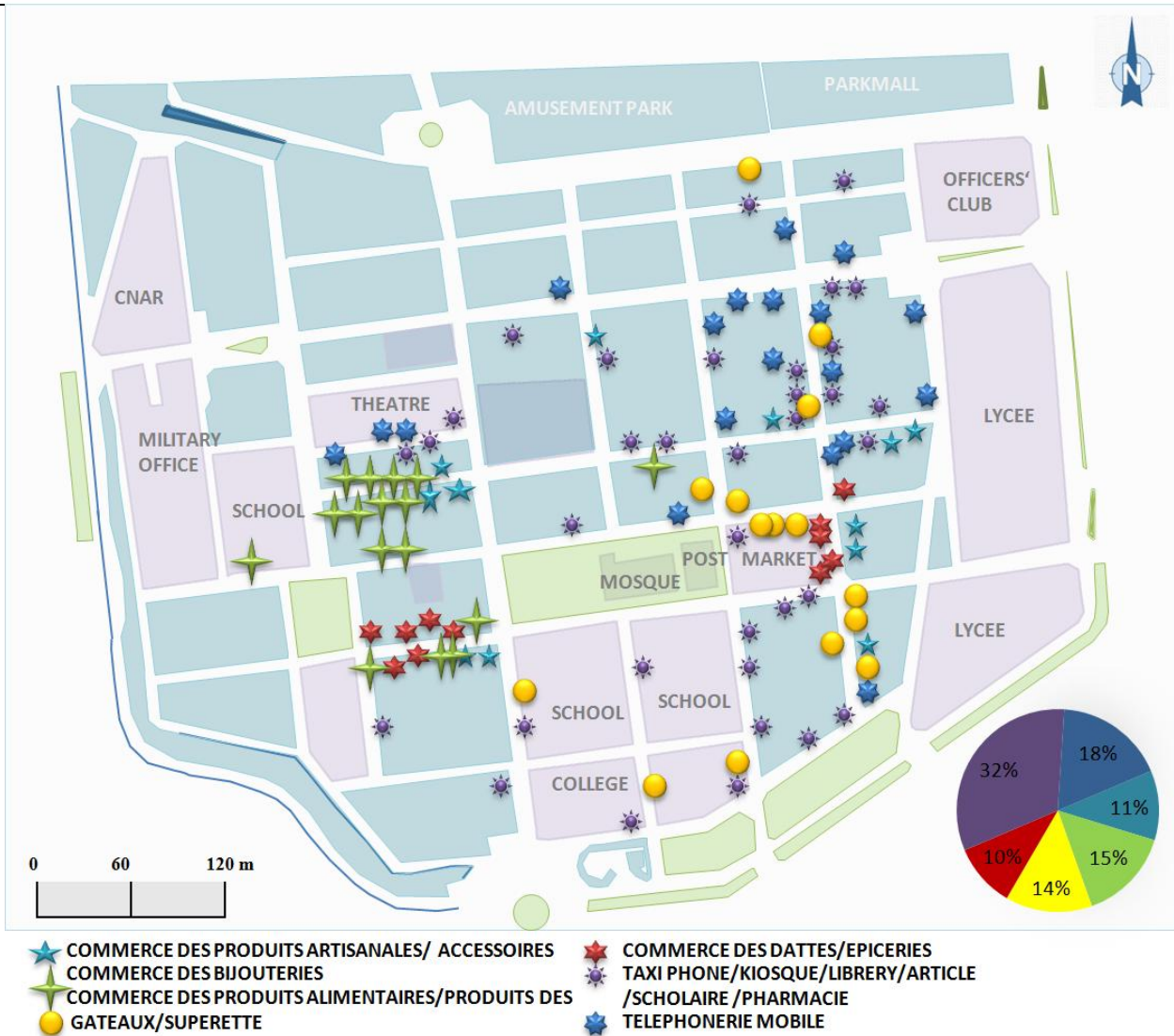
La diversité du commerce dans :l' Avenue des frères Habbache; Vente téléphones portables 16%, Commerce des dattes /Epiciers 16% , Alimentation générale 13%.

Le calcul de l' **indice d'attractivité commercial** que possède une localité urbaine ; dans notre cas la rue fait ressortir deux grands axes les plus attractifs sont:

l' Avenu 8 mai 1945 avec un indice de 10 ,après : Rue Ammirouche avec 9.5, Avenue Ben Boulaid 04,tandis que l' Avenue des frères Habbache est de 1,1.

Alors que le centre ville de Sétif était fréquenté avant la pandémie essentiellement pour le travail et les achats et partiellement pour le loisir et les rencontres ,lors de la pandémie et avec la suspension de la majorité du travail ;le taux de fréquentation certes il se diminue ,tandis que l'activité achat reste principale et remplace ainsi l'activité travail ,loisir au moment ou le respect des mesure de prévention contre le COVID-19 reste relatif à l'âge ,au sexe.

En effet, l'on retient ,la corrélation entre l'activité commerciale et la centralité au centre ville de Sétif ;Une centralité principale "initiale" qui regroupe les axes principaux demeurent l'espace d'attractivité le plus marqué. Cette centralité répond à une logique de stratification historique, et Une centralité secondaire , qui est l' Avenue des frères Habbache ,déjà existante mais elle se trouve renforcée d'avantage elle s'est affirmé face au autres rue du centre-ville par la concentration et la diversité du commerce ouvert pendant la pandémie.



Plan V.4. Répartition du commerce ouvert en dehors des heures de confinement lors de la pandémie Covid-19 selon le produit commercialisé au centre ville de Sétif
 Source : Auteur 2021



Photo V.1. Protocole sanitaire obligatoire à Sétif pendant la pandémie Covid-19
 Source : Auteur Juillet, 2020

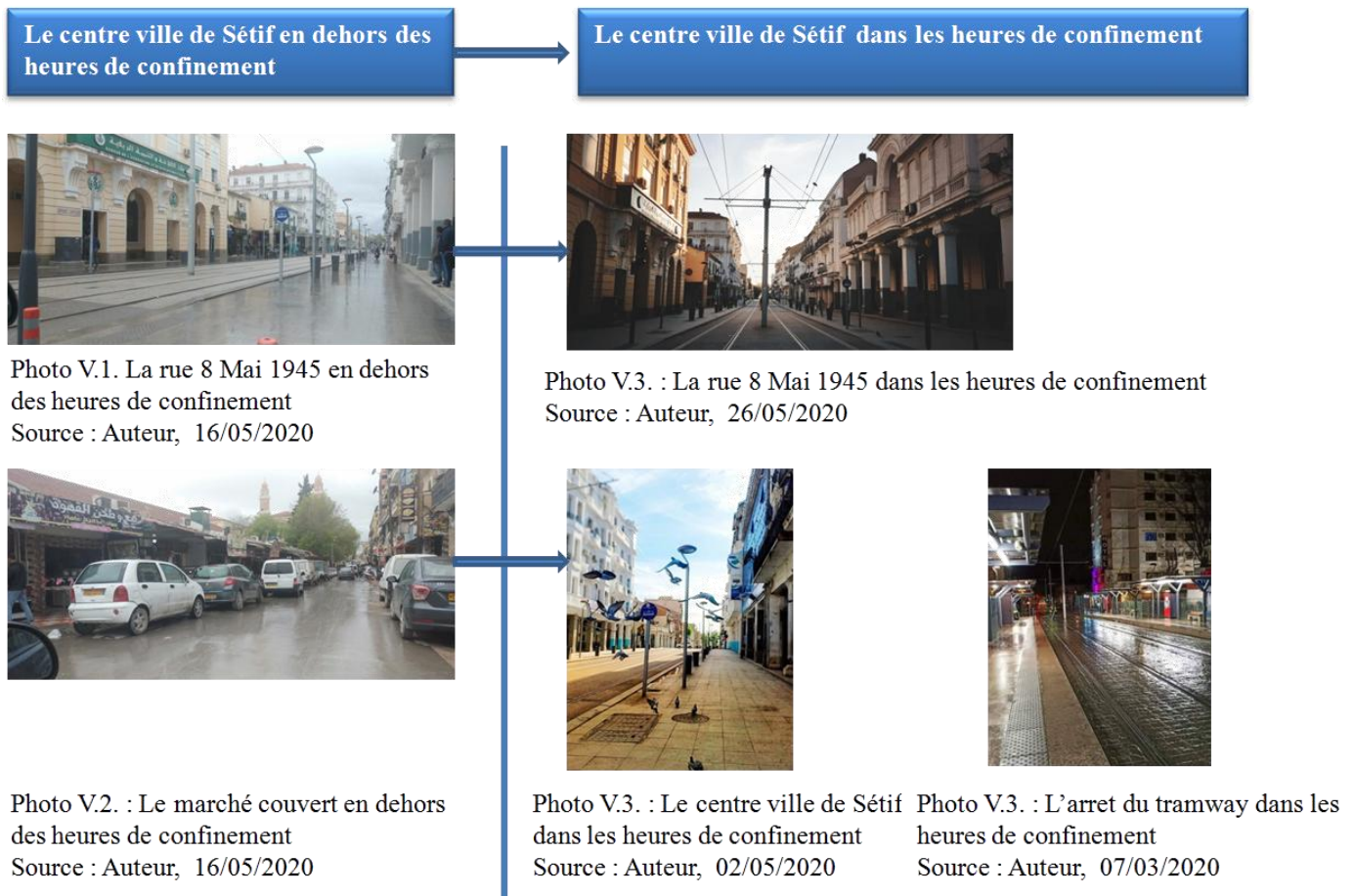


Figure V.3. Le centre ville de Sétif lors de la pandémie: en dehors et pendant les heures de confinement .**Source : Auteur ,2020**

V.3.3. Le Commerce est le secteur le moins impactés par la pandémie Covid-19:

Au départ, le COVID-19 a provoqué une crise sanitaire majeure qui s'est rapidement transformée en une crise économique et sociale sans précédent. Les mesures de restriction mises en place par le gouvernement algérien pour faire face à la crise sanitaire ont entraîné de nombreuses difficultés pour le commerce de centre-ville. Parmi ces difficultés, on peut citer la perturbation des horaires de travail, le ralentissement des activités, les problèmes d'approvisionnement et les conflits sociaux.

Après plusieurs mois de confinement, avec la réouverture du commerce, on a constaté un retour massif de l'activité par rapport à d'autres secteurs économiques. Selon une étude, mis à part les premiers mois de confinement strict, le secteur de l'industrie a mieux résisté, avec 52% des entreprises ayant annulé, gelé ou reporté leurs recrutements. En revanche, les entreprises du secteur du commerce, de la distribution et de l'informatique maintiennent leurs recrutements respectivement à seulement 39% et 33%. De plus, plus de 38% des entreprises

prévoient d'augmenter leurs effectifs pour l'année 2021. Cette tendance indique une reprise progressive mais encourageante de l'activité commerciale après la période de confinement.

V.4.la répartition catégorielle des commerces ouverts et leurs emplacements par rue.

Dans un premier temps, nous avons entrepris d'identifier les différentes activités commerciales présentes dans le centre historique afin de comprendre leur organisation spatiale. Cette collecte d'informations sur les activités avait pour objectif de quantifier l'appareil commercial et de mettre en évidence les rues où la concentration commerciale est la plus importante, car elles représentent des lieux à fort potentiel de centralité. Les données recueillies à partir du Code et de sa nomenclature ont été complétées par les informations disponibles sur le Portail du CNRC (Centre National du Registre du Commerce). Cette combinaison de sources nous a permis d'obtenir une vue d'ensemble plus complète de l'appareil commercial dans le centre historique.³⁰

Nous avons pu le confirmer par le comptage sur place de tout les commerces ouverts, la spécialisation de quelques rues à la vente de produit l'exemple des Bijouteries ,La vente de tissus à la Rue Amirouche , Les Restaurants à la rue El fida.

Rue Ammirouche ; Spécialisée en Bijouterie, Accessoires et artisanat conformément a son appellation entre population Sétifienne ; KARTI SAYGUIYA

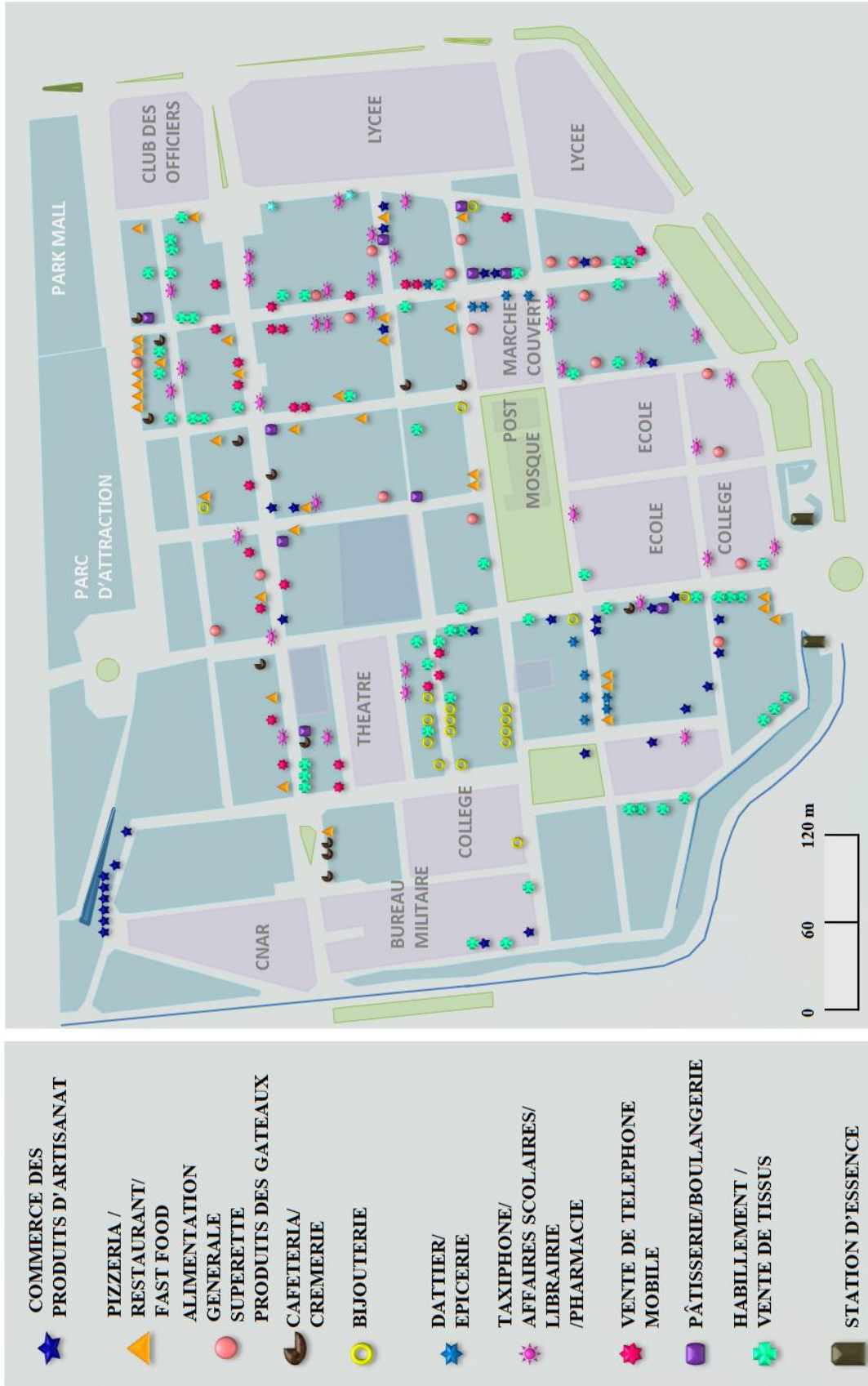
Avenu 8 mai 1945; se trouve spécialisée par la Vente de téléphones portables.

Toutefois, l'Avenue des frères Habbache connu une diversité du commerce ; Vente téléphones portables, Commerce des dattes /Epiciers, Alimentation générale .

30 C.N.R.C: Centre national du registre de commerce: est une institution administrative autonome placée sous l'égide du Ministre du Commerce depuis le mois de Mars 1997.

Source :<https://www.commerce.gov.dz>

Plan de la répartition catégorielle des commerces ouverts et leurs emplacements par rue au centre-ville de Sétif



Plan V.5. Répartition catégorielle des commerces ouverts et leurs emplacements par rue au centre-ville de Sétif. Source : Auteur 2021

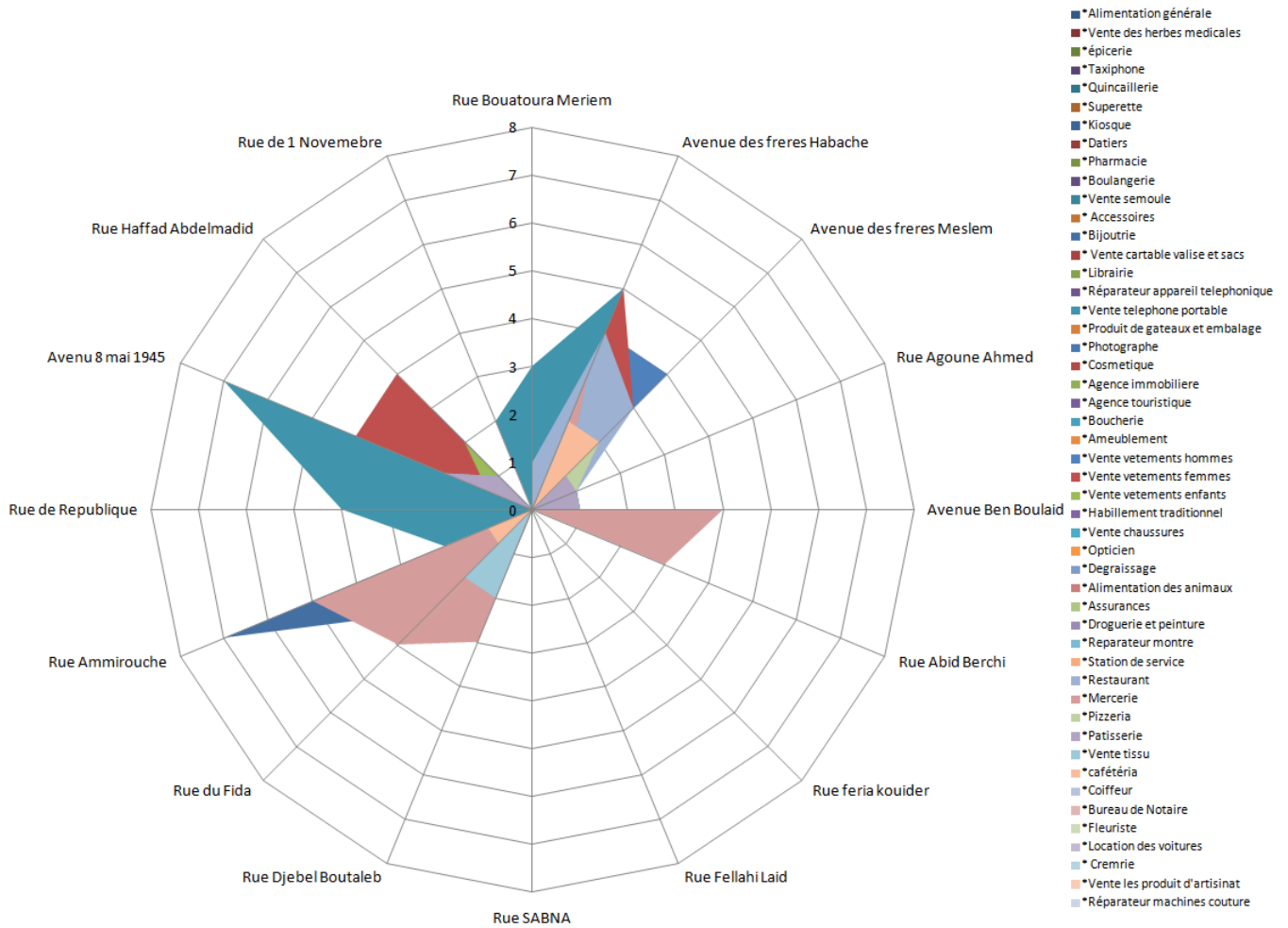


Figure V.4. classification des espaces commerciaux par rue d'implantation et le type du produit commercialisé au centre ville de Sétif
Source : Auteur ,2021

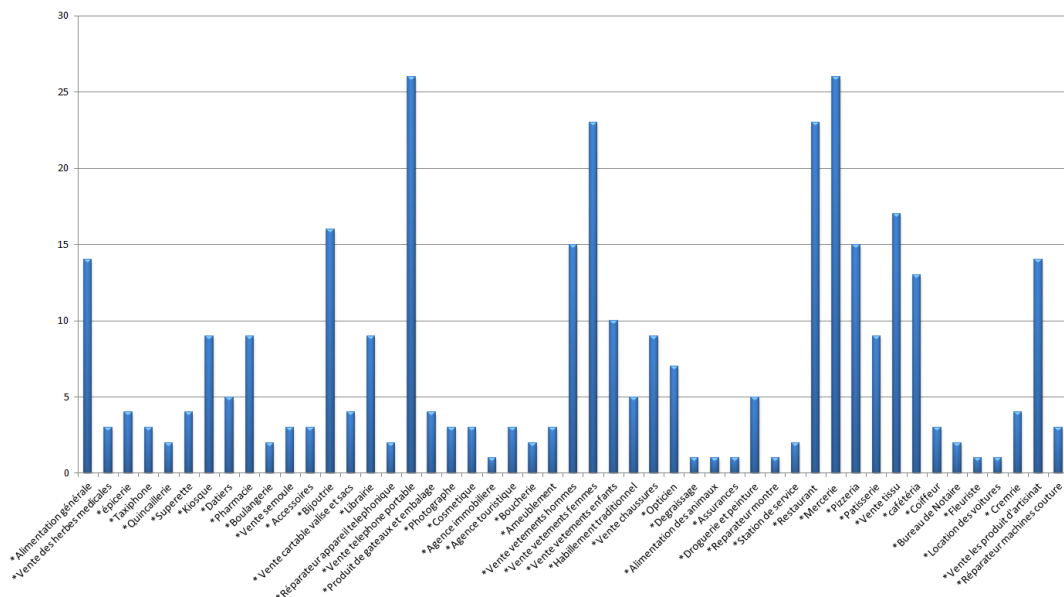
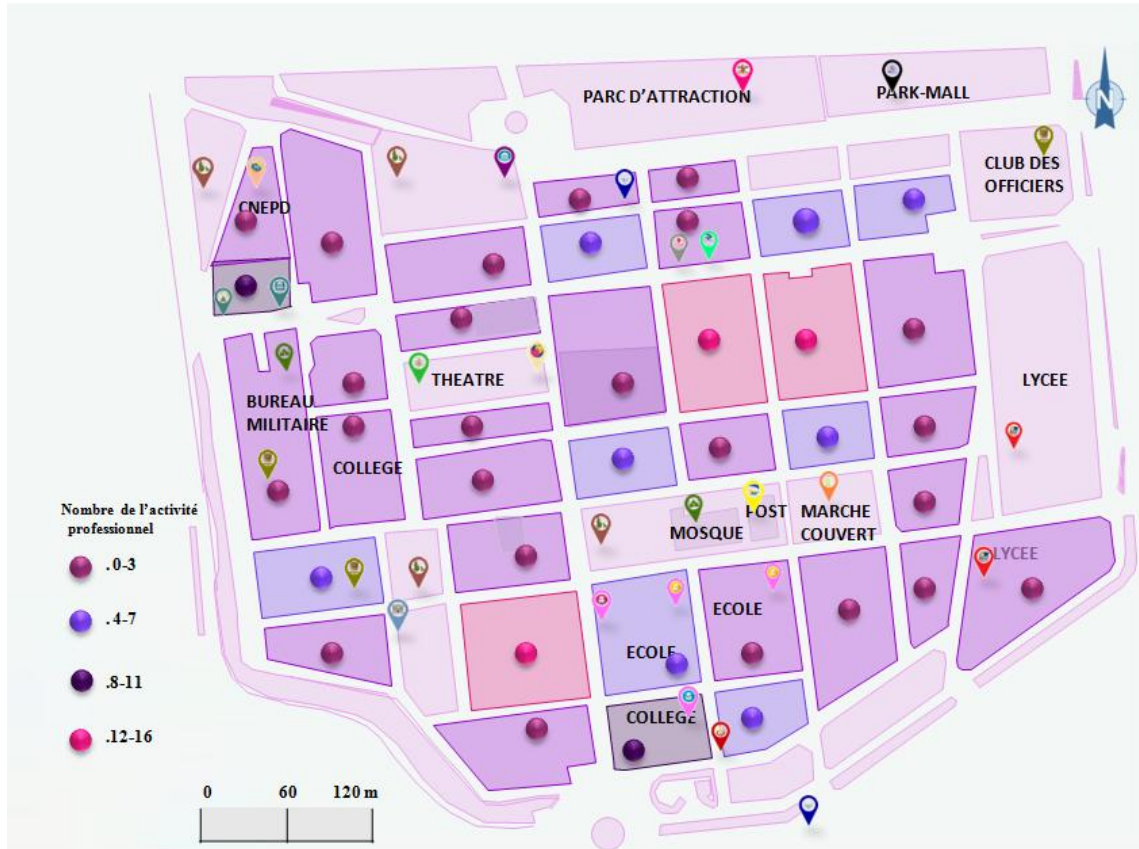


Figure V.5.concentration du commerce selon le type du produit commercialisé au centre ville de Sétif
Source : Auteur ,2021



Plan V.6.Répartition de l'activité professionnelle (services) au centre ville de Sétif
Source : Auteur ,2021

V.5.La structure commerciale au centre- ville de Sétif.

