

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

République Algérienne Démocratique et Populaire  
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique



## Mémoire de Master

Présenté à l'Université 08 Mai 1945 de Guelma

Faculté des Sciences et de la Technologie

Département de : **Architecture**

Spécialité : **Architecture**

Option : **PROJET URBAIN ET DURABILITE**

Présenté par : **MOUMENI RAMZI**

---

**Thème : VILLE ET COMMERCE : Alliance des commerces formels et informels pour une compétitivité économique du territoire Guelmi .**

---

Sous la direction de :

**Mr ALKAMA Djamel**

**Mme OULED CHEIKH Roumaissa**

**Mme FEKKOUS Nadia**

\_\_\_\_\_  
**Septembre 2020**  
\_\_\_\_\_

## **Remercîments**

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

*Tout d'abord je remercie dieu le tout puissant de m'avoir donné la volonté et le courage nécessaires pour pouvoir mener à bien ce modeste travail.*

*Je tiens à adresser mes plus vifs remerciements en premier lieu à mes parents, et mes frères et sœurs qui ont toujours été présent pour moi.*

*Je souhaiterais exprimer toute ma gratitude à Mr **Djamel Alkama**, Mme **Ouled Chikh Roumaïssa** et Mme **Fekkous Nadia** mes encadreurs, qui m'ont beaucoup guidé à concrétiser ce projet, par ses aides et leurs orientations efficaces et positifs.*

*Je tiens à remercier respectivement tous ceux qui m'ont aidée et qui ont contribué à son élaboration.*

*Nous remercions aussi l'ensemble de l'équipe pédagogique, qui nous a suivis durant ces cinq années et qui nous a transmis toutes les connaissances nécessaires à notre apprentissage, ainsi que les membres du jury qui ont bien voulu nous honorer par leur présence.*

*Enfin, mille mercis à tous ceux qui nous ont aidé de loin ou de près à élaborer ce travail.*

## *Dédicace*

*Je dédie ce modeste travail particulièrement à mes très Chers parents pour tout ce qu'ils ont fait pour que je puisse arriver à ce stade.*

*A ma mère*

*A mon père*

*Aucune dédicace ne saurait exprimer l'amour, l'estime, le dévouement et le respect que j'ai toujours eu pour vous. Rien au monde ne vaut les efforts fournis jour et nuit pour mon éducation et mon bien être. Ce travail est le fruit de tes sacrifices que tu as consentis pour mon éducation et ma formation.*

*A mon frère Haroun, et mes sœurs Meriem, Houda et Amina : pour son véritable*

*soutien, leur patience et leur aide durant toutes ces années*

*Je désire aussi remercier tous mes chères amies et tous ceux qui m'ont aidé à élaborer ce modeste travail*

*Et tous ceux que j'ai connus au cours de mon cursus.*

*A mon Encadreur*

*Et A tous les membres du jury.*

## **Résumé**

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

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

## LE SOMMAIRE

Remerciement .....	02
Dédicace .....	03
Résumé.....	04
Sommaire.....	05
Chapitre introductif.....	06
• Introduction	
• Problématique	
• Hypothèses	
• Objectifs	
• Objet de recherche	
• Méthodologie de recherche	
• Conclusion	
Partie théorique.....	11
• Chapitre 01 : ville et commerce .....	12
• Chapitre 02 : le commerce informel en Algérie .....	25
• Chapitre 03 : urbanisme commercial en Algérie .....	30
• Chapitre 04 : l'analyse des exemples a l'échelle urbaine .....	33
Partie analytique.....	46
• Chapitre 01 : état des lieux .....	47
• Chapitre 02 : Le diagnostic territorial et sectoriel, le scenario.....	60
• Chapitre 03 : la programmation .....	67
• Chapitre 04 : analyse du terrain .....	99
• Chapitre 05 : conception architecturale .....	104
Conclusion générale .....	107

# **Chapitre introduction**

## **Partie introductive :**

### **Introduction :**

Le commerce est considéré comme le générateur de l'évolution urbaine d'une ville ; fut l'une des plus anciennes activités qui répond à la satisfaction des besoins de l'être humain après l'agriculture et l'élevage, elle consiste à fabriquer, transporter, vendre, des biens ou des services, son évolution est liée à l'évolution des espaces commerciaux.

Le commerce est connu depuis les anciens siècles il apparaît chez différentes civilisations on peut citer le monde arabe, chez les arabes anciens les marchands sont nombreux, ils vont chercher des produits jusqu'à en Inde en Chine ou en Afrique pour les revendre, les marchandises sont transportées par bateau, à dos de dromadaires ou chameaux, toutes ses marchandises sont ensuite vendues dans des souks. Qui sont des marchés couverts réunissant des boutiques et des ateliers

Au Maghreb Sur le plan du commerce international, le Maghreb ne figure pas, comme chacun sait, parmi les grands acteurs, tels que l'Union européenne, la Chine ou les États-Unis. Une partie des pays maghrébins apparaît tout de même dans le classement des 50 premiers exportateurs et importateurs de marchandises établi en 2011 par l'Organisation mondiale du commerce

Le commerce aujourd'hui joue un rôle d'enjeu de planification urbaine, donc on peut considérer l'espace commercial comme un moteur indispensables à leur progression, l'architecture commerciale apparaît comme un concept visé spécialement à traiter les espaces commerciaux commencé par les petites surfaces de ventes jusqu'à les grands centres commerciaux, l'Algérie avait un retard en matière de commerce et des espaces commerciaux, donc elle a tenté de rattraper ce retard, donc on a remarqué l'apparition de plusieurs nouveaux espaces commerciaux sur tout le territoire urbain en Algérie.

Le contexte algérien n'est pas comme les autres pays, autrement dit que les mêmes interventions ne peuvent pas donner les mêmes résultats en Algérie, donc on doit prendre en considération plusieurs éléments tels que l'histoire de la région et ces traditions, la nature du mode de vie, donc il faut avoir un projet animé et intégrer dans son environnement, renforcer son identité et rester toujours singulier.

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

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

## **Problématique :**

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

Parmi les problèmes connus au villes algériennes est le phénomène du commerce informel Plus précisément, le commerce de rue et les marchés informels ce dernier et liées a des raison culturelles et autre historique attaché a les anciennes médinas et au lieu dédié à l'activité commerciale exactement dans le centre-ville , tous sa est exposé sans la moindre des règles législatifs, sans oublié des autres mineurs raisons tel que le taux de chaumages élevé, qui donne des faibles chances de travail qui rendent le secteur informel et attirent les jeunes dans le but d'éviter d'acheter ou louer des magasins et les taxes .

Guelma comme la majorité des villes algérienne souffre de ce phénomène , cet enjeu est localisé dans le site de bab souk et le boulevard de volontariat créant plusieurs problèmes qui déforme l'image commerciale de la ville et brise son attractivité , citant l'occupation des passage piéton mené a l'utilisation des flux mécaniques par les passagers ,causé le problème de circulation , sans oublié les voie étroites qui également causent le stationnement mal organisé , ces zones ou se rassemblent les personnes connus par le nombre élevé des vols et des agressions ce qui rend le site non sécurisé , sans oublié la conséquence le plus connus de phénomène du commerce informel c'est l'absence des gestions de déchets causant des problèmes d'hygiène et de santé.

C'est ce qui nous a poussés à poser les questions suivantes : Comment organiser l'activité commerciale informelle ? Et par quel moyen ?

## **Hypothèses :**

- ✓ Nous prenons comme hypothèse principale que la prise en charge du commerce formel et informel élimina la mal organisation du commerce au centre-ville et le élimina le phénomène de l'anarchie.
- ✓ Comme hypothèse secondaire, l'empioie des techniques modernes influencera sur l'organisation du commerce.

## **Objectifs :**

Les principaux objectifs de cette étude sert a :

- ✓ Moderniser l'image de la ville de Guelma et développer son activité commerciale pour la rendre plus attractive



- ✓ Connaitre les causes de l'agrandissement du phénomène du commerce informel et ses conséquences en Algérie et dans la ville de Guelma
- ✓ Trouver des solutions pour réduire le commerce informel et le faire attacher avec le commerce formel d'une manière positive.

### **Objet de recherche :**

Le commerce qui est la pratique professionnelle de l'échange de marchandises ou plus généralement de valeurs contre valeurs et de l'achat en vue de la vente, représente aujourd'hui l'un des grands enjeux de la planification urbaine et l'espace commercial est l'un des principaux moteurs indispensables au développement des économies et des sociétés. L'Algérie qui a accumulé du retard en matière de commerce et des espaces commerciaux, a tenté de rattraper ce retard, d'où l'apparition en un temps record de plusieurs espaces commerciaux, (supermarchés, hypermarchés, grands centres commerciaux) sur tout le territoire urbain en Algérie.

Or la wilaya de Guelma, n'a pas bénéficié de cette dynamique de modernisation commerciale pour mieux structurer un secteur souffrant d'une mauvaise organisation et d'une gestion anachronique et pour mieux combler le manque en infrastructure de commerce aux normes

Acceptables. Des équipements qui doivent composer entre les fonctions essentielles de la vie urbaine à savoir la rencontre, détente, loisirs, Commerce, Service ...

### **Méthodologie de recherche :**

La méthodologie adaptée vise à atteindre les objectifs soulignés de notre étude ce fait par une double démarche sera utilisé : conceptuelle et empirique.

Dans le chapitre 1 nous allons utiliser la démarche conceptuelle qui est bâtie sur une exploitation de la littérature sur le sujet en s'appuyant essentiellement sur les travaux qui analysent différemment la notion du commerce tout en utilisant les ouvrages ; les thèses et les articles disponible.

L'approche empirique adaptée dans les chapitres 2 et 3 s'appuiera sur une analyse de l'état de l'activité commercial au niveau de l'Algérie ainsi que de mettre en exergue les perspectives engagées dans le secteur.

Et pour répondre aux les questions de recherche, posée au niveau la problématique nous avons adopté les outils méthodologiques suivant : Recherche documentaire qui permet de collecter, traiter et récapituler un ensemble d'informations pour constituer le volet conceptuel en consultant certains sites et quelques livres, mémoires, et des documents de réglementation (recherche bibliographique).

Des visites d'établissements qui nous ont informé, orienté et renseigné sur notre thème de recherche pour nous donner les informations, les suggestions, et les documentations nécessaires. Après la collecte des informations et le recueil de données, nous les avons traités et puis nous élaboré un plan de travail préliminaire qui nous a permis de structurer les grandes parties du mémoire.

### **Conclusion:**

L'évolution de la ville de Guelma ce fait par deux secteurs importants le commerce et le tourisme qui sont considérés comme les infrastructures de base de l'économie et facteurs de développements mais à cause de l'absence des établissements intégrant commerce et loisir la wilaya n'ont pas bénéficié de cette évolution escomptée.

Finalement, pour bénéficier des potentialités et mettre en valeur les richesses de Guelma, une nouvelle stratégie devrait être amorcée et ce désir peut être acquis par la réalisation d'une infrastructure commerciale « centre de commerce et loisir » qui répondre aux exigences quotidiennes et adaptées des populations.

**Partie I :**  
**Partie théorique**

**Chapitre I :**  
**Ville et commerce**

# ❖ CHAPITRE 01 : GENERALITE SUR LE COMMERCE

## • Introduction :

Le commerce est le prolongement naturel de l'activité de production de biens et services qui peuvent potentiellement intéressés.

Par extension, le terme est utilisé en français pour désigner le lieu d'exercice ou l'organisation dans lesquels les professionnels de cette activité pratiquent leur métier.

## 1- Définition du commerce :

Le commerce désigne l'ensemble des opérations lucratives comprenant l'échange et la circulation des produits et services de l'endroit de leur production vers le lieu de leur consommation<sup>1</sup>.

## 2- Le rôle du commerce :

Le commerce réalise l'échange de la marchandise par le moyen d'achat ou de vente en assurant l'écoulement des produits<sup>2</sup>.

Ainsi trouver un débouché dans la commercialisation en direction des marchés, et clients

Figure : activité de lechange



Source : Google image

Figure : alimentation generale



Source : mémoire de fin d'étude d'allaoui abd el Waheb 2014-2015

## Définition de la ville

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

<sup>1</sup>Mémoire de fin d'étude de : kerouche Fayçal ; Goudjil Hichem ; Bouchaoua abd rahman a Tébessa en 2010

<sup>2</sup> Mémoire de fin d'étude de Mr : Samai Med ileys à Batna en 2008

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

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

#### **4-Relation entre ville et commerce**

La relation entre la ville et le commerce a été soulignée avec force dès le début du XXe siècle tant par les historiens (Henri Pirenne) que par les géographes (Jean Brunhes), mais ce qui était relevé en premier lieu c'était l'aspect relationnel et fonctionnel, la vie marchande apparaissant consubstantielle à la vie urbaine. Durant l'Entre-deux-guerres et au milieu du XXe siècle, économistes spatiaux et géographes vont insister sur la fonction organisatrice de l'espace régional par le commerce urbain (Christaller ; Berry, etc.). C'est plus tard que le commerce a été perçu comme contributeur à l'urbanisation au sens spatial du terme, transformateur de la morphologie urbaine, créateur de nouveaux tissus et de nouveaux paysages (Beaujeu-Garnier et Delobez, 1977) En effet, le commerce est avant tout une transmission de possession en échange d'une contrepartie donnée. Pour que cette action se réalise, il est primordial qu'il y ait des facteurs déclencheurs. C'est pour cela que J. Beaujeu- Garnier et A. Delobez expliquaient en 1977

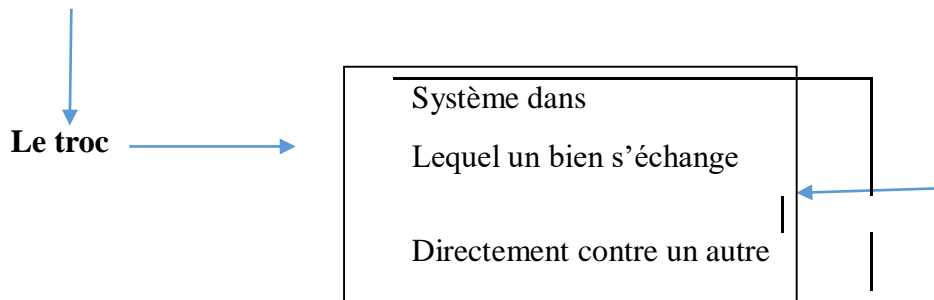


Figure : Représentation du commerce, schéma issu de la définition adoptée par J.Beaujeu-Garnier et A.Delobez

Soit la **Différence** (l'un possède ce que l'autre n'as pas), le **Désir** (le producteur, le revendeur, et le consommateur surtout, doivent avoir envie de réaliser cet acte) et de la **Distance** qui vient la corriger<sup>3</sup>

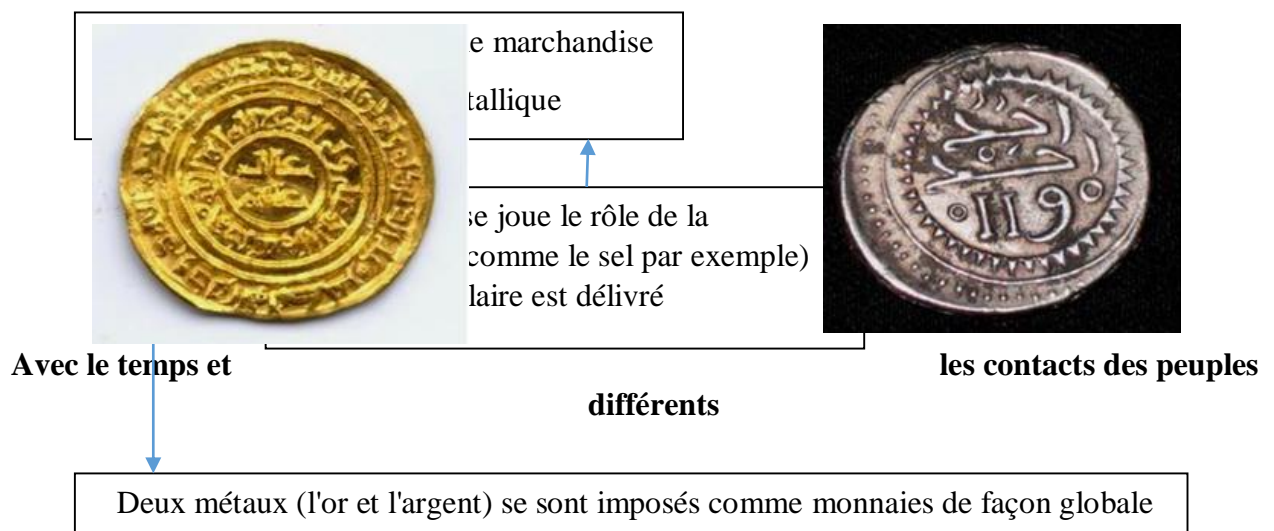
## 5-Introduction de la monnaie

La nature de l'échange exige que la valeur des biens puisse être définie en fonction d'un instrument à partir duquel la valeur de tous les biens échangés peut être mesurée .c'est l'**introduction de la monnaie.**



### **Inconvénients de troc :**

« Il pose le problème de la valeur respective des biens»



<sup>3</sup> Mémoire pour l'obtention du diplôme architecte. BENICHOU Achref. Le commerce et la ville ; pour une nouvelle attractivité commerciale à Casablanca. 2013. Ecole nationale d'architecture, Rabat, Maroc. p25.

Création de la monnaie

Développement

La monnaie aujourd'hui



- **La route de la soie :**

C'est l'une des premières routes commerciales reliant la Chine à l'empire romain en 100 av. J.- Elle permet de transporter de la soie venant de Chine et la laine de Rome<sup>4</sup>

Figure : Route de soie Les premiers contacts entre l'Occident et l'Orient



Source: Mémoire de fin d'étude de Mr : Samai Med ileys à Batna en 2008

## **6-L'historique du commerce :<sup>5</sup>**

Le commerce fut l'une des plus anciennes inventions de l'humanité.

- **1ere siècle av-JC :**

Après la découverte des moyennes retrouvent au niveau de terre. L'homme a des multiples de besoin : L'échange ; Transporte ; Les produits.

- **8 eme siècle av-JC :**

Ce crée des centre actifs en commerce : urbanisation optimiste.

- **11eme siècle :**

Installé des points stratégiques « caravansérail » Est une époque islamique. Les car avances est trouvé des noyaux centrale puisque sont complétant après par : Sécurité+ stabilité protection étrangère. Afrique ; Monde Arabe ; Inde ; chine ; Europe.

- **13-14 siècles :**

<sup>4</sup> Site Web : [https://fr.wikipedia.org/wiki/Histoire\\_du\\_commerce](https://fr.wikipedia.org/wiki/Histoire_du_commerce)

<sup>5</sup> Mémoire de fin d'étude de : kerouche Fayçal ; Goudjil Hichem ; Bouchaoua abd rahman a Tébessa en 2010



Développement commercial d'un pouvoir illégal surtout dans les villes internes

Ligne hanséatique.

- **15-16 siècles :**

Le développement des navires de transport de marchandises permet au commerce de s'accroître  
L'ouverture de voie entre Europe et Orient autorise l'importation de produits asiatiques.

La découverte de l'Amérique permet d'échanger de Nouveaux produits tels que le tabac<sup>6</sup>



- **Après le 15e siècle :**

Une nouvelle organisation du commerce

Diversité de marchandises échangées	Progrès au niveau des moyens de transports.	Développement des nouveaux moyens de
-------------------------------------	---	--------------------------------------

- **16-18 siècles :**

Développement système bancaire : italique et centre d'Europe.

- **19eme siècle :**

Révolution de l'exigence besoin de la matière première.

-Energie - besoin des marches extérieures

L'empire : anglo-saxon

L'empire : francophone ; est marquée aussi par :

- Le protectionnisme économique. Commerce des esclaves.

- **20-21 siècles :**

Conservation d'activité commerciale avec des pays indépendante :

Le système commercial change des politiques puisque elle devient un des forces et stratégique + protégé l'économie de la forte politique.

- **Epoque contemporaine :**

<sup>6</sup> Mémoire de fin d'étude de Mr : Samai Med ileys à Batna en 2008

-En 1945 il y a eu une croissance mondiale au niveau du commerce. -  
 En 1947 création de la GATT (Général Agreement Tarifs and Trade) signé à Genève il assure la non-discrimination entre partenaires commerciaux.

-En 1995 création de l'O M C (organisation mondiale du commerce) elle gère et contrôle le commerce mondial.<sup>7</sup>



## **7-L'évolution et historique de l'espace de commerce :**

L'être humain a connu le commerce et les relations d'affaires depuis des temps anciens, ils ont commencé par :

**Les cours voisins :** puis le marché romain et grec qui se sont rassemblés autour sous des toits pour se protéger du soleil.

**ÉPOQUE de L'antiquité :** Sous forme de placette ouverte & édifice public.

**L'agora grec :** L'agora, ou place à ciel ouvert du marché à Athènes antique, était le centre de la vie publique de la cité. Elle est située au pied du plus prestigieux ensemble architectural de la Grèce antique.

Figure : l'agora grecque

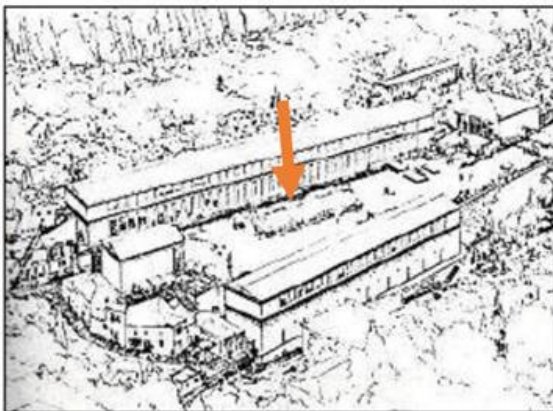
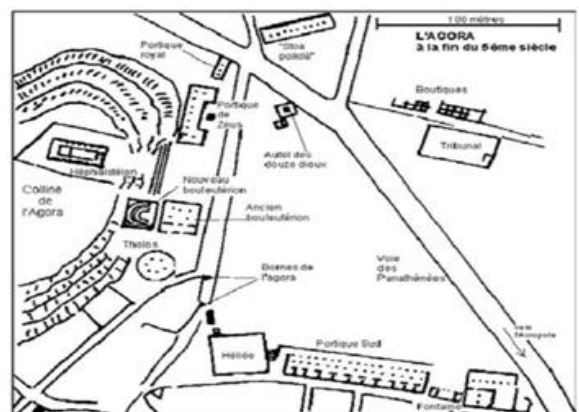


Figure : l'agora a la fin du 5eme siècle



Source : mémoire de fin d'étude de allaoui abd el Waheb

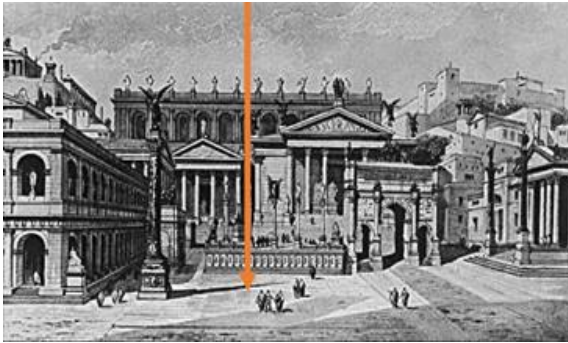
2014-2015 sur le commerce : une fonction de dynamisation

<sup>7</sup> Mémoire de fin d'étude de Mr : Samai Med ileys à Batna en 2008

## FORUM ROMAIN :<sup>8</sup>

### Le marché ouvert :

Le *Forum* boarium, est le premier forum de Rome. Situé entre le Tibre et la colline Palatin, il date du 6e siècle av. J.-C. Simple place de marché, le Forum romain est vite devenu le centre des affaires publiques et privées.



Source : (www.rome-passion.com/forumromain).

