

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE  
MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE  
SCIENTIFIQUE

UNIVERSITE CONSTANTINE 3



INSTITUT : GESTION ET TECHNIQUES URBAINES

DEPARTEMENT : GESTION DES VILLES ET URBANISATION

N° d'ordre : .....

Série : .....

**Mémoire de Master**

**Filière : GTU**

**Spécialité : Gestion Des Villes**

**Le renouvellement urbain dans une logique de marketing selon  
la méthode CERISE REVAIT ®.**

**Cas de quartier « Ras El Kantra ».**

Dirigé par :

**Boudjabi Naouel**

Maitre-assistant A

Présenté par :

**Meloukia Rayene**

**Foughali Ferdous**

## Table des matières

<b>Remerciements</b>	
<b>Abréviation</b>	
<b>Chapitre introductif</b>	
I.Introduction générale	01
II.Problématique	03
III.Hypothèses	04
IV.Objectifs	04
V. Choix du sujet	05
VI. Choix de la zone d'étude	05
VII. Méthodologie de travail	05
VIII. Sources et Outils	06
IV. Structure du mémoire	07
X. Contrainte du travail	07
<b>Chapitre I</b>	
<b>Approche théorique et conceptuelle</b>	
Introduction	07
<b>I. Renouveau urbain</b>	07
I.1 Définition du renouvellement urbain	07
I.2 Genèse du renouvellement urbain	08
I.3 Renouveau urbain et notions convergentes	10
I.3.1 Réhabilitation	10
I.3.2 Restauration	11
I.3.3 Requalification	11
I.3.4 Rénovation	11
I.3.5 Restructuration	12
I.4 Enjeux du renouvellement urbain	12
I.5 Objectifs du renouvellement urbain	13

<b>II. Compétitivité territoriale</b>	14
<b>III. Attractivité territoriale</b>	15
<b>IV. Relation marketing et attractivité</b>	16
<b>V. Marketing territorial</b>	16
<b>V.1 Les 15 marchés principaux pour un marketing territorial efficace</b>	17
<b>VI. Territoires contemporain à promouvoir</b>	18
VI.1 Entrée de ville	18
VI.2 Centre et Centralité	19
VI.3 Service de mobilité et de transport	20
<b>VII. Marketing urbain et attractivité ; méthodes et outils</b>	21
VII.1 Diagnostic urbain	21
VII.2 Cerise revait ®	33
VII.2.2 Facteurs de production	23
VII.2.3 Segments à prioriser	23
VII.2.4 Les 13 composantes de la méthode <b>CERISE REVAIT®</b>	23
Conclusion	26
<b>Chapitre II</b>	
<b>Approche référentielle « expérience étrangère »</b>	
Introduction	27
<b>I. EXPÉRIENCE DE ROUBAIX : Naissance d'un centre-ville en crise</b>	27
I.1 Situation	27
I.2 Contexte de l'expérience et naissance du projet	28
I.2.1 Problématique de la ville de Roubaix	28
I.2.2 Objectifs	29
I.2.3 Stratégie d'interventions	30
<b>II. Reconquête du centre-ville</b>	31
II.1 Nouveau Plan National de Renouvellement Urbain - NPNRU Roubaix	33
II.2 Grandes étapes du NPNRU de Roubaix	33
<b>III. Projet d'Alma</b>	34
III.1 Fiche technique	34
III.2 Enjeux	34
III.3 Carte globale : l'ensemble du projet pour le quartier de l'Alma	35

III.4 Quartier d'Alma zoom sur les espaces publics	36
<b>IV EXPERIENCE D'ANGERS</b>	37
IV.1 Situation	37
IV.2 Naissance du projet	37
IV.3 Objectifs	38
IV.4 Les trois phases de la mise en valeur du quartier de la gare	38
IV.5 Gouvernance et processus d'élaboration et de mise en œuvre du projet Gare plus	38
IV.5.1 Contenu du projet	39
IV.5.2 Étapes et Programme	40
<b>V Expérience d'Amiens</b>	41
V.1 Situation géographique	41
V.2 Contexte et naissance du projet	42
V.3 Objectifs	42
<b>VI Projet du renouvellement du quartier de la gare/ intervention complexe</b>	43
VI.1 Problématique	43
VI.2 Enjeux	43
VI.3 Acteurs	45
Conclusion	45
<b>Chapitre III</b>	
<b>Renouvellement urbain en Algérie</b>	
Constantine	46
<b>I. Situation</b>	46
I.1 Situation géographique	46
I.2 Situation administrative	47
I.3 Les secteurs	47
I.4 Évolution de la ville de Constantine	48
I.5 Évolution de la ville et Étalement urbain	50
<b>II. Orientations du Schéma National d'Aménagement du Territoire (SNAT)</b>	50
<b>III. Constantine face à ses enjeux</b>	51
<b>IV. Schéma Directeur d'Aménagement de l'Aire Métropolitaine (SDAAM) de Constantine</b>	53
<b>V. Plan de modernisation de la métropole de Constantine (PMMC)</b>	54
<b>VI. Grands projets effectués dans le cadre du PMMC</b>	55
<b>VII. Résultat de questionnaire</b>	60