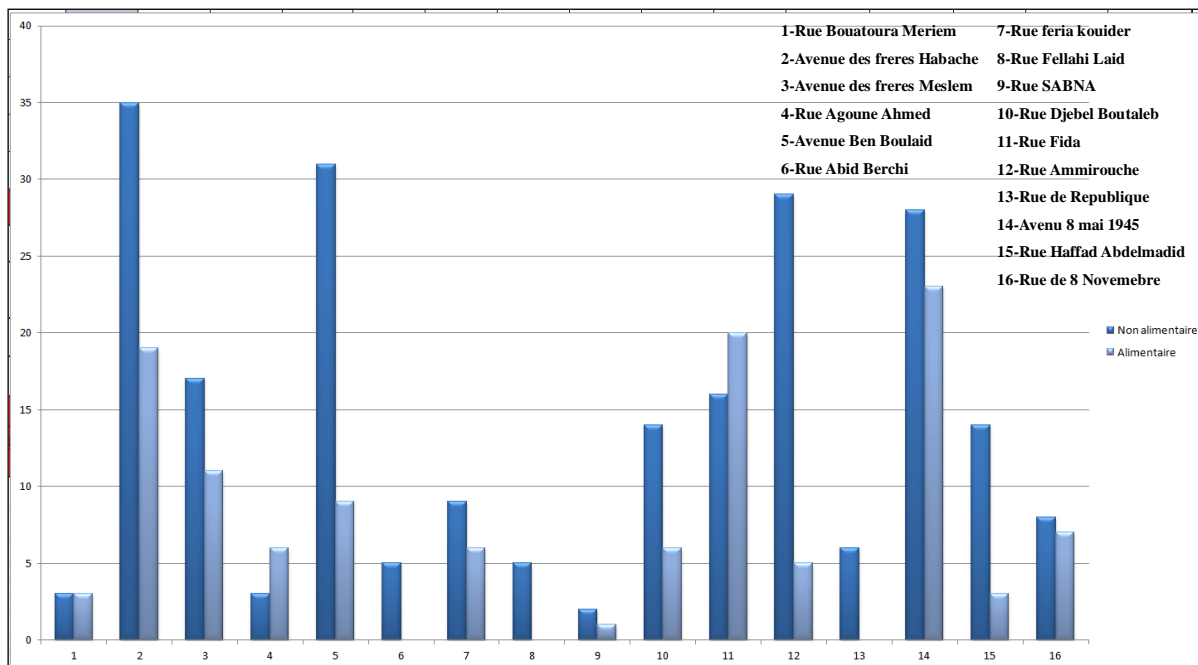


Figure V.6.Répartition du commerce alimentaire et non alimentaire par rue au centre ville de Sétif
Source : Auteur ,2021

V.5.1. La typologie de l'appareil commerciale selon les produits (ou les services) commercialisés:

Le secteur du commerce est caractérisé par sa grande diversité et ses différentes configurations. Il existe des différences significatives entre les commerces alimentaires et non alimentaires, qui sont à leur tour subdivisés en plusieurs sous-secteurs. La nomenclature du commerce se compose de 48 types de commerces regroupés en 12 branches principales : alimentation, confection et habillement, équipement de la personne, équipements domestiques, décoration, culture-loisir, combustible et matériel de transport, cafés-restauration, services individuels, soins personnels, services d'entretien et de réparation, et professions libérales.

V.5.2. La typologie de l'appareil commerciale selon les caractéristiques qualitatives des espaces commerciaux :

Elle reflète le niveau de prestige du magasin en mettant en évidence la qualité de son aménagement, tant au niveau de la devanture que des travaux d'aménagement du trottoir. Elle prend en compte des éléments tels que le revêtement extérieur, l'éclairage extérieur, le revêtement des murs, du sol et du plafond à l'intérieur, l'éclairage intérieur, les équipements, le design et la qualité de la décoration intérieure, ainsi que la qualité des produits proposés à la vente.

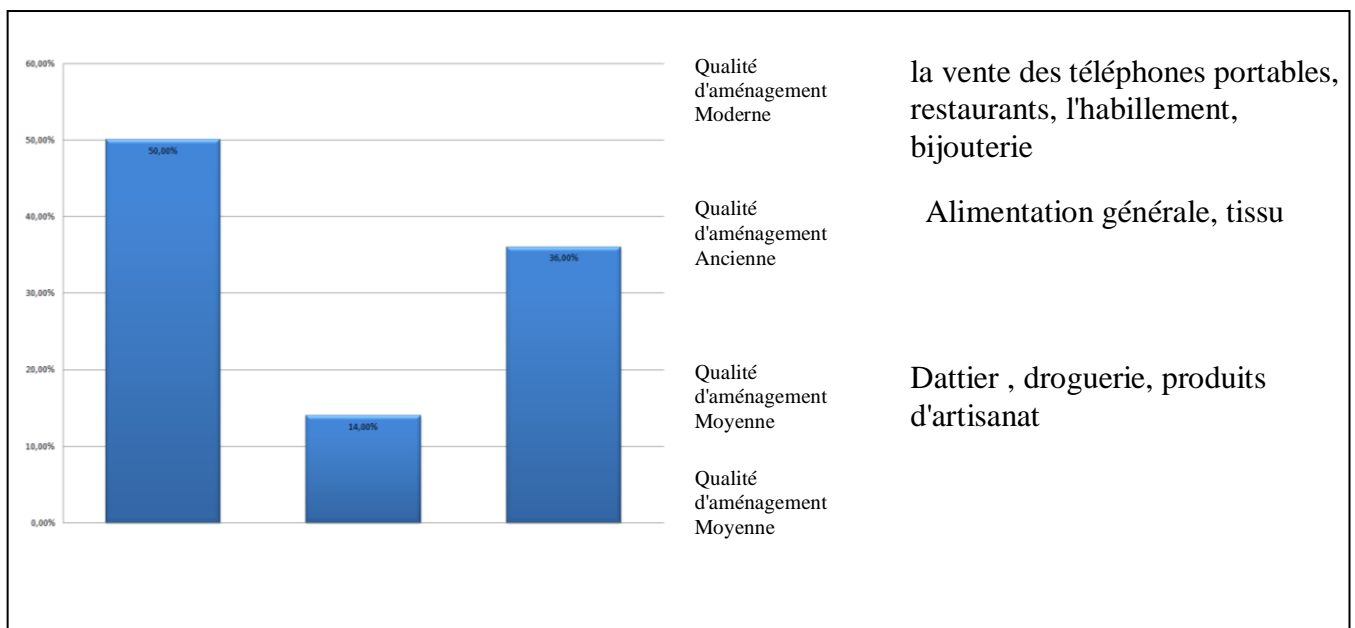


Figure V.7. classification par qualité d'aménagement des espaces commerciaux et le type du produit commercialisé au centre ville de Sétif
Source : Auteur ,2021

V.5.2.1. Un standing (niveau) luxueux (Moderne):

Ce sont des établissements qui se distinguent par leur devanture bien entretenue, entièrement en verre de haute performance et souvent dotée d'un revêtement extérieur en Alucobonde. Ils sont également équipés d'une enseigne lumineuse ou brillante et d'une vitrine attrayante. À l'intérieur, les murs, le sol et le plafond sont revêtus de matériaux luxueux tels que la céramique, le compacto ou le parquet. L'éclairage est soigneusement conçu avec des spots lumineux et des lignes lumineuses encastrables, et les équipements tels que les étagères, les bureaux et les réfrigérateurs sont bien entretenus. L'accent est également mis sur le design et la qualité de la décoration intérieure. De plus, des travaux d'aménagement peuvent avoir été réalisés sur le trottoir adjacent. Ces établissements proposent principalement des produits de marque importés de l'étranger, vendus à des prix élevés.

V.5.2.2. Un niveau satisfaisant (Moyen) :

Ces établissements sont modernes et disposent de façades bien équipées, de vitrines attractives et d'un cadre d'exposition bien entretenu. Cependant, contrairement aux établissements de luxe, leur intérieur n'est pas composé de matériaux haut de gamme. De plus, ils proposent généralement des produits ou des services de qualité moyenne

V.5.2.3. Un standing simple (Ancien):

Ces magasins, bien qu'ils ne soient pas vétustes, présentent des signes d'ancienneté et de manque de modernité tant sur leurs façades que dans leurs espaces intérieurs. Leur devanture est de qualité très moyenne, avec de petites vitrines mal éclairées et des enseignes souvent non éclairées, se réduisant souvent à une simple plaque publicitaire fixée aux murs.

La plupart des commerces ouverts font de leur mieux pour faire face à la vacance en améliorant l'aménagement de leurs locaux et en se regroupant par type d'activité.

V.6. L'indice de rareté:

En ce qui concerne l'indice de raréfaction du commerce en fonction des produits vendus, nous avons observé un résultat très faible pour les activités telles que la bijouterie, la vente de téléphones portables, la vente de produits d'artisanat, la vente de tissus, et la mercerie. En revanche, les indices les plus élevés ont été enregistrés pour les activités telles que la quincaillerie, la boulangerie, la boucherie et la réparation d'appareils téléphoniques.

Le diagramme ci-dessous met en évidence les différents niveaux.

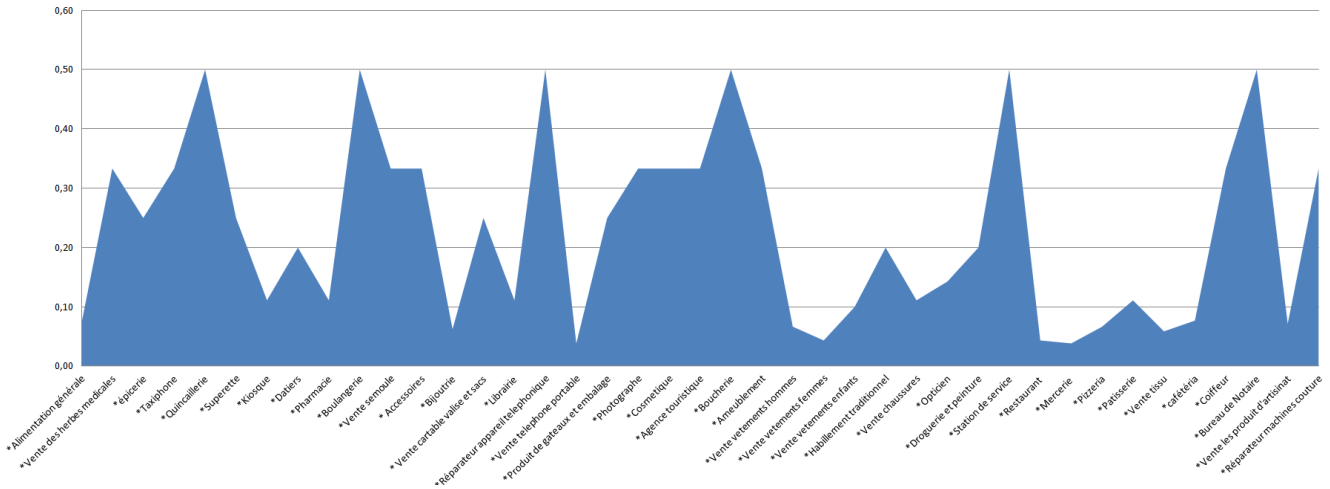


Figure V.8. Répartition de l'activité commerciale selon l'indice de rareté au centre ville de Sétif
Source : Auteur ,2021

Plan de la répartition des locaux commerciaux selon leurs Qualité d'aménagement Intérieur au centre-ville de Sétif



Plan V.7. Répartition de l'appareil commerciale selon les caractéristiques qualitatives des espaces commerciaux au centre ville de Sétif
Source : Auteur ,2021

V.7. La répartition du commerce fermé au centre ville de Sétif :

Afin de caractériser la situation de la vacance commerciale au centre-ville de Sétif, il est essentiel de distinguer deux types de vacance : la vacance conjoncturelle et la vacance structurelle.

La vacance conjoncturelle se réfère à des locaux commerciaux inoccupés pendant une période relativement courte, généralement inférieure à trois ans. Cette forme de vacance est considérée comme normale dans la vie économique, car elle permet le renouvellement des locaux, le changement de propriétaire ou des travaux de rénovation avant leur réouverture.

En revanche, la vacance structurelle concerne des locaux inoccupés sur une longue durée. Ces locaux sont présents sur le marché mais rencontrent des difficultés pour trouver des occupants en raison d'inadaptations telles que des problèmes immobiliers, une évaluation excessive des loyers, des obstacles liés aux propriétaires ou encore des spéculations. À long terme, c'est cette forme de vacance qui pose des problèmes majeurs dans les centres-villes des villes de taille moyenne et intermédiaire, comme c'est le cas à Sétif.

La méthode PROCOS, largement utilisée, prend en compte une échelle de gravité de la vacance. Selon cette échelle, le taux de vacance peut être catégorisé comme suit :

- Vacance légère : jusqu'à 10%
- Vacance modérée : de 10% à 15%
- Vacance critique : de 15% à 25%
- Vacance très critique : plus de 25%

Il convient d'appliquer cette échelle pour évaluer la gravité de la vacance commerciale au centre-ville de Sétif et déterminer les mesures appropriées pour remédier à cette situation.

-Moins de 5% : la vacance est circonstancielle

-De 5% à 7,5% : la vacance est ralentie

-De 7,5% à 10% : la vacance est élevée .

-Plus de 10% : la vacance est très élevée .

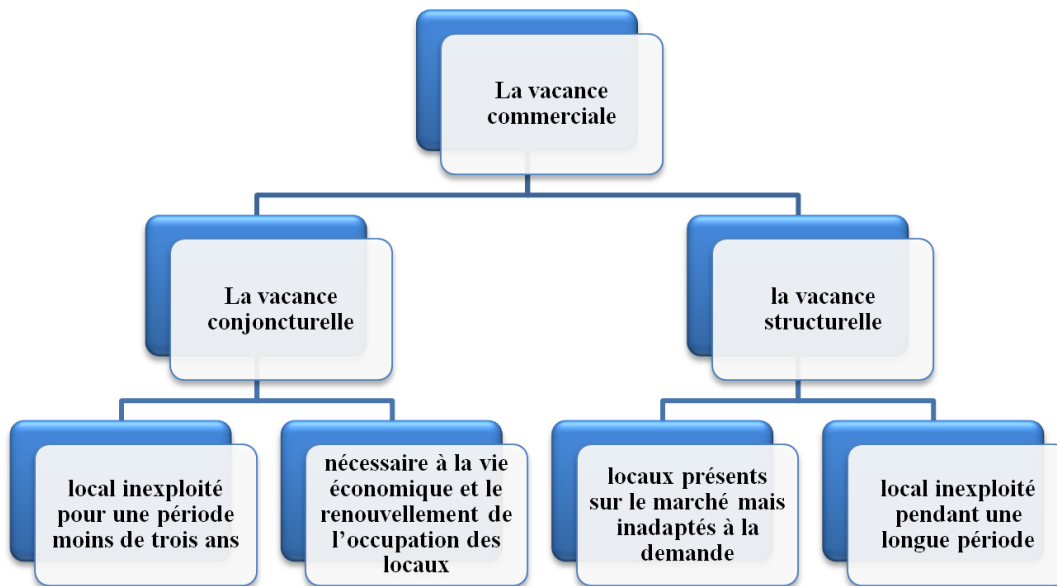


Figure V.9. Vacance commerciale entre conjoncturelle et structurelle
Source : Auteur ,2021

V.7.1. le taux de la vacance commerciale au niveau du centre-ville de Sétif

La situation du commerce de centre-ville à Sétif se détériore rapidement, ce qui se traduit de manière objective par une augmentation du taux de locaux commerciaux vacants. Pour évaluer ce taux de vacance commerciale, nous avons choisi d'utiliser la méthode de l'organisme Procos, qui permet d'effectuer un diagnostic complet de l'offre commerciale.

Ce diagnostic consiste à recueillir des informations détaillées sur les locaux vacants, notamment leur taux, leur emplacement, et leur situation apparente (travaux, à louer, à vendre, en construction, etc.). En analysant ces données et en les représentant de manière cartographique, nous pouvons mettre en évidence la réalité de la vacance commerciale au centre-ville de Sétif.

Le repérage sur le terrain de l'offre commerciale a révélé qu'environ 35% des locaux commerciaux au centre-ville de Sétif sont vacants. Cela représente 189 commerces vacants sur un total de 348 commerces ouverts. Cette proportion élevée de locaux inoccupés témoigne de la situation préoccupante de la dévitalisation commerciale dans la région.

Ces résultats soulignent la nécessité d'entreprendre des mesures de revitalisation et de redynamisation du centre-ville de Sétif afin de réduire le taux de vacance commerciale et de favoriser le développement d'une activité économique florissante.

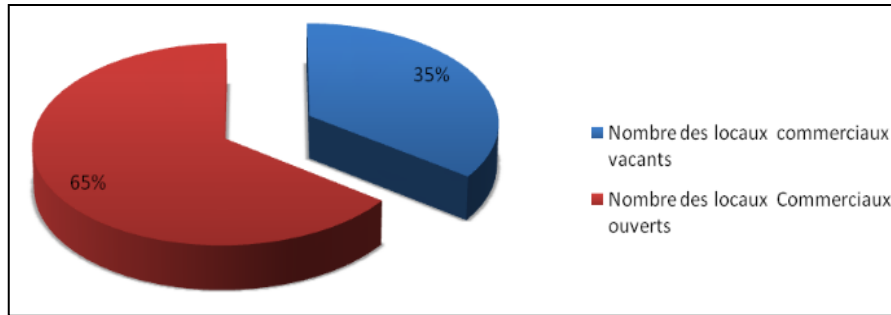


Figure V.10. Taux de la vacance commerciale au centre ville de Sétif
Source : Auteur ,2021

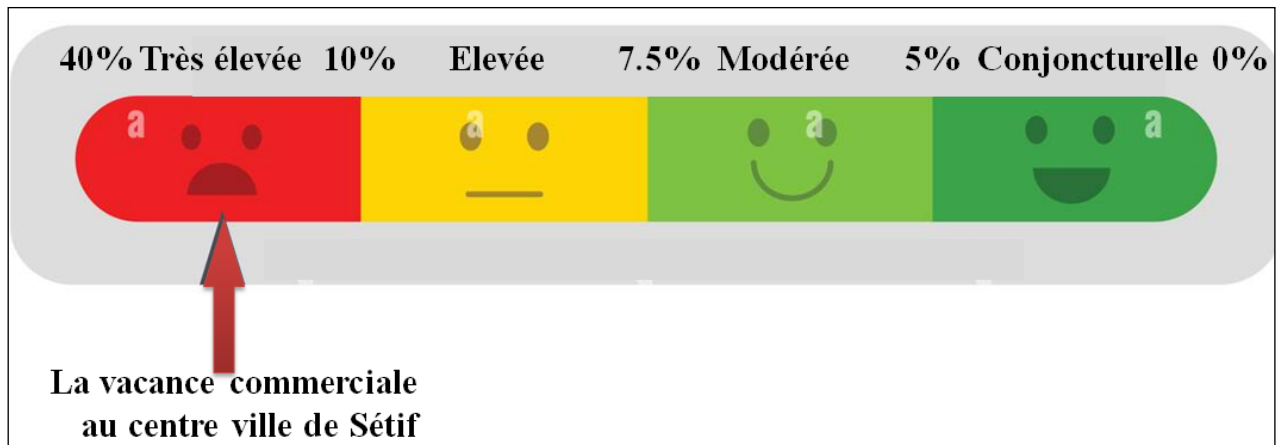


Figure V.11. Echelle de gravité du taux de la vacance commerciale
Source : Auteur ,2021

V.7.2. les rues diversement impactées par le phénomène de la dévitalisation commerciale:

Le tissu commercial au centre-ville de Sétif, qui remonte au 19ème siècle, était principalement axé sur le commerce physique de proximité, qui répondait à tous les besoins de consommation de l'époque. Cependant, avec l'évolution des habitudes de consommation et l'impact de la crise sanitaire, d'autres formes de commerces se sont développées en périphérie, prenant une position prédominante. Malgré cela, le centre-ville de Sétif conserve un tissu dense de boutiques.

Cependant, il est important de souligner que certains espaces commerciaux au centre-ville ne sont pas adaptés de manière structurelle à une exploitation commerciale moderne et durable. Ces locaux peuvent présenter des contraintes physiques ou des limitations qui rendent difficile leur utilisation efficace par les commerçants.

En ce qui concerne la vacance commerciale, certaines artères du centre-ville de Sétif sont particulièrement touchées. Cela inclut les rues Haffad Abdelmadjid, Fida, Sabna, ainsi que l'avenue Ben Boulaïd et l'avenue 8 mai 1945. Ces zones connaissent un taux élevé de locaux commerciaux inoccupés, ce qui contribue à la dévitalisation commerciale de la région.

Il est essentiel de prendre en compte ces facteurs dans les efforts de revitalisation du centre-ville de Sétif et de trouver des solutions adaptées pour encourager l'activité commerciale et améliorer la situation des espaces commerciaux inoccupés.

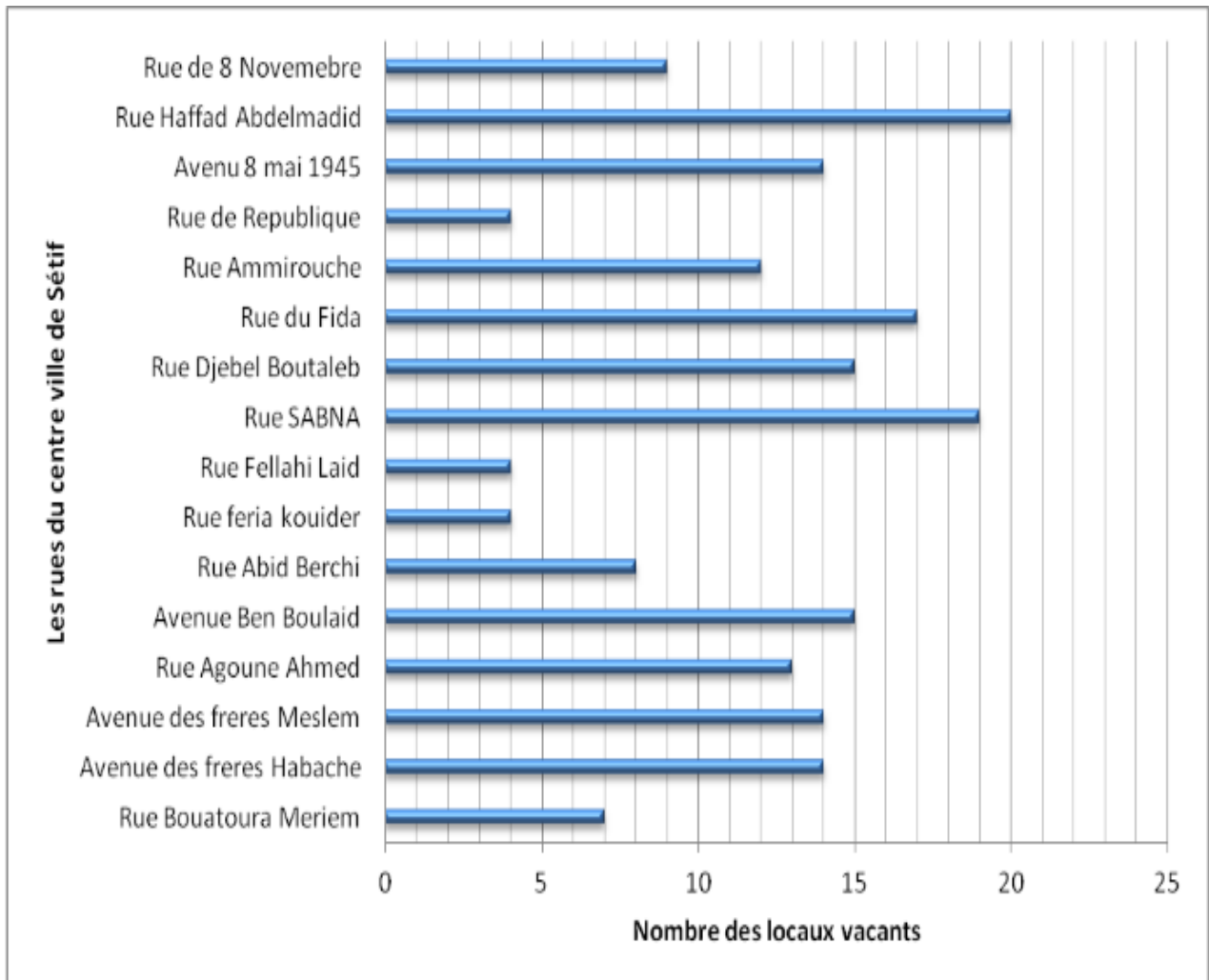


Figure V.12. Taux de la vacance commerciale par rue au niveau du centre ville de Sétif

Source : Auteur .2021

LA REPARTITION DE LA VACANCE COMMERCIALE AU CENTRE VILLE DE SÉTIF



Plan V.8.Répartition de la vacance commerciale par rue au niveau du centre ville de Sétif
 Source : Auteur ,2021

V.7.3.La répartition de la dévitalisation commerciale par situation :

"A Sétif , ce qui est mis en vente n'est certes pas en vente, ce qui n'est pas en vente est tout à fait possible à la vente".

Aucun Plan ne peut exprimé la situation réelle du foncier à Sétif ,le motif réelle de la vacance commerciale ne peut en aucun cas être expliqué par la simple observation de la plaque (a vendre ,à louer) affichée ou non ,ce qui a nécessité un appel à d'autre type d'investigation et cela on demandant aux commerçants limitrophe la réalité du local fermé par le biais d'entretien ouvert.

On a constaté des plaques à vendre alors que le local ou bien le terrain n'est pas réellement à vendre ,il se trouve que l'un des héritiers uniquement qui veut vendre alors que les autres sont contre ,ce qui explique la plupart des situations de litiges.

D'autre situation de litige entre les investisseurs et les habitants ,lors des travaux de démolition des anciennes Harats et par non maîtrise des travaux de démolitions et en absence de toute études de démolition les investisseurs mettent en danger les constructions adjacente les cas sont multiples ,ou les habitants des haras profitent de la situation et demandent un dédommagement excessif auprès des tribunaux, ce qui met la situation à l'abondant en attente le règlement définitif du litige.

On a remarqué ainsi , des lots de terrain sans aucune pancarte alors que son nouveau propriétaire qui vient d'acheter la Harat et la démolir et récupérer le terrain ,le clôturer en tôle métallique dans l'attente de la meilleure offre.

Une autre situation ou le propriétaire se trouve hésité entre la vente ou l'investissement dans la promotion immobilière en attendant surtout l'accord du crédit bancaire .

Pour les Harats qui se trouvent en état très dégradé ou les services de l'état ont relogé leur habitants dans le cadre de l'opération RHP . De nombreux locaux commerciaux se trouvent actuellement fermés au centre-ville de Sétif, en attente que leurs propriétaires règlent les documents de propriété. Ce processus peut être complexe et nécessiter beaucoup de paperasse ainsi que du temps. En conséquence, ces locaux restent inoccupés, contribuant ainsi à la dévitalisation commerciale de la région.

En outre, nous avons pu constater sur place l'état des chantiers de la promotion immobilière qui sont à l'arrêt en raison de la crise économique provoquée par la pandémie de Covid-19. Cette situation a eu un impact négatif sur le développement des nouvelles infrastructures commerciales et a ajouté un autre obstacle à la revitalisation du centre-ville de Sétif.