### Le marché couvert :

**Marchés de Trajan :** Fut construit en 113 ap.j-c Sa construction répondait à un double objectif : servir de support à la colline pour protéger le Forum de Trajan juste en dessous et créer un ensemble commercial avec des magasins de qualité<sup>9</sup>



Source : Mémoire de fin d'étude de Mr : Samai Med ileys à Batna en 2008

Dans le 19<sup>eme</sup> siècle les marcher a émergé les formes suivantes :

- ✓ Les bâtiments commerciaux
- ✓ Les rues commerciales couvertes
- ✓ Les marchés couverts

Dans le 20<sup>eme</sup> siècle ont émergé **les centres et les bâtiments commerciaux**

### Les types de commerce :

#### Type de commerce par spécialités :

<sup>8</sup> Site Web : [https://fr.wikipedia.org/wiki/Histoire\\_du\\_commerce](https://fr.wikipedia.org/wiki/Histoire_du_commerce)

<sup>9</sup> Mémoire de fin d'étude de allaoui abd el Waheb 2014-2015 sur le commerce une fonction de dynamisation

**Commerce indépendant (libéral)** : C'est une forme de commerce qui regroupe des individus ou des petites entités juridiques libérales essentiellement à travers des commerces de proximité. Il est divisé en deux catégories :

**Gros** : Le commerce de gros consiste à acheter, entreposer et vendre des marchandises généralement à des détaillants, des utilisateurs professionnels (industriels ou commerciaux) ou des collectivités, voire à d'autres grossistes ou intermédiaires, et ce quelles que soient les quantités vendues.

**Détail** : Le commerce de détail consiste à vendre des marchandises dans l'état où elles sont achetées (ou après transformations mineures) généralement à une clientèle de particuliers, quelles que soient les quantités vendues. Outre la vente, cette activité de commerce de détail peut aussi recouvrir la livraison et l'installation chez le client.

**Commerce intégré** : C'est une forme de commerce qui regroupe des points de vente dépendantes. Il est divisé en deux parties :

**Capitaliste** :

Les entreprises à succursales multiples.

Grands magasins.

Les Magasins populaires.

Les réseaux de distributions des produits.

**Socialiste** :

Coopérative de consommation.

Coopérative d'entreprise et d'administration.

**Type de commerce par les besoins** :

**Commerce de première nécessité** : Légume, fruit, épicerie, boulangerie, pharmacie, boucherie, poissonnerie...etc.

**Commerce spécialisé** : taxi phone, librairies, Internet, studio, photo, garderie, coiffure, fleuriste, instrument du music, bijouterie, cosmétique.

**Les types des équipements du commerce** :

**Centre commerciale** : Se définit comme un ensemble d'au moins de 20 magasins et service, qui partagent un même espace, il comprend 04 types :

**Les centres à thème** : Ce sont des centres commerciaux spécialisés par exemple dans L'équipement de la maison ou les boutiques de fabrication...

**Les petits centres commerciaux** : Ils totalisent au moins de 20 magasins et services

(surface supérieur 5000m<sup>2</sup>).

**Les grands centres commerciaux** : Ils totalisent au moins de 40 magasins et services

(surface supérieur 20000m<sup>2</sup>).

**Les centres commerciaux régionaux** : Ils totalisent au moins de 80 magasins et service (surface supérieur 40000m<sup>2</sup>).

Boutique

Passage ouvert



Source : mémoire de fin d'étude de allaoui abd el Waheb

### **Hypermarchés:**

C'est un commerce de détail de grand taille (Minimale de 2500m<sup>2</sup>) sous un même toit.



### **Marchés :**

Le marché est à l'origine un lieu où des commerçants, des artisans, des paysans se réunissent pour proposer leurs produits directement aux consommateurs. Ce lieu est couvert ou libre.



Figure: Rue commerciale (cuivre et souvenirs)



Figure: Rue commerciale (épices)

Rendre agréable et favorise l'acte d'achat

**Les rôles d'un centre commercial :**

- 
- Assure la cohésion sociale, lieu de regroupement citadin
- Mettre en relation les activités urbaines
- Donner à la ville sa dimension contemporaine
- Répondre aux besoins essentiellement urbains (rencontre, achat, épanouissement...)<sup>10</sup>

**8- classification des centres commerciaux :**<sup>3</sup>

**Centre commercial régional :**

- conçu pour desservir une zone plus grande que celle d'un centre commercial classique.
- Généralement il est plus volumineux avec une superficie locative brute qui varie entre 73.000m<sup>2</sup> et 74.000m<sup>2</sup>.
- Offre une plus grande sélection de magasins.
- Généralement il est constaté comme une attraction touristique dans les zones de vacances.

**Super centres commerciaux régionaux :**

- Un super centre commercial régional est un équipement avec plus de 74.000m<sup>2</sup> de superficie locative brute.
- Un lieu de magasinage dominant pour la région dans laquelle il se trouve.

**Outlet mall :** « Outlet Mall » est un centre de vente dans lequel les fabricants vendent leurs produits directement au public à travers leurs propres magasins, d'autres qui vendent des produits en retour et abandonnés à des prix fortement réduits

	<b>S. U</b>	<b>Zone d'influence</b>
<b>Magasin découvert</b>	300 à 500 m <sup>2</sup>	-Il se trouve à des points centraux de zone d'habitation dans des villes grandes.
<b>Magasin libre-service</b>	150 à 250 m <sup>2</sup>	-Situé à des points secondaires de zone d'habitation des villes grandes au centre-ville
<b>Grand magasin libre-service</b>	250 à 400 m <sup>2</sup>	-Il se trouve à des points centraux de zone d'habitation dans des villes grandes et moyennes.
<b>Supermarchés</b>	400 à 500 m <sup>2</sup>	-Il se trouve à des points centraux des zones

<sup>1 10</sup> Approche analytique d'un centre de commerce et de loisir des étudiants encadre par Mr bouhrour Mr belhadef

		d'habitation
<b>Hypermarchés</b>	1500 à 3500 m <sup>2</sup>	-Il dans les villes moyennes se trouve.
<b>Grand surface libre-service</b>	5000 m <sup>2</sup>	-Il se trouve près des grands avec de communication d'extérieur de grandes villes.
<b>Centre commercial</b>	1200 à 1500 m <sup>2</sup>	-Il se trouve à la zone urbaine une population > 50.000 habitations.

**Source :** mémoire de fin d'étude de allaoui abd el Waheb 2014-2015 sur le commerce : une fonction de dynamisation

## **Le loisir :**

**Définition :** La définition du loisir varie selon l'activité, le lieu ou bien le temps. Parmi les

Définitions qu'on peut attribué au loisir on a :<sup>11</sup>

**D'après « encarta 2007 » :**

Activités pratiquées ; dites de « temps libre », ils sont généralement associés à des notions telles que le plaisir ou le divertissement.

En règle générale ; ils sont toujours été le reflet des sociétés et de leurs inégalités, les différentes catégories sociales peuvent plus ou moins facilement se dégager des servitudes du travail.

**D'après Larousse :**

Temps dont quelqu'un peut disposer en dehors de ces occupations ordinaires.

**D'après dictionnaire Oxford :**

Il le décrit comme « activité ou distraction de se délasser par une activité agréable, un passe-temps ou une distraction ».

Comme le reste du monde le secteur du loisir en Algérie a subit des transformations et une évolution qu'on peut bien les voir à travers des périodes importantes que la ville a vécu :

<sup>11</sup> Encarta 2007 + Larousse + oxford

<b>De 1830 jusqu'à 1962</b> ██████████	<b>Après 1962</b> ██████████	<b>Aujourd'hui</b> ██████████
<ul style="list-style-type: none"> <li>- La chasse.</li> <li>- La pêche.</li> <li>- Les fêtes de mariage surtout.</li> <li>- Constructions des stations thermales « Hammams ».</li> <li>- Les hôtels.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les sports de masse « football, basket-ball,..... ».</li> <li>- Les fêtes.</li> <li>- La pêche.</li> <li>- Les hôtels.</li> <li>- Cinémas.</li> <li>- Théâtre.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La notion de loisir a franchi un énorme pat en avant, ils existent plusieurs moyens de se divertir :</li> <li>- Sports « individuel ou en groupe».</li> <li>- Fêtes « salles des fêtes, stades, théâtres, es plages,... ».</li> <li>- Internet « Cyber café » les bibliothèques, maisons de jeunes.</li> <li>- Cinémas.</li> <li>- Jardins publics et placettes.</li> <li>- Centres de vacances et camping.</li> <li>- Parcs d'attractions.</li> <li>- Complexes touristiques.</li> </ul>

### **L'objectif de loisir :**

- Offrir des activités de loisir à caractère ludique, artistique, sportif ou de découverte.
- Donner les repères utiles dans la vie sociale des jeunes en les mettant dans des situations où ils devront apprendre à partager, à faire des choix à s'appuyer sur les autres.
- Offrir des univers nouveaux en faisant appel à l'imagination ou en proposant des thèmes inhabituels dans le quotidien.

Consiste à procurer une satisfaction et un plaisir d'ordre émotionnel, moral, spirituel ou corporel, pour ceux qui participe<sup>12</sup>

### **Conclusion :**

- La conception d'un centre de commerce est une idée déjà connue par des civilisations avant de prendre les formes d'expression du concept contemporain.
- Le centre commercial est un centre commercial moderne et intégré, peut être urbain ou suburbain.
- L'attraction urbaine qui répond aux besoins sociaux et commerciaux, l'un des principaux critères de conception d'un centre de commerce et de loisir (mall)

<sup>12</sup> Mémoire de fin d'étude de touil maroua sur MEGA MALL ain timouchent en 2016 a telemcen



**Chapitre II :**  
**Le commerce informel en**  
**Algérie**

## **Chapitre II : Le commerce informel en Algérie**

### **1. Introduction**

A l'instar d'autres pays en développement, l'Algérie n'échappe pas à l'importance et la croissance du secteur informel, selon des recensements publiés par l'état en 2012, il représente 45,6% de la main d'œuvre totale non agricole (PNB), comptant un nombre de 1.412 marchés informels et d'autres moins formels (situation intermédiaire entre formel et informel)<sup>13</sup>

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

### **2. Aperçu historique**

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

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

#### **2.1 Depuis l'indépendance jusqu'en 1967**

Durant cette période, sont développées essentiellement les activités informelles de subsistance appelées « informel de misère » (Prenant, 2002, p122). Les activités informelles étaient présentes pratiquement dans toutes les branches d'activité : le commerce, services aux ménages, artisanat traditionnelle. Les principaux facteurs à l'origine de développement des activités informelles durant cette période sont l'exode rural, le développement massif du chômage et l'expansion de la pauvreté.<sup>14</sup>

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

Durant cette période, l'économie algérienne était une économie administrée et caractérisée par un système de Prix rigide et le monopole de l'Etat sur le commerce<sup>15</sup>, résultant l'apparition au cours des années 1980 d'une demande en biens de consommation ne pouvant pas être satisfaite par l'offre nationale d'où l'apparition, du « trabendo ou commerce de la valise

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

<sup>13</sup> Site web : <https://www.algerie-focus.com/2017/03/economie-linformel-represente-45-pnb/>

<sup>14</sup> Site officiel du le ministère algérien du commerce : <https://www.commerce.gov.dz/e-resorption-du-marche-informel>

<sup>15</sup> Mémoire pour l'obtention du diplôme de master en science de gestion ; Etude du commerce informel « Cas de la wilaya de Bejaia », Bendif hamida 2013, p21.

## **2.1 La période transition à l'économie de marché**

Le commerce informel connaît un coup d'accélération et de modification de ses formes, avec le passage à l'économie de marché, en raison de la réduction voire de l'arrêt des investissements publics dès 1986 suite à l'effondrement des prix des hydrocarbures. Mais également par le licenciement massif d'employés, estimé à plus de 600.000 postes de travail perdus, induits par les plans de restructuration des entreprises mis en œuvre à partir de 1994 dans le cadre de l'application du plan d'ajustement structurel PAS<sup>16</sup>.

## **3. Les impacts du commerce informel sur la ville Algérienne**

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

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

Tableau: Les impacts du commerce informel sur la ville Algérienne. Source : Traité par l'auteur 2020

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

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

- ✓ Manque en offre d'emploi et le taux de chômage élevé.

<sup>16</sup> IBID, p22.

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

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

Depuis l'année 2012, l'État ayant pris la décision d'éradiquer le commerce informel, en particulier les marchés informels et le commerce de rue, cette mesure a été prise sur la base d'un recensement publié par le ministère algérien du commerce, comptant un nombre de 1.412 marchés informels<sup>17</sup>. Pour résorber le commerce parallèle, les autorités du pays ont débloqué une enveloppe globale de l'ordre de 14 milliards de dinars, répartis entre le ministère du Commerce, 10 milliards de dinars et celui de l'Intérieur, 4 milliards de dinars. Ces fonds sont destinés à la réalisation 291 marchés couverts, 768 marchés de proximité et autres structures<sup>18</sup>, comme les locaux comme le programme des "100 locaux commerciaux par commune" initié par le président de la République. Mais, seuls 21132 commerçants informels avec un total de 49609 ont été redéployés dans les nouveaux



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



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

Espaces<sup>19</sup>, certains d'entre eux ont quitté ces lieux en raison du mauvais emplacement des marchés choisis par l'Etat, c'est le même cas pour les locaux commerciaux dit "de Bouteflika".

Cette mesure n'a pas réussi, selon El Hadj Tahar Boulenouar, président de l'Association nationale des commerçants et artisans algériens «la guerre menée par le ministère du Commerce contre le commerce informel était perdue d'avance dans la mesure où celui-ci n'a pas présenté d'alternatives

<sup>17</sup> Site officiel du le ministère algérien du commerce : <https://www.commerce.gov.dz/e-resorption-du-marche-informel>

<sup>18</sup> IBIDEM

<sup>19</sup> <https://www.commerce.gov.dz/e-resorption-du-marche-informel>

»<sup>20</sup>. 1050 marchés informels ont été éradiqués jusqu'à la fin du mois de novembre 2017 sur les 1 412 recensés en 2012, il n'en demeure pas moins que 216 ont réapparu juste après qu'ils aient été rasés alors que 85 nouvelles unités ont vu le jour<sup>21</sup>.

## **6-Conclusion**

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

---

<sup>20</sup> <http://www.radioalgerie.dz/news/fr/content/141695.html>

<sup>21</sup> <http://www.lexpressiondz.com/actualite/283503-ce-fleau-qui-gangrene-l-algerie.html>

**Chapitre III :**  
**Urbanisme commercial en Algérie**

## **1. L'urbanisme commercial en Algérie**

### **1.1 Introduction à l'urbanisme commercial en Algérie**

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

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

Malheureusement, en Algérie, ce n'est pas du tout la même politique adoptée, puisque le privilège de tous les secteurs revenait à l'état, cependant avec l'ouverture de l'économie de marché par le biais de l'ordonnance du 25 janvier 1995,<sup>22</sup> les opportunités s'offriront un peu plus facilement aux investisseurs privés. Actuellement avec la reprise et l'accélération de la croissance urbaine des dernières décennies, la relation urbanisme commerce est considérablement étudiée.

En premier lieu, il s'agit pour le secteur commercial d'être en mesure de répondre aux nécessités de la population et particulièrement celles des quartiers d'habitation nouveaux ; mais d'autre part, sous l'effet du développement urbain, des profondes transformations affectent la physionomie globale du commerce et bouleversent ses compositions.

### **1.1 Le concept de l'urbanisme commercial dans le cas Algérie**

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

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

Effectivement avec la nouvelle réglementation de la grande distribution en Algérie, le ministère du Commerce a publié dans le Journal officiel n°30 du 20 mai de l'année 2009, une nouvelle

---

<sup>22</sup> Ordonnance n° 95-06 du 23 Chaâbane 1415 correspondant au 25 janvier 1995 relative à la concurrence

législation fixant les conditions et les modalités d'implantation et d'aménagement des espaces commerciaux.

## **2. Conclusion**

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



**Chapitre IV :**  
**Analyse des exemples à**  
**l'échelle urbaine**

## **Exemple 01 : Projet de réhabilitation et requalification de la place et la rue commerçante Ghera el Kébira, Tétouane, Maroc**

### **Présentation**

La place Ghera El Kébira et sa rue, sorte de marché aux puces. Peut y trouver de tout, du matériel de tout genre, vieux et neuf. Elle est aussi le domaine marchand de tissus et de vêtements- Les étoffes chamarrées, unies et précieuses sont un véritable Les couleurs et matières semblent variés à l'infini et composent sous vos yeux un tableau vivant.<sup>23</sup>C'est un espace de commerce traditionnel qui souffre d'une mixité entre le commerce formel et le commerce informel.

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



*Figure: La rue commerçante Ghera el Kébira.*



*Figure: La place commerçante Ghera el Kébira.*

Source : [http://www.maroc-trip.com/Visiter-Voyage/34-Tetouan-Les\\_souks](http://www.maroc-trip.com/Visiter-Voyage/34-Tetouan-Les_souks).

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

### **Situation**

Tétouan est une ville du nord-ouest du Maroc, province de Tétouan, une des huit provinces/préfectures qui composent la Région Tanger-Tétouan-Al Hoceima, et la deuxième ville de la Région Tanger-Tétouan derrière Tanger. Située à l'extrémité nord-ouest du Maroc,

<sup>23</sup> [http://www.maroc-trip.com/Visiter-Voyage/34-Tetouan-Les\\_souks](http://www.maroc-trip.com/Visiter-Voyage/34-Tetouan-Les_souks).

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



1- Carte du Maroc



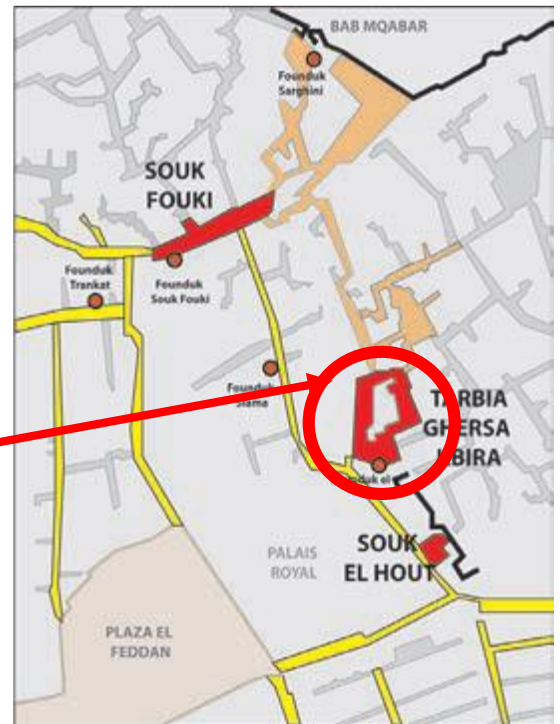
3- Carte topographique de Tétouan



2- Carte Région Tanger / Tétouan



4- Plan urbain de Tétouan



Carte: Situation de la place Ghersa el Kébira. Source : [http://www.maroc-trip.com/Visiter-Voyage/34-Tetouan-Les\\_souks](http://www.maroc-trip.com/Visiter-Voyage/34-Tetouan-Les_souks).

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

## Etats des lieux

### Fonctionnelle

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

L'accessibilité est réduite ; les entrées sont bloquées.

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

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



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

## Physique

Sous forme de parallélépipède d'environ 1800 m<sup>2</sup>. A son centre ; 45 boutiques à RDC occupent 450 m<sup>2</sup> et 92 marchands ambulants prennent 850 m<sup>2</sup>, l'espace libre se présente en couloirs. Son environnement ; architectural présente des spécificités avec une volumétrie en gradins de 4 à 12 m de hauteur, le végétal a cédé la place aux bâches plastiques.

## Enjeux et proposition d'aménagement

### ❖ Infuser une multifonctionnalité



Figure: La place Ghersa El Kébira avant l'aménagement.  
Source : [http://www.maroc-trip.com/Visiter-Voyage/34-Tetouan-Les\\_souks](http://www.maroc-trip.com/Visiter-Voyage/34-Tetouan-Les_souks).



Figure: La place Ghersa El Kébira après l'aménagement. Source : [http://www.maroc-trip.com/Visiter-Voyage/34-Tetouan-Les\\_souks](http://www.maroc-trip.com/Visiter-Voyage/34-Tetouan-Les_souks).

### ❖ Limiter la présence du commerce



Figure: La place Ghersa El Kébira avant l'aménagement.  
Source : [http://www.maroc-trip.com/Visiter-Voyage/34-Tetouan-Les\\_souks](http://www.maroc-trip.com/Visiter-Voyage/34-Tetouan-Les_souks).



Figure: La place Ghersa El Kébira après l'aménagement.  
Source : [http://www.maroc-trip.com/Visiter-Voyage/34-Tetouan-Les\\_souks](http://www.maroc-trip.com/Visiter-Voyage/34-Tetouan-Les_souks).

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



Figure: La place Ghersa El Kébira avant l'aménagement.  
Source : [http://www.maroc-trip.com/Visiter-Voyage/34-Tetouan-Les\\_souks](http://www.maroc-trip.com/Visiter-Voyage/34-Tetouan-Les_souks).



Figure: La place Ghersa El Kébira après l'aménagement.  
Source : [http://www.maroc-trip.com/Visiter-Voyage/34-Tetouan-Les\\_souks](http://www.maroc-trip.com/Visiter-Voyage/34-Tetouan-Les_souks).

## ❖ Le plan d'aménagement proposé



Carte: Plan d'aménagement proposé de la place Ghersa El Kébira. Source : [http://www.maroc-trip.com/Visiter-Voyage/34-Tetouan-Les\\_souks](http://www.maroc-trip.com/Visiter-Voyage/34-Tetouan-Les_souks)



- ✓ Rendre la place aux piétons.
- ✓ Structurer les usages de la place pour garantir leur cohabitation.
- ✓ Renforcer la qualité environnementale de la place.
- ✓ Valoriser cette place emblématique.<sup>24</sup>

### **Plan d'aménagement**

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

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

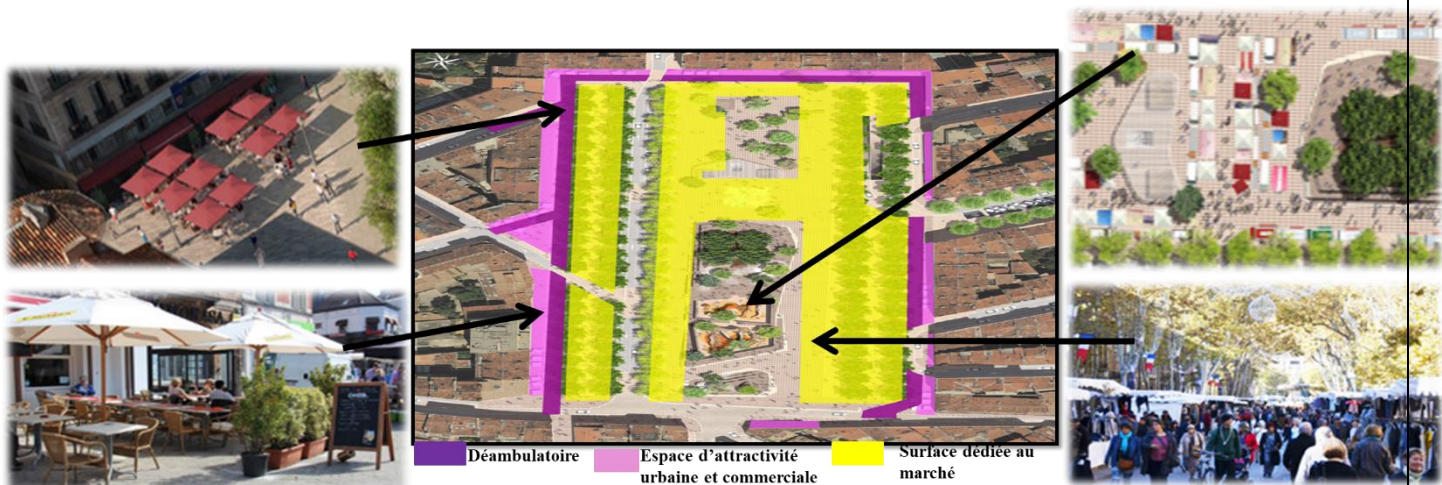


Figure: Plan d'aménagement de la place Jean Jaurès.

