



Université de Constantine 3
Faculté d'architecture et d'Urbanisme
Département d'Urbanisme

LA VILLE NOUVELLE ALI MENDJELI (CONSTANTINE), URBANITE(S) ET
IDENTITE(S)

THESE

Présentée pour l'Obtention du
Diplôme de Doctorat L.M.D en Urbanisme

Par
Yasmine BOUDECHICHE

Année Universitaire
2024-2025



Université de Constantine 3
Faculté d'architecture et d'urbanisme
Département d'urbanisme

N° de Série :

N° d'Ordre :

LA VILLE NOUVELLE ALI MENDJELI (CONSTANTINE), URBANITE (S) ET
IDENTITE(S)

THESE

Présentée pour l'Obtention du
Diplôme de Doctorat L.M.D en Urbanisme

Par
Yasmine BOUDECHICHE

Devant le Jury Composé de :

Abdelouahab BOUCHAREB	Directeur	Pr	Université Constantine 3
Bernia ZEHIOUA	Présidente	Pr	Université Constantine 3
Nedjoua BOUARROUDJ	Examinatrice	Dr	Université Constantine 3
Karima BENDARDJ	Examinatrice	Dr	Université Constantine 2
Halima GHERRAZ	Examinatrice	Dr	Université Oum El Bouaghi
Wafa BOUMAZA	Examinatrice	Dr	Université Annaba

Année Universitaire
2024-2025

REMERCIEMENT

Je tiens à remercier en premier lieu au fond de mon cœur, mon directeur de thèse Professeur BOUCHAREB Abdelouahab, qui s'est montré disponible pour me guider avec des conseils et des remarques rigoureuses. J'ai reçu son aide et ses conseils soutenus, tout au long de ce parcours délicat de la recherche. Plus encore, il m'a appris à aimer la recherche scientifique. C'est une chose que l'on n'oublie pas. Je me réjouis de travailler avec lui pendant de nombreuses années à venir.

Je remercie également Professeur Pierre SIGNOLE pour son aide précieuse durant mon séjour de recherche à Tours.

Merci à toutes mes amies, mes collègues et tous ceux qui m'ont aidé de près ou de loin à réaliser ce travail.

Je tiens à remercier ma famille et plus particulièrement ma Mère
Elle m'a donné tout ce dont j'ai besoin avec une patience et un amour infinis.

Je remercie ma chère amie Souha KHEDOUMI pour son soutien indéfectible.

Je ne peux pas terminer sans remercier toutes les personnes qui m'ont aidé à réaliser l'enquête de terrain.

DEDICACE

Alhamdoulileh de m'avoir donné le pouvoir d'achever ce travail.

A ma mère, la lumière de ma vie "Nora". Elle qui m'a doté une éducation digne. Son amour a fait de moi ce que je suis aujourd'hui. Elle m'a tellement soutenu et encouragé durant ces années de recherche.

Je dédie ce travail marquant de ma vie à la mémoire de mon cher père et mon cher frère.
Que leurs âmes reposent en paix

A ma moitié Amine, A mes très chères sœurs Meriem et Loubna

A mes beaux parents

A mes belles sœurs (Rayane, Lyna et Wissal)

Une dédicace spéciale à mes nièces Djoulene, Nour, Djana et mon neveu Djoud

TABLE DES MATIERES

LISTE DES FIGURES.....	v
LISTE DES TABLEAUX.....	viii
LISTE DES ABREVIATIONS	ix
RESUME	xi
CHAPITRE I.....	1
INTRODUCTION GENERALE.....	1
1.1 Problématique	3
1.2 Questionnements et positionnement épistémologique	6
1.3 Hypothèses	7
1.4 Objectifs du travail	8
1.5 Stratégie de recherche	8
1.6 Organisation de la thèse	10
CHAPITRE II.....	13
ETAT DE L'ART, OUTILLAGE CONCEPTUEL	13
ET MODÈLE D'ANALYSE	13
2.1 Recherche bibliographique.....	13
2.2 Analyse bibliométrique	18
2.2.1 Développement des interdépendances entre urbanité et identité.....	20
2.2.2 Domaines de publication sur l'urbanité et l'identité	21
2.2.3 Répartition géographique des publications sur l'urbanité et l'identité	22
2.2.4 Les mots clés	23
2.2.5 Analyse du réseau bibliographique	25
2.2.6 Analyse des auteurs.....	25
2.3 Outillage conceptuel.....	27
2.3.1 Ville, Urbanité et Identité.....	27
2.3.2 L'urbanité face à la citadinité.....	29
2.3.3 L'habiter.....	29
2.3.4 L'identité a-t-elle une dimension spatiale ?	30
2.3.5 L'identité urbaine ?	31
2.3.6 Les villes nouvelles ; état de l'art.....	32
2.3.7 Discours historique sur la naissance des villes nouvelles	33
2.3.8 La nature des études récentes sur les villes nouvelles.....	34
2.3.9 Etat des villes nouvelles d'aujourd'hui	36
2.4 Construction du modèle d'analyse théorique	37

2.4.1	C'est quoi un modèle d'analyse théorique ?.....	37
2.5	Les concepts	38
2.5.1	L'identité urbaine	39
2.5.1.1	Les représentations collectives de l'espace urbain	39
2.5.1.2	C'est quoi l'identité d'une ville ?.....	39
2.5.1.3	Quand se manifeste l'identité ?.....	40
2.5.1.4	Comment se produit l'identité ?.....	40
	CHAPITRE III	44
	ALI MENDJELI, VILLE NOUVELLE, LES BASES MATERIELLES DE LA CONSTRUCTION D'UNE IDENTITE URBAINE.....	44
3.1	Présentation de la ville nouvelle Ali Mendjeli	45
3.1.1	Topographie du plateau d'Ain El bey	48
3.1.2	Climatologie du site Ain El Bey	48
3.1.3	Spatialisation de la ville nouvelle Ali Mendjeli	51
3.2	Genèse de la ville nouvelle et son évolution	52
3.2.1	Processus d'urbanisation de la ville nouvelle.....	55
3.2.2	Mode de peuplement	58
3.2.3	Le relogement.....	59
3.2.4	La promotion immobilière	61
3.2.5	Résidentialisation et habitat haut standing	63
3.2.6	L'instauration d'une vocation "commerciale".....	64
3.3	Projets structurants de la ville nouvelle Ali Mendjeli	66
3.3.1	Ritej mall.....	67
3.3.2	Les universités.....	69
3.3.2.1	Université Abdelhamid Mehri (Constantine 2)	69
3.3.2.2	Université Salah Bounider (Constantine 3).....	71
3.3.3	Le tramway.....	73
	CHAPITRE IV	79
	CADRE METHODOLOGIQUE	79
4.1	La sélection des participants	82
4.1.1	L'échantillonnage.....	82
4.2	L'instrumentation	83
4.2.1	L'observation participante.....	83
4.2.2	L'entretien semi structuré.....	86
4.2.2	Le questionnaire en ligne	93
4.2.3	La carte mentale	98

4.3	La collecte de données	101
4.4	Procédures de validité des données	102
4.5	Procédures de traitement et d'analyse des données	103
CHAPITRE V		104
PRESENTATION ET ANALYSE DES RESULTATS		104
5.1	L'image de la ville nouvelle Ali Mendjeli chez ses habitants un quart de siècle après... 104	
5.1.1	Analyse des mots clés et expressions sur Ali Mendjeli.....	105
5.1.1.1	Ali Mendjeli, la ville chantier	107
5.1.1.2	Ville commerciale	107
5.1.1.3	Ville riche, animée et pratique	108
5.1.2	Lieux emblématiques et icônes de la ville nouvelle	108
5.1.2.1	Les grandes surfaces à Ali Mendjeli	109
5.1.2.2	Les universités.....	110
5.1.3	Lieux aimés par les mendjelois	110
5.1.4	Lieux rejetés	111
5.1.5	Les quartiers du logement social (de provenance bidonville) aux yeux des mendjelois	113
5.1.6	Analyse des moyens d'informations sur la ville nouvelle Ali Mendjeli	114
5.1.7	Identification des lieux pertinents chez les Mendjelois.....	116
5.1.8	Composants d'une carte mentale selon Kevin Lynch	116
5.1.9	Types des cartes mentales	117
5.1.10	Traitement des cartes mentales	120
5.1.11	Analyse des éléments spatiaux dans les cartes mentales.....	123
5.1.4	Dévoiler la toponymie Mendjeloise à travers les cartes mentales.....	125
5.2	Propriétés identitaires	127
5.2.1	Analyse du sentiment d'appartenance à la ville nouvelle Ali Mendjeli.....	127
5.2.2	La relation de voisinage	131
5.2.4	Individualisme résidentiel : Relation de voisinage assez superficielle	132
5.2.4	Ali Mendjeli dans les aspirations des Mendjelois	133
5.1	Pratiques urbaines des mendjelois au croisement de l'ère numérique et la COVID 19 .	133
CHAPITRE VI		143
INTRPRETATION DES RESULTATS ET DEFINITION DES TENDANCES.....		143
MAJEURES DANS LA CONSTRUCTION DE L'IDENTITE URBAINE DE LA VILLE ...		143
NOUVELLE ALI MENDJELI		143
6.1	Caractéristiques originelles du substrat identitaire urbain de la ville nouvelle Ali Mendjeli	144
6.1.1	Ancrage résidentiel dans la ville nouvelle Ali Mendjeli prélude à l'enracinement.....	144

6.1.2	Structure démographique et peuplement de la Ville Nouvelle Ali Mendjeli	147
6.2	Les actions collectives ; revendications, performances (Verbatim)	160
6.2.1	Actions de solidarité.....	161
6.2.2	Revendications d'un statut administratif autonome	162
6.2.5	Performance sportive : facteur-créateur de l'identité de la ville Nouvelle Ali Mendjeli	164
6.2.4	Affirmation d'une entité mendjeloise à travers le verbatim	167
6.2.5	Lieu d'enterrement, critère d'identité.....	167
6.2.6	Le développement du sentiment d'appartenance	169
6.3	Tendances et lectures prospectives	171
6.3.1	Modes de de consommation.....	171
6.3.2	Installation des traiteurs nationaux et internationaux.....	173
6.3.3	Installation des épiceries fines.....	176
6.3.4	Rapports au TIC	178
	CHAPITRE VII.....	181
	CONCLUSION GENERALE	181
	CHAPITRE VIII	189
	BIBLIOGRAPHIE	189
	LISTES DES ANNEXES.....	199
	ANNEXE A : Articles scientifiques.....	199
	ANNEXE B : Enquête de terrain	228
	ANNEXE C : Recherche documentaire	251

LISTE DES FIGURES

2.1 Sources consultés pour la recherche	14
2.2 Laboratoire de recherche, MSH Val de Loire (Tours, France)	15
2.3 Exemple page de références bibliographiques	17
2.4 Méthodologie de la recherche bibliométrique	20
2.5 Nombre de publications sur l'urbanité et l'identité/an dans la base de données Scopus	21
2.6 Domaines utilisés dans la publication sur l'urbanité et l'identité.....	22
2.7 Répartition des publications sur l'urbanité et l'identité.....	23
2.8 Visualisation de la cartographie des mots-clés en réseau.....	24
2.9 Visualisation de la cartographie de réseau de collaboration entre auteurs	26
2.10 Processus d'élaboration d'une stratégie identitaire	43
3.1 Localisation de Constantine en Algérie.....	46
3.2 Situation géographique d'Ali Mendjeli dans l'agglomération de Constantine	46
3.3 situation d'Ali Mendjeli dans le plateau de Ain El Bey	47
3.4 Schéma de situation de la ville nouvelle Ali Mendjeli	47
3.5 Carte topographique de la ville nouvelle Ali Mendjeli	48
3.6 Température mensuelle minimale	49
3.7 Température mensuelle maximale.....	49
3.8 Situation d'Ali Mendjeli dans l'armature urbaine.....	50
3.9 Carte de spatialisation de la ville nouvelle Ali Mendjeli.....	51
3.10 Processus d'urbanisation de la ville de Constantine	54
3.11 Chronologie d'urbanisation de la ville nouvelle Ali Mendjeli	55
3.12 Chantier UV6 en 1993.....	56
3.13 Boulevard principal de la ville nouvelle (Avant l'introduction du tramway)	56
3.14 Chantier de l'UV02 (Les premiers logements LSP et promotionnel)	57
3.15 Boulevard principal de la ville nouvelle (Après l'introduction du tramway)	58
3.16 Pyramide des âges et des sexes de la population de la ville nouvelle Ali Mendjeli...	59
3.17 Les premiers relogements vers la ville nouvelle Ali Mendjeli	60
3.18 Exemples de résidences (haut standing), réalisées à la ville nouvelle Ali Mendjeli ..	64
3.19 Répartition des grandes structures commerciales à Ali Mendjeli	65
3.20 Projets structurants de la ville nouvelle Ali Mendjeli	67
3.21 Situation de Ritej mall à la ville nouvelle Ali Mendjeli	68
3.22 Flux des visiteurs vers Ritej mall	69
3.23 Situation de l'université Abdelhamid Mehri (Constantine 2)	70
3.24 Pourcentage des étudiants par domaine d'étude.....	71
3.25 Situation de l'université Salah Boubnider (Constantine 3)	72
3.26 Extension de la ligne du tramway vers la ville nouvelle Ali Mendjeli.....	74
4.1 Synthèse de la méthodologie de recherche.....	81
4.2 Répartition des répondants par sexe (entretiens semi-directifs)	89
4.3 Répartition des répondants par tranche d'âge (entretiens semi-directifs)	90
4.4 Répartition des répondants par sexe (Questionnaire en ligne)	95
4.5 Répartition des répondants par tranche d'âge.....	95
4.6 Exemples de cartes mentales représentant le parcours domicile-lieu emblématique dessinées par des habitants de la ville nouvelle Ali Mendjeli	100
5.1 Thématiques descriptives des mots clés mentionnés par les enquêtés	106

5.2 Nuage des propos cités par les habitants (entretiens semi-directifs)	107
5.3 Les lieux les plus cités par les mendjelois comme emblèmes de la ville	108
5.4 Localisation des lieux emblématiques de la ville nouvelle selon les propos des propos des personnes interrogées.....	109
5.5 Les grandes surfaces de le ville nouvelle Ali Mendjeli.....	109
5.6 Les universités de le ville nouvelle Ali Mendjeli	110
5.7 Les lieux les plus aimés par les Mendjelois	111
5.8 Lieux rejetés à Ali Mendjeli par ses habitants de la ville nouvelle	111
5.9 Les raisons de rejet des lieux selon les déclarations des répondants.....	112
5.10 Avis des mendjelois sur les quartiers du logement social (Provenance bidonville)	113
5.11 Raisons de l'image négative envers les quartiers dit social (de provenance bidonville)	114
5.12 Les médias utilisés pour s'informer sur la ville nouvelle	115
5.13 Dessin où suivant un schéma de base à répétition (le quadrillage des voies)	118
5.14 Dessin déterritorialisé	118
5.15 Types des cartes selon l'accentuation visuelle	119
5.16 exemple carte mentale type plan de rues	120
5.17 Exemple carte mentale type déterritorialisé	121
5.18 Exemple carte mentale type séquentiel	121
5.19 exemple carte mentale type spatial	122
5.20 Exemple de présence de 4 éléments	124
5.21 Exemple de présence de 3 éléments spatiaux dans une carte mentale	124
5.22 Exemple de présence d'un élément spatial dans une carte mentale	125
5.23 Distribution en pourcentage des déclarations des répondants sur le sentiment d'appartenance à la ville nouvelle Ali Mendjeli	128
5.24 Relation de voisinage entre mes mendjelois.....	131
5.25 Fréquence d'achat mensuelle des mendjelois.....	134
5.26 Répartition des moyens matériels utilisés pour se connecter par les enquêtés.....	135
5.27 Se renseigner sur un produit ou un service avant de l'acheter sur internet.....	135
5.28 Lieux de courses fréquentés habituellement par les enquêtés	136
5.29 Les services les plus utilisés par les enquêtés lors de se connecter	137
5.30 Influence par les publications de marketing postés sur les réseaux sociaux	137
5.31 Utilisation des applications (Yassir, Heetch...) pour se déplacer	138
5.32 Payer un produit ou un service en ligne	139
5.33 Nature des produits demandés en ligne	139
5.34 Facteurs de motivation d'achat des Mendjelois avant et pendant la COVID-19.....	140
5.35 Service de restauration sur place et à emporter avant et pendant COVID-19.....	141
6.1 Urbanisation de la ville de Constantine	146
6.2 Degré d'ancrage résidentiel en fonction de la durée de résidence	149
6.3 Tag sur un mur à l'UV 18	151
6.4 Inscription sur un bâtiment à l'UV02.....	151
6.5 Aménagement d'un espace extérieur par les habitants à l'UV 18.....	152
6.6 Ritej mall dans le paysage de l'espace mendjelois.....	156
6.7 Yes Mall dans le paysage urbain	156
6.8 Aménagement des espaces extérieurs des quartiers à l'UV20 par ses habitants.....	161
6.9 Article de journal présentant les revendications des mendjelois pour un statut administratif autonome.....	163
6.10 Article publié au journal el Watan présentant les revendications des mendjeloise..	163

6.11 Equipe féminine de baskt ball de la ville.....	164
6.12 logo de l'équipe sportive de la ville nouvelle Ali Mendjeli.....	164
6.13 Equipe de foot ball de la ville nouvelle Ali Mendjeli.....	165
6.14 Club sportif (jeunes talents d'Ali Mendjeli)	165
6.15 Equipe féminine de box de la ville nouvelle Ali Mendjeli.....	166
6.16 Equipe water-polo de la ville de Constantine dont la plupart des joueurs sont des mendjelois	166
6.17 Choix du lieu de sépulture par les personnes interrogées.....	168
6.18 Revendications pour un cimetière propre à Ali Mendjeli	169
6.19 La première édition d'une randonné urbaine à Ali Mendjeli	170
6.20 Ritej mall	171
6.21 Yes mall.....	171
6.22 Yes mall et son intérieur.....	172
6.23 Centres commerciaux (sans visa et la coupole)	172
6.24 Panneau installé au Ritej mall pendant le mois sacré du ramadan	173
6.25 Commerce des traiteurs nationaux à Ali Mendjeli	174
6.26 Magasin de matériel électrique à la ville nouvelle Ali Mendjeli.....	174
6.27 Commerces des villes voisines s'installent à la ville nouvelle Ali Mendjeli	175
6.28 Commerce des traiteurs internationaux à Ali Mendjeli.....	175
6.29 Restaurant syrien à la ville nouvelle Ali Mendjeli	176
6.30 Epicerie fine Kalb El Louz à la ville nouvelle Ali Mendjeli	177
6.31 Laitier BOUZEZHZEH.....	177
6.32 Moulin El Chatt	177

LISTE DES TABLEAUX

2.1 Exemple fiche de lecture d'un livre sur la thématique de recherche	17
2.2 Citations d'auteurs (Top 10)	25
3.1 Estimations de la population d'Ali Mendjeli 2020	58
3.2 Répartition et nombre des Logement Public Locatif (LPL) sur Ali Mendjeli.....	60
3.3 Programme de logement promotionnel à la ville nouvelle Ali Mendjeli	61
3.4 Programme de logement de la ville nouvelle Ali Mendjeli 2010-2014	62
3.5 Nombre de places pédagogiques à l'université Abdelhamid Mehri(Constantine 2)	70
3.6 Nombre de places pédagogiques à l'université Salah Boubnider (Constantine 3).....	71
3.7 Synthèse sur les projets structurants de la ville nouvelle	74
4.1 Exemple grille d'observation	83
4.2 Type de logement occupé (entretien semi structuré)	86
4.3 Origine géographique des répondants	87
4.4 Répartition en pourcentage de la population enquêtée par rapport à sa durée de résidence sur la ville nouvelle Ali Mendjeli,	87
4.5 Répartition des répondants par secteur d'activité.....	89
4.6 Formes et nombres d'entretiens semi directifs réalisés	92
4.7 Type de moyen et nombre de lien du questionnaire diffusé.....	97
4.8 Nombre de cartes mentales demandées et dessinées par les interrogés	100
5.1 Types des cartes mentales dessinées par les enquêtés	119
5.2 Répartition des cartes mentales suivant la présence des éléments spatiaux	123
5.3 Grille d'analyse des toponymes mentionnés par les enquêtés dans les cartes mentales	124
5.4 Le sentiment d'appartenance de mendjelois selon la durée de résidence à la ville nouvelle	128
5.5 Le sentiment d'appartenance de mendjelois selon l'origine géographique.....	129
5.6 Le sentiment d'appartenance de mendjelois selon la durée de résidence à la ville nouvelle	129
5.7 Répartition des aspirations des "enquêtés"	132
6.1 Etendues des universités de la ville nouvelle Ali Mendjeli.....	154
6.2 Effectif étudiants/enseignants des universités de la ville nouvelle Ali Mendjeli	159
6.3 Nombre de visiteurs et de voitures de Ritej mall.....	159

LISTE DES ABREVIATIONS

AADL : Agence National pour l'Amélioration et le développement du Logement
APC : Assemblée populaire communal
CNRS : Centre National de la Recherche Scientifique
COVID-19 : *Corona virus disease*
CRBT : Centre de Recherche en Bio Technologies
DLEP : Direction du Logement et des Equipements Publics
DUAC : Direction d'Urbanisme, d'Architecture et de Construction
EGUVAM : Etablissement de gestion urbaine de la ville nouvelle Ali Mendjeli
IAURI : Institut d'Aménagement et d'Urbanisme de la Région Ile de France
IAURP : Institut d'Aménagement et d'Urbanisme de la Région Parisienne
LAUTES : Laboratoire de l'Architecture à l'Urbanisme, Techniques, Espace et Sociétés
LPA : Logement Promotionnel Aidé
LPL : Logement Public Locatif
LSP : Logements Sociaux Participatifs
MSH VdL : Maison des sciences de l'homme Val de Loire
ONM : Office National de la Météorologie
ONS : Office National des Statistiques
OPG : L'Office de Promotion et de Gestion Immobilière
PDAU : Plan Directeur d'Aménagement et d'Urbanisme
POS : Plan d'Occupation au Sol
PSD : Programme Sectoriel de Développement
PUD : Plan d'Urbanisme Directeur
RGPH : Recensement Général de la Population et de l'Habitat
RHP : Résorption de l'Habitat Précaire
SEPT : Schéma de l'Espace de la Programmation Territoriale
SNAT : Schéma National d'Aménagement du Territoire
SRAT : Schéma Régional d'Aménagement du Territoire
TIC : Technologies de l'Information et la Communication
UV : Unité de Voisinage
ZAM : Zone d'Activités Multiples
ZHUN : Zones d'Habitation Urbaine Nouvelle

RESUME

Dans un contexte de mondialisation et de développement des technologies de l'information et la communication, l'identité de la ville s'est construite autour de nouveaux enjeux.

La ville nouvelle d'Ali Mendjeli sert de terrain d'observation et d'analyse de la construction de(s) l'identité(s) et d'urbanité(s) en gestation. Les situations étudiées révèlent les bases matérielles et immatérielles qui participent à la formation de cette identité de la ville nouvelle. L'étude porte principalement sur l'identification des ingrédients de l'identité mendjeloise.

La ville nouvelle d'Ali Mendjeli a trois décennies d'existence. Aujourd'hui, les traits d'une ville qui voit sa vocation se dessiner, son image se dresser et ses symboles se "populariser" semble s'inscrire dans un processus de genèse du fait urbain. Elle dispose de projets qui ont généré de nouvelles activités et attiré les intérêts en matière de résidence, de consommation, des investissements.

Ces projets participent dans la construction de l'identité urbaine de la ville nouvelle. En effet, par leurs "attractivité" et leurs images ces projets sont toujours convoqués dans les récits des mendjelois pour faire valoir une place remarquable dans l'échiquier socio-urbain du Grand Constantine. Dans cette optique, l'aménagement urbain et l'architecture sont considérés comme les principaux outils de transformation de l'image de la ville produisant de nouveaux paysages urbains.

Ainsi, l'intermède de la pandémie de la COVID-19 a révélé des aspects pertinents chez les habitants de la ville nouvelle Ali Mendjeli et sur l'identité urbaine en construction dans un contexte actualisé intégrant les impacts de la mondialisation, la maîtrise et l'usage des TIC.

Mots clés : Identité urbaine, urbanité, ville nouvelle, fabrique de la ville, Ali Mendjeli.

ABSTRACT

In a context of globalization and development of information and communication technologies (ICT), the city's identity has been built around new challenges.

The new town of Ali Mendjeli serves as a field for observation and analysis of the construction of identity(s) and urbanity(s) in gestation. The situations studied reveal the material and immaterial bases that participate in the formation of this new town's identity. The study focuses on identifying the ingredients of Mendjeloise identity.

The new town of Ali Mendjeli has been in existence for three decades. Today, the features of a town that sees its vocation emerging, its image rising, and its symbols "popularizing" seem to be part of a process of genesis of the urban fact. It has projects that have generated new activities and attracted interest in terms of residence, consumption, and investments.

These projects contribute to the construction of the new town's urban identity. Indeed, by their "attractiveness" and their images, these projects are always called in the stories of the Mendjelois to make a remarkable place in the social-urban chess board of the grand Constantine. In this perspective, urban planning and architecture are seen as the main tools for transforming the image of the city by producing new urban landscapes.

Thus, the interlude of the COVID-19 pandemic has revealed relevant aspects among the inhabitants of the new town of Ali Mendjeli and on the urban identity under construction in an updated context integrating the impacts of globalization, mastery, and use of ICTs.

Keywords: urban identity, urbanity, new town, fabric of the city, Ali Mendjeli.

ملخص

في ظل العولمة وتطور تكنولوجيات الاعلام والاتصال، أصبحت هوية المدينة تُبنى حول قضايا جديدة. تُعد المدينة الجديدة علي منجلي بمثابة حقل لملاحظة وتحليل بناء الهوية (الهويات) والتمدن في طور التكوين. وتكشف المواقف المدروسة عن الأسس الملموسة وغير الملموسة التي تشارك في عملية تشكيل هوية المدينة الجديدة حيث تركز هذه الدراسة على تحديد مكونات هوية المدينة الجديدة علي منجلي.

المدينة الجديدة علي منجلي والتي مضى عليها ثلاثة عقود من الزمن. اليوم، تبدو ملامح المدينة التي بدأت تتبلور معالمها في إطار عملية التكوين الحضري. فهي تضم مشاريع ولدت أنشطة جديدة وتتشكل صورتها وتصبح رموزها "شائعة" وجذبت اهتماماً من حيث السكن، الاستهلاك والاستثمار.

تساعد هذه المشاريع على بناء الهوية الحضرية للمدينة الجديدة. ففي الواقع، ومن خلال "جاذبيتها" وصورها، يُشار إلى هذه المشاريع دائماً في أحاديث سكان علي منجلي من أجل تأكيد مكانتها المتميزة في الرقعة الاجتماعية الحضرية لمدينة قسنطينة الكبرى. من هذا المنظور، يُعتبر التخطيط الحضري والهندسة المعمارية من أهم الأدوات الرئيسية لتحويل صورة المدينة، وإنتاج مناظر حضرية جديدة.

وقد كشف الفاصل الزمني لجائحة كوفيد 19 عن جوانب ذات أهمية بين سكان المدينة الجديدة علي منجلي والهوية الحضرية قيد الإنشاء في سياق محدث يدمج تأثيرات العولمة وإتقان واستخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال.

الكلمات المفتاحية: الهوية الحضرية، التمدن، المدينة الجديدة، نسيج المدينة، علي منجلي

CHAPITRE I

INTRODUCTION GENERALE

Aujourd'hui, dans le monde entier les villes nouvelles font l'objet d'évaluations qui se présentent dans un éventail de retour d'expériences comme succès ou échec. Dans tous les cas de figures, cette expérience continue de focaliser les études et les recherches.

Depuis l'instauration de l'urbanisme en tant que discipline et en tant que pratique, des villes nouvelles ont été dessinées ou fondées dans la plupart des régions du monde. Utopies ou réalités, un grand nombre d'initiatives ont abordé cet exercice dans le but de produire des villes selon un urbanisme ordonné pour des sociétés nouvelles.

Bien que leur contexte économique soit diversifié, elles partagent certains défis et opportunités communs et ont ancré dans leur ADN un patrimoine distinct qui découle de la manière et de l'époque correspondant à leur production. En dépit de ces défis, les villes nouvelles ont introduit de façon stratégique la manière de répondre aux besoins de croissance. Dans ce sens, des chercheurs de différentes disciplines se sont penchés sur la question des villes nouvelles, leur genèse, leur évolution et leurs devenir.

Les villes nouvelles en tant que cadres urbains planifiés ont été créées en réponse à des objectifs précis. Le concept de construction de villes nouvelles dans le monde s'est développé généralement au début du XXe siècle, après la Révolution Industrielle. Il fallait affronter les problèmes de l'hygiène, de la croissance des mégapoles et maitrise des problèmes démographiques et économiques.

Par leur ouverture, les villes nouvelles ont constitué des lieux propices à la formation d'institutions sociales plus adaptées aux conjonctures, à la promotion des valeurs culturelles, à l'expansion et au renforcement des relations diverses. Par leur création ex-nihilo, les villes nouvelles ont été les foyers de construction de nouvelles identités urbaines adaptées en rapport à leurs peuplements et aux modes socio-culturels partagés.

L'identité urbaine fait l'objet d'une attention croissante dans les différentes disciplines de recherche. En effet, à une époque où l'urbanisation se développe à un rythme rapide, elle est devenue une instance qui focalise les intérêts et les préoccupations dans les modes de gouvernance et l'implication citoyenne dans la chose publique. Cette focalisation sur l'identité urbaine n'est pas une priorité dans les pays en voie de développement, davantage préoccupés par la crise de logement. Cependant, cette question se manifeste de plus en plus comme revendication dans les villes nouvelles. Elle se décline comme une « réaction » à la marginalisation et à l'exclusion ressenties par les habitants.

En Algérie, la politique des villes nouvelles est un outil de planification territoriale s'inscrivant dans le cadre d'un plan stratégique national SNAT (2030). Celui-ci vise à corriger la double distorsion de la hiérarchie urbaine nationale et à promouvoir l'économie intelligente de l'après-pétrole.

La Ville Nouvelle de Ain El Bey (relativement au site de son implantation, baptisée Ali Mendjeli en 1999) s'inscrivait dans le cadre des prescriptions du PUD du groupement de Constantine (Constantine, El Khroub, Ain Smara, Didouche Mourad et Hamma Bouziane). Fin 1982 ses recommandations arrêtées et approuvées par arrêté interministériel sous le N° 16 du 18 janvier 1988 évoquaient la création d'une « ville nouvelle » en tant qu'exurbanisation. Il est à noter que le Conseil des Ministres dans sa séance du 22 Mai 1983 avait décidé la reprise des études d'urbanisme et d'aménagement sur le site qui accueillera la ville nouvelle.

Saturée, la ville de Constantine a opté pour une série de solutions en termes d'urbanisation. Il y a lieu de signaler que le repli sur une approche d'exurbanisation (l'option Ville Nouvelle), a été précédé par une période de périurbanisation suivie d'une période de « report » de croissance qui avait vu les villes satellites (El Khroub, Ain Smara, Didouche Mourad) accueillir le déficit d'urbanisation de Constantine.

La présente thèse s'inscrit prioritairement dans les études qui se penchent sur les projets des villes, abordés sous l'angle des actions et des savoirs déployés (en rapport au champs socio-économiques, à la gouvernance urbaine, à l'aménagement, et à la technicité). Le cas de villes nouvelles, et particulièrement le cas de la Ville Nouvelle Ali Mendjeli constitue un exemple approprié. Elle fonde sa démarche sur un « retour d'expérience », sous forme d'élaboration d'un

bilan de trois décennies, correspondant son âge. Le travail se focalise sur la question de l'identité urbaine en tant qu'objet de « recherche ».

Le choix de la thématique découle d'une volonté visant à « initier » une culture dans la recherche urbaine et fonder un observatoire sur la Ville Nouvelle, permettant de regrouper dans une base de données les informations nécessaires pour un suivi continu sur son évolution et fournir aux gestionnaires urbains une vision sur son avenir et des conseils sur les champs et les modes d'intervention¹.

La Ville Nouvelle Ali Mendjeli étant jeune, elle constitue un véritable laboratoire qui nous offre cette occasion d'observer et d'identifier des phénomènes urbains, l'évolution de sa structure, son image et ses composantes, les impacts des actions et des projets urbains et des modes de la fabrication urbaine à long terme.

En somme, il s'agit de construire des savoirs susceptibles de justifier des actions sur la ville nouvelle Ali Mendjeli et son évolution

1.1 Problématique

Résultant d'une politique volontariste, la Ville Nouvelle Ali Mendjeli, est prête pour servir d'objet d'un travail de thèse dans cette thématique. En effet, elle a été créée dans le but de désengorger la ville de Constantine. En fait, la situation à la fin des années 80, était telle que plusieurs facteurs ont accéléré cette création ex-nihilo, après bien sur la périurbanisation et le report de croissance sur les villes satellites :

- Saturation progressive du centre-ville,
- Prolifération des bidonvilles autour dans le périmètre urbain ;
- Demande accrue en logements,
- Raréfaction des ressources foncières, des terrains urbanisables et constructibles,
- Glissement de terrain, habitations menaçant ruine de la vieille ville de Constantine...

¹ Le projet d'un Observatoire sur la Ville Nouvelle Ali Mendjeli a été lancé au niveau du Laboratoire de l'Architecture à l'Urbanisme, Techniques, Espace et Sociétés (LAUTES), structure d'adossement du présent doctorat).

L'option « ville nouvelle » se voulait une solution « exutoire » pour alléger la ville de Constantine. C'était aussi surtout une occasion pour implanter des projets « urbains » remarquables car le périmètre urbanisé était saturé. Le qualificatif de « ville nouvelle » était galvaudé juste pour éviter de reproduire l'expérience des Zones d'Habitat Urbain Nouvelles (ZHUN). En réalité, c'était une extension « urbaine » ex-nihilo.

Aujourd'hui et un quart de siècle après son lancement effectif, cette Ville Nouvelle semble gagner en autonomie. Par conséquent, elle nécessite une halte évaluative et méditative.

La Ville Nouvelle Ali Mendjeli est-elle une « ville », c'est-à-dire une entité urbaine autonome ?

Aujourd'hui la Ville Nouvelle Ali Mendjeli a infléchi ce destin de départ. Elle n'est pas cette extension urbaine. Elle n'est pas non plus une ZHUN. Elle constitue un établissement humain pertinent par son peuplement et sa démographie. Elle se présente comme une « armature » s'imposant dans le territoire constantinois, et même régional. Sur le plan morphologique, elle est bien présente dans le paysage.

Devenue un cadre « urbain » cumulatif, la ville nouvelle Ali Mendjeli se présente comme un conglomérat social, économique et environnemental où se dessinent les contours d'une "entité urbaine autonome". Une allure « urbaine » en mouvement, une identité urbaine en construction et une « histoire » urbaine bien entamée ; autant de caractéristiques pour singulariser cette ville nouvelle.

Dans les discours la primauté est tantôt attribuée « négativement » au cadre de vie (sécurité, densité, environnement) tantôt positivement au cadre économique (commercial, équipements).

La ville nouvelle fait l'objet d'une lecture ambivalente ; ville non sécurisante et ville nantie en équipements, ville mal aimée, ville aimée...

Aujourd'hui la Ville Nouvelle Ali Mendjeli, apparaît comme une entité disposant d'une gamme complète de fonctions, d'où émergent les ingrédients d'une nouvelle urbanité en cours de formation

L'état des lieux montre la situation suivante :

- Un peuplement « jeune » qui n'est pas en mode « transitoire » ;
- La prégnance de l'activité commerciale avec des pratiques de consommation et d'achat « mondialisées » ;
- Des effets remarquables de l'introduction des TIC dans le mode de vie des habitants ;
- Un nouvel vocabulaire adopté et adapté par les habitants au territoire mendjelois
- Les traces d'une mémoire des lieux et d'un ancrage résidentiel sur l'espace de la ville nouvelle ;
- La mise en place de stratégies habitantes pour conforter une autonomie urbaine.