Ces facteurs supplémentaires ont contribué à l'aggravation de la situation économique et commerciale au centre-ville, soulignant l'importance de trouver des solutions efficaces pour relancer l'activité commerciale et promouvoir le développement urbain de la région.

On mentionne les locaux commerciaux misent à louer avec des prix de loyer excessifs ,spécialement dans l'avenue 8 Mai 1945 et les locaux en face ParkMall.

Plan de la répartition du commerce vacant par motif





Plan V.9.Répartition de la vacance commerciale par situation au niveau du centre ville de Sétif
Source : Auteur ,2021









Carte V.10. Répartition sur plan des exemples de la vacance conjoncturelle et structurelle au niveau du centre ville de Sétif
 Source : Auteur ,2021

Tableau V.1. Exemples de la vacance commerciale et sa situation de dévitalisation au niveau du centre ville de Sétif
 Source : Auteur ,2021






<p><u>Photos de la vacance commerciale</u></p>	<p>Type de la vacance commerciale et sa situation de dévitalisation</p>	<p>N°</p>
	<p><u>Vacance structurelle:</u> <u>Ruiné +litige .</u></p>	<p>1</p>
	<p><u>Vacance structurelle:</u> <u>A vendre.</u></p>	<p>2</p>
	<p><u>Vacance structurelle:</u> <u>En litige</u> après avoir été endommagé lors des travaux de démolition de la bâtisse (Harat) adjacente</p>	<p>3</p>

	<p><u>Vacance structurelle :</u></p> <p><u>Travaux de rénovation en cour.</u></p>	<p>4</p>
	<p><u>Vacance conjoncturelle :</u></p> <p><u>Promotion immobiliere en cours de réalisation</u></p>	<p>5</p>
	<p><u>Vacance structurelle :</u></p> <p><u>Projet à l'arret ,changement d'activité d'un hotel à une</u></p> <p><u>Promotion immobiliere</u></p>	<p>6</p>

	<p><u>Vacance structurelle:</u></p> <p><u>Ruiné .</u></p>	<p>7</p>
	<p><u>Vacance structurelle:</u></p> <p><u>Vendu, en attente de démolition.</u></p>	<p>8</p>
	<p><u>Vacance structurelle:</u></p> <p><u>A vendre .</u></p>	<p>9</p>
	<p><u>Vacance conjoncturelle</u></p> <p><u>A louer.</u></p>	<p>10</p>

	<p><u>Vacance structurelle:</u> <u>En rénovation</u></p>	<p>11</p>
	<p><u>Vacance structurelle:</u> <u>En litige</u></p>	<p>12</p>
	<p><u>Vacance structurelle:</u> <u>Démoli.</u></p>	<p>13</p>

	<p><u>Vacance structurelle:</u></p> <p><u>Vendu, en attente de démolition</u></p>	<p>14</p>
	<p><u>Vacance conjoncturelle</u></p> <p><u>En rénovation</u></p>	<p>15</p>
	<p><u>Vacance conjoncturelle</u></p> <p><u>En rénovation</u></p>	<p>16</p>

		<p><u>Vacance conjoncturelle</u></p> <p><u>A louer.</u></p>	<p>17</p>
		<p><u>Vacance conjoncturelle</u></p> <p><u>En attente la réouverture de l'aéroport</u></p>	<p>18</p>
		<p><u>Vacance conjoncturelle</u></p> <p><u>En construction</u></p>	<p>19</p>

V.7. Conclusion :

Dans ce chapitre, nous avons adopté différentes approches méthodologiques pour étudier l'appareil commercial et le phénomène de la dévitalisation commerciale au centre-ville de Sétif. Nous avons combiné une approche géographique, une approche géoéconomique et une approche qualitative afin d'obtenir une vision globale et approfondie de la situation.

L'approche géographique nous a permis d'analyser la localisation et la répartition des établissements commerciaux dans le centre-ville de Sétif. Nous avons examiné les caractéristiques spatiales et les dynamiques territoriales qui influencent la vitalité commerciale.

L'approche géoéconomique nous a permis d'analyser les aspects économiques et financiers de l'appareil commercial. Nous avons étudié les flux économiques, les performances des commerces, les facteurs économiques qui peuvent influencer la dévitalisation commerciale.

Enfin, nous avons utilisé une approche qualitative pour désigner la typologie des établissements commerciaux. Cette approche nous a permis de comprendre la réalité de chaque local fermé et d'identifier les facteurs spécifiques qui contribuent à la dévitalisation commerciale.

Dans cette démarche, nous avons utilisé la méthode Procos pour évaluer la situation de la dévitalisation commerciale et pour classifier les différents types de locaux fermés. Cette méthode nous a fourni une base solide pour analyser la situation et proposer des solutions adaptées.

En résumé, notre méthodologie a combiné différentes approches complémentaires afin de fournir une analyse approfondie de l'appareil commercial et de la dévitalisation commerciale au centre-ville de Sétif. Nous avons utilisé des outils et des méthodes spécifiques pour désigner la typologie des établissements commerciaux et pour comprendre les facteurs qui influencent la dévitalisation.

Nous avons réalisé une analyse approfondie de la structure commerciale pendant la pandémie, qui a commencé comme une crise sanitaire mais qui s'est rapidement transformée en crise économique et sociale sans précédent. Les mesures de restriction prises par l'État

algérien pour faire face à la crise sanitaire ont entraîné de nombreuses difficultés pour le commerce du centre-ville, notamment des perturbations des horaires de travail.

En ce qui concerne la répartition des commerces ouverts par catégorie et leur emplacement par rue, nous avons constaté que les activités les plus dominantes sont les magasins de téléphonie mobile, les merceries, les restaurants, les magasins de vêtements, les épiceries, les bijouteries et les produits d'artisanat.

En réalisant une enquête sur le terrain pour évaluer l'offre commerciale et calculer le taux de vacance commerciale au centre-ville de Sétif, nous avons confirmé nos hypothèses selon lesquelles il existe réellement un phénomène de dévitalisation commerciale, et nous avons pu constater la situation alarmante de cette dévitalisation.

Enfin, il est important de souligner que l'analyse de la répartition de la dévitalisation commerciale a révélé l'existence de deux types de vacance commerciale : conjoncturelle et structurelle. Cette dernière a aggravé la situation de la dévitalisation commerciale au centre-ville de Sétif. Ces constats mettent en évidence l'urgence d'agir pour revitaliser le centre-ville et trouver des solutions adaptées à ces problèmes.

au niveau du centre ville de Sétif

Source : Auteur ,2021

	Rue Bouatoura Meriem	Avenue des freres Habache	Avenue des freres Meslem	Rue Agoune Ahmed	Avenue Ben Boulaid	Rue Abid Berchi	Rue feria kouider	Rue Fellahi Laid	Rue SABNA	Rue Djebel Boutaleb	Rue du Fida	Rue Ammirouch
*Alimentation générale		4	1	1						1	4	1
*Vente des herbes médicales		1			1							
*épicerie		2										1
*Taxiphone						1						
*Quincaillerie			1									1
*Superette		1										
*Kiosque	2	1					2				4	
*Dattiers					1					4		
*Pharmacie		1	1	1	1		1					
*Boulangerie											1	
*Vente semoule				1	1				1			
* Accessoires			1						1			1
*Bijouterie					1					1	3	7
* Vente cartable					1					2		1

*Pizzeria		1	2	1	1						1	1
*Pâtisserie		1	1	1	1						1	1
*Vente tissu			1		8			2		2	2	
*cafétéria		2	2		2						1	1
*Coiffeur			1		1						1	
*Bureau de Notaire					1						1	
*Fleuriste		1										
*Location des voitures							1					
* Crémerie												
*Vente les produit d'artisanat		2			2							4
*Réparateur machines couture		1				1			1			
* locaux fermés	7	14	14	13	5	15	17	3	16	11	15	12

Tableau V.3. Répartition du commerce alimentaires , non al
au niveau du centre ville de Sétif
Source : Auteur ,2021

	Rue Bouatoura Meriem	Avenue des freres Habache	Avenue des freres Meslem	Rue Agoune Ahmed	Avenue Ben Boulaid	Rue Abid Berchi	Rue feria kouider	Rue Fellahi Laid	Rue SABNA	Rue Djebel Boutaleb	Rue du Fida	Rue Ammirouch
Commerces non alimentaires	3	35	17	3	31	5	9	5	2	14	16	29
Commerces alimentaires	3	19	11	6	9	0	6	0	1	6	20	5
Pouvoir d'attractivité	1,00	1,84	1,55	0,50	3,44	/	1,50	/	2,00	2,33	0,80	5,80

*Réparateur appareil téléphonique	2	0,50	0,00	0,50	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,50
*Vente téléphone portable	26	0,04	0,12	0,19	0,04	0,04	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,04	0,00
*Produit de gâteaux et emballage	4	0,25	0,00	0,50	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,25	0,00
*Photographe	3	0,33	0,00	0,33	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,33
*Cosmétique	3	0,33	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,33
*Agence immobilière	1	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
*Agence touristique	3	0,33	0,00	0,33	0,00	0,00	0,00	0,00	0,33	0,00	0,00	0,00	0,33
*Boucherie	2	0,50	0,00	0,00	0,50	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,50
*Ameublement	3	0,33	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,33	0,33
*Vente vêtements hommes	15	0,07	0,00	0,27	0,27	0,00	0,00	0,00	0,13	0,00	0,00	0,00	0,07
*Vente vêtements femmes	23	0,04	0,00	0,22	0,13	0,00	0,22	0,00	0,04	0,00	0,00	0,04	0,00
*Vente vêtements enfants	10	0,10	0,00	0,20	0,10	0,00	0,20	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,10
*Habillement traditionnel	5	0,20	0,00	0,00	0,00	0,00	0,80	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
*Vente chaussures	9	0,11	0,00	0,22	0,11	0,00	0,11	0,00	0,22	0,00	0,00	0,00	0,11

*Réparateur montre	1	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
*Station de service	2	0,50	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00
*Restaurant	23	0,04	0,04	0,17	0,13	0,04	0,04	0,00	0,13	0,00	0,00	0,00	0,30
*Mercerie	26	0,04	0,00	0,12	0,04	0,00	0,15	0,12	0,00	0,12	0,00	0,12	0,15
*Pizzeria	15	0,07	0,00	0,07	0,13	0,07	0,07	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,07
*Pâtisserie	9	0,11	0,00	0,11	0,11	0,11	0,11	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,11
*Vente tissu	17	0,06	0,00	0,00	0,06	0,00	0,47	0,00	0,00	0,12	0,00	0,12	0,12
*cafétéria	13	0,08	0,00	0,15	0,15	0,00	0,15	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,08
*Coiffeur	3	0,33	0,00	0,00	0,33	0,00	0,33	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,33
*Bureau de Notaire	2	0,50	0,00	0,00	0,00	0,00	0,50	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,50
*Fleuriste	1	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
*Location des voitures	1	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00
* Crémerie	4	0,25	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
*Vente les produit d'artisanat	14	0,07	0,00	0,14	0,00	0,00	0,14	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
*Réparateur machines couture	3	0,33	0,00	0,33	0,00	0,00	0,00	0,33	0,00	0,00	0,33	0,00	0,00
Indices de Davis			0,38	9,11	3,34	1,12	5,59	0,78	3,20	0,23	1,00	2,55	6,04

CHAPITRE VI :L'IMPACT DES DIFFERENTS FACTEURS SUR LA DEVITALISATION COMMERCIALE

VI.1.Introduction:

Dans cette dernière partie, nous nous concentrerons sur l'analyse et la synthèse des résultats obtenus dans notre étude. Nous commencerons par expliquer en détail la spécificité de l'approche méthodologique que nous avons adoptée, qui combine à la fois le questionnaire et l'entretien semi-directif, ainsi que la construction d'un guide d'entretien. Nous mettrons en évidence les types de questions utilisées et les thèmes abordés lors des entretiens.

Ensuite, nous procéderons à l'analyse des résultats obtenus à l'aide de méthodes telles que la Régression linéaire Multivariée et l'Analyse des Correspondances Multiples (ACM). Ces analyses nous permettront de mettre en évidence les relations et les corrélations entre les différentes variables étudiées.

Dans un second temps, nous examinerons la répartition spatiale et la concentration des principaux équipements présents au centre-ville de Sétif, en mettant en évidence les aspects de centralité autres que commerciaux. Nous analyserons également les pratiques de consommation observées dans le centre-ville de Sétif, en mettant en évidence les tendances et les comportements des consommateurs.

L'objectif de cette partie est de fournir une lecture approfondie et une analyse synthétique des résultats obtenus, en mettant en lumière les principales conclusions de notre étude. Nous espérons ainsi apporter des éclairages pertinents sur la dynamique urbaine de Sétif et sur les enjeux liés à la revitalisation et au développement du centre-ville.

En dernier lieu, nous aborderons les nouvelles centralités urbaines à Sétif, une ville caractérisée par sa polycentricité. Nous examinerons également les nouvelles centralités commerciales au centre-ville de Sétif, en mettant en évidence les changements et les évolutions observés.

Pour clôturer ce chapitre, nous présenterons les principaux leviers permettant une revitalisation adaptée au contexte algérien. Nous proposerons un guide détaillé pour un programme de revitalisation du centre historique de Sétif, en mettant en avant les actions prioritaires et les stratégies à mettre en place.

Ce guide sera basé sur une analyse approfondie des enjeux et des contraintes spécifiques à Sétif, tout en s'inspirant des meilleures pratiques internationales en matière de revitalisation urbaine. L'objectif est de fournir des recommandations concrètes et réalisables, afin de

redynamiser le centre historique de Sétif et d'en faire un lieu attractif, dynamique et adapté aux besoins des habitants et des visiteurs.

En mettant en œuvre ces leviers et en suivant les recommandations du guide de revitalisation, il est possible d'envisager une transformation positive du centre historique de Sétif, favorisant ainsi le développement économique, social et culturel de la ville dans son ensemble.

VI.2.Un entretien combiné entre le questionnaire (entretien directif) et l'entretien semi-directif :

Pour valider nos hypothèses et recueillir un maximum d'informations, nous avons adopté une approche combinée en utilisant à la fois le questionnaire (entretien directif) et l'entretien semi-directif.

Le questionnaire nous a permis de collecter des données quantitatives sur les caractéristiques des participants, telles que leur âge, leur sexe, leur statut, ainsi que des informations spécifiques sur leur établissement commercial et leur clientèle. Les questions fermées ont été préétablies en se basant sur une revue de la littérature et ont permis d'obtenir des réponses standardisées.

Parallèlement, nous avons également utilisé l'entretien semi-directif pour approfondir certains aspects de notre étude. Cela nous a permis d'engager une discussion plus ouverte avec les participants, en leur donnant la possibilité de s'exprimer librement et de fournir des informations plus détaillées, basées sur leur expérience et leurs perceptions.

En combinant ces deux approches, nous avons pu bénéficier des avantages du questionnaire quantitatif en termes de collecte de données objectives et de généralisabilité, tout en permettant aux participants de partager leurs opinions et expériences personnelles à travers l'entretien semi-directif. Cela nous a permis d'obtenir une vision plus complète et nuancée de la problématique de la dévitalisation commerciale au centre-ville de Sétif.

VI.2.1.Partie 1-Questionnaire (L'entretien directif) destiné à caractériser un échantillon qualitatif :

Le questionnaire quantitatif a pour objectif de collecter les caractéristiques des participants, telles que l'âge, le sexe, le statut, ainsi que d'autres caractéristiques liées à leur établissement commercial et à leur clientèle. Cela se fait au moyen de questions fermées considérées comme importantes pour l'étude, en se basant sur une revue de la littérature existante.

Dans notre cas, étant donné que la transmission des informations s'est faite de manière verbale plutôt que par écrit, l'entretien a adopté une approche directe et ressemblait donc davantage à un questionnaire. Les questions posées étaient structurées et orientées, permettant ainsi de recueillir des données spécifiques pertinentes pour notre étude sur la dévitalisation commerciale.

Les questionnaires comprennent plusieurs questions liées au sujet de l'enquête. Nous avons privilégié les questions fermées, où les réponses sont déjà fournies sur le questionnaire, afin de recueillir des informations spécifiques. Les questions portaient sur des aspects tels que le type d'activité commerciale, l'emplacement précis dans le centre-ville (rue), la date de début d'activité, le statut du local commercial (propriétaire ou locataire) et le type d'aménagement du lieu. Ces questions nous ont permis d'obtenir des données précises et pertinentes pour notre étude sur la dévitalisation commerciale.

VI.2.2.Partie -2-l'entretien semi-directif:

Effectivement, notre choix s'est porté sur l'entretien semi-directif, qui se situe entre l'entretien directif et l'entretien non-directif.

VI.2.3.Echantillonnage dans l' enquête :

L'objectif de l'échantillonnage est de pouvoir généraliser les conclusions de l'étude à une population plus large (validité externe). Pour cela, il est crucial que l'échantillon soit représentatif des caractéristiques de la population-mère. En obtenant un échantillon représentatif, les analyses statistiques réalisées auront une plus grande valeur, car les résultats pourront être généralisés à l'ensemble de la population. Cela permet d'obtenir des conclusions plus fiables et significatives.

Nous avons ciblé les commerçants du centre-ville de Sétif comme population mère de notre étude, car ils sont les individus les plus pertinents pour répondre à notre problématique de la dévitalisation commerciale dans cette zone. En tant qu'acteurs impliqués directement dans le milieu commercial, ils possèdent une connaissance active et une expérience concrète du phénomène étudié. Leur perspective et leurs informations sont donc essentielles pour une compréhension approfondie de la situation. Pour garantir la représentativité de l'échantillon, nous avons utilisé les méthodes d'échantillonnage probabilistes les plus recommandées. Ces méthodes consistent à attribuer à chaque unité de la population mère des chances égales d'être sélectionnée dans l'échantillon. Cela permet d'éviter les biais de sélection et de garantir que les résultats obtenus à partir de l'échantillon peuvent être généralisés à la population plus large.

Dans le cadre d'échantillons probabilistes, la détermination de la taille d'échantillon dépend du niveau de précision souhaité par le chercheur. Pour notre étude, nous avons choisi une précision de $\pm 5\%$ et un niveau de confiance de 95%, qui est généralement utilisé. Les manuels statistiques fournissent des directives sur la taille d'échantillon optimale pour atteindre ces objectifs. Exemple : population-mère 500, échantillon de 217, de 1 000 : 278...

Notre enquête a été réalisée au cours du mois d'avril 2021, en ciblant spécifiquement les commerçants du centre-ville. Nous avons utilisé une combinaison d'entretiens semi-directifs et de questionnaires pour recueillir les données. Au total, nous avons interrogé 123 commerçants parmi les 348 établissements commerciaux ouverts dans la zone. Le nombre d'entretiens a été déterminé au fur et à mesure de l'enquête : nous avons arrêté lorsque les réponses recueillies semblaient redondantes et que nous avons atteint un degré de "saturation", c'est-à-dire lorsque l'ajout de nouveaux entretiens n'apportait pas de nouvelles informations significatives.

VI.2.4. La conception et la conduite de l'entretien :

VI.2.4.1. Le guide d'entretien :

la grille d'entretien présentée dans les annexes fonctionne comme un aide-mémoire destiné à répertorier les points à aborder lors des entretiens. Il s'agit des deux parties le questionnaire qui serait repris ligne par ligne et l'entretiens semi-directif .

Lors de La préparation du guide d'entretien nous avons tenu de :

- Créer une logique dans les questions à poser sur les sujets à aborder de sorte que les questions se suivent de manière organisée, sachant que l'ordre des questions s'est bien changer durant l'entretien - Formuler des questions d'entretien qui auront pour objectif de répondre à la problématique de la dévitalisation commerciale au centre ville de Sétif
- Adapter le langage de l'entretien de sorte qu'il soit compris par les interviewés .
- Éviter de poser des questions qui sous-tendent des réponses orientant les réponses.
- Se familiariser avec les contextes de recherche pour bien comprendre les propos des interviewés .
- S'exercer ou conduire des pré-entretiens, des entretiens test pour acquérir de l'expérience.
- Lors de déroulement de l'entretien ,on prend notes de toutes les réponses

VI.2.4.2. Préparation du guide d'entretien :

Le guide d'entretien liste :

- Plusieurs questions fermées à poser pendant le questionnaire (entretien directif).

- Les thèmes à aborder pour l'entretien semi- directif.

Le guide prévoit les questions de substitution, complémentaires ou de clarification lorsque la réponse n'est pas satisfaisante.

VI.2.4.3. Les éléments du guide d'entretien :

a- Introduction avec présentation de l'étude.

b- Trame de questions ouvertes:

Chaque question posée dans le cadre de cette enquête est formulée de manière à exprimer une seule idée. De plus, les questions sont neutres et dénuées de connotation positive ou négative afin de garantir que la discussion ne soit pas orientée. L'objectif est d'obtenir vos réponses et vos opinions de manière objective et libre, sans influence préalable. Votre point de vue est important et nous souhaitons recueillir vos réflexions de manière ouverte et transparente.

c-Présentation rapide de l'enquête et son contexte :

En tant qu'intervieweur, je suis actuellement engagé dans une enquête portant sur le déclin commercial au centre-ville de Sétif. L'objectif de cette enquête est de recueillir votre opinion et vos points de vue sur cette problématique spécifique. Votre participation est essentielle pour mieux comprendre les facteurs contribuant à ce déclin et explorer les différentes perspectives des acteurs locaux. Votre avis éclairé sera précieux pour enrichir notre recherche.

d-Remerciements

Nous vous remercions d'avoir accepté de participer à cet entretien. Votre contribution est précieuse pour notre étude et nous sommes reconnaissants de votre disponibilité à partager vos perspectives et expériences. Vos réponses nous aideront à approfondir notre compréhension du sujet. Merci encore pour votre participation.

e-Thème et objectif:

Nous aimerions maintenant approfondir le sujet de la dévitalisation commerciale et les facteurs qui ont influencé le déclin commercial dans votre établissement. Nous allons avoir une discussion de 20 minutes pour aborder différents thèmes. Votre point de vue est essentiel pour nous afin de mieux comprendre la situation. N'hésitez pas à vous exprimer librement et à partager vos opinions. Nous sommes là pour écouter attentivement ce que vous avez à dire.

f-Anonymat /confidentialité

Je vous rappelle que cet entretien est entièrement anonyme et confidentiel. Vos réponses

seront utilisées uniquement à des fins d'analyse et de recherche, et elles ne seront jamais associées à vos nom et prénom. Votre participation est volontaire, et vous pouvez choisir de ne pas répondre à certaines questions si vous le souhaitez. Votre contribution est extrêmement précieuse pour enrichir notre compréhension de la centralité et des pratiques de consommation dans le centre-ville de Sétif. Merci encore pour votre participation et votre collaboration..

Partie 1-Le questionnaire :(Entretien direct)

- Questions sur les Critères socio -démographique du commerçant interviewé
- Questions sur le Type de l'd'activité commerciale exercée.
- Questions sur le statue de l'établissement commercial
- Questions sur le Qualité d'aménagement Extérieure et Intérieure de l'établissement commercial.
- Questions sur le statut juridique de l'établissement commercial .
- Questions sur la Segmentation de la clientèle:

Partie 2-L'entretien semi-directif;

Thème N°01: La rentabilité de l'activité commerciale exercée

Thème N°02: Probabilité du Changement de l'activité commerciale exercée.

Thème N°03: l'activité commerciale la plus rentable au centre ville

Thème N°04: L'état de la dévitalisation commerciale au centre ville de Sétif ?

Thème N°05: Les facteurs influençant sur la dévitalisation commerciale au centre ville de Sétif ?

Thème N°06: la revitalisation commerciale du centre ville de Sétif ?

Clôture de l'entretien ;

Question ouverte ;Avez-vous quelque chose à ajouter que nous n'aurions pas évoqué ?

Remerciements:

VI.2.5.Traitement et analyse des données

Concernant le traitement et l'analyse des données, nous avons suivi plusieurs étapes. Tout d'abord, les données recueillies lors des différentes techniques ont été traduites, traitées et soumises à une analyse de contenu. Les questionnaires ont été transcrits et les informations saisies dans un logiciel statistique spécialisé, SPSS.

Dans la chaîne de traitement des données, nous avons pris soin de réaliser les actions suivantes :

1. Cartographie de la matrice du commerce : Nous avons établi une représentation cartographique des données liées au commerce, afin de visualiser leur répartition spatiale et leur relation les unes avec les autres.
2. Analyse des résultats de la recherche : Après avoir traité les données, nous avons procédé à une analyse approfondie des résultats. Cela inclut l'examen des tendances, des corrélations, des associations et des patterns émergents dans les données collectées.

L'objectif de ces étapes était de mieux comprendre les caractéristiques du commerce dans notre étude et d'interpréter les résultats de manière significative.

V.2.5.1 Identification des variables:

L'étape initiale de l'analyse consiste à identifier les variables pertinentes, ce qui est crucial pour faciliter la lecture et la représentation graphique de la Plan factorielle. Dans un souci de clarté et pour permettre une meilleure interprétation des résultats, nous avons identifié les variables suivantes : sexe, âge, type d'activité commerciale et emplacement.

VI.2.6.1.Représentations graphiques et interprétation:

a .Les résultats de l'analyse de la Régression linéaire Multi variée :

Les résultats de l'analyse de la Régression linéaire Multi variée du questionnaire portant sur l'explication de la rentabilité de l'activité commerciale au centre ville de Sétif par le biais des différents facteurs et l'impact de chaque variable et après avoir vérifié la validation du coefficient de significativité ($\text{Sig } 0.000 < 0.05$) on dit que le modèle est globalement **significatif**, ainsi que le **coefficient de détermination R** et cela pour juger la qualité d'une régression linéaire dont nous avons constaté que **La situation de la rentabilité du commerciale** des **51,20 %** des commerçants interrogés a pu être expliqué par les différents facteurs utilisés ce qui est très satisfaisant ;

les variantes qui ont un effet significatif au seuil de 0.05 (la probabilité obtenue est $< 5\%$,) on signale :

*Le facteur de stationnement a un effet négatif sur le rendement du commerce,

*Le facteur du **Covid-19**, qui a ces effets contestables sur le commerce plus que le facteur de type d'aménagement et décor .

En deuxième lieu et en moindre impact viendront les variantes qui ont un effet significatif au seuil de 0.1 (la probabilité obtenue est $< 10\%$,) , qui sont le facteur du pouvoir d'achat et le facteur du pôle commercial d'El-EULMA.