Source: <https://placejeanjaures.soleam.net/>, traité par l'auteur, 2020.

près du détroit de Gibraltar, à environ 65km du port Tanger MED et à environ 40km de Sebta (Ceuta) enclave espagnole, elle est délimitée par deux montagnes, Dersa au nord et Ghorghiz

<sup>24</sup> <https://placejeanjaures.soleam.net/>

# 1. Exemple 03 : Projet d'aménagement de Souk Assalihine a Salé, Rabat, Maroc

## Situation

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

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

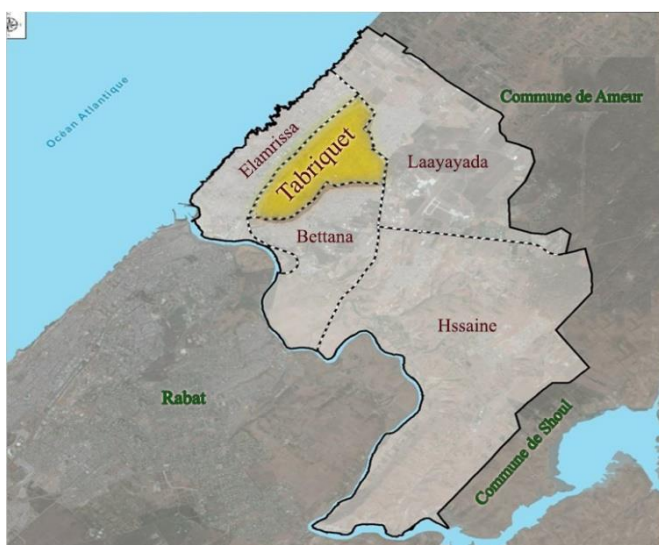


Carte: Situation de la ville de Salé.

Source :

[https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Morocco\\_relie\\_f\\_location\\_map.jpg?uselang=fr](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Morocco_relie_f_location_map.jpg?uselang=fr)

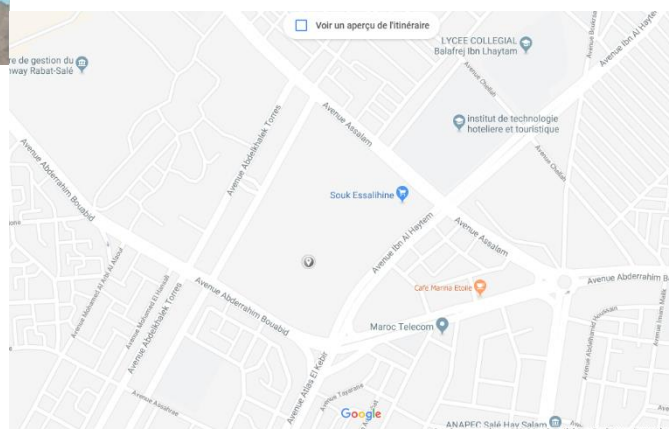
L'arrondissement de Tabriquet est le plus peuplé, mais aussi le moins développé, connu par l'habitat spontané et les marchés informels. (Souk Assalihine et Souk Toub).<sup>25</sup>



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

## État des lieux

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



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

<sup>25</sup> <https://fr.villedesale.ma/territoire-de-sale/>



Selon l'expression de B. Allain el-Mansouri (2006), Souk Assalihine constitue un « marché bidonvillois ». Les baraques commerciales sont le reliquat toléré d'un bidonville, né dans les années 1950, qui squattait l'ensemble du terrain, propriété du ministère des Habous.<sup>26</sup>



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



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

Souk Assalihine est un marché fixe polyvalent, à périodicité hebdomadaire : si les boutiques sont ouvertes tous les jours, dimanche est le jour de marché avec un record d'affluence, un débordement des étals sur les trottoirs et des rues bondées par des véhicules de toutes sortes entre lesquels se faufilent les hammals (porteurs). L'organisation des étals à Souk Assalihine n'est pas anarchique et le marché est spatialement subdivisé en différents secteurs : alimentaire avec le marché aux légumes (Souk Khodra) ; chaussures ; fripes ; ameublement ; ferrailleurs ; produits de seconde main dit Souk Sa'a bordant les entrepôts du tramway.

## 1.1 Objectifs et enjeux du projet



Le projet Assalihine vise

conditions de travail des commerçants, la sédentarisation des marchands ambulants, l'éradication des constructions insalubres, la libération des voies et espaces publics et l'embellissement du paysage

d'aménagement de Souk la promotion des

<sup>26</sup> Article ; Le commerce transnational « informel », vecteur d'une nouvelle hiérarchie de lieux. L'exemple de la périphérie urbaine de Salé (Maroc)

urbain. Ce projet, qui porte sur une superficie de 23 hectares, ambitionne également la promotion de l'économie solidaire, l'intégration du commerce informel dans le tissu économique, l'amélioration de la qualité et de la sécurité sanitaire des produits commercialisés et le développement de l'infrastructure économique et commerciale de la ville.<sup>27</sup>

### **Programme et plan d'aménagement du projet**



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



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

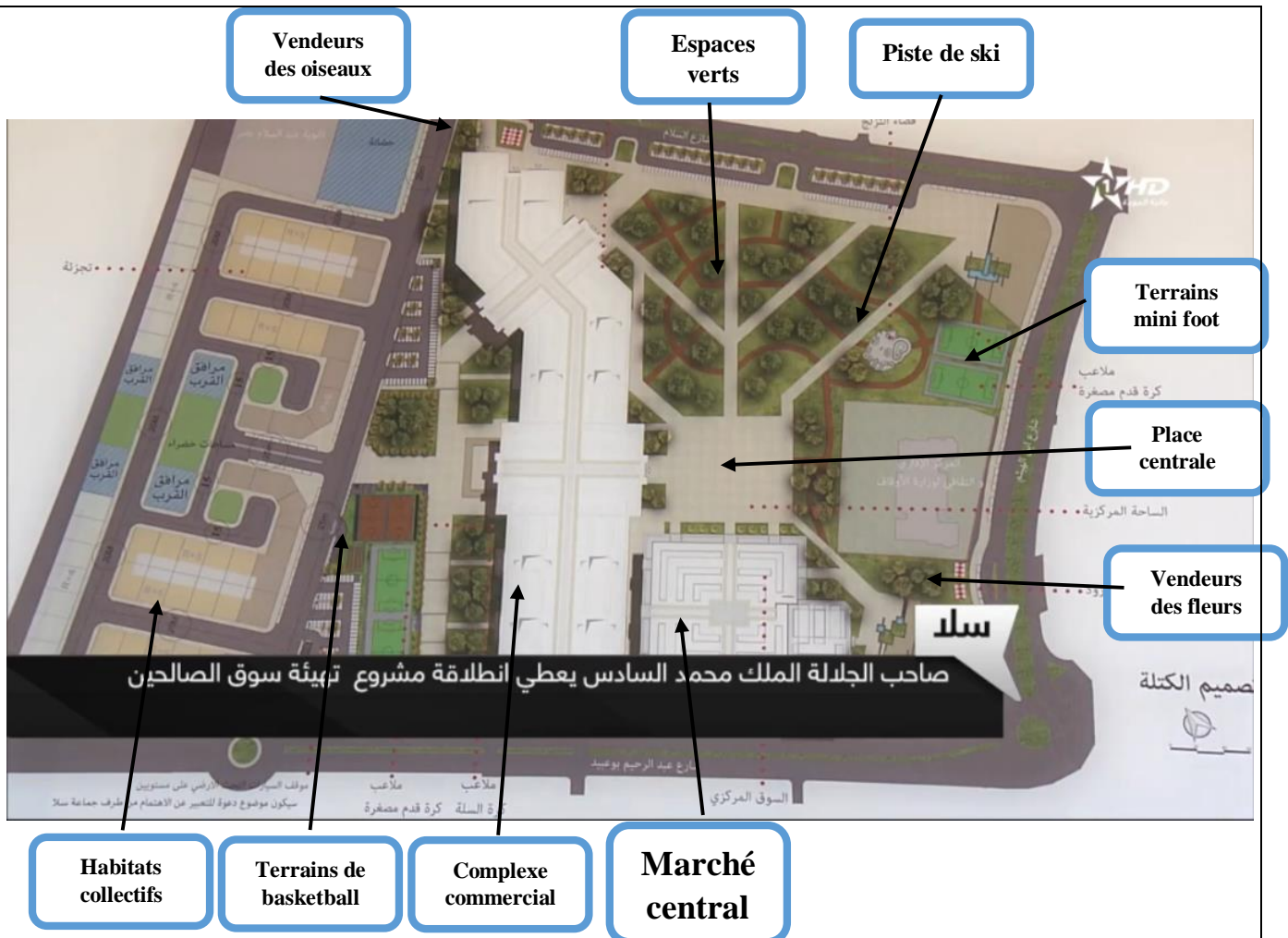
#### II

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



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

<sup>27</sup> <https://fr.villedesale.ma/2646-2/>



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

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

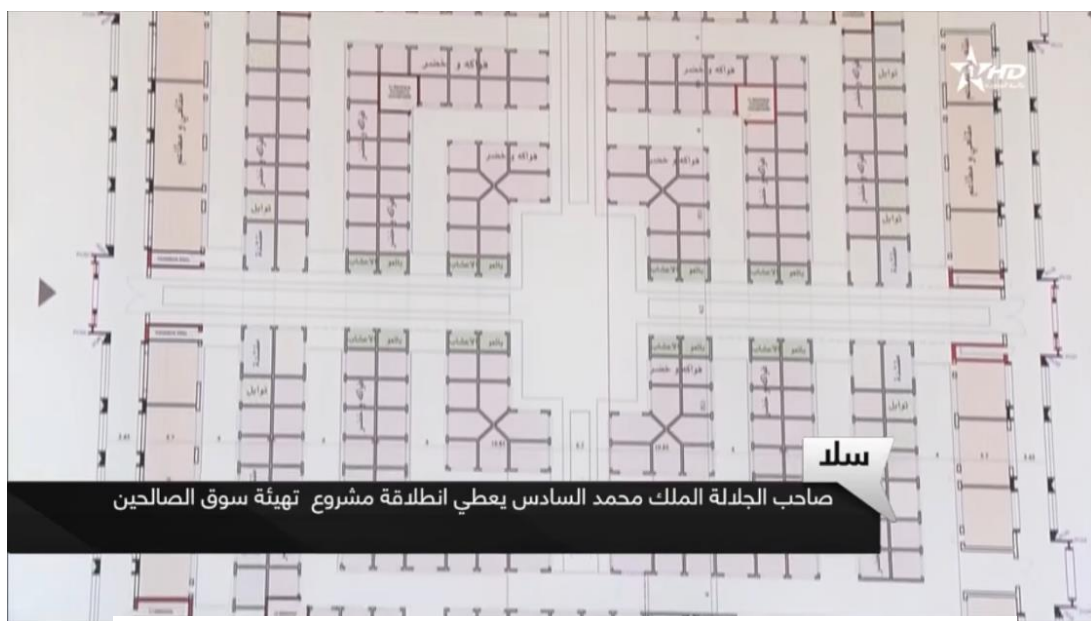


Figure: Intérieur du marché central. Source : <https://fr.villedesale.ma/>



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

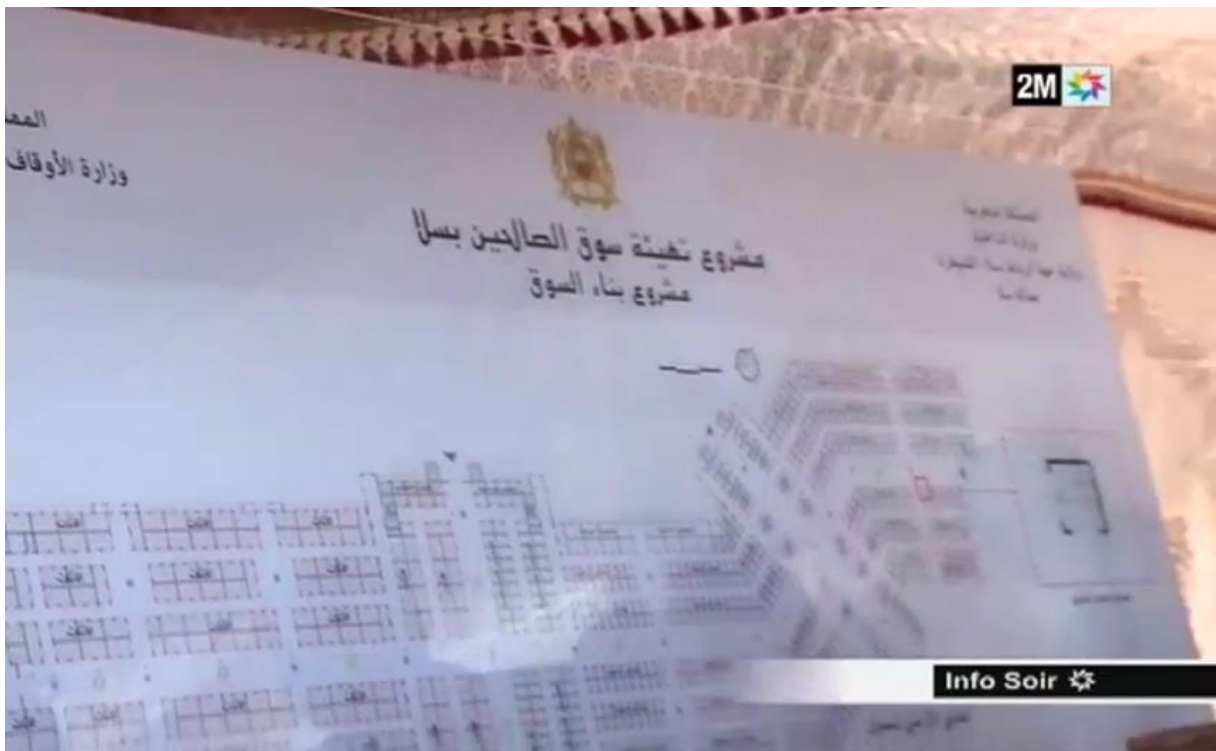


Figure: Intérieur du complexe commercial. Source : <https://fr.villedesale.ma/>

## **Conclusion**

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

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

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

**Partie II :**  
**Partie analytique**

**Chapitre I :**  
**Etat des lieux**

## **CHAPITRE I : Etat des lieux**

- **Introduction :**

La recherche d'un site pour l'implantation d'un projet c'est un processus complexe qui doit reprendre a un ensemble des critères en point de vue social, environnementales ; et économiques ...etc.

Avant de choisir un site on doit faire une aperçu générale sur la ville sur la quel on va travailler touchons tous les aspects de cette ville afin de bien intégrer le projet avec les conditions de milieu.

L'analyse et le choix de site d'implantation c'est un chapitre important dans notre mémoire qui nous aide à prendre une idée sur la ville choisie et aussi de sélectionner ces différentes potentialités qui participent à la réussite de projet et à sa rentabilité.

### **1- Présentation de la ville de Guelma :**

#### **Situation géographique :**

La Wilaya de Guelma se situe au Nord-est du pays et constitue, du point de vue géographique, un point de rencontre, voire un carrefour entre les pôles industriels du Nord (Annaba et Skikda) et les centres d'échanges au Sud (Oum El Bouaghi et Tébessa). Elle occupe une position médiane entre le Nord du pays, les Hauts plateaux et le Sud. La wilaya de Guelma s'étend sur une superficie de 3.686, 84Km<sup>2</sup>.<sup>28</sup>



Figure : situation de Guelma / source : Wikipédia

<sup>28</sup> Site web : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Guelma>



Guelma, ville du nord-est algérien, à 60 km au sud de la mer méditerranéenne et de 112 KM à l'est de Constantine, et de 490km de la capitale.

La wilaya de Guelma est limitrophe aux Wilayas de :

- Annaba, au Nord,
- El Taref, au Nord-est,
- Souk Ahras, à l'Est,
- Oum El-Bouaghi, au Sud,
- Constantine, à l'Ouest,
- Skikda, au Nord-ouest,



Figure : situation de Guelma / source : Wikipédia

Le bassin de Guelma, se trouvant dans la partie nord orientale du grand bassin néogène constantinois se particularise par une sédimentation de type évaporitiques (sont des roches d'origine chimiques, résultant de la précipitation de sels par concentration)

-Les dépôts évaporitiques du bassin de Guelma sont essentiellement représentés par du sel gemme et du gypse.<sup>29</sup>

Le terrain de la ville de Guelma caractérisé par une topographie accidenté par une pente de 10% de la zone nord vers le sud à fin de grande montagne (mahouna) et la présence de juxtaposition des couches diffèrent de terre finalement en peut dire que le terrain de la ville de Guelma un site hétérogène.

Figure : coupe AA



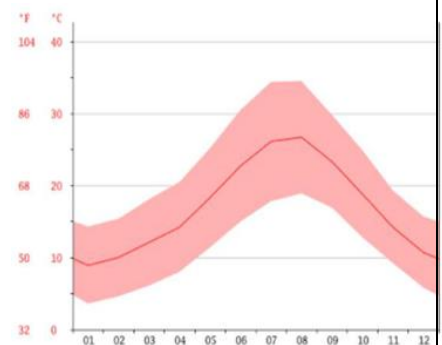
Source : Google earth traité par

<sup>29</sup> Mémoire pour l'obtention du diplôme de magistère en géologie présenté par : BOUKROUH Faouzi sur Etude géologique des dépôts évaporitiques du bassin de Guelma a université de Constantine

## Le climat :

Le territoire de la Wilaya se caractérise par un climat subhumide au centre et au Nord et semi-aride vers le Sud. Ce climat est doux et pluvieux en hiver et chaud en été. La température qui varie de 4° C en hiver à 35.4°C en été, est en moyenne de 17,3° C. Quant à la pluviométrie, on enregistre : \* 654 mm/an à la station de Guelma \* 627 mm/an à la station d'Ain Larbi \* 526 mm/an à la station de Medjez Amar Cette pluviométrie varie de 400 à 500 mm/an au Sud jusqu'à près de 1000 mm/an au Nord. Près de 57% de cette pluviométrie est enregistrée pendant la saison humide (Octobre Mai).<sup>30</sup>

Figure : température de la ville de Guelma



Source : <http://www.dailymotion.com>

## Historique de la ville de Guelma : <sup>31</sup>

Guelma est une ville sur laquelle les différentes périodes historiques ont laissés D'innombrables empreintes. En effet, Guelma a abrité depuis la préhistoire jusqu'à la colonisation française plusieurs civilisations.

### La période de préhistoire :

La région était habitée et possède une nécropole, les Vestiges de Roknia (commune de la wilaya) composée de plus de 3000 dolmens.

### de l'époque romaine au xix siècle :

La ville numide s'appelait Malacca et fut importante sous le règne de Massinissa. Des inscriptions libyques trouvées à Guelma prouvent que la région a été civilisée bien avant l'arrivée des Carthaginois ou des Romains ; des mentions latines attestent que Guelma portait déjà le nom de « Calama », bien que ce nom soit probablement d'origine phénicienne. L'histoire de Guelma est riche en évènements, et son territoire est parsemé de site d'une étonnante originalité.

Figure : théâtre romain de Guelma



Source : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Guelma>

<sup>30</sup> Fichier PDF « Andi » invest in algeria ; la wilaya de Guelma

<sup>31</sup> Site web : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Guelma>

## **Au cours de l'époque chrétienne**

(ive et ve siècles), Calama a eu comme évêque Possidius qui était aussi biographe de saint Augustin et appartenait à la province ecclésiastique de Numidie. D'ailleurs Saint-

Augustin et Donatus évoquent la prospérité de cette ville. Dès l'invasion des Vandales qui détruisit la ville, Possidius alla se réfugier à Hippo-Reggius et Calama tomba au pouvoir de Genséric. Après la reconquête de l'Afrique du Nord par les Byzantins, Solomon, général de Justinien, y fit construire une forteresse entre 539 et 544.

## **Vint ensuite l'époque de la civilisation arabo-musulmane**

Calama est appelée désormais « Guelma ». Selon Ibn Khaldoun, des tribus arabes, en particulier les Banu Hilal, s'étaient déjà installées au cours du IXe siècle dans cette région attractive.

## **L'époque ottomane**

Quant à elle, n'a pas connu de changements radicaux dans le paysage socioculturel de la ville. Cependant, elle a laissé aussi des traces, ne serait-ce que par quelques noms de famille qu'on retrouve aujourd'hui.<sup>32</sup>

## **Période française de 1870 à 1962 :**

Guelma est conquise en 1834 par les Français. Le maréchal Bertrand Clauzel, frappé par l'importance stratégique du site, y établit un camp permanent en 1836. C'est l'origine de la ville actuelle qui, dès lors, accueillit plusieurs générations de colons et de pieds noirs.

La résistance guelmoise face à l'empire colonial français finit par payer le prix fort : le 8 mai 1945, le sous-préfet Achiary fait tirer sur la manifestation nationaliste fêtant la victoire contre le nazisme. Suit une répression menée par un bataillon d'infanterie amené de Sidi-Bel-Abbès et surtout par une milice armée par le sous-préfet.

Un colloque international sur cette tragédie se tient chaque année à l'Université du 8 mai 1945<sup>33</sup>

## **Depuis l'indépendance en 1962 :**

Guelma est wilaya depuis 1974, et ville universitaire depuis 1986 avec l'Université du 8 mai 1945

---

<sup>32</sup> Site web : Wikipédia

<sup>33</sup> Mémoire pour l'obtention du diplôme de magistère en architecture présenté par : BENZERARI SELMA sur l'évolution des quartiers anciens « QUELS ENJEUX URBAINS » à l'Université de Annaba

## L'extension de la ville de Guelma et l'évolution du cadre bâti :<sup>34</sup>

Une ville est liée à son histoire, elle est le lieu où se manifestent différents courants, différents intervenants. Le tout dans un contexte économique, social, culturel ou politique à une époque donnée.

La période la plus importante où la ville de Guelma a connu des extensions c'est bien la période coloniale, la ville de Guelma commence à s'étaler dans des sens différents.

Guelma fait partie des villes Algériennes et elle passe par le même itinéraire, et pour comprendre son évolution il faut remonter dans le temps en commençons initialement par :

### la cité militaire 1836-1915 :

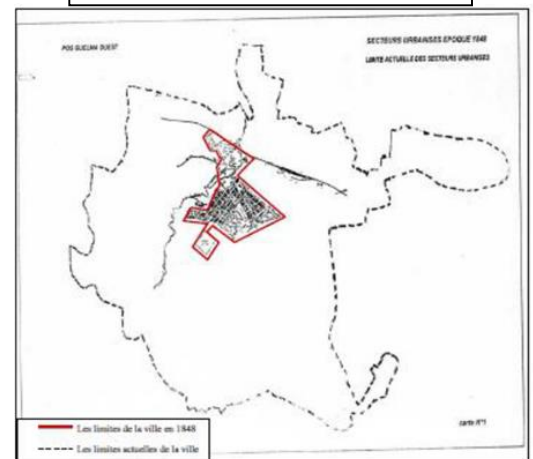
Répondant aux critères de site défensif, les vestiges romains ont servi comme assiette d'implantation pour la colonisation française, et les remparts ont assuré ainsi la sécurité de la ville naissante, créée en 1896, comme champ militaire dont le rôle était d'assurer la surveillance de tout le cercle de Guelma, la cité a été proprement édifiée en 1845, suite à une politique coloniale de peuplement

### Structuration ou organisation de la cité :

Les grands traits de la cité militaire ont largement repris ceux de la cité romaine. Le croisement de deux axes donne sur un centre culturel « géométrique » Matérialisé par la présence de l'église et de place saint –augustin qui prend l'emplacement de l'ex-forum romain.