La problématique de cette thèse se décline dans la « trajectoire » d'évolution (volontairement et involontairement) de cette Ville Nouvelle qui, d'une « extension » urbaine lancée pour combler le déficit foncier d'une « ville-mère » se voit se développer en une ville nouvelle autonome. Cette mutation remet en question les insuffisances en matière de planification urbaine, de gestion, d'évolution et d'autonomie urbaine (fonctionnelle). En effet le « cursus » urbain de cette entité urbaine commande une série d'opérations qui appelle à travers une interrogation méthodique, d'identifier les mécanismes et facteurs pertinents qui interviennent dans la fabrication urbaine.

Concernant les temporalités de cette Ville Nouvelle Ali Mendjeli, il est essentiel de se référer à Côte (2006). En Effet du « *temps des géographes* » qui a fait émerger l'idée du projet de cette ville nouvelle (des années 80), au « *temps des habitants* » correspondant à des conditions d'appropriation de l'espace urbain, en passant par le « *temps des architectes* » qui ont apporté leur art et leurs savoirs dans la conception urbanistique et architecturale, puis le « *temps des politiques* » qui a vu se développer les modes d'attribution des logements et la mise en place des politiques d'investissement.

Dans cette suite de temporalités concernant la Ville Nouvelle Ali Mendjeli, nous inaugurons le « **temps des chercheurs** », temps des bilans, des retours d'expérience et des interrogations relatives aux problématiques urbaines concrètes résultant des temps précédents (ou post-occupation).

Ces interrogations se basent donc sur la construction méthodique d'une vision de cette ville à l'avenir.

Quel avenir pour cette Ville Nouvelle Ali Mendjeli ?

Y a-t-il une urbanité en gestation dans la ville nouvelle ? Quelles sont ses moteurs ? Ses propriétés ? Ses déclinaisons ?

1.2 Questionnements et positionnement épistémologique

Cet avenir se construit au présent.

La ville nouvelle Ali Mendjeli a trois décennies d'âge. Par conséquent c'est une ville « sans histoire »... Ses habitants sont une population venue de différents horizons (géographiques ethniques diverses, culture variées, différentes catégories socio-professionnelles), avec une grande majorité "jeunes" y compris des habitants venus dans le cadre de relogement (résorption des bidonvilles et habitats précaires).

Elle a connu de multiples crises qui ont marqué son quotidien particulièrement sur le plan de la sécurité. Mais aussi, une spectaculaire dynamique et une attractivité mues par un élan d'investissement important.

La Ville Nouvelle Ali Mendjeli est en train de s'affirmer en tant qu'entité urbaine autonome. Une question centrale est donc dans ce choix :

Comment aborder l'étude de cette autonomie urbaine ? sur quoi s'appuyer ?

Sur le plan épistémologique, cette autonomie urbaine s'appuie sur des facteurs sociaux, démographiques et économiques. En d'autres termes, il s'agit pour la population habitante de réussir à mobiliser quelques données essentielles pour construire une identité urbaine propre, condition *sine qua none* pour asseoir une autonomie urbaine.

En fait, l'identité urbaine d'une ville procède d'une volonté habitante qui refuse de « se dissoudre » dans les microcosmes dominants. Elle appelle une dynamique sociale qui tend à démarquer cette entité sur le plan des modes de vie. Elle déploie alors des actions et des discours pour conforter son autonomie urbaine.

Cette approche épistémologique nous amène au questionnement suivant :

- Quelles sont les bases sur lesquelles s'appuie la ville nouvelle Ali Mendjeli pour construire son autonomie ? Quels sont les aspects (essentiels qui sont mobilisés par

les habitants pour construire une identité(s) urbaine(s) ? Quelles sont les actions menées pour conforter cette identité ?

- Quelles sont les formes adoptées pour concrétiser leur identité ? Comment construisent-ils leur urbanité ?

1.3 Hypothèses

En somme, à long terme le présent travail s'interroge sur le devenir de cette ville nouvelle. Cette vision s'oriente au présent sur la définition des déterminants de son identité urbaine et de son urbanité.

La construction de l'identité urbaine passe par un agencement et une structuration de toutes les représentations que les différents groupes sociaux internes et externes d'une ville se font d'elle, de leur passé, de leur présent et de leur avenir, et ceci à un moment donné de l'histoire. Toute identité se construit sur des moteurs valorisants. De ce fait, tout aspect positif, donnant une image de prestige ou de valeur est mobilisé.

La mondialisation actuelle privilégie le marché ; l'économie est au centre de son principe. Dans cette logique, les projets structurants seraient des marqueurs tangibles contribuant à la construction de l'identité Mendjeloise et imposant sa vocation.

L'accueil de certaines structures d'envergure fait partie des enjeux de l'identité de la ville. Elles permettent à la Ville Nouvelle Ali Mendjeli de conforter leur échelle de rayonnement et de valoriser au sein de l'identité de la ville, une dimension urbaine portée par la structure qu'elle soit commerciale, éducative...et fournir quelques appuis à son autonomie (en tant que ville à part entière).

Ainsi, les grandes structures commerciales et la montée fulgurante du commerce à Ali Mendjeli et sa domination, sur les autres fonctions de la ville, tendent à donner à Ali Mendjeli un cachet commercial remarquable.

En synthèse, notre hypothèse privilégie une orientation sociale et urbaine.

- Le peuplement est une ressource essentielle pour apporter une démographie susceptible d'assurer un ancrage résidentiel durable. En effet, l'établissement

humain durable et continu est constitutif d'une identité urbaine qui tendra vers "l'enracinement résidentiel" .

- L'implantation de projets structurants annonce un statut « urbain ». Ces derniers par leur présence en tant que cadres emblématiques, monumentaux et attractifs affectent l'image en marquant le paysage et en identifiant des pôles pertinents.
- Les actions et les discours portés par les habitants insufflent une dynamique susceptible de conforter l'autonomie et enrichir son tableau dans l'échiquier des villes environnantes. Cette dynamique sociale renforce les revendications pour l'accès à l'autonomie administrative.

1.4 Objectifs du travail

Si l'**objectif primordial** demeure axé sur le devenir de la ville nouvelle Ali Mendjeli, il est indispensable **d'identifier son identité et l'urbanité émergente, sur son territoire.**

Dans ce sens notre travail poursuit la série d'objectifs secondaires suivants :

- Définir les tendances d'avenir de la ville nouvelle sur les questions de l'identité et du cadre de vie
- Déterminer les modes d'habiter de la ville nouvelle.
- Définir les modes de fabrication de la ville
- Identifier les formes de la présence de la mémoire des lieux et l'ancrage résidentiel sur la ville nouvelle Ali Mendjeli.

1.5 Stratégie de recherche

Cette recherche a suivi une démarche classique. En premier lieu, nous avons opté pour une **recherche bibliographique** orientée sur la construction d'un **outillage conceptuel**, d'un **vocabulaire adapté** au présent travail et surtout pour **la construction, d'un modèle d'analyse.**

La construction du modèle d'analyse s'est appuyée sur la recherche de cas réel et des théories développées par les spécialistes en sciences sociales et humaines. Ce modèle nous a servi de guide pour comprendre et saisir le processus de formation des identités sur le plan structurel et fonctionnel.

Le travail de terrain de cette étude a été menée auprès des habitants de la ville nouvelle Ali Mendjeli, en utilisant les techniques ethnographiques.

La recherche ethnographique exige de mener un travail de terrain et s'impliquer personnellement auprès des individus ou du groupe, en utilisant l'observation participante et d'autres techniques (entretiens semi directifs, questionnaires).

Nous avons recueilli les données par le biais d'entretiens au cours de l'observation participante, de la vidéographie, de la photographie et de l'analyse de documents.

Ces techniques de collecte de données nous ont permis d'obtenir des descriptions épaisses et riches, nécessaires à notre recherche, sous la forme de citations, de descriptions et des contextes, et de parties de documents.

À l'instar de l'observation participante, nous avons étudié les comportements des personnes, leurs pratiques, leur langage, leurs actions et leurs attentes. Nous avons observé les normes, les mœurs et les coutumes. En fonction de nos objectifs, nous avons choisi la méthode d'échantillonnage en boule de neige dont des personnes recommandées par nos contacts initiaux viennent s'ajouter au groupe.

Les principaux participants à l'étude comprennent 151 questionnés directement et 172 en ligne parmi les habitants d'Ali Mendjeli. Les notes prises sur le terrain lors de l'observation des participants, les entretiens semi directif, le e-questionnaire et les cartes mentales en centre commercial, bus..., enregistrées sur image/vidéo/audio ont fourni les données nécessaires à cette ethnographie de la ville nouvelle.

Nous avons aussi recouru aux « cartes mentales » établies par des questionnés dans le but de déterminer l'image que font les habitants de leur ville, d'identifier les lieux emblématiques et les parcours. Ainsi, nous avons récoltés 95 cartes.

Concernant le traitement des données nous avons utilisé l'analyse de contenus et le codage par thème ou par sujet en étiquetant un passage de texte en fonction de son sujet. Cet étiquetage est automatisé par le logiciel SPSS, où nous avons saisis et classer les informations obtenues de l'enquête puis les coder dont le but d'effectuer des traitements statistiques.

1.6 Organisation de la thèse

Cette recherche est présentée en sept chapitres. Le chapitre I comprend le contexte de l'étude, l'énoncé du problème, l'objectif de l'étude, les questions de recherche et les hypothèses de cette recherche.

Le chapitre II présente un état de l'art, qui comprend l'analyse bibliométrique, la conceptualisation et le modèle d'analyse théorique. Ce dernier est présenté en détail. Nous décrivons d'abord, c'est quoi un modèle théorique d'analyse et sur quelle base est construit. Ensuite, nous énumérons tous les paramètres de ce modèle théorique, ainsi que les aspects qui leur sont associées.

Le chapitre III intitulé : "Ali Mendjeli ville nouvelle, les bases matérielles de la construction d'une identité". Ce chapitre décrit le cas d'étude, d'abord il commence par une présentation du terrain d'investigation. La genèse de la ville nouvelle et son évolution, processus de son urbanisation et le mode de peuplement et en fin les projets structurants de la ville nouvelle.

Le chapitre IV présente, les méthodologies de recherche utilisées dans la littérature sont discutées afin de définir la méthode appropriée pour cette étude qui comprend la sélection des participants, l'échantillonnage, les instruments, la collecte des données et les procédures d'analyse et validité des données.

Le chapitre V présente et analyse les résultats de l'étude, y compris les informations démographiques, la vérification des questions de recherche. Ce chapitre a montré les résultats de l'enquête de terrain réalisée à Ali Mendjeli. Il vise à comprendre l'image que les habitants ont de la ville nouvelle 30 ans après. Sur la base de cette intention principale, dans la première partie de l'analyse, l'aspect désignatif de l'image est analysé à travers la technique de la cartographie cognitive. Dans la deuxième partie, les significations affectives et évaluatives sont analysées sur la base de questions ouvertes (entretiens semi structurés) et e-questionnaire.

Le chapitre VI fournit l'interprétation des résultats et la définition des tendances majeurs dans la construction de l'identité urbaine de la ville nouvelle Ali Mendjeli. D'abord, il commence par la description approfondie des caractéristiques originelles du substrat identitaire urbain de la ville nouvelle. En fin, il termine par des tendances et lectures prospectives.

Le chapitre VII est dédié à une conclusion générale comportant la discussion des résultats obtenus, des implications des résultats pour la théorie et la pratique, des recommandations pour la poursuite de la recherche et des conclusions.

Quelques Informations sur la temporalité et le contenu de la thèse

Avant l'entame de la lecture du contenu de la thèse, il nous apparaît utile de fournir quelques informations complémentaires sur certains points figurant dans le contenu.

Premièrement, les limites de la thèse correspondent au temps consacré au travail de recherche. Il fallait fréquenter les centres de documentation, les bibliothèques, les laboratoires et consulter des chercheurs attitrés (en Algérie et à l'étranger).

Puis, il y a eu le travail d'exploration du terrain avec ses lots d'apprentissage, de repérage et d'adaptation (temps qui a été très marqué par l'irruption de la pandémie). Puis il y avait le temps des récoltes des résultats, de leur interprétation, travail qui a exigé la maîtrise de nouveaux outils (SPSS, VOS viewer, Arc Gis...) et enfin le temps de la rédaction (scientifique) aussi exigeant, car il demande un apprentissage soutenu et laborieux.

Dans cette période, le sujet abordé (l'identité) dans un cadre urbain fluctuant est en pleine dynamique. Il est en mutations successives et rapides. Certains projets sont opérationnels (le Yes Mall, le tramway...) et ont « apporté » une plus-value en confirmant les « hypothèses » avancées.

Il faut cependant préciser que la Ville Nouvelle Ali Mendjeli n'a pas d'HISTOIRE. Elle a 25 ans d'âge officiellement (en rapport au décret de son acquisition du statut Ville Nouvelle (2000)). Elle a par contre 30 ans si l'on considère l'implantation des premiers habitants (primo-arrivants).

Dans cette « adolescence » la Ville Nouvelle a entamé sa quête d'une identité urbaine.... Cette dernière est en pleine construction. Elle s'appuie sur le peuplement continu qui est au stade de l'ANCRAGE RESIDENTIEL....Et puisque ces habitants viennent de divers horizons sociogéographiques, il serait improductif d'évoquer une probable « citadinité », tant l'esprit de la « cité » ne s'est pas formé. A noter qu'une cité possède une connotation politique et évoquant une population homogène. Le choix du concept d'urbanité(s), révèle une identité propre à l'urbain dans l'acception de Sassen (2010), qui le différencie de URBANITY et préfère CITYNESS intraduisible en langue française. D'où le titre d'URBANITE comme déclinaison actualisée d'IDENTITE (terme générique).

En synthèse, ce travail entamé en 2019 a duré 5 années. Il est juste un intermède dans l'évolution dynamique et rapide de la Ville Nouvelle Ali Mendjeli. Le sujet de l'identité est abordé dans une logique d'identification de ses caractéristiques, des mécanismes et des ressources qui l'alimentent. Il est toujours en cours et il s'amplifie chaque jour.

Dans cet intermède, il y'avait un temps d'apprentissage épistémologique, méthodologique et théorique. Puis un temps d'apprentissage en immersion dans le terrain d'étude, pour « affronter » la réalité. Un temps de récolte, dépouillement et d'interprétation des résultats, ou il avait fallu maîtriser des outils appropriés. Et enfin un temps d'exercice de rédaction scientifiques.

CHAPITRE II

ETAT DE L'ART, OUTILLAGE CONCEPTUEL ET MODÈLE D'ANALYSE

Introduction

De nombreuses recherches antérieures se sont penchées sur le sujet des villes nouvelles sous différents angles. Le nôtre est axé sur l'urbanité et l'identité de la ville nouvelle Ali Mendjeli. Le concept ville nouvelle n'est pas ancien, il reste toujours un sujet d'actualité dans le monde arabe et la méditerranée.

Plusieurs travaux et études de différentes disciplines ont été effectués pour débattre et évaluer l'avenir des villes nouvelles. Dans ces études, l'urbanité dans les villes nouvelles et l'identité ont été examinées dans le cadre de l'évaluation et de leur développement sociale, culturelle ainsi que leurs tendances d'avenir.

Notre recherche examinera un certain nombre d'études, en nous concentrant sur leurs caractéristiques les plus pertinentes. Nous optons pour un appui sur ce corpus de recherche en combinant les points de vue des chercheurs dans le domaine d'étude.

Nous avons relevé les similitudes et les différences dans les études de ces chercheurs en fournissant des commentaires adéquats sur leurs recherches, tout en soulignant nos intentions dans cette thèse, qui entendent combler les omissions. Nous tenons également à préciser que les études précédentes examinées portaient sur un large éventail de pays et de territoires, ce qui témoigne de leur diversité temporelle et géographique.

2.1 Recherche bibliographique

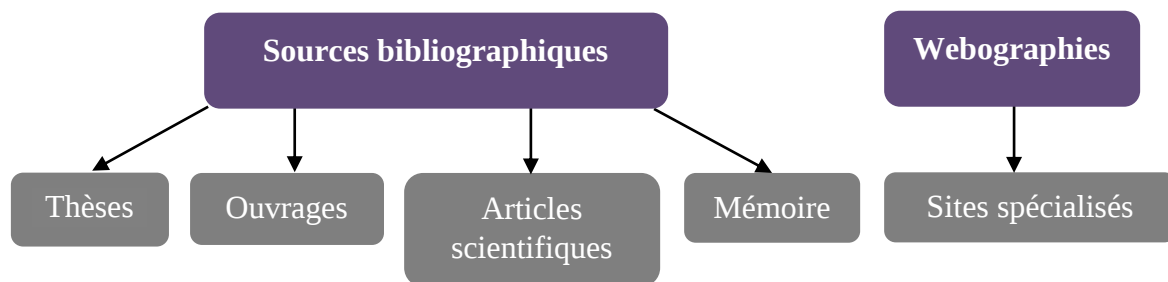
Notre recherche bibliographique a ciblé le cadre conceptuel de notre présent travail. Elle s'appuie sur une combinaison de contributions sur la construction de l'urbanité, et de l'identité dans les villes nouvelles.

Elle vise la détermination, et l'identification des ingrédients à la base de gestation de l'urbanité et les conditions de sa construction. Cette construction conceptuelle concerne l'identité des villes nouvelles. Ce qui nous place dans une situation où certaines conditions ne sont pas

fournies comme soubassement. Faut-il préciser que les villes nouvelles n'ont pas d'histoire propre ?

Ce chapitre est consacré au champ théorique de l'urbanité et l'identité. Il met en évidence la démarche épistémologique liée à la construction de ces deux concepts. Dans cette démarche de ville nouvelle à la construction d'un fond historique, d'une image, de symboles, d'un fond d'appartenance s'effectue, car le phénomène est toujours en cour, dans une temporalité et dans une dynamique collective qui collectionne tout ce qui est pertinent.

Est-ce que la production d'une identité urbaine est une "nécessité" ? Est-ce que l'identité est essentielle pour construire une autonomie, une histoire urbaine ? Quels sont les champs investis ? Comment ?



2.1 Sources consultés pour la recherche

(Source : Auteure,2024)

En ce qui concerne les sources bibliographiques. Nous avons commencé nos visites par la bibliothèque de notre faculté d'architecture et d'urbanisme et à travers un catalogue, nous pouvions sélectionner les travaux qui nous intéressent. Ainsi, la bibliothèque de la faculté des sciences sociales sise à l'université Constantine 2 en vue d'avoir des sources sur la sociologie urbaine. En parallèle, nous avons consulté des sites spécialisés sur le web traitant la thématique de recherche.

Quant aux directions et administrations, nous nous sommes rendus à la DUAC, EGUVAM, APC et l'ONS pour avoir des informations, des plans actualisés et des statistiques sur la ville nouvelle Ali Mendjeli.

Nous avons réalisé un travail au niveau de notre laboratoire LAUTES durant l'année 2017-2018. Le travail a été établi dans une vision pédagogique, il représente un support

bibliographique et une base de données relatif à « LA VILLE NOUVELLE ALI MENDJELI – CONSTANTINE- ». Il est constitué de plusieurs références, il rassemble la plupart des travaux et ouvrages réalisés à ce jour sur cette ville soit au sein de la recherche scientifique : mémoires, thèses, articles scientifiques ...etc, ou bien dans le domaine professionnel : rapports, documents descriptifs, cartographiques, les différentes statistiques...etc (Voir ANNEXE C).

C'est un premier pas dans l'immense domaine de la recherche scientifique, et un palier qui va aider à gravir et ancrer certaines idées pour aider les générations futures à poursuivre la recherche dans ce domaine ; comme dit l'adage : " Chaque travail de recherche quel que soit sa valeur ou son importance, va ajouter une brique au mur du savoir et de la connaissance "

Nous avons effectué un stage de courte durée du 10 Novembre 2019 au 09 Décembre 2019, au sein de la MSH VdL (Maison des Sciences de l'Homme Val de Loire) située à l'université de Tours (France). Au cours de ce séjour nous avons pu s'intéresser au nombre important des documentations disponibles dans les bibliothèques (d'urbanisme, de la géographie, d'aménagement, la sociologie...) et sur les différentes plateformes comme le CNRS (Centre National de la Recherche Scientifique) où le laboratoire nous a donné un accès afin d'enrichir nos connaissances.



2.2 Laboratoire de recherche, MSH Val de Loire (Tours, France)

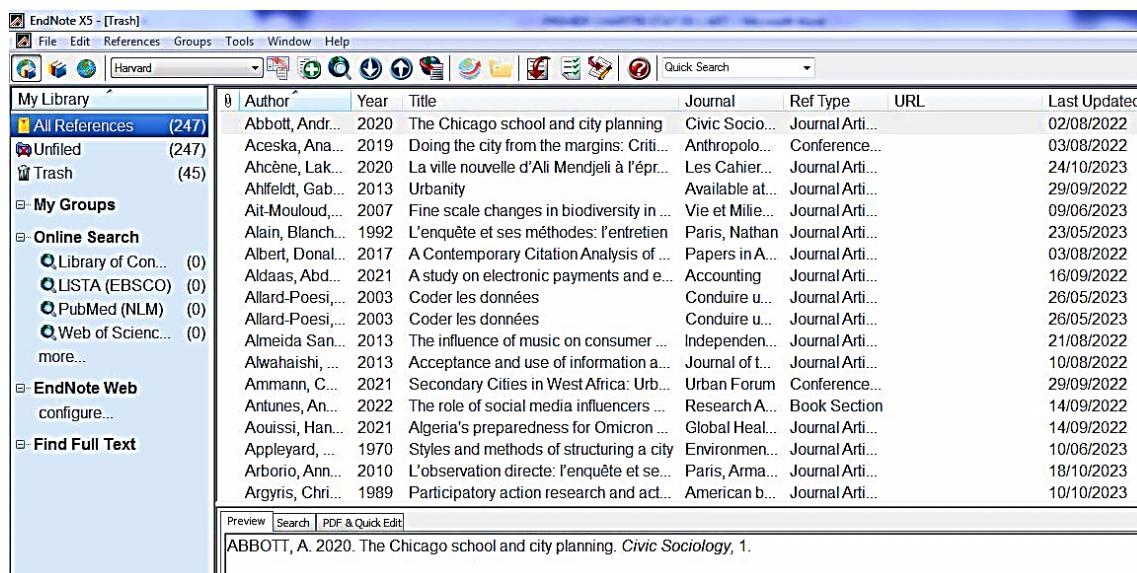
(Source : Auteure, 2019)

Au cours de ce stage nous avons pu faire des recherches au sein du laboratoire dans d'excellentes conditions. La nature pluridisciplinaire de l'équipe (géographie, anthropologie, histoire, économie/démographie, sociologie et aménagement-urbanisme) fait que ses projets sont largement reconnus. Plus largement, ce stage a été l'opportunité pour connaître, les différents aspects à observer, à mesurer et à identifier pour mettre en exergue l'urbanité et l'identité dans un contexte de ville nouvelle.

Notre stage, se déroulait sous la direction de Monsieur Roméo CARABELLI (architecte, urbaniste). Au cours de ce stage, nous avons passé le temps entre le bureau 251 et les bibliothèques de l'université, ce bureau est dédié aux chercheurs, où nous avions à notre disposition une connexion internet à haut débit ainsi qu'un compte CNRS pour pouvoir consulter et télécharger les ressources numériques disponibles dans cette plateforme, ainsi qu'un accès libre aux toutes bibliothèques de l'université de Tours.

Au long de ce séjour scientifique, nous pouvions avoir des discussions avec les doctorants du laboratoire qui traitent différents sujets d'étude en géographie, sociologie et urbanisme...Ainsi que, nous avons pu accrocher des rendez-vous avec des chercheurs du laboratoire (Professeur Pierre SIGNOLE et Docteur Roman STADNICKI) qui traitent le sujet de recherche, ces rencontres nous ont permis de donner une cohérence à notre recherche.

Il existe de nombreux logiciels qui permettent d'exploiter et organiser les références bibliographiques. Dans ce travail, nous utilisons le logiciel End Note pour sauvegarder les références bibliographiques utilisées et importants pour notre recherche. D'un autre côté, nous réalisons des fiches de lectures pour toute documentation exploitée pour cette recherche.



2.3 Exemple page de références bibliographiques

(Source : End Note X5, 2024)

2.1 Exemple fiche de lecture d'un livre sur la thématique de recherche

(Source : Auteure, 2019)

Auteur (s) du document	France Guérin-Pace et Elena Filippova
Titre	Ces lieux qui nous habitent: identités des territoires, territoires des identités
Date de publication	2008
Edition/Collection	Editions de l'aube, collection monde en cours
Eléments biographiques	France Guérin-Pace : géographe, statisticienne et directrice de recherche à l'Institut national d'études démographiques
Résumé	L'ouvrage aborde le lien compliqué entre identité(s) et territoire(s). Il signale en toute clarté le poids du territoire dans la construction de l'identité. Ainsi, il souligne le fait que chaque territoire est différent, avec une identité plus forte dans certaines régions que dans d'autres. Dans cet ouvrage, nous trouvons différents cas d'étude et thématiques. De plus, il

	insiste sur l'importance des pratiques dans le processus d'appropriation des territoires. Il confirme à quel point ces deux notions d'identité et de territoire méritent d'être repenser en fonction de la particularité d'un cadre dans lequel vivent de nombreuses populations.
--	---

2.2 Analyse bibliométrique

Pour mieux fixer la pertinence de notre sujet de thèse, nous avons opté pour une analyse bibliométrique s'appuyant sur l'occurrence en forme de couple identité/urbanité. Cette orientation nous a permis de localiser les principales ressources et les bases de données, d'identifier les travaux et les chercheurs qui font autorité en la matière.

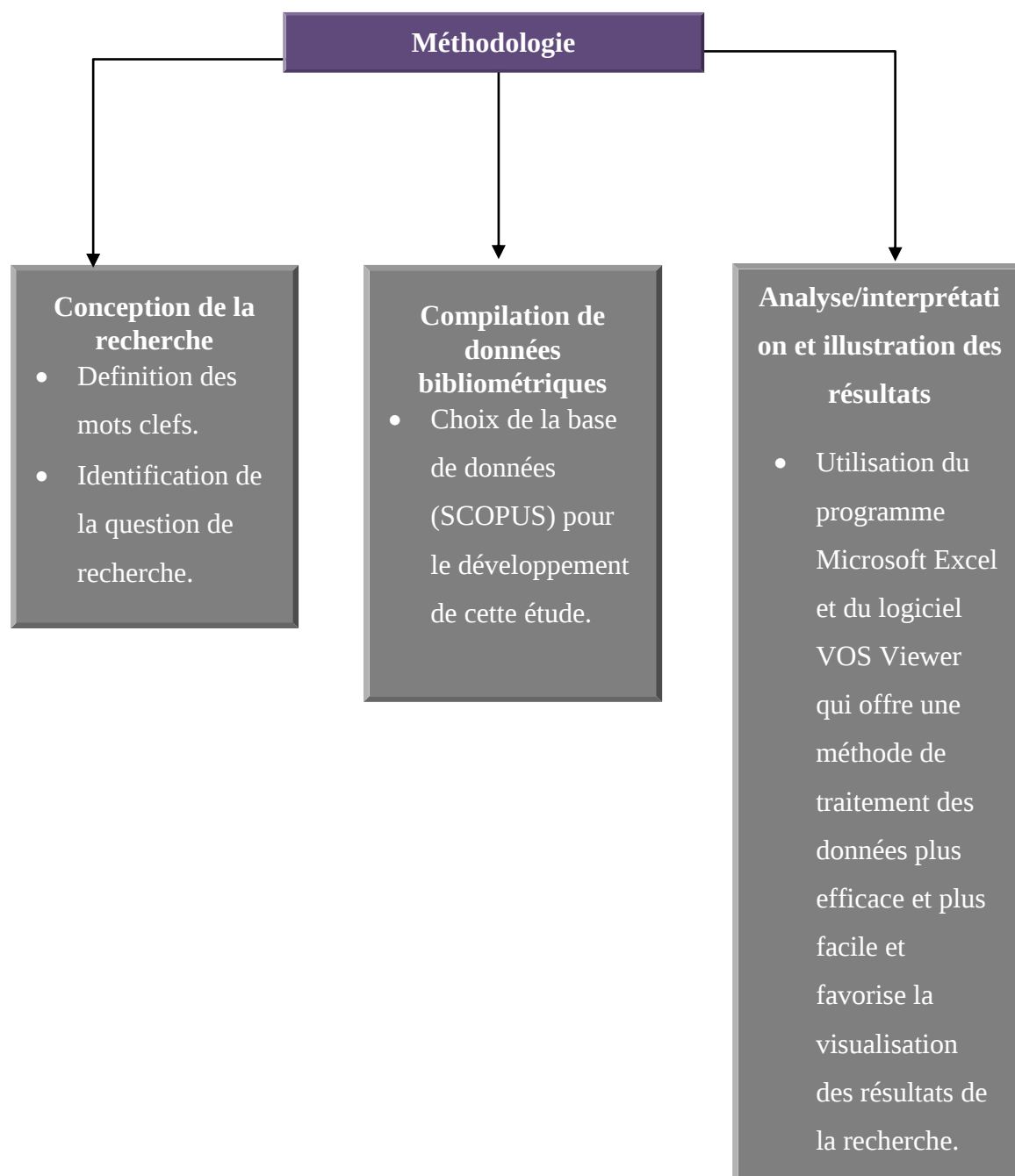
L'analyse bibliométrique est une méthode populaire et rigoureuse d'exploration et d'analyse de grands volumes de données scientifiques (Donthu et al., 2021). La définition des mots-clés est généralement la première étape de l'exécution d'une analyse bibliométrique, qui a été utilisée dans les bases de données pour obtenir les documents les plus pertinents par rapport au sujet mesuré.

Dans cette recherche, nous avons choisi de nous concentrer sur les mots-clés suivants : "urbanité" et "identité". Scopus, la plus grande base de données de résumés et de citations dans la littérature évaluée par les pairs, a été choisie pour mener à bien cette recherche. Cette base de données contient plus de 25.100 sources, plus de 2.352 revues à comité de lecture, 5.500 revues en libre accès et plus de 6,6 millions de documents antérieurs à 1970, le plus ancien datant de 1788. Nous avons choisi cette base de données car nous souhaitons avoir un aperçu assez exhaustif de la production scientifique concernant "Urbanité et Identité". Cette base de données est à la fois internationale, multi-éditeurs et multidisciplinaire. Nous avons choisi de combiner deux mots-clés en anglais en utilisant un seul opérateur booléen : "AND" pour avoir une couverture internationale de la production scientifique sur l'urbanité et l'identité. L'interrogation a porté sur une période allant de l'année 1980 à l'année 2024. Elle a été effectuée en interrogeant la section "Analyze search results" avec les mots-clés choisis.

Enfin, nous avons exécuté les recherches et stocké les informations dans le logiciel de gestion de bases de données bibliographiques End note. Des traitements sous les logiciels Excel et VOS

Viewer ont ensuite été effectués. Une analyse bibliométrique comprend la plupart des étapes ci-dessous :

- (1) Conception de la recherche ;
- (2) Compilation des données bibliométriques ;
- (3) Analyse et interprétation des résultats.



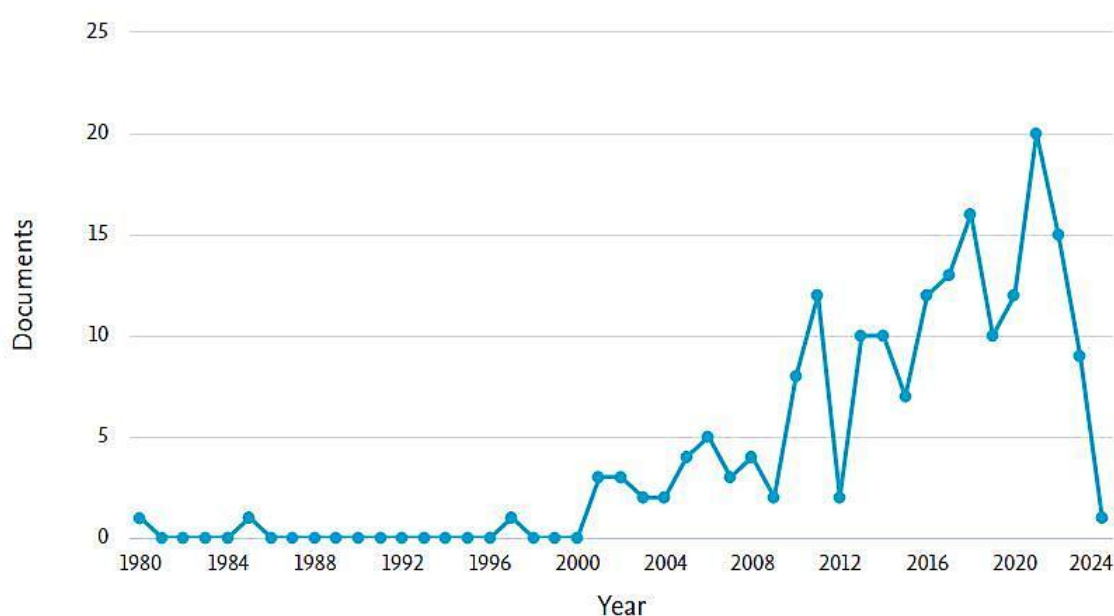
2.4 Méthodologie de la recherche bibliométrique

(Source : Auteure,2024)

2.2.1 Développement des interdépendances entre urbanité et identité

Pour construire l'ensemble de données, nous avons utilisé les méthodes de recherche par défaut de Scopus (recherche par sujet). Cette méthode de recherche utilise deux voies distinctes : le vocabulaire libre (titre, résumé, mots-clés) et le vocabulaire contrôlé (sujet). Le total des

publications associées à l'urbanité et à l'identité trouvé en 44 ans se compose de 188 publications répertoriées dans la base de données Scopus.



2.5 Nombre de publications sur l'urbanité et l'identité/an dans la base de données Scopus

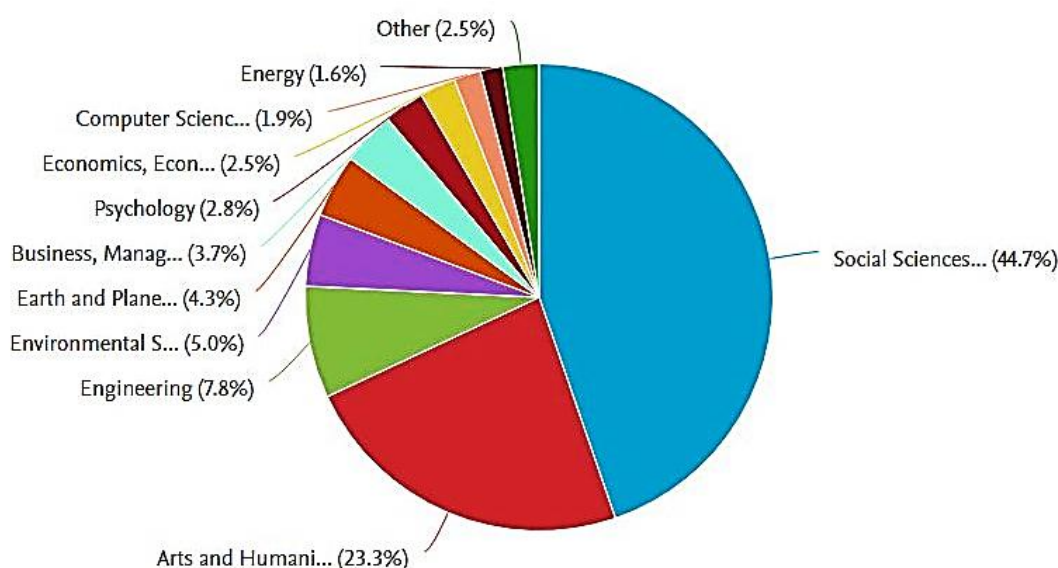
(Source : Scopus, 2024)

La figure 2.5 montre le nombre de publications/an sur la question de l'urbanité et de l'identité. Au fil du temps, nous constatons une augmentation des publications sur ce co-thème. Elle illustre deux phases distinctes dans l'évolution des publications. La première période, entre 1980 et 2000, n'a donné lieu qu'à quelques publications sur le thème de l'urbanité/identité. La deuxième phase couvre la période 2001-2022, au cours de laquelle le nombre d'études a connu une augmentation remarquable, avec un pic de 20 publications en 2021. De l'an 2000 à 2009, la production publiée a légèrement augmenté, atteignant quatre publications par an en 2005, mais ce nombre a été triplé en 2011 avec 12 publications sur l'urbanité et l'identité.

