

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

UNIVERSITE DE CONSTANTINE 03- SALAH BOUBNIDER



INSTITUT DE GESTION DES TECHNIQUES URBAINES
DEPARTEMENT DE GESTION DES VILLES ET URBANISATION

N° d'ordre :

Série :

Filière : gestion des techniques urbaines

Spécialité : gestion des villes

Mémoire de Master

Transformations et structure du commerce au centre-ville de Constantine

Dirigé par :

Mr. **BOUZAHZAH** Foued

Grade : Maitre –conférence "A"

Présenté par :

METERFI Cheima

YAHIOUCHE Bouchra

Année Universitaire 2018/2019.

Session : (Juillet 2019)

Table des matières

Liste Des Tableaux	V
Liste Des Figures	VII
Listes des plans.....	X
Listes des photos.....	X
Liste Des Annexes	X
Liste Des Abréviations.....	XII
INTRODUCTION GENERAL	1
Problématique.....	2
Objectifs du travail	3
La justification du choix du sujet.....	4
La justification du choix de cas d'étude.....	4
Méthodologie et Structure.....	4
Complexités et contraintes	7
CHAPITRE I : CADRE CONCEPTUEL ET THEORIQUE.....	10
INTRODUCTION.....	10
1. Mutation urbaine.....	10
1. Transformation.....	12
3. Le centre.....	12
3.1. Types de centre.....	13
3.2. Caractéristiques du centre.....	13
3.3. Puissance du centre.....	13
3.4. Critères de classification des centres	14
3.4.1. Selon la fonction.....	14
3.4.2. Selon la proximité	15
4. La ville.....	16
5. Centre-ville.....	17
6. Le commerce	17
7. Le commerçant	19
8. Classification de commerce.....	19
8.1. Classification par catégorie de produits.....	20
8.2. Classification selon le rythme de fréquentation	20

8.3.	Classification des commerces selon l'approche Alimentaire et Non Alimentaire	20
	A-Activités Alimentaires	21
	B-Activités Non Alimentaires	21
8.4.	Classification selon l'approche géoéconomique	21
	A. Les activités de commerce pur	21
	B. Les activités artisanales	21
	C. Les activités commerciales de services.....	21
8.5.	Classification selon l'importance des transactions.....	21
	A. Le commerce de gros.....	21
	B. Le commerce de demi-gros.....	22
	C. Le commerce de détail.....	22
8.6.	Classification selon du point de vue géographique	22
	A. Le commerce intérieur	22
	B. Le commerce extérieur	22
9.	Activité commerciale	22
10.	Etablissement commerciale	23
11.	Structure commerciale.....	23
12.	Anomal/banal.....	24
13.	Spécialisation commerciale	24
14.	Secteur d'activité.....	25
15.	Appareil commercial	26
16.	Armature commerciale	26
17.	Centralité commerciale.....	27
18.	Commerce informel.....	27
19.	Concentration commerciale	28
20.	Corridor commercial (ruban commercial, route du meuble)	28
21.	Aire d'influence d'une ville (aire de chalandise)	28
22.	Urbanisme commerciale	29
	CONCLUSION	30
	CHAPITRE 02 : DYNAMIQUE ET STRUCTURE COMMERCIAL DU CENTRE VILLE DE CONSTANTINE	32
	INTRODUCTION.....	32
	PRESENTATION ET IDENTIFICATION DE CONSTANTINE.....	32
	A. La métropole de Constantine	32

B.	La wilaya de Constantine.....	33
a.	Situation Géographique	33
I.	L'IMPORTANCE DEMO ECONOMIQUE DU CONSTANTINE.....	35
I.I.	Le poids démographique de la ville de Constantine	35
I.I.1.	L'importance du groupement et le rôle de Constantine	38
I.II.	Le poids économique de la ville de Constantine	39
A.	Le secteur de commerce dans la wilaya de Constantine.....	39
a.	L'importance de commerce au niveau régional (région Est)	39
b.	L'importance de commerce dans le groupement de Constantine	43
II.	L'IMPORTANCE DU CONSTANTINE PAR RAPPORT AUX ACTIVITES COMMERCIALES –CAS D'ETUDE-.....	44
1.	Structure et organisation spatial du centre-ville de Constantine	44
1.1.	ROCHET (LA MEDINA).....	48
1.1.1.	Casbah.....	48
1.1.2.	Sidi Djeliss	52
1.1.3.	Rahbet Essouf	55
1.1.4.	Ben M'hidi	59
1.1.5.	Souika	62
1.2.	LES EXTASIONS DU CENTRE-VILLE	66
1.2.1.	Coudiat	66
1.2.2.	Saint-Jean	71
1.2.3.	Bardo.....	75
1.3.	L'ATTRACTION COMMERCIALE DU CENTRE-VILLE	81
1.3.	LES MARCHES DU CENTRE VILLE	83
	CONCLUSION	90
	CHAPITRE 03 : LA GESTION DU CENTRE-VILLE A TRAVERS L'ACTIVITE COMMERCIALE	91
	INTRODUCTION	91
I.	L'IMPACT DES FACTEURS SOCIO-ECONOMIQUE SUR LA TRANSFORMATION COMMERCIALE.....	92
1.	Identification Du Commerçant	92
1.1.	Le sexe des commerçants.....	92
1.2.	La répartition des commerçants par catégorie d'âge	93
1.3.	Le Niveau d'instruction des commerçants	95
1.4.	Lieux de résidence des commerçants.....	97