Une partie de ce secteur était le lieu de résidence, de commerce et d'échange pour les communautés juives et musulmanes.

Figure : la ville de Guelma en 1848



Source : l'archive de l'APC

### La cité et son environnement :

A cette époque, la cité tissait des relations avec sa région par l'intermédiaire d'un marché à bestiaux « extra-muros » et d'un souk hebdomadaire « souk de dimanche » « Intra-muros ».

<sup>34</sup> Mémoire pour l'obtention du diplôme de magistère en architecture présenté par : BENZERARI SELMA sur l'évolution des quartiers anciens « QUELS ENJEUX URBAINS » à l'Université de Annaba

Ces derniers sont les lieux de rassemblement des gens de la campagne «ceux –ci après la vente des animaux se dirigent vers la rue d'Announa pour effectuer leurs achats.

### **Guelma 1918-1954 : « la cité coloniale » :**

Cette période a été marquée par une expansion urbaine due surtout à la crise économique des années 1930 .Cette dernière a été à l'origine du drainage d'un important flux migratoire. La cité intra –muros se densifie, la population atteint le seuil de 4993habitants<sup>55</sup> et de nouveaux quartiers s'édifièrent à partir de 1932 vers le côté est et sud de la ville, à savoir :

- ✓ Le quartier des jardins.
- ✓ Le quartier bon accueil.
- ✓ Le quartier de la nouvelle école.<sup>35</sup>

### **Guelma 1954-1962 « la phase de transition » :**

Au lendemain du déclenchement de la guerre de libération, l'administration française a élaboré plusieurs décisions politique et militaire visant à travers le plan de Constantine, l'amélioration du cadre de vie des algériens, ainsi que la délimitation des zones militaires, ce fut alors la construction de l'habitat à loyer modéré (HLM) où la population autochtone bénéficia des logements de la cité Benberkane Djemila, la Maouna et les cités de recasement telle que la cité de recasement de Ain Defla créée à l'ouest de la ville en 1959<sup>36</sup>

Figure : la ville de Guelma en 1962



Source : <http://www.panoramio.com>

<sup>35</sup> Mémoire pour l'obtention du diplôme de magistère en architecture présenté par : BENZERARI SELMA sur l'évolution des quartiers anciens « QUELS ENJEUX URBAINS » à l'Université de Annaba

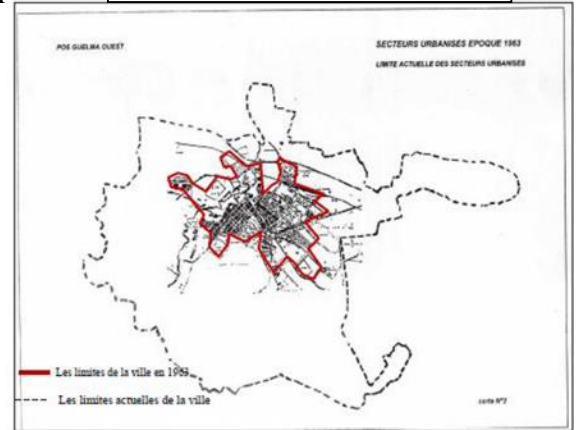
<sup>36</sup> IDEM

## Guelma 1962-1966 « période de logique populaire » :

Guelma dans sa

Dès l'indépendance la ville a connu un accroissement très rapide du taux d'accroissement naturel très élevé et à l'exode rural. Entre 1962-1966 l'urbanisation de la ville a connu elle aussi un configuration spatiale avait gardé son caractère accroissement sensible en matière de construction illégale

Figure : la ville de Guelma en 1963



A cette époque, les pouvoirs publics n'ont réalisé que 95 logements d'un total de

5569 logements<sup>57</sup> entre parc hérité de l'époque coloniale et de constructions illégales.

D'après les deux cartes de l'évolution spatiale de la ville de Guelma, la ville durant la période 1848-1963 n'a pas connue une

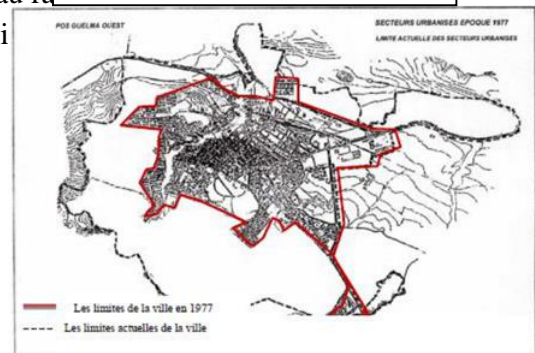
Source : l'archive de l'APC

La ville s'est développée uniquement dans la partie Sud et Est, et une légère extension vers le Nord-Ouest.<sup>37</sup>

## Guelma 1966-1989 « période de la logique industrielle » :

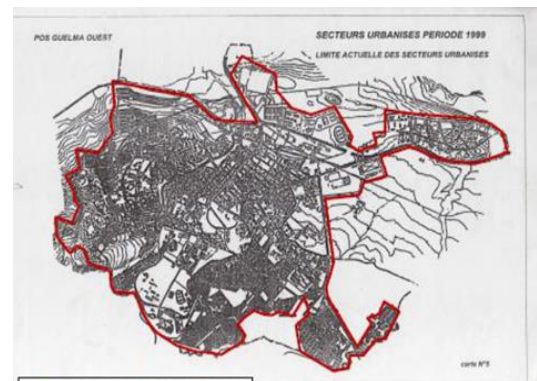
A partir des années 70 depuis que GUELMA fut érigé au rang de Wilaya a connu un accroissement accéléré en matière de - Implantation des unités industrielles (en 1970 céramique, motocycles 1971, sucrerie en 1973). - Pour assurer une organisation harmonieuse et une meilleure gestion de l'espace, plusieurs études ont été lancées, parmi lesquelles le plan d'aménagement de la Wilaya (P.A.W.) un Plan Directeur d'Aménagement et d'Urbanisme (P.D.A.U) et 10 plans d'occupation des sols. (P.O.S)

Figure : la ville de Guelma en 1977



Source : l'archive de l'APC

## Guelma de 1990 jusqu'à l'époque contemporaine :



<sup>37</sup> Mémoire pour l'obtention du diplôme de magistère en architecture présenté par : BENZERARI SELMA sur l'évolution des quartiers anciens « QUELS ENJEUX URBAINS » à l'Université de Annaba

Cette période a été marquée par une urbanisation à outrance en matière d’habitat collectif et surtout individuel localisé dans les différents lotissements.<sup>38</sup>

### **Aspect Administratif :**

La Wilaya de Guelma, créée en 1974, comprend 10 Dairas et 34 Communes.<sup>39</sup>

Tableau : les dairas et les communes de

<b>Dairas</b>	<b>Communes</b>
Guelma	Guelma ; Ben Djerrah
Guelaât Bou Sbaâ	Guelaât Bou Sbaâ ; Boumahra Ahmed Béni Mezline ; Djeballah Khemissi Belkheir ; Nechmeya
Bouchegouf	Bouchegouf ; Ain Ben Beida Oued Fragha ; Medjez Sfa
Oued Zénati	Oued Zénati ; Ain Regada ; Bordj Sabath
Hammam Debagh	Hammam Debagh ; Roknia ; Bouhamdane
Héliopolis	Héliopolis ; Bouâti Mahmoud ; El Fedjoudj
Khezaras	Khezaras ; Bouhachana ; Ain Sandal
Ain Makhlouf	Ain Makhlouf ; Ain Larbi ; Tamlouka
Ain Hessainia	Ain Hessainia ; Ras El Agba Sellaoua Announa ; Medjez Amar
Hammam N’Bails	Hammam N’Bails ; Oued Cheham Dahouara

Source : Fichier PDF « Andi » invest in Algérie ; la wilaya de Guelma

<sup>38</sup> IDEM

<sup>39</sup> Fichier PDF « Andi » invest in Algérie ; la wilaya de Guelma

## **- Situation démographique : <sup>40</sup>**

### **Structures de la population :**

La population totale de la wilaya est estimée à 506.007 habitants, soit une densité de 135 habitants par Km<sup>2</sup>.

### **Répartition de la population par sexe et par âge :**

La population ayant un âge inférieur à 15 ans représentant 34 pour 100 du total de la population, constitue dans les années à venir une importante ressource humaine.

### **Le relief :**

La géographie de la Wilaya se caractérise par un relief diversifié dont on retient essentiellement une importante couverture forestière et le passage de la Seybouse qui constitue le principal cours d'eau.<sup>41</sup>

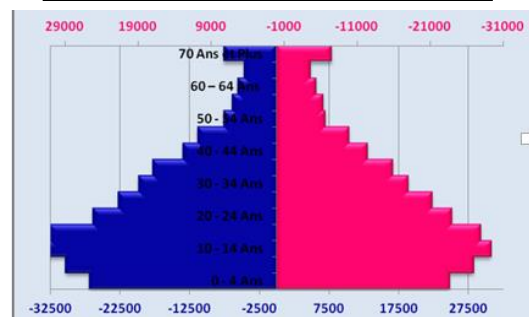
Ce relief se décompose comme suit :

**Montagnes :** 37,82 % dont les principales sont :

- 1 – **Mahouna (Ben Djerrah) :** 1.411 M d'Altitude
- 2 – **Houara (Ain Ben Beidha) :** 1.292 M d'Altitude
- 3 – **Taya (Bouhamdane) :** 1.208 M d'Altitude
- 5- **D'bagh (Hammam Debagh) :** 1.060 M d'Altitude
- 6- **Plaines et Plateaux :** 27,22 %
- 5- **Collines et Piémonts :** 26,29 %
- Autres :** 8,67 %

### **Infrastructure de Base de la ville de Guelma :**

Figure : pyramides des âges de Guelma en



Source : DPAT

Figure : terrain agricole



Source : Google images

Figure : montagnes



Source : Google images

<sup>40</sup> Fichier PDF « Andi » invest in Algérie ; la wilaya de Guelma

<sup>41</sup> IDEM



### **Réseaux routiers :**

La wilaya de Guelma dispose d'un réseau routier important et diversifié d'une longueur de 2205,54 Km dont 299,20 Km de R.N. La densité routière (tous types confondus) est de 0,49 Km/km<sup>2</sup>.<sup>42</sup>



Figure : réseaux routiers

Source : Google images

### **Réseau Ferroviaire :**

Le réseau ferroviaire de la Wilaya de Guelma est de 37 Km seulement qui sont en service. Cet axe relie Guelma à Bouchegouf et Ain Ben Beidha (Boukamouza). La Wilaya ne sera donc pas entièrement couverte et mieux désenclavée qu'avec la réfection de l'ancienne voie reliant son chef-lieu à la ville de Constantine.<sup>43</sup>



Figure : réseaux ferroviaire

Source : Google images

### **Réseau électrique :**

La Wilaya de Guelma a connu de grands efforts en matière d'électrification et notamment rurale.

Le réseau d'électricité a atteint une longueur de :

- \* Longueur réseau d'électrification : 4608,569 Km -MT/BT-
- \* Nombre de poste transformateur (distribution) en service : 1.581



Figure : réseaux électriques

Source : Google images

### **Education et formation :**

\* **Enseignement primaire :** Compte 267 écoles primaires pour un effectif global de 42.361 élèves dont 20.025 sont constitués par des filles, la Wilaya offre actuellement 2.079 classes dont 1.485 salles utilisées.

\* **Enseignement Moyen :** Ce stade de l'enseignement compte 79 sur un effectif de 41.087 élèves dont 20.549 filles avec 1.157 salles de classes.

<sup>42</sup> IDEM

<sup>43</sup> Fichier PDF « Andi » invest in algeria ; la wilaya de Guelma

\* **Enseignement secondaire** : Compte actuellement 34 lycées offrent 715 salles de classes pour un effectif global de 18.427 élèves dont 10.997 filles.

\* **Formation professionnelle** : Un réseau de formation professionnelle diversifié composé de 1 INSFP, 10 CFPA, 03 annexes de CFPA d'une capacité totale d'accueil de 2075 places

\* **Enseignement supérieure** : Un centre universitaire avec 7 facultés pour 16.500 étudiants.

### **infrastructure sanitaire :**

La Wilaya de Guelma dispose de quatre (05) établissements publics hospitaliers, 04 établissements publics de santé de proximité et 140 salles de soins.

### **Les ressources naturelles et humaines de la ville de Guelma :**

#### **Naturelle :**<sup>44</sup>

D'une vocation essentiellement agricole, la Wilaya de Guelma recèle un important potentiel, à savoir :

- **Surface agricole Totale (SAT)** : De 264.618 Ha, soit 71,77 % de la superficie totale.
- **Surface agricole utile (SAU)** : De près de 187.338 ha soit 50,81 % de la superficie totale de la Wilaya et 70,80 % de la S.A.T.
- Superficie forestière de 113.182 ha, soit un taux de 30,70 % de la superficie totale de la Wilaya.

#### **Humaines :**

La Wilaya de Guelma, étant à vocation agricole, son secteur primaire ne suffit plus à absorber les demandeurs d'emploi. Quant aux unités industrielles, elles sont non seulement saturées mais en situation soit de difficultés, soit de non expansion économique.

#### **Situation 2011 :**

- **Population active** : 258.823 soit un taux d'activité de 51,15 %.
- **Population occupée** : 177.113 personnes occupées, soit 68,43 % de la population active.
- **Population au chômage** : près de 26.892 chômeurs.
- **Taux de chômage** : près de 10,39 %.

---

<sup>44</sup> Fichier PDF « Andi » invest in algeria ; la wilaya de Guelma

## **Conclusion**

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

## **Chapitre II :**

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

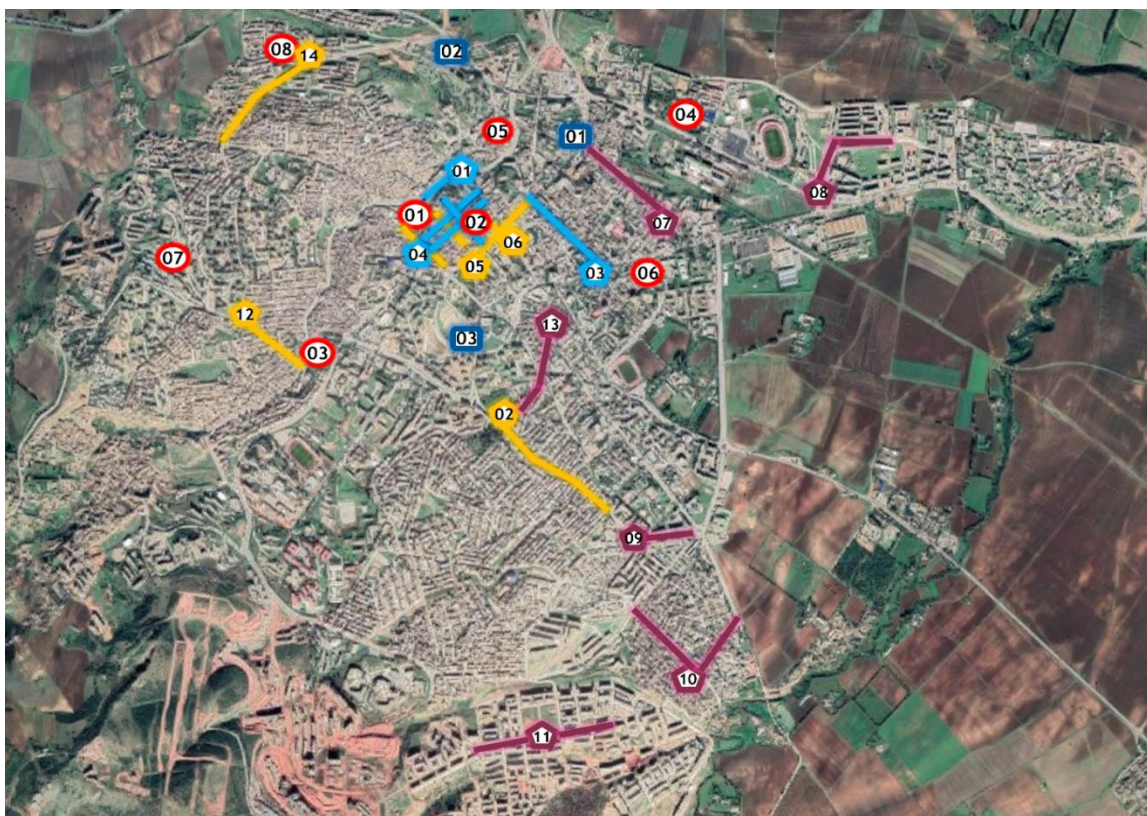
## La structure commerciale de la ville de Guelma :

Après l'indépendance, le commerce à Guelma se fait au niveau des locales dans les RDC des anciennes bâtisses et aussi dans les anciens souks.

Ensuite il y a eu l'apparition des marchés ouverts et couverts au niveau des quartiers populaires et les nouvelles extensions urbaines.

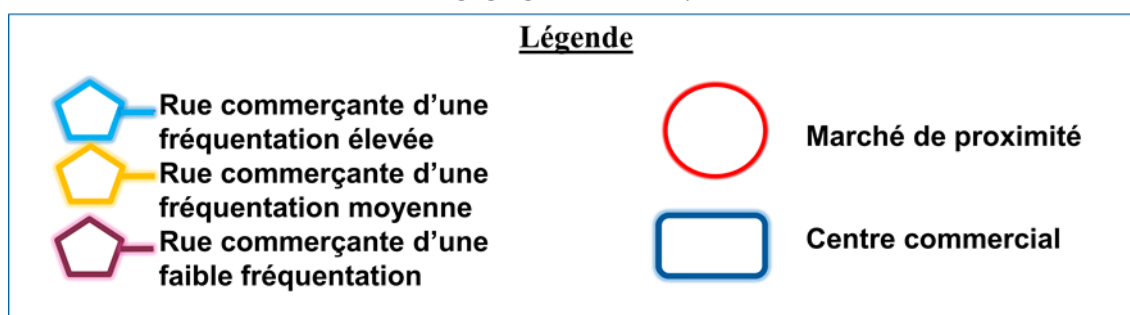
### 1. Diagnostic et les caractéristiques de l'activité commerciale dans la ville de Guelma

#### 1.1. Commerce formel



Carte: Carte commerciale, commerce formel à Guelma.

Source: image google earth traitée par l'auteur.



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

Tableau : Les marchés de proximité et les centres commerciaux de la ville de Guelma Source : auteur, 2020.

## Commerce informel

Carte : Carte commerciale ; Commerce informel à Guelma.



Source : image Google earth traitée par l'auteur 2020.

- Commerce informel au niveau de boulevard du volontariat sur les deux côtés, les biens exposés sont des fruits et légumes, épices, vaisselles, vêtements, téléphone portable.etc.
- 02. Jardin public occupé par des commerçants informels, les biens exposés sont des vêtements et téléphones portables.
- Commerce de rue au niveau du centre-ville tel que la rue d'Announa, rue Mogador, rue Abdallah Guergour, Rue Abdel Hamid Ben Badis, la rue de marché Hassan Harcha
- . Commerce informel au niveau de la place des martyres (place Hassan Harcha).
- Commerce informel ambulante par des véhicules utilitaires exposant des fruits et des légumes...Etc. à proximité de station de taxis intercommunales et le jardin public.
- Commerce informel à proximité de l'antenne d'apc, des véhicules utilitaires exposant des fruits et des légumes
- Commerce informel à proximité de marché El Hadj Mbarek, exposant des meubles usés, des fruits et des légumes.

## 1.2. Analyse SWOT

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

Atouts	Faiblesses	Opportunités	Menaces
<p>- Offre commerciale diversifiée répondant aux besoins des acheteurs de différentes classes sociales.</p> <p>- Situation stratégique de la ville de Guelma qui est au carrefour de plusieurs voies de communication reliant la côte à l'intérieur des terres, entre plusieurs grandes villes (Constantine, Skikda, Annaba), ce qui facilite la distribution de divers produits provenant d'autres wilayas.</p> <p>- présence d'une zone commerciale riche et diversifiée dans le centre-ville et le boulevard du volontariat.</p>	<p>- Insuffisance en termes d'équipements commerciaux de grandes surfaces.</p> <p>- Une offre commerciale faible aux cités périphériques de la ville, telle que la nouvelle ville, cité El Amir Abdelkader, cité Bourwayeh, cité Frères Rahabi etc. qui encourage l'apparition du commerce informel.</p> <p>- Anarchie et manque d'installations publics qui accompagnent les activités commerciales, telles que parkings, sanitaires publics...etc., et l'absence d'une vision claire sur l'organisation des espaces et des équipements, en termes de surface de vente, de services complémentaires, de circulation des piétons et de personnes et de gestion des déchets, ce qui conduit à la déformation de l'image de la ville et le paysage urbain</p> <p>-L'occupation de places, jardins publics et rues par le commerce informel qui nuit au cadre de la vie des habitants et usagers et l'abondance de plusieurs équipements commerciaux.</p> <p>- Concurrence commerciale inégale entraînant de multiples pertes menant à la fermeture de plusieurs activités commerciales formelles, telles que le centre commercial Sindbad, le marché et la rue Hassan Harcha</p>	<p>- Réinvestir et réhabiliter les marchés et les centres commerciaux abandonnés en relocalisant les commerçants informels et en les intégrant au commerce formel</p> <p>- Attirer des investissements, programmer et mettre en service de nouveaux équipements commerciaux, pour couvrir les pénuries et répondre aux besoins croissants des habitants.</p>	<p>- Perdre l'attractivité économique de la ville à cause du climat d'inégalité qui n'encourage pas les investissements et menace d'accroître et d'approfondir ce phénomène du commerce informel.</p> <p>- L'émergence de nouvelles zones de commerce informel si la ville n'arrive pas à répondre aux besoins croissants des habitants.</p>

Tableau : Tableau d'analyse SWOT (AFOM) de l'activité commerciale de la ville de Guelma. Source : auteur, 2020.



## Enjeux et objectifs à l'échelle de la ville de Guelma

- Les enjeux :
  - ✓ Réorganiser l'activité commerciale et ses différents équipements.
  - ✓ Renforcer l'attractivité et l'offre de commerce de la ville de Guelma.
- Les objectifs :
  - ✓ Bénéficier et réinvestir les équipements commerciaux abandonnés pour absorber les commerçants informels, les soutenir et les intégrer au secteur formel.
  - ✓ Programmer de nouveaux équipements commerciaux pour répondre aux besoins croissants des habitants et usagers et éviter l'émergence de nouvelles zones commerciales informelles.