2.2.2 Domaines de publication sur l'urbanité et l'identité

Le diagramme circulaire (Figure 2.6) indique le pourcentage de différentes disciplines publiant sur le co-thème de l'urbanité/identité, telles que les sciences sociales, les arts et les sciences humaines, l'ingénierie, etc. comme le résume la figure 2.6. Cette analyse a été réalisée pour identifier la répartition des domaines dans lesquels l'urbanité et l'identité ont été abordées. Ces

résultats révèlent également la variété des disciplines universitaires dans lesquelles l'urbanité et l'identité sont abordées. Comme l'indiquent les articles analysés, les articles scientifiques sur l'urbanité et l'identité sont mieux présentés du point de vue des sciences sociales (44,7 %), des arts et des sciences humaines (23,3 %), de l'ingénierie (7,8%) et des sciences de l'environnement (5 %). Nous pouvons constater que la grande proportion de publications sur le co-thème se situe dans le domaine des sciences sociales, ce qui est attendu car les différentes branches des sciences sociales (anthropologie, géographie humaine, psychologie, sociologie urbaine...) sont au service du thème de recherche. En outre, pour acquérir des connaissances sur les relations entre les individus et le lieu, il est nécessaire de comprendre les représentations, les discours et les pratiques de la vie quotidienne dans les différents espaces de la ville. Ainsi, le couple urbanité/identité semble être un concept riche en perspectives de recherche dans les sciences sociales.



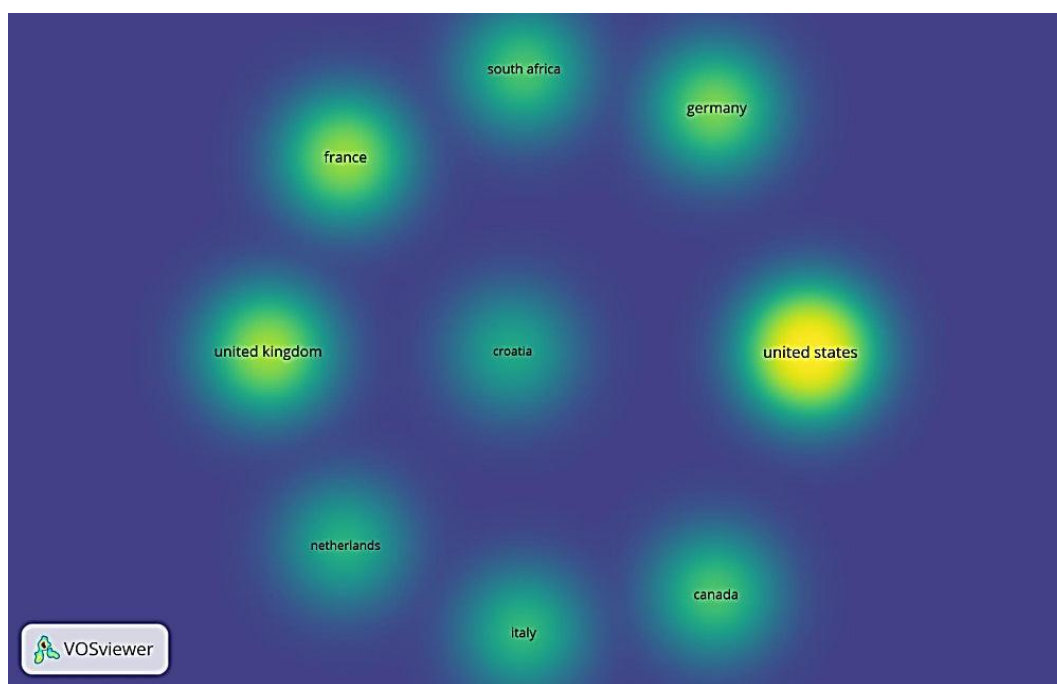
2.6 Domaines utilisés dans la publication sur l'urbanité et l'identité

(Source : Scopus, 2024)

2.2.3 Répartition géographique des publications sur l'urbanité et l'identité

La figure 2.7 montre les principaux pays en termes de nombre de publications dans ce domaine. À première vue, il est clair que les États-Unis ont le plus grand nombre de publications. En outre, la répartition des publications sur le thème de l'urbanité et de l'identité est inégale dans le

monde. Les cercles représentent le nombre de publications sur ce thème par pays ; un grand diamètre indique le pays ayant le plus grand nombre de publications. Les 9 premiers pays sont les États-Unis avec 27 documents, puis le Royaume-Uni, 17 publications, la France 16 documents, suivis de l'Allemagne (13), du Canada et le Sud d’Afrique avec 9 documents, de l'Italie (7) et les Pays-Bas (6), enfin la Croatie avec 5 publications.

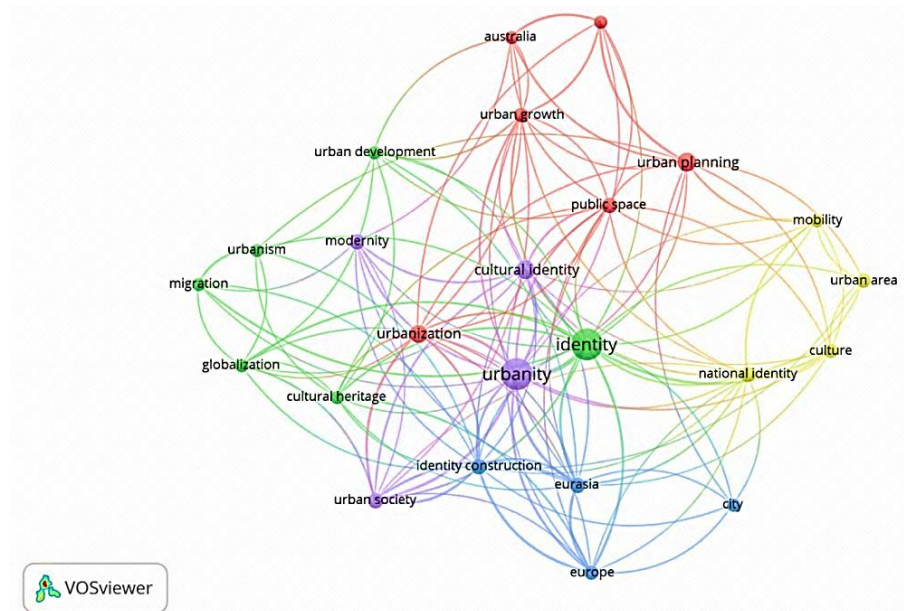


2.7 Répartition des publications sur l'urbanité et l'identité

(Source : VOS viewer, 2024)

2.2.4 Les mots clés

Selon Chen and Xiao (2016), les mots-clés des publications ont été largement utilisés pour révéler la structure des connaissances des domaines de recherche. Les auteurs ont corrélé les mots-clés fournis pour chaque article afin d'analyser les mots-clés à l'aide du logiciel VOS viewer.



2.8 Visualisation de la cartographie des mots-clés en réseau

(Source : VOS viewer, 2024)

Il a été constaté dans la figure 2.8 que 1002 mots-clés différents ont été utilisés dans les 188 publications évalués à l'aide du programme VOS viewer. Le nombre minimal de co-occurrence d'un mot-clé dans toutes les publications a été fixé à "5". Il a donc été constaté que 24 d'entre eux étaient les mots-clés les plus souvent utilisés. Cinq groupes ont été déterminés dans lesquels les mots-clés étaient fréquemment utilisés. Dans le premier classement, les mots les plus fréquemment cités ont été divisés en plusieurs groupes : Urbanité, Société urbaine, Identité culturelle, Modernité. Dans le deuxième groupe, les mots-clés relatifs à l'identité sont présentés comme suit : Urbanisme, Développement urbain, Migration, Globalisation, Héritage culturel. Dans le troisième cluster, de couleur rouge, cinq mots clés sont liés à la Planification Urbaine, à l'Urbanisation, à la Croissance Urbaine, au Développement Durable, à l'Espace Public et à l'Australie. Le quatrième groupe de la carte, le groupe jaune, était composé de 4 mots : l'Identité Nationale, la Culture, Zone Urbaine et la Mobilité. Le dernier groupe en bleu représente 4 mots clés : Construction Identitaire, Europe, Eurasie et Cité. Les mots-clés apparentés, représentés par des boules de tailles et de couleurs différentes, sont généralement présentés individuellement, mais sont fortement liés les uns aux autres.

2.2.5 Analyse du réseau bibliographique

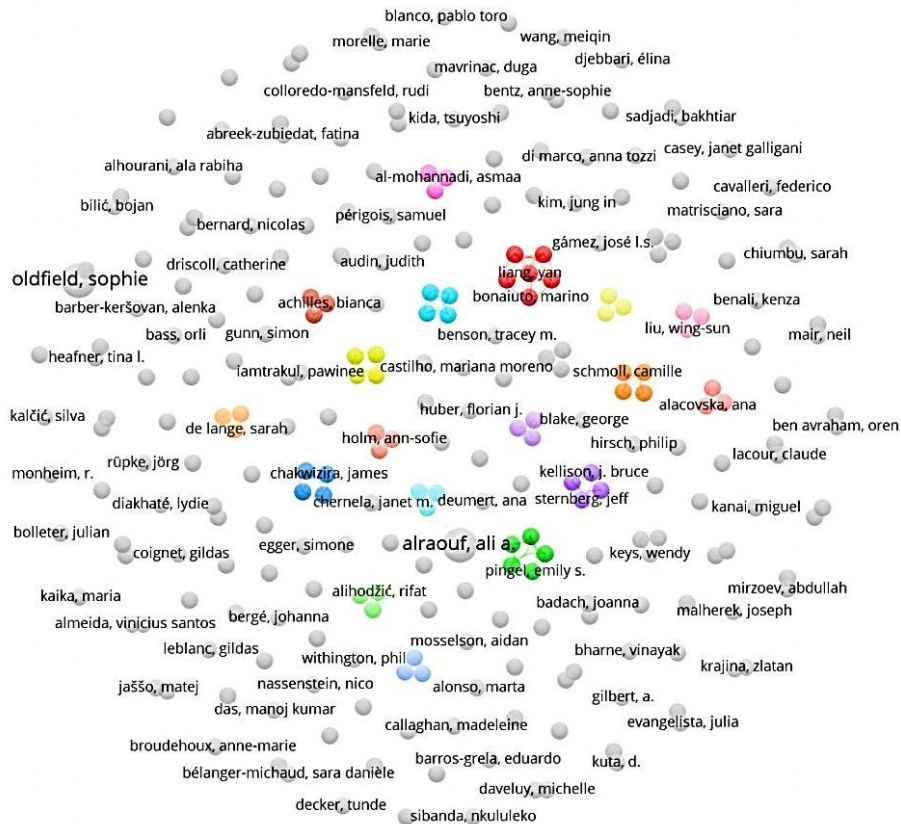
2.2 Citations d'auteurs (Top 10)

(Source : Auteure, 2024)

Auteur (s)	Citation	Titre du document
Parnell, S., et Oldfield, S. (2014)	153	The Routledge Handbook on Cities of the Global South.
Kaika m. (2010)	128	Architecture and crisis re-inventing the icon, re-imag (in) ing London and re-branding the city.
Tiwari r. (2011)	56	Driving CO2 reduction by Integrating Transport and Urban Design strategies
Hirsch p. (2009)	47	Revisiting frontiers as transitional spaces in Thailand
Lacour c. (2007)	45	Re-Urbanity: Urbanising the Rural and Ruralising the urban.
Mills m b. (2012)	33	Thai mobilities and cultural citizens.
Gunn s. (2004)	32	Class, identity and the urban: the middle class in England, c. 1790–1950
Dymitrow m.(2012)	20	Degraded towns in Poland as cultural heritage
Sippial t a. (2013)	19	Prostitution, Modernity, and the Making of the Cuban Republic, 1840-1920.
Develuy m. (2009)	17	Scripted Urbanity in the Canadian North.

2.2.6 Analyse des auteurs

L'analyse des réseaux de collaboration entre scientifiques révèle des caractéristiques des communautés universitaires qui aident à comprendre les spécificités du travail scientifique collaboratif et à identifier les chercheurs les plus remarquables (Scherbakova and Bredikhin, 2021). Les réseaux de co-auteurs sur la base de ces articles ont été cartographiés et analysés à l'aide de VOSViewer.



2.9 Visualisation de la cartographie de réseau de collaboration entre auteurs

(Source : VOS viewer, 2024)

La figure 2.9, illustre l'analyse des composantes du réseau de coauteurs Urbanité et Identité pour la période 1980-2024, où 286 auteurs sont répartis dans 186 grappes. Chaque boule représente un auteur et toute ligne reliant deux boules indique la présence d'au moins une publication dont ils sont co-auteurs. Par conséquent, les auteurs n'ayant qu'une seule composante n'ont pas de publications en collaboration avec des auteurs d'autres composantes.

La visualisation de la figure 2.9 illustre la prédominance d'une pratique d'écriture individuelle sur la question de l'urbanité et de l'identité, où la proportion de publications individuelles représente 74 % de l'ensemble des publications. La grappe rouge en premier lieu, qui contient six auteurs (MAO, Y., PENG, C., LIANG, Y., YUAN, G., MA, J. et BONAIUTO, M.) met en évidence les liens entre les auteurs qui sont le fruit d'une écriture collaborative.

Synthèse

L'analyse bibliométrique prenant le couple Identité/Urbanité comme occurrence d'appui, a permis de situer la pertinence de ce rapport particulièrement durant les deux dernières décennies.

L'interrogation sur ce regain d'intérêt est légitime. Il faut également signaler que la poussée spectaculaire de l'urbanisation à travers le monde a tendance à noyer les particularités socioculturelles et à homogénéiser les rapports sociaux dans un universalisme très réducteur.

L'intérêt académique à ce couple traduit les crises probables qui menacent les organisations sociales et les phobies des groupes ethniques de disparaître. En somme, d'un côté l'urbanité est un enjeu important pour l'humanité pour vivre dans le confort et le progrès. Néanmoins, de l'autre côté l'identité est aussi fondamentale pour préserver son "existence" et sa culture pour les groupes sociaux.

2.3 Outillage conceptuel

2.3.1 Ville, Urbanité et Identité

Le concept de ville n'est pas très éloigné de l'univers de la campagne. En effet, le latin "*villa*" fait référence à la maison rurale, puis à la maison de campagne. C'est dans le monde gallo-romain qu'il faut se tourner pour découvrir la dimension collective du terme ville, un monde dans lequel il désigne plus précisément "un ensemble de fermes regroupées" (Cambier, 2005). Il n'existe pas de définition unique de la ville. Différentes approches sont possibles : juridique, géographique, économique, elles se révèlent toutes complémentaires. À travers le monde, des seuils nationaux variés fixent un taux minimum de population qui permet de parler d'une ville. S'y ajoutent des aspects liés à la densité, aux activités, au bâti et aux pratiques des habitants eux-mêmes (Stébé, 2022). En outre, selon Gagey (2021), la ville a frappé les esprits des poètes, des architectes, des urbanistes et des hommes politiques. Le visage de la ville n'a jamais cessé de changer et nous cherchons constamment à comprendre son évolution et les nouvelles formes qu'elle a prises au fil du temps.

"L'urbanité" inventé par Ildefonso Cerda au XIX^e siècle, dans le sillon de sa "théorie de l'urbanisation", pour rendre compte de la fréquence et des comportements et de décrire la façon de se rencontrer dans l'espace public des habitants. Ces modes sont liés selon l'auteur à la prospérité des villes.

Ainsi, l'urbanité est définie comme étant l'ensemble des modalités du vivre ensemble, qui contrôlent les rapports du sujet à son environnement physique et aux « autrui » qui l'occupent (Moser, 2007) . Elle désigne le compromis, la négociation, le rapport à l'autre et c'est la ville qui favorise tout cela.

Selon Lakjaa (2009), l'urbanité fait référence aux différents faisceaux de relations que les citoyens tissent entre eux à travers la ville. En outre, pour Nédélec (2020), l'urbanité fait référence aux caractéristiques distinctives de la ville, telles que le niveau d'éducation et le mode de vie qui contrastent fortement avec les modes de vie de la campagne. Nous pouvons trouver la notion d'urbanité au pluriel "urbanités" qui se définit par Monnet (1999) comme "les manières d'être en ville".

Ainsi Augustin (1996), définit l'urbanité par « *cette composition plus large où les uns et les autres interagissent* ». Selon Nédélec (2013), l'étude de l'urbanité d'une ville implique de décrire et d'analyser plusieurs de ses éléments physiques, dont la combinaison forme son identité matérielle et visuelle.

Le concept d'urbanité a été "remis" à l'ordre du jour par (Sassen, 2010). En effet en inventant le vocable de "cityness", l'auteure estime que ce mot n'a pas d'équivalent" en français. Dans la langue française, le terme est synonyme de "civilité" ou de "politesse". En développant la "ville globale", Sassen (1991) situe cette ville dans une logique géographique centrée, concentrant les pouvoirs politiques et économiques , mais traversée de réseaux sociaux et culturels diversifiés.

Dans ce sens, la "citadinité" n'a plus d'emprise parce que la "ville" globale" n'est pas la cité d'antan. Elle est plutôt dans une logique urbaine, où les valeurs sont fluctuantes, changeantes et "instables".

Ghorra-Gobin (2001), développe aussi le concept d'urbanité dans ces villes mondiales (world city), qui repose sur les moyens de communication.

Ainsi, l'émergence d'une urbanité future qui n'a rien à voir avec l'espace public, c'est-à-dire qui est entièrement détachée de la rue, du boulevard, du café, de la place ou du square, et qui se traduit de manière omniprésente dans l'espace privé ou familial (Ghorra-Gobin, 1991).

En synthèse, l'urbanité développée comme concept émane d'une matrice sociale sans se superposer à la citadinité. Si cette dernière correspond à la "cité" et ses valeurs sociales et historiques et patrimoniales, l'urbanité correspond à "l'urbain" comme mode de vie dans un cadre urbain en connexion avec le "monde".

L'urbanité a quelque chose d'universelle et de mondiale dans la mesure où elle demeure dynamique par son implication passive ou active dans les réseaux transnationaux. Cependant, l'urbanité ne "renie" pas le fond géographique et historique. Au contraire, elle se base sur une "citadinité" amplifiée et augmentée.

Elle se décline dans les comportements et dans les modes opératoires surtout ceux qui utilisent les réseaux dans la communication ou dans les pratiques d'échange (consommation).

2.3.2 L'urbanité face à la citadinité

La définition de ces questions est complexe et loin d'être évidente. En effet, les auteurs ne sont pas plus d'accord sur le sens de la citadinité lorsqu'ils emploient ce terme que sur la notion d'urbanité (Berry-Chikhaoui, 2009). L'écart entre ces deux notions souvent enchevêtrées est une question d'échelle. L'urbanité vient de l'urbain et la citadinité vient de la cité. Cette dernière renvoie au contexte traditionnel de la cité avec ses remparts alors que le caractère urbain est dans l'ordre universel. L'urbanité permet de donner au citoyen le cachet mondial "un citoyen du monde".

2.3.3 L'habiter

L'habiter peut se définir par la relation affective entre l'homme et son espace de vie. Il se construit avec le temps. Dans une première échelle, l'habiter se limite à l'espace intime ou familial. La seconde échelle est celle du quartier où le voisinage est connu. Il y a des rapports de convenance ou de voisinage qui engage un relationnel dû au rapprochement spatial. La troisième est l'échelle urbaine, où l'anonymat prime. La relation avec les autres est presque inexistante. Elle ne se base sur aucun engagement interpersonnel. Selon Lévy (2008), habiter, c'est plus que résider. C'est fondamentalement, la relation que les gens entretiennent avec le monde, s'approprier son espace de travail. Dans un espace public, il s'agit d'entretenir des relations affectives fortes, même si elles sont invisibles ou muettes. Ainsi, Bailleul et al. (2012), définit

l'habiter comme la façon dont la personne se projette dans son cadre de vie, non seulement au quotidien, mais surtout tout au long de sa trajectoire de vie.

2.3.4 L'identité a-t-elle une dimension spatiale ?

Chacun de nous a potentiellement une identité. Elle renvoie à notre essence, à notre être. Selon Marc (2005), l'identité désigne le caractère de ce qui est unique et donc qui caractérise chacun et le différencie de manière irréductible des autres. En outre, l'identité est le caractère distinct de l'objet (Lynch, 1959). Ainsi, l'identité distingue une personne, un objet de tous les autres. Chaque personne est unique, de même que chaque objet.

L'identité confirme l'unicité, elle est le fondement universel de la distinction de toute chose (Hallot, 2012). D'autre part, elle désigne la similitude parfaite entre des objets différents dans ce cas l'identité est donc le fait d'être semblable à d'autres.

L'identité en science sociale est transmise par la société à ses membres par la socialisation. Elle cristallise l'ensemble des facteurs qui permettent à l'individu d'ajuster ses comportements aux valeurs dominantes.

Ce concept a deux significations, qu'il s'agisse d'identité individuelle ou collective. Il fait référence à la perception que nous avons de nous-mêmes, à la fois dans ce que nous avons d'unique (la carte d'identité), et dans ce que nous avons en commun (l'identité nationale), ainsi que dans l'image que nous avons des autres, en ce qui concerne leurs différences de nous. Il fait presque instinctivement référence à des idées relatives à l'universel et au particulier (Ollivier, 2019).

Il semble que toute expression identitaire se définit dans un temps "historique" et dans un espace géographique ou dans un territoire. En tant que support de l'identité exprimée, le territoire possède lui aussi une identité. Car il a été "construit" dans le faisceau de l'identité du groupe.

Le concept d'identité de lieu a été proposé à l'origine par Proshansky (1978), qui l'a conçu comme *"... ces dimensions du soi qui déterminent l'identité personnelle de l'individu par rapport au milieu physique au moyen d'un modèle complexe d'idées conscientes et inconscientes, de sentiments, de valeurs, d'objectifs, de préférences, de compétences et de tendances comportementales pertinentes pour un environnement spécifique"*.

Selon Proshansky et al. (2014), l'identité des lieux est une sous-structure de l'identité propre de la personne qui consiste, au sens large, en une connaissance du monde physique dans lequel

l'individu vit. L'identité de lieu, en tant que composante essentielle de l'identité "sociale", se développe lorsque les membres s'identifient au lieu où ils vivent et lorsqu'un sentiment d'appartenance et un lien émotionnel sont développés (Twigger-Ross and Uzzell, 1996).

Selon Lynch (1959), tout environnement imageable doit reposer sur trois éléments essentiels : la structure, l'identité et la signification. L'identité signifie les propriétés perceptibles des éléments. D'un autre côté, on peut définir un lieu comme une entité concrète aux multiples facettes, profondément enracinée dans des bases culturelles, géographiques, historiques, architecturales, sociales et économiques. L'interaction de ces dimensions détermine le sentiment d'authenticité et de continuité d'un lieu spécifique, ainsi que la singularité et l'unicité qui distinguent un lieu d'un autre (Petzet, 2008).

L'identité d'un lieu englobe les aspects matériels de constitution physique et morphologique... Ainsi, elle figure l'organisation, l'image (esthétique), dont cette lecture est abordée sous le filtre socio culturel. En revanche, Fried (2017) définit l'identité d'un lieu selon des caractéristiques environnementales spécifiques, notamment physiques (par exemple, l'apparence des bâtiments), sociales (par exemple, la composition résidentielle), économiques (par exemple, les professions et le niveau de revenu) et politiques (par exemple, le parti politique, les croyances religieuses ou l'appartenance ethnique).

Avant d'aborder l'identité urbaine, il est important de dresser une synthèse des rapports de l'identité à l'espace "social". En effet, l'espace géographique en tant que territoire socialisé, est non seulement un support de l'identité sociale, il contribue aussi à assurer sa pérennité. C'est dans ce sens que se décline cet "attachement au sol", qui est souvent considéré comme un lien sacré, et qui acquiert une valeur héritée et patrimoniale.

Le territoire en tant que lieu, espace construit dans une logique sociale et culturelle porte les représentations collectives et les significations des valeurs sociales. L'identité investit l'espace pour en faire des lieux. Et ces derniers, en tant que "constructs" matériels et concrets sont des registres de ressources "identitaires" de la société.

2.3.5 L'identité urbaine ?

L'identité urbaine a un caractère social et spatial. Spatial parce que l'urbain est une enveloppe de la ville en tant que territoire et lieu "construit". Social, dans la mesure où ce territoire est le

support d'une communauté vivant ensemble, projette son organisation et ses rapports sur l'espace.

Selon Lapierre (1984), c'est le processus qui consiste à organiser et à structurer toutes les représentations que les différents groupes sociaux internes et externes d'une ville ont d'elle, de leur passé, de leur présent et de leur avenir, à un certain moment de l'histoire.

L'identité urbaine se nourrit des rapports au cadre urbain dans tout ce qu'il possède de pertinents. Elle s'établit dans une vision de la ville construite autour de son histoire, sa dynamique et surtout de son image.

Galland et al. (1993) résument cette situation, l'identité d'une ville réside toujours dans son image de soi, qui se révèle à la fois à travers des différents acteurs individuels qui habitent la ville et au niveau de la ville elle-même. Elle est également sociale, c'est-à-dire qu'elle découle des interactions de l'acteur avec son environnement social.

Le rapport de l'identité à la ville, produit souvent des réajustements pour vivre en harmonie avec la société et dans l'espace urbain, à travers des pratiques habitantes admises par le groupe. Selon Giddens (1995), l'identité est le résultat d'un processus où différents éléments entrent en jeu, liés à la structure du monde dans lequel nous vivons, à l'interaction sociale et à nos propres processus psychologiques.

2.3.6 Les villes nouvelles ; état de l'art

Selon les époques et les contextes historiques, les villes nouvelles prenaient de l'importance en tant que réalités urbaines et en tant que thématiques académiques. En tant qu'expérience urbanistiques, les villes nouvelles de créations ex nihilo, font l'objet d'interrogations et de questionnements aussi bien sur les modes de "concrétisation", de gestion et d'évolution. Donc création de toute pièce, les villes nouvelles posent toujours la question de leur autonomie. A contrario, une nouvelle ville jouxtant une ancienne ville, constitue une extension directe et jouira de la tutelle de la ville-mère.

La ville nouvelle est un instrument d'une politique publique urbaine, qui vise souvent à déconcentrer, décongestionner une agglomération, en créant un satellite pour accueillir des logements et des fonctions économiques... etc. Cette création relève toujours des politiques

publiques. En revanche, il n'existe pas un modèle type universel de ville nouvelle, l'expérience se différencie d'un lieu à un autre suivant plusieurs critères.

Les recherches antérieures sur les villes nouvelles se sont concentrées sur son aspect matériel (développement, gestion, déplacements domicile-travail...). Par contre, peu de recherches ont été menées sur l'aspect immatériel des villes nouvelles, l'urbanité et l'identité de ces villes, négligeant ainsi un aspect important de l'évaluation du développement autonome des villes nouvelles. Le concept des villes nouvelles a pris racine au Royaume-Uni dans le cadre des actions de reconstruction de la ville de Londres après la Seconde Guerre mondiale (Marcolin and Flores, 2014).

2.3.7 Discours historique sur la naissance des villes nouvelles

Les villes nouvelles existaient depuis les grecs. Ils ont fait des colonies dans toute la Scissile et l'Italie du sud, dont les citadins d'Athènes partaient avec leur identité, leur culture et ils étaient en fait commandité par leur cité de départ pour créer une autre cité. Ainsi, pleine de villes étaient des villes nouvelles dans leur époque. Selon (Sznycer, 1997), à la fin du ix e siècle av. J.-C Carthage a été fondée par les Phéniciens sur la cote tunisienne. Littéralement, son toponyme signifie "ville nouvelle" (Kart hadath). Les modèles de villes proposés par les "utopistes" ont tous ce caractère d'être "nouvelle" pour abriter des sociétés "nouvelle" dans un ordre "nouveau". En 1516, Thomas More imaginait *utopia*, une ville régie par des valeurs humanistes, loin de la misère, et la pauvreté, un cadre social, politique, économique administré de façon à procurer le bonheur pour ses habitants.

Plus récent, le modèle « Garden City » semble suivre la même démarche, particulièrement dans un esprit de puritanisme, mettant les habitants en rapport directe avec la nature. Ce cadre proposé par Howard (1965) au début du XXe siècle, a eu un impact significatif sur le mouvement des « New Towns ». Son projet de société urbaine est aussi un modèle d'organisation du territoire, proposé en réponse à la crise majeure du logement qu'a connu l'Angleterre à cette période. Howard, suggère la création de Garden Cities combinant les avantages de la ville (attractivité, emploi...etc.) et ceux de la campagne (grands espaces, air pure....etc.) (Forget, 2019). L'essor urbain des XII-XIV siècles se traduit en partie par des fondations nouvelles, que les contemporains nomment « bastides », « castelnaux », « sauvetés », « bourgs », ou « Villeneuves » selon les régions (Vadelorge, 2014).

Au moyen âge, en Europe, il y avait des tas des villes nouvelles. Dès que, les seigneurs voulaient développer le commerce, ils créaient des villes où ils faisaient venir les commerçants et les artisans qui ne paient pas les taxes. En France, ville franche ou ville neuve. Au XIII^e siècle, lorsque l'espace rural était encore peu aménagé, des villes nouvelles, les bastides, ont été créées au Sud-Ouest de la France, à la suite d'initiatives de grands personnages français ou anglais (Dubourg, 2002).

2.3.8 La nature des études récentes sur les villes nouvelles

Une recherche bibliographique exploratoire sur les villes nouvelles laisse comprendre que les thématiques ont suivi préoccupations relatives à l'état des intérêts actuels. Ainsi nous pouvons dénombrer trois grandes phases.

- **Première phase (Fin 1960/début 1970 – 1980)**

La majorité des études publiées portaient sur la naissance des villes nouvelles, sur la politique de création dès leur genèse, des modes de planification et de programmation et sur leurs apports dans l'aménagement du territoire et dans les problématiques urbaines des grandes villes face à la poussée démographique et les besoins en logements et services. Merlin (1968), a travaillé sur les villes nouvelles de la grande Bretagne.

- **Deuxième phase (année 1980-1990)**

Le vécu des villes nouvelles, dans cette phase a été un sujet abordé dans un grand nombre de travaux tel que les études de (Sylvia, 1983) sur les villes nouvelles françaises. En effet, après une "installation" d'une population ramenée de toute part, et l'émergence d'une nouvelle génération, les préoccupations se sont orientées sur le vécu, le cadre de vie, la qualité des espaces, les activités d'accompagnement. Dans ce sens, a porté sur les espaces publics, l'image et l'architecture des édifices.

- **Troisième phase (depuis 1990)**

L'actualité s'intéresse à l'avenir des villes nouvelles. En effet, après un enracinement social et géographique, le futur de ces villes nouvelles est abordé sous l'angle de leurs capacités à intégrer les TIC et la mondialisation. Les thèmes concernant l'attractivité des centres, le marketing, la vocation et les modes de mobilités, l'agriculture urbaine.... Il est également question de construction d'identité urbaine pour des populations qui ont fait souche.

Les villes nouvelles sont devenues le centre d'intérêts des urbanistes. Ils ont écrit des millions de pages sur ce produit. Dans les années 1930, en Angleterre il y'avait toute une politique développée par les urbanistes pour contrôler la croissance du grand Londres. A l'époque les anglais étaient pionniers en matière urbanistique. Ils ont développé une réflexion pour expérimenter des modes d'aménagement pour faire face à la croissance du grand Londres et en gros empêcher une bonne partie des habitants de venir s'agglutiner dans le centre.

Le concept de " New Towns" (villes nouvelles) a été adopté pour la maîtrise et le contrôle du territoire. Dans l'analyse des anglais une ville nouvelle doit répondre à une série de conditions :

- Elles devaient être suffisamment loin du centre-ville pour ne pas être une simple banlieue donc hissée en organisme autonome.
- Ainsi que, il fallait un transport extrêmement sophistiqué, rapide et de masse pour que les habitants de la ville nouvelle puissent aller travailler à Londres. En outre, le binôme emploi/résidence est indissociable à travers la création des résidences et des lieux d'activité, à l'époque surtout industriels ou tertiaires de tel sorte qu'on réduise au maximum les déplacements quotidiens vers le centre, en favorisant le fonctionnement autonome sur place.
- Ces villes doivent être socialement équilibré à travers la mixité sociale et que de l'emploi pour les hommes et les femmes. Finalement les villes nouvelles devaient être équipées avec des infrastructures correctes.

Après la deuxième guerre mondiale, les français ont pris le relais après les anglais en matière de l'expérience villes nouvelles. Pour résumer, elles auraient été inventées au sein de l'IAURP (institut d'aménagement et d'urbanisme de la région Parisienne), aux alentours de 1962-1963, puis portées à bout de bras par un grand commis de l'Etat, le délégué général de la région parisienne Paul Delouvrier. Il y a eu toute une politique de ville nouvelle pour Paris. C'était la grande époque de la planification urbaine pour Paris, dont le but de répondre à la même problématique qu'à Londres. Cependant, en France les villes nouvelles n'ont été pas créées de la même façon. D'abord, elles sont moins loin de Paris. Cinq en région parisienne (Evry, Cergy-Pontoise, Saint-Quentin-en-Yvelines, Marne-la-Vallée et Melun Sénart) (Vadelorge, 2014).

D'autre part, pendant très longtemps les villes nouvelles françaises n'auront aucune autonomie administrative. Contrairement en Angleterre elles étaient des villes au sens classique avec une

municipalité, une gestion locale, un maire et des élections ...L'IAURIF (institut d'aménagement et d'urbanisme de la région Ile de France) l'organisme public qui a porté les villes nouvelles, il a ensuite été sollicité par le gouvernement égyptien pour faire le plan d'aménagement du Caire. Il a réussi à faire passer l'idée que pour le Caire il fallait créer des villes nouvelles.

Au Caire les villes nouvelles (dû à une conception française sur le modèle parisien). En Égypte, la construction de cités dans le désert a déjà eu des précédents. Parmi les plus notables, nous pouvons mentionner Héliopolis, au nord-est de la capitale, aménagée par le baron Empain dans les années 1920, et sa voisine, Madinat Nasr, dans les années 1960, pour la classe moyenne montante. En 1970, le premier schéma directeur a été élaboré et annonçait la création de villes nouvelles localisées en différents points du territoire national, dont six dans les environs désertiques du Caire (Jossifort, 1995).

Au Maghreb, la colonisation s'est installée, il y'avait les villes anciennes que les colons ont appelé les médinas. Ils ont créé des nouvelles villes plus ou moins à côté des villes anciennes. A l'époque, ces villes se sont appelées la ville européenne qui était une nouvelle ville. Nous citons entre autres, Constantine, Alger, Oran en Algérie, Sfax à Tunis. A contrario, au Maroc et pour des raisons idéologiques le général français Hubert Lyautey fait créer des villes loin des villes anciennes (médinas) parce que lui, il était dans l'idée qu'il fallait que la civilisation arabe ne soit pas perturbée mais aussi pour des raisons de ségrégation dont la ville nouvelle se repère bien dans le cas Marocain. Cet espace entre ville ancienne et ville nouvelle était un espace *non aedificandi*, protégé pendant toute la période coloniale.