Tableau VI.1. Modèle et Régression linéaire Multi variée

Source : Auteur ,2023

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,512 ^a	,262	,203	,36766

Tableau VI.2. la validation du coefficient de significativité

Source : Auteur ,2023

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1 Régression	5,425	9	,603	4,459	,000 ^b
Résidus	15,274	113	,135		
Total	20,699	122			

Tableau VI.3. Coefficients non standardisés et standardisé de la Régression linéaire

Multi variée

Source : Auteur ,2023

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		Sig.
	B	Ecart standard	Bêta	t	
fact_tramway	-,116	,107	-,126	-1,080	,283
fact_stationnement	-,246	,083	-,286	-2,947	,004
fact_travaux_de_construction	,015	,082	,017	,180	,857
fact_type_aménagement_decor	,198	,083	,200	2,385	,019
fact_covid_19	,273	,084	,333	3,258	,001
fact_e_commerce	-,091	,384	-,020	-,237	,813
fact_pouvoir_achat	-,179	,102	-,217	-1,754	,082
fact_les_cours_privés	,182	,283	,056	,644	,521
fact_pole_commercial_eleulma	,324	,189	,156	1,718	,089

a. Variable dépendante : rentabilité activité commerciale

b. Résultat de l'analyse en composantes multi variées (ACM):

Il fallait alors faire attention à la colinéarité entre les variables, c'est à dire aux éventuelles corrélations entre les variables explicatives. Ainsi, en théorie, une régression linéaire multiple doit s'accompagner d'études de corrélation par paire (matrice des corrélations).

L'ACM (Analyse des Correspondances Multiples) permettra d'étudier plusieurs variables qualitatives. En réalisant une étude de corrélation entre les variables, nous cherchons à évaluer l'intensité de la relation qui peut exister entre ces variables.

D'après le **tableau N° 01**, on constate que les 02 premiers axes représentent plus de 51.10% de l'inertie globale ce qui est satisfaisant ce facteur résume 51.10% des informations données par toutes les variables, ainsi que la moyenne du coefficient **Alpha de Cronbach =,792^a** qui est utilisé pour mesurer la Fiabilité de la concordance interne des résultats obtenus qui se trouve **>0.7** ce qui satisfaisant .

Tableau VI.4. Récapitulatif des modèles.

Source : Auteur ,2023

Récapitulatif des modèles.

Dimension	Alpha de Cronbach	Variance représentée		
		Total (Valeur propre)	Inertie	% de la variance
1	,817	4,218	,281	28,122
2	,761	3,451	,230	23,005
Total		7,669	,511	
Moyenne	,792^a	3,835	,256	25,564

D'après les Mesures de la tendance de réponse de chaque variable ,on constate 03 groupes qui ne partagent pas les mêmes modalités avec l'ensemble des réponse :il sagit du groupe des bijouteries ,le groupe des pizzeria ,le groupe des commerçants de gros (vêtements et chaussures).

Cependant, nous voudrions en donner plus d'éclaircissement à travers le diagramme de dispersion. (Figure 3),On examinant la distribution des différents points sur la Plan factorielle l'allure particulière ,qui met en évidence plusieurs classes du commerces :

En haut à droite ;Les commerçants de la bijouterie se concentrent dans la rue (AAben

Ramdhan et la République) dont le statut du local est un fond de commerce

A gauche, les commerçants de la rue 8 Mai 1945 malgré la variété de leurs commerces ont partagé la même opinion concernant l'impact négatif de la ligne du tramway sur la rentabilité de leur commerce.

Au centre, les commerçants de la rue **Djbel Boutaleb+Ben Boulaid**, dont la majorité sont des locataires jugent que les travaux de constructions ont impactés négativement leur commerce, alors qu'ils sont convaincus de l'importance de la qualité d'aménagement et le décor pour leur commerce.

Ainsi, les commerçants des rues **Amirouche, Fida, Freres Meslem** estiment que la rentabilité est juste moyenne leur commerce spécialisés dans la vente des vêtements se trouve impacté par la diminution du pouvoir d'achat et la pandémie **Covid-19**, tandis que pour les pizzerias réclament la concurrence de E-Commerce.

Ce qui concerne les commerçants de la rue **des frères Habbeche** qui considèrent le facteur du manque de stationnement comme la première cause de la rentabilité moyenne de leurs commerces.

Tandis que les commerçants de **l'Alimentation Générale** qui jugent que leur commerce **n'est plus rentable** à cause de la diminution du pouvoir d'achat et la pandémie **Covid-19**.

En fin, pour les variables les moins pertinentes qui viennent de s'isoler en bas du reste des variables, on site;

Les commerçants du vêtements et chaussures en Gros qui se localisent à la Rue **Berchi Abid** + la rue **Med Souakir**, ces derniers trouvent que le pôle commercial d'El Eulma est plus attractif pour le commerce du gros ce qui influence négativement sur la rentabilité de leur commerce, ils résistent à la situation grâce à leur propriété des locaux. Pour renforcer notre analyse, nous nous appuyons sur le tableau des rapports de corrélation (Tableau 3), où nous interprétons certains coefficients afin d'expliquer les éventuelles relations qui peuvent exister entre les variables de la section précédente lorsqu'elles sont comparées deux par deux.

La spécialisation commerciale par rue reste la bonne formule de résistance à la dévitalisation commerciale :

De plus, une corrélation significative et robuste peut être observée dans le tableau entre les variables **type du commerce et son emplacement par rue**, avec un coefficient de

corrélation de **0,74**, qu'on a pu le confirmer par le comptage sur place de tout les commerces ouverts, l'exemple des Bijouteries ,La vente de tissus à la Rue **Ben Boulaid** , Les Restaurants à la rue **El fida**.

L'impact de la pandémie Covid-19 sur l'économie en général et le commerce en particulier:

Ainsi la corrélation intéressante entre le facteur emplacement par rue et le facteur tramway avec un coefficient de corrélation de **0,737** (le cas de la rue 8Mai 1945),

Aussi, une corrélation Importante entre les variables **type du commerce et le facteur pouvoir d'achat** avec un coefficient de corrélation de **0,756** , Plus que moyenne est constatée entre les variables **type du commerce et le facteur tramway (0.671)**, après viendra le **type du commerce et le facteur Covid -19** avec un coefficient de corrélation égal à **0.642**, Evidemment ,une corrélation de **0.527** entre **le facteur pouvoir d'achat et le facteur Covid -19** dont il sagit du commerce de l'alimentation général et le commerce des vêtements et chaussures.

L'amélioration de l'aménagement et le décor deviens une nécessité :

Enfin, une corrélation significative peut être remarquée entre les variables (**type d'aménagement du local et le facteur de l'importance de l'aménagement et le décor du local**), avec un coefficient de corrélation de **0,491**. Cela signifie que les commerçants qui juge que le décor est important pour la rentabilité de leur commerce ont bien modernisé le décor de leur commerce ,ici on reviens a l'influence du **Park Mall** comme locomotive.

La résistance des propriétaires à la dévitalisation commerciale:

Compte tenu de ce qui précède, nous pensons pouvoir affirmer:

les variables qui jouent un grand rôle sont (**type du commerce+son emplacement par rue**) avec une **relation très resserrée avec le type d'occupation du local** ,contrairement aux reste des variables qui jouent un rôle moins significatif ,puisque ils s'approchent du centre (selon la figure de mesures de discrimination),(Figure 4).

Par conséquent ,et afin de mieux visualiser la situation on fait recours au tableau de corrélation (Tableau 3), qui nous résume l'idée globale du degré de corrélation entre les variables. qui seront classées selon leur pertinentes comme ci-suit:

Figure VI.1. Tendance de réponses
Source : Auteur ,2023

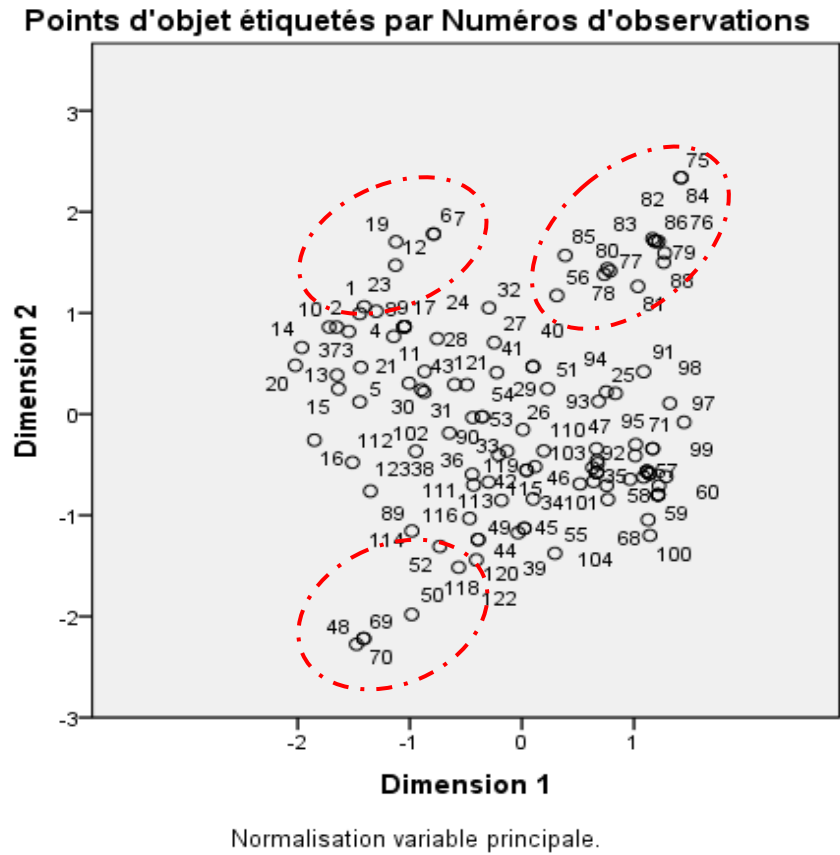
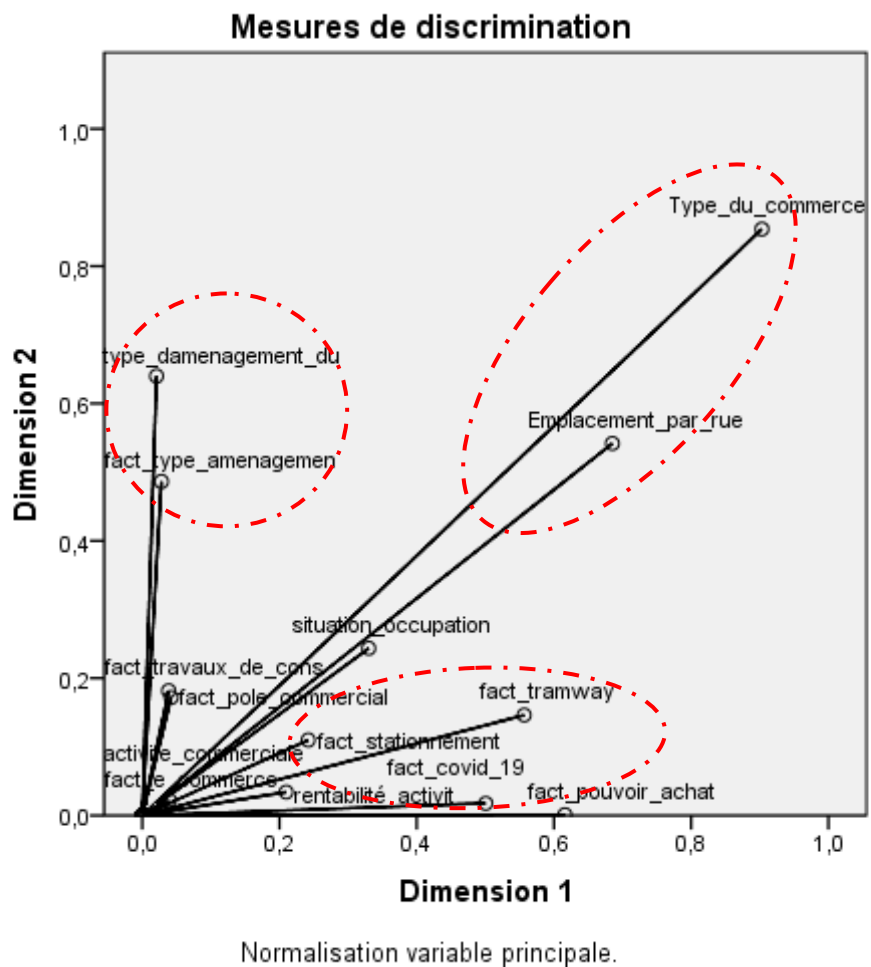


Figure VI.2. Mesures de discrimination
Source : Auteur ,2023



Tracé joint des points de la catégorie

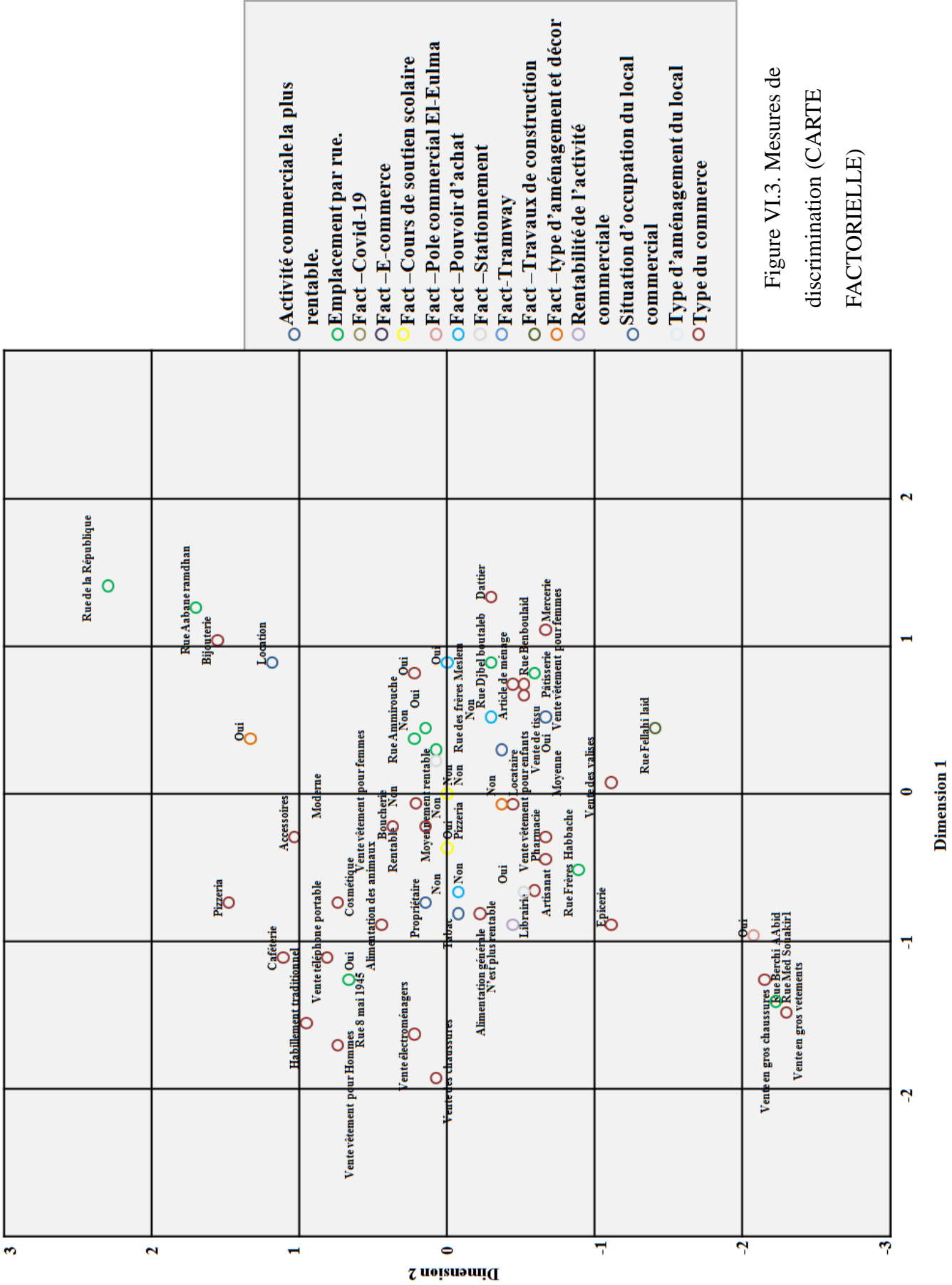


Figure VI.3. Mesures de discrimination (CARTE FACTORIELLE)

Tableau VI.5. Mesures de discrimination des variables

Source : Auteur ,2023

	Dimension		Moyenne
	1	2	
fact_tramway	,557	,146	,351
fact_stationnement	,242	,110	,176
fact_travaux_de_construction	,038	,182	,110
fact_type_amenagement_decor	,028	,486	,257
fact_covid_19	,501	,018	,259
fact_e_commerce	,005	,000	,003
fact_pouvoir_achat	,616	,001	,309
fact_les_cours_privés	,002	,000	,001
fact_pole_commercial_eleulma	,042	,172	,107
type_damenagement_du_local	,021	,640	,330
situation_occupation_local	,330	,243	,287
rentabilité_activité_commerciale	,210	,034	,122
Emplacement_par_rue	,685	,542	,613
Type_du_commerce	,903	,854	,879
activite_commerciale_la_plus_rentable	,039	,022	,031
Total actif	4,218	3,451	3,835
% de la variance	28,122	23,005	25,564

Tableau VI.6. Variables transformées des c

Source : Auteur ,2023

Variables transformées des corrélations:

	Les facteurs influençant sur la rentabilité commerciale									Caractéristiq
	fact_tramway	fact_stationnement	fact_travaux_de_construction	fact_type_amenagement_decor	fact_covid_19	fact_e_commerce	fact_pouvoir_achat	fact_les_cours_privés	fact_pole_commercial_eleulma	type_damenagement_du_local
fact_tramway	1,000	,119	,304	-,024	,412	,056	,529	-,079	-,127	,277
fact_stationnement	,119	1,000	-,123	,100	,294	,066	,465	-,094	,194	-,213
fact_travaux_de_construction	,304	-,123	1,000	-,150	-,060	-,062	,079	,088	,140	,340
fact_type_amenagement_decor	-,024	,100	-,150	1,000	,159	-,048	,067	,068	,109	-,491
fact_covid_19	,412	,294	-,060	,159	1,000	,094	,527	,123	,115	,017
fact_e_commerce	,056	,066	-,062	-,048	,094	1,000	-,083	,012	,019	-,111
fact_pouvoir_achat	,529	,465	,079	,067	,527	-,083	1,000	,118	,188	,110
fact_les_cours_privés	-,079	-,094	,088	,068	,123	,012	,118	1,000	-,026	,158
fact_pole_commercial_eleulma	-,127	,194	,140	,109	,115	,019	,188	-,026	1,000	-,168
type_damenagement_du_local	,277	-,213	,340	,491	,017	-,111	,110	,158	-,168	1,000
situation_occupation_local	,312	,192	,104	,151	,266	,041	,287	-,058	,208	,114
rentabilité_activité_commerciale	,192	,274	-,124	,267	,401	,046	,173	-,065	-,104	-,133
Emplacement_par_rue	,737	,227	,226	,092	,448	,038	,576	,077	,174	,192
Type_du_commerce	,671	,494	,186	,166	,642	,104	,756	,026	,202	,165
activite_commerciale_la_plus_rentable	,268	,136	,131	-,122	,205	-,002	,048	,002	,004	-,031
Dimension	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Tableau VI.7. Variables transformées des corrélations des pratiques d'achat

Source : Auteur ,2023

	genre de l'interviewé	Age de l'interviewé	Profession de l'interviewé	Résidence de l'interviewé	Combien de fois /semaine Vous fréquentez CV	le type des produits achetés	fact_tramway	- fact_Covid_19	- fact_pouvoir d'achat	-fact_Type d'aménagement du local	-Situation d'occupation du local	-Fact-stationnement
genre de l'interviewé	1,000	-,192	,133	-,153	-,129	,066	,522	-,302	,254	,242	,380	,592
Age de l'interviewé	-,192	1,000	,238	,315	,240	,165	,174	,553	,208	,390	-,099	,066
Profession de l'interviewé	,133	,238	1,000	,084	,750	,958	-,046	,295	,403	,770	,407	,154
Résidence de l'interviewé	-,153	,315	,084	1,000	,273	,034	,391	,339	,194	,177	-,142	-,046
Combien de fois /semaine Vous fréquentez CV	-,129	,240	,750	,273	1,000	,769	-,119	,428	,136	,577	,292	-,027
le type des produits achetés	,066	,165	,958a	,034	,769	1,000	-,062	,285	,130	,789	,406	,131
fact_tramway	,522	,174	-,046	,391	-,119	-,062	1,000	,000	,132	,303	,081	,630
-fact_Covid_19	-,302	,553	,295	,339	,428	,285	,000	1,000	,115	,419	-,210	-,055
-fact_pouvoir d'achat	,254	,208	,403	,194	,136	,130	,132	,115	1,000	,168	,096	,150
-fact_Type d'aménagement du local	,242	,390	,770	,177	,577	,789	,303	,419	,168	1,000	,572	,435
-Situation d'occupation du local	,380	-,099	,407	-,142	,292	,406	,081	-,210	,096	,572	1,000	,336
-Fact-stationnement	,592	,066	,154	-,046	-,027	,131	,630	-,055	,150	,435	,336	1,000
la fréquentation accompagnée du centre ville de Sétif	,152	-,378	,407	,151	,387	,337	,073	,013	,396	,175	,219	,337
le type d'activité exercée au centre ville de Sétif	,419	,050	,450	,131	,217	,333	,083	-,297	,446	,196	,242	,208
le taux de fréquentation pour les achats au centre ville	,277	,166	,292	,537	,120	,208	,211	,191	,321	,361	,339	,208

VI.3. Les nouvelles centralités urbaines :

VI.3.1. Sétif ; une ville polycentrique :

Comme dans d'autres grandes villes algériennes, Sétif est une agglomération complexe et multipolaire, résultat d'un processus d'étalement urbain qui a débuté après l'Indépendance, voire même avant. Elle comprend plusieurs polarités ou centralités ayant des caractéristiques matérielles et symboliques distinctes les unes des autres. Il s'agit d'une agglomération polycentrique, avec un polycentrisme à la fois "hiérarchisé" et "contrasté". Il est hiérarchisé car le centre-ville historique de l'agglomération conserve sa supériorité sur les autres centralités périphériques. Il est également contrasté car il offre une grande diversité de centralités en périphérie, certaines étant émergentes tandis que d'autres existent depuis de nombreuses années. Ces centralités périphériques peuvent être formées par des regroupements commerciaux ou par l'évolution d'anciens noyaux villageois comprenant la mairie, la mosquée, le marché et la place publique, des éléments propices à la sociabilité et à la déambulation. Certaines de ces centralités sont spécialisées dans une seule fonction, tandis que d'autres sont plutôt plurifonctionnelles. Il y a différentes formes de centralités dans la ville, telles que les centralités de services, d'administration, de culture et de petits commerces. Ces activités peuvent être regroupées en un seul lieu ou dispersées dans l'espace urbain. Certaines centralités sont propices à la promenade, tandis que d'autres ne s'y prêtent pas. En résumé, nous pouvons identifier grossièrement trois niveaux de centralité.

le premier niveau : Le centre-ville représente le noyau central de l'agglomération, offrant une densité et une diversité de commerces et de services bien supérieure à celles des zones périphériques. Il est sollicité pour des activités moins courantes telles que les professions libérales, notamment les médecins spécialistes, les avocats et les notaires, ainsi que pour les services administratifs. On y trouve également des administrations d'envergure régionale et des équipements représentatifs du pouvoir, tels que la wilaya et l'hôtel de ville. Le centre-ville revêt une charge symbolique très forte.

le deuxième niveau :

Ces zones, qui découlent de l'urbanisme des ZHUN (Zones d'Habitation à Urbaniser dans le futur) et des lotissements, se caractérisent par un tissu résidentiel organisé le long de grandes voies de circulation automobile. Chaque zone possède son propre caractère en termes de densité, de composition et d'organisation. Dans ces zones, on retrouve des services et des équipements socioculturels planifiés par les autorités étatiques et les urbanistes, ainsi qu'un grand nombre d'activités commerciales initiées principalement par des acteurs économiques

privés.

Le troisième niveau

Dans la périphérie étendue de la ville de Sétif, nous pouvons observer un troisième niveau de centralité que nous pourrions qualifier de "sous-centralité" en suivant les travaux de P. Signoles (2006 : 288). Il s'agit de petites concentrations commerciales disséminées ici et là, souvent disposées de manière linéaire le long des principales routes (rocodes). D'autres formes de sous-centralités peuvent être identifiées autour de certains équipements socioculturels, fréquentés par des groupes de population spécifiques et selon des horaires variables. Parmi ceux-ci, on peut mentionner l'université et le stade de football du 08 mai 1945.

VI.3.2. Nouvelles centralités commerciales au centre ville de Sétif:

VI.3.2. 1. Méthodologie poursuivie:

a).L'approche quantitative :

L'évaluation de la hiérarchisation des rues au centre-ville de Sétif repose sur une approche quantitative basée sur le calcul de l'indice d'attractivité commerciale et de l'indice de Davies. Ces deux indices nous permettent de mesurer l'importance de la centralité commerciale et le pouvoir attractif au sein du centre-ville de Sétif.

b).L'approche qualitative :

L'étude des pratiques de consommation dans le centre-ville de Sétif permet de mettre en évidence les représentations de la centralité. Pour ce faire, nous avons utilisé une approche combinant un questionnaire (entretien directif) et un entretien semi-directif auprès des usagers du centre-ville de Sétif.

VI.3.2. 2. L'attraction commerciale :

L'indice d'attractivité commerciale est calculé en comparant le nombre d'établissements non alimentaires au nombre d'établissements alimentaires. Cet indice permet d'évaluer le pouvoir d'attraction d'une localité. Si l'indice est supérieur à 1, cela indique que la localité possède un pouvoir d'attraction. En revanche, si l'indice est inférieur à ce seuil, la localité est considérée comme ayant un faible pouvoir attractif, voire comme étant dépendante..

Le calcul de l'indice d'attractivité commerciale que possède une localité urbaine ; dans notre cas ressortent les grands axes les plus attractifs qui sont :

la rue Amirouche avec un indice de 5,8 ;

la rue Haffad Abdelmadjid dont l'indice est de 4,67 ;grasse au magasin d'habillement pour hommes. l'avenue Ben Boulaid 3,44 ; ces axes représentent la nouvelle sous - centralité dans le centre-ville, alors que la centralité initiale (historiquement) était l'avenue du 8 mai 1945 (axe est-ouest), la N5, après, l'avenue Ben Boulaid était l'axe Nord-Sud (début de la N28), la rue Amirouche .Pour les axes ayant un faible pouvoir attractif on site l'axe de la Rue Agoune Ahmed avec un indices de 0.50 ,Rue du Fida avec un indice d'attractivité de 0.80.