## Conclusion du diagnostic de l'activité commerciale de la ville de Guelma

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

### Scenario général et délimitation de l'aire d'intervention

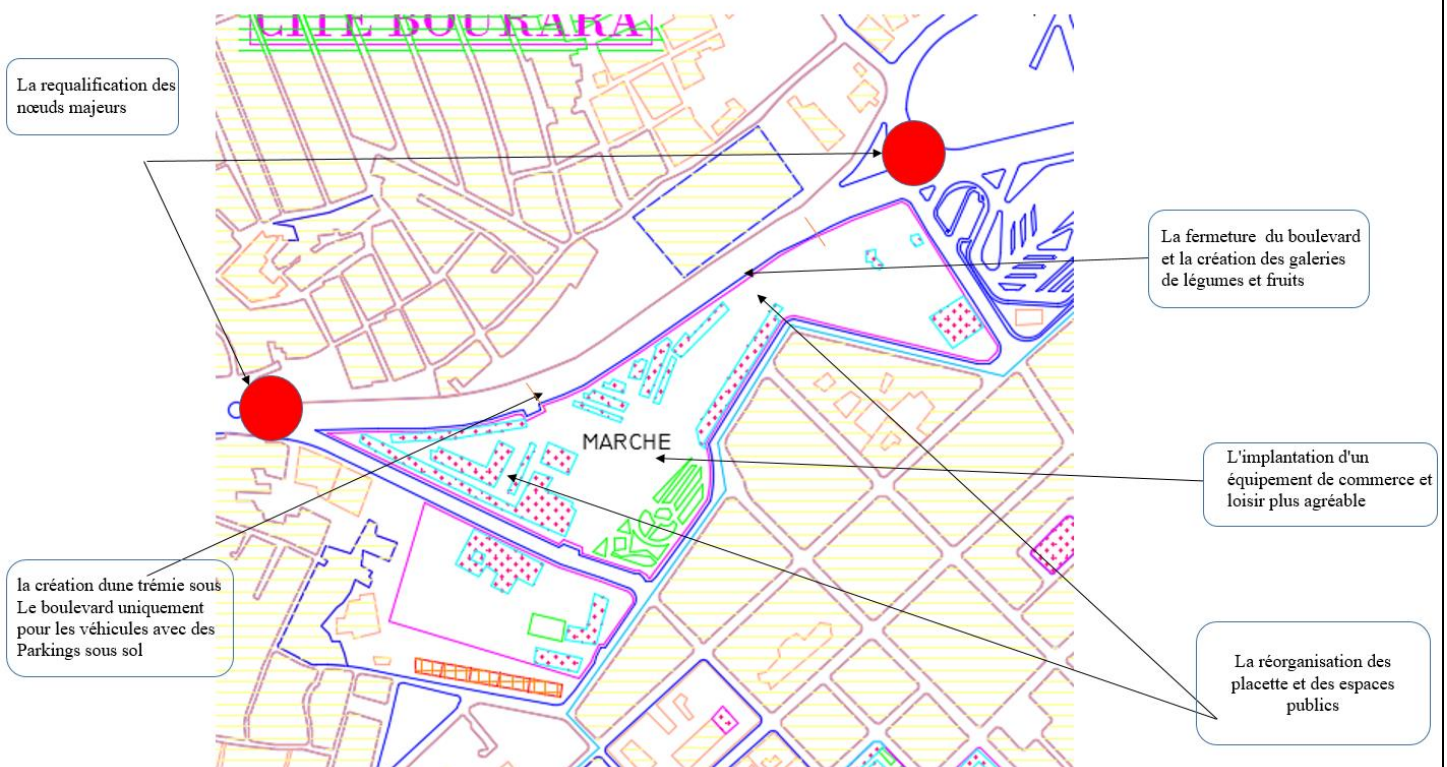


Figure : scenario général sur le terrain d'intervention.

## **Conclusion**

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

# **Chapitre III :**

## **La programmation**

## **1. Introduction**

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

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

### **Le projet à développer : centre de commerce et loisir**

#### **Centre commercial classique**

On appelle centre commercial un bâtiment ou ensemble de bâtiments regroupant un certain nombre de boutiques et commerces desservis par des allées piétonnes permettant aux clients de passer facilement d'un magasin à un autre. La plupart du temps, le centre commercial est généralement couvert, coupé de l'extérieur, équipé d'un système de climatisation, propose des services aux consommateurs... Son principal intérêt est de regrouper différents commerces en un seul et même endroit. Il est souvent construits autour d'une grande surface comme Hall, d'un grand magasin ou d'un hypermarché qui attire les consommateurs en masse et engendrent le trafic.<sup>45</sup>

#### **Centre de commerce et de loisirs**

Les désirs des consommateurs ont changé en ce qui concerne la manière de procéder à leurs achats. Ils associent le terme « consommation » au concept du « plaisir ». Pour cela, les nouveaux centres commerciaux ont introduit les loisirs afin de répondre aux besoins des nouveaux consommateurs de se rendre dans un endroit agréable et divertissant en occultant souvent l'aspect pratique et commercial des centres classiques.<sup>46</sup>

---

<sup>45</sup> Mémoire pour l'obtention du diplôme architecte. BENICHOU Achref. Le commerce et la ville ; pour une nouvelle attractivité commerciale à Casablanca. 2013. Ecole nationale d'architecture, Rabat, Maroc. P94.

<sup>46</sup> IBID. P97.

## Analyse des exemples architecturaux

### Exemple 01 : centre commercial et loisir de Bâb Ezzouar Alger

#### Dimension urbaine :

- Situation par rapport à la ville :



Bab Ezzouar se situe à l'est de la capitale Alger

Le Centre Commercial & de Loisirs se situe dans l'enceinte du nouveau quartier d'affaires de BAB EZZOUAR. Son emplacement est stratégique grâce à sa facilité d'accès ainsi qu'à la disponibilité des infrastructures nécessaires. Le quartier d'affaires de BAB EZZOUAR se trouve non loin de l'Aéroport international Houari Boumediene d'Alger et à 15 minutes du centre-ville, proche d'un quartier résidentiel et d'un campus universitaire. D'autres projets sont en cours ou déjà réalisés :

Hôtel Ibis, Air Algérie, BNP Paribas, Algérie Poste, CGM, MobilisTelecom, Aigle Azur, Crédit Populaire d'Algérie

- au niveau d'environnement immédiat (plan de masse) :

Plan de situation du centre de Bâb Ezzouar

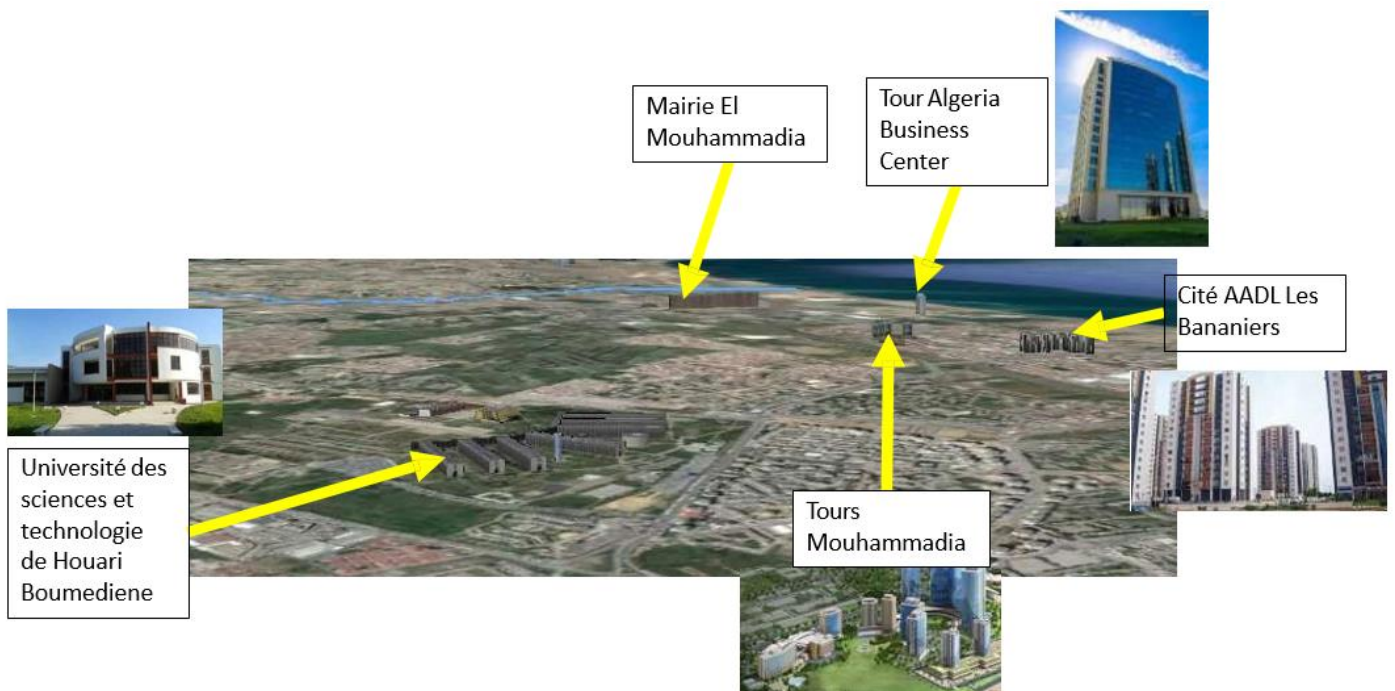


## Repérage :

### ➤ Points de repères :



### ➤ Points d'appels :



Ils se sont des points d'appelle par les formes des bâtiments et leurs hauteurs et fonctions

## Identité :

Cet équipement est de tendance moderne,  
On peut remarquer sa dans sa construction  
De structure moderne poteau poutre  
Sans oublié l'utilisation des matériaux moderne  
Tels que : l'acier et le verre.

## Accessibilité :

### ➤ **Mécanique :**

On a les voies secondaires autour  
Du 1er centre commercial  
Et loisirs d'Algérien  
« Qu'ils distribués à partir  
2 voies principales »

### ➤ **Piéton :**

On trouve 5 accès :

1. accès principal situé  
À la façade principale et  
La façade ouest.
2. accès secondaires

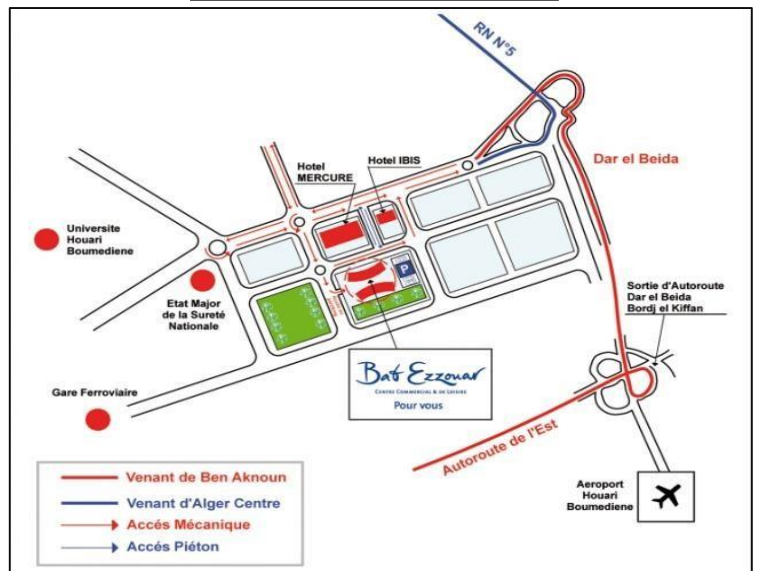
Situés sur la façade-et arrière

Figure : centre commercial de Bâb Ezzouar.



Source : Google images

Figure : l'accessibilité vers le centre.



Source : Google images



Le projet est accessible à partir des rues vertes

### Attraction :

L'entrée se caractérise par ces dimensions Monumentales, porte d'entrée de cinq Mètres de hauteur et de quatre mètres de Largeur, qui permet le passage d'un grand Nombre de clients en même temps, elle est Entièrement vitrée d'une forme convexe

Figure : l'entrée de centre commercial



Source : Google image

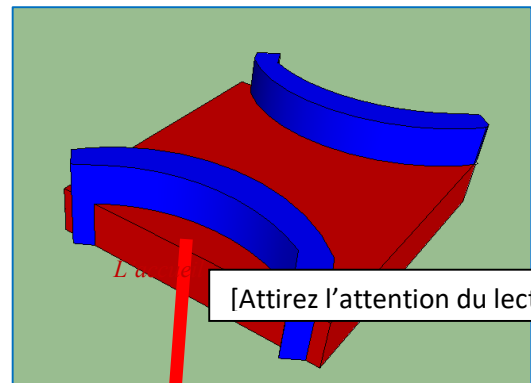
### Le site :

#### Principes d'implantation :

Figure : vue 3D du centre commercial

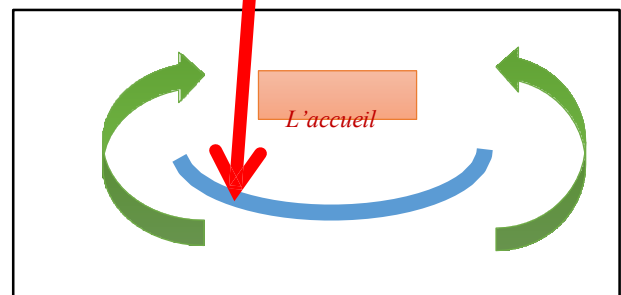
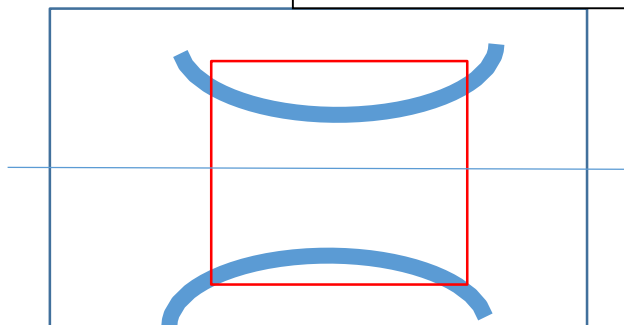


Figure : la forme volumétrique du centre



[Attirez l'attention du lecteur avec

Source : Recherche thématique sur centre commercial par : kerrouch hamza a université de Blida



- Le caractère de l'édifice est obtenu par l'emploi de la symétrie





➤ **La forme :**

Architecture épurée ; un des grands et les plus attractifs vue sa situation stratégique

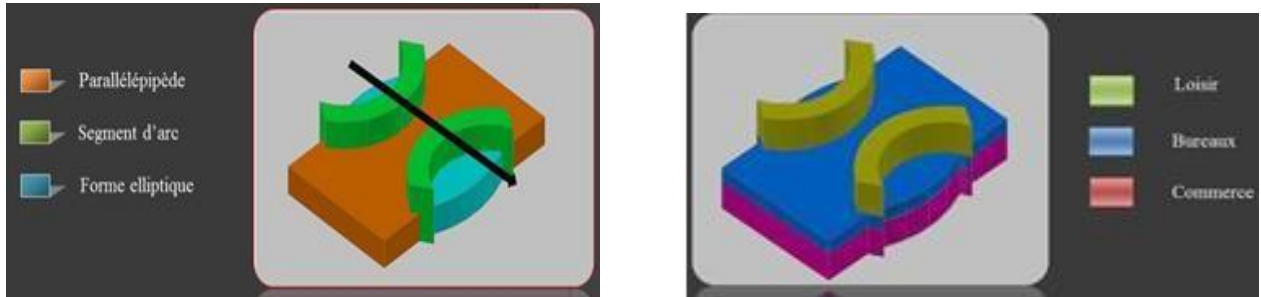
Volumes : compositions volumétrique constitué des 3 volumes :

Parallélépipède : commerce

Segment d'arc : loisir

Forme elliptique

Figure : la volumétrie de centre commercial



Source : Recherche thématique sur centre commercial par : kerrouch hamza a université de Blida

➤ **Topographie :**

Le terrain est plat



**2/Dimension fonctionnelle :**

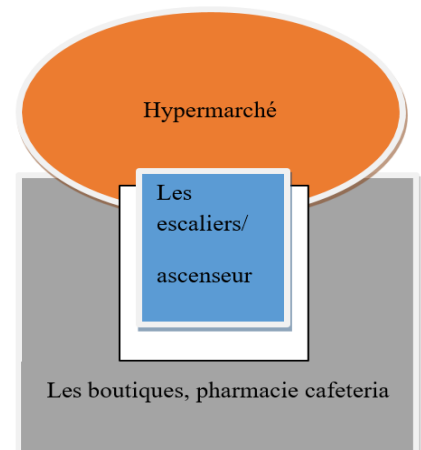
➤ **Organisation spatiale :**

**Rdc :**

L'escalier : Double escalier de part et d'autre d'une mezzanine

Hypermarché : Enface les escaliers, s'étend sur tous RDC

Ascenseurs : Panoramique situe aux milieux des escaliers

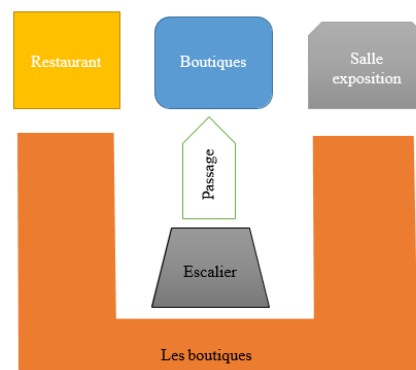


### 1<sup>er</sup> étage :

Le premier niveau est constitué d'une trentaine de Boutiques de mode, de jouets et de décoration.

Toutes marques confondues

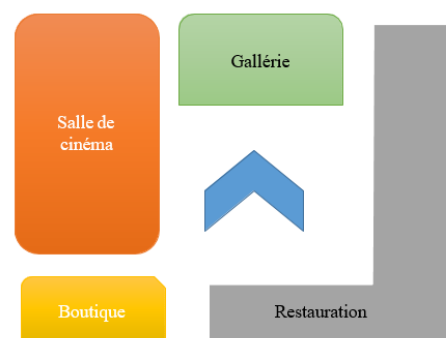
Magasins : Situés au tour de mezzanine



### 2<sup>eme</sup> étage :

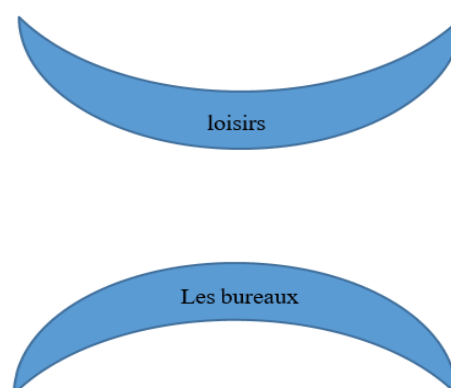
C'est le niveau qui accumulera sûrement le plus de monde avec ses huit salles de cinéma de 2006m<sup>2</sup> et la salle de bowling de 3 175 m<sup>2</sup>.

Les fast-foods, une sorte de terrasse, une galerie d'art, un podium pour d'éventuelles représentations comme des concerts de musique et une salle de fitness.



### 3<sup>eme</sup> étage :

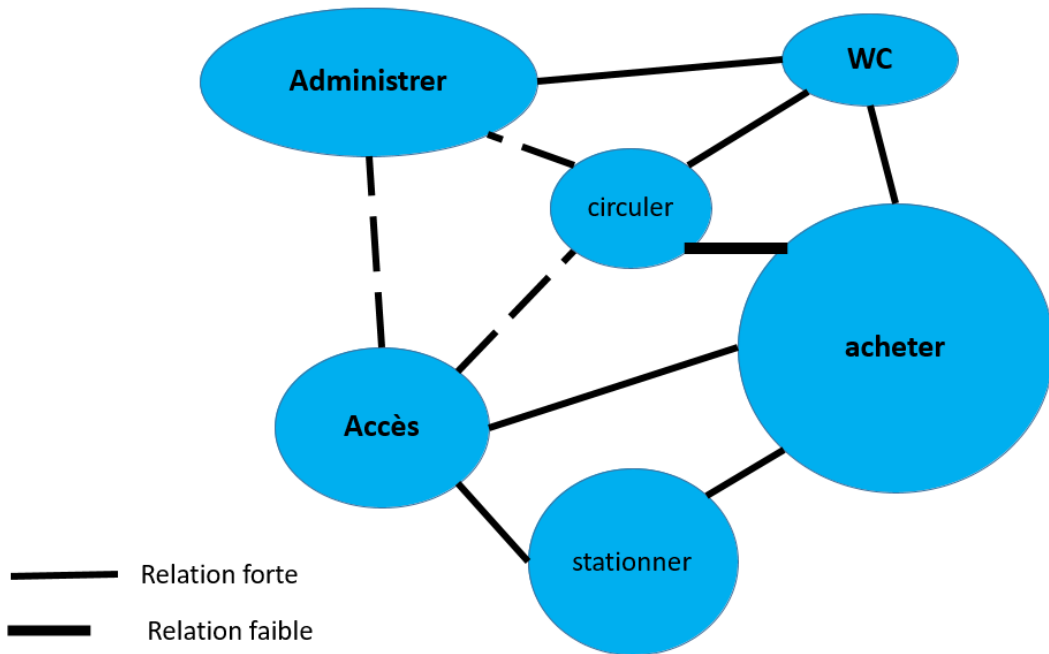
Concernant le troisième niveau de 20 000 mètres carrés, le business center est constitué de deux tours de quatre niveaux. Pour assurer une bonne sécurité au troisième niveau, tous les bureaux auront des cartes magnétiques.



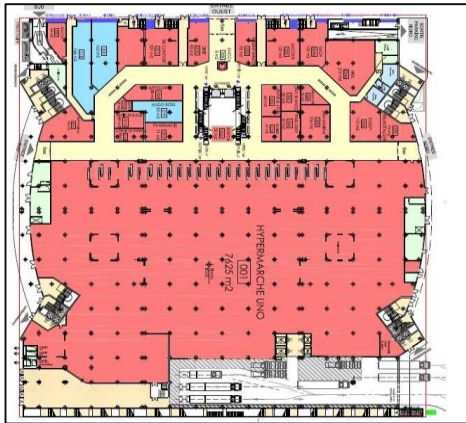
- Concernant le 4<sup>eme</sup> et le 5<sup>eme</sup> et le 6<sup>eme</sup> étage Occupée par les bureaux et loisir et sont des étages Courant

➤ **Organisation fonctionnelle :**

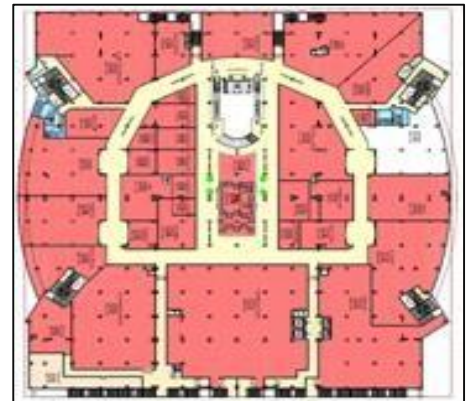
**Organigramme fonctionnelle:**



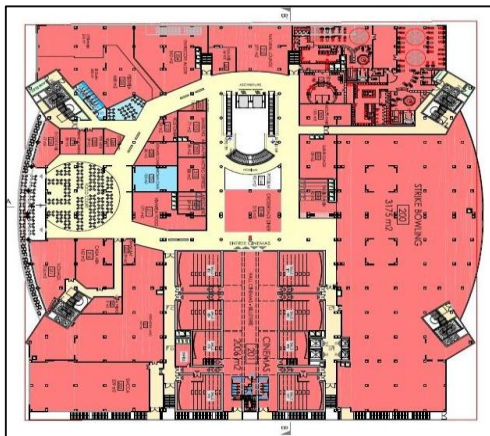
**RDC :**



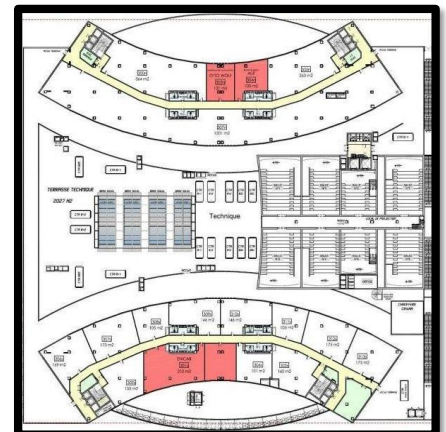
**1<sup>er</sup> étage :**



**2eme étage :**



**3eme étage :**



- Pour les 4eme ,5eme et 6eme étage sont des étages courants

➤ **Qualité des espaces :**

**Analyse de l'intérieure :**

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

Le projet se distingue par les spécificités suivantes :

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

**Fonctionnement intérieur :**

Il doit suivre des dispositions spatiales bien étudié.

IL doit suivre les schémas et les organigrammes fonctionnels.

Il doit avoir une disposition spatio-fonctionnelle bien organisée.