Sur ce modèle des villes nouvelles à des dates différentes, plusieurs pays ont adopté l'idée comme l'Algérie et le Maroc. Selon Ballout (2017), depuis peu, les autorités publiques en Algérie et au Maroc ont commencé à mettre en place des projets d'aménagement appelés « villes nouvelles » dans les périphéries des grandes villes maghrébines, sur une échelle de temps urbanistique.

2.3.9 Etat des villes nouvelles d'aujourd'hui

La planification et la création des villes nouvelles ont été décidées pour différentes raisons. Dans les villes du XXe siècle, la raison la plus importante était peut-être de déterminer de nouvelles

structures d'aménagement territorial et urbain qui permettraient une meilleure organisation du territoire, en développant des modèles socio-économiques plus efficaces et plus équilibrés.

Les villes nouvelles sont devenues un phénomène courant dans le monde entier. Dans la mesure où elles permettent d'accueillir les populations qui débordent des zones urbaines. De nombreuses villes nouvelles planifiées ont pour objectif de créer des zones autonomes avec un nombre suffisant d'emplois locaux. Les villes nouvelles, ont proliféré dans les pays du Sud au cours des deux dernières décennies. Par conséquent, presque tous les projets de villes nouvelles annoncés au cours des dernières années, sont situés dans des pays en développement, tels que le Maroc, l'Arabie Saoudite, l'Indonésie, la Chine et de nombreux autres pays en voie de développement (Abbott, 2020). Ainsi, depuis la fin des années 1990 la vague mondiale de néolibéralisme a accompagné l'essor des villes nouvelles.

Les villes nouvelles ont d'abord été construites, pour alléger la pression démographique sur les métropoles ou les grandes villes. Aujourd'hui, les projets de logement sont souvent le fer de lance du développement des villes nouvelles. Selon Belguidoum (2021), la ville nouvelle est la concrétisation du modèle qui s'est imposé en Algérie à dater des 1970, celui d'un urbanisme qui fabrique la ville par le logement, avec une vision technique enracinée dans le courant fonctionnaliste du milieu du XXe siècle. Cet urbanisme institutionnel a pris la forme de ZHUN, de pôles urbains et de villes nouvelles : fabrication à grande échelle de logements collectifs standardisés distribués selon un zonage délimité par les grands axes, faisant de l'unité de voisinage le niveau de référence pour la répartition des équipements. Les villes nouvelles présentent ainsi l'empreinte de l'époque, de son idéologie et des représentations qui l'ont façonnée. Si la ville nouvelle correspond à un moment bien précis de l'histoire de l'urbanisme, c'est un phénomène qui continue à se développer aujourd'hui, un processus à l'œuvre qui se modifie et se renouvelle sans cesse (Laborde, 2013).

2.4 Construction du modèle d'analyse théorique

2.4.1 C'est quoi un modèle d'analyse théorique ?

Toute étude relative à un phénomène s'inscrivant dans une thématique des sciences sociales et humaines, commence par un travail d'analyse s'appuyant sur les représentations sociales. Ces dernières constituent un système complexe qui permet de saisir et de comprendre les attitudes, les opinions, les croyances et les valeurs qui prévalent dans une société.

La représentation sociale a une connotation pratique élaboré socialement et qui permet d'appréhender collectivement la réalité sociale. Ces lectures s'accordent sur les significations attribuées au réel, auquel sont confrontés les membres. Il faut préciser que ces représentations sont construites "localement" (Rouquette, 1997).

La complexité des représentations sociales s'inscrit dans un système aussi complexe faisant la relation entre plusieurs constantes et variables. Ainsi, pour appréhender ces phénomènes sociaux nous les commencerons par identifier les concepts pertinents, puis les relations entre les concepts et enfin l'opérationnalisation des concepts. C'est une démarche qui permet d'asseoir des explications cohérentes à des phénomènes complexes. Elle s'appuie sur les constructions théoriques développées par des chercheurs à partir des études des cas réels.

Au final, le modèle d'analyse théorique nous permet de développer les réponses « théoriques » à la question centrale de notre thèse, à savoir l'identification des facteurs agissant dans la construction de l'identité urbaine et l'avenir de la ville nouvelle Ali Mendjeli.

2.5 Les concepts

Notre question centrale est structurée autour des concepts d'identité, urbanité, avenir. En d'autres termes, il s'agit de se pencher sur :

- Le processus de construction de l'identité.
- Sa relation avec l'urbanité en tant que somme de valeurs liées à une manière de "vivre" dans le temps et dans l'espace.
- La ville nouvelle en tant que cadre spatial, sociale sans "histoire".

Pour rappel, l'identité est avant tout une notion développée dans le sillon des sciences humaines. En effet, l'identité se rattache aux individus et aux groupes. Elle fait également l'objet d'une construction particulièrement, quand il s'agit de forger une collectivité. Cette construction est souvent historique, se transmettant comme charge mémorielle à travers les générations.

Cette charge mémorielle partagée est essentielle pour préserver un équilibre social. Et en l'absence d'un noyau de rattachement, apparaît un "trouble" de l'identité.

L'identité est toujours insérée dans le couple "identité individuelle" et "identité sociale". Individuelle, elle est construite sur le background des caractéristiques personnelles contenues et développées dans des rapports privés.

L'identité sociale, s'appuie sur un sentiment d'appartenance à un groupe. Elle est consécutive à un processus d'auto catégorisation. En effet, le membre s'identifie aux catégories en présence soit par ordre socioprofessionnel, groupes ethniques ou idéologiques.

L'identité est fondée sur un ensemble de propriétés essentielles pour identifier un être en tant qu'entité ou en tant qu'essence.

Selon (Tajfel, 1959), la perception de l'environnement par les individus, s'effectue selon un processus de catégorisation. Cette dernière, consiste en un classement des sujets et des objets, en "référence à soi", par leurs similitudes et leurs différences.

C'est également dans cette suite que l'auto catégorisation s'effectue ou le sujet s'identifie à un groupe en se référant à ses propriétés qu'il partage plus ou moins.

2.5.1 L'identité urbaine

2.5.1.1 Les représentations collectives de l'espace urbain

La représentation collective renvoie à la présence d'une "conscience" collective dans un groupe social qui leur permet de vivre ensemble dans un environnement et de partager ses significations et sa pratique.

Les représentations collectives sont l'œuvre d'une communauté dans laquelle toutes les intelligences individuelles sont réunies. Dans ce sens, les représentations collectives sont situées dans la société et non pas dans les individus.

La représentation collective s'appuie sur les "toponymes" (nominations), les topos, la symbolique, les mythes

2.5.1.2 C'est quoi l'identité d'une ville ?

Ainsi, l'identité urbaine peut se définir comme le processus d'agencement et de structuration de toutes des représentations que les différents groupes sociaux internes et externes d'une ville se font d'elle, de leur passé, de leur présent et de leur avenir, et ceci à un moment donné de l'histoire. Selon De Castell and Bryson (1997), comme un processus de construction de sens à partir d'un élément culturel, c'est le fruit d'un travail de réflexion par lequel les individus et les groupes déterminent leur position dans le monde.

Lapierre (1984), complète cette définition en précisant certains points, pour lui, l'identité désigne "non seulement ce qui fait l'identité d'un groupe, la différence par rapport à d'autres groupes, un ensemble de caractéristiques singulières propres, qui signifie, symbolise cette unité et cette différence, mais également la permanence de ce groupe dans le temps, à travers l'histoire, en dépit de tous les changements qui l'ont affecté. L'identité collective se réfère aux images par lesquelles le groupe se reconnaît un passé partagé, le remémore, le commémore, l'interprète et le réinterprète.

Par ailleurs l'identité urbaine est toujours rattachée à un territoire, et dont celui de la ville reste aussi déterminant dans un contexte de globalisation. En effet et autant que support spatiale, le territoire donne un caractère concret ou matériel à l'identité urbaine.

Dans cette optique, les politiques urbaines locales intégreraient désormais des nouveaux enjeux liés avec la formation d'une identité urbaine propre à la ville, mettent à l'ordre du jour leurs atouts culturels et historiques qu'il s'agisse de patrimoine ou d'héritage, ou encore d'éléments matériels ou immatériels pour guider les différents acteurs dans la définition d'une stratégie de positionnement.

2.5.1.3 Quand se manifeste l'identité ?

Avant tout, une identité est une exigence, ce sociale, une obligation qui présuppose une appartenance à la société et même une différence par rapport à d'autres. Elle se construit et " se donne à voir " pour les communautés.

Sa manifestation découle d'un refus à subir la domination d'un ordre, le refus également de se dissoudre dans un ordre global.

L'identité est une manifestation sociale, qui se révèle dans les crises ou dans des situations mettant en danger l'existence d'une communauté.

2.5.1.4 Comment se produit l'identité ?

L'identité sociale est une production collective. Elle résulte de la capacité du groupe à déterminer le complexe composé de l'ensemble des sentiments, des représentations, volonté et imagination, mobilisé pour conforter l'identité.

Cette détermination à fonder une identité émane d'une attitude réflexive volontaire et consciente qui assume les choix. Cette détermination aboutit à l'élaboration d'une position socio-politique de démarcation dans l'échiquier social globale, ce que nous avons nommé catégorisation.

Cette production constitue une première base à l'instauration d'une mémoire collective.

La mémoire collective d'une communauté, d'une période de leur histoire, ou d'un événement concret est constituée dans l'ensemble des représentations majoritairement partagées par tous ceux qui créent cette histoire : des individus et des groupes.

Ces représentations se structurent autour d'un axe principal qui leur donne un sens, leur permettant de fonctionner comme support de la communauté concernée. Cette dimension fondatrice de la mémoire, sur laquelle a déjà insisté Halbwachs (1997), dans son ouvrage pionnier "La Mémoire collective".

Le fait de sauver le passé de l'oubli et de l'ériger comme référence de l'identité communautaire, convertit le rappel en un véritable impératif de survie qui par sa condition éthique et la portée collective font du devoir de mémoire « une pratique indispensable à toute affirmation d'appartenance à un groupe ».

Au-delà de la construction et du fond de la mémoire collective ou sociale, le groupe viendra puiser dans ce fond pour produire son identité.

En Conclusion, l'identité est étroitement liée à la mémoire collective. Elle puise sa matière dans les souvenirs, dans l'histoire et dans les symboles adoptés comme représentatifs des spécificités du groupe.

Synthèse

Le processus qui se dégage de la théorie (voir figure 2.10) se décline comme suit :

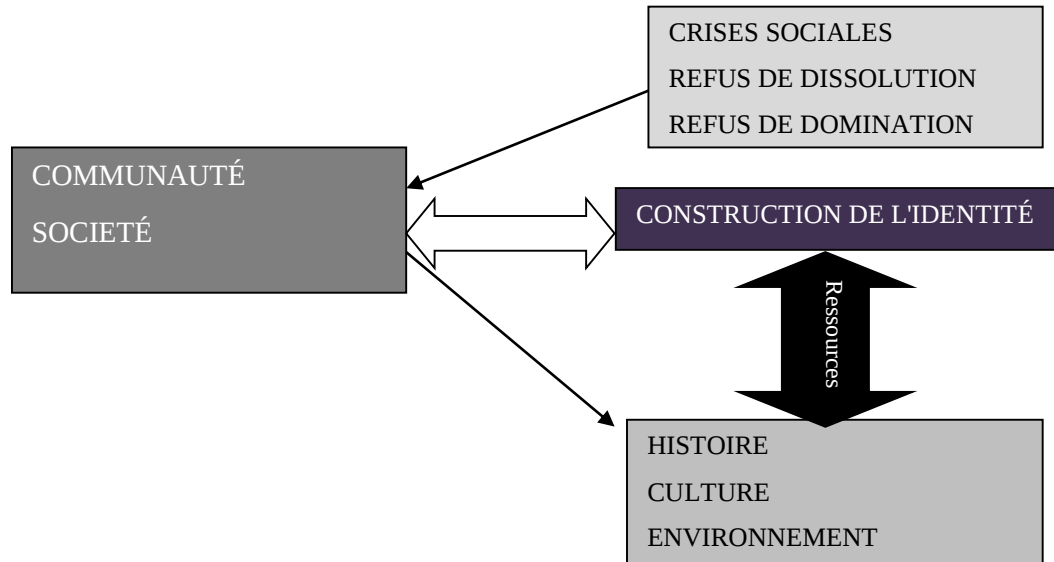
Les multiples crises qui touchent une communauté et qui menacent son existence, sa pérennité et qui tendent à sa dissolution ou à l'étouffement de ses particularités sociales, culturelles et symboliques, poussent à l'élaboration d'une stratégie identitaire ou elle agit par la réactivation de ses constituants identitaires.

Concernant cette troisième approche de la stratégie identitaire Camilleri (1999), définit 3 axes :

1. la stratégie d'assimilation allant vers le conformisme culturel
2. La stratégie de la revalorisation et de la singularité par la mise en évidence des particularités sociales et culturelles
3. La stratégie intermédiaire qui consiste à chercher les similarités entre les deux modèles (dominant et locale) sans renoncer à ce dernier.

La (re) construction identitaire s'orientent sur des modes favorisant, le repli sur soi, la résistance ou la créativité.

- Le repli tend à créer une "entre soi" se matérialisant par un enfermement qui isole la communauté de plus en plus, qui ne permet plus une "production" positive de l'image de soi, et folklorise ses valeurs. Cette stratégie identitaire est réductrice (souvent employée par des minorités en voie d'extinction).
- La résistance peut se décliner en stratégie "productive", particulièrement par une reproduction culturelle et artistique. C'est la revivification de la textualité littéraire, artistique (chants folkloriques, artisanat). Elle s'exprime par une défense orale, écrite ou filmée à des fins de communication large (réseaux sociaux).
- La créativité est une stratégie productive et adoptant des approches innovantes. Elle s'appuie sur l'adaptation et l'adoption des nouveautés des technologies en "fuyants" vers le "futur".



2.10 Processus d'élaboration d'une stratégie identitaire

(Source : Auteure, 2024)

Conclusion

Comment aborder notre cas d'étude, la Ville Nouvelle Ali Mendjeli ?

Rappelons que cette ville nouvelle :

- A trente années d'âge, une ville sans "histoire"....
- Ses habitants sont une population venue de différents horizons (ethnies diverses, culture variées, différentes catégories socio-professionnelles)
- Une grande majorité "jeunes".
- Habitants venus par "choix" et dans le cadre de relogement (résorption des bidonvilles et habitats précaires)
- Une ville objet d'une attractivité importante en investissement et en "consommation".

Comment se construit l'identité dans cette ville et chez cette population ? Où puise-t-elle les ressources pour construire cette identité urbaine ? Sur quoi est basée sa stratégie identitaire ? Quels rapports avec l'avenir ?

CHAPITRE III

ALI MENDJELI, VILLE NOUVELLE, LES BASES MATERIELLES DE LA CONSTRUCTION D'UNE IDENTITE URBAINE

Introduction

La présentation approfondie du cas d'étude, en l'occurrence la ville nouvelle Ali Mendjeli, est une étape essentielle pour mettre au clair les nombreuses images et clichés préétablis, qui l'entourent et expliquent le fait que ce cadre urbain peut constituer un objet d'étude pertinent comme modèle du point de vue des villes nouvelles Algériennes. Ali Mendjeli, en construction depuis les années 1990, offre une opportunité intéressante pour étudier les conditions d'émergence de l'identité et l'évolution de l'urbanité. Dans cette vision nous aborderons les facteurs et les modèles qui ont prévalu à son développement, en interrogeant sur leurs pertinences et leur avenir.

De nombreux commentateurs se sont penchés sur le cas de la ville Nouvelle Ali Mendjeli, prétendant qu'elle ne correspond pas au statut de " vraie " ville. En essayant de déchiffrer ce déni, nous tenterons de démontrer que les dénonciations faites à Ali Mendjeli par une vision extérieure, est le résultat d'une approche de l'espace urbain amputée et réduite aux premières années de sa naissance. Selon Bergel and Benlakhlef (2014), l'histoire de la ville nouvelle a commencé en 1993, lorsque les autorités locales (le wali) ont décidé de mettre en place un projet situé à 20 km au sud-ouest du centre-ville de Constantine. En fin de compte, le projet devrait permettre la construction d'une ville autonome de la ville centre, avec une superficie d'urbanisation d'environ 1500 hectares et une population d'environ 300 000 personnes (Lakehal, 2020).

La situation dans laquelle Ali Mendjeli est née, explique sans doute les énormes difficultés rencontrées par le gouvernement wilayal, pour mettre en œuvre un projet de cette ampleur. Ils ont fourni aux pionniers, un cadre bâti totalement dépourvu de tout ce qui est nécessaire à la vie quotidienne et sociale : pas d'aménagement d'espaces extérieurs, pas de commerces, pas de

services, pas d'équipements socioculturels ou de loisirs (Lakehal, 2013). Ali Mendjeli apparaît comme un zoning, dont ce dernier est le résultat de l'historique de son processus d'urbanisation, qui continue actuellement à se progresser. Elle est divisée en 05 quartiers et en plusieurs unités de voisinage. En outre, de nouvelles extensions : l'UV 5 extension, UV 20 extension, extension Sud et extension Ouest. Dans cette optique, cette partie sera divisée en cinq parties portant sur des points de rupture importants dans l'histoire d'Ali Mendjeli.

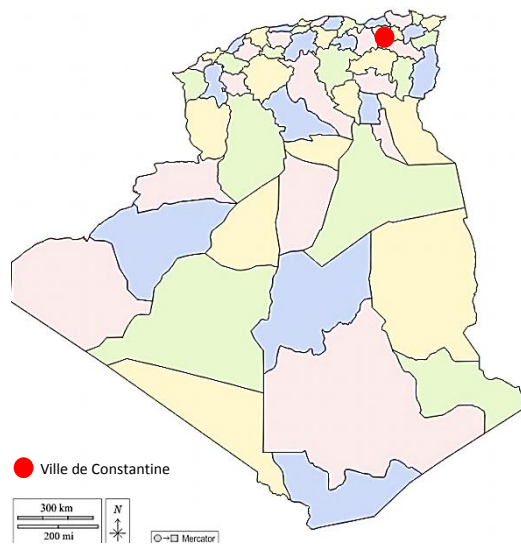
3.1 Présentation de la ville nouvelle Ali Mendjeli

La ville nouvelle Ali Mendjeli, est située au sud de la ville de Constantine, sur le plateau d'Ain El Bey à une quinzaine de kilomètres du centre-ville de Constantine (voir figure 3.1 et figure 3.2).

Elle occupe la partie ouest du plateau d'Ain El Bey (voir figure 3.3) et son territoire chevauche sur deux communes d'El Khroub à 2/3 et 1/3 sur Ain Smara. Au début, le plan d'Ali Mendjeli s'étend sur une surface de 1500 hectares. Aujourd'hui, la ville nouvelle s'est étendue pour s'étaler sur 2341 hectares, et la superficie de l'agglomération devrait atteindre 3357 hectares d'ici 2030.

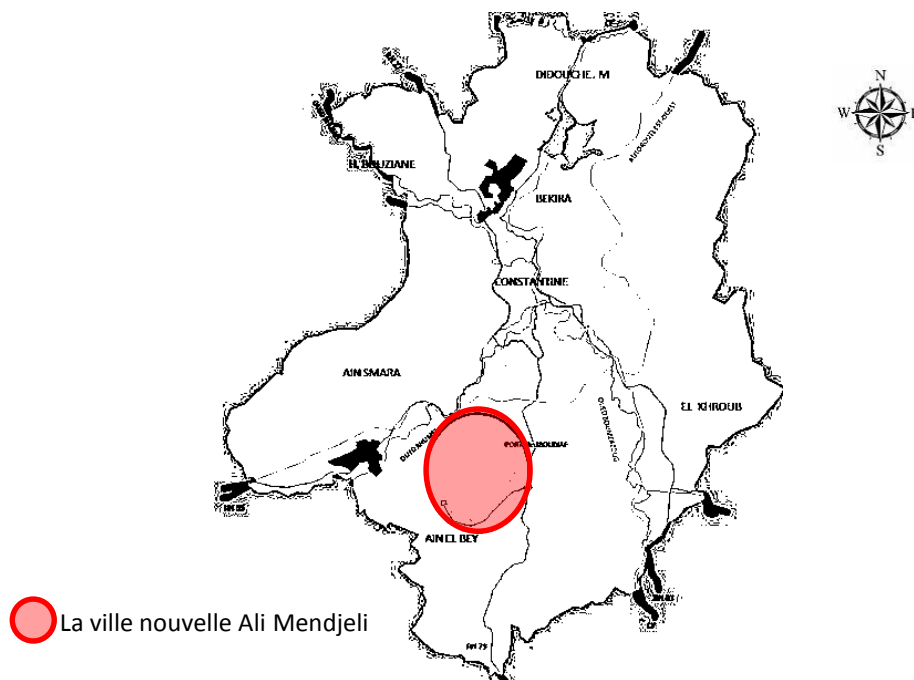
Elle compte vingt et une unités de voisinage, avec deux extensions et cinq quartiers. La ville nouvelle a connu une croissance démographique inédite ces dernières années, pour abriter aujourd'hui une population d'environ 500 000 habitants (estimation de l'EVANAM).

Sur un territoire centré, la ville nouvelle Ali Mendjeli est au cœur du triangle d'urbanisation : à 15 km au sud-ouest de la ville de Constantine, à 12 km à l'ouest de la ville d'El Khroub, et à 10 km à l'est d'Ain Smara (voir figure 3.4).



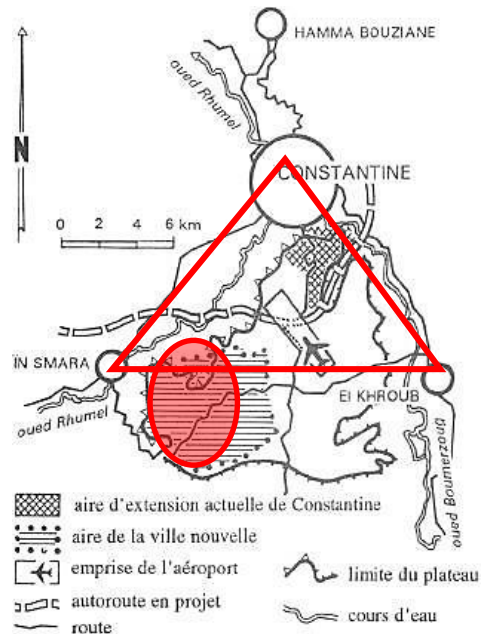
3.1 Localisation de Constantine en Algérie

(Source : Auteure, 2024)



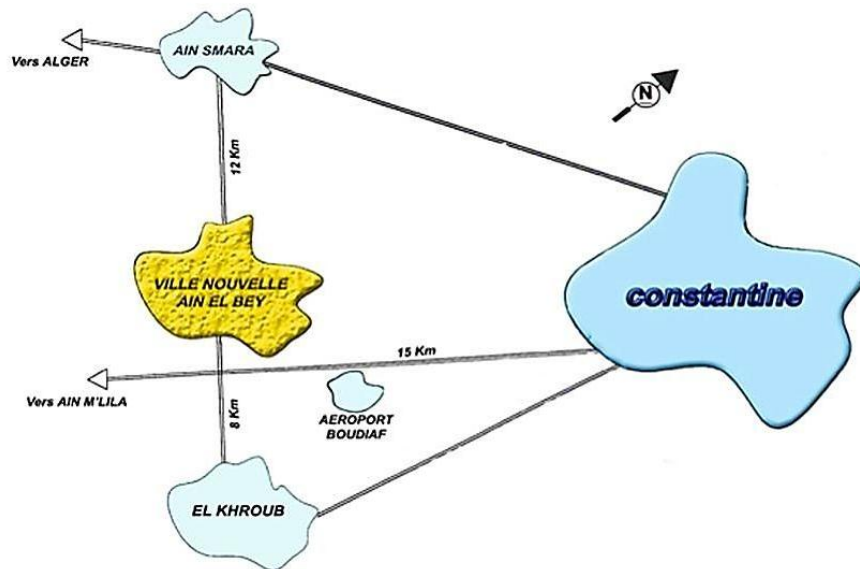
3.2 Situation géographique d'Ali Mendjeli dans l'agglomération de Constantine

(Source : DUAC, 2020)



○ La ville nouvelle Ali Mendjeli △ Triangle de l'urbanisation

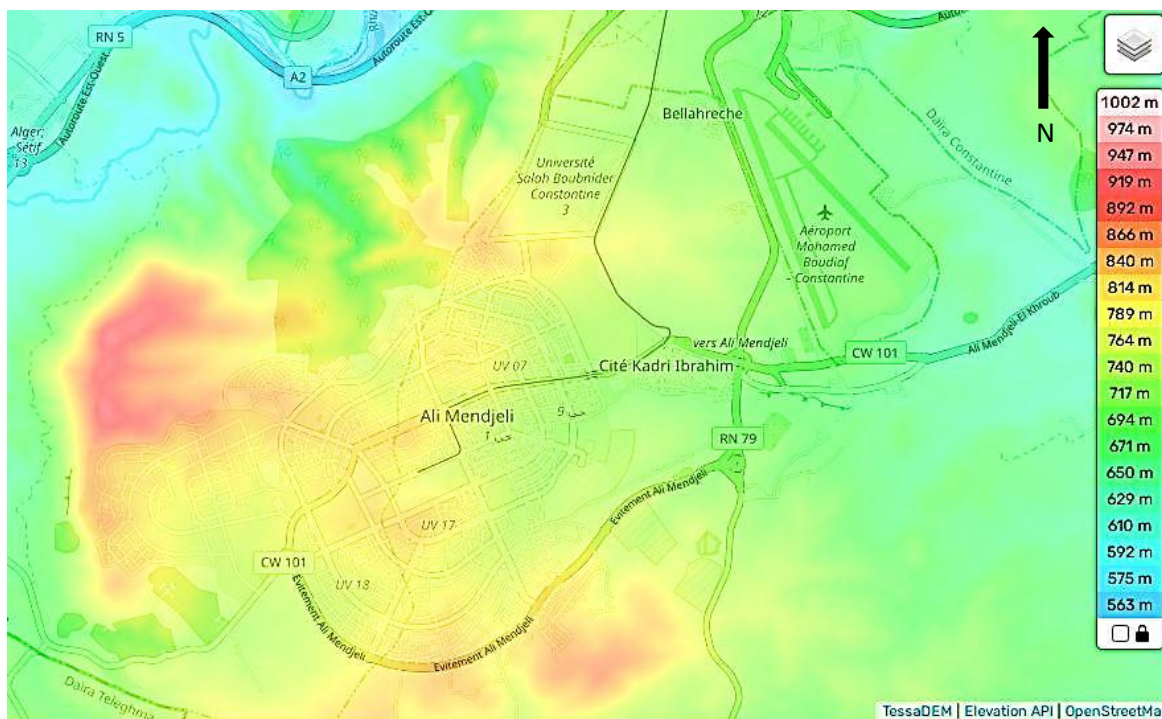
3.3 Situation d'Ali Mendjeli dans le plateau de Ain El Bey (Source :Spiga,1994)



3.4 Schéma de situation de la ville nouvelle Ali Mendjeli (Source :Côte,2006)

3.1.1 Topographie du plateau d'Ain El bey

Les caractères structuraux du plateau d'Ain El Bey, en constituant une entité marquée par une topographie semi-horizontale. Cette topographie est due aux couches calcaires de type lacustre qui le composent.



3.5 Carte topographique de la ville nouvelle Ali Mendjeli

(Source : Map.com, 2024)

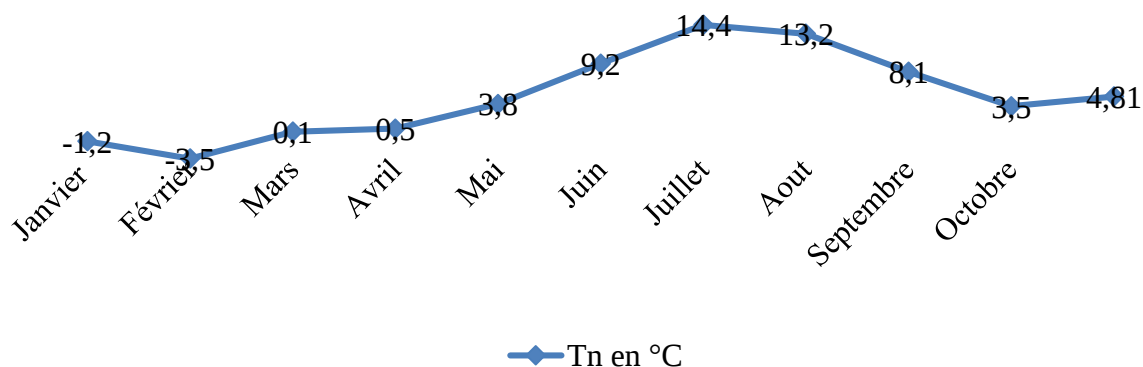
Le plateau d'Ain El Bey d'une altitude de 700 m à 800 m, avec un point culminant de 869 m. Le site se caractérise par une faible pente de 3 à 10 %.

3.1.2 Climatologie du site Ain El Bey

Au Sud de la wilaya de Constantine le climat est de nature Méditerranéen semi-aride présentant des amplitudes thermiques variées.

- Le terrain bénéficie d'un micro climat caractérisé par un hiver très froid et un été très rafraîchi.

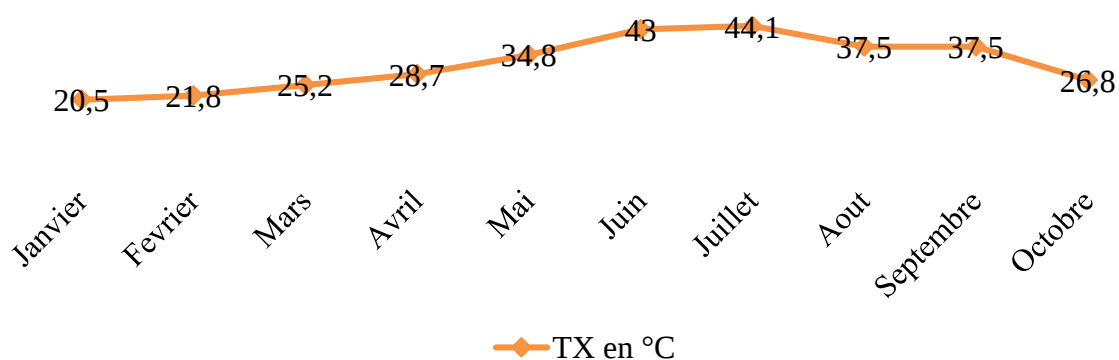
Les données qui vont suivre sont celles recueillies auprès des services de l'office national de météorologie Constantine (ONM).



3.6 Température mensuelle minimale

(Source : ONM,2018)

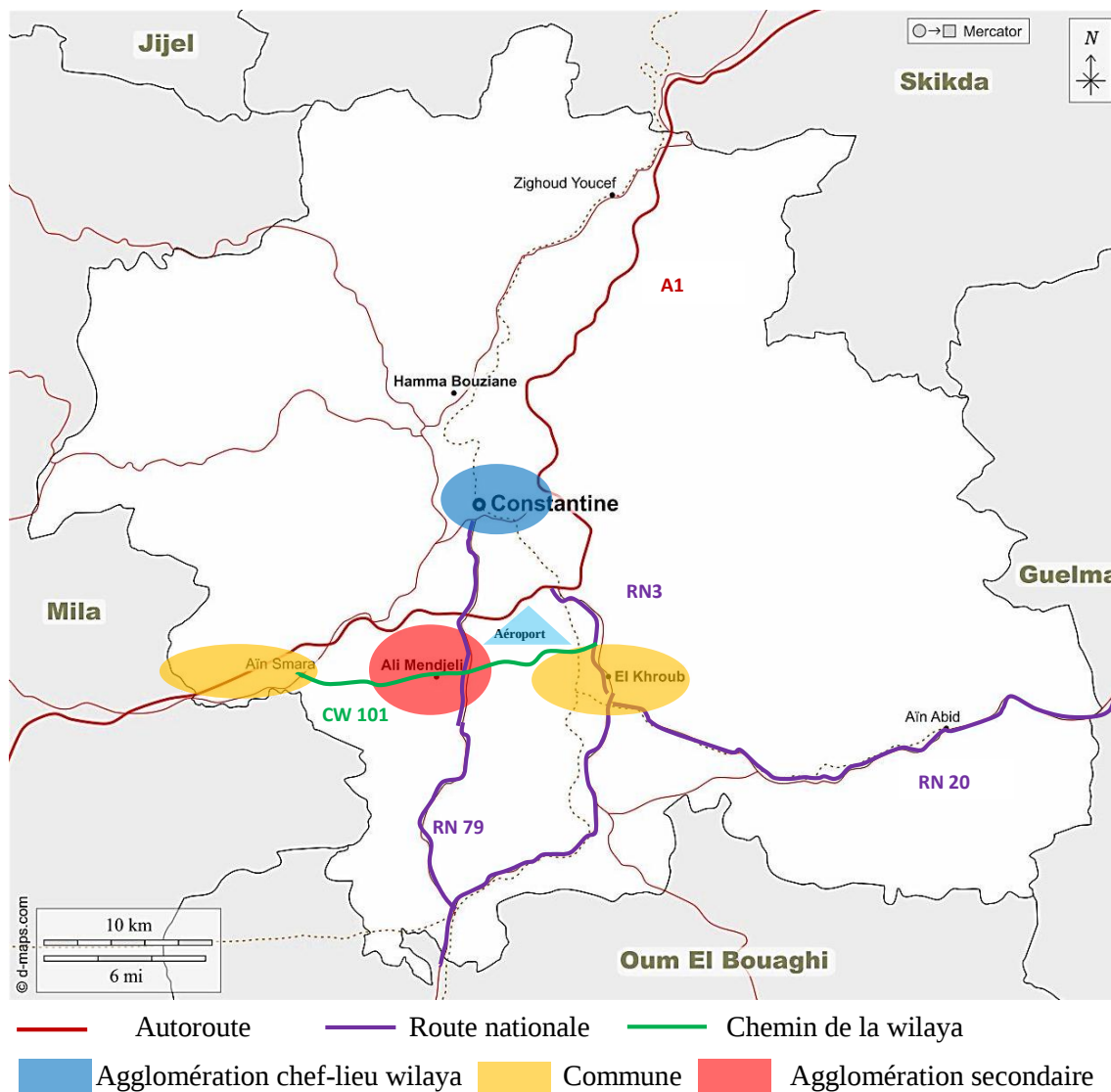
En période froide la température moyenne ne dépasse pas 05 C°. La température minimale a été enregistré dans le mois de Février de -3,5 C°.



3.7 Température mensuelle maximale

(Source : ONM, 2018)

En période chaude, la température moyenne excède les 32 C°. La température maximale était de 44 C° dans le mois de Juillet 2018.