On constate après la superposition des résultats de calculs de l'indice d'attractivité commerciale et celui du taux de la vacance commerciale ; une résistance des sous centralités grasse à l'attractivité commerciale des établissements commerciales spécialisés ouverts malgré les taux de la vacance commerciale très élevée le cas les rues Haffad Abdelmadjid, l'avenue Ben Boulaid ,

VI.3.2. 3. La concentration commerciale :

L'indice de Davies repose sur le concept de rareté commerciale et est largement reconnu comme un indicateur d'agglomération. Il permet d'établir une hiérarchie significative des zones de concentration commerciale en fonction de leur niveau de rareté. (Berry, 1967).

À l'échelle régionale, l'indice de Davies est couramment utilisé. Cependant, dans notre étude, nous chercherons à l'appliquer à une échelle plus restreinte, celle du centre-ville de Sétif. Cela nous permettra de classer les centres urbains en fonction de la valeur de cet indice, plutôt que du nombre d'habitants. En effet, grâce à cet indice, nous serons en mesure de déterminer l'importance de la centralité commerciale au sein du centre-ville de Sétif.

l'Avenue des frères Habbache ,avec un indice de 9.11 grasse à la diversité commerciale.

ainsi que Rue Abid Berchi avec un indice de 0.78 .elle combine des sous-espaces spécialisés.

L'indice de Davies, affirme la centralité historique des rue comme :la Rue Fida ,la rue Ben boulaid , la Rue Ammirouche, Avenu 8 mai 1945, La formation historique de l'espace joue également, un rôle primordial, car les polarisations anciennes s'inscrivent dans les structures spatiales.

Nous constatons que plusieurs éléments se combinent pour déterminer la hiérarchie des rues. La centralité est plus élevée là où il y a le plus de passage, c'est-à-dire souvent dans les zones

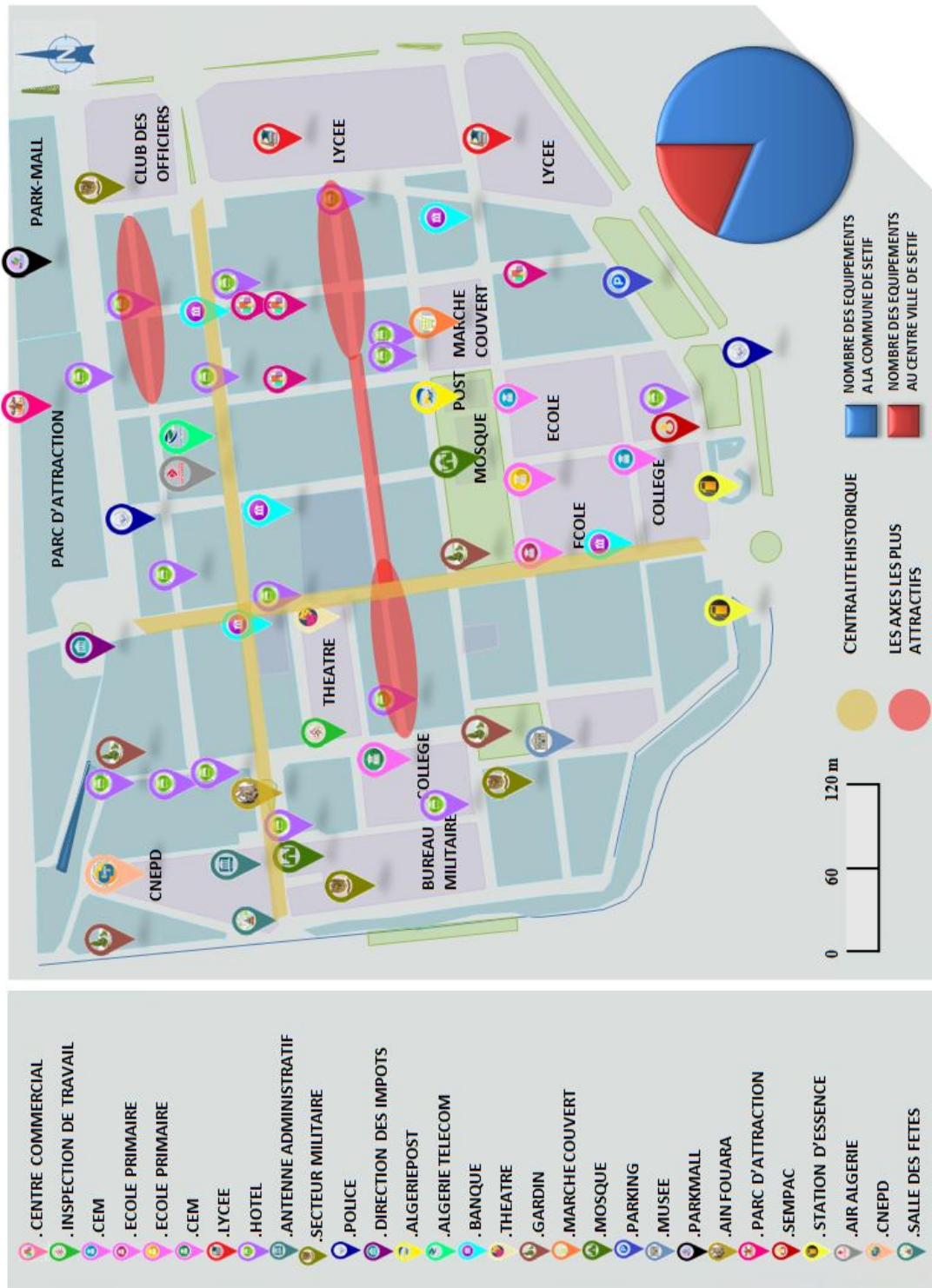
communes à un grand nombre d'itinéraires empruntés par les clients potentiels.

VI.3.3. Répartition spatiale et concentration des principaux équipements au centre ville de Sétif : une centralité autre que commerciale...

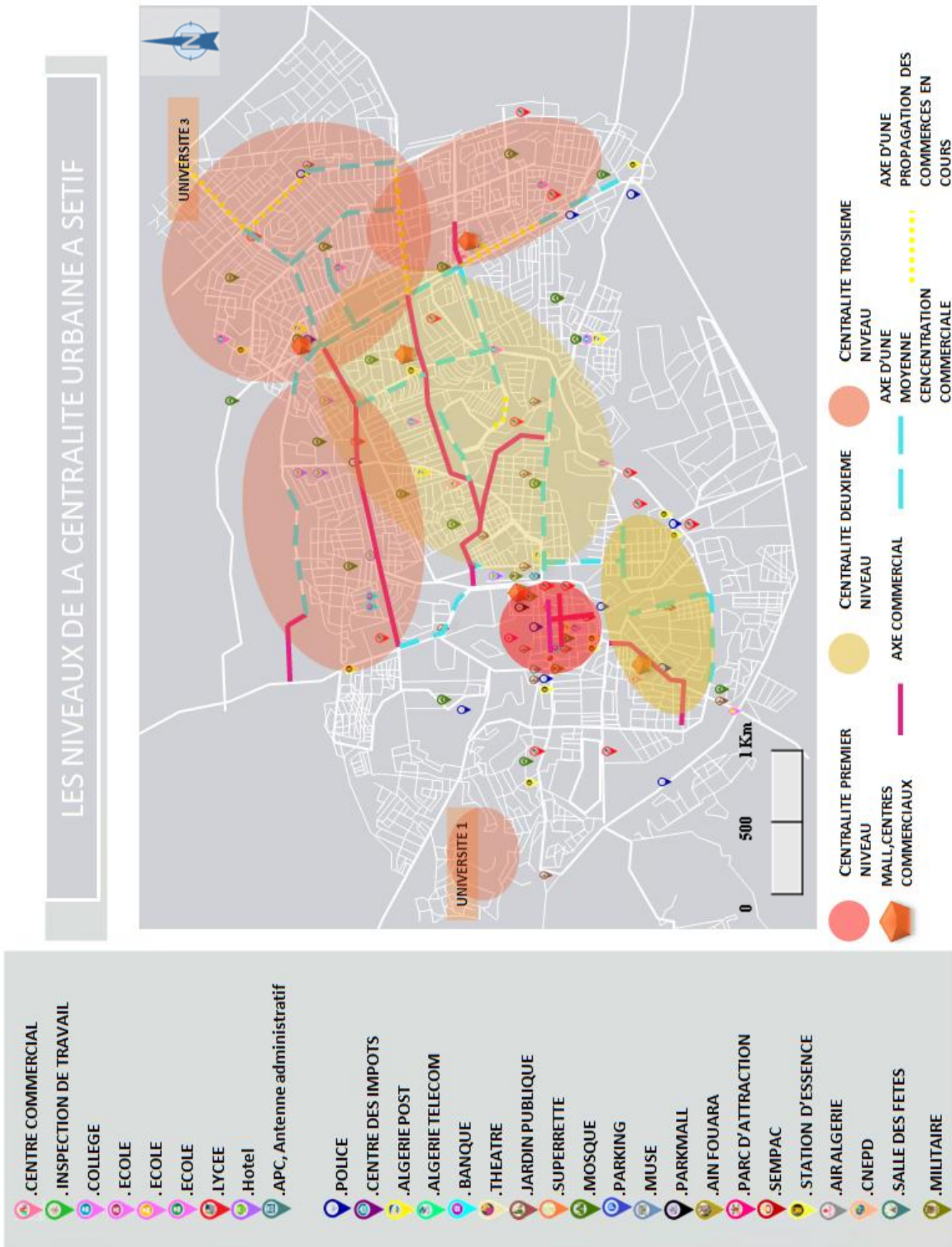
Nous avons consacré une attention particulière, dans ce paragraphe, à l'étude de la répartition spatiale et de la concentration des équipements dans le centre-ville de Sétif. Notre intérêt pour ce sujet découle de la relation étroite qui existe entre la configuration du tissu commercial et celle des équipements dans la structuration de l'espace urbain.. Effectivement, l'analyse des équipements, en particulier ceux d'importance considérable, ainsi que leur répartition et concentration, nous a permis de mettre en évidence leur rôle dans la structuration de l'espace urbain. Ils jouent un rôle essentiel en offrant différentes fonctions et services aux utilisateurs. Tout comme les commerces, ces équipements contribuent à créer une dynamique urbaine en générant des flux réguliers ou ponctuels d'individus.

Au cours de notre enquête, nous avons constaté que la ville de Sétif est dotée d'une gamme variée d'équipements répartis dans différents secteurs de la ville. Cependant, nous avons observé que le centre-ville, qui a toujours joué un rôle vital dans la ville de Sétif, est aujourd'hui dépourvu de nombreux équipements. On note toutefois la présence de quelques équipements d'une grande importance tels que le siège de la wilaya, la maison de la culture, le théâtre, le musée et le parc d'attraction.

On observe une concentration significative d'équipements majeurs en périphérie de la ville, qui jouent un rôle important tant pour la ville elle-même que pour la région environnante. Parmi ces équipements, on retrouve l'université, l'hôpital CAC, la maternité, le complexe omnisport, les instituts de formation professionnelle, les banques, ainsi que les différentes directions exécutives et les antennes administratives. En outre, on trouve également des équipements de proximité tels que les services fiscaux, les établissements scolaires et les centres de santé. Au niveau de notre zone d'étude qui est le centre historique de la ville de Sétif ,on constate quelques équipements éducatifs a caractère publics ou privé qui participe à l'attraction des usagés ,spécialement après la fermeture de la post *Ben Badisse* pour des travaux de rénovation ,et le marché couvert qui est partie en fumée le mois d'aout 2022.



Plan VI.1. Centralité historique, Centralité émergente au centre ville de Sétif
 Source : Auteur, 2021



Plan VI.2. Niveau de la centralité urbaine à la ville de Sétif

Source : Auteur ,2023

VI.3.4.Représentations de la centralité et pratiques de consommation dans le centre ville de Sétif:

En partant de la définition du concept de la centralité, on peut comprendre que c'est un terme qui englobe la concentration d'activités économiques, politiques, administratives, sociales et collectives en un lieu donné.:« *la propriété conférée à une ville d'offrir des biens et des services à une population extérieure* », W. Christaller,³¹ qui s'est généralisée après pour caractériser tout lieu d'offre de service polarisant une clientèle .ainsi que la définition du Manuel Castells en 1972 signalera que « *La centralité est le résultat de la combinaison, à un moment précis, d'activités économiques, de fonctions politiques et administratives, de pratiques sociales et de représentations collectives.*»³¹ .

En se basant sur l'idée que l'efficacité de la centralité repose toujours sur son pouvoir d'attraction et son accessibilité, qui sont des conditions essentielles. Cependant, il est essentiel d'analyser les pratiques de consommation des utilisateurs du centre-ville de Sétif afin de mieux comprendre leur relation avec l'espace commercial. Cette analyse nous permettra de mieux cerner les comportements des utilisateurs et leurs interactions avec les commerces. Nous constaterons également que les pratiques spatiales et les comportements d'achat des résidents du centre-ville ainsi que des visiteurs sont influencés par différents facteurs, qu'ils soient liés à la personne elle-même, à l'espace commercial ou aux produits spécifiques. Ces facteurs sont souvent le résultat d'une combinaison complexe. Pour notre enquête, nous avons interrogé environ vingt individus présentant des caractéristiques socio-économiques variées telles que l'âge, le sexe, le lieu de résidence, le lieu de travail et le degré de motorisation.

VI.3.4.1.Les pratiques d'achat et le type de la clientèle au centre historique de Sétif.

a. Echantillonnage dans l' enquête destinée au usagés du centre ville de Sétif

Dans cette approche qualitative, il n'est pas nécessaire que l'échantillon soit "représentatif". Au contraire, il doit prendre en compte la diversité des cas étudiés et des contextes dans lesquels se trouvent les participants., etc.

³¹ W. Christaller 1933 dans *La théorie des lieux centraux*

Nous avons réalisé un total de 20 entretiens dans le cadre de notre enquête. Au cours de celle-ci, nous avons décidé d'arrêter les entretiens lorsque les réponses recueillies sont devenues redondantes, c'est-à-dire lorsque nous avons atteint un point de "saturation" où les nouveaux entretiens ne semblaient plus apporter de nouvelles informations significatives. Le choix des personnes interviewées a été effectué en prenant en compte plusieurs paramètres. Nous avons veillé à couvrir l'ensemble des rues commerçantes ainsi que différentes catégories socioprofessionnelles. Les participants ont été invités à répondre à un questionnaire comprenant des questions directes et fermées. Lors des discussions avec les personnes interviewées, nous avons favorisé un échange ouvert et permis à nos interlocuteurs de s'exprimer librement, en développant leur propre perception de la situation de la dévitalisation commerciale au centre-ville de Sétif. Nous avons également cherché à les inciter à aborder les thèmes qui figuraient implicitement dans notre guide d'entretien (voir annexe).

b. Résultat de l'analyse factorielle sur les pratiques d'achat des usagés du centre ville de Sétif

Pour étudier ce phénomène, Nous avons eu recours à une enquête combinée entre le questionnaire et l'entretiens semi-directif. Afin de vérifier nos hypothèses, Quatre thématiques principales structurent le questionnaire : le caractère socio professionnel de l'interviewé , le taux de fréquentation pour les achats au centre ville de Sétif ,type de produit acheté et le type de moyen de mobilité ,tandis que pour l'entretien-semi-directif ,on a envisagé deux thèmes :

le premier Thème :L'état de la dévitalisation commerciale au centre ville de Sétif .

le deuxième Thème :Les facteurs influençant sur la dévitalisation commerciale au centre ville de Sétif .

L'étude, via une analyse factorielle, (ACM) nous a permis de mettre en regard la colinéarité entre les variables, c'est à dire aux éventuelles corrélations entre les variables explicatives.

L'ACM (Analyse des Correspondances Multiples) permettra d'étudier plusieurs variables qualitatives. Etudier la corrélation entre les variables, on mesurant l'intensité de la liaison qui peut exister entre ces variables.

D'après le tableau de Récapitulatif des modèles, on constate que les 02 premiers axes représentent plus de 57.10% de l'inertie globale ce qui est satisfaisant ce facteur résume 57.10% des informations données par toutes les variables, ainsi que la moyenne du coefficient

Alpha de Cronbach =,844^a qui est utilisé pour mesurer la Fiabilité de la concordance interne des résultats obtenus qui se trouve **>0.7** ce qui satisfaisant .

Compte tenu de ce qui précède, et selon la figure de mesures de discrimination nous pensons pouvoir affirmer que les variables qui jouent un grand rôle sont la profession de l'interviewé avec une **relation très resserrée avec le produit acheté** ,contrairement aux reste des variables qui jouent un rôle moins significatif ,puisque ils s'approchent du centre.

*L'activité professionnelle et son rôle dans les pratiques d'achats .

L'étude des pratiques de consommation au centre ville de Sétif révèle l'importance du critère du type de l'activité de l'interviewé , notamment pour les produits achetés et le nombre de fréquentation des achats .ce qui reflète la réalité des pratiques d'achats des enquêtés ,à l'exemples des interviewés qui exercent dans l'informel des activités libérales ,ils fréquentent le centre ville pour l'approvisionnement de leur matières premières comme les produits de gâteaux ,merceries ,tissus...alors que les fonctionnaires et les retraités sont plus attirés par les produits alimentaires de qualité tandis que les étudiants leur fréquentent pour la restauration et l'habillement de qualité.

*Type d'aménagement du local est très important et dépend étroitement avec le produit vendu:

L'enquête auprès des enquêtés confirme que le type d'aménagement du local est un facteur très important qui est étroitement lié au produit vendu. Cette constatation est en accord avec les réponses recueillies lors de l'enquête auprès des commerçants..

*La dévitalisation commerciale selon les usagés du centre ville :

L'enquête fournit des informations cruciales sur l'état de la dévitalisation commerciale au centre-ville de Sétif, ainsi que les facteurs qui ont contribué à son déclin. Contrairement aux commerçants, les retraités et les fonctionnaires semblent être conscients du phénomène de déclin commercial. Nous avons constaté que le tramway est la principale cause du problème de stationnement..

Femme retraitée habite les périphéries pense que :"*le centre ville demeure le centre ville*" elle ajoute :"*malgré que je profite de la structure commerciale de proximité de ma domiciliation ,je fréquente occasionnellement le centre ville pour la qualité de ses produits alimentaires*".

Vieux Homme retraité dans les soixantaines qu'on viens de lui interrogé au niveau de la rue 08 Mai 1945 affirme qu'il se rend fréquemment au centre ville "*Je vient fréquemment au*

centre ville pour la rencontre de mes vieux amis ,on discute et on prend un café ensemble ".

Deux étudiantes universitaires qui viennent d'acheté d'un magasin de haut standing pour vêtement des femmes nous affirment : "Je fréquente le centre ville pour l'achat des articles d'habillement".

Jeune fille qui habite en dehors de la commune; " Je fréquente le centre ville et spécialement les pizzerias ,pour prendre des repas, une chose que je ne peux pas me permettre la ou j'habite"

Damme à la cinquantaine Femme au foyer que je l'ai entretenu dans un magasin d'article de ménage : "j'accompagne ma fille en classe terminal pour faire les cours de soutiens , en attente qu'elle termine pour la récupérer je profite pour acheter des articles de ménages.."

Enseignante au lycée Malika GAID, qui viens d'acheter des médicaments chez la pharmacie nous apprend qu:'elle travail au centre ville depuis une dizaines d'années certes ,je le fréquente pour le travail et j'ai pas assez du temps pour la flânerie des magasins et du lèche-vitrines..)

,dans une épicerie , un jeune homme qui habite le centre ville fait ses achats au centre ville car ils trouvent cela « naturel » ou « évident » il explique; « parce que c'est automatique »

La majorité des personnes interrogées qui se déplacent en voiture expriment une réelle insatisfaction quant au manque de stationnement et soulignent constamment les problèmes d'accessibilité rencontrés dans le centre-ville.

Notons toutefois que L'utilisation des commerces de proximité pour l'achat de produits de consommation courante est une pratique constante au sein de notre échantillon. En effet, de nombreux résidents préfèrent continuellement faire leurs achats auprès des commerçants situés à proximité de leur lieu de travail ou de leur domicile.

Par contre, Le centre-ville demeure leur principal moyen d'obtenir la plupart des biens et services rares. Les enquêtés témoignent d'un attachement particulièrement fort envers les commerçants spécialisés du centre-ville de Sétif, notamment pour l'acquisition de produits atypiques., exprimant le luxe et le standing ou la nouveauté, comme par exemple la bijouterie, cartable de luxe, les téléphones portables etc.

Le recours aux commerces du centre-ville de Sétif n'est cependant pas réservé aux achats anomaux, comme la bijouterie et les vêtements de marque. En effet, Certains habitants se rendent spécifiquement au centre-ville pour acheter des produits

alimentaires qui sont, semble-t-il, la spécialité de quelques vendeurs exclusivement présents dans cette zone. comme les dattes ,tissu de haute qualité chez les commerçants Mozabites [originaire du M'zab, de Ghardaïa) reste liée à la multifonctionnalité de ce quartier et à la charge symbolique.

Dimension	Alpha de Cronbach	Variance représentée		
		Total (Valeur propre)	Inertie	% de la variance
1	,869	5,492	,323	32,307
2	,811	4,223	,248	24,842
Total		9,715	,571	
Moyenne	,844 ^a	4,858	,286	28,574

a. La moyenne alpha de Cronbach est basée sur la valeur propre moyenne.

Tableau VI.8. Récapitulatif des modèles des pratiques d'achat

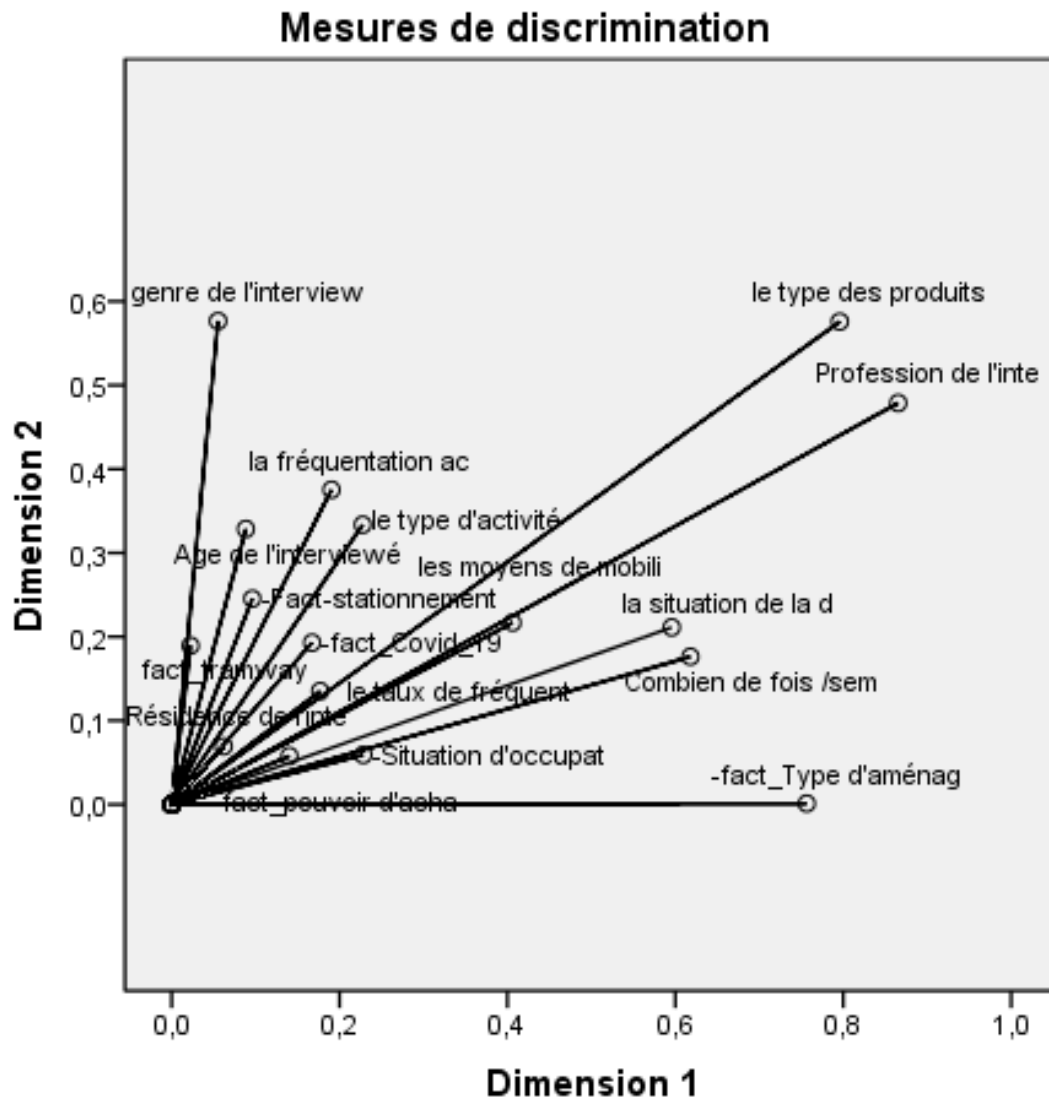
Source : Auteur ,2023

Tableau VI.9. Mesures de discrimination des pratiques d'achat

Source : Auteur ,2023

Mesures de discrimination

	Dimension		Moyenn e
	1	2	
genre de l'interviewé	,055	,577	,316
Age de l'interviewé	,088	,329	,208
Profession de l'interviewé	,865	,479	,672
Résidence de l'interviewé	,062	,069	,066
Combien de fois /semaine Vous fréquentez CV	,618	,176	,397
le type des produits achetés	,796	,576	,686
fact_tramway	,023	,189	,106
-fact_Covid_19	,167	,193	,180
-fact_pouvoir d'achat	,140	,058	,099
-fact_Type d'aménagement du local	,756	,001	,379
-Situation d'occupation du local	,228	,059	,144
-Fact-stationnement	,096	,245	,171
la fréquentation accompagnée du centre ville de Sétif	,190	,375	,283
le type d'activité exercée au centre ville de Sétif	,228	,334	,281
le taux de fréquentation pour les achats au centre ville	,177	,135	,156
les moyens de mobilité utilisés au centre ville	,406	,217	,311
la situation de la dévitalisation commerciale	,596	,211	,403
Total actif	5,492	4,223	4,858
% de la variance	32,307	24,842	28,574



Normalisation variable principale.