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

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

Introduction des éléments naturels à l'intérieur du centre commercial afin d'offrir une

Sensation de bien-être.

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

**3/Dimension conceptuelle et idéale :**

➤ **La volumétrie :**

Le projet centre de commerce et de loisirs

Bâb Ezzouar se présente en volume monobloc

Sous formes géométriques, il est composé

Principalement de 03 volumes ;

- Volume 01 :

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



- Volume02et 03

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

➤ **Traitement de façades :**

- Façades symétrique d'un style

Contemporain simple

- De façades horizontales plus que Verticaux
- Le béton et le verre sont les

Matériaux les plus utilisés dans le site étudié

- Utilisation de verre beaucoup plus
- Cette façade tient du style moderne avec

l'utilisation d'éléments en verres pour exprimer la transparence et démarquer le projet dans son environnement.

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

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

Figure : la façade du centre commercial



Source : Recherche thématique sur centre commercial par : kerrouch hamza a université de Blida en 2011-2012



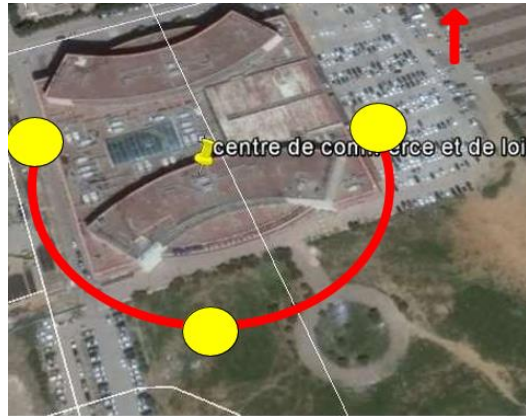
Figure: Façade du centre de commerce et de loisirs BAB AZZOUAR. Source : Mémoire de master. BEN ALI Selma. Centre de commerce et de loisirs. 2017. Département d'architecture, Bejaia, Algérie. P117.

#### 4/Dimension environnementale et ambiance :

##### **A-Environnement physique :**




##### **1- Microclimat :**

➤ **Ensoleillement :**



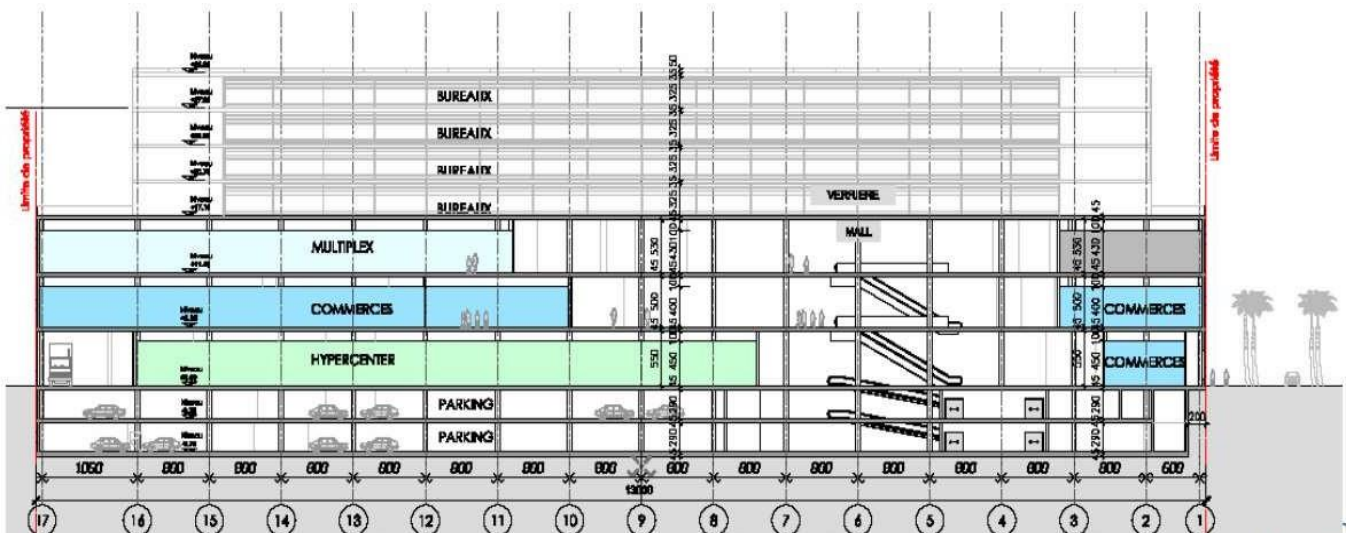
➤ **Ventilation :**



-  Vents dominants chauds
-  Vents dominants froids
-  Brise d'été

**2-pollution sonore :**

Il y a une séparation dans les fonctions verticalement donc ce confort est préservé



## B- ambiance :

### ➤ La lumière et l'éclairage :

- L'équipement est en totalité bien éclairé, cet éclairage est assuré à travers les ouvertures, les murs rideaux et aussi par un puits central au milieu de l'édifice ajoutant à ça l'effet de l'éclairage artificiel.

### ➤ La circulation :

- **La circulation horizontale :** le centre propose des couloirs (les galeries) et hall principale pour faciliter de déplacement entre les boutiques du centre.

### ➤ La circulation verticale :

- Les escaliers et les escalators : le centre propose les escaliers pour faciliter de déplacement entre les différents étages.
- Les ascenseurs : aussi on trouve des assesseurs panoramique pour le déplacement d'un étage a un autre et ; durant le déplacement offre un vue sur tout hyper marché.
- Les montes charges : afin de pouvoir transporter les marchandises et faciliter le montage des produits.

## 5/dimension structurelle et technique :

### ➤ Structure :

La structure utilisée est de type poteau poutre avec une trame régulière obtenu par des dédoublements d'un module 5x5 m. <sup>47</sup>

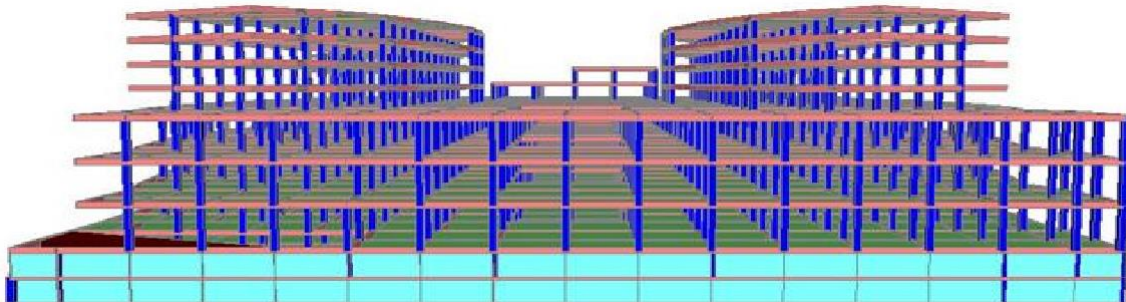


Figure : le centre commercial à la cour de réalisation

#### Aspect architectural et fonctionnel

Exigeant certain espaces dégagés au Niveau du RDC de même qu'aux niveaux inférieurs, une configuration Géométrique particulière avec de grandes démentions en plan (120m\*130m), des décrochements importants en plan et en élévation un sol hétérogène de faible portance



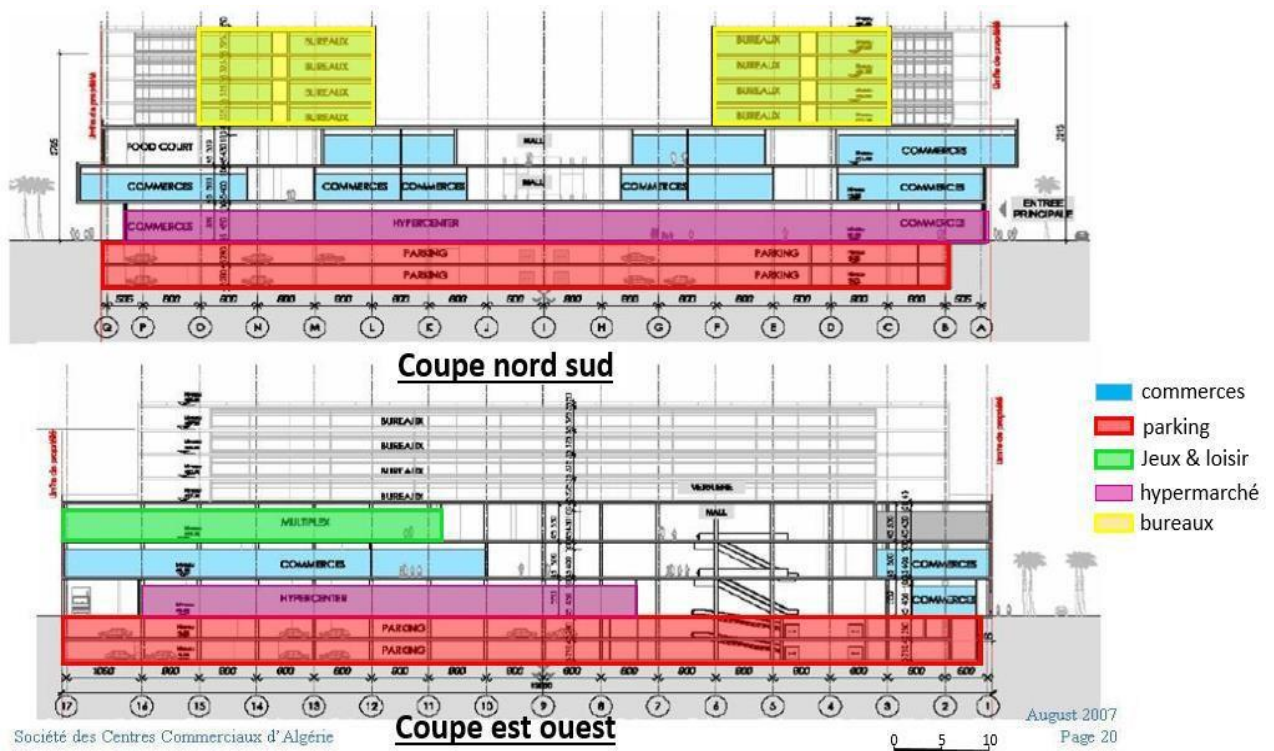
Source : Recherche thématique sur centre commercial par :kerrouch hamza a université de Blida en 2011-2012

<sup>47</sup> IDEM

- Le choix de la structure s'est porté sur le système qui donne le plus de flexibilité en termes d'aménagement d'espace intérieur. À savoir, un système en poteaux-poutres auto-stables avec des contreventements en voiles dans les deux directions.
- Les types de poteau utilisé : poteau carré ; poteau circulaire

➤ **Rapport forme /fonction et services :**

- Le centre s'étend sur une superficie de 45 000 m<sup>2</sup> auquel s'ajoutent deux tours totalisant
- 20 000 m<sup>2</sup> de bureaux, il se compose d'un hypermarché, une centaine de magasins, des restaurants, des cafés, des espaces de jeux et loisir, deux tours d'affaires viennent s'ajouter au centre commercial, il dispose de 1700 places de parkings intérieur et extérieur. Le centre est principalement constitué de deux sous-sols, d'un rez-de-chaussée et de deux étages surélevés des deux tours en forme de segment d'arc de quatre étages chacune.





➤ **Programme quantitatifs :<sup>48</sup>**

Bâb Ezzouar, un centre commercial et de loisirs de taille humaine à Alger :

•70 enseignes sur 3 niveaux

- Un parking souterrain de 850 places 43 boutiques, 20 magasins, un hypermarché, bowling, cinémas et des restaurants.

| 1<sup>er</sup> étage

| RDC

SURFACES BRUTES		
ETAPE	SURFACE BRUTE	TOTAL
	AIRE BRUTE	13673 m2
		13673 m2

SURFACES A LOUER		NETTES
Num.	Locataire	Surfaces
001	HYPERMARCHÉ UNO	7625 m2
002	SEGENT MAJOR	95 m2
003	SAN MARINA	106 m2
004a	NIKE	219 m2
004b	GEOX	105 m2
005	LACOSTE	123 m2
006	DJEZZY	115 m2
007	CAFÉ BLANCO	50 m2
008	SMCCA	8 m2
009		163 m2
010	KLAIRS	47 m2
011	BB CONFORT	227 m2
012	DIXIT	93 m2
013	LOUATI	18 m2
014	TAPIS ROUGE	49 m2
015	BNP Paribas	136 m2
016	O'DELICES EXPRESS	38 m2
017	PHARMACIE	71 m2
018		166 m2
019	HUGO BOSS	92 m2
020	RELAI D'ALGER	74 m2
021	SMCCA	55 m2
022	SWATCH	32 m2
023	AFFLELOU	88 m2
024	MEGA OR	35 m2
025	JEUNE & JOLIE	60 m2
026	PABLOSKY	57 m2
		9947 m2

SURFACES BRUTES		
Etape de Construction	Surfaces Brutes	Total
	AIRE BRUTE	15498 m2
		15498 m2

SURFACES A LOUER		NETTES
Num.	Locataire	Surfaces
101	LUFIAN	606 m2
102	MORERA	322 m2
103	DEPOT IT	201 m2
104	BENETTON	321 m2
105	SUPER SPORT	178 m2
106	A VIE CHAUSSURES	811 m2
107		500 m2
108	THURAYA	399 m2
109	PUNT ROMA	257 m2
110	LA GRANDE RECRE	793 m2
111	FASHION PLANET	1498 m2
112	BO'S ART	936 m2
113	IT SHOP	604 m2
114	SMCCA	209 m2
116	ACTUA _ JULES	511 m2
117	ANTRI BOUZAR	144 m2
118	OLLY GAN	127 m2
119B	CROSSROADS CAFE	202 m2
120	SAMSONITE	60 m2
121	GOTTFRIED	45 m2
123A	LE TANNEUR	81 m2
123B	OOXOO	49 m2
124	BLEU NUIT	145 m2
125	BALLA BOOSTE	37 m2
126A	CARRE BLANC	95 m2
126B	G.LETHU	69 m2
127	GUY DEGRENNE	117 m2
128	LOLLIPOPS	53 m2
129	SEB	191 m2
129A	ORCHESTRA	139 m2
129B	SMCCA	97 m2
130	ECOSSIM	151 m2
131	SONY	361 m2
132	Espreno	83 m2
133	RAYMOND WEIL	33 m2
		10428 m2

| 2eme étage

Etape de Construction	Surfaces Brutes	Total
	AIRE BRUTE	15628 m2
		15628 m2

SURFACES A LOUER		NETTES
Num.	Locataire	Surfaces
200	STRIKE BOWLING	3175 m2
201	CINEMAS	2006 m2
202	SMCCA	529 m2
203	PIZZERIA	668 m2
204	ENTRECOTE ALGER	342 m2
205	MOD'S HAIR	100 m2
207	WWW,BAZ	29 m2
208	FITNESS	1101 m2
209a	SUSHI LOUNGE	139 m2
209b	YA LEIL YA EIN	92 m2
210	METRO EXPRESS	88 m2
211	VIVAREA FOOD	171 m2
212	ROSTOMIA	54 m2
213	SAMSUNG	77 m2
214B	CROSSROADS DINER	215 m2
215	NATURAL LOUNGE	277 m2
216	CASA MIA	162 m2
217	NOMADE	216 m2
218	Ô COCKTAIL	77 m2
219	ABRACADABRA	58 m2
220	TEX MEX	39 m2
221	ORCHESTRA LAND	747 m2
222	DJEZZY	16 m2
224	AROMA CAFE	103 m2
225	ALGAUFRA	38 m2
226	O'Delices	33 m2
227	ARLECHINO	59 m2
228	LEONARD CAFE	80 m2

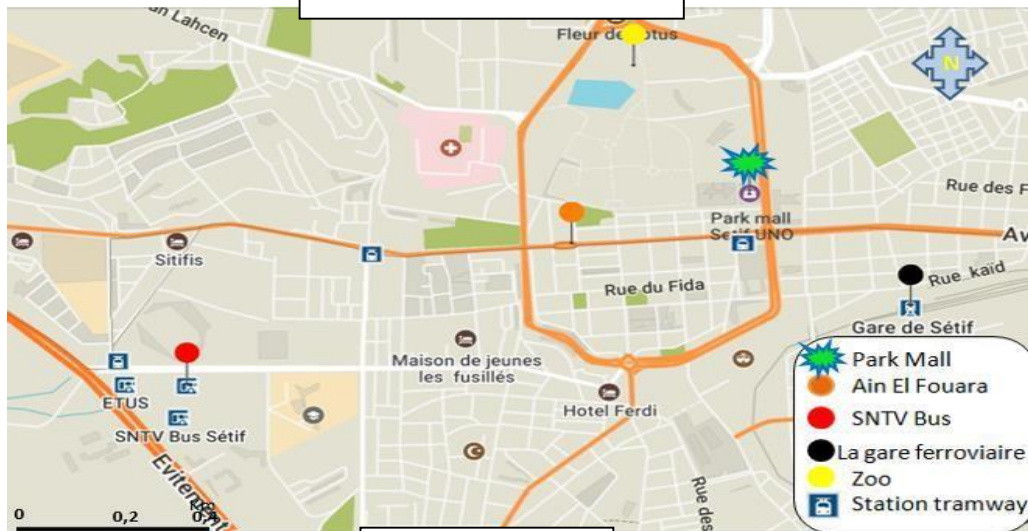
## Exemple 02 : CENTRE COMMERCIAL ET DES LOISIRS « PARK MALL Sétif

### 1/Dimension urbaine :

#### ➤ Situation par rapport à la ville :

Le Park Mall est situé en face du siège de la wilaya, à 10 minutes de RN 5 par une voie principale qui passe au milieu de la ville de Sétif, 15 min de la gare routière de Sétif, à 1 min de la ligne de tramway, entouré par des place touristique « Zoo de nord ; Ain El Fouara de l'ouest ».

Figure : plan de situation de Park mall



Source : Google maps

#### ➤ au niveau d'environnement immédiat (plan de masse) :

PARK MALL de Sétif est entouré par un ensemble des équipements qui sont : L'est : DAYRA et nouveau hôtel ; Ouest : Park d'attraction

#### ➤ L'accessibilité :

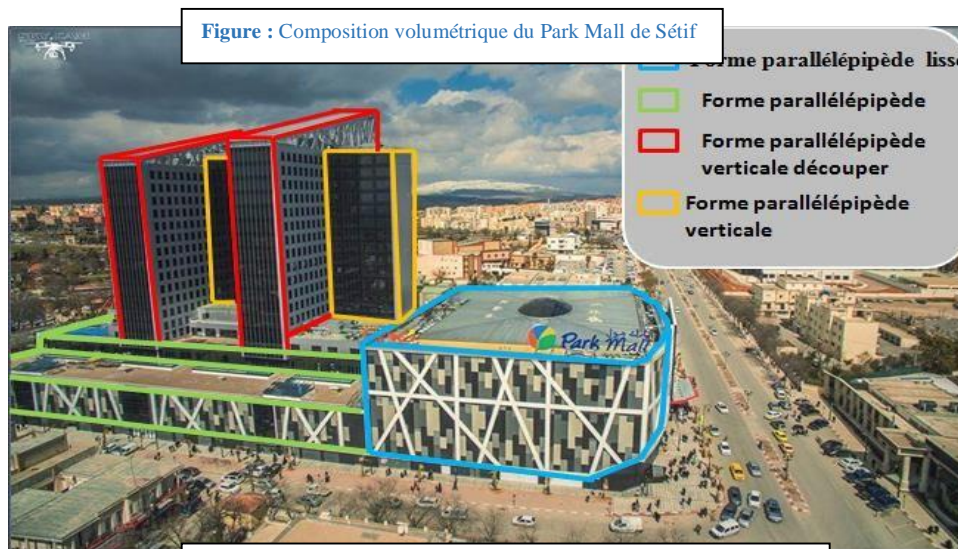
Le site est accessible soit par la voie principale (la RN75), soit par les deux voies secondaires à partir du parc d'attraction.

L'accessibilité vers le Park mall



➤ **La morphogenèse du projet :**

L'architecte a utilisé des formes signifiantes, la forme de l'édifice se compose d'un volume Rectangulaire parallélépipédique avec un arrêt raccordé juxtaposé à un autre rectangle qui Soutient deux volumes rectangulaires imposés verticalement et traversés perpendiculairement par un troisième semblable aux deux, le tout donne un contraste de forme horizontal /vertical.



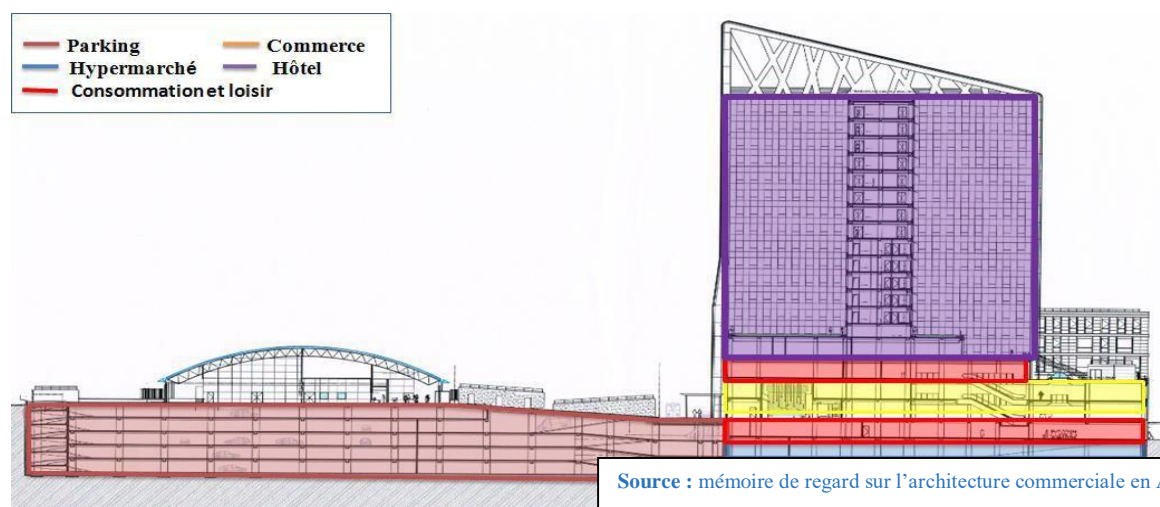
Source : mémoire de regard sur l'architecture commerciale en Algérie

➤ **L'organisation spatiale du projet :**

Le Park Mall est composé de quatre parties. La première partie est une tour abritant l'hôtel Marriott

de 4 étoiles. L'établissement de 198 chambres occupe 14 étages. Le reste de l'immeuble comporte

une salle de réunions, une autre de gymnase et une piscine. La deuxième tour sera à la fois une résidence et un espace d'affaires. 20 Logements de haute classe entre le 5e et le 9e étage. Les 8 derniers étages de la tour abritent pas moins de 28 bureaux d'affaires



Source : mémoire de regard sur l'architecture commerciale en Algérie

Coupes schématiques de l'aménagement de centre commercial Park Mall

Conçue sous forme d'une coupole, la salle de conférences de 786 places est la deuxième partie du projet. Pour une occupation rationnelle de l'espace, les concepteurs du projet ont prévu de faire du sous-sol de la coupole un parking de cinq étages. Ces aires de stationnement pourront recevoir 1400 véhicules. Réservée au grand public, la quatrième partie, longeant l'avenue de l'ALN, sera l'autre destination des visiteurs et des familles. En plus de l'hypermarché, 132 commerces, kiosques, cafétérias et un espace (jeux et manèges) meubleront cette aile de ce mégaprojet, devant recevoir annuellement plus de 7 millions de visiteurs. Pour une bonne fluidité, les hôtes du Mall disposeront de 25 ascenseurs dont 2 panoramiques et 16 escaliers mécaniques.