3.8 Situation d'Ali Mendjeli dans l'armature urbaine

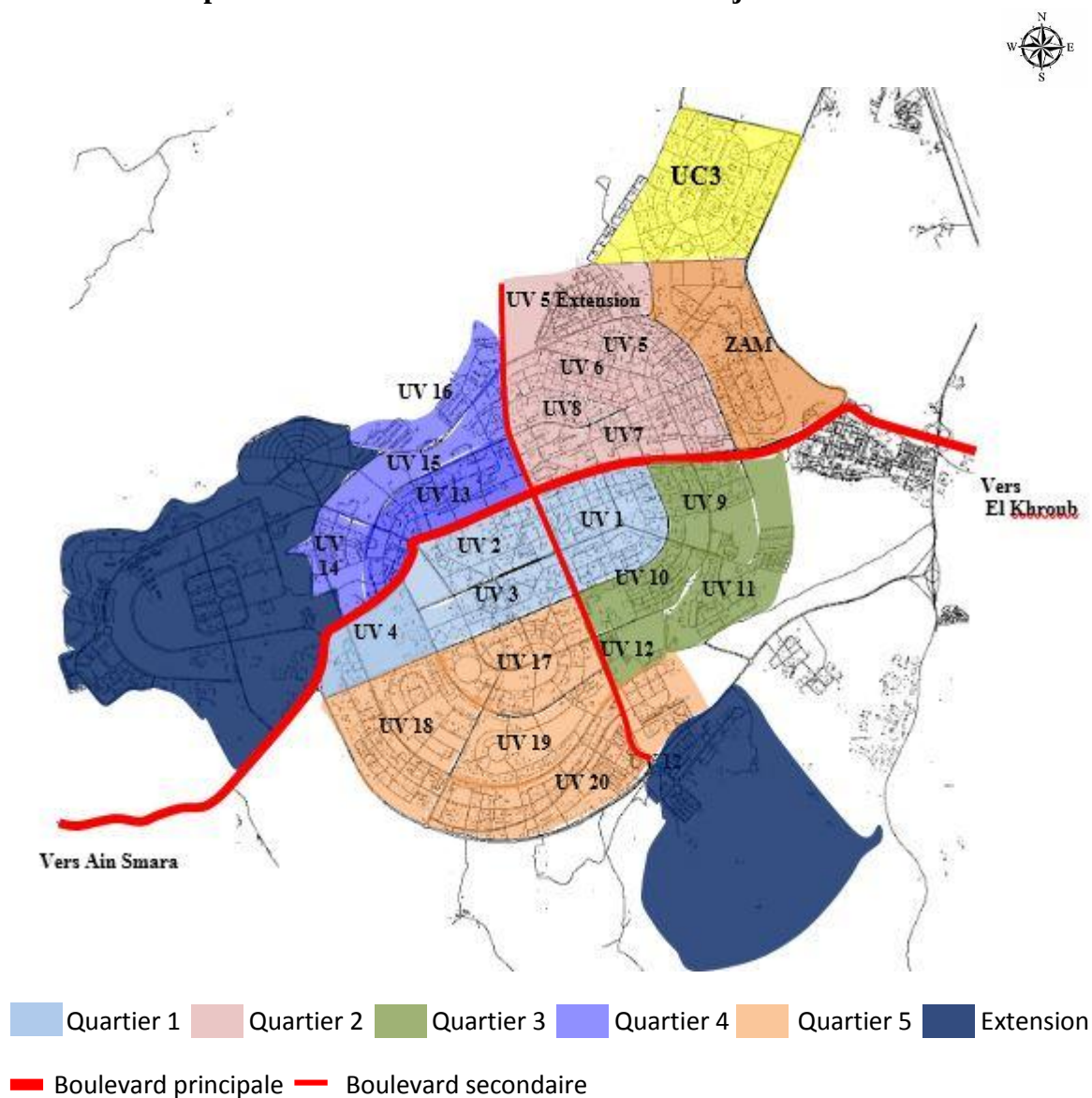
(Source : Auteure, 2024)

La ville nouvelle Ali Mendjeli occupe un emplacement assez exceptionnel par rapport à la ville de Constantine. Elle jouit d'une position remarquable :

- Au Nord - Est, se situe l'aéroport international « Mohamed Boudiaf » une zone « non-aedificandi » et donc interdite à toute construction (servitudes).
- Le chemin de wilaya N° 101, qui relie la ville d'Aïn Smara à celle d'El Khroub. Il traverse et divise la ville nouvelle en deux grandes parties nord et sud.

- La route nationale N°79 qui passe à côté et relie la ville nouvelle à celle de Constantine.
- L'autoroute Est - Ouest (A1) qui passe dans l'aire urbaine de Constantine.
- La route nationale (RN 3) à l'est de la ville nouvelle qui passe par la ville d'El-Khroub et la raccorde à plusieurs wilayas de l'est du pays.

3.1.3 Spatialisation de la ville nouvelle Ali Mendjeli



3.9 Carte de spatialisation de la ville nouvelle Ali Mendjeli

(Source : Auteure, 2024)

Ali Mendjeli apparait comme un zoning, dont ce dernier est le résultat de son processus d'urbanisation, qui continue actuellement à progresser. Elle est divisée en 05 quartiers et vingt et une unités de voisinage. En outre, de nouvelles extensions : l'UV5 extension, UV 20 extension, extension sud et extension ouest. D'un autre côté, un grand boulevard est-ouest, d'une largeur de 90 m, s'étend sur près de 5 000 m de long. Ainsi, un boulevard secondaire d'une largeur de 50 m.

Le développement urbain dans la ville nouvelle Ali Mendjeli a été très significatif. En outre, avec les nombreux programmes de logements, l'étalement urbain a progressé de manière spectaculaire. Les nouvelles limites de la ville ont dépassé les limites originales conçues par le PDAU. La ville nouvelle contient une zone d'activité et une ville universitaire d'une superficie de 1876 HA. La surface de la ville prévisible à l'horizon 2030, sera de 3357 hectares²

3.2 Genèse de la ville nouvelle et son évolution

Ali Mendjeli, ville nouvelle a vu le jour dans des conditions assez pertinentes. L'idée de cette ville nouvelle a quelque peu commencé en prévision d'une saturation du site de la ville de Constantine, déjà très contraignant et disposant que de ressources foncières limitées. Le plateau de Ain El Bey s'y prêtait à une future urbanisation, tant ses propriétés physiques, géomorphologiques et géographiques étaient favorables pour recevoir une importante urbanisation.

La population croissante de Constantine, nécessite de nouveaux terrains pour les extensions urbaines. Le site de la ville est composé de zones très accidentées avec une combinaison de plateaux, de collines, de dépressions et de ruptures brusques de pentes. Cette configuration a abouti à un tissu hétérogène et une urbanisation discontinue : d'où ce qualificatif de mitage urbain.

Le besoin de la ville en terrains urbanisables persistait avec la croissance démographique. De ce fait, de nouveaux terrains ont été désignés pour cette urbanisation, plusieurs quartiers dans les années 1970 ont été créés pour répondre à cette problématique (Ziadia, Boudjenana, Daksi,

²Aménagement et règlement, Révision du PDAU intercommunal de : Constantine, El Khroub, Hamma Bouziane, Didouche Mourad, Ain Smara, phase3, DUAC (2014)

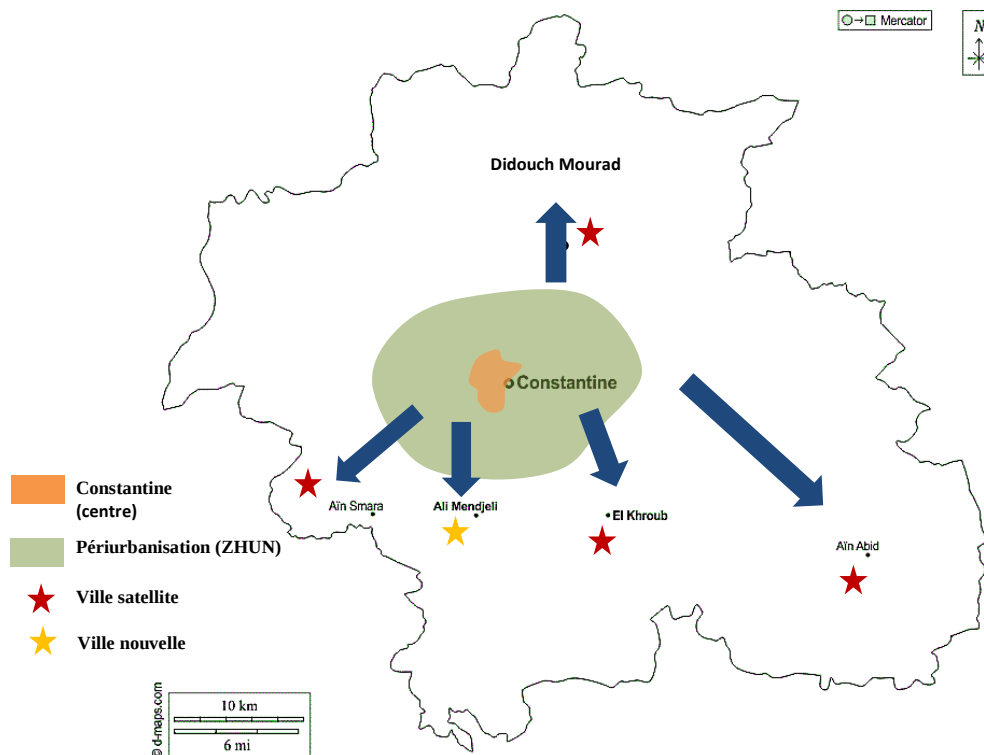
Boussouf et 5 juillet....) appelés Zones d'Habitation Urbaine Nouvelle (ZHUN). Constantine sort de son périmètre urbain et commence à partir des années 80 à reporter sa croissance, d'une partie de sa population et un nombre d'infrastructures et d'équipements gênants et exigeants en espace dans un périmètre de rayon de 10 à 15 km.

Cette politique de périurbanisation a permis de résoudre à court terme le problème du logement, mais cette dernière a été rapidement saturée et le déficit a augmenté.

Après la périurbanisation qui a consisté à construire les zones périphériques de la ville de Constantine, le report de croissance s'est orienté vers les villes satellites. En dépit de l'appui foncier des trois villes satellites (El Khroub, Ain S'mara et Didouche Mourad) le taux de croissance élevé a rapidement épuisé, menaçant des terres agricoles précieuses.

En effet, la population urbaine de Constantine et ses villes satellites croissent à un taux deux fois plus vite que celui de la population totale. Cet accroissement démesuré soulève le rapport entre la croissance démographique et les ressources disponibles. Aussi, les problèmes de la répartition se posent avec acuité. En effet, l'expansion de Constantine provoquant une forte concentration de population au niveau des villes satellites, ce qui nécessite d'envisager de nouvelles approches pour le contrôle de la croissance urbaine. D'un autre côté, ce phénomène a provoqué des mutations spatiales dans la région. Constantine est en quête de solutions !

L'urbanisation ex-nihilo a constitué une option incontournable et le site du plateau Ain El Bey fut abordé pour se prévaloir par la suite du statut de ville nouvelle Ali Mendjeli.



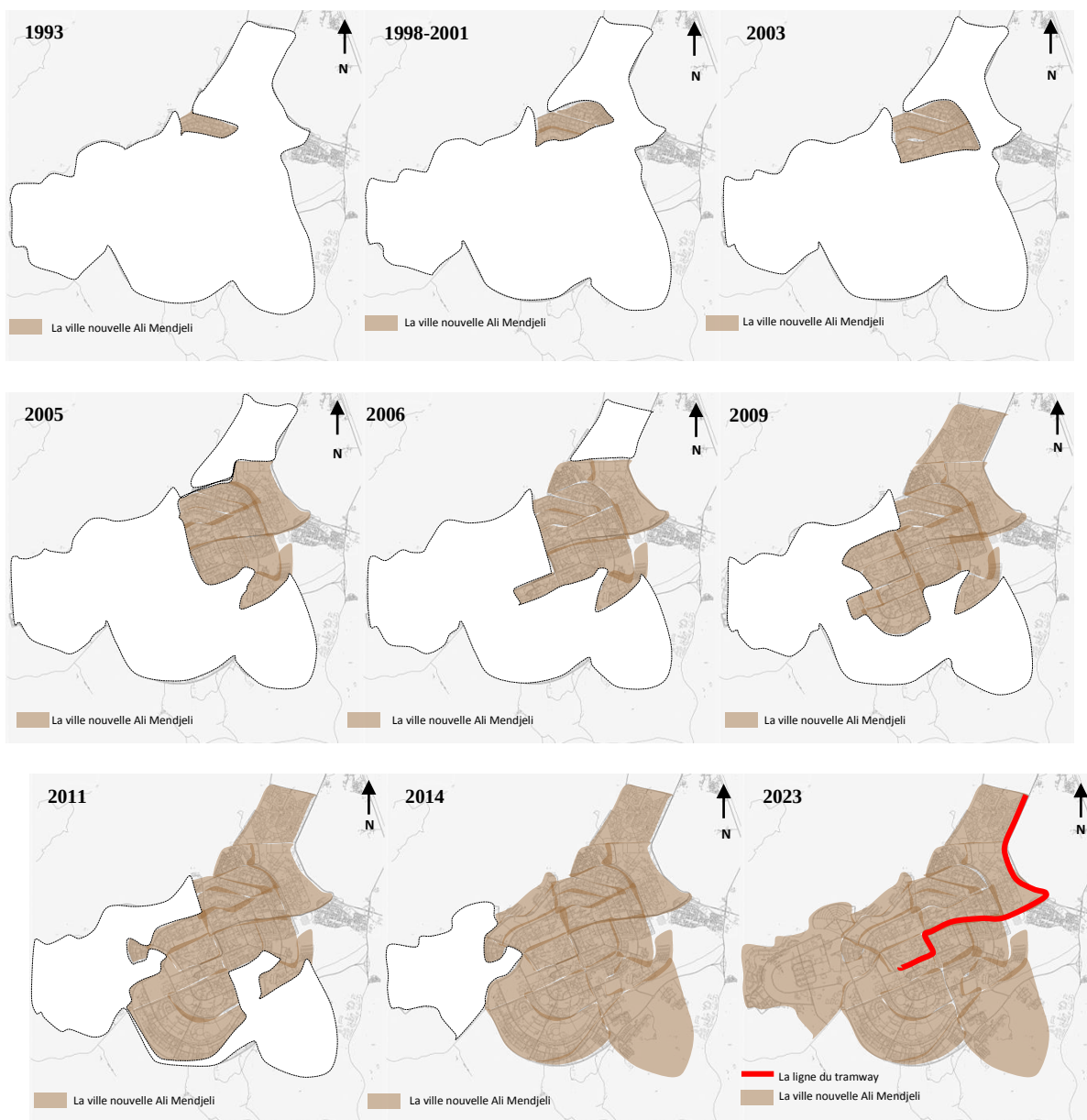
3.10 Processus d'urbanisation de la ville de Constantine

(Source : Auteure, 2024)

La ville nouvelle Ali Mendjeli comme réponse stratégique au problème de développement de la ville de Constantine. Elle est peut-être considérée jusqu'à présent comme étant le premier et le seul exemple de ville nouvelle. Il est important de souligner que la nécessité de la ville nouvelle ne se pose pas en termes d'urgence immédiate, mais d'opportunité et de stratégie d'extension du grand Constantine.

Se situe sur le plateau d'Ain El Bey, à 15 Km au sud de la ville de Constantine. Cette ville nouvelle est le produit d'une décision locale où l'analyse chronologique et historique a permis de repérer tous les intervenants et acteurs qui y ont concouru au projet. Cette ville a pu sortir de terre en une décennie et devenir une réalité tangible. Elle a connu différentes phases durant sa concrétisation (de la conception jusqu'à la réalisation).

3.2.1 Processus d'urbanisation de la ville nouvelle



3.11 Chronologie d'urbanisation de la ville nouvelle Ali Mendjeli

(Source : Auteure,2024)

En 1991, un concours d'aménagement de l'UV 6 a été lancé, puis la réunion du 13 Septembre pour la programmation de certains équipements. En 1993, la DLEP, la DUAC et l'OPGI était les acteurs majeurs du chantier de l'UV 6.



3.12 Chantier UV6 en 1993

(Source : DUAC, 2020)

En 1999, les premiers résidents s'installent sur la ville nouvelle. Dans la période 1998-2001, l'UV 5 et l'UV 8 ont été réalisés. En l'an 2000 la ville nouvelle est officiellement inaugurée et baptisée au nom de la ville nouvelle d'Ali Mendjeli par M. le Président de la République.

En 2003, l'UV 7 receva le programme d'urgence et s'ajoutait aux UV précédentes. En 2005, la réalisation de l'UV 9 et l'UV 1 afin de recevoir le relogement de glissement de terrain. Ainsi, l'hôpital militaire (UV 11) et la ZAM ont commencé leur chantier. L'année 2006, le pôle universitaire réalisé selon le programme de développement sectoriel (PSD) (1998-2008) qui a été converti en une université appelée Abdelhamid Mehri a vu le jour.



3.13 Boulevard principal de la ville nouvelle (Avant l'introduction du tramway)

(Source : DUAC, 2020)

Ainsi, les travaux de réalisation du boulevard principal ont été commencé avec (emprise 80 m) sur près de 5.000 ml dont l'étude d'aménagement a été confiée au bureau d'études HAMLA, les travaux continuaient jusqu'au janvier 2009, il traverse la ville nouvelle longitudinalement (quatre chemin / Ain Smara).



3.14 Chantier de l'UV02 (Les premiers logements LSP et prommotionnel)

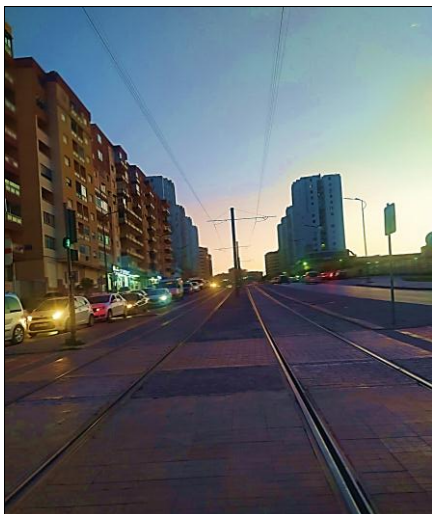
(Source : DUAC, 2020)

Les premiers logements LSP et promotionnel ont été entamé à l'UV 2 et l'UV 13 en 2009. En outre, le chantier de la ville universitaire (Constantine 3) qui s'inscrit dans le cadre du programme quinquennal (2005-2009).

Le tramway de la ville nouvelle Ali Mendjeli est mis en exploitation le 29 septembre 2021. En ce qui concerne la voirie à Ali Mendjeli, elle occupe une superficie de 420 Ha y compris les Boulevards, Voies primaires, secondaires pris en charge par l'Etat et tertiaires réservés aux promoteurs.

- Boulevard secondaire (Emprise 50 ml) sur 2345 ml.

- Boulevard périphérique (emprise 38 m) sur 13000 ml une voie rapide, tangentielle et de contournements destinée aux poids lourds achevée.



3.15 Boulevard principal de la ville nouvelle (Après l'introduction du tramway)

(Source : Auteure,2024) Source : (Bouchareb, 2024)

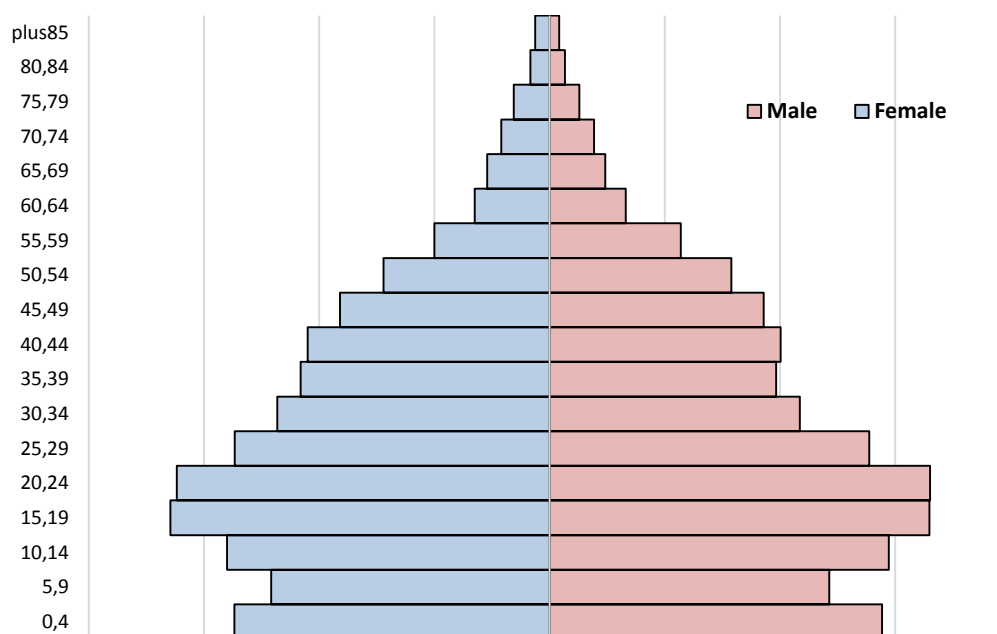
3.2.2 Mode de peuplement

1.1 Estimations de la population d'Ali Mendjeli 2020

(Source : DUAC,2020)

	Population				2008–2020	
	1987	1998	2008	2020	TAGMA	SM
La ville nouvelle Ali Mendjeli	00	00	50 550	303 295	16.10	14.50

Selon le tableau 3.1 la population de la ville nouvelle Ali Mendjeli a connu un taux de croissance très important de 16,10 %, grâce aux programmes de logements lancés dans la ville, qui couvrent les besoins du groupement intercommunal de Constantine, et aussi grâce à sa position centrale avec les 3 villes de Constantine, El Khroub et Ain Smara, traduisant un afflux très important de la population de Constantine vers cette ville, avec un solde migratoire de 14,50 % durant la même période.



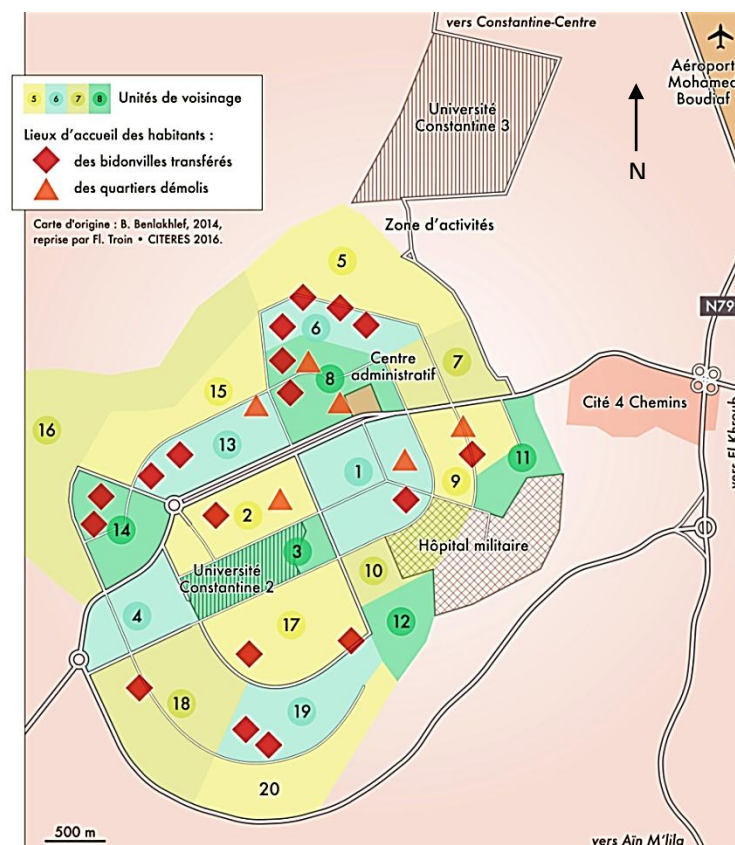
3.16 Pyramide des âges et des sexes de la population de la ville nouvelle Ali Mendjeli

(Source : DUAC, 2020)

Cependant, plus de 55 % de la population reste jeune, soit 168 209 personnes de plus de 20 ans, ce qui constitue un atout favorable au développement et au progrès socio-économique et culturel de la commune, si ce potentiel est bien pris en charge. Pour la population des jeunes de 0 à 19 ans (113 973 personnes), le taux est de 38 %, tandis que la population âgée de plus de 60 ans représente 7 %, soit 21 113 de la population de la commune. La répartition par sexe montre une quasi-équivalence entre les populations masculine et féminine, avec des proportions respectives de 50 % et 50 %.

3.2.3 Le relogement

Entre 1993 et 2003, cette phase a été l'exclusivité du logement social dans le cadre du programme Logement Public Locatif (LPL). 8 000 logements sociaux ont été construits pour reloger les habitants des quartiers précaires de Constantine (Belguidoum, 2021).



3.17 Les premiers relogements vers la ville nouvelle Ali Mendjeli

(Source : Bergel and Benlakhlef ,2014)

Pendant la période de 1994-2000, la ville était un refuge pour les habitants des immeubles sinistrés de la ville de Constantine. Ainsi que, la résorption des bidonvilles. Les premières unités de voisinage ont été les plus occupées par ces deux programmes de relogement.

3.2 Répartition et nombre de Logements Publics Locatifs (LPL) sur Ali Mendjeli

(Source : EVANAM, 2020)

Localisation	Nombre de LPL
UV 01	2957
UV 02	498
UV 04	549
UV 05	1083
UV 06	100

UV 07	30
UV 09	760
UV 13	1715
UV 15	1800
UV 17	3268
UV 18	3156
UV 20 EXT	1650
EXT SUD	2600
EXT OUEST	1774
TOTAL	21 426

3.2.4 La promotion immobilière

À partir de 2010, 18 200 logements ont été construits, dont 31 % sont des logements sociaux, 57,9 % sont des logements promotionnels et 5,5 % sont des maisons individuelles. La ville est devenue un lieu de vie meilleur, permettant aux jeunes ménages de devenir propriétaires. Les couches sociales moyennes et aisées vont profiter de cette occasion pour s'y installer (Belguidoum, 2021).

3.3 Programme de logement promotionnel à la ville nouvelle Ali Mendjeli

(Source : DUAC,2009)

Type de programme	ORG/PROMO	Nombre	Localisation
Promotionnel	GIP-EST (promo)	235	UV 2
Individuel	ORG/PROMO	955	UV 5
Promotionnel	Promo-DEMBRI	112	UV 6
Promotionnel	KHELAIKIA	50	UV 7
Individuel	DGSN	276	UV 10
Individuel	EL-QODS	106	
Individuel	BEL-HORIZ	20	

Durant la période 2010-2014, un grand programme avec l'introduction d'autres formules de logements a été annoncé. La ville d'Ali Mendjeli a bénéficié de 23 184 logements dont 5 050 ont été livrés dans l'extension ouest et sud de la ville nouvelle.

Le tableau 3.4 fournit des informations sur le nombre de logements attribués à la ville, ainsi que sur le type et la localisation du programme de logement.

3.4 Programme de logement de la ville nouvelle Ali Mendjeli 2010-2014

(Source : DUAC 2020)

Site d’implantation	Programme	Promoteur	Nb de logements
Extension sud	LPA	BOUROUAG	1000
		KHALFFELLAH	900
		CHAAREDIB	700
		EURL KAROUM	200
Extension UV 20		PROMO DAR	700
		PROMO DAR EX SAFA SOFAPIG	300
		COSIDER	200
		OPGI	460
		PROMO DAR	200
			PROMO DAR
BOUROUAG MILOUD			400
HOUEL A/EL MILOUD			300

Extension ouest		SARL EST KS	100
	LPA 2018	RACHEDI ABDEL HAMID	150
	LPA 2019	TALBI	94
	LPA 2020	SNC ZAOUOUI	50
	LSP	OPGI	724
	LPP	ENPI	380
	LV	AADL	5150
UV 12	Programme Promotionnel		100
UV 17			200
UV 20			564
UV 20 EXT			1350
EXT SUD			4356
EXT OUEST			4056

3.2.5 Résidentialisation et habitat haut standing

Au cours des dix dernières années, les changements économiques et politiques en Algérie ont conduit à l'émergence de résidences de haut standing comme une opportunité pour une meilleure qualité de logement pour les habitants. En fait, les "Gated Communities" ont vu le jour dans les années 1970 aux États-Unis et ont ensuite été observées dans de nombreux autres pays en tant que solution pour se protéger de la criminalité dans les villes. Nous supposons que ces projets phares, qui ont vu le jour dans différentes parties de l'environnement urbain, soutiendraient l'image vivable de la ville. Dans les années précédentes, elles étaient préférées par les groupes à hauts revenus comme signe de prestige (Eraydın, 2014). Selon Le Goix (2003), c'est une sorte de logement résidentiel sécurisé développé en particulier aux États-Unis. Ces quartiers,

construits pour la plupart par des promoteurs immobiliers et sont gérés par une association de propriétaires qui est responsable de tous les services et infrastructures.

Ces dernières années, de nombreux promoteurs privés sont impliqués dans la ville nouvelle Ali Mendjeli et ils ont entamés la construction de plusieurs résidences de luxe. En revanche nous avons deux très grands promoteurs DEMBRI et CHAREDDIB à Ali Mendjeli qui ont réalisés la plupart des projets haut standing. Un nombre accéléré de résidences haut standing a été observé dans différentes parties de la ville. Aujourd'hui, il est possible de suivre les différents projets dans la ville et même dans les réseaux sociaux.



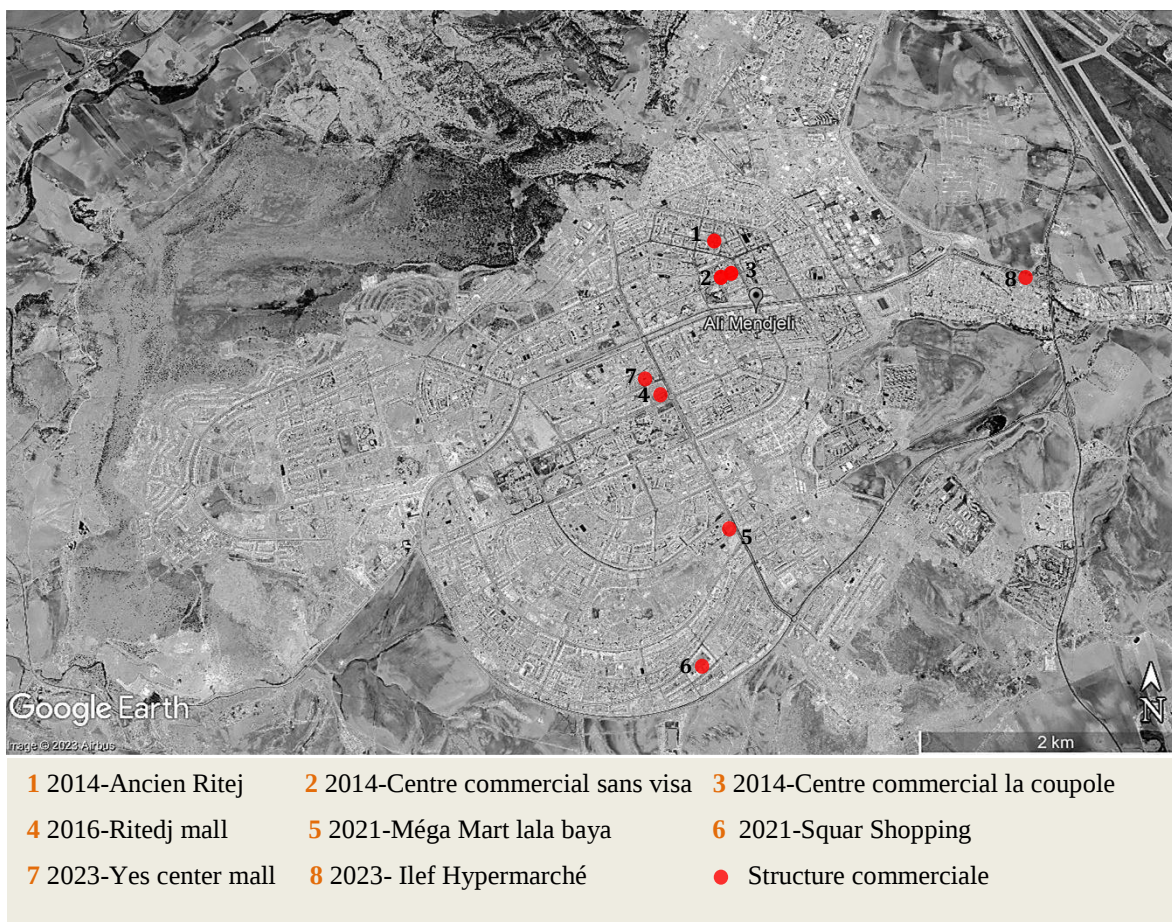
3.18 Exemples de résidences (haut standing), réalisées à la ville nouvelle Ali Mendjeli

(Source : Auteure,2024) (Source: Facebook, 2024a)

3.2.6 L'instauration d'une vocation "commerciale"

L'appareil commercial que dispose la ville nouvelle, présente une profitabilité économique du point de vue des investisseurs et son efficacité pour regrouper des commerces divers dans un seul espace est reconnue comme un élément pratique pour les consommateurs (Rehail, 2021).

La figure 3.19 montre la répartition des grandes structures commerciales à Ali Mendjeli. Nous constatons, qu'à partir de 2014 il y a eu une augmentation des constructions de ces structures. Des centres commerciaux de plus petite taille ont été construits dans différentes parties de la ville, mais sans impact direct ou significatif sur la fréquentation de ces lieux.



3.19 Répartition des grandes structures commerciales à Ali Mendjeli

(Source : Auteure, 2023)

La création de la ville nouvelle Ali Mendjeli a été décidée dans le cadre d'une politique d'aménagement et d'urbanisme à l'échelle régionale. L'édification d'une ville ex-nihilo sur le plateau d'Ain El Bey est née pour pallier aux problèmes de saturation urbaine de la ville de Constantine. Elle a été créée dans le cadre du P.U.D (Plan d'Urbanisme Directeur) du Groupe Constantine. Approuvé par l'arrêté interministériel n°16 du 28/01/1988. Création confirmée dans le cadre du P.D.A.U du Groupement de Constantine approuvé à travers le décret exécutif n° 98/83 du 25/02/1998. Elle est connue sous le nom de Ville Nouvelle « Ali Mendjeli » par Décret Présidentiel N°2000/17 du 05/08/2000. Administrativement elle est partagée entre la commune d'El Khroub et Ain Smara³.

³Révision PDAU intercommunal Constantine, El khroub, Hamma Bouziane, Didouche Mourad, Ain Smara 2020

3.3 Projets structurants de la ville nouvelle Ali Mendjeli

Les projets structurants sont des projets urbains porteurs d'une dynamique impactant la ville, sur le plan des fonctions, introduisant et générant des activités nouvelles, de la structure, en formation de lieux de polarité, d'attractivité ou de centralité et sur le plan de l'image ou de paysage, en insérant une imagibilité nouvelle et caractéristique.

En effet, programmés pour gagner des enjeux fondamentaux sociaux, économiques urbains et environnementaux, les projets structurants visent à "orienter " le développement de la ville vers un "avenir" à travers les germes de projets dynamiques susceptibles de générer des "plus-values" à travers l'attractivité de l'investissement.

La ville nouvelle Ali Mendjeli dispose de projets qui ont généré de nouvelles activités et attiré les intérêts des consommateurs, des investisseurs et les résidents pour venir s'y installer.