Figure VI.4. Mesures de discrimination des pratiques d'achat

Source : Auteur ,2023

VI.4. Quels leviers pour Une revitalisation adaptée au contexte Algérien:

Afin de garantir la durabilité des activités commerciales en centre-ville, il est important de ne pas adopter une approche exclusive axée uniquement sur la revitalisation commerciale. En Algérie, Pour revitaliser l'activité commerciale d'un centre-ville, il sera essentiel de mettre en place une politique globale qui vise à concilier les quatre fonctions clés de la centralité. (Lestoux, 2015). Les quatre fonctions essentielles sont la fonction économique, la fonction identitaire, la fonction résidentielle et la fonction de services. Pour revitaliser le centre-ville de Sétif sur le plan commercial, il est nécessaire d'adopter une approche globale et une intervention coordonnée couvrant ces quatre niveaux.

VI.4.1. Un phénomène qui apparaît ni inéluctable, ni irréversible :

Bien que la vacance commerciale se soit aggravée, il est important de souligner qu'elle n'est ni inéluctable ni irréversible.

VI.4.1.1. Un phénomène qui n'est pas inéluctable :

Il est important de souligner que toutes les villes ne sont pas automatiquement condamnées à un déclin de leur activité commerciale en centre-ville. Selon Procos, ce dynamisme commercial est étroitement lié à des conditions favorables sur le marché et en termes de commercialité. :

- On observe une croissance du marché de consommation, avec des niveaux de revenus relativement homogènes (un faible écart entre les revenus les plus bas et les revenus les plus élevés). ;
- On constate une augmentation de la population due en partie à l'emploi et au tourisme, provenant notamment de l'extérieur de la région.³²

VI.4.1.1. Un phénomène qui n'est pas irréversible:

Il convient de noter que le développement de la vacance commerciale n'est pas nécessairement irréversible, même dans le cas des villes qui sont actuellement considérées parmi les plus résilientes face à ce phénomène.

VI.4.2. Guide d'un programme de revitalisation du centre historique de Sétif:

Après avoir dressé le constat de la vacance commerciale, il est temps de passer à l'action pour y remédier. C'est précisément l'objectif du présent guide, qui présente les principales étapes

³² Le communiqué de Procos sur le « Palmarès des centres villes commerçants » est consultable en ligne : <http://www.procos.org/index.php/presse/101-communique-de-presse-premier-palmares-procos-descentres-villes-commerçants>

d'une intervention opérationnelle que la collectivité peut entreprendre sur le plan du foncier commercial. La revitalisation des centres anciens des petites et moyennes villes est désormais une priorité dans de nombreux pays. La volonté de freiner l'étalement urbain et l'exurbanisation du commerce gagne en importance..

L'objectif de l'opération de la revitalisation du centre historique de Sétif est de faire du centre-ville de Sétif un meilleur endroit où vivre, travailler et se divertir.

Les principales propositions incluses dans le plan sont des améliorations du paysage de rue (éclairage historique, L'implantation des arbres (dont les dispositions sont bien étudiées ,du mobilier urbain et des trottoirs) ; la restauration des bâtiments historiques ; le remplissage résidentiel et commercial des parcelles vacantes et sous-utilisées ; l'incitation à des activités attractives au rez-de-chaussée, telles que des restaurants, magasins d'antiquités, équipements culturels et de divertissement ; révision du zonage ,encourageant l'utilisation mixte ; d'ordonnances et de lignes directrices en matière de conception ; marketing ; et événements spéciaux.

VI.4.2.1.La revitalisation est un projet de tout les acteurs de la ville :

La collectivité local pour le cas Algérien représentée par l'APC³³ ne peut pas porter seule un projet de revitalisation commerciale dans son centre-ville.

Premièrement,

L'autorité compétente dispose de certaines limitations dans son action en raison des contraintes juridiques, et les outils dont elle dispose ne lui confèrent pas l'ensemble des compétences nécessaires .

Deuxièmement,

L'autorité compétente ne peut assumer seule la charge financière totale du projet. C'est pourquoi la participation des autres acteurs de la ville est indispensable. Il est nécessaire qu'ils s'impliquent et apportent leur aide à la commune dans sa démarche. De plus, une action collective de la part de tous les acteurs sera également bénéfique, car ils pourront ensemble récolter les fruits de leurs efforts .

Les principales composantes d'un plan de revitalisation commerciale comprennent :

³³ APC :L'assemblée populaire communal de Sétif

VI.4.2.2. Assurer le Financement du programme de revitalisation:

Pour permettre à la commune de s'impliquer dans des opérations de restructuration et de réhabilitation, notamment dans le cadre des programmes de revitalisation du centre-ville, des programmes de soutien sont mis en place grâce à la mobilisation de divers fonds. Bien que l'autofinancement de ce projet ne soit pas une option pour l'APC, il convient de noter que la commune de Sétif fait partie des communes algériennes bénéficiant d'une trésorerie conséquente.

- Le crowdfunding³⁴, appelé aussi « financement participatif », implique la collecte de fonds auprès du grand public, apparaît comme le moyen le plus approprié pour assurer le financement du projet.
- Il est recommandé d'exiger systématiquement l'évaluation des conséquences économiques, sociales et environnementales, ainsi que des impacts sur l'emploi et l'aménagement du territoire, pour tous les projets d'implantation d'activités commerciales.

VI.4.2.3. l'intervention sur le plans d'urbanisme :

- Garantir la mise en place, l'approbation et surtout l'application rigoureuse d'un Plan d'Occupation des Sols (POS) crédible dans le cadre du projet de revitalisation commerciale vise à stimuler l'activité commerciale et à planifier toutes les opérations de rénovation, de renouvellement, de démolition, de reconstruction, etc. Cette démarche doit impliquer activement les commerçants, les propriétaires et d'autres acteurs de la ville..
- Favoriser une mise en place rapide des infrastructures urbaines nécessaires pour soutenir les transitions écologiques et numériques dans le commerce de proximité et l'artisanat, notamment en encourageant les modes de déplacement doux, en promouvant la piétonisation, en généralisant les bornes de recharge électrique, en offrant un stationnement gratuit de courte durée et en prévoyant des espaces de stationnement dédiés aux livraisons....

34 Le crowdfunding, appelé aussi « financement participatif », est un moyen de financement portant sur une collecte de fonds auprès du grand public **via des plateformes internet**. Dans notre cas l'APC fixe la somme qu'elle souhaite atteindre, puis convainc les particuliers et les personnes morales d'y contribuer par petits montants. L'APC définit la forme de crowdfunding qu'elle sollicite :

- Des dons sans contrepartie ou avec contrepartie symbolique.
- Des avances sur une commande du produit/service que l'entreprise proposera.
- Des prêts avec ou sans intérêts.
- Des investissements sous forme de capital ou d'obligations.

L'arrivée de ce concept en Algérie et sa mise en pratique tardive est principalement due aux aspects réglementaires et techniques. Le dispositif du financement participatif (crowdfunding), devrait être opérationnel à partir du dernier trimestre 2020, Selon le président de la Commission d'organisation et de surveillance des opérations de Bourse (Cosob), Abdelhakim Berrah. <https://www.aps.dz/> Publié Le : Mardi, 07 Juillet 2020 13:20

VI.4.2.4. l'intervention sur le logements par la rénovation ou la réhabilitation :

La commune de Sétif représentée par son APC, avec le soutien du comité de sauvegarde de la direction de la culture , par un arrêté interministériel procède au classement du patrimoine du centre-ville en « secteur sauvegardé »³⁵. La réhabilitation deux bâtiments importants, l'Exe Hôtel de France ,l'Exe galerie de France.

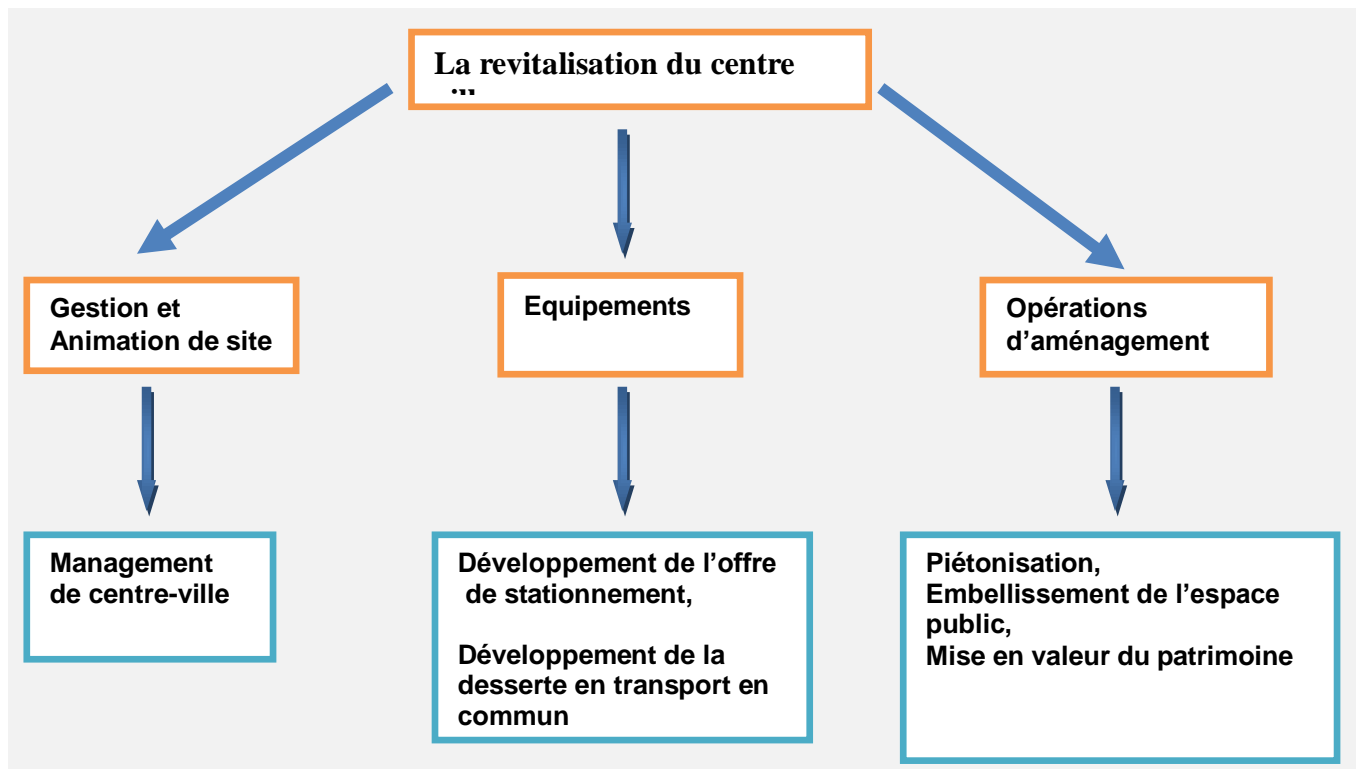


Figure VI.5. Les axes structurants de la revitalisation du centre-ville de Sétif
 Proposés par l'auteur :2023
 Source :l'auteur :2023

³⁵ Loi n° 98-04 du 20 Safar 1419 correspondant au 15 juin 1998 relative à la protection du patrimoine culturel.

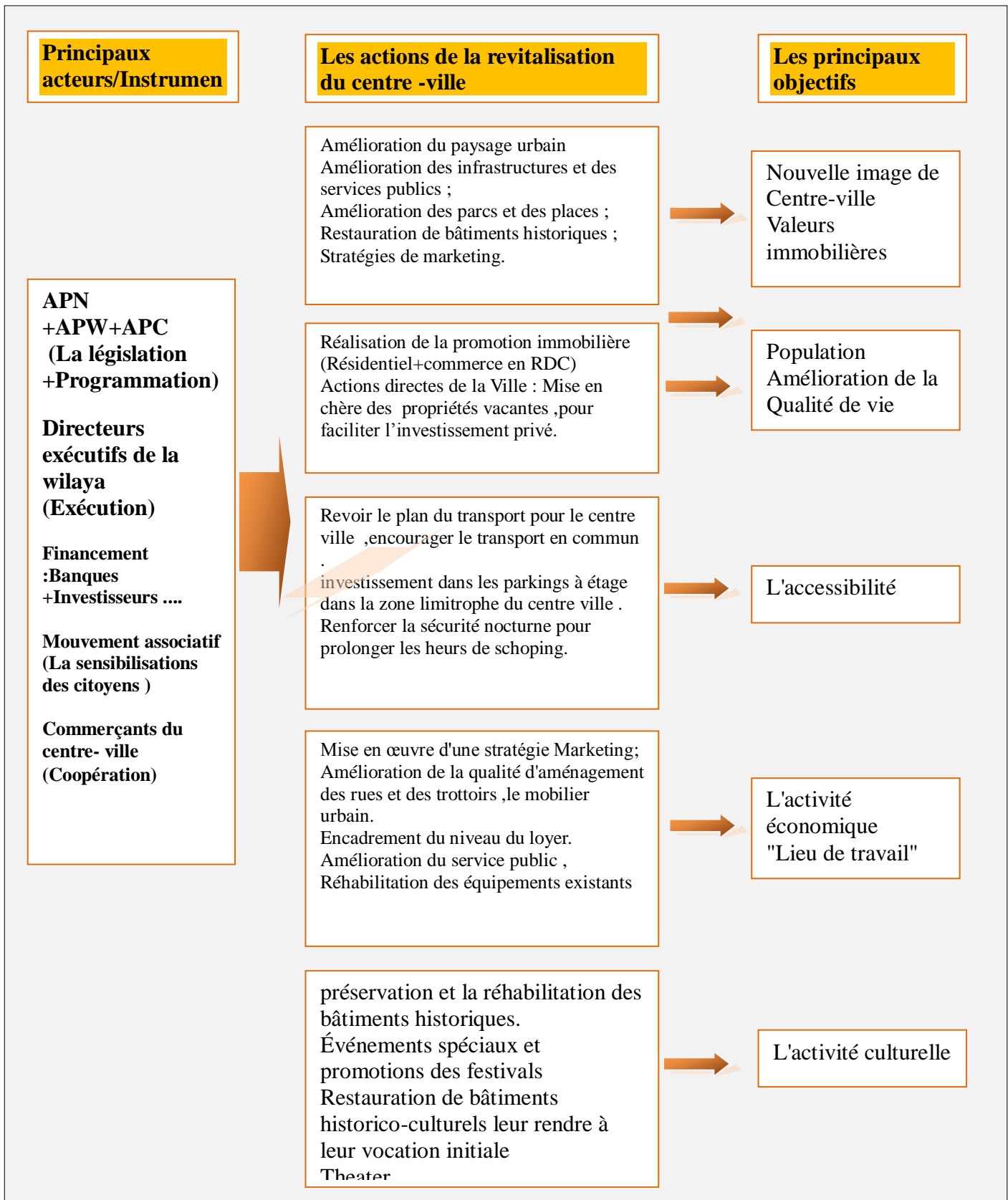


Figure VI.6.Caractéristiques Principales du processus de la revitalisation du centre-ville
Proposés par l'auteur :2023
Source :l'auteur :2023

VI.5. Conclusion :

Les recommandations détaillées présentées dans cette section correspondent aux conclusions tirées de l'évaluation de l'impact des différents facteurs sur le déclin du commerce et son influence sur la centralité urbaine.

Nous avons opté pour une approche combinée entre les calculs des indices quantitatifs , le questionnaire et les entretiens semi directifs adressés aux commerçants et aux usagés du centre ville. Les résultats menés par l'analyse statistique ont révélé D'une part, comment les différents facteurs se conjuguent ils avec la situation de la dévitalisation commerciale au centre ville ,et D'autre part, Le processus de décentralisation n'a pas entraîné la disparition du centre-ville, car celui-ci a su apprendre à coexister avec les éléments marquants de la périphérie. Différentes approches continuent de maintenir la centralité commerciale au centre-ville, que ce soit par la spécialisation commerciale par rue ou par l'amélioration des aménagements et de la décoration., la propriété des établissements commerciaux , et Les participants à l'enquête montrent un attachement particulièrement fort envers les commerçants spécialisés du centre-ville de Sétif, notamment pour certains produits qui évoquent le luxe, le prestige ou l'innovation.

Nous avons essayé de trouver des leviers de revitalisation commerciale qui soient adaptés au contexte Algérien et spécifique à notre zone d'étude qui est le centre historique de Sétif.

En résumé, nos hypothèses initiales se sont avérées exactes. Les commerces ont suivi la population vers les zones périphériques offrant une meilleure accessibilité et des perspectives démographiques et commerciales prometteuses. Cela a entraîné un phénomène de dévitalisation commerciale au sein du centre-ville, avec des taux élevés de vacance commerciale. Cependant, malgré ces défis, le centre-ville conserve sa primauté et résiste en s'adaptant continuellement..

CONCLUSION GENERALE .

1-Conclusion:

Le protocole de recherche adopté, avec plusieurs objectifs fixés, est hybride et nécessite évidemment la combinaison de différentes approches, quantitatives, qualitatives, diachroniques, typologiques, etc.

L'analyse du phénomène de la dévitalisation commerciale du centre historique de la ville de Sétif et son impact sur la dévitalisation commerciale nous conduit donc aux conclusions suivantes:

La mise en place d'une approche visant à revitaliser le centre historique et les quartiers anciens, en intégrant le patrimoine architectural dans une dynamique de projet, constitue un enjeu majeur pour le développement de la ville de Sétif. Néanmoins, l'analyse nous montre que la situation du phénomène de la dévitalisation commerciale au centre ville de Sétif est alarmante, qui se traduit d'une manière objective, par des taux croissants de la vacance commerciale.

Les résultats montrent ainsi que les rues à l'intérieur du centre-ville sont diversement impactées par le phénomène. Il apparaît très clair que les motifs de la situation de la vacance commerciale se diffèrent d'un local à un autre.

Aussi, la résistance d'une grande majorité des locaux commerciaux ouverts à la vacance par l'amélioration d'aménagements intérieurs et extérieurs ainsi que le regroupement par type d'activité. En plus, différents facteurs se conjuguent à la dévitalisation commerciale au centre ville de Sétif. Enfin, une polycentralité émergente dans la ville de Sétif a fait que le centre historique n'est plus l'unique centralité. On assiste même à des rues commerçantes au centre historique de Sétif.

In fine, et comme conclusion à ce travail trois principales idées peuvent être identifiées :

1- Comme de nombreuses villes algériennes, la priorité a été donnée à l'expansion urbaine en dehors du centre-ville, et Sétif ne fait pas exception. L'étalement urbain de la ville se produit principalement en périphérie.

2- La compréhension du phénomène de la dévitalisation commerciale des centres ville.

3- La gestion de l'activité urbaine au sein du centre-ville ne peut être résolue que par la mise en place et l'application stricte d'un Plan d'Occupation des Sols (POS) qui définira en amont toutes les opérations de construction, empêchant ainsi toute spéculation future dans le centre-ville de Sétif. Cela nécessite un accompagnement et une régulation appropriés. Il est crucial d'anticiper les évolutions foncières.

Le commerce joue un rôle essentiel dans la vitalité d'un centre-ville, et les résidents ont des

attentes en termes d'animation commerciale. Cependant, il est essentiel de prioriser l'intervention sur l'environnement urbain. Les centres-villes sont souvent des zones anciennes qui nécessitent des rénovations et des réhabilitations architecturales, ainsi que des aménagements des espaces publics. L'objectif est de les rendre plus agréables, avec davantage de végétation et une accessibilité améliorée. Effectivement, la question de l'accessibilité constitue le deuxième souci soulevé par la population, car il est souvent difficile d'accéder en voiture aux commerces en raison de rues piétonnes, de sens uniques et d'une signalisation peu claire. De plus, il est difficile de trouver des places de stationnement à proximité. Les villes moyennes ont généralement un système de transport en commun peu développé, principalement en raison de son coût élevé d'investissement et de fonctionnement. Cependant, la population demande que cet aspect soit amélioré et que l'offre de transport en commun soit développée. Enfin, il est nécessaire que les centres-villes ne soient pas seulement des lieux de commerce ou d'habitation mais également des lieux festifs et d'urbanité, avec des équipements publics, culturels, sportifs, éducatif, etc.

2. Limites et perspectives de recherche:

Comme tout travail de recherche, le présent s'est heurté à plusieurs difficultés, il s'est arrivé aussi à diverses limites, nous n'avons pas alors la prétention d'avoir présenté des résultats sans faille. Le périmètre de l'étude : ne s'est pas étendu aux quartiers péricentraux.

Le manquement de certaines catégories d'usagers à répondre aux questions lors de la conduite de l'enquête sur les pratiques d'achat. La mise en vente exclusive des données sur le portail du registre du commerce, on a pu payer juste l'accès à des données primaires, il fallait donc inspecter les locaux commerciaux cas par cas pour pouvoir collecter toutes les informations. En termes de métrologie, Une limite méthodologique porte sur le calcul de la centralité urbaine par l'indice d'attractivité par manque de la version originale du logiciel ArcGIS Pro Intelligence, alors qu'il sera plus judicieux d'approfondir davantage les calculs on faisant appliquer d'autres indices ;Multiple Centrality Assessment (MCA), Kernel.

Ces indices sont utilisés dans de nombreux domaines qui traitent de problèmes liés à l'espace, de la géographie à l'épidémiologie, la criminologie, la démographie, l'éthologie, l'hydrologie et l'analyse urbaine, essentiellement une technique visant à créer une Plan lisse de valeurs de densité dans laquelle la densité à chaque emplacement reflète la concentration de points dans la zone environnante. En analyse spatiale, les KDE sont donc une forme de modélisation de surface qui attribue des valeurs à tout endroit entre les points de données observés. Les densités sont évaluées par la méthode Kernel Density et en utilisant une largeur de bande bien

définie en mètres. Quatre mesures de centralité issues de l'AMC sont présentées : betweenness (a), straightness (b), closeness evaluated globally (c), and closeness evaluated locally.

En déduction, il en convient de tirer l'alarme de phénomène de la dévitalisation commerciale au centre ville de Sétif ,objectifé par des taux de vacance très élevés d'une part ,et de la baisse de la population d'une autres part ,il ne suffit pas de proposer les leviers d'actions permettant d'inverser le mouvement observé ,L'enjeu est d'initier un plan global de revitalisation adapté au contexte Algérien qui agit sur le commerce et sur les aménités qui créent les facteurs favorables à l'attraction du centre ville.

les perspectives de recherche à venir suivent, en gros, deux grandes orientations :

1. Une orientation qui consiste à étudier la revitalisation commerciale du centre ville de Sétif , qui aboutira par la confection d'un plan qui devra dessiner à l'intérieur de la commune, les voies et les moyens d'une politique de redynamisation du centre-ville en matière d'habitat ,du commerce , des services ,de mobilité et d'aménagement et cela en coordination avec les différents acteurs de la ville.
2. Une orientation méthodologique, qui porte sur une méthode combinées à une approche architecturale sur l'impact de l'architecture du Park Mall avec ses nouvelles techniques constructives et ses formes architectoniques sur le devenir de l'espace commercial du centre ville
3. Une orientation qui consiste à revitaliser le commerce du centre ville à travers la protection du patrimoine.

Se pose alors un dilemme récurrent difficile à concilier : Faudrait-il agir contre la dévitalisation commerciale par un projet de revitalisation du centre ville de Sétif ,on prenant en compte toutes les études et le théories déjà expérimentés dans le monde occidentale ? Ou, au contraire , laissons le temps au centre ville pour s'établir ,s'évolué non pas à l'espérance des habitants de la ville mais en fonction des projets des investisseurs en façonnant l'espace, créent et dévoilent une tout autre réalité, bien loin de notre patrimoine et de notre identité Algérienne.

BIBLIOGRAPHIE

Livre et Recueils:

- Ascher F. (1995). *Méta polis ou l'avenir des villes*, Odile Jacob, Paris, 1995, 350 p
- André, J.-L. (s. d.). *Au cœur des villes*, Paris, Ed. OdiJe Jacob, 1994, p.21.
- Bastié, J., & Désert, B. (1980). *L'espase urbain* (Masson).
- BEAUD, S., & WEBER, F. (1998). *Guide de l'enquête de terrain*, (La découverte).
- Beaujeu-Garnier, Jacqueline. (1995). *Géographie urbaine*. Paris, Armand Colin.p352
- Bennabi, M. (s. d.). *Vocation de l'Islam* (Editions ANEP, Alger, 2006,).
- BERTRAND, M.-J. (1978). *Pratique de la ville*. Paris : Masson,.
- BERRY B.J.L., *Geography of market centers and retail distribution*, Foundations of economic geography series, London, 1967.
- BOFILL, R., & VERON, N. (s. d.). *L'architecture des villes*, Paris, Odile Jacob, 1995, p. 31.
- BORDREUIL, jean samuel. (1987). *Production de la centralité urbaine* [Sociologie urbaine]. Toulouse 2.
- Bourdeau-Lepage, Huriot, Perreur, (2009). *À la recherche de la centralité perdue*
- Bourdin A, (2003) *Anatomie des nouvelles centralités. Centralités dans la ville en mutation* , CERTU, pp. 283-288, in CERTU,
- Braudel, F. (1979). *Le temps du monde. Civilisation matérielle, économie et capitalisme, XVe-XVIIIe siècle*.
- Camborieux, A. (s. d.). *Sétif et sa Région, Essai de monographie historique, géographique et économique*,.
- Caniggia, G. (1963). *Lettura di una città. Como, Centro studi di storia urbanistica, Rome*, 62 p.
- Capron, G. (s. d.). *LA VILLE PRIVEE : les shopping centers à Buenos Aires. 1*, 471.
- Castels, Manuel. (1972). *La question urbaine*. Paris, Edition F. Maspéro.
- Chaline, C (1990). *Les villes du Monde Arabe*,
- D'Alfonso, E., & Danilo, S. (2002). *L'architecture, les formes et les styles de l'antiquité à nos jours* (Solar, Paris).
- Ferhat, A. (2005). *Nuit Coloniale ليل الاستعمار* (Société nationale de la communication de l'édition et de la publication).
- GENDARME, R. (1959). *L'économie de l'Algérie. Sous-développement et politique de croissance* (A. Colin.).