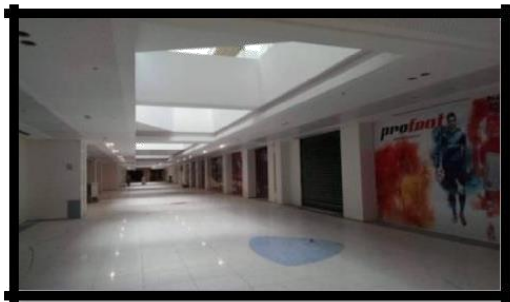
➤ **l'accès :**

Il est marqué par l'accordement des courbes douces à l'extérieur qui attire la curiosité, le souhait de la découverte avec sa couleur chaude qui diffère de l'ensemble, sans oublier son monumentalisme.



➤ **6-7 La circulation :** On distingue deux types de circulation :

**Circulation horizontale et périphérique :** Elle est assurée par les grands halls, patios, atrium, les galeries d'exposition.



*Les espaces de la circulation horizontale*

**Circulation verticale :** On distingue : circulation de la marchandise par les monte-charges et la circulation des personnes par les escaliers, les escaliers mécaniques et les ascenseurs.



*Les éléments de la circulation verticale*

### **L'éclairage et la lumière :**

L'éclairage naturel à l'intérieur de l'édifice est assuré par l'atrium et les patios.

L'éclairage artificiel joue un rôle très important dans le mall, les différents types et l'effet des couleurs ont ajouté une belle ambiance à l'intérieur<sup>1</sup>



*L'éclairage et la lumière à l'intérieur du Park*

### **➤ L'étude des façades :**

Formes accueillantes

- Des façades simples vitrées avec des éléments à l'extérieur pour la partie du centre commercial et de loisir.
- Des murs rideaux de couleur unique (grise) sur les façades principale et postérieure pour les deux tours d'affaires.
- Les façades latérales des tours d'affaires présentent une sorte répétition de fenêtres



*: La façade du Park mall*

### **➤ L'étude des plans :**

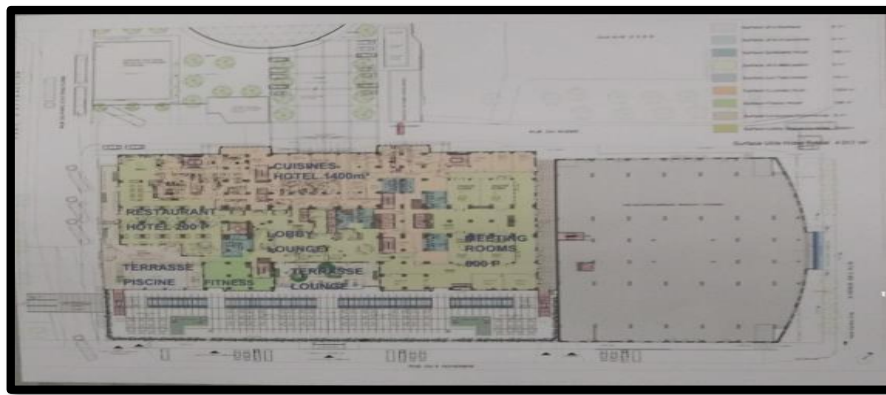
Un centre commercial de dimension internationale de 4 étages

**Le 1er étage** sera occupé par un hypermarché UNO de 7000 M2,

**Le 2eme étage** sera réservé aux 82 magasins franchisés, à l'image de Célio, Yves Rocher, Serge Blanco, Jennifer, US Polo, Mango, Stradivarius, Eden Park, etc...

**Le 3eme étage** est destiné aux loisirs, 7000 M2 de jeux pour enfants et adultes. 13 restaurants, qui auront des vues sur la ville, occuperont le 4e étage.

➤ **les différents plans du centre commercial :**



- **une tour d'affaire et de logements de 13 650 m<sup>2</sup> utile.**

La deuxième tour sera à la fois une résidence et un espace d'affaires ; 20 logements (5F5 de 196 m<sup>2</sup>, 5F3 de 86 m<sup>2</sup> et 10 autres F5 de 197 m<sup>2</sup>) haut standing, seront construits entre le 5<sup>ème</sup> et le 9<sup>ème</sup> étage. Les 8 derniers étages de la tour devront abriter pas moins de 28 bureaux d'affaires.

- ✓ **20 logements (5F5 de 196 m<sup>2</sup>, 5F3 de 86 m<sup>2</sup> et 10 autres F5 de 197 m<sup>2</sup>) :**

1<sup>ere</sup> étage ; 2<sup>eme</sup> étage ; 3<sup>eme</sup> étage ; 4<sup>eme</sup> étage et 5<sup>eme</sup> étage

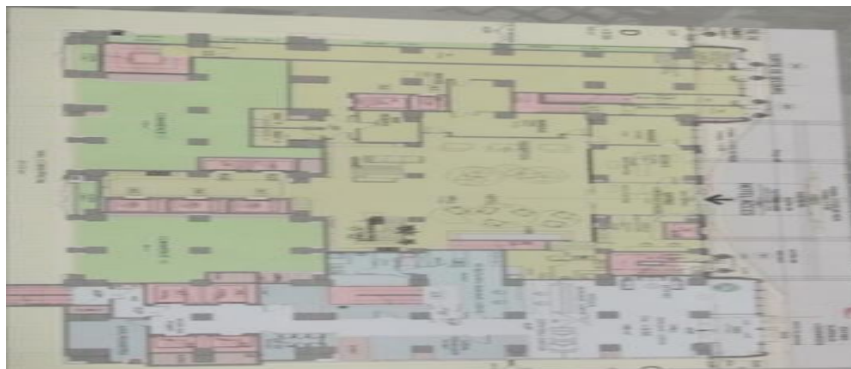
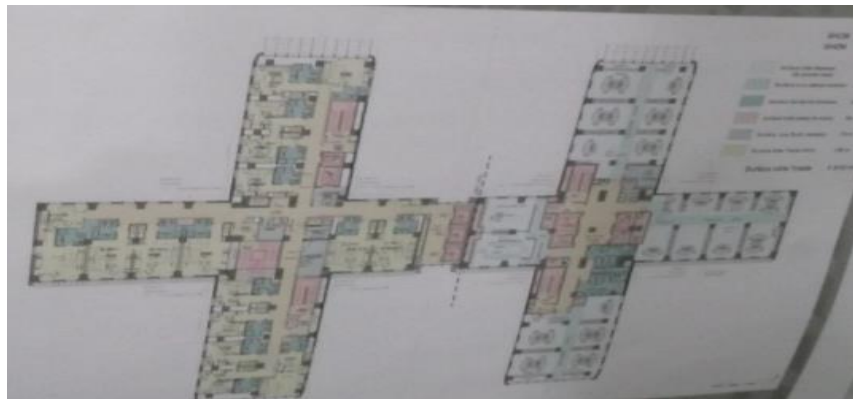
- ✓ **Pas moins de 28 bureaux d'affaires :** 6<sup>eme</sup> étage ; 7<sup>eme</sup> étage ; 8<sup>eme</sup> étage ; 9<sup>eme</sup> étage ; 10<sup>eme</sup> étage ; 11<sup>eme</sup> étage ; 12<sup>eme</sup> étage et 13<sup>eme</sup> étage



- **une tour d'hôtel 4 étoiles d'une capacité de 192 chambres totalisant 16 000 m<sup>2</sup> utiles.**

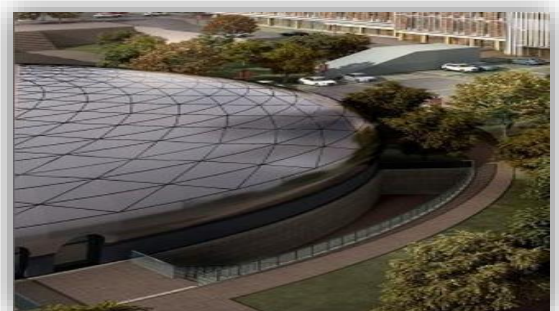
La première tour abritera un hôtel Marriott (groupe américain installé déjà à Tlemcen et Alger (Bab Ezzouar) de 4 étoiles). L'établissement de 198 chambres occupera 14 étages. Le reste de l'immeuble comportera une salle de réunions, une autre de fitness piscine.<sup>1</sup>

- **Les différents plans des tours :**



- **En complément de ce programme, un centre de congrès indépendant et polyvalent de 900 places.**

S'étendant sur une superficie totale de 1 822m<sup>2</sup>, sous forme d'une coupole, la salle de conférences est de 786 places. Pour une occupation rationnelle et efficiente de l'espace, les concepteurs (Arte Charpentier) font du sous-sol de la coupole, un parking de Cinque étages



➤ **Programme quantitatifs :**

1 **Un centre commercial de 4 étages**

- un hypermarché UNO de 7000 M2
- 82 magasins franchisés, à l'image de Célio, Yves Rocher, Serge Blanco, Jennifer, US Polo, Mango, Stradivarius, Eden Park

**7000 M2 de jeux pour enfants et adultes :**

- Espace enfants ludique
- Cinémas 7 D
- Patinoire à glace
- Salles d'anniversaire
- LASER Game
- Bowling

**13 restaurants**

**2-La tour d'affaire :**

**La deuxième tour sera à la fois une résidence et un espace d'affaires ;**

- 20 logements (5F5 de 196 m2, 5F3 de 86 m2 et 10 autres F5 de 197 m2) \*haut standing, seront construits entre le 5ème et le 9ème étage.
- Les 8 derniers étages de la tour devront abriter pas moins de 28 bureaux d'affaires.

**3-L'hôtel Marlotte :**

L'établissement de 198 chambres occupera 14 étages. Le reste de l'immeuble comportera une salle de réunions, une autre de fitness piscine.

**4-Une salle de conférences :**

D'une capacité de 1000 personnes sera en outre érigée, tout comme un parking souterrain en mesure de contenir plus de 1200 véhicules.

**5-Parking :**

Un parking de cinq étages. Chaque palier est en mesure de recevoir 284 voitures Ces aires de stationnement pourront recevoir 1420 voitures.



### Exemple 03 : Mall de Dubaï :

#### ➤ Présentation :

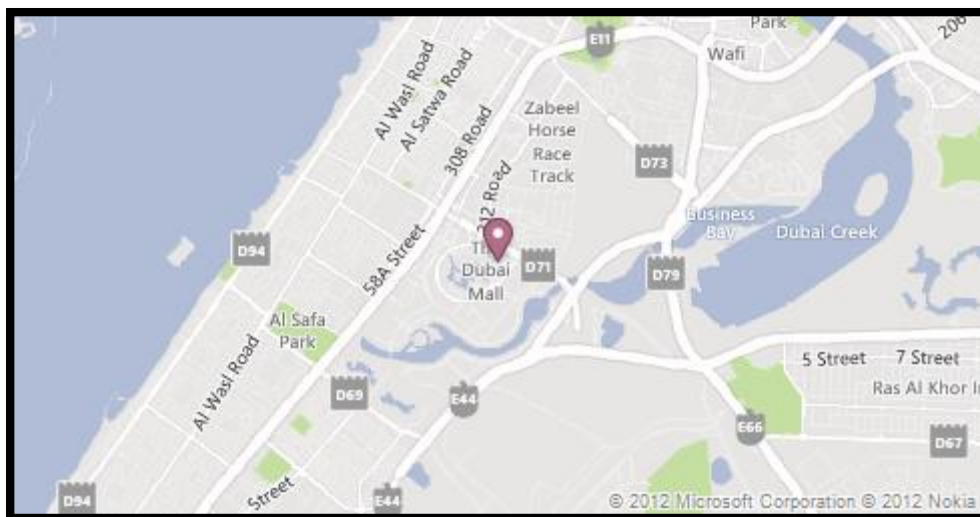
Le Dubaï Mall, le plus grand des centres commerciaux aux Émirats arabes unis avec 800000 m<sup>2</sup> de surface commerciale pour 1200 boutiques a ouvert ses portes le 4 novembre 2008. Selon son promoteur, Emaar Properties, il est le plus grand centre commercial au monde.



#### 1/Dimension urbaine :

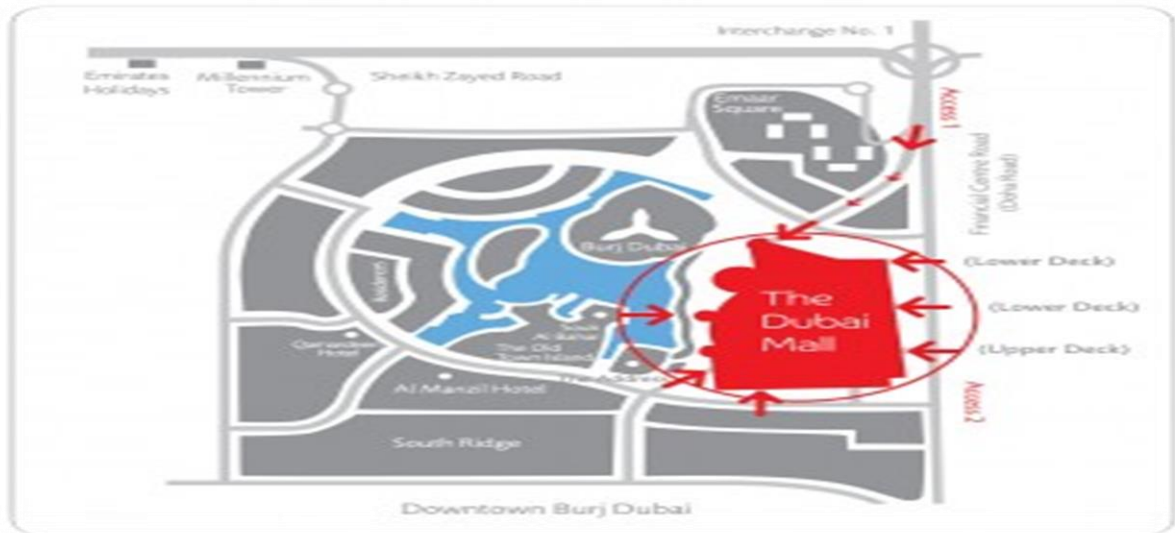
##### ➤ Situation par rapport à la ville :

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



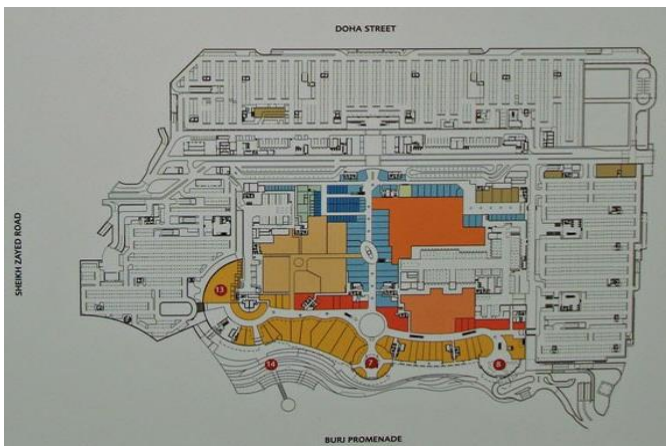
##### ➤ L'accessibilité

Le projet est accessible à partir de sept accès :

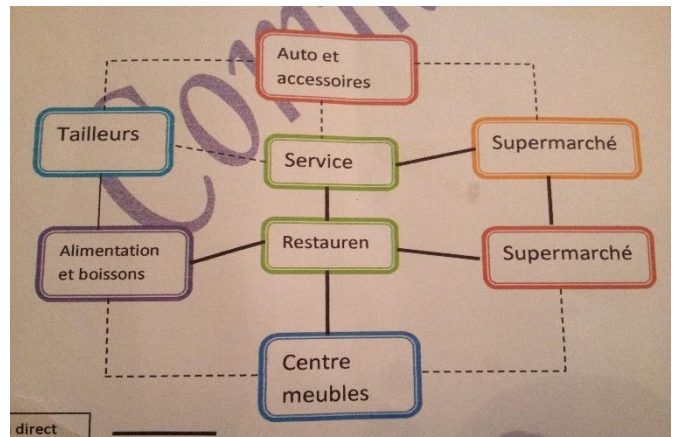


➤ Analyse de l'intérieur

➤ Sous-sol :

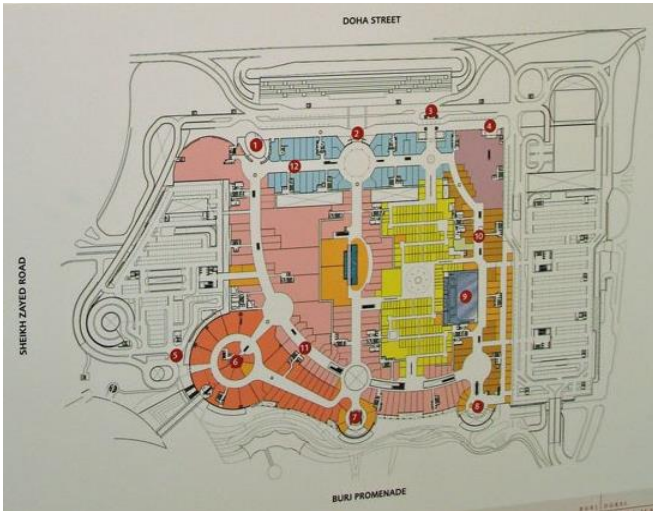


Plan sous-sol du Mall Dubaï. Source : Mémoire de master. BEN ALI Selma. Centre de commerce et de loisirs. 2017. Département d'architecture, Bejaia, Algérie. P102.

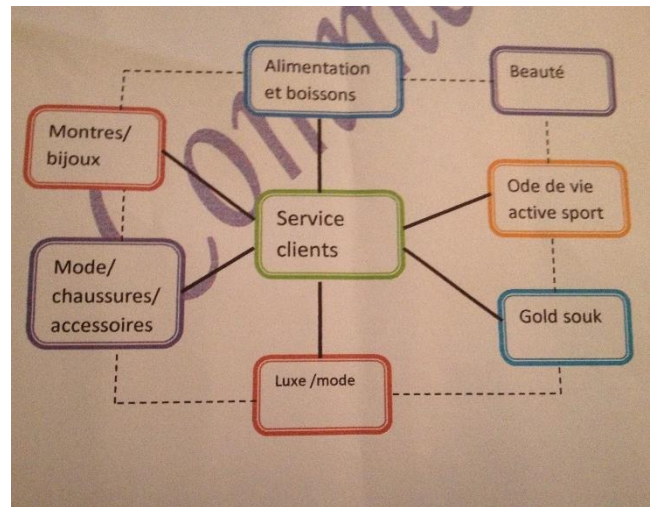


Organigramme fonctionnel du sous-sol du Mall Dubaï. Source : Mémoire de master. BEN ALI Selma. Centre de commerce et de loisirs. 2017. Département d'architecture, Bejaia, Algérie. P102.

➤ **RDC :**

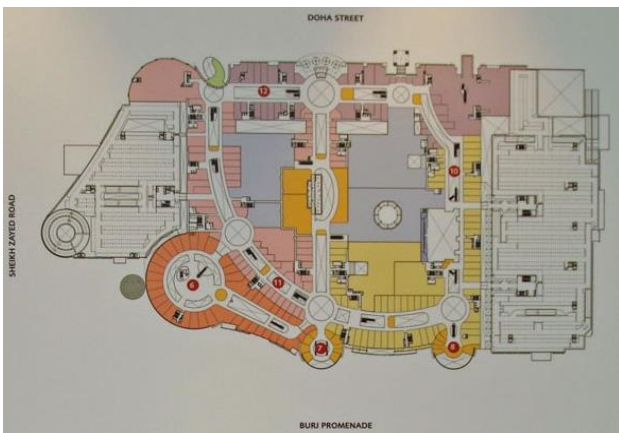


Plan RDC du Mall Dubaï. Source : Mémoire de master. BEN ALI Selma. Centre de commerce et de loisirs. 2017. Département d'architecture, Bejaia, Algérie. P103.



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

➤ **1 er étage**



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

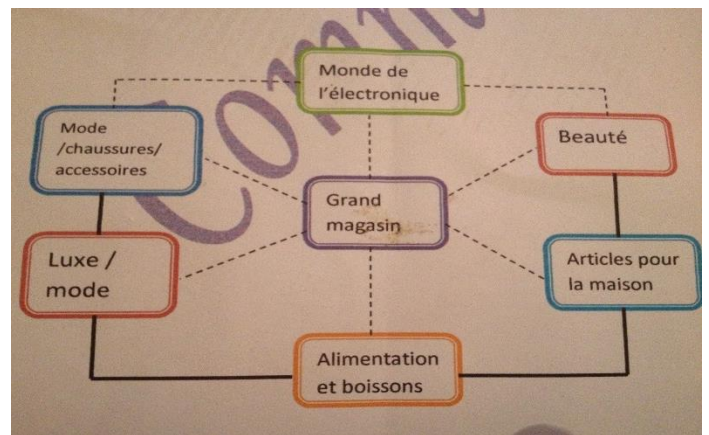
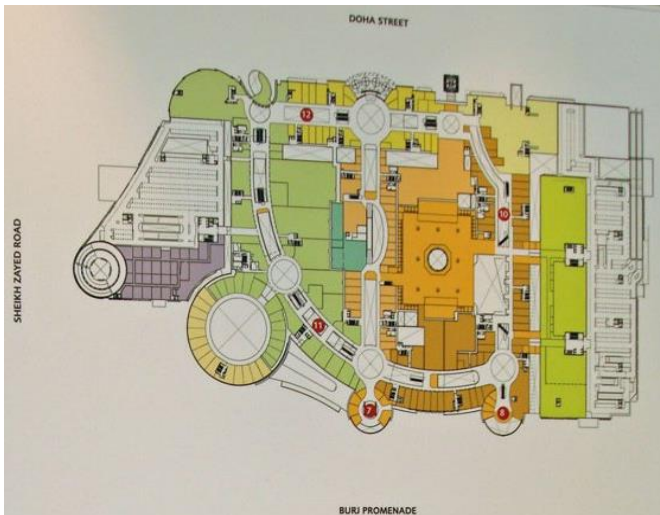


Schéma 1: Organigramme fonctionnel du 1 er étage du Mall Dubaï. Source : Mémoire de master. BEN ALI Selma. Centre de commerce et de loisirs. 2017. Département d'architecture, Bejaia, Algérie. P104.

➤ **2 ème étage**



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

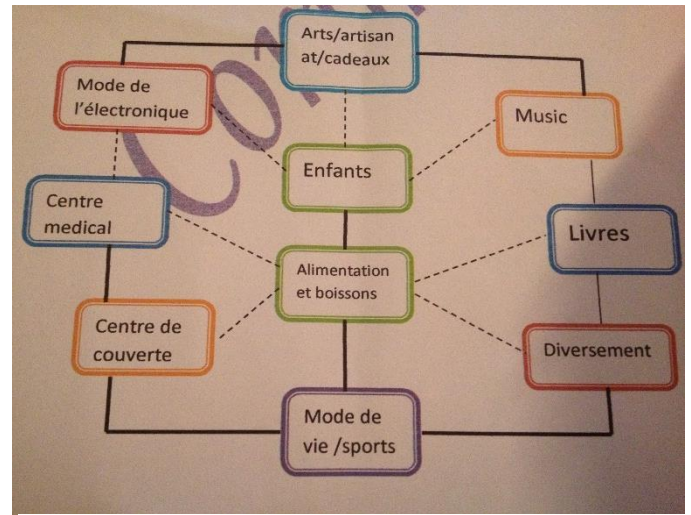


Schéma 2: Organigramme fonctionnel du 2ème étage du Mall Dubaï. Source : Mémoire de master. BEN ALI Selma. Centre de commerce et de loisirs. 2017. Département d'architecture, Bejaia, Algérie. P105.

## ➤ Synthèse

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

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

Ces besoins ont été identifiés selon trois catégories :

- ✓ **Activité de commerce** : Toutes les fonctions liées à l'exposition et à la vente, tels que : alimentation, habillement, produit cosmétique, chaussures, équipement de la maison, bijouterie et horlogerie... etc.