Ainsi, en optant pour des critères définissant prioritairement les projets structurants de la Ville Nouvelles Ali Mendjeli à savoir ; générateur de l'attractivité, impactant la "vocation" de la ville et son image (paysage) et impactant son avenir, nous considérons, pour ce travail les projets en services suivants :

1. Ritej mall
2. Les universités
3. Le tramway



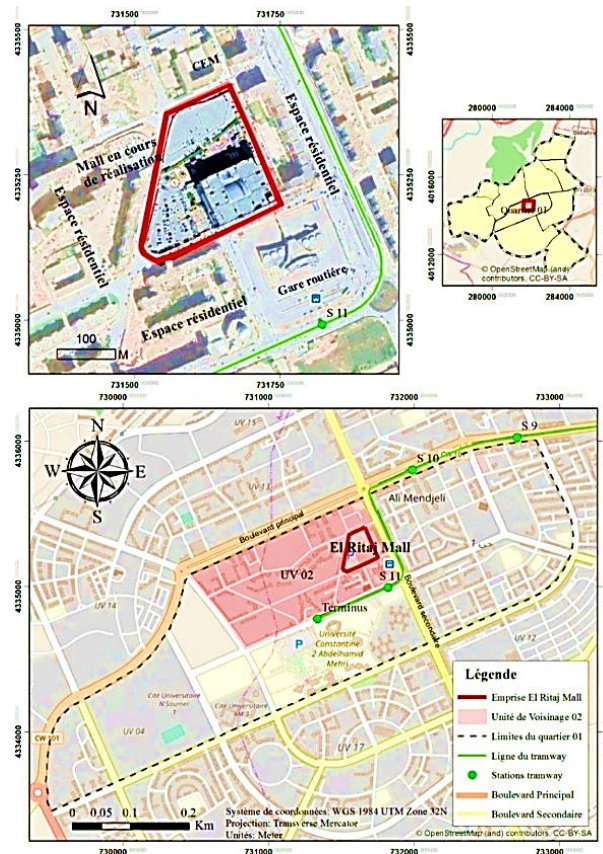
3.20 Projets structurants de la ville nouvelle Ali Mendjeli

(Source : Auteure ,2024)

3.3.1 Ritej mall

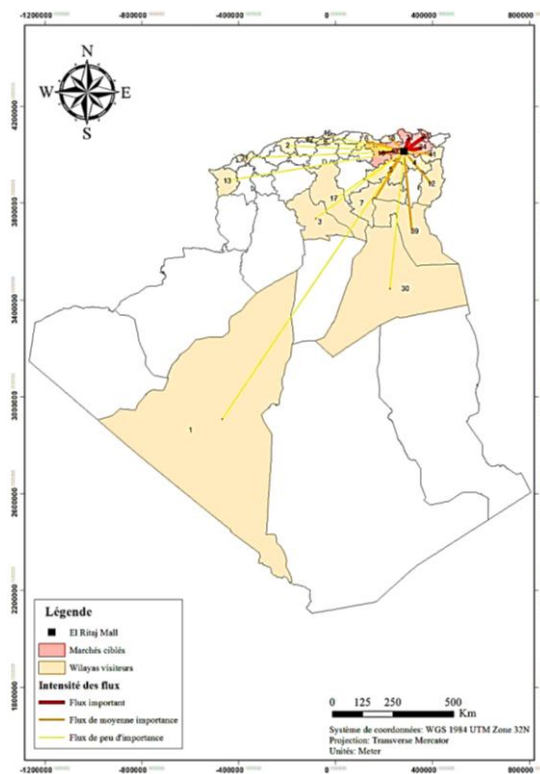
Il est considéré comme la plus grande structure commerciale à l'échelle de la wilaya de Constantine. Inauguré le 16 Avril 2016 et situé à la ville nouvelle Ali Mendjeli à l'UV 2 sur une superficie de 20000 m². Il se compose de 5 étages, dont les 275 magasins répartis sur le rez de chaussé, le 1^{er} étage, le 2^{ème} et le 3^{ème} étage. Parmi les marchandises locales vendues au Ritej, il existe des marques mondiales (LC WKIKI, Beppi, CELIO, Jennifer, La vie en rose, DIAMANTINE, Marynes, DECHATLON, Profoot OPPO.....).

Deux parkings avec une capacité d'accueil de 800 places, et un espace de jeux se trouvent à l'espace extérieur du Mall. Cet équipement commercial a pu favoriser des postes de travail pour 2500 personnes. Il a enregistré plus de 700.000 voitures /an.



3.21 Situation de Ritej mall à la ville nouvelle Ali Mendjeli

(Source :Yahiouche and Ariane ,2023)



3.22 Flux des visiteurs vers Ritej mall

(Source : Yahiouche and Ariane,2023)

En 2019, sept million visiteurs de tout horizon sont venus au Ritej Mall. Au niveau national 23 wilayas (Mila, Batna, Guelma, Skikda, Annaba, Alger, Tébessa, Soug Ahras, Oum El Bouaghi, Sétif, Béjaia, Jijel, Biskra, Ouargla, Oued Souf, Oran, Chlef, Aghouat, Tipaza, Adrar, El Djelfa, Tlemcen, Blida) sont marquées comme les plus visitées de cette structure commerciale. A l'échelle internationale, Ritej mall constitue la destination d'une clientèle Tunisienne assez importante.

3.3.2 Les universités

3.3.2.1 Université Abdelhamid Mehri (Constantine 2)

Les origines de la vocation universitaire datent de 1998 à travers la création d'un pôle universitaire (1998-2008) qui a été converti en une université appelée Abdelhamid Mehri. La ville universitaire Ali Mendjeli qui s'étale sur les unités de voisinage n° 03 et une partie du n° 04. Selon le programme de développement sectoriel (PSD) gérés par le ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique, cette université accueille 18000 places pédagogiques, 10000 lits, un centre de recherche en biotechnologie (CRBT) d'une capacité de

300 chercheurs, des laboratoires et un restaurant universitaire de 800 places (Cherrad, 2020).Il s'étale sur une superficie de 34 HA et comporte 04 facultés, 02 instituts et 04 résidences.



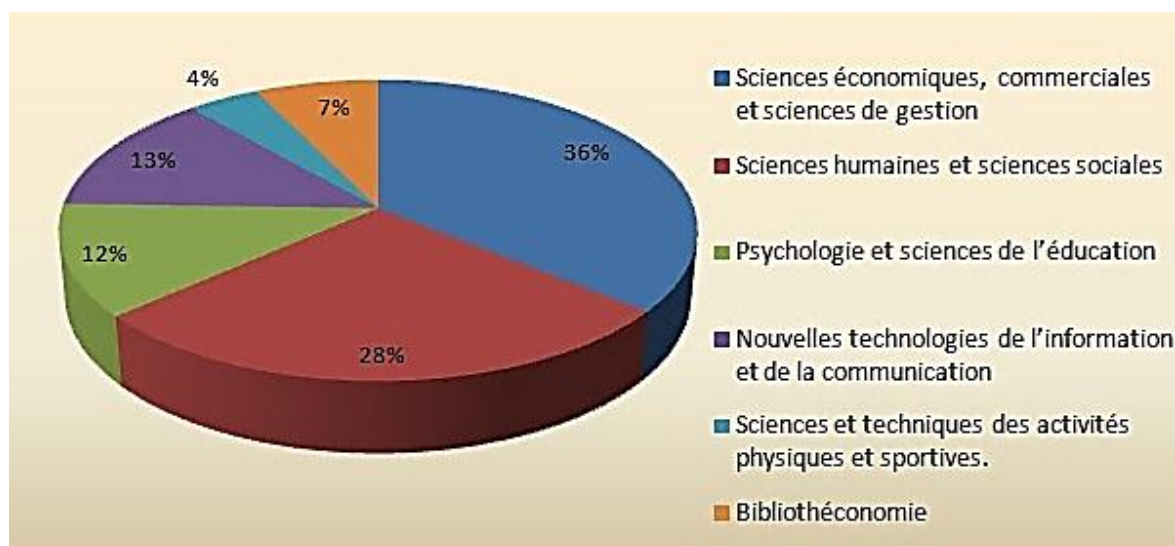
3.23 Situation de l'université Abdelhamid Mehri (Constantine 2)

(Source : Auteure,2024)

3.5 Nombre de places pédagogiques à l'université Abdelhamid Mehri (Constantine 2)

(Source : <https://www.univ-constantine2.dz>,2018)

01	Faculté Des Nouvelles Technologies De l'Information Et De La Communication	1452 places
02	Faculté Des Sciences Humaines Et Des Sciences Sociales	4994 places
03	Faculté Des Sciences Économiques, Commerciales Et Des Sciences De Gestion	8845 places
04	Faculté De Psychologie Et Des Sciences De L'éducation	9671 places
05	Institut Des Sciences Et Techniques Des Activités Physiques Et Sportives	688 places
06	Institut De Bibliothéconomie	1801 places

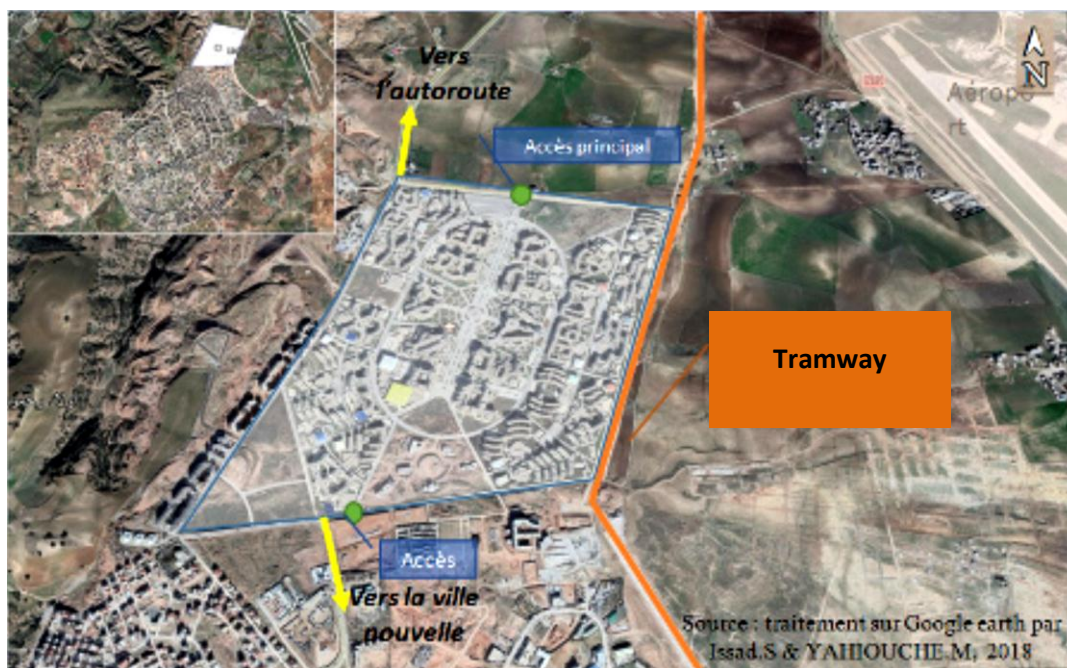


3.24 Pourcentage des étudiants par domaine d'étude

(Source : <https://www.univ-constantine2.dz>, 2018)

3.2.2.2 Université Salah Bounider (Constantine 3)

Elle est inscrite dans le cadre du programme quinquennal (2005-2009) lancé par le président de la république, le décret exécutif n° 11- 402 du 03 Moharram 1433 correspondant au 28 novembre 2011 qui porte sur la création de l'université de Constantine 3. Il s'étale sur une superficie de 170 hectares divisés en 30 parcelles avec une capacité d'accueil de 44000 places pédagogiques, 38000 lits et restaurant central de 800 places. Ainsi, il comporte (06 facultés, 01 institut, 03 écoles, 19 résidences). Cette ville universitaire couvre non seulement les besoins de la wilaya de Constantine mais aussi d'autres wilayas voisines, avec un rayonnement sur une grande partie de la région nord-est du pays sans oublier les étudiants étrangers.



3.25 Situation de l'université Salah Boubnider (Constantine 3)

(Source : Yahiouche,2020)

La position des structures permet une organisation et des déplacements concentriques favorisons le contrôle ainsi que l'économie des différents réseaux et permettant la réalisation par tranche de programme sans nuire au fonctionnement des écoles et résidences universitaires à réaliser et à achever en priorité et dont le programme se résume à 9x4000 + 8000 places pédagogiques et 19x2000 lits avec dépendance, un restaurant centrale de 800 places et qui sont détaillées comme suit :

3.6 Nombre de places pédagogiques à l'université Salah Boubnider (Constantine 3)

(Source : DLEP, 2018)

01	ECOLE PPOLYTECHNIQUES	4.000 PLACES
02	ECOLE DES BIOTECHNOLOGIES	4.000 PLACES
03	FACULTE D'ARCHITECTURE ET D'URBANISME	4.000 PLACES
04	INSTITUT DE GESTION DES TECHNIQUES URBAINES	4.000 PLACES
05	ECOLE NORMALE SUPERIEURE	4.000 PLACES
06	FACULTE DES SCIENCES POLITIQUES	4.000 PLACES

07	FACULTE COMMUNICATION ET AUDIOVISUEL	4.000 PLACES
08	FACULTE DES ARTS ET DE LA CULTURE	4.000 PLACES
09	FACULTE DE GENIE DES PROCEDES	4.000 PLACES
10	FACULTE DE MEDECINE	8.000 PLACES

La configuration du terrain est accidentée. Il se présente dans un plan incliné sous forme de banquettes avec des parties très en pentes (surtout la partie supérieure à proximité de l'UV 05).

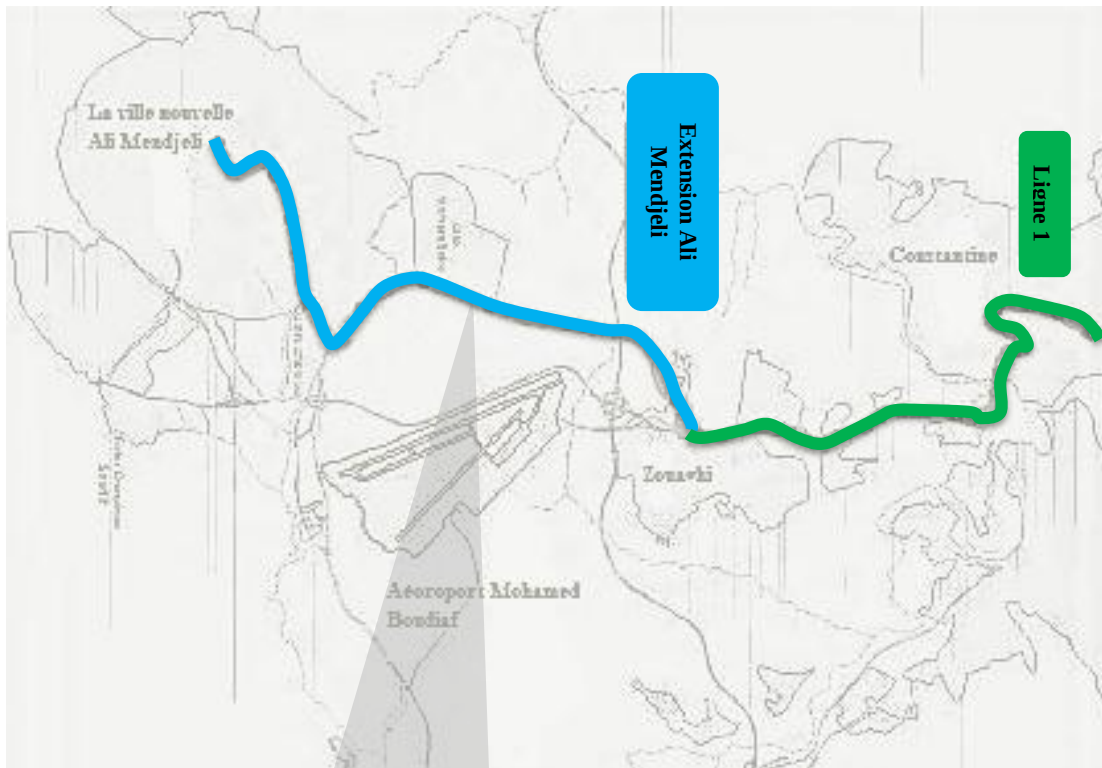
Les différentes écoles (44000 places) ainsi que les résidences d'hébergement (38000 lits) sont disposé au tour d'un noyau central formé par l'esplanade centrale, autour de laquelle sont regroupées les différentes écoles en premier plan et les résidences universitaires en second plan.

3.3.3 Le tramway

Le projet d'extension du tramway est implanté sur le plateau d'Aïn el Bey, au sud de la ville de Constantine. La 1 ère ligne qui relie le centre-ville de Constantine à Zouaghi est opérationnelle depuis le 5 juillet 2013 pour une distance de 8,1 km avec 11 stations. La deuxième ligne d'extension a été lancée en septembre 2021, avec six nouvelles stations le long du nouvel itinéraire de 3,8 km. Ce deuxième tronçon, reliant une grande station à l'entrée de la ville nouvelle (station Kadri) à l'Université Abdelhamid Mehri-Constantine 2 (terminus actuel), s'inscrit dans l'axe principal marqué par le Boulevard principal. La ligne reliant la gare intermodale de Zouaghi à la ville nouvelle a une longueur totale de 10,332 km. De même, ce prolongement du tramway a permis de transporter 50 000 voyageurs/jour de la station Ben Abdelmalek Ramdan (centre-ville de Constantine) à l'université Abdelhamid Mehri (Setram, 2023).

Le ministère des transports : maître d'ouvrage, responsable de planifier les infrastructures de transport urbain et de veiller à ce qu'elles soient conformes à la législation en vigueur. Maîtrise d'ouvrage : est l'Entreprise du Métro d'Alger (EMA), société publique chargée de la gestion du métro d'Alger⁴.

⁴ Direction des transports de Constantine



3.26 Extension de la ligne du tramway vers la ville nouvelle Ali Mendjeli

(Source : Direction de transport, 2020)

3.7 Synthèse sur les projets structurants de la ville nouvelle

(Source : Auteure, 2024)

Projet	Attractivité	Impact vocation	Image	Avenir
Ritej Mall	Avec ses 7 millions de visiteurs, le Ritej est un lieu attractif de premier ordre. Son influence dépasse le cadre géographique local ou national...	La vocation commerciale tend à s'instaurer en faisant de la concurrence à ces "villes" réputées pour être des villes commerçantes de premier ordre (Eulma, Tadjenant...)	Une présence dans le paysage imposante, une architecture "monumentale" de style internationale	Ce lieu a impacté son environnement. Le commerce de luxe (mode, électronique, restauration...) s'étend en tache d'huile sur les pourtours. L'idée d'extension des lignes est déjà en germination en rapport avec les extensions de la ville Nouvelle.
Tramway	Avec ses 50 000 voyageurs/jour. Le tramway attire une clientèle différenciée. Il donne un élan dans l'investissement	Apparition de la tram attitude. Désenclavement de la ville, elle est de plus accessible. Il offre une accessibilité et une fluidité remarquable à la ville nouvelle. Soulagement d'Ali Mendjeli en matière de transport en commun.	Des espaces urbains qu'il traverse, bénéficie d'un meilleur aménagement (mobilier urbain, traitement du sol...etc.). Les espaces en bordure de boulevard sont	Ce moyen de transport doux influence son environnement, Introduire la ville nouvelle dans un contexte de modernisation qui promet l'introduction des TIC.

		Les commerces situés aux alentours de la ligne du tramway ont changé de vocation. Rapproche les services de la ville nouvelle aux usagers et à la clientèle des zones limitrophes (- quartiers périphériques de Constantine, les universités).	les plus appréciées.	
Universités	Avec ses 62 000 places pédagogiques, les universités constituent un projet attractif de large envergure, dont son impact atteint l'échelle internationale. Ils captent une population estudiantine de tout horizon.	Ces universités sont à la base de l'émergence d'un secteur tertiaire (le haut tertiaire) à travers les centres de recherches qui produisent l'économie de la connaissance.	Occupation importante dans l'espace moudjellois avec une attractivité et un impact crucial tend à donner à la ville nouvelle l'image d'une ville universitaire	Imposition de l'utilisation des TIC dans le comportement de la ville à travers une population jeune plus intéressée par les TIC et plus encline à les utiliser Ces projets peuvent favoriser une orientation vers le "secteur quaternaire basé

				sur l'économie des savoirs (immatériel).
--	--	--	--	--

Conclusion

La ville nouvelle Ali Mendjeli fait partie d'une idée ancienne, produite dans une vision prospectiviste. En effet anticipant la saturation du site, étant limité et présentant une configuration peu favorable à des extensions urbaines en rapport à la poussée démographique, les autorités ont avancé l'idée d'une extension ex-nihilo. Le plateau d'Ain El Bey présente à cet égard des caractéristiques requises a été élu pour le futur de la ville.

Mais il fallait passer par d'autres formes d'urbanisation : la périurbanisation, conduite dans le cadre des ZHUN, puis le report de croissance établi sur les villes satellites, n'ont pas suffi à absorber la demande en terrains urbanisables et en logements.

Le métropolisation imposé par les politiques de l'aménagement du territoire (SNAT, SRAT puis SEPT) a favorisé cette approche d'extensions ex-nihilo ou ex-urbanisation. Ali Mendjeli s'est distingué par être une "opportunité" capable de servir de soubassement à une ville nouvelle.

Au bout de 25 années, la ville nouvelle s'est démarquée par son "attractivité", sa vocation et sa dynamique. Ces qualités favorisées par son peuplement rapide, ont permis d'attirer les investissements et d'être le cadre adéquat à la promotion immobilière au point où la Ville Nouvelle Ali Mendjeli a acquis le statut de Wilaya déléguée et surtout dépassé son périmètre planifié pour l'an 2030.

La ville nouvelle d'Ali Mendjeli a trois décennies d'existence. Aujourd'hui, les traits d'une ville qui voit sa vocation se dessiner, son image se dresser et ses symboles se "populariser" semble s'inscrire dans un processus de genèse du fait urbain.

Les projets structurants ont institué les caractéristiques fondamentales d'une ville "attractive", avec ses traits paysagers, et surtout son élan vers l'avenir.

Les projets structurants participent dans la construction de l'identité urbaine de la Ville nouvelle. En effet, par leurs "attractivité" et leurs images ces projets sont toujours convoqués dans les récits des mendjelois pour faire valoir une place remarquable dans l'échiquier social du grand Constantine.

En somme, au-delà des facteurs sociaux et culturels, l'identité urbaine emprunte à l'identité sociale collective les ingrédients pour asseoir un "langage" commun. En effet, la construction de l'identité se nourrit de toutes caractéristiques emblématiques à valence positive.

Les projets structurants interviennent pour déterminer l'identité urbaine de la Ville Nouvelle Ali Mendjeli.

CHAPITRE IV

CADRE METHODOLOGIQUE

Introduction

L'objectif principal de ce travail de thèse est axé sur les propriétés de gestation de l'urbanité et la construction de l'identité de la ville nouvelle Ali Mendjeli. Des instruments distincts pour identifier et déterminer les ingrédients de ces variables ont été utilisés à cette fin. La méthodologie utilisée pour répondre à la question de recherche est présente dans ce chapitre. Dont ce dernier est organisé en cinq sections : (I) La sélection des participants, L'instrumentation, (III) La collecte de données, (IV) Procédures de validité des données, (V) Procédures de traitement et d'analyse des données.

Nous aborderons au cours de ce chapitre la méthodologie de recherche suivie. Nous avons opté pour une démarche qualitative de type ethnographique. Cette forme de recherche est proche de l'anthropologie, comme étude de la culture des sociétés. Le choix de l'ethnographie comme démarche de recherche est la plus adaptée à l'objectif recherché :

Comment les habitants d'une ville en pleine expansion, passée d'un statut d'une extension périphérique aux confins d'une grande ville à celui d'une ville nouvelle, avec aujourd'hui un statut de wilaya déléguée, s'approprient, pratiquent, et perçoivent ce territoire ?

Une série de questions sont donc dans ce choix :

Y a-t-il une urbanité en gestation dans la ville nouvelle ? Quelles sont ses moteurs ? Ses propriétés ? Ses déclinaisons ?

Ali Mendjeli, en tant que ville nouvelle, répond-t-elle aux objectifs pour lesquels elle a été fondée ? A-t-elle un avenir ?

En effet, après une trentaine d'années d'existence, les habitants de la ville nouvelle ont-ils un sentiment d'appartenance à ce nouveau territoire ? Comment ils le construisent ? Quelles sont les formes adoptées pour concrétiser leur identité ? Comment cultivent-ils leur urbanité ?

En somme, le présent travail s'interroge sur le devenir de cette ville nouvelle. Il s'oriente sur la définition des déterminants de son identité et de son urbanité comme facteurs d'ancrage dans un territoire.

L'école de Chicago, dont les recherches principales se concentrent sur les faits et les gestes de la vie ordinaire, les manières d'être et les modes de vie, prône l'observation des phénomènes sociaux dans son cadre naturel. Il ne s'agit plus uniquement de questionner autrement pour avoir le consentement d'une population soumise au droit de savoir des autorités. Il s'agit aussi d'appliquer une technique conçue en ethnographie, pour approcher des individus en contact entre eux et avec les autres. Cette application considère également le contexte social dans sa diversité réelle des liens effectifs dans une optique collective et non individuelle (Hannerz, 1980).

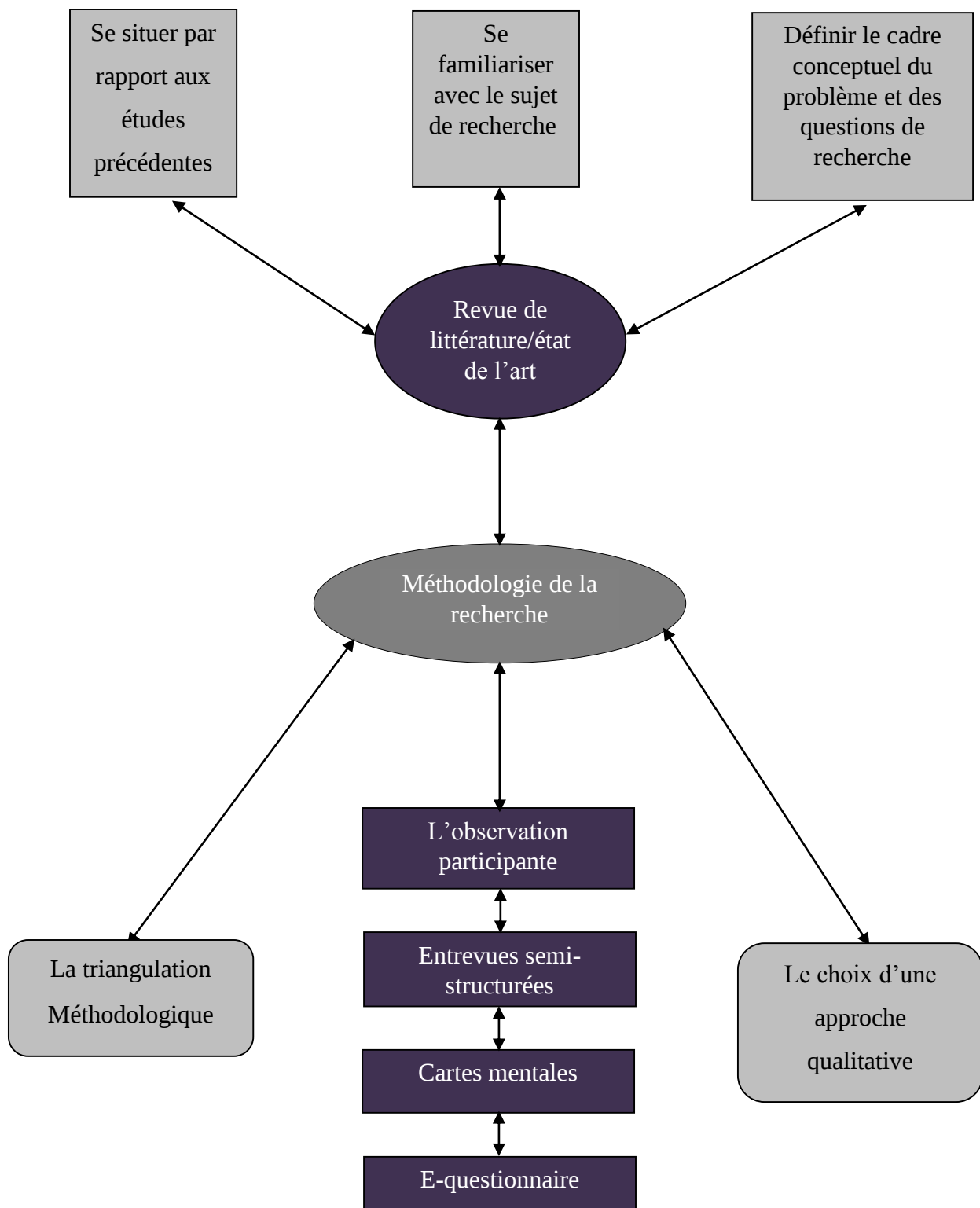
Essentiellement notre méthodologie d'approche est centrée sur l'ethnographie urbaine. Par nature, cette méthodologie est à caractère « empirique », car elle cultive ses données dans une exploration du terrain (particulièrement dans le rapport société/espace).

Deux types d'investigations ont été effectués.

La première consiste à l'identification du terrain : en l'occurrence la Ville Nouvelle Ali Mendjeli. Il s'agit de définir son contexte à travers sa genèse, sa conception, ses réalisations. Nous puiserons ses informations dans, les travaux de recherche de différentes disciplines.

La seconde porte sur la société, c'est-à-dire les habitants de la Ville Nouvelle Ali Mendjeli à travers des entrevues semi structurées et des questionnaires en ligne. Cette enquête a mobilisé également l'observation participante, prise de photos et cartes mentales. L'enquête qualitative a été effectuée auprès des habitants d'Ali Mendjeli de diverses origines (provenance) géographiques entre Janvier 2020 et Décembre 2022.

De fait, la célèbre batterie méthodologique de la première génération de l'école de Chicago combinait différentes techniques de collectes : l'analyse de données statistiques, d'archives, de journaux, de documents locaux, et l'enquête directe sur terrain par observation participante, interviews et recueils d'histoires de vie, inspirée des méthodes d'approche des anthropologues (Alain et Anne, 1992).



4.1 Synthèse de la méthodologie de recherche

(Source : Auteure,2024)

4.1 La sélection des participants

4.1.1 L'échantillonnage

L'échantillon est une partie de la population générale. C'est cette partie qui est soumise à l'expérience, au questionnaire ou à l'entretien dont le but d'en généraliser les résultats ou les conclusions sur l'ensemble (dont elle fait partie).

La population visée par ce travail de thèse est très vaste et très vague. Elle est constituée de tous les habitants de la ville nouvelle Ali Mendjeli.

Nous définissons trois catégories d'habitants selon les critères « d'arrivée »

- Les pionniers, ce sont les primo-habitants installés il y a plus de 25 années (25 années est prises comme critère correspondant à une génération)
- Les nouveaux arrivants
- Les natifs (Nés à Ali Mendjeli) est d'un âge de 25 ans (Adultes)

L'échantillon intentionnel de ce travail a regroupé 323 participants dont 265 femmes. Nous avons opté pour un échantillonnage en boule de neige, technique a été développée par (Goodman, 1961) .

Nous avons interrogé des personnes que nous connaissions (étudiants, collègues, à l'université Constantine 3) qui habitent à la ville nouvelle et leur avons demandé de nous indiquer d'autres Mendjelois. Peu à peu, le groupe de personnes interrogées a augmenté par effet de cumul, un peu comme une boule de neige qui dévale la pente. Ainsi, des membres de la famille qui habitent la ville nouvelle ont été approchés pour cette enquête. L'échantillon, comme une boule de neige qui roule, commence à s'accumuler sur lui-même et augmenter en taille. L'un des avantages de l'échantillonnage en boule de neige est la possibilité de développer un réseau de participants en tirant parti de votre relation avec les participants actuels. Elle a été effectuée entre Janvier 2020 et Décembre 2022.

4.2 L'instrumentation

4.2.1 L'observation participante

L'observation est une technique de collecte de données, qui permet d'avoir accès à des données qui ne sont pas accessibles par des entretiens ou des questionnaires (Arborio and Fournier, 2010). Dans l'observation la priorité est attribuée aux sens pour appréhender les phénomènes (Vision, ouïe, olfaction) (Chevalier et al., 2018). Ainsi, l'observation peut durer de quelques heures à quelques mois, voire des années (Roulet et al., 2017).

Dans cette étude, l'observation participante a été adoptée pour saisir les caractéristiques de l'urbanité et l'identité mendojaise. Ces dernières sont à relever dans les rapports interpersonnels et dans les rapports à l'espace. Elles sont abordées à travers la toponymie, les activités et les déplacements des habitants dans la ville.

L'observation est ainsi une technique appropriée (parmi d'autres) pour la collecte des informations précises sur les modes comportementaux des habitants de cette ville nouvelle. D'un autre côté, elle aide à identifier les mécanismes sous-jacents des interactions entre l'espace urbain et l'habitant.

Selon Spradley (2016), l'observation participante contient une variété de techniques qualitatives, dans lesquelles les chercheurs mènent l'enquête, en participant directement à un groupe particulier de personnes étudié. Ils peuvent s'installer dans la communauté, participer à des événements ou à des activités, voire assumer des rôles spécifiques au sein du groupe, rejoignant ainsi pleinement la communauté au cours de l'étude. L'inconvénient remarquable qui peut se produire dans l'observation participante, de longue durée est qu'avec le temps le chercheur peut tisser une relation affective avec la population concernée, cela risque de provoquer des artefacts qui sont loin d'être objectifs.

4.2.1.1 La pré-enquête

La pré-enquête implique une première observation des lieux, en vue de rassembler le plus grand nombre de renseignements possibles pour la poursuite de l'enquête. Notre pré enquête avait pour but d'orienter notre approche de la ville, de la population habitante en termes d'urbanité et d'identité.

Nous avons entamé le travail de terrain par observer ses structures commerciales majeures (Ritej Mall, Sans Visa, Hypermarché Ritej.....). Ainsi que, les établissements universitaires (Université Abdelhamid Mehri Constantine 2, Université Salah Boubnider Constantine 3) à partir de janvier 2018.

Cette première approche nous a permis de repérer quelques éléments susceptibles de dessiner les contours d'un échantillon qui nous servira à accomplir nos enquêtes. Nous avons alors essayé d'établir des relations pour élargir notre échantillon aux habitants par l'intermédiaire des étudiants.

La pré-enquête nous permis d'entrevoir quelques aspects pertinents dans les modes comportementaux en matière de consommation et d'usage des TIC.

4.2.1.2 La grille d'observation

La construction d'une grille d'observation a été incontournable pour organiser les informations recueillies sur terrain. La première étape a consisté à déterminer les propriétés des personnes concernées : sexe, tranche d'âge, habillement... Ensuite, il a été nécessaire également de situer les postures des utilisateurs et leurs activités dans l'espace.

4.1 Exemple grille d'observation

(Source : Auteure, 2018)

Nom de lieu : Gare routière Ritej mall, Bus ligne Ali Mendjeli-Djbel ElWahch			
Date : 18/07/2018 Jour : Mercredi Heure : 17 :20 Climat : chaud et sec			
Thématiques	Observations par l'œil	Observations du paysage sonore	Evocations
Urbanité et Identité Mendjeloise	Les apparences, le sexe, attitudes des personnes dans les situations, les mouvements, les gestes et les actes.	Énoncés situationnels, paroles, vocabulaires utilisé, discussions entre personnes.	Sentiments, questions et hypothèses.

4.2.1.3 Le déroulement d'observation participante

Les modalités de déroulement de l'enquête constituent une préoccupation initiale. Il fallait préciser le lieu d'observation, la durée, la population observée et sa nature. Ce sont ces facteurs qui ont déterminé notre enquête.

Nous étions présents sur place toute une journée et parfois nous avons répété l'expérience durant plusieurs jours pour le complément de l'enquête. De même, Nous avons séjourné chez des proches (une tante habitait l'UV18 et un oncle l'UV 21 extension). Ces séjours chez des proches nous ont également permis d'élargir nos observations au voisinage.

Entre temps, on prenait des notes par fois sur téléphone et parfois sur un bloc note, en enregistrant les ambiances sonores par le magnétophone et on prenne des photos si nécessaires. De même nous avons profité de cette occasion durant nos déplacements, à l'intérieur du tramway, de bus, taxi... plus particulièrement dans le transport collectif pour observer et parler avec les mendjelois. En fin, on résumait notre expérience, à l'aide d'une grille d'observation organisée de ce qui a été observé.