- Gravier , J -F,1947.Paris ou le désert français .
- GRAWITZ, M. (s. d.). *Méthode des sciences sociales*. (8e Ed.). Dalloz.
- Helmut C. Schulitz, Werner Sobek, Karl J. Habermann ; trad. française... [par Didier Debord]
Construire en acier [Texte imprimé] / Traduction de : Stahlbau Atlas.Lausanne : Presses
polytechniques et universitaires romandes ; [Paris] : [diff. Géodif], 2003.Suisse,408 p
- Labasse. J (1964).L'organisation de l'espace, Eléments de géographie volontaire, Paris,
Hermann, 1966, 606 p
- Leclerc, B. (s. d.). *Les arbres et les indices de centralité et de compacité de P. Parlebas*. 10.
- Mahiou, A. (s. d.). *Où va l'Algérie*, Publié par KARTHALA- IREMAM Editions, 2001 (p262-).
- Malverti X., Picard A. (sous la direction de) 1995. La fabrication des villes. Editions GEVR.
- Matthey, L., Mager, C., & Gaillard, D. (2013). *La centralité de l'espace mobile*. 7.
- Merlin, P., & Choay, F. (s. d.). *Dictionnaire de l'urbanisme et de l'aménagement*, Paris, PUF,
2000,p.118.
- Morand, P. (s. d.). *Londres,1933, p. 136*).
- Morange, M., & Camille, S. (2016). *Morange, Marianne, and Camille Schmoll. Les outils
qualitatifs en géographie : Méthodes et applications*. Armand Colin,.
- Muratori, S. (1959). *Studi per una operante storia di Venezia*, Istituto Poligrafico dello Stato,
Rome, 80 p.
- Perez, H. (s. d.). *FICHE PRATIQUE : Constitution d'un échantillon*. 7.
- Perroux,F.(1958).Théorie générale du progrès économique.
- Poncet ,P., Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés, ssdir. J. LEVY et M.
LUSSAULT, Paris, Belin, 2005, p175.
- Prenant, A. (1953). *Facteurs du peuplement d'une ville de l'Algérie intérieure : Sétif*.
- Rossi, A. (1966). *L'architecture de la ville*, In Folio, Paris, 523 P.
- SAPORTA, G. (2011). Probabilités, analyse des données et statistique. *TECHNIP*, 119.
- Sierra A , Tadié J,2008. La ville face à ses marges
- SIGNOLES, P. (2006). *La Tunisie pionnière et fragile*. In TROIN J.-F.(dir.). *Le Grand
Maghreb*. Paris : Armand Colin, 383 p. : 181-210.
- Souiah, Sid-Ahmed. (2005)Villes arabes en mouvement .
- State, A. M. (s. d.). *La qualite de la vie urbaine. Les indicateurs de la qualite
environnementale urbaine*. 26.
- STOZ,B, (2015),*Aménagements Commerciaux .Comment se différencier pour réussir*
?,EDITION professionnelle Edi.Pro,Belgique,.

Thèse de doctorat en sciences:

- Abbaoui, M. (2011). *la harat et la cite numerique de la ville de setif une contribution pour une demarche et un habitat groupe ecologiques* [pour l'obtention du diplôme de doctorat es sciences en architecture]. universite ferhat abbas setif institut d'architecture et des sciences de la terre departement d'architecture.
- Benidir, F. (2007). *URBANISME ET PLANIFICATION URBAINE Le cas de Constantine* [Doctorat]. UNIVERSITE MENTOURI –CONSTANTINE.
- Boudisseau, G. (2001). *Espaces commerciaux, centralités et logiques d'acteurs à Beyrouth : Les cas de Hamra et de Verdun. Thèse de Doctorat, Géographie, Université de Tours, 725 p.*
- Bordreuil J.S ,(1985) .La production de la centralité urbaine. Toulouse 2 . Thèse de doctorat en Sociologie .Soutenue en 1985.
- Bouhali, A. (2016). *Fabriquer des centralités marchandes dans le monde arabe : Étude comparée de deux quartiers-marchés du commerce transnational au Caire et à Oran, Thèse de doctorat, géographie et aménagement, Université Toulouse le Mirail-Toulouse II. DOI : 10.4000/emam.1530.*
- Bouzahzah, F. (2015). *dynamique urbaine et nouvelle centralite cas de biskra -algerie-* [doctorat es sciences option: aménagement du territoire]. universite des freres mentouri - constantine faculte des sciences de la terre, de la geographie et de l'aménagement du territoire departement d'aménagement du territoire.
- Chorfi, K. (2019). *Le fait urbain en Algérie, de l'urbanisme d'extension à l'urbanisme de maitrise. L'urbanisme en discussion. Cas de Sétif -Algérie1962-2014* [Thèse en vue de l'obtention du Doctorat en sciences architecture].
- Kebiche, A. (2010). *Etalement urbain et mobilité dans l'aire urbaine de Sétif* [These doctorat]. Mentouri Constantine.
- Lakehal, A. (2013). *La fabrication plurielle de centralités dans la périphérie de Constantine (Algérie) : Le cas de la Ville nouvelle Ali Mendjeli, Thèse de doctorat, Université François Rabelais, Tours. DOI : 10.4000/emam.566.*
- Lebrun, L. (2002). *Centralités urbaines et concentrations de commerces* [Thèse de doctorat en géographie-aménagement]. Reims, Champagne-Ardenne.
- Madani Said ,*Mutations urbaines récentes des villes intermédiaires en Algérie: Cas de Sétif* , [These doctorat] en Architecture, Université FERHAT Abbas de Sétif ,Institut d'architecture et des sciences de la Terre,Département d'architecture p. 254.

- Macario, M. (2012). *L'aménagement des centres-villes : La mobilité, vecteur et acteur de la centralité urbaine* [Doctorat]. UNIVERSITE PAUL CEZANNE AIX MARSEILLE III ECOLE DOCTORALE DE SCIENCES JURIDIQUES ET POLITIQUES.
- Park, S.-U. (2013). *CENTRALITE PERIPHERIQUE ET CENTRE COMMERCIAL : PARIS-SEOUL, ETUDE COMPAREE* [Doctorat en Aménagement de l'espace, l'Urbanisme]. UNIVERSITE PARIS OUEST – NANTERRE LA DEFENSE UFR ECOLE DOCTORALE ECONOMIE, ORGANISATION, SOCIETE.
- Samai-Bouadjadja, A. (2016). *Historiographie de l'architecture moderne à Sétif (Algérie), (1930-1962), Actions de modernisation et pluralité d'expressions* [Doctorat en Sciences]. Université Ferhat Abbas Sétif -1-Institut d'Architecture et des Sciences de la Terre Département d'Architecture.
- Trache, S.-M. (2011). *Mobilités résidentielles et périurbanisation dans l'agglomération Oranaise, Thèse de doctorat, Université d'Oran.*

Thèse de Magistère:

- Bitam, A. (2011). *Le centre de constantine entre bazarisation et patrimonialisation, gentrification est une solution?* [en vue de l'obtention du diplôme de magister en urbanisme option : villes et projet urbain.]. universite mentouri constantine faculte des sciences de la terre, de geographie et de l'amenagement du territoire departement d'architecture et d'urbanisme.
- Bounechada, N. (2002). *Dynamique commerciale au niveau de la Zhun de la ville de Setif vers une nouvelle centralité en périphérie* [Magister, Constantine]. https://bu.umc.edu.dz/md/index.php?lvl=notice_display&id=2145
- Rahal, K. (2012). *Reconstruire la ville sur la ville. Stratégies des acteurs privés dans les tissus coloniaux. Cas d'étude : Ville d'Annaba, Mémoire de Magister, Département d'Architecture, Université Badji Mokhtar – Annaba, Algérie.*

Mémoires de fin d'étude :

- Augustin.M,(2014) ,*Nouvelles ruralités et étalement urbain : stratégies de développement de revitalisation des centres bourgs ruraux où comment cerner le phénomène d'étalement ?*. Sciences de l'Homme et Société. 2014. ffdumas-01112666f
- DUVAL .D,(2012) ,*Régénération et réhabilitation urbaine des centres historiques arabo-musulman. le cas de tripoli (libye) .Université du QUEBEC à MONTREAL mémoire en géographie .*

- Gohier, M. (2009). *Comment identifier les centralités urbaines et quelles relations entretiennent-elles entre elles ?* Mémoire, Université Paris-Est Marne la Vallée, 40pp.
[En ligne] :<http://www.scribd.com/doc/31938687/memoire-sur-Ies-centralitesurbaines>.
- Gottfried, C. (s. d.). *Derrière le rideau baissé Les politiques publiques de revitalisation des villes intermédiaires : Pansement sur une tumeur ?* [Mémoire de fin d'études Master « Aménagement, Villes, Territoires » Conservatoire national des Arts et Métiers (Cnam de Paris) Année universitaire 2018-2019].
- Louail, A. (s. d.). *La multifonctionnalité de la trame verte de la ville de Sétif; Analyse des politiques publiques locales* [Pour l'obtention du diplôme de Magistère en Biologie Spécialité: Ecologie urbaine]. Sétif.
- Poupard, M. (s. d.). *Face à la dévitalisation commerciale des centres-villes de ville moyennes : Quels sont les outils collectivités pour lutter contre la vacance ?* [Mémoire de fin d'étude Année universitaire 2016-2017]. Université Grenoble Alpes Institut d'Urbanisme de Grenoble.

Articles format papier:

- Abbaoui, M., & Djemili, A. (2008). Les mixités sociale, urbaine et de l'activité : Le cas de la harat de Sétif. *Pour*, 199, 29-40.
- Ascher., F. (s. d.). *En finir avec la notion de centralité ?* In *Centralités dans la ville en mutation, CERTU, coll : Aménagement et urbanisme, N° 39, septembre 2003, pp22-29*.
- Aymonino, C. (1966). *La città di Padova. Saggio di analisi urbana, Officina, Roma, 524 p.*
- BASSAND, M., COMPAGNON, A., JOYE, D., STEIN, V., & GÜLLER, P. (2001). *Vivre et créer l'espace public. Lausanne : Presses Polytechniques et Universitaires Romandes, 232 p.*
- Battaglia, F., Borruso, G., & Porceddu, A. (2010). Real Estate Values, Urban Centrality, Economic Activities. A GIS Analysis on the City of Swindon (UK). In D. Taniar, O. Gervasi, B. Murgante, E. Pardede, & B. O. Apduhan (Éds.), *Computational Science and Its Applications – ICCSA 2010* (Vol. 6016, p. 1-16). Springer Berlin Heidelberg.
https://doi.org/10.1007/978-3-642-12156-2_1
- Beaud, S. (1996). L'usage de l'entretien en sciences sociales. Plaidoyer pour l' « entretien ethnographique. *Politix,Revue des sciences sociales du politique*, 226-257.
- Belguidoum, S. (1995). *Recompositions sociales et nouvelles formes urbaines : La*

- réappropriation du champ urbain à Sétif (Algérie). In *Les quartiers de la ségrégation, Tiers-monde ou Quart-monde? Vol. Collection "Hommes et Sociétés"* (Karthala, p. 293-307).
- Belguidoum, S., & Millet, D. (1985). *Détournements et retournements des modèles urbains et architecturaux à Sétif*», Paris, L'Harmattan, pp. 228-247.: Vol. *Politiques et pratiques urbaines dans les pays en voie de développement*,. N. Haumont et A. Marie.
- Benlakhlef, B., & Bergel, P. (2013). « *Les "nouveaux riches" du commerce mondialisé et leur rôle dans la transformation urbaine. Le cas de Sidi Mabrouk (Constantine, Algérie)* », *Les Annales de la Recherche Urbaine*, Vol.108, No.1, Centre de Recherche d'Urbanisme, 68-81. DOI : 10.3406/aru.2013.3208.
- Bergel, P., & Kerdoud, N. (2010). Nouveaux lieux du commerce et transformation des pratiques de consommation dans les villes algériennes. Étude de cas à El Eulma et Onama/El-Ghazi (Constantine). *Environnement, Aménagement, Société*, 217, 75-89.
- Bolay, J.-C., & Rabinovich Behrend, A. (2003). Villes intermédiaires en Amérique latine. Risques et potentiels pour un développement urbain cohérent. *Villes moyennes et mondialisation. Renouveau de l'analyse et des stratégies*, 200-2015.
- Bondue, J.-P. (2000). *Le commerce dans la géographie humaine. Annales de Géographie*, n° 611, 94-102.
- Bonneville ,M et Bourdin ,V, *Planification urbaine et développement commercial : De la réglementation à la concertation* , *Les Annales de la Recherche Urbaine* , Echanges / Surfaces Année 1998 78 pp. 12-19
- Bourgin, H. (s. d.). *La méthode historique appliquée aux sciences sociales, 1901. In : Revue d'histoire moderne et contemporaine, tome 3 N°6, 1901. Pp. 661-666; https://www.persee.fr/doc/rhmc_0996-2743_1901_num_3_6_4709_t1_0661_0000_3.*
- Brouard--Sala, Q. (2016). *Las políticas de revitalización de las villas y pequeñas ciudades de Normandía* », Ruiz Pulpon ASerrano de la Cruz Santos-Olmo M. A., Plaza Tabasco J., 2016, Treinta años de Política Agraria Común en España. Agricultura y multifuncionalidad en el contexto de la nueva ruralidad, Ciudad Rea. *Asociación de Geógrafos Españoles (Grupo de Geografía Rural)*, .523-536.
- Carrière, J.-P. (2008). Les villes intermédiaires européennes et l'Europe polycentrique ? *Annales des Mines - Réalités industrielles*, 2008/1, 18-25.
- CHEMSA-ZEMMOURI, M., DEHERDE, A., & ZAGHLACHE, H. (2008). VISION SEMIOLOGIQUE DE L'ESPACE PUBLIC: CAS DE LA RUE DU 8 MAI 1945 A

- SETIF. *Sciences & Technologie D*, 28, 77-83.
- Chouraqui, J., & Guéraud, G. (2020). Définir et classer les villes moyennes françaises. Les enseignements de l'articulation des approches géographique et sociologique dans l'analyse du déclin urbain. *Population, temps, territoires, Collège international des sciences territoriales*, 2250-2253.
- Cicille, P., & Rozenblat, C. (2003). LES VILLES EUROPÉENNES ANALYSE COMPARATIVE. *UMR ESPACE CNRS 6012 - Université Montpellier III*, 94.
- Delage, M., Baudet-Michel, S. I, Fol, S., Buhnik, S., Commenges, H., & Vallée, J. (2020). Retail decline in France's small and medium-sized cities over four decades. Evidences from a multi-level analysis. *Cities*, 104, 104.
- Dépelteau, F. (2000). *La démarche d'une recherche en sciences humaines* (ere edition). Presses de l'Université Laval.
- Desse R-P,(2000) .*LES DETERMINANTS ET LES MODES DE MOBILITE DES CONSOMMATEURS Bulletin de la Société géographique de Liège*, 39, 2000/2, 65-78
65
- Devilliers, C. (2010). « *Qu'est-ce que J'urbanisme ?* », *Revue urbanisme*, 2010, n0372, p.63.
- Draps, M. (s. d.). *Le commerce dans les villes moyennes : Entre déclin et renouveau, quels leviers pour engager une revitalisation commerciale?* 88.
- Dumont, G-F. (2010). Déclin ou renouveau des centres-villes? *La france en ville, geographie*, 269-276.
- DUVAL, D. (s. d.). *RÉGÉNÉRATION ET RÉHABILITATION URBAINE DES CENTRES HISTORIQUES ARABO-MUSULMAN. LE CAS DE TRIPOLI (LIBYE)* [LA MAITRISE EN GÉOGRAPHIE].
- Edouard, J.-C. (2019). L'attrait des petites villes, une chance pour redynamiser leur centralité ? Réflexions à partir du cas des petites villes auvergnates. *Belgeo – Revue belge de géographie*. <https://doi.org/10.4000/belgeo.34295>
- Fafa, R. (s. d.). LA MUTATION DES ESPACES PUBLICS TRAVERSÉS PAR LE TRAMWAY D'ORAN (ALGÉRIE). *Les Cahiers du Développement Urbain Durable*, 67-83.
- FOURNIER, J.-J. (2003). *Les Villes nouvelles et la centralité trente ans après*. In *CERTU, Centralités dans la ville en mutation. Quelles perspectives d'action pour les pouvoirs publics ? Paris : Ministère de l'Equipement*, 214 p. : 44-49.
- Gabert, J., Ily, J.-M., & Jeune, T. (s. d.). Calcul de la taille d'un échantillon pour une enquête.

- In *Fiches techniques et méthodologiques* (p. 713-716). Gret.
- Gaschet ,F et Lacour,C ,(2002),Métropolisation, centre et centralité Dans Revue d'Économie Régionale & Urbaine 2002/1 (février), pages 49 à 72
- Gherbi M, Belabed B -Sahraoui & paul boino ,décembre (2016).
- l'impact des importateurs de l'informel sur la ville d'el eulma, a travers le cas de la place marchande "doubai" sciences & technologie d - n°44, pp.29-43 © université des frères Mentouri constantine 1, Algérie,*
- Gigot, M. (2018). Des effets paradoxaux de l'action publique patrimoniale : Entre valorisation des spécificités urbaines et standardisation des espaces centraux historiques ». *Norois*, 7-20.
- Giusti, C., & Maraschin, C. (2017). *Downtown revitalization and urban space : A case study in downtown Bryan, Texas. N°60 Part A*, 50-63.
- GOH SCE, Y. (2011). THE QUALITY OF LIFE IN CITY CENTRE FOR REVITALISATION (CASE STUDY: JOHOR BAHRU CITY CENTRE). *Faculty of Geoinformation and Real Estate Universiti Teknologi Malaysia*.
<http://eprints.utm.my/id/eprint/28407/5/GohSceYuanMFKSG2011.pdf>
- Grimmeau, J.-P., & Wayens, B. (2017). Les causes de la disparition des petits commerces (1945-2015). *Courrier hebdomadaire du CRISP*, 2301-2302, 5-114.
- Hima, A., Tacherift, A., & Abdellaoui, A. (2018). Le dysfonctionnement socio-spatial des grands ensembles en Algérie : Technique de l'analyse wayfinding par méthode "movement traces" et l'analyse morphologique (syntaxe spatiale) par logiciel "depthmap". *urbe. Revista Brasileira de Gestão Urbana*, 10(2), 268-288.
<https://doi.org/10.1590/2175-3369.010.002.ao12>
- Kangas, L. (2019). algeria : Africa's tramway leader. *the international light Rail Magazine, TRAMWAYS&URBAN TRANSIT*(983).
- Kebiche, A. (s. d.). *LE TRAMWAY DE SETIF : UNE OPPORTUNITE D'ARTICULER URBANISME ET MOBILITE POUR UN « PROJET DE VILLE »*. *Cahiers Géographiques de l'Ouest*, n°12-13,2017 p75-95
- Kerdoud, N. (2016). « Du commerce étatique au commerce mondialisé : Les » Dubaï" et les" bazars" dans le Constantinois, révélateurs de changements en Algérie", in : Desse R.-P., Lestrade S. (dir.), *Mutations de l'espace marchand*, 337-354.

- Ki-Dong, S. (2008). Growth of Large-format retailing and changing characteristics of retail districts of urban center., *r, University of Seoul*, 1-3.
- labasse, J. (s. d.). *Revue d'urbanisme*, N°120-121, 1970, p.8.
- Lamri, R., & Ghenouchi, A. (2018). ROUTE/AUTOROUTE ET DYNAMIQUE COMMERCIALE DE LA VILLE : QUEL RAPPORT ?«Cas de la ville de Chelghoum Laïd ». *Sciences&TechnologieD*, 47, 137-144.
- Lemarchand, N. (2008). *Géographie du commerce et de la consommation : Les territoires du commerce distractif. Habilitation à Diriger des Recherches, Géographie, Université Paris IV-Sorbonne*, 220 p.
- Lemarchand, N. (2011). Nouvelles approches, nouveaux sujets en géographie du commerce : Une géographie renouvelée par l'analyse culturelle. *Géographie et cultures*, 77, 9-24.
<https://doi.org/10.4000/gc.703>
- Lise, B.-L., HURIOT, J.-M., & PERREUR, J. (2008). *A la recherche de la centralité perdue* In search of lost centrality*. 19.
- Livian, Y. (2015). *INITIATION A LA METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE EN SHS : réussir son mémoire ou thèse*. Centre Magellan - Université Jean Moulin - Lyon 3.
<https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01102083>
- Ma, F., Ren, F., Yuen, K., Guo, Y., Zhao, C., & Guo, D. (2019). The Spatial Coupling Effect between Urban Public Transport and Commercial Complexes : A Network Centrality Perspective. *Sustainable Cities and Society*, 50.
<http://www.sciencedirect.com/science/journal/22106707?sdc=2>
- Madani S., (2017), "*Le Tramway de Sétif : Projet Urbain Ou Simple Projet De Transport?*", *Cahiers Géographiques de l'Ouest*, n°12-13 <http://www.univ-oran2.dz/VRPG2/laboratoires/egat/index.php/fr/publications/la-revue/dernier-numero>
- Malverti X. 1994. *Les officiers du Génie et le dessin de villes en Algérie (1830-1870)*. *In revue du monde musulman et de la Méditerranée*, N°73-74, pp 229-244.
- Marchal, H., & Stébé, J.-M. (2013). *Repenser la centralité : L'exemple d'une ville moyenne française*. *Sociologie et sociétés*, 45(2), 111–128. <https://doi.org/10.7202/1023175ar>.
- Merenne, S. B. (2003). *Géographie des services et des commerces*. Rennes : Presses Universitaires de Rennes, 239 p.
- Mermier, F. (2005). *Souk et citadinité dans le monde arabe* Franck Mermier p. 81-99 © *Institut de recherche sur le Maghreb contemporain*, 2005
<http://www.openedition.org/6540>.

- Metton, A. (1998). Espoirs et amertumes du commerce des centres-villes. *Les Annales de la recherche urbaine*, 78(1), 46-54. <https://doi.org/10.3406/aru.1998.2156>
- Metton A., *Les localisation commerciales centrales: bilan et perspectives pour les villes française*, *Revue Belge de géographie*, Bruxelles, 1997.
- Mezoued, Aniss. M. (2010). *Alger : Du centre confisqué à l'éclatement des centralisés* Article in *Développement Durable et Territoires* · September 2010. : <https://www.researchgate.net/publication/333666720>
- Millward, H. (1999). A tale of two CBDs II: The internal retail dynamics of downtown Halifax and downtown Kitchener. *Canadian Journal of Urban Research*, 8-1999, 1-27.
- Miroud, H. (2020). La centralité commerciale au centre ville de sétif. *Sciences et technologie*, 52, 25-42.
- Monnet, J. (2000). « *Les dimensions symboliques de la centralité* », *Cahiers de géographie du Québec*, vol. 44, n° 123, p. 399-418.
- Nadou, F. (2010). La notion de " villes intermédiaires ", une approche différenciée du rôle des villes moyennes : Entre structuration territoriale et spécificités socio-économiques. *Cités, Territoires, Environnement et Sociétés*. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00596204>
- Ounas, F., & Boudrama, M. (2021). Le développement durable dans la wilaya de Sétif: Quelle stratégie ? Sustainable development in the wilaya of Sétif: What strategy? *Revue des Sciences Humaines Volume: 21/ N°: 02 (2021), p 1480-1411*.
- RAHMANI, A., & NACEUR, F. (2013). MOUVEMENT PEDESTRE ET MODALITES SENSORIELLES AU CENTRE VILLE DE SETIF. *Courrier du Savoir – N°15*, pp.105-113.
- Rougé, L. (s. d.). « *Mobilités et modes de vie dans les espaces faiblement denses du périurbain toulousain : Entre recomposition des clivages socio-spatiaux et formes d'autonomisation* », in M. Dumont et E. Hellier (dir.), *Les nouvelles périphéries urbaines*, Rennes, PUR, p. 25-38.
- Ryan, J., & Pereira, R. H. M. (2021). What are we missing when we measure accessibility? Comparing calculated and self-reported accounts among older people. *Journal of Transport Geography*, 93, 103086. <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2021.103086>

- SAIDI, T. (s. d.). CENTRALITÉ ET SYMBOLIQUE DANS LES QUARTIERS INFORMELS CAS DE CONSTANTINE – BATNA – GUELMA. *Sciences & Technologie D – N°29, Juin (2009), pp. 55-60.*
- Santamaria, F. (2012). Les villes moyennes françaises et leur rôle en matière d'aménagement du territoire : Vers de nouvelles perspectives ? *Norois*, 223, 13-30.
<https://doi.org/10.4000/norois.4180>
- Schulitz, H. C., Sobek, W., & Habermann, K. J. (2003). *Construire en acier*. Lausanne : Presses polytechniques et universitaires romandes.
<http://ark.bnf.fr/ark:/12148/cb390307841>.
- SIGNOLES, P. (1988). « Place des médinas dans le fonctionnement et l'aménagement des villes au Maghreb », in *Éléments sur les centres-villes dans le monde arabes, fasc. rech. 19, Tour, Urbama, p.231-273.*
- Simard, M., & Mercier, G. (2011). GÉOGRAPHIE URBAINE Villes, urbanisation et systèmes urbains. *GÉOGRAPHIE URBAINE, N°50, 5^{eme} édition.*
- Souiah, S.-A. (s. d.). *Villes arabes en mouvement, Cahier n° 18 du GREMANO, Paris, L'Harmattan, 2005, p.7.*
- Thomas, C. J., & Bromley, R. D. F. (2002). The Changing Competitive Relationship between Small Town Centres and Out-of-town Retailing : Town Revival in South Wales. *Urban Studies*, 39(4), 791-817. <https://doi.org/10.1080/00420980220119570>
- Wolf, J., Batista, P., & Marques, J. L. (2020). Processos de transformação urbana : Uma tipificação baseada na urbanidade, na centralidade e na evolução da população dos territórios. *CIDADES, Comunidades e Territórios, 41.*
<https://doi.org/10.15847/cct.20554> (S. d.).