- ✓ **Activité de loisirs** : Regroupe les fonctions de détente et d'animation telle que les espaces de consommation, les aires de jeu ...etc.
- ✓ **Gestion et logistique** : Regroupe les fonctions liées à la gestion du magasin.

Comme espaces de ces activités, on trouve :

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

○ **Le programme quantitatif officiel**

Entité	Espace	Surface (m <sup>2</sup> )
<b>Boutiques de Luxe</b>	Parfumerie	100
	Photographie	100
	Fleuriste	100
	Librairie	100
	Bijouterie	100
	Coiffures Femmes	60
	Coiffures Hommes	60
	Vidéotheque	50
	Parfumerie	30
	Mercerie	50
	Garniture Mariage	60
	Poterie	30
	Centre Matériel de Pêche	70
	Produit de Cuire	30
	Magasin de Meubles	250
	Magasin d'électroménager	120
	Magasin de Tapisserie	50
	Magasin de Lustre et Miroir	50
	Magasin Chaussures Hommes	90
	Magasins Chaussures Femmes	90
	Magasin Chaussures Enfants	90
	Magasins Prêt-à-porter Hommes	90
	Magasin Prêt-à-porter Femmes	90
	Magasins Prêt-à-porter Enfants	90
	Instrument Musicaux	90
Magasin de Tissus	60	

<b>Magasins</b>	Produit Cosmétiques	50
	Article de Bureau	90
	Papeterie	75
	Produit d'électroniques	90
	Dégraissage	100
	Magasin d'artisans	50
	Article de Ménage	60
	Jouer pour enfants	90
	Article de Compagne	60
	Produits Informatique	60
<b>Espace de Jeu Enfants + Adultes</b>	Salle de jeux	300
	Jeu de Billard	150
	Jeu Vidéo	150
<b>Restauration</b>	Self-Service	380
	Cafétéria	350
	Salon de Thé	300
<b>Administration</b>	Bureau Directeur	25
	Secrétariat	15
	Archive	15
	Salle de Réunion	60
	Attente	15
	Des Bureaux	A définir

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

### **Programme retenu :**

#### **Synthèses générale :**

<b>A- MAGASINS :</b>	3720m <sup>2</sup>
-Magasin de prêt-à-porter hommes	170m <sup>2</sup>
-Magasin de prêt-à-porter femmes	170m <sup>2</sup>
-Magasin de prêt-à-porter enfants	170m <sup>2</sup>
-Magasin vente de chaussures pour homme	150m <sup>2</sup>
-Magasin vente de chaussures pour femme	150m <sup>2</sup>
-Magasin vente de chaussures pour enfant	150m <sup>2</sup>
-Magasin articles de sport	150m <sup>2</sup>
-Magasin tapisserie	190m <sup>2</sup>
-Magasin maroquinerie	170m <sup>2</sup>
-Magasin électroménagers	190m <sup>2</sup>
-Magasin matériels électroniques	150m <sup>2</sup>
-Magasin de jouets	170m <sup>2</sup>

-Magasin de tissu moderne	170m <sup>2</sup>
-Magasin de tissu traditionnel	190m <sup>2</sup>
-Magasin de matériel de pêche	150m <sup>2</sup>
-Magasin de fourniture bureautique	150m <sup>2</sup>
-Magasin d'accessoire auto	170m <sup>2</sup>
-Magasin de lustres et miroirs	110m <sup>2</sup>
-Magasin des sacs, cartables et valise	190m <sup>2</sup>
-Magasin des meubles	110m <sup>2</sup>
- Superette	400m <sup>2</sup>
- Vente des plantes	100m <sup>2</sup>
<b>B- <u>MARCHEE</u> :</b>	<b>1100m<sup>2</sup></b>
-Légumes	240m <sup>2</sup>
-Fruits	220m <sup>2</sup>
-Datte	30m <sup>2</sup>
-Fruits d'importation	30m <sup>2</sup>
-Viande	90m <sup>2</sup>
-Poulet	90m <sup>2</sup>
-Poisson	80m <sup>2</sup>
-Fromages	40m <sup>2</sup>
-Olives et cornichons	40m <sup>2</sup>
-Fruits sec	40m <sup>2</sup>
- Epices	50m <sup>2</sup>
-Dépôts	120m <sup>2</sup>
-Sanitaire	30m <sup>2</sup>
<b>C- <u>BOUTIQUES</u> :</b>	<b>1620m<sup>2</sup></b>
-Tabacs	30m <sup>2</sup> .
- journaux	50m <sup>2</sup> .
-Bijouteries	50m <sup>2</sup> .
-Photographes	30m <sup>2</sup> .
-Librairies	50m <sup>2</sup> .
-Articles d'Horlogerie.	50m <sup>2</sup> .
-Mercerie	40m <sup>2</sup> .
-Taxiphone	40m <sup>2</sup> .
-Disques et cassettes	30m <sup>2</sup> .
-Pharmacie	100m <sup>2</sup> .
-Salon de coiffure homme	40m <sup>2</sup> .
-Salon de coiffure femme	40m <sup>2</sup> .
-Fleuriste	40m <sup>2</sup> .
-Vente de garnitures	40m <sup>2</sup> .
-Opticien	30m <sup>2</sup> .
-Cordonnier	40m <sup>2</sup>
-Dégraissage	100 m <sup>2</sup>
-Produits de gâteaux et emballage	80m <sup>2</sup>
-Atelier de couture	100m <sup>2</sup>
-Location des robes	60m <sup>2</sup>
-Vente de robes traditionnelles	100m <sup>2</sup>

-Parfumeries	50 m <sup>2</sup>
-Salon de coiffure homme	50m <sup>2</sup>
-Lunetterie	50 m <sup>2</sup>
-Article de garniture	50 m <sup>2</sup>
-Article d'artisanat	50 m <sup>2</sup>
-cosmétique	50 m <sup>2</sup>
- Argent et accessoires	50 m <sup>2</sup>
- Kiosque	30 m <sup>2</sup>
-Sanitaires	
<b>D- <u>DETENTE ET LOISIR :</u></b>	2230 m <sup>2</sup>
1- <u>Aire de jeux :</u>	600 m <sup>2</sup>
2- <u>Restauration :</u>	
a. <u>Restaurant classique :</u>	
-Salle de restauration	250 m <sup>2</sup>
-Cuisine	130 m <sup>2</sup>
-Chambres froides	60 m <sup>2</sup>
-Dépôt journalier	50m <sup>2</sup>
-Dépôt permanent	110m <sup>2</sup>
-Vestiaire homme + sanitaires homme	20 m <sup>2</sup>
-Vestiaire femmes+ sanitaires femmes	30 m <sup>2</sup>
b. <u>Restaurant self-service :</u>	200m <sup>2</sup>
	190 m <sup>2</sup>
c. <u>Cafétéria :</u>	40m <sup>2</sup>
Sanitaires	
3- <u>LA CULTURE :</u>	
4- La bibliothèque :	
- Salle de lecture adulte	200m <sup>2</sup>
-Salle de lecture enfant	160m <sup>2</sup>
-Salle de prêt	60 m <sup>2</sup>
-Dépôts	50m <sup>2</sup>
-Salle périodique	40m <sup>2</sup>
-Sanitaires	40 m <sup>2</sup>
<b>E- <u>ADMINISTRATION :</u></b>	180m <sup>2</sup>
- Bureau directeur	30m <sup>2</sup>
-secrétariat	15m <sup>2</sup>
-salle de réunion	30 m <sup>2</sup>
-Bureau de comptabilité	50m <sup>2</sup>
-Bureau personnel	20m <sup>2</sup>



-Bureau gestionnaire	20m <sup>2</sup>
-Bureau de control marchandise	15m <sup>2</sup> 15m <sup>2</sup>
-Bureau personnel	15m <sup>2</sup>
-Planning	15m <sup>2</sup>
-Réception	15m <sup>2</sup>
-Bureau consommateur	20m <sup>2</sup>
-Archive	12m <sup>2</sup>
-Sanitaires	15m <sup>2</sup>
<b>F- <u>LOCAUX TECHNIQUES :</u></b>	
-Factotum	80m <sup>2</sup>
-Climatisation	80m <sup>2</sup>
-Chaufferie	60m <sup>2</sup>
- Groupe électrique	20m <sup>2</sup>

Finalement, nous avons découvert que chaque exemple a présenté des spécificités qui vont nous servir dans notre intervention, à ce stade nous avons dégagé des recommandations à partir de chaque un des exemples analysées qui sont les suivantes :

#### **Aspect urbain :**

Assurer une accessibilité facile et une circulation fluide, souple et accueillante pour permettre une bonne utilisation de l'équipement.

Situation dans une zone attractive et l'implantation dans un endroit stratégique.

Le projet doit être à proximité des quartiers résidentiels et autre équipements structurants.

#### **Aspect architectural :**

- ✓ L'utilisation d'une image architecturale moderne qui marquera le site et permettra l'identification et l'utilisation des matériaux nouveaux comme le béton, le verre et la structure métallique. Et une Volumétrie symbolique.
- ✓ Utilisation des matériaux et des formes architecturales suivant l'environnement pour bien s'intégrer.
- ✓ Parkings souterrains pour tous les équipements qui permettent d'économiser le foncier.

#### **Organisation spatiale et fonctionnelle :**

- ✓ La différenciation entre les espaces selon les usagers. Et Liaison entre les différents espaces par de lieux de rencontre et circulation et d'activité
- ✓ On a saisi l'impact favorable de centralité et l'entourage résidentiel pour ce genre d'infrastructure.



Notre intervention est dans un nouveau cadre urbain, cela nous oblige à bien réfléchir sur le cadre sécuritaire mais nous n'empêcherons pas d'assurer une bonne animation du projet !

### **CONCLUSION:**

D'après l'étude précédente on constate que le centre commercial et loisir représente un lieu de vie pour les utilisateurs car elle est marquée par sa multifonctionnalité et la biodiversité des espaces de telle sorte qu'elle répond aux exigences d'un grand nombre de population de toutes les catégories d'âge à tous moments de l'année et Cette étude des équipements nous permet :

- À Comprendre les équipements dans le genre et prise de connaissance des données réelles du site et du terrain d'intervention avec Vérification de la compatibilité des différentes données.
- Une proposition d'un schéma de principe, c'est-à-dire qu'on arrive à une synthèse plus ou moins riche qui sera par la suite la base de notre intervention qui viendra comme réponse aux besoins des usagers.
- Un bon fonctionnement se fait par la bonne organisation des espaces dont le client en aura accès et ceci évoque la réflexion, la satisfaction et l'approbation de la clientèle.
- Dans ce chapitre, nous avons pu déterminer un programme spécifique en identifiant les objectifs et les intentions en fonction des besoins et des problèmes cités précédemment. Nous avons également précisé la relation entre chaque espace du centre de commerce et de loisirs

**Chapitre IV :**  
**Analyse du terrain**

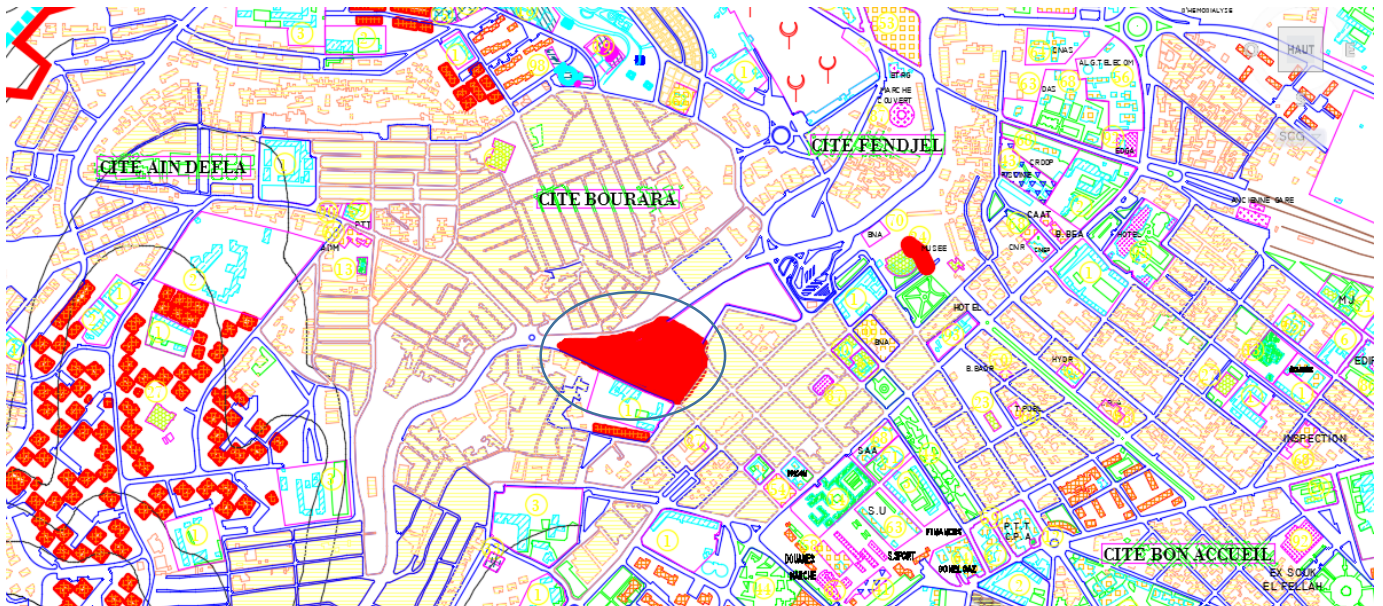
- **Analyse du terrain :**

- **Introduction**

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

- **Situation**

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



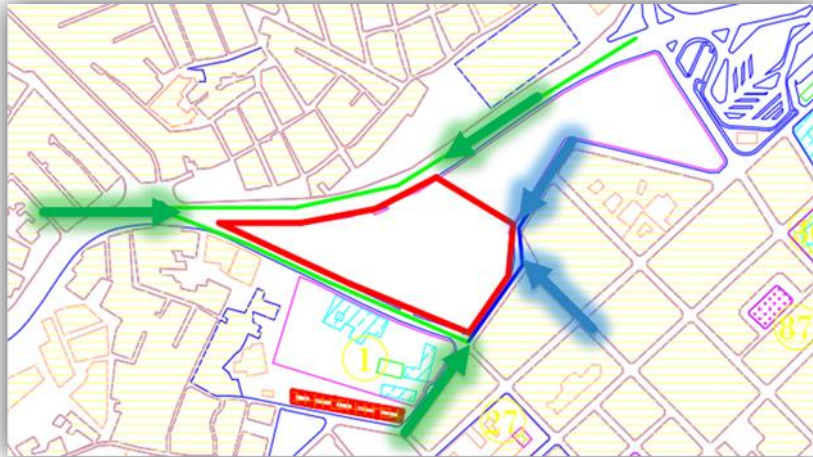
Carte: Situation de terrain .







Marché du boulevard du volontariat. Source: cliché par l'auteur, 2020.

## 1. L'accessibilité

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



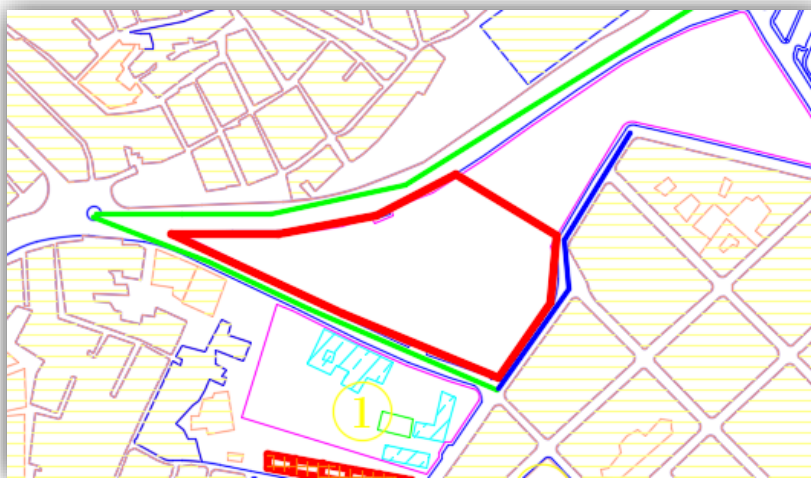
-  Voie principale
-  Voie secondaire
-  Accès mécanique principale
-  Accès mécanique secondaire

Carte: Accessibilité sur le terrain.

Source : Carte PDAU Guelma traitée par l'auteur, 2020..

## Morphologie du terrain

Notre terrain d'intervention possède une forme trapézoïdale d'une superficie de 16000 m<sup>2</sup>.



Carte: Morphologie du terrain.

Source : Carte PDAU Guelma traitée par l'auteur, 2020.

## 2. Topographie du terrain

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



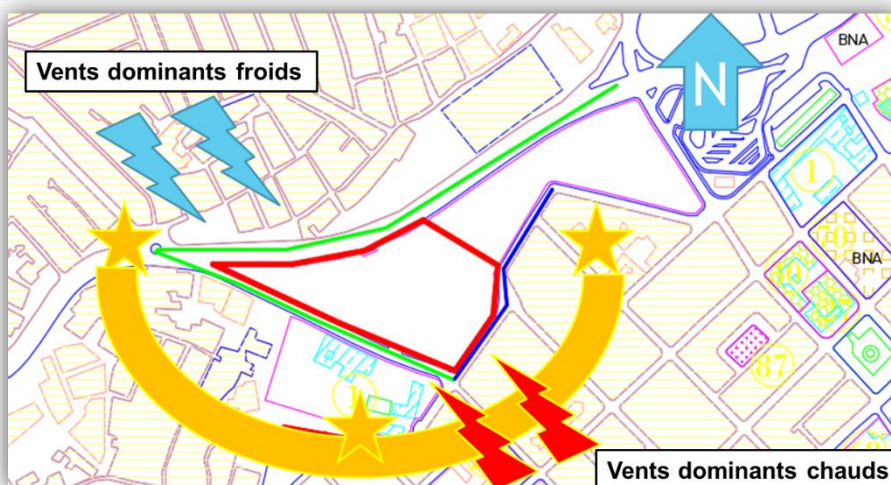
Figure: Coupe topographique du terrain. Source: google earth.

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

## 3. L'ensoleillement et la ventilation

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

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



Carte 3: L'ensoleillement et la ventilation.

Source: carte PDAU Guelma traité par l'auteur, 2020.

#### **4. Conclusion**

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

**Chapitre V :**  
**Conception architecturale**



## 1. Introduction

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

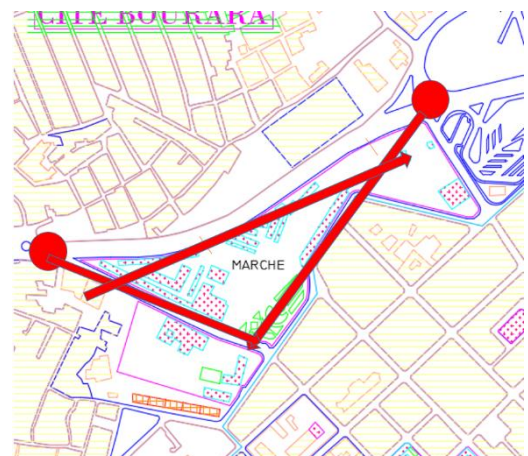
### Schéma de principe :



### Genèse de la forme :

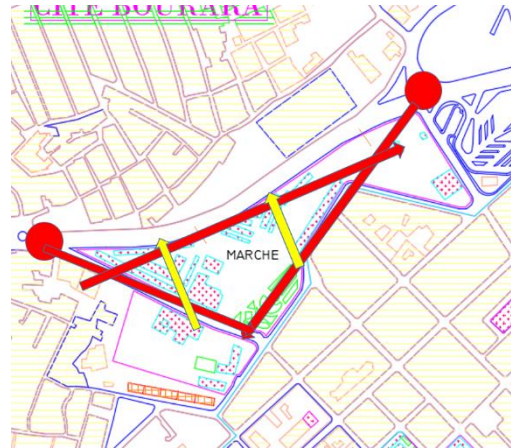
#### Étape 01 : les axes majeurs

- l'interaction des axes des nœuds majeurs
- on obtient une forme proche au triangle
- c'est l'idée de la forme de notre projet



### Étape 02 :

- on fait une soustraction dans la forme de base pour obtenir une forme trapézoïdale qui est la forme exacte de notre projet.



## 2. Conclusion

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

# **CONCLUSION GENERALE**

## **CONCLUSION GENERALE :**

L'importance du commerce sur le plan économique n'est plus à démontrer. Il s'agit d'un secteur de l'économie en pleine croissance et dont l'évolution à long terme est très prometteuse. L'industrie commerciale fait preuve à la fois d'une résistance aux crises et d'une capacité d'adaptation aux évolutions sociales, politiques, économiques et environnementales.

Par ailleurs le commerce et loisir est un levier d'attractivité des villes il joue un rôle essentiel dans la dynamique économique du territoire.

L'étude que nous avons menée sur la ville de Guelma a permis de mettre en évidence le fort potentiel touristique de la wilaya, et qui consiste non seulement en ses nombreux attraits et atouts touristiques diverses (son site majestueux, ces monuments et édifices historiques, un patrimoine protégé, des zones naturelles vierges, un patrimoine socio culturel riche...), mais aussi en sa position géopolitique (position géographique dans la région Est du pays). L'étude a aussi mis en évidence des défaillances et des manques dans les structures de base de la wilaya ainsi que dans divers autres secteurs liés au commerce, et à l'environnement (restaurations, espaces des jeux, espaces de détente, jardins aménager, ...), ainsi que le faible développement de l'activité commerciale et touristique actuelle.

Les résultats de l'analyse des impacts potentiels négatifs et positifs du projet y compris les mesures d'atténuation ou de compensation préconisés mettent en évidence la viabilité touristique, économique, écologique et environnementale de la cité surtout que ce genre de projet a pour but : la mise de Guelma en voie de modernisme et de la mondialisation surtout quand il s'agit d'une infrastructure commerciale de base.

Pour atteindre mes objectifs, j'ai commencé par rassembler autant de bases théoriques que possible sur les relations entre ville et commerce, les causes et les conséquences de l'émergence et du développement du commerce informel, mesures utilisées par plusieurs autorités pour faire face à ce phénomène. À la suite de cette recherche, j'ai pu choisir des expériences réussies. Dans la deuxième partie, j'ai étudié et analysé notre cas d'étude afin de mieux comprendre ses spécificités, afin de pouvoir déterminer et adapter le plus rapidement possible les expériences réussies aux besoins de notre aire d'étude. Enfin dans la troisième et dernière partie, j'ai appliqué les mesures données par les conclusion des deux premières

parties sous la forme d'un programme d'action sur notre site et d'un programme de création d'un centre de commerce et de loisirs, contient autant que possible des activités exercées par des commerçants informels afin de leur donner une alternative acceptable et de garantir que les mesures prises seront efficaces et faciles à utiliser pour les vendeurs et les consommateurs.

## Bibliographie

### Ouvrages

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

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

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

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

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

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

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

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

### Mémoires

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

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

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

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

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

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

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

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

Mémoire master. **GUELLATI MABROUK HOSSEM** Réconciliation entre le commerce formel et informel pour une meilleure compétitivité économique du centre-ville de Guelma Guelma 2019

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

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

### Webographie

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

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

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

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

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

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

[http://www.brodhag.org/article.php3?id\\_article=43](http://www.brodhag.org/article.php3?id_article=43)

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

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

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

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

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

[free.fr/halles/](http://free.fr/halles/)

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

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

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

[http://www.maroc-trip.com/Visiter-Voyage/34-Tetouan-Les\\_souks](http://www.maroc-trip.com/Visiter-Voyage/34-Tetouan-Les_souks)

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

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

[www.googleimage.com](http://www.googleimage.com)

### **Revues**

Extrait du Rapport Brundtland 1987.

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

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

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

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

### **Journaux**

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

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

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

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

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