De même, le fait que nous soyons déjà initiés, que nous connaissons la ville où nous étudions, et que nous avons des connaissances à Ali Mendjeli (amis, membres de la famille ...). Nous a été utile tout au long de notre observation participante. Nous avons assisté à quelques évènements tels, l'ouverture d'un centre commercial. Nous fréquentons des structures commerciales (Ritej mall, Sans visa, la coupole, El Rafahia...) pour nos courses hebdomadaires ; et saisir cette occasion pour discuter avec les vendeurs et les clients. Nous avons choisi cette technique, du fait de la nature de notre sujet qui nécessite des informations approfondies. On se sentait intégrer facilement dans cette société, et nous avons effectué notre enquête par observation dans de bonnes conditions.

En revanche, notre travail de terrain a connu une immense rupture, durant la période de la COVID-19 avec la propagation de la pandémie et les instructions du confinement. Dans cette stratégie, nous ne dévoilons pas notre intérêt de chercheur, pour préserver la spontanéité et éviter que les comportements soient artificiels. C'est au cours de cette observation que nos outils de recherche sur le sujet ont été affinés.

4.2.2 L'entretien semi structuré

Les entretiens semi-structurés constituent l'une des méthodes les plus utilisées dans la recherche qualitative. Ils sont basés sur une liste de thèmes et de questions préparés à l'avance. Le but n'est pas de recueillir des informations précises en réponse à des questions closes ou à des théories établies (Argyris and Schön, 1989). A contrario, ils visent à saisir les habitudes, les pratiques et les comportements des individus par rapport à la problématique de la recherche (Thiétart, 2014). Il consiste à suivre un guide qui contient une série de sujets à traiter, d'ici la fin de l'entretien. Les entrevues semi-structurées sont utiles lorsque le travail concerne un sujet complexe, car il sera possible de rebondir avec des questions spontanées pour explorer, approfondir la compréhension et clarifier les réponses obtenues. Un entretien semi directif peut apporter la quantité d'informations précises, équivalente à quatre questionnaires, ce qui rend la procédure à la fois plus enrichissante et plus efficace.

4.2.2.1 La pré-enquête

Lors de l'observation participante, nous avons profité de la situation pour nous familiariser avec la population cible. Des entrevues semi-structurées ont été alors mises en œuvre pour enrichir l'observation. De ce fait, en février 2020, nous avons entamé notre pré enquête à travers la programmation des entretiens semi structurés avec des personnes habitants la Ville Nouvelle et travaillant au Centre de Recherche en Biotechnologie (CRBT) sis à l'Université Abdelhamid Mehri-Constantine 2. En revanche, après quelques mois nous sommes revenus pour reconsidérer la structure de l'entretien, pour le compléter et l'affiner.

4.2.2.2 L'échantillonnage

Pour découvrir les ingrédients de l'urbanité et les propriétés de l'identité mendjeloise nous avons opté pour un échantillonnage aléatoire en contactant des personnes au hasard. Des personnes que nous connaissions (étudiants, collègues, à l'université Constantine 3) qui habitent à la ville nouvelle et leur avons demandé de nous indiquer d'autres mendjelois. Peu à peu, le groupe de personnes interrogées a augmenté par effet de cumul, un peu comme une boule de neige qui dévale la pente. Ainsi, des membres de la famille ont été approchés pour cette enquête. L'échantillon, comme une boule de neige qui roule, commence à s'accumuler sur lui-même et à augmenter en taille. L'un des avantages de l'échantillonnage en boule de neige est la possibilité de développer un réseau de participants en tirant parti de votre relation avec les participants

actuels. Elle a été effectuée entre Janvier 2020 et Décembre 2022. Nous avons pu réaliser 151 entretiens semi structurés auprès des habitants de la ville nouvelle.

4.2.2.3 Caractéristique et profil des répondants

Cette section est composée de figures et de tableaux relatifs aux informations démographiques fournies par les répondants dans l'enquête. Il s'agit notamment de données relatives au sexe, à l'âge et le statut socio-professionnel... Bien qu'elles soient essentielles à cette recherche, ces données ont permis de contextualiser les résultats et de formuler des recommandations appropriées. En fait, notre échantillonnage est constitué de 323 participants, dont 151 ont répondu à des entretiens semi-structurés et 172 ont rempli un questionnaire en ligne.

Comme nous l'avons mentionné dans le chapitre I dans la stratégie de recherche, le choix de l'entretien semi-structuré comme outil d'enquête, s'explique par la nécessité de recueillir des données qualitatives, ce qui permet d'obtenir des réponses détaillées et profondes de la part des personnes interrogées.

4.2 Type de logement occupé (entretien semi structuré)

(Source : Auteure, 2023)

Statut de propriété	Fréquence	Pourcentage
Locatif	14	9%
Propriétaire	81	54%
Logement de fonction	10	7%
Logement social	46	31%

Le tableau 4.2 fourni ci-dessus montre le statut de propriété des répondants. De plus, nous observons que la proportion de réponses parmi les bénéficiaires de logements sociaux est en deuxième position (31%) après la proportion des propriétaires (54%). Comparativement, les habitants locataires sont moins présents dans cette enquête pour seulement (9%). Ainsi que, ceux qui occupent des logements de fonctions avec (7%).

4.3 Origine géographique des répondants

(Source : Auteure,2023)

Lieu d'origine géographique	Fréquence	Pourcentage %
Centre-ville de Constantine	39	26%
Zone périphérique	80	53%
Ville satellite	20	13%
Hors wilaya	12	8 %

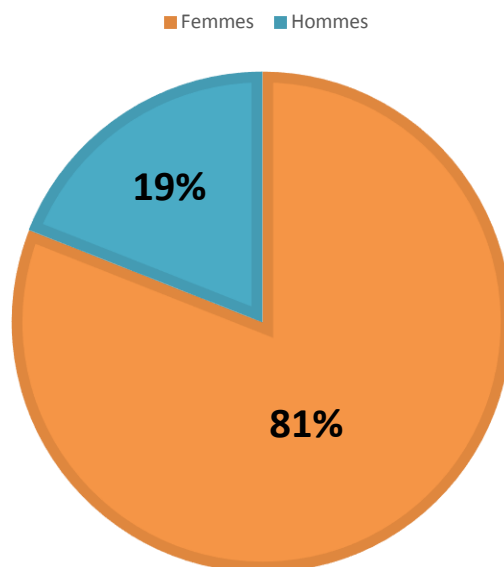
Le tableau 4.3 présente l'origine géographique de répondants avant leur arrivée à la ville nouvelle Ali Mendjeli. Comme nous pouvons le constater, la majorité des personnes interrogées sont originaires de la zone périphérique (53%). Par contre, les habitants venant de l'extérieur de la wilaya de Constantine, touchent le plus bas dans les réponses (8%). Par ailleurs, la proportion d'habitants du centre-ville de Constantine vient en deuxième position avec une proportion de (26%) et ceux des villes satellites se situent en troisième position (13%).

4.4 Répartition en pourcentage de la population enquêtée par rapport à sa durée de résidence sur la ville nouvelle Ali Mendjeli,

(Source : Auteure 2023)

Durée de résidence sur Ali Mendjeli	Fréquence	Pourcentage %
> 5 ans	23	15%
5-10 ans	57	38%
< 10 ans	71	47%

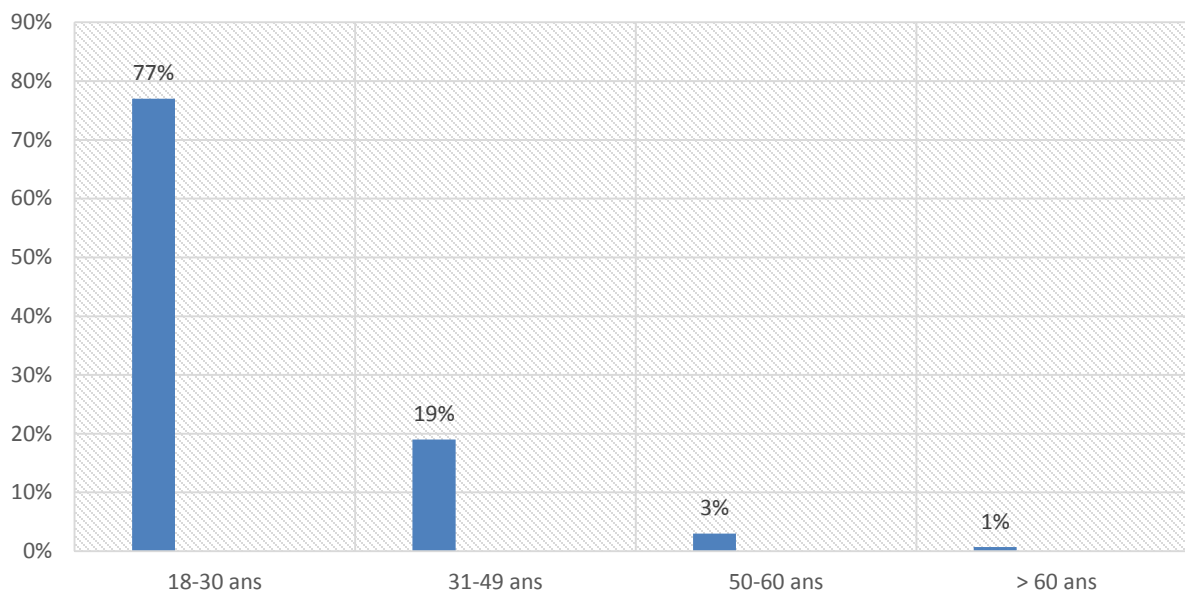
Selon le tableau 4.4, la durée de résidence est regroupée en trois catégories principales : moins de 5 ans, 5-10 ans et plus de 10 ans. Ces différents groupes de personnes ont des expériences différentes dans la ville en fonction du temps passé sur elle. La plupart des répondants habitent à la ville nouvelle depuis plus de 10 ans avec 47%. Ensuite les habitants qui ont vécu à Ali Mendjeli moins 5 ans présente 15% des personnes interrogées. Enfin, 38% représente les enquêtés qui habite de 5 à 10 ans sur Ali Mendjeli.



4.2 Répartition des répondants par sexe (entretiens semi-directifs)

(Source : Auteure,2023)

Le cercle proportionnel (figure 4.2) présente la répartition de la population enquêtée par entretien semi directif selon le sexe. Dans l'ensemble, les femmes ont un taux de répondants significativement plus élevé que les hommes. Selon le sexe, l'échantillon est composé de 19 % d'hommes et de 81 % de femmes. Nous pouvons expliquer la dominance féminine dans notre échantillonnage par le fait que la plupart de nos connaissances sont des femmes.



4.3 Répartition des répondants par tranche d'âge (entretiens semi-directifs)

(Source : Auteure,2023)

Le graphique à barre (figure 4.3), représente la répartition des répondants par tranche d'âge parmi les participants à l'enquête. Il ressort clairement du graphique que les répondants sont majoritairement jeunes. Tout d'abord, les répondants de la tranche d'âge 18-29 ans sont les plus nombreux (78 %), suivis de la tranche d'âge 30-45 ans (19 %), puis la catégorie 46-60 ans (3 %) et enfin la tranche d'âge > 60 ans (1%). Sachant que notre questionnaire est distribué en ligne, Nous confirmons suite à ces résultats que les jeunes sont généralement plus intéressées par les TIC et plus enclines à les utiliser.

4.5 Répartition des répondants par secteur d'activité

(Source : Auteure,2023)

Secteur d'activité	Fréquence	Pourcentage
Secteur tertiaire	68	45%
Etudiants	64	42%
Sans profession	18	12%
Retraités	1	0,7%

Les résultats du tableau 4.5: Répartition par secteur d'activité des répondants montrent la distribution socioprofessionnelle des personnes interrogées. Nous constatons que 68 personnes des enquêtés soit 45% travaillent dans le secteur tertiaire. Ensuite dans la deuxième position les étudiants avec un taux de 42% grâce à la présence des universités et des centres de recherches dans la ville nouvelle.

Sans profession : occupe la troisième place dans notre échantillon avec un taux de 12%.

Les retraités occupent la dernière place selon la répartition par branche d'activités des personnes interrogées avec un taux de 0,7%.

4.2.2.4 Le déroulement des entretiens semi structurés

Les entretiens ont été réalisés dans différents lieux de la ville nouvelle, ou en dehors de celle-ci avec des étudiants dans les salles de cour, ou dans différents espaces de l'Université de Constantine 3, d'autres sur le lieu de travail de l'enquêté, d'autres encore dans une maison lors d'un événement familial. Tandis que, d'autres ont été effectués à distance pendant la période de la COVID-19, par téléphone ou à travers les réseaux sociaux (Viber, Instagram, Messenger...), et c'étaient une solution pour l'obstacle que nous avons rencontré sur terrain, pendant le Corona virus afin de continuer notre enquête. Cependant, nous avons rencontré des difficultés durant notre enquête avec quelques personnes qui ont refusé de répondre à quelques questions. Ainsi que, d'autres personnes ont annulé leurs rendez-vous prévus la dernière minute. En fait, donner la parole aux enquêtés et pas trop intervenir, dans les entretiens semi structuré a favorisé aux gens de partir dans n'importe quelle direction et donc nous n'aurions pas de matériau à la fin. C'est pourquoi, nous avons recadré nos entretiens par peu d'interventions avec le "Pourquoi", "Comment"....

4.2.2.5 Objectifs et structure de l'entretien semi structuré

L'objectif primordial demeure axé sur la détermination des constituants et des propriétés de l'urbanité et l'identité mendjeloise. L'entretien repose sur un guide fondé sur des hypothèses formulées avant l'enquête. Son contenu a été remodelé au fur et à mesure que nos connaissances sur le terrain nous ont permis de formuler de plus amples hypothèses. Il comprenait des questions clés et des questions de clarification basées sur six thèmes (Distinction des interrogés, parcours résidentiel, voisinage, modes et pratiques urbaines, sentiment d'appartenance, image mentale). Il durait entre 20 minutes jusqu'à une heure de temps.

Les variables que nous cherchons à apprécier sont l'urbanité et l'identité de la ville nouvelle Ali Mendjeli. Le choix d'un ou plusieurs indicateurs, essentiellement subjectifs, se fera pour chaque variable. Le profil socioprofessionnel, nous intéresse en tant qu'un indice pertinent dans l'enquête sur l'urbanité et l'identité de la ville nouvelle. Ainsi, des questions qui attendent des réponses simples et exactes.

Dans le cadre de cette étude sur l'urbanité et l'identité mendjeloise, des entretiens semi structurés ont été effectués auprès des habitants. À cette fin, l'entretien est composé de trois sections :

- La première section comprend des questions de distinction (voir Question n° 1 ANNEXE B). Elle consiste à demander à l'interrogé de se présenter, dont ces indices nous permettent de mieux distinguer les personnes qui ont participé à l'enquête.
- La deuxième section contient des questions libres et des questions de suivi. En effet, cette partie sert d'un récit de vie, elle invite l'interviewé à raconter l'histoire à travers lequel il s'est installé à la ville nouvelle, lieux habités successifs, lieu de provenance..... (voir Questions n° 2, 3,4 en ANNEXE B).
- La dernière section de l'entretien était un peu particulière, elle consiste à demander aux enquêtés un dessin à main (voir Q n° 16 ANNEXE B) ayant pour but de diriger un étranger ou bien un nouvel arrivant vers un lieu bien précis. Selon Girard et al. (2015) , l'exercice du dessin est plus facile lorsqu'une confiance s'est établie. C'est pour quoi on a proposé l'exercice en dernière partie de l'entretien.

En fin des entretiens, nous avons demandé aux participants, s'ils voulaient bien nous laisser leur contact afin que nous puissions les contacter s'il manquait quelque chose ou s'il y avait quelque chose d'intéressant à ajouter. Cent cinquante et un entretiens semi structurés, dont une partie enregistrée au magnétophone a été réalisés entre le mois de Janvier 2020 et Décembre 2022.

4.6 Formes et nombres d'entretiens semi directifs réalisés

(Source : Auteure,2023)

Forme de l'entretien semi directif	Nombre de rendez-vous prévu	Nombre d'entretien réalisé	Taux de réponse
Face à face	50	26	52%
Réseaux sociaux	200	124	62 %
Téléphone	05	01	02 %
Total	255	151	59 %

4.2.2 Le questionnaire en ligne

4.2.2.1 Questionnaire en ligne, approche générale

Le questionnaire est l'un des outils de collecte de données les plus utilisés dans le cadre de la stratégie d'enquête. Il est utilisé pour collecter des données quantitatives et qualitatives. À l'ère du numérique, les TIC ont pu toucher cet outil d'enquête et le reformuler en web questionnaire. Selon Frippiat* and Marquis** (2010) , les investigations utilisant la méthodologie de l'enquête par Internet ont proliféré durant la dernière décennie et fait l'objet de très nombreuses publications. Nous ne pouvons en effet nier aujourd'hui qu'internet ait un impact réel sur les recherches en sciences sociales. En effet, l'internet permet une diffusion des questionnaires d'une flexibilité et d'une rapidité inégalée, en ajoutant un lien sur un site web ou un média social, en transmettant le questionnaire par e-mail. La préparation et la diffusion d'un questionnaire en ligne permet d'alléger les tâches fastidieuses et monotones de distribuer et récupérer les formulaires d'enquête sur terrain. La conception du questionnaire et la formulation des questions, prennent en compte par la suite l'exploitation des questionnaires de manière quantitative et qualitative. Le plus grand avantage du questionnaire en ligne, est qu'il nous permet de recueillir des données auprès d'un grand nombre d'individus, dans une courte période avec les simples moyens sans déplacement. À l'inverse de l'entretien, le questionnaire ne donne pas la possibilité au chercheur de poser certaines questions, de garantir que l'interrogé a bien compris les réponses ou de demander des justifications ou des explications sur les réponses. La limite de cette technique c'est que, dans la dernière partie du questionnaire qui porte sur un

critère qui définit l'identité l'objectif était de faire des déductions pour l'ensemble de la population, et pas seulement pour les utilisateurs d'internet.

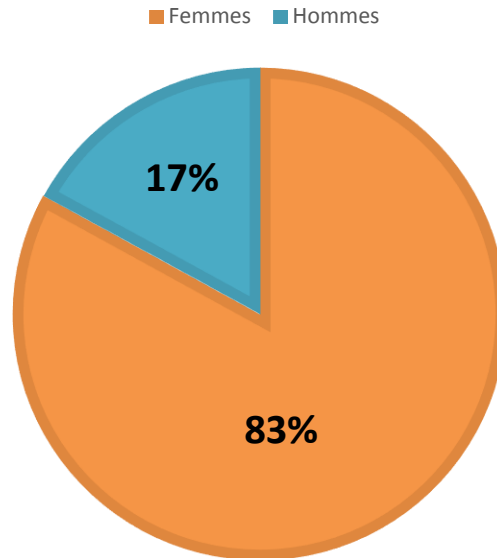
4.2.2.2 La pré-enquête

Nous avons testé le questionnaire avec des membres de la famille, des collègues et des ami(e)s résidants à Ali Mendjeli. En premier lieu, il fallait tester l'efficacité du questionnaire et sa réception selon nos attentes. Nous avons envoyé le lien du questionnaire à nos connaissances mendjeloises. L'objectif était de déceler des anomalies dans le déroulement du scénario, des interrogations ambiguës ou mal formulées, des difficultés de présentation avant de le finaliser. Par la suite les répondants nous ont contactés pour mentionner les difficultés relatives à l'assimilation du vocabulaire (vocables compliqués) et la clarté de quelques questions ainsi que dans la langue du questionnaire. Nous avons dû le retranscrire en langue arabe et française en utilisant un vocabulaire simple.

4.2.2.3 L'échantillonnage

La principale difficulté de l'échantillonnage pour les enquêtes en ligne, réside dans le fait que le mode n'est pas associé à une méthode d'échantillonnage. Ainsi, la population des "utilisateurs d'internet" est dynamique et difficile à définir.

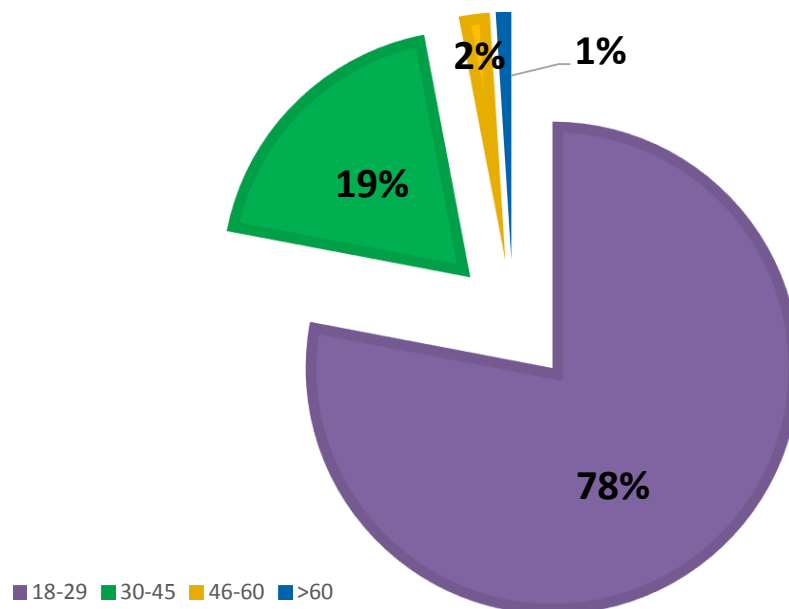
D'une part, nous avons envoyé ce lien par courrier électronique et à travers les réseaux sociaux. Ensuite, nous avons demandé à ces personnes de renvoyer le lien de questionnaire à d'autres mendjelois. D'autre part, nous avons mis le lien dans les pages et groupes des quartiers de la ville nouvelle dont ces profils ont été créés par les habitants pour discuter les problèmes et la situation de leurs quartiers. En outre, nous avons envoyé le lien aux administrateurs des groupes ou de pages constitués autour des thématiques ou de quartiers d'Ali Mendjeli en vue de le poster dans leurs publications. 172 réponses au questionnaire ont été reçu sur Google formes.



4.4 Répartition des répondants par sexe (Questionnaire en ligne)

(Source : Auteure 2022)

Le diagramme circulaire présenté ci-dessus montre que 17% des répondants sont des hommes et soit 83 %, sont des femmes. On peut remarquer la prédominance des femmes dans notre échantillon.



4.5 Répartition des répondants par tranche d'âge

(Source : Auteure, 2022)

Le diagramme circulaire ci-dessus représente la répartition des répondants par groupe d'âge des participants à l'enquête. Il ressort clairement de ce graphique que les répondants sont majoritairement jeunes.

Tout d'abord, les répondants de la tranche d'âge 18-29 ans sont prédominants (78 %), suivis de la tranche d'âge 30-45 ans (19 %), 46-60 ans (2 %) et de la classe d'âge > 60 ans (1 %). La jeune génération est généralement plus intéressée par les TIC et plus encline à les utiliser

4.2.2.4 Le déroulement du questionnaire

Nous avons conçu cet e-questionnaire en 2021, durant la période du confinement due à la deuxième vague de propagation de la COVID-19. C'était une opportunité pour identifier dans l'instant, l'impact de la crise sanitaire sur les modes et pratiques urbaines des mendjelois.

Dans la mesure où le questionnaire est distribué à travers un lien dans les réseaux sociaux et parfois par courrier électronique, il est important d'inclure une note explicative sur nos intentions et objectifs à travers un texte bref, clair et précis (voir ANNEXE B). Ces informations ont pour but de rassurer les gens sur le caractère sérieux de cette enquête et de les inciter à y répondre. Dès que le questionnaire est élaboré, la difficulté consiste à trouver le moyen de le diffuser. En effet, il est difficile d'obtenir des listes d'adresses électroniques correspondant aux critères de lieu de résidence définis par cette enquête. Pour cela, nous avons privilégié les réseaux sociaux qui ont l'avantage de rassembler une variété importante d'individus qui habite à la ville nouvelle Ali Mendjeli. Pour cela, nous avons ciblé les groupes Facebook des associations des quartiers de la ville nouvelle, les pages des nouvelles sur Ali Mendjeli, les groupes et les pages des universités situées à la ville nouvelle.

4.2.2.5 Objectifs et Structure du Questionnaire en ligne

Étant donné que l'objectif était de définir les modes et les pratiques urbaines dans la ville nouvelle Ali Mendjeli, lors de la diffusion du lien du questionnaire, il a été tenu compte de la nécessité d'obtenir un profil d'échantillon composé de participants d'âge, de sexe, et de durée de résidence et vivant dans différents quartiers de la ville.

Le questionnaire est composé de trois volets :

- Le premier volet (avant la COVID-19), d'une part il vise à déterminer les configurations et le degré d'appropriation des TIC par les mendjelois (Voir Questions n° 4,5,7,8,9, 10,11,12,13,14,16,17,20 en ANNEXE B).

Nous avons commencé cette partie par quelques informations d'ordre général sur l'enquête (voir Questions n° 1 et 2 en ANNEXE B). D'autre part, le but était d'identifier les modes et pratiques urbaines des mendjelois avant la crise sanitaire (Voir Questions n° 3,6, 15, 18, 19, 21, 22, 23,2 en ANNEXE B).

- Dans le deuxième volet, il était demandé aux habitants de préciser leurs choix actuels (durant la COVID-19) en matière des modes et pratiques urbaines, (Voir Questions n° 26,27, 30, 31, 32, 33,34 en ANNEXE B). En outre, nous avons suivi l'utilisation des TIC par les habitants afin d'identifier les changements durant cette période de pandémie (Voir Questions n° 28,35 en ANNEXE B).
- Dans le dernier volet du questionnaire, le souci était d'identifier les propriétés pertinentes qui participent à la construction de l'identité mendjeloise (Voir Question n° 36,37 en ANNEXE B).

En réalité, les répondants peuvent ne pas avoir la même maîtrise des outils en ligne et des TIC. Pour ce faire, nous avons interrogé nos collègues enseignants qui font partie de la tranche d'âge 35- 60ans par e-mail. Parce que cette catégorie a beaucoup recours au courrier électronique dont nous avons envoyé 25 questionnaires accessible à travers un lien. Cependant, afin de toucher les jeunes de 18 à 34 ans, plus particulièrement les étudiants, les réseaux sociaux étaient le meilleur moyen de diffusion. En outre, nous avons multiplié les sources de diffusion en intégrant le lien du questionnaire sur 10 pages et groupes relatifs à Ali Mendjeli et ses nouvelles. En revanche, deux groupes ont rejeté notre demande de partager le lien du questionnaire sur leurs profils. En fonction de l'objectif du questionnaire, nous avons sélectionné uniquement les mendjelois à interroger.

4.7 Type de moyen et nombre de lien du questionnaire diffusé

(Source : Auteure, 2023)

Type de moyen de diffusion du lien	Nombre de questionnaires envoyés	Taux d'acceptation	Nombres de réponses	Nombres de réponses recevables
E-mail	20	50%	10	10
Réseaux sociaux	300	54%	162	162

4.2.3 La carte mentale

Kevin Lynch, était le premier à utiliser l'approche de l'enquête par carte mentale. Il a utilisé la technique de la cartographie cognitive et accompagnée de brefs entretiens avec des habitants de trois villes (Boston, New Jersey et Los Angeles). En outre, les notions de "cartes mentales", "cartes psychologiques" ou "cartes cognitives" renvoient à la représentation de l'espace qu'une personne élabore mentalement.

Selon (Morange and Schmoll, 2016) , la carte mentale est une technique dans laquelle le répondant produit une représentation graphique spatialisée d'un phénomène, en réponse à une demande de l'enquêteur (par exemple : " Dessinez sur la feuille blanche suivante"...).

En fait, le chercheur ne peut pas accéder directement aux représentations subjectives de la personne interrogée. La carte mentale est l'un des outils qui constituent des intermédiaires pour accéder à ces représentations.

En 1960, Kevin Lynch a publié l'un des ouvrages les plus importants sur la question des dessins d'esquisses de cartes mentales, "*L'image de la cité*". Les cartes mentales suscitent un regain d'intérêt en géographie, en particulier dans le champ des interactions société-environnement. Ainsi, le dessin sur feuille blanche en est une forme, donnant une liberté de représentation graphique (Merlin and Choay, 2009).

En outre, les cartes mentales sont souvent simples à réaliser et ne nécessitent que peu de dépenses en moyens techniques. Cependant, la lecture de leur contenu peut s'avérer délicate, compte tenu des différents types de filtres qui interviennent dans leur production. Ainsi, les représentations mentales sont qualifiées de métaphores spatiales (Kitchin, 1994), au sens où elles échappent aux normes de la cartographie scientifique et relèvent du monde vernaculaire.

L'enquêteur devra en être conscient, plus particulièrement lors de l'interprétation de ces documents.

4.2.3.1 La pré-enquête

L'expérience s'est faite dans des endroits bien précis. Nous ne pouvions pas demander le dessin auprès des interrogés dont nous avons caché notre identité de chercheur. De ce fait, nous avons commencé l'exercice qui fait partie de l'entretien semi directif pour la première fois au CRBT, d'où nous avons les conditions adéquates pour le réaliser.

La carte mentale a été testée dans le laboratoire et les bureaux des chercheurs qui sont des ingénieurs et des ingénieurs de soutien à la recherche, des maitres de recherche classe B en biotechnologie.

4.2.3.2 Le déroulement du dessin à main

Nous avons tenté de nous approfondir dans l'imaginaire des habitants. Pour ce faire nous avons opté pour la représentation en dessin (une carte mentale), d'un petit bout de leur ville. Au-delà de représentation, ces "rendus" nous ont donné une variété d'informations sur les modes et pratiques urbaines dans la ville nouvelle Ali Mendjeli.

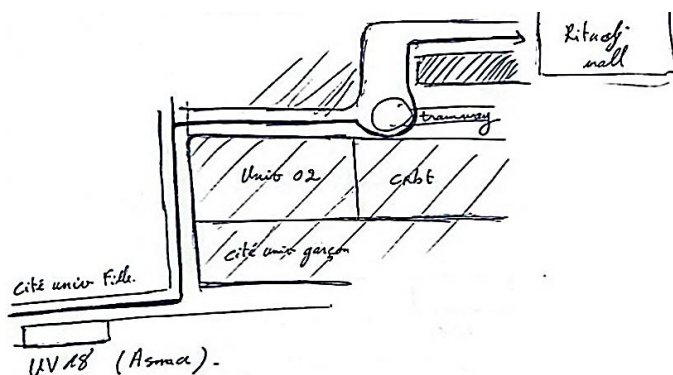
L'exercice de la carte mentale se déroule en dernière partie de l'entretien semi structuré. Nous nous sommes inspiré de la méthode utilisée par Lynch (1959), qui a demandé aux interviewés de dessiner rapidement une esquisse de plan de la zone en question, montrant les particularités les plus caractéristiques et les plus pertinentes et donnant à un étranger une connaissance suffisante pour lui permettre de se déplacer sans grandes difficultés . En dessinant sur une feuille blanche avec un crayon, fournis par les chercheurs, l'enquêté reproduit un schéma mental représentant l'espace réel en focalisant sur des lieux emblématiques caractérisant la Ville Nouvelle Ali Mendjeli, créée il y a 30 ans.

L'itinéraire depuis son quartier ou bien son domicile vers le lieu emblématique est marqué par des points importants dans la ville nouvelle Ali Mendjeli, ainsi que les points de repère pour se déplacer. Des noms des quartiers (UV 18...), des enseignes de commerces (Ritej Mall, Sans Visa, La Coupole...), d'équipements (Mosquée Ahmed Hammani, Université, Résidence universitaire...) ont été mentionnés sur les cartes mentales. En revanche, nous avons remarqué que les interrogés ont parfois utilisé leurs propres stylos pour indiquer quelques détails. Les enquêtés produisent des dessins très différents.

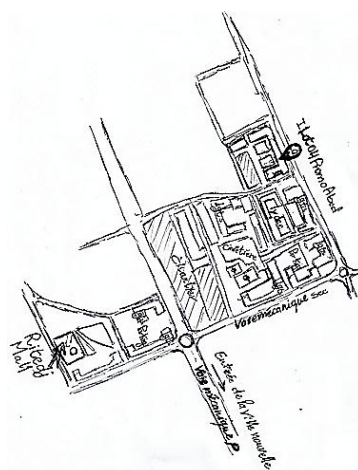
4.2.3.3 Objectifs et structure de la carte mentale

Dans ce travail, la technique de cartes mentales vise à dévoiler les critères pertinents de l'image et l'identité de la ville nouvelle Ali Mendjeli (Toponymie, lieux emblématiques ...). Selon Pouban-Attas (1998), les dessins de l'espace urbain dévoilent des éléments de la représentation mentale qui ne seraient jamais formulés verbalement, parce qu'ils sont inconscients ou ne peuvent être exprimés par le langage .

Le contenu du dessin à main, se compose d'un parcours "domicile-lieu emblématique" qui prend parfois la forme plus ou moins d'un plan de rues (Voir carte n° 38 en ANNEXE B), d'un dessin déterritorialisé (Voir carte n° 12 en ANNEXE B) et d'un axe (Voir carte n°1 en ANNEXE B). Ainsi, dans ces cartes des points importants de la ville ont été mentionnés en tant que point de repère par leur dénomination officielle (Voir carte n° 18 en ANNEXE B) ;et des nœuds sous forme des rond points ont été dessinés (Voir carte n° 3 en ANNEXE B).



Asma, 31 ans, chercheur au le CRBT



Ayoub, 27 ans, gérant d'un cyber

4.6 Exemples de cartes mentales représentant le parcours domicile-lieu emblématique dessinées par des habitants de la ville nouvelle Ali Mendjeli

Selon les deux dessins ci-dessus, nous pouvons voir que les interrogés ont présenté le parcours domicile-lieu emblématique par un plan de rues. Dans cette catégorie le dessin est un quadrillage des voies. Ce dernier est mentionné par Lynch et al. (1959), comme un schéma de base à répétition. Les limites de l'itinéraire sont dépassées dans ce type de dessin à un plan d'une zone toute entière. Les nœuds sont présents sous formes des ronds-points. Des équipements ont été mentionnés en tant que point de repère qui facilite le déplacement vers le lieu emblématique (Ritej Mall). En ce qui concerne la toponymie des lieux, nous remarquons que les enquêtés ont

mentionné les noms officiels des lieux (UV 18, Université 2,...) ou les noms des souscripteurs de logements (Promotion Abed).

4.8 Nombre de cartes mentales demandées et dessinées par les interrogés

(Source : Auteure, 2023)

Nombre de dessin demandé	Nombre de cartes mentales dessinées	Taux d'acceptation
120	95	79%

4.3 La collecte de données

Dans ce travail ; la collecte des informations a puisé dans différentes sources documentaires et bibliographique, et adopté plusieurs modes, enquêtes sur terrain (entretiens semi-structurés, questionnaires), élaboration de cartes mentales.

La phase de problématisation, de documentation préliminaire et du choix du cas d'étude, a été suivie d'enquêtes sur terrain. Ainsi pour aborder la thématique de l'urbanité et l'identité de la ville nouvelle Ali Mendjeli, nous avons dû arpenter et parcouru la Ville Nouvelle Mendjeli pendant plusieurs semaines. Il s'agissait de poser un regard sur cette ville en rapport avec le sujet de la thèse : observer et notifier (armée d'un carnet de notes et un téléphone portable pour noter, enregistrer, filmer ou prendre des photos) les détails relatifs aux pratiques et aux modes de vie de ses habitants ; observer ses rythmes, sa chronotopie et son actualité.

La méthode qualitative de collecte des données comprenait des entretiens semi structurés en face à face utilisés pour les premières entrevues, le téléphone est aussi utilisé avec l'accord des personnes. En revanche, la deuxième partie de la collecte de donnée a connu une conjoncture assez particulière, avec la propagation de la COVID-19, car l'accès à l'information n'était pas facile. Par conséquent, nous avons décidé de continuer les entrevues en ligne, à travers la réponse vocale ou écrite. Deux phases distinctes de collecte de données ont été incluses dans cette étude.