<b>VIII.AFOM</b>	72
conclusion	75
<b>Chapitre IV</b>	
<b>diagnostic territorial selon la méthode Cerise revait®</b>	
Introduction	76
<b>I. Présentation de l'aire d'étude et lecture morphologique</b>	76
I.1 Localisation / situation de l'aire d'étude	76
I.2 Naissance du quartier	77
I.3 Évolution de quartier	78
I.4 Topographie	79
I.5 Accessibilité	80
I.6 Trame viaire	81
I.7 Trame parcellaire	82
I.7.1 Ilots	82
I.7.2 Parcelles	83
I.8 Trame du bâti non bâti	84
I.8.1 État du bâti	85
I.8.2 État du non bâti	85
I.8.3 Rapport bâti/non bâti	86
I.9 Mobilier urbain	87
I.10 Friches	88
I.11 Autre composante	90
<b>II. Avantages comparatifs de la zone d'étude selon la méthode Cerise Revait®</b>	91
II.1 Capital humain	91
II.2 Entreprise et acteurs leaders	94
II.3 Réseaux et points nodaux	94
II.4 Infrastructure / immobilier et grand équipement	95
II.4.1 Infrastructure	95
II.4.2 Grands équipements	96
II.4.3 Projet non achevé	99
II.5 Service	100
II.5.1 Commerce	100
II.5.2 Transport	102
II.5.3 Service complémentaire	104

II.6Événement professionnels	104
II.7Recherche et développement / innovation	104
II.8Entreprise secondaire/tissu économique / filières et secteur	105
II.9Valeurs et identité du territoire	105
II.10Actions collectives structurante	106
II.11Image extérieures (notoriété et image)	106
II.12Technologie de l'information et communication TIC	111
II.13® Ressources patrimoniales et physiques	111
<b>III. Tableau récapitulatif</b>	112
<b>IV.AFOM</b>	114
IV.1 Synthèse qualitative	114
IV.2Synthèse quantitative	117
Conclusion	118
<b>Chapitre V</b>	
<b>Propositions et actions</b>	
Introduction	119
<b>I. Enjeux et objectifs</b>	119
<b>II. Scénarios et propositions</b>	121
<b>III. Schémas d'intentions</b>	122
<b>IV. Actions</b>	123
<b>V. Stratégie de gestion et de management</b>	125
Conclusion	126
<b>Conclusion générale</b>	127
<b>bibliographie</b>	128
<b>DTP</b>	
<b>annexes</b>	
<b>résumé</b>	

## **Résumé**

Constantine a connu une panoplie de projets structurants qui participent à son développement, malgré cela elle vit toujours une véritable crise et elle est de plus en plus en perte de dynamisme et d'attractivité surtout au niveau de son centre ville. Ceci est principalement dû au dépeuplement accru et volontaire vers les villes satellites et plus précisément la ville nouvelle.

Cette situation nécessite le recours à une approche globale qui permettra de générer les flux et retrouver l'attractivité dans un contexte actuel marqué par la compétitivité entre les villes. On a opté pour un projet de renouvellement urbain inscrit dans une logique de marketing pour un quartier central spécifique celui de Ras El Kantra à Constantine. Notre objectif a été de renouveler le quartier sur lui-même, en s'appuyant sur la méthode du marketing Cerise Revait ®, car elle représente un levier important et un outil pour ressortir les avantages comparatifs qui pourraient correspondre à la future image et vocation de notre aire d'étude, mais aussi rendre à la ville de Constantine son attractivité et la promouvoir au rang de métropole compétitive.

**Mots clés :** Renouvellement urbain, marketing, attractivité & compétitivité, Méthode Cerise Revait®, Constantine.

## **Summary**

Constantine has experienced a variety of structuring projects that participate in its development, however it is still experiencing a real crisis and it is increasingly losing dynamism and attractiveness expressed by increased depopulation towards satellite towns, more precisely the new town. . This situation requires the application of a global approach which will make it possible to generate the flows, by opting for the renewal , Based on these central districts, taking the station district and renewing it on itself by relying on the Cerise Revait ® marketing method as support, as well as an important lever in order to highlight the comparative advantages that could correspond to its future image and restore the city of Constantine to its appeal and make it catch up on its place in the competitiveness rail.

## **Key words**

Dynamism & attractiveness, Cerise Revait ®, marketing method, Constantine, urban renewal.