2.	Local Commercial.....	99
2.1.	La propriété foncière des locaux	99
2.2.	La répartition des activités commerciales selon l'approche Alimentaire/Non Alimentaire.....	100
2.3.	Le changement d'activités commerciales	102
2.4.	Le type de fréquentation	105
2.5.	La provenance des clients	106
2.6.	Degré d'affluence des clients sur les locaux commerciaux	107
3.	L'état General du Magasin Commercial	110
3.1.	L'état de la façade des locaux	110
3.2.	Rénovation des façades des locaux	111
3.3.	L'existence d'une association commerciale au niveau du centre-ville de Constantine	112
4.	L'impact De La Situation Du Quartier Sur L'activité Commerciale	114
4.1.	Le centre-ville du point de vue des commerçants	114
4.2.	Les problèmes liés au cadre urbain du quartier	115
4.3.	Les interventions urbaines des collectivités locales au niveau du quartier	116
4.4.	L'impact des projets étatiques dans le cadre de Constantine capitale de la culture arabe 2015 118	
4.5.	Les actions proposées pour l'amélioration des quartiers du Centre-ville	120
4.6.	L'image du centre-ville.....	121
II.	POLITIQUE GOUVERNEMENTALE DANS LE DOMAINE DU COMMERCE (GESTION ET RECOMMANDATION).....	122
II.I.	Le commerce et la politique économique Algérienne (la législation)	122
I.I.	Gestion et Recommandation	122
	CONCLUSION	127
	BIBLIOGRAPHIE.....	132

Résumer

Le commerce représente l'un des indicateurs de la santé économique des pays, on dit que l'économie d'un pays est puissante si son appareil commercial est bien structuré. Le centre-ville de Constantine depuis longtemps fut une centralité commerciale et un carrefour très important d'changé pour tous les civilisations qui sont succédées sur son site mais depuis les dernières années il a connu plusieurs mutations et transformations dans sa structure et pour connu l'impact de ces transformations sur la structure commerciale et l'importance de ce dernier sur le poids économique de la ville ainsi que le rôle de l'activité commerciale dans la gestion du centre-ville. On a effectué une enquête de terrain basé sur deux parties, le premier est concernant le recensement et l'implantation spatiale des établissements commerciaux dans ce centre. Ainsi que la deuxième partie vise d'élaborer un questionnaire sur terrain auprès des échantillons des commerçants, qui est formulé pour le but de l'accomplissement de notre étude surtout celui qui concerne la gestion du centre-ville à travers l'activité commerciale.

Mots clés : Commerce, centre-ville, structure commerciale, Transformations, activité commerciale.

المخلص

تعتبر التجارة من بين اهم مؤشرات الصحة الاقتصادية للبلدان , كما و تقاس قوة اقتصاد بلد بالهيكلية الجيدة لآلته التجارية. و قد شكل وسط مدينة قسنطينة مند القدم مركزية و ملتقى مهم للمبادلات التجارية لمختلف الحضارات السابقة , و لكن في السنوات الأخيرة عرف هذا المركز العديد من التحولات و التغيرات خاصة على مستوى هيكلته و من اجل معرفة مدى تأثير هذه الأخيرة على بنيته التجارية وكذا أهميتها بالنسبة للوزن الاقتصادي لمدينة قسنطينة, إضافة لدور النشاط التجاري في تسيير هذا المجال. اعتمدنا على تحقيق ميداني وفق مرحلتين أساسيتين, حيث تم جرد و توقيع جميع المحلات التجارية المتواجدة في مجال الدراسة في القسم الأول منه, اما القسم الثاني فقد خص باستبيان موجه لعينة تقدر بمئة و خمسين تاجر, بهدف تدعيم بحثنا العلمي و المتعلق بشكل خاص حول التسيير المجالي لوسط مدينة قسنطينة عبر النشاط التجاري.

الكلمات المفتاحية : التجارة, وسط المدينة, هيكلية تجارية, تغيرات, نشاط تجاري.