Articles en ligne :

- Alonso-Provencio M, et Da Cunha, A « *Qualification de l'espace public, commerce et urbanisme durable : notes sur le cas lausannois* », *Revue Géographique de l'Est* [En ligne], vol. 53 / 3-4 | 2013, mis en ligne le 05 juillet 2014, consulté le 21 novembre 2022. URL : <http://journals.openedition.org/rge/5070> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/rge.5070>
- Abbaoui, M., & Djemili, A. (s. d.). « *La harat souika.* », *EspacesTemps.net* [En ligne], Objets, 2009 | Mis en ligne le 6 juillet 2009, consulté le 06.07.2009. URL : <https://www.espacestemp.net/articles/la-harat-souika/> ;
- BAUDET-MICHEL, S. & al. (2019). *La rétraction des services et commerces dans les villes*

- petites et moyennes : Modalités et logiques à l'échelle interurbaine*. Rapport auprès du CGET et de la CDC. https://www.researchgate.net/profile/Benoit-Conti/publication/341976922_
- Benjamin ,P, Padeiro ,M & Aguiléra,A. "Paris sera toujours paris : Réflexions sur la centralité dans la métropole francilienne", *Métropoles* [Online], 14 | 2014, Online since 24 June 2014, connection on 03 January 2023. URL: <http://journals.openedition.org/metropoles/4923>; DOI: <https://doi.org/10.4000/metropoles.4923>
- Boudinar, A., & Belguidoum, S. (2015). « *Dynamique marchande et renouveau urbain à Oran. Médina J'dida et Choupot, deux quartiers du commerce transnational* », *Les Cahiers d'EMAM [En ligne]*, article No.26, 04 septembre 2016. URL : <http://emam.revues.org/1027>.
- Bourdeau-Lapage, L. (2009). « *À la recherche de la centralité perdue* », *Revue d'économie Régionale et d'Urbanisme*, 2009, n03, pp.549-572. [En ligne] : <Http://www.cairn.info/revue-deconomie-regionale-et-urbaine-2009-3-page-549.htm>. P.
- BOURDIN, A. (1979). « Restauration/Réhabilitation : L'ordre symbolique de l'espace néobourgeois". *Espaces et sociétés*, 15-35.
- Fenchouch, A.-E., & Tamine, R. (s. d.). « *Dynamiques marchandes et nouvelles centralités dans une ville portuaire algérienne : Skikda* », *Cybergeo : European Journal of Geography [En ligne]*, Espace, Société, Territoire, document 908, URL : <http://journals.openedition.org/cybergeo/32536> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/cybergeo.32536>.
- Hani, M. (2009). « *Chaînage des déplacements et pratiques d'achats des familles* », *Géocarrefour*, [En ligne], article No.84, 12 mai 2017. URL : <http://geocarrefour.revues.org/7261> DOI : 10.4000/geocarrefour.7261.
- Kebir, B., & Zeghiche, A. (s. d.). « *Le renouvellement de la ville algérienne par la démolition-reconstruction du vieux bâti. De la sanction à la recherche de légitimité, Cas de la ville d'Annaba* », *Cybergeo : European Journal of Geography [En ligne]*, Aménagement, Urbanisme, document 697, URL : <http://journals.openedition.org/cybergeo/26597> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/cybergeo.26597>.
- Kerdoud, N. (s. d.). « *De la villa-immeuble au bazar. Sidi Mabrouk (Constantine)*,

l'émergence d'un quartier commercial », *Les Cahiers d'EMAM [En ligne]*, 26 | 2015, mis en ligne le 15 juillet 2015, consulté le 15 août 2022. URL : <http://journals.openedition.org/emam/961> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/emam.961>.

SMAILI ,N et KOULLI, (2018) Problématique De L'économie Informelle Et Développement En Algérie:, Cas De La Wilaya De Tizi-Ouzou , Décembre 2018 DOI: 10.54241/2065-000-002-012Project:économieinformelle.
<https://www.researchgate.net/>

Congrès ,Colloque et séminaires :

Belguidoum, S. (2011). *Le dynamisme des nouvelles places marchandes de l'Est algérien : Reconfiguration urbaine et nouvelles donnes sociales*", congrès « Entre le licite et l'illicite : Migrations, travail, marchés » [en ligne], 04 septembre 2016. URL : <https://hal.archives-ouvertes.fr/halshs-00936444/document>.

Choay, F. (1998). *Quelques réflexions au sujet de la réhabilitation des Centres Historiques, séminaire Quito,*.

Diafat, A., Tacherift, A., & Madani, S. (s. d.). *From a crossroad to a gateway city:case of Sétif and its connections,Algeria*. International conference green urbanism G.U.2016.

Fentress, E. W. B. (s. d.). *The Economy of an Inland City : Sétif*. In : *L'Afrique dans l'Occident romain (Ier siècle av. J.-C. - IVe siècle ap. J.-C.) Actes du colloque de Rome (3-5 décembre 1987) Rome : École Française de Rome, 1990. Pp. 117-128. (Publications de l'École française de Rome, 134);*
https://www.persee.fr/doc/efr_0000-0000_1990_act_134_1_3870

Guilleux ,c,(2016).*Adaptation du commerce aux dynamiques urbaines : regards croisés Sud-Nord Trade adaptation and urban dynamics: comparative North-South approaches* Publié le lundi 26 octobre 2015 ,Appel à la communication <https://calenda.org/>

Rahal, K., & Boukhemis, K. (2013). « *Le renouvellement du tissu urbain colonial. Décryptage des systèmes d'acteurs privés et leurs stratégies déployées. Cas de la ville d'Annaba (Algérie)* », *Colloque Villes, pouvoirs et modes de gouvernement urbain en Tunisie et au Maghreb, 17-18 avril 2013, Unité de Recherche ECONURBA, Faculté des Sciences Humaines et Sociales, Université de Tunis, Tunisie.*

Sites web :

APS Onligne. (2022, mai 8). *Massacres du 8 mai 1945 : Un crime contre l'humanité toujours impuni*". <https://www.aps.dz/algerie>

- Benaiche, K. (2006, octobre 1). Les harat de Sétif, un patrimoine en péril. *El Watan*.
<https://setif.info/article1446.html>
- BOUCHAREB, a. (s. d.). « *La patrimonialisation* », *PRO URB*, *Le Blog d'Abdelouahab BOUCHAREB*, 26 septembre 2010, site : <Http://pro-urb.over-blog.fr/article-lapatrimonialisation-57778127.html>.
- EMA ,Entreprise Métro d'Alger. (2018). *La capitale des hauts plateaux modernise son transport*. <http://www.metroalger-dz.com/>.
- KEBICHE, A. (2008, mai 11). Tramway de Sétif: Un rêve en rail pourra se réaliser. *Le Sétifois*. <https://setif.info/article2567.html>
- MEZOUED, Aniss. M. (2017). Des projets de tramway sans projets de villes. *HuffPost Algérie*. <https://blogs.mediapart.fr/>
- Office national des statistiques. (2021). Statistique 2021. <https://www.ons.dz/>
- Penser la vacance commerciale, avant et après le Covid-19..., REPAIR VILLE et COMMERCE Pour garder le lien avec la ville et le commerce ,L'institut pour la ville et le commerce .Bimensuel – 20 avril 2020 – #3.
<http://veille-md.din.developpement-durable.gouv.fr/>
- RAPPORT DE SITUATION SUR L'EPIDEMIE DU COVID-19 en Algérie.
<https://www.afro.who.int/> 08 aout 2020

Législations Algériennes :

- Décret exécutif N°10.20 du 12 janvier 2010 portant organisation, composition et fonctionnement du CALPIREF.* (s. d.).
- Décret exécutif N°12.111 du 6 mars 2012, fixant les conditions et les modalités d'implantation et d'organisation des espaces commerciaux et d'exercice de certaines activités.* (J.O. n° 15/2012). (s. d.).
- Loi 90-25 du 18 novembre 1990 modifiée et complétée, portant orientation foncière, J.O n° 49 du 18 novembre 1990.* (s. d.).
- Loi 90-29 du 1er décembre 1990 modifiée et complétée, relative à l'aménagement et l'urbanisme, J.O n° 52 du 2 décembre 1990.* (s. d.).
- Loi n° 04-05 du 14 août 2004 modifiant et complétant la loi n° 90-29 du 1er décembre 1990 relative à l'aménagement et l'urbanisme.* (s. d.).
- Loi n° 06 – 06 du 20 février 2006 portant Loi d'orientation de la ville, J.O n° 15 du 12 mars 2006.* (s. d.).
- Loi N° 90-29 du 01 Décembre 1990 modifiée et complétée relative à l'aménagement et l'*

urbanisme. (s. d.).

Loi n°04-08 du 14 août 2004 relative aux conditions d'exercice des activités commerciales (JO N°52 du 18 août 2004, P4). (s. d.).

Loi N°16-09 du 03 août 2016 relative au développement de l'investissement. (s. d.).

Loi N°98-04 du 15 juin 1998 relative à la protection du patrimoine culturel. (s. d.).

Ordonnance N° 08-04 01 septembre 2008 fixant les conditions et les modalités de concession des terrains relevant du domaine privé de l'Etat destinés à la réalisation des projets d'investissements. (s. d.).

Ordonnance n° 95-06 du 23 chaâbane 1415 correspondant au 25 janvier 1995 relative à la concurrence. (s. d.).

Autres Documents :

Agence national de la cohésion du territoire. (2020). *LA VACANCE DE LOCAUX COMMERCIAUX DANS LES VILLES MOYENNES FRANÇAISES La définir, la mesurer, la qualifier pour mieux la combattre.*

AIT ABDERRAHMANE, A. (2012). *DISPOSITIONS LEGISLATIVES ET REGLEMENTAIRES DANS LE SECTEUR DE LA DISTRIBUTION ET DE LA GESTION DES CENTRES COMMERCIAUX.* www.mincommerce.gov.dz

Baudet-Michel, S., Fol, S. F., & QuévaFol, C. (2018). *Comprendre et comparer la dévitalisation des commerces et services dans les villes moyennes Une revue de la littérature internationale.*

DIAFAT A. Problématique de sauvegarde des "Harats": Habitat traditionnel en rénovation à Sétif – Algérie. Laboratoire PUVIT, Université F. A. de Sétif ,2006

Direction générale des impôts. (s. d.). *Termes de references relatifs aux transactions d'immeubles Individuelles – Semi collectifs – Collectifs et terrains Période biennale 2021 – 2022 Wilaya de SETIF.* <https://www.mfdgi.gov.dz/referentiels>.

DPSB, la direction de la programmation et du suivi budgétaire. (2021). *Annuaire statistique de la wilaya de Sétif 2021.*

Duhamel, É., & Molinoz, P. (2021). *LES AVIS DU CESE :Mission commerce saisine gouvernementale.*

Inspecteur de la direction du transport Sétif. (2021, juin). *La déclaration de l'inspecteur de la direction du transport* [Communication personnelle].

Ministère de l'Éducation nationale, de la Jeunesse et des Sports. (2020). *Quelques éléments concernant les techniques d'entretiens.*

- ONS :l'Office National des Statistiques. (s. d.). *RGPH 2020 (Recensement Général de la Population et de l'Habitat)*.
- Pinon, P. (1991). *Pinon P., 1991, Lire et comprendre l'espace public, Ministère de l'Équipement, du Logement et des Transports, Direction de l'Architecture et de l'Urbanisme, Service Technique de l'Urbanisme, Paris, 80 p.*
- Prudhomme, C. (2016, octobre 20). *Le déclin commercial des centres-villes s'aggrave.*
<https://www.lemonde.fr/>
- Shin Ki-Dong, Growth of Large-format retailing and changing characteristics of retail districts of urban center, University of Seoul, Séoul, 2008, pp. 1-3.
- ZAALANE, A. (Réalisateur). (2018, janvier 31). *Le tramway de Sétif sera opérationnel le 8 Mai prochain, .* <https://www.radioalgerie.dz/>

ANNEXES

Grille d'entretien avec les commerçants du centre ville de Sétif.					
la période de l'enquête :Avril 2021.					
Partie 1-Le questionnaire :Entretien Directif					
1-1	-Questions sur les Critères socio -démographique du commerçant interviewé				
	Age		De 18-40 ans		Plus de 40 ans
	Sexe		Homme		Femme
	Statut		propriétaire		vendeur
	Nombre		Nombre		Nombre
1-2	-Questions sur le Type de l'd'activité commerciale exercée				
	-Vous exercez quel Type d'activité commerciale			
	-Quel est La date de début d'exercice de cette activité au niveau de ce local ?			
1-3	-Questions sur le statue de l'établissement commercial				
	- la localisation de l'établissement commercial au niveau du centre ville de Sétif ?		Rue /Avenue de		
	La surface du local commercial?	m ²		
	Nombre d'étage du local commercial ?		RDC+.....		
1-4	-Questions sur le Qualité d'aménagement Extérieure et Intérieure de l'établissement commercial				
		<u>Moderne</u>	<u>Ordinaire</u>	<u>Traditionnelle</u>	
	<u>-Intérieure</u>				
	<u>-Extérieure</u>				
1-5	-Questions sur le statut juridique de l'établissement commercial :				
	Propriétaire		locataire		Autres
	Prix mensuel du loyer		Da/Mois	
1-6	-Questions sur la Segmentation de la clientèle:				
1-6-1	-Question sur Les critères de nature socio -démographique de la clientèle				
	Age		De 18-40 ans		Plus de 40 ans
	Sexe		Homme		Femme
1-6-2	Question sur Les critères comportementaux:				
a	-A la situation d'achat : le client achète-t-il de manière:				
	<u>Occasionnelle?</u>			<u>Fréquente?</u>	
b	-Les avantages que le client recherche à travers ces achats (On identifie ici ce que les clients valorisent?)				
	Faire des économies		Acheter des produits de qualité		le confort
c	-Au degré de fidélité du client				
	Client fidèle		Nouveau client		
d	-Au comportement d'achat ,les plages horaires privilégiées pour l'achat ?				
	An cours de la semaine			le week-end	
e	-lieu de résidence ?				
	Commune de Sétif		La wilaya de Sétif		En dehors de la wilaya de Sétif

Grille d'entretien avec les commerçants du centre ville de Sétif.		
la période de l'enquête :Avril 2021.(Suite)		
Partie 2-L'entretien semi-Directif		
Questions principales	Questions complémentaires	Questions de clarification
Thème N°01: La rentabilité de l'activité commerciale exercée		
Comment jugez-vous la rentabilité de l'activité commerciale que vous exercez ?	Pensez -vous qu'elle est : -Rentable ? -Moyennement rentable? -N'est pas rentable ? -Autre ?	Pouvez-vous m'en dire davantage ?
Thème N°02: Probabilité du Changement de l'activité commerciale exercée.		
Avez -vous l'intention de changer votre activité commerciale ?	-Si c'est Oui ,vous allez choisir quel nouveau type d'activité ? -Restez vous dans le même local ?ou bien vous désirez un autre?	Pouvez-vous m'expliquer un peu plus ?
Thème N°03: l'activité commerciale la plus rentable au centre ville		
Selon votre avis quelle est l'activité commerciale la plus rentable au centre ville?	S'agit -il de : -La vente de l'habillement ? -Les pizzeria? -Les restaurants? -Autres?	Pouvez-vous m'en dire pour quoi ?
Thème N°04: L'état de la dévitalisation commerciale au centre ville de Sétif ?		
Comment jugez-vous la situation de la dévitalisation commerciale au centre ville de Sétif ?	<u>Pensez -vous quelle est :</u> <u>-Craignante ?</u> <u>-Moyenne?</u> <u>-Décroissance ?</u>	Pouvez-vous m'en dire depuis quant ?
Thème N°05: Les facteurs influençants sur la dévitalisation commerciale au centre ville de Sétif ?		
Selon votre avis quels sont les facteurs qui influencent sur le déclin de l'activité commerciale au centre ville?	Pensez -vous de quels facteurs ?	Pensez vous que leurs degrés d'influence est similaire ? Si non ,Pouvez -vous me classer ces facteurs par leurs degrés d'influence ? Pouvez-vous m'en
	-fact_tramway	
	-fact_stationnement ;bus,taxi,vehicule utilitaires	
	fact_type_aménagement_decor -fact_Covid_19	

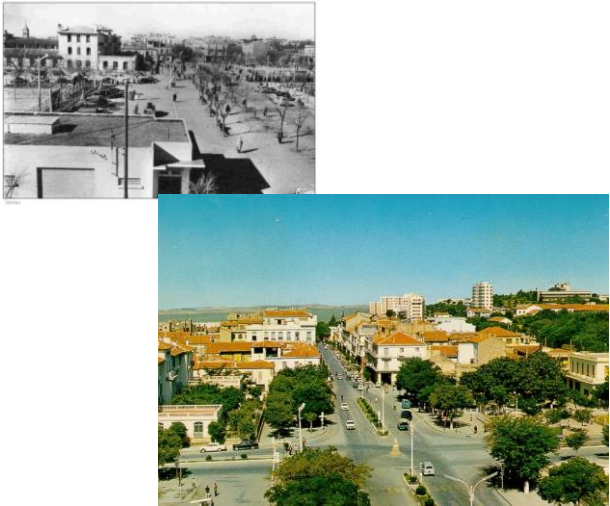


	-fact_E_commerce	dire un peu plus ?
	-fact_pouvoir d'achat	
	-fact_les cours privés	
	-fact_pole commercial El eulma	
	-fact_Type d'aménagement du local	
	-Situation d'occupation du local, Propriétaire ,loctaire..	
	- fact_ équipement ,services	
Est ce qu'il y a d'autres facteurs qui influence sur le déclin commercial que nous n'avons pas abordés et qui vous semblent préoccupants ?	Pouvez-vous m'en dire un peu plus concernant le phénomène de la dévitalisation commerciale au centre ville de Sétif ?	
Thème N°06: la revitalisation commerciale du centre ville de Sétif ?		
D'après votre expérience, comment l'activité commerciale pourra elle participer à la revitalisation du centre ville ?	Comment peut on attirer au futur plus de clientèles au centre ville de Sétif ?	Pouvez-vous m'en expliquer un peu plus ?
Clôture de l'entretien		
Avez-vous quelque chose à ajouter que nous n'aurions pas évoqué ?		
Remerciements.		

Grille d'entretien avec les usagés du centre ville de Sétif.									
la période de l'enquête :Avril 2021.									
Partie 1-Le questionnaire :Entretien Directif									
Représentations des pratiques de consommation dans le centre ville de Sétif									
1-1	-Questions sur les caractéristiques des usagés fréquentant le centre ville de Sétif								
	Age		De 18-40 ans		Plus de 40 ans				
	Sexe		Homme		Femme				
1-2	-Question sur la profession de l'interviewé :								
	Etudiant		Fonctionnaire		Retraité		Informel		Chômage
1-3	-Question sur la résidence de l'interviewé :								
	Commune de Sétif		Wilaya de Sétif		Autres Wilaya				
1-4	-Question sur la fréquentation du centre ville de Sétif.								
	Ménage		Amis		En solo				
	-Question sur le type d'activité exercée au centre ville de Sétif.								
	Emplois		Achats		loisirs		Rencontres		
	-Question sur le type de service								
			Administratifs		scolaires		Sanitaires		Culturelles
	Publics								
	Privés								
1-5	-Question sur Combien de fois /semaine Vous fréquentez le centre ville de Sétif ?								
	01 fois/Semaine		02-03 fois/Semaine		Souvent				
1-6	-Question sur le taux de fréquentation pour les achats au centre ville de Sétif								
	01 fois/Semaine		01 fois/Mois		Autre				
1-7	-Question sur le type des produits achetés au centre ville de Sétif.								
	Habilllements		Alimentaires		Autres				
1-8	-Question sur les moyens de mobilité utilisés au centre ville de Sétif.								
	Tramway		Véhicule particulière		Transport en commun		Taxi		Autre

Grille d'entretien avec les usagés du centre ville de Sétif.		
la période de l'enquête :Avril 2021.(Suite)		
Partie 2-L'entretien semi-Directif		
Questions principales	Questions complémentaires	Questions de clarification
Thème N°01: L'état de la dévitalisation commerciale au centre ville de Sétif ?		
Comment jugez-vous la situation de la dévitalisation commerciale au centre ville de Sétif ?	Pensez -vous quelle est : -Craignante ? -Ordinaire? -Croissance ? -Aucune idée.	Pouvez-vous m'en dire plus?

Thème N°02: Les facteurs influençant sur la dévitalisation commerciale au centre ville de Sétif ?		
Selon votre avis quels sont les facteurs qui influencent sur le déclin de l'activité commerciale au centre ville?	Pensez -vous de quels facteurs ?	Pensez vous que leurs degrés d'influence est similaire ? Si non ,Pouvez -vous me classer ces facteurs par leurs degrés d'influence ? Pouvez-vous m'en dire un peu plus ?
	-fact_tramway	
	-fact_stationnement ; bus, taxi, véhicule utilitaires	
	fact_type_aménagement_decor	
	-fact_Covid_19	
	-fact_E_commerce	
	-fact_pouvoir d'achat	
	-fact_les cours privés	
	-fact_pole commercial El eulma	
	-fact_Type d'aménagement du local	
	-Situation d'occupation du local	
	- fact_ équipement ,services	
Est ce qu'il y a d'autres facteurs qui influence sur le déclin commercial que nous n'avons pas abordés et qui vous semblent préoccupants ?	Pouvez-vous m'en dire un peu plus concernant le phénomène de la dévitalisation commerciale au centre ville de Sétif ?	
<u>Clôture de l'entretien</u>		
Avez-vous quelque chose à ajouter que nous n'aurions pas évoqué ?		
Remerciements.		

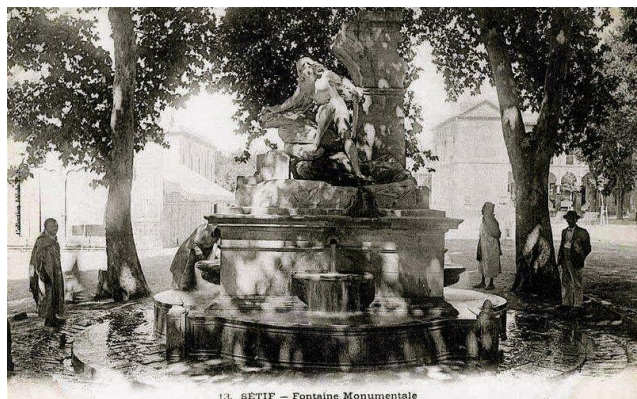
Consigne enquêteur : si la personne interviewé n'a aucune idée sur le déclin commercial ,l'entretien sera consacré uniquement aux questionnaires .la deuxième partie de l'entretien semi directif sera exclue.

Photos de la période coloniale	Photos avant l'aménagement du tramway	Photos après l'aménagement du tramway
		
Source : https://www.algerie360.com/	Vue générale;Rue 8 Mai 1945	photo prise en 2022

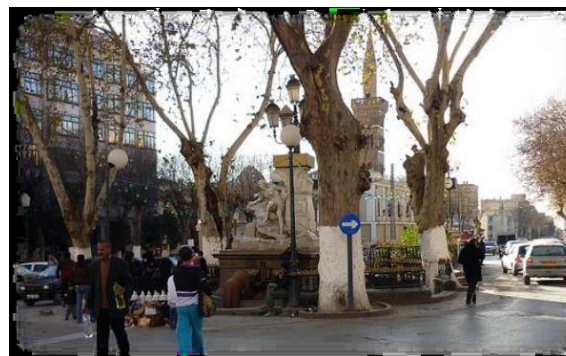


Mosquée El Atik

photo prise en 2022



13. SETIF - Fontaine Monumentale



La place de l'indépendance ,Fontaine d'Ain
el Fouara



photo prise en 2022



<https://collection-jfm.fr/>



Rue 8 Mai 1945



photo prise en 2022



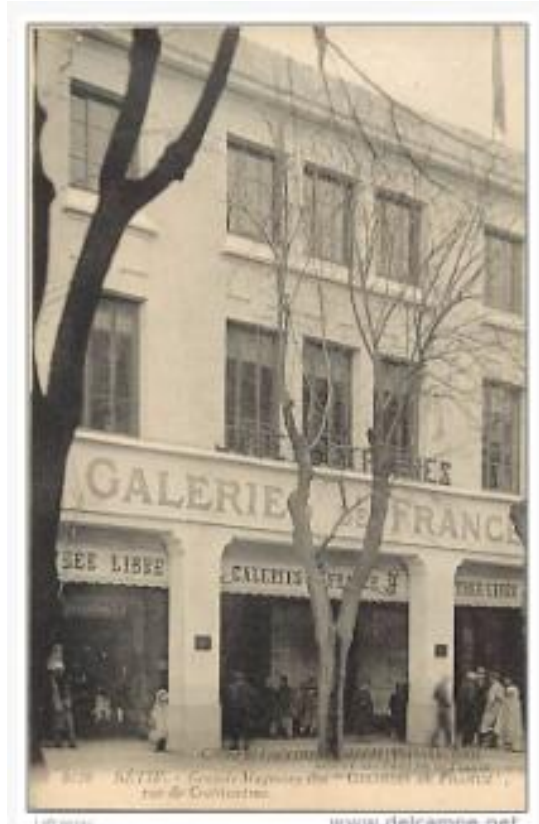
Source : <https://www.delcampe.net/>



Rue Agoune Ahmed



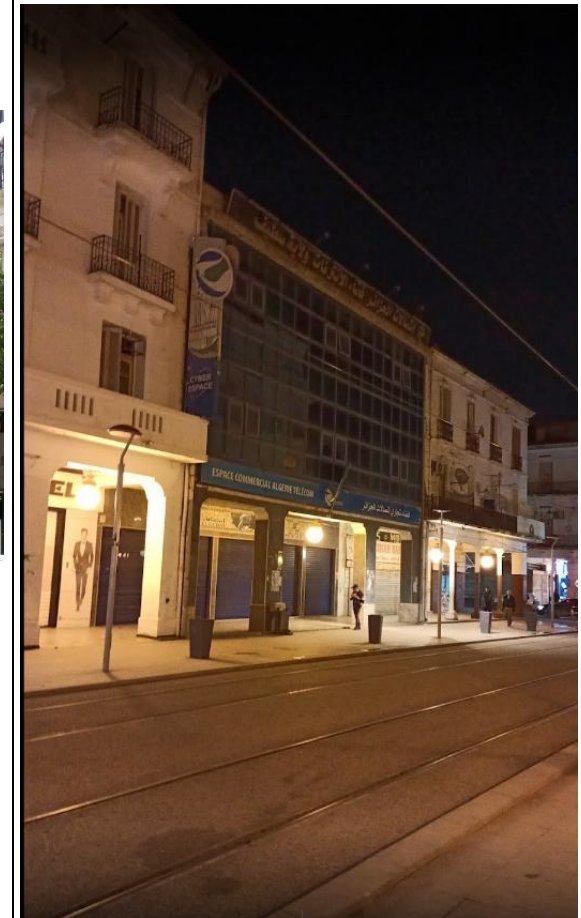
photo prise en 2022



Galerie de France ,Rue 8 Mai 1945
Source :<https://www.delcampe.net/>



Galerie de France ,Rue 8 Mai 1945
<https://www.startimes.com/>
photo prise en 2009



Galerie de France ,Rue 8 Mai 1945
<https://www.googlemaps.com/>
photo prise en 2022