Phase 1 : Une petite population connue a été choisie et prête à participer à notre recherche. Nous avons contacté ces participants par les moyens disponibles pour leur demander s'ils étaient prêts à participer à un entretien téléphonique, face à face ou en ligne sur les modes et pratiques urbaines à la ville nouvelle Ali Mendjeli. Les entretiens face à face ont été effectué dans

différents lieux, le lieu de travail de l'enquêté, dans son domicile, à l'université de Constantine³, dans un espace public.....

Phase 2 : en choisissant une technique auto-administrée de méthode de collecte, concernant le questionnaire par le biais de la plateforme Google Forms. Le recueil d'informations s'est fait à travers la diffusion d'un questionnaire en ligne, rédigé en langue française et langue arabe, l'utilisation de cet instrument permet la rapidité et la confidentialité des informations.

Nous avons aussi pris en considération les temporalités de notre terrain : enquêter durant une période d'évènement, sur des questions socio-urbaines, en observant tel ou tel phénomène (une fête religieuse, un évènement sportif ...). Cependant, il est important de revenir sur le terrain pour récupérer les éléments d'information manquants.

4.4 Procédures de validité des données

Selon Morange and Schmoll (2018), une triangulation méthodologique signifie le recours à des techniques différentes pour étudier un même phénomène particulier. C'est la forme la plus courante de triangulation en géographie. Par conséquent, les entretiens et l'observation sont presque toujours combinés.

Plusieurs méthodes ont été utilisées pour garantir l'exactitude des résultats. Les données collectées par le biais de différentes techniques telles que l'observation, les entretiens, les cartes mentales et les questionnaires ont été triangulées afin d'établir une justification cohérente des différents thèmes. Selon Caillaud and Flick (2016), de manière générale, la triangulation méthodologique se définit comme le fait d'appréhender un objet de recherche d'au moins deux points de vue différents. Donc nous pouvons dire que la triangulation consiste à examiner les choses sous plus d'un angle. Cela peut signifier l'utilisation de différentes méthodes, de différentes sources de données ou même de différents chercheurs au sein de l'étude. Le principe qui sous-tend cette pratique est que le chercheur peut mieux comprendre l'objet de son étude s'il l'envisage sous différents angles.

4.5 Procédures de traitement et d'analyse des données

L'analyse des données qualitatives est un processus très personnel, avec peu de règles et de procédures rigides. La méthode d'analyse utilisée dépendra du sujet de recherche, des prétentions personnelles, du temps, de l'équipement et des moyens dont dispose le chercheur.

Le "codage" est un terme qui fait référence à la réduction des données à l'aide d'un ensemble de mots ou de chiffres. Il consiste à décomposer les données (observation directe, discours, textes, images) en unités d'analyse, à déterminer les catégories qui vont les accueillir, puis à placer (ranger ou catégoriser) les unités dans ces catégories (Allard-Poesi, 2003). Dans les recherches qualitatives, nous devons généralement procéder à ce type de réduction des données, pour organiser et trier les informations décrivant les propriétés d'une personne interrogée, par exemple (le sexe, l'âge, l'origine.). En effectuant le codage par thème ou par sujet en étiquetant un passage de texte en fonction de son sujet. Cet étiquetage peut souvent être automatisé par un logiciel.

CHAPITRE V

PRESENTATION ET ANALYSE DES RESULTATS

Introduction

À l'aide d'analyses qualitatives et quantitatives et de multiples sources de données, nous avons abordé la gestation de l'urbanité et la construction de l'identité de la ville nouvelle Ali Mendjeli, au cours de ses dernières années d'existence. Rappelons que cette étude avait pour but de déterminer les ingrédients de l'urbanité et les propriétés de l'identité de la ville nouvelle Ali Mendjeli.

Ce chapitre est le point de chute des synthèses des chapitres précédents ; il s'agit de présenter les résultats de l'analyse des données pour la question de recherche énoncée. Dans ce volet nous présenterons les résultats de l'enquête menée auprès d'un échantillon de 323 habitants de la ville nouvelle Ali Mendjeli. Il est organisé selon l'ordre de l'agencement de l'entretien semi structuré, puis du questionnaire. Dans la dernière partie de l'entretien semi directif, les cartes mentales sont analysées afin d'aboutir à reconstituer l'image mentale collective de la ville nouvelle Ali Mendjeli.

Toutes les données reçues à partir des entretiens semi structurés, ont été au préalable numérisées à l'aide du programme SPSS. Dans un deuxième temps, en fonction des parties de l'entretien, différentes méthodes d'évaluation ont été suivies, à savoir l'analyse de fréquence et l'analyse de corrélation.....

5.1 L'image de la ville nouvelle Ali Mendjeli chez ses habitants un quart de siècle après...

« Une ville est dite triste, gaie, grisonnante, ensoleillée, dynamique ou conservatrice. On lui attribue des qualificatifs comme à un individu. Elle devient une structure qui vit. »⁵

⁵ André Chantal. Changer l'image d'une ville. In : Politiques et management public, vol. 5, n° 4, 1987. Numéro spécial - Management et développement local : l'art du mouvement - Numéro préparé par Philippe Hussenot. Page 56, doi : <https://doi.org/10.3406/pomap.1987.1977>https://www.persee.fr/doc/pomap_0758-1726_1987_num_5_4_1977

Ce volet est considéré comme un descriptif de la ville nouvelle Ali Mendjeli dans l'imaginaire de ses habitants. Dans les déclarations récoltées à travers l'enquête auprès des mendjelois, nous recensons les propriétés de l'identité mendjeloise et de l'appartenance à la ville. Dans les chapitres précédents, le concept d'image a été analysé sous un angle particulier comme un produit mental de l'expérience habitante dans la ville.

L'image est une représentation mentale de la ville qui se forme par l'accumulation d'informations concrètes et abstraites sur la ville. Elle se construit, se forme et se développe à travers l'interaction entre l'homme et la ville. Selon Boulding (1956), l'image est le fruit de l'expérience, des souvenirs, des attitudes et des sensations immédiates.

La ville nouvelle Ali Mendjeli, comme nous l'avons dit, a été conçue, au même titre que la plupart des villes nouvelles du monde, en réponse à une saturation de la ville mère. L'aspect désignatif de l'image est analysé à travers les propos issus des entretiens semi directifs et des cartes mentales dessinées par les personnes interrogées (95 cartes au total).

5.1.1 Analyse des mots clés et expressions sur Ali Mendjeli

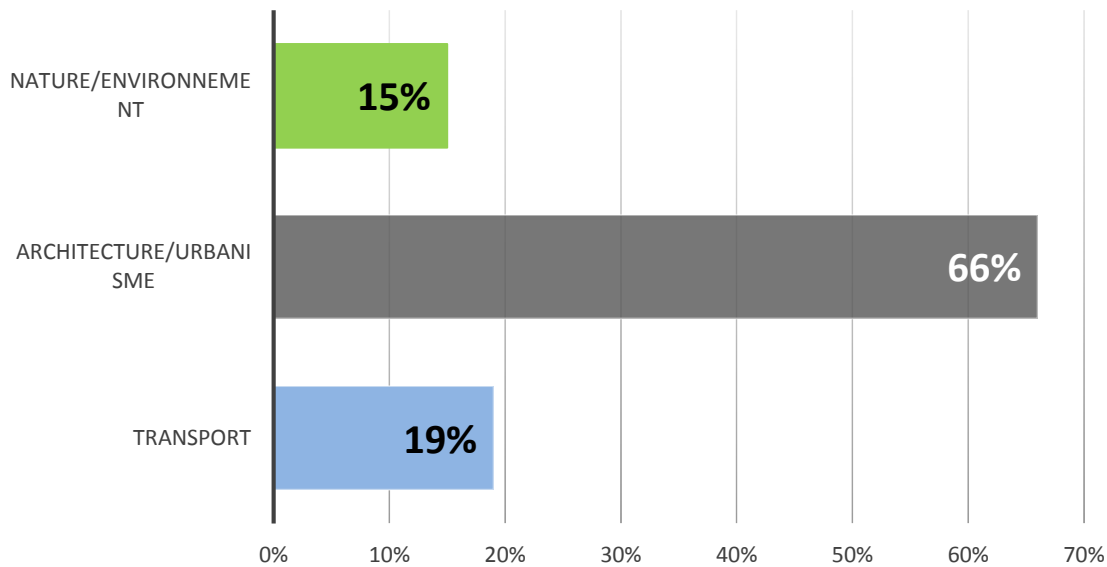
Focalisé sur le vocabulaire utilisé pour décrire et parler d'espace mendjelois ; nous avons demandé aux enquêtés de décrire Ali Mendjeli par des mots ou expressions.

Quels sont les mots, les idées, toutes les sensations qui vous viennent à l'esprit lorsque je vous dis, la ville nouvelle Ali Mendjeli ?

Question ouverte, réponses spontanées.

Nous avons recensé 54 mots et expressions, décrivant Ali Mendjeli dans les réponses des interviewés, dont 63% de ces mots ne sont mentionnés qu'une seule fois. Dans le but de faciliter le traitement des données recueillies, nous avons établi des catégories par thématiques. Ces dernières ont été regroupées par "proximité thématique", c'est-à-dire, par contiguïté complémentaire. Cette catégorisation a permis d'identifier des thématiques :

1. Transport,
2. Nature et environnement,
3. Architecture et urbanisme.



5.1 Thématiques descriptives des mots clés mentionnés par les enquêtés

(Source : Auteure,2024)

Selon la figure 5.1, la grande partie des descriptions sur Ali Mendjeli mentionnées par les répondants est destinée à la rubrique "**Architecture et Urbanisme**" avec **66%**. Les interrogés ont cité (grande ville, ville équipée, mal conçue, ville-dortoir, projet "erroné", ville commerciale.....). Ainsi, le désordre et le développement non planifié sont d'autres questions importantes. Une partie des répondants mentionne que les principes de planification sont négligés dans la ville nouvelle.

Dans la thématique "**Transport**" qui représente **19%** des descriptions de la ville nouvelle, les répondants s'expriment sur le réseau de transport mendjelois : ville accessible, chantier du tramway, l'embouteillage, la médiocrité de la qualité des autobus de transport collectif, l'état de la voirie, La présence de cette rubrique de mots-clés est remarquable, car elle révèle les discussions publiques urbaines qui ont précédé le chantier de l'extension de ligne du tramway vers Ali Mendjeli.

En fin, la thématique "**Nature et environnement**" préoccupe **15%** des réponses des enquêtés. Les répondants évoquent le manque de la verdure dans cette ville par l'expression : ville sans espaces verts. La question des loisirs et de détente est posée avec acuité.



5.2 Nuage des propos cités par les habitants (entretiens semi-directifs)

(Source : Mots, 2024)

5.1.1.1 Ali Mendjeli, la ville chantier

Un adjectif qui est employé positivement ou négativement, selon l'expérience des enquêtés est que la ville nouvelle est plutôt un "chantier" de construction. En fait, dans cette période d'enquête (2020-2022), il y'avait le projet de l'extension de la ligne du tramway vers Ali Mendjeli. Les habitants ont critiqué les nuisances des travaux du tramway. En revanche, pas seulement les travaux du tramway qui donne cette description "chantier" à Ali Mendjeli, mais aussi le tas de projets de construction de logements entamés par les promoteurs et les structures commerciales des investisseurs privés réalisées sur la ville.

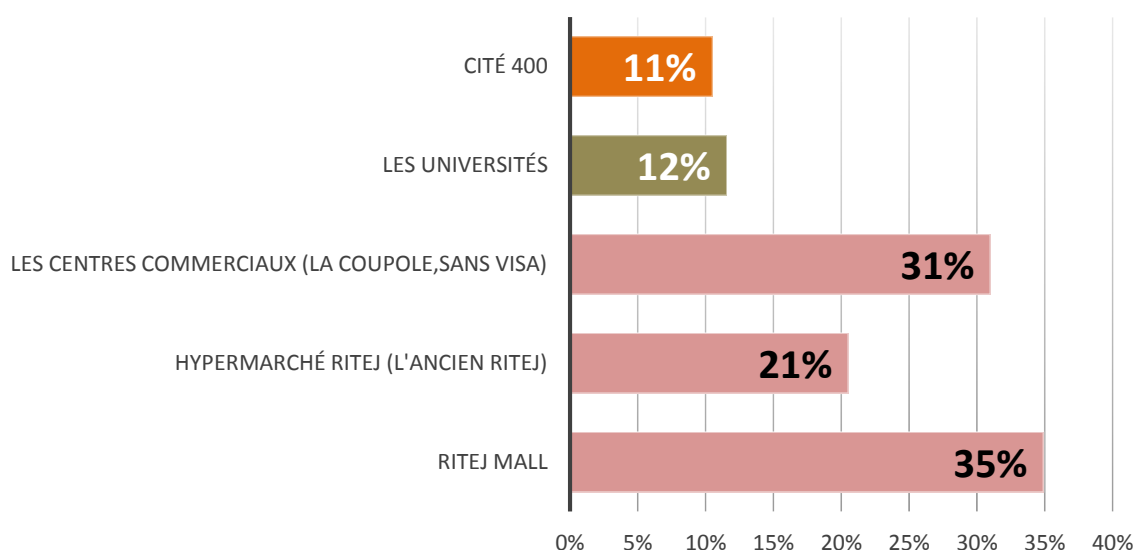
5.1.1.2 Ville commerciale

Ali Mendjeli a été qualifiée par la ville commerciale ou à caractère commercial. En fait, Ali Mendjeli possède la plus grande structure commerciale dans la wilaya de Constantine "le mall". Nous avons présenté l'appareil commercial de la ville dans le chapitre II. Ainsi les centres commerciaux et les espaces marchands qui envahissaient la ville depuis 2014 alimentent cette description pour la ville.

5.1.1.3 Ville riche, animée et pratique

Une autre description qui revient souvent dans le bon sens, est celle d'une ville riche ou pratique. Pour ces interrogés, ils vivent dans une ville qui reproduit les caractéristiques de l'urbain (résidence, commerces, services, transport public...). Ils ne visitent Constantine que pour des motifs strictement nécessaires. En effet, le principe de base de conception de la ville nouvelle était que, dans chaque quartier au moins répondre aux nécessités de la vie quotidienne.

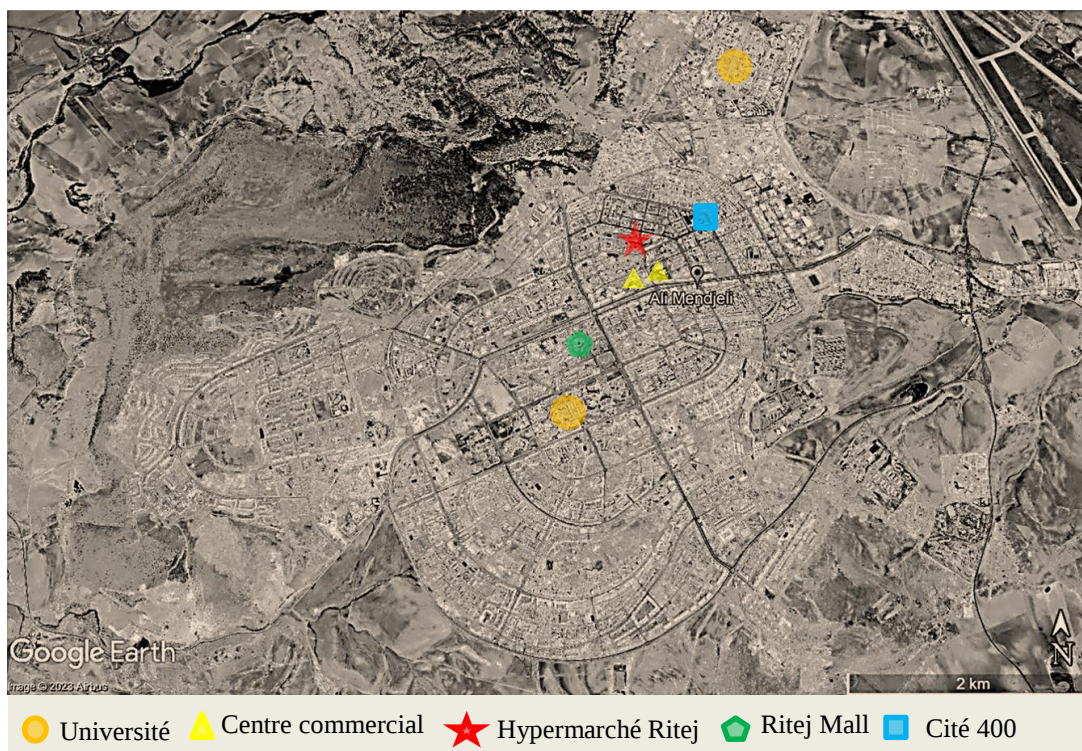
5.1.2 Lieux emblématiques et icônes de la ville nouvelle



5.3 Les lieux les plus cités par les mendjelois comme emblèmes de la ville

(Source : Auteure, 2024)

Nous avons demandé aux répondants de citer des lieux emblématiques sur Ali Mendjeli. Selon la figure 5.3 à l'exception des universités avec 12% et la cité 400 avec 11%, tous les lieux évoqués par les enquêtés comme emblèmes de la ville nouvelle sont des grandes surfaces et des espaces marchands, qui apparaissent comme des lieux de forte attractivité pour toute la population. Les mêmes lieux reviennent avec différente intensité, dans tous les dires des interviewés comme les plus représentatifs d'Ali Mendjeli. En première position le Ritej Mall avec 35%, puis les centres commerciaux avec 31% et en fin hypermarché Ritej avec 21%.



5.4 Localisation des lieux emblématiques de la ville nouvelle selon les propos des personnes interrogées

(Source : Auteure,2023)

5.1.2.1 Les grandes surfaces à Ali Mendjeli

Confirmé par les résultats du questionnaire, plus de la moitié 52,32% des mendjelois, effectuent habituellement leurs courses dans les grandes surfaces, avec une fréquence de plus de quatre fois par mois (nous avons tout sous la main). Ils passent parfois toute la journée dans ces structures commerciales, du fait de l'existence des espaces de consommation.



5.5 Les grandes surfaces de le ville nouvelle Ali Mendjeli

(SourceAuteure,2024)

5.1.2.2 Les universités



5.6 Les universités de la ville nouvelle Ali Mendjeli

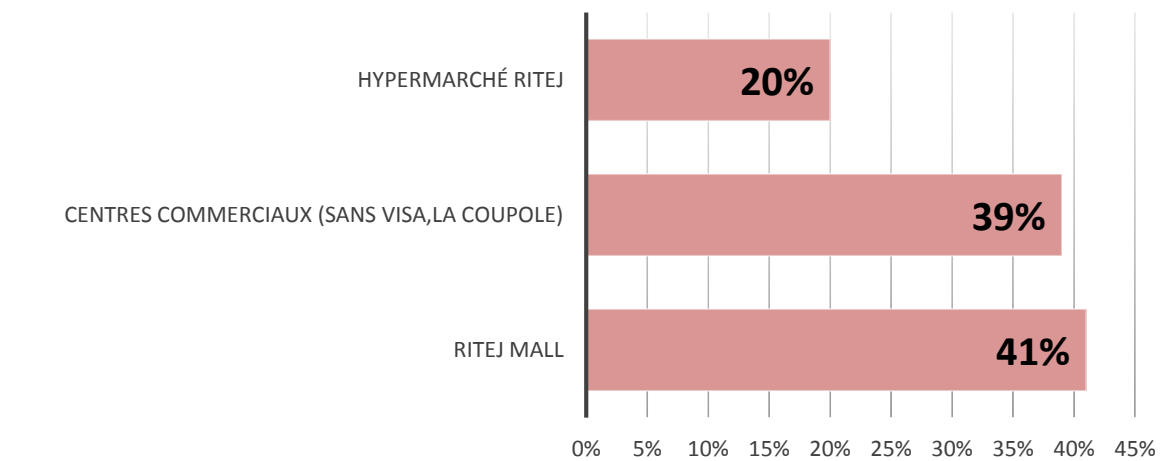
(Source : Auteure,2021)

Les universités occupent la deuxième position après les structures commerciales comme lieux emblématiques de la ville nouvelle. Ils constituent les emblèmes de la ville pour plusieurs raisons. Elles occupent une surface assez importante sur l'espace mendjelois.

5.1.3 Lieux aimés par les mendjelois

14 lieux sont évoqués par les mendjelois comme lieux aimés, 75% de l'ensemble de l'échantillon ont choisi des lieux à caractère commercial comme des lieux préférés dans l'espace mendjelois, contre 25% qui ont choisi des lieux à caractère résidentiel comme lieux aimés dont la plupart des lieux cités est le quartier où habite le répondant.

Selon (la figure 5.7), 41% des répondants ont choisi le mall comme leur lieu préféré, selon eux il contient un espace extérieur (espace de jeux). Ensuite, les centres commerciaux avec 39% et en fin hypermarché Ritej avec 20%.

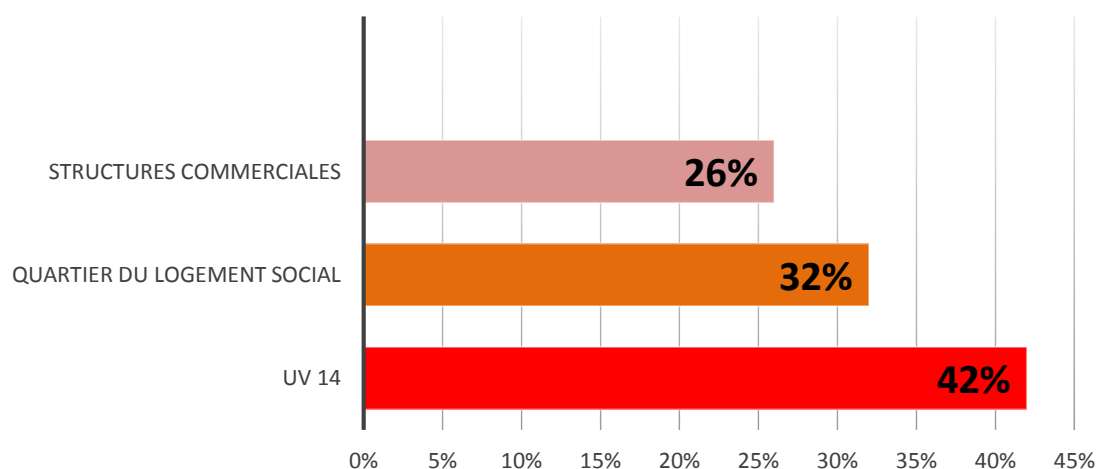


5.7 Les lieux les plus aimés par les Mendjelois

(Source : Auteure, 2024)

5.1.4 Lieux rejetés

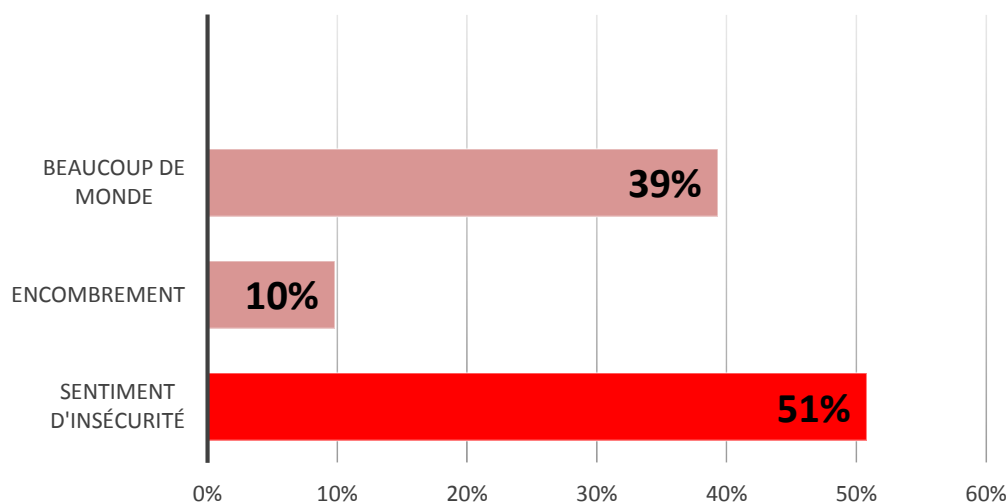
La description de l'espace mendjelois est également basée sur des appréciations critiques à l'égard de certains de ses éléments. Dans cette partie de l'entretien, il est demandé aux personnes interrogées d'indiquer les lieux rejetés, en les justifiant. Lorsqu'on demande aux personnes d'évoquer les lieux pas aimés par eux, certaines d'entre elles spécifient des lieux, tandis que peu d'autres mentionnent des problèmes généraux dans la ville (comme le manque de sécurité, l'embouteillage, lieux trop dynamique...). Au total, trois lieux différents ont été répertoriés, (voir Figure 5.8).



5.8 Lieux rejetés à Ali Mendjeli par ses habitants

(Source : Auteure, 2023)

Selon (la figure 5.8) les trois premiers lieux de la liste sont fréquemment mentionnés dans l'entretien. L'UV 14 en particulier est en tête de liste avec une proportion de 42%, ce qui signifie qu'environ la moitié des personnes interrogées déclarent le rejet de ce quartier. Dans une deuxième position les quartiers du logement social avec 32% et en fin, les structures commerciales avec 26 %.



5.9 Les raisons de rejet des lieux selon les déclarations des répondants

(Source : Auteure,2023)

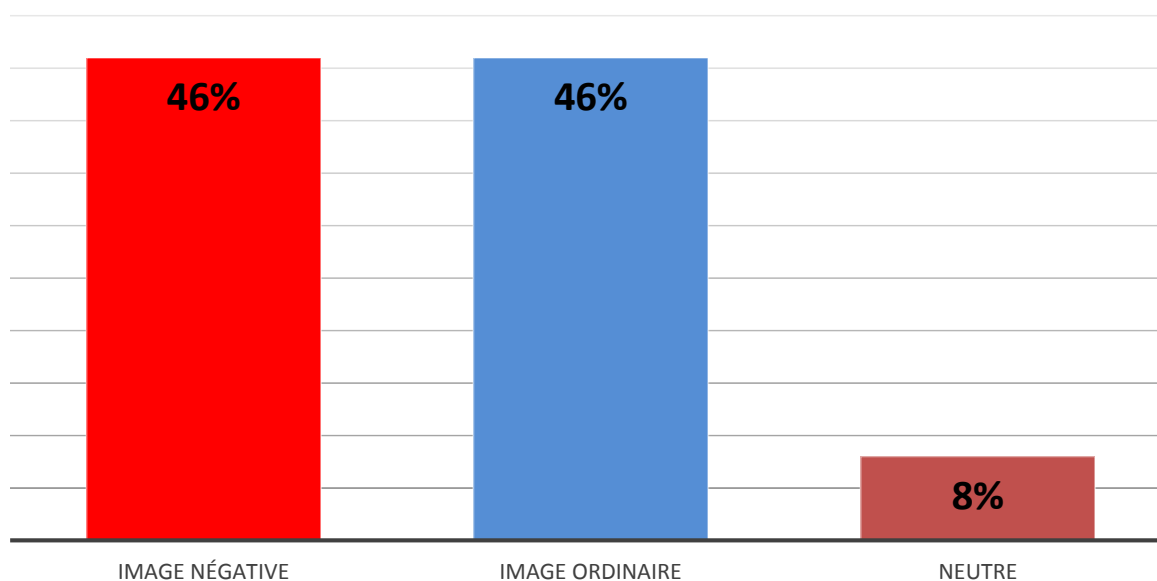
Le lieu de provenance et le sentiment d'insécurité vont de pair : certains quartiers de la ville sont considérés comme peu sûrs, en raison de l'origine géographique de ses habitants (bidonvilles). Selon (la figure 5.9) 47% des répondants déclarent le sentiment d'insécurité comme raison de détester quelques lieux de la ville.

Les raisons de rejeter les structures commerciales étaient l'intensité de sa fréquentation par une population de tout horizon. Les personnes enquêtées ont déclaré le grand nombre des personnes rassemblées dans ces lieux avec 39%. Ainsi que, l'embouteillage et l'encombrement devant ces structures commerciales avec 10 %.

5.1.5 Les quartiers du logement social (de provenance bidonville) aux yeux des mendjelois

Ces quartiers représentent aux yeux des habitants d'Ali Mendjeli (de la classe moyenne et de l'habitat individuel) par plusieurs images. Suivant (la figure 5.10) 46% de la population a une image négative sur les habitants des quartiers dit social.

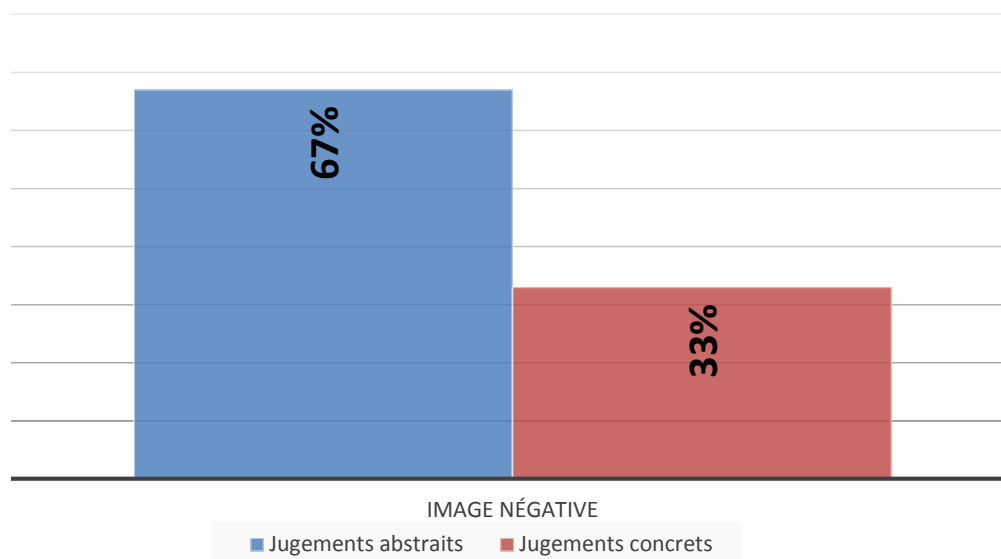
Dans ce sens Houda, 24 ans, étudiante en médecine « *J'ai visité l'UV 14, c'était un cauchemar, il y'avait de déchets partout par terre, manque d'hygiène, les gens sont agressifs, je ne me sentais pas en sécurité.....* ».



5.10 Avis des mendjelois sur les quartiers du logement social (Provenance bidonville)

(Source : Auteure, 2023)

Cependant, 46% de la population enquêtée possède une image ordinaire envers ces quartiers et leurs habitants. Parmi eux y a des habitants qui sont en contact avec cette population et fréquentent ces quartiers sans aucun problème. Pour eux se sont des habitants comme tous les mendjelois. Selon Abdelmadjid, 65 ans, directeur d'un établissement public « *Comme partout, il ya le bon et le mauvais...* ». Ainsi, Safia, 39 ans, enseignante « *Je mets ma petite fille chez une nourrisse qui habite un quartier dit de provenance bidonville, je n'ai aucun problème....* »



5.11 Raisons de l'image négative envers les quartiers dit social (de provenance bidonville)

(Source : Auteure,2024)

D'abord, nous avons demandé aux enquêtés, s'ils ont visité des quartiers de provenance bidonville et quelle image ont-ils sur ces quartiers et leurs habitants ?

Selon la figure 5.11, nous remarquons que 67% des répondants n'ont pas visité même pas ces quartiers ont une image négative. Dans ce sens, Ahlem, 28 ans, sans emploi « *J'ai jamais subi un problème de sécurité, j'évite ces endroits, je l'aime pas, On entend.....mmmm qu'ils font beaucoup de problèmes.....* ».

Cependant, 33 % des répondants, qui ont déclaré une image négative envers ces quartiers ont vécu un problème de sécurité soit dans ces quartiers ou par des habitants de ces quartiers. Mohamed Amine, 20 ans, étudiant en médecine « *Ces quartier sont sans éducation, sans culture, sans boulot ils surveillent les autres tout le temps, nous n'étions jamais en sécurité à cause des problèmes qu'ils créent les habitants du social. Une fois.....à côté de la mosquée El Rayane, cet endroit s'appelle "zabala", je me suis fait agressé, ils m'ont volé ma gourmette en argent et me menaçait avec une arme blanche...* ».

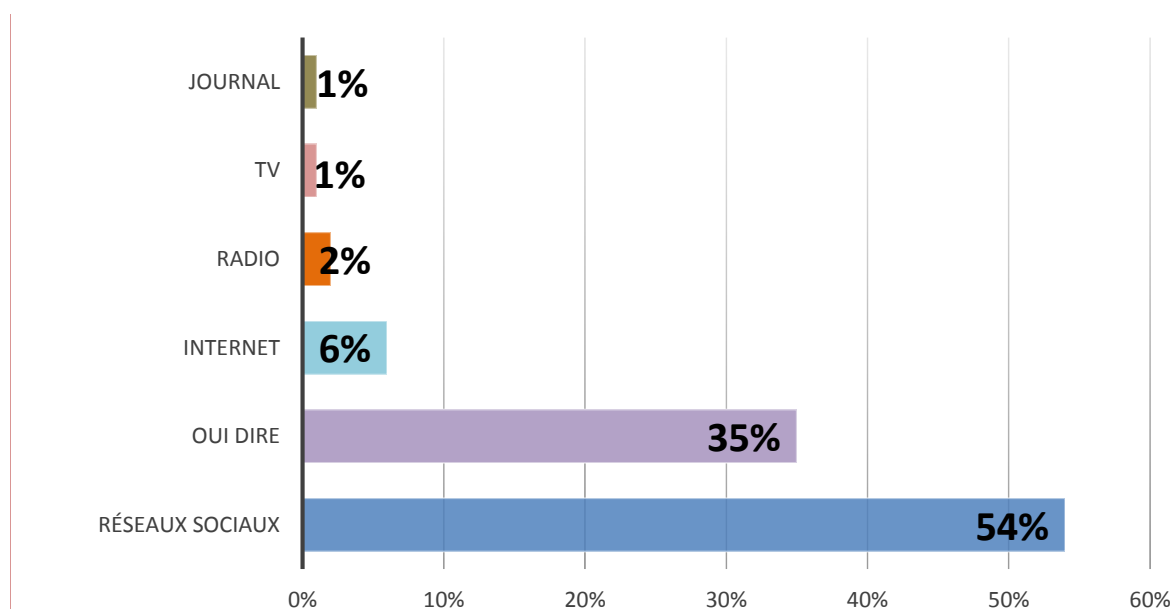
5.1.6 Analyse des moyens d'informations sur la ville nouvelle Ali Mendjeli

Dans sa thèse, Lussault (1992), explique la manière dont les responsables politiques, avec les médias, construisent une image collective de la ville. Cette section a pour objectif d'identifier

les différents éléments qui participent à structurer l'image externe et interne de la ville nouvelle Ali Mendjeli. L'image de la ville dépend également de la multiplication des médias qui diffusent des informations à son sujet. De ce point de vue, nous pouvons formuler l'hypothèse que l'image de la ville a été influencée par les supports qui diffusent des informations sur la ville.

En analysant les réponses à la question sur les moyens d'information sur la ville nouvelle Ali Mendjeli. Les supports médiatiques évoqués par les interrogées sont analysés dans ce volet. Au total, les répondants ont mentionné 6 types de médias comme fournissant des informations sur la ville.

La figure 5.12 résume le taux de réponses données pour chaque média mentionné par les répondants comme moyen d'information sur la ville.



5.12 Les médias utilisés pour s'informer sur la ville nouvelle

(Source : Auteure, 2023)

D'après le diagramme 5.12, les réseaux sociaux et l'ouï-dire sont les moyens d'information les plus mentionnés par les personnes interrogées. Etant donné le pourcentage élevé de citations des réseaux sociaux comme moyen d'information sur la ville, nous pouvons imaginer que le choix de formuler une enquête en ligne par la suite s'est imposé. En deuxième position, l'internet par un pourcentage de 6%. D'autre part, nous remarquons que les anciens moyens d'information : la télévision, la radio et le journal sont les moins mentionnés comme moyen d'information sur la ville.

5.1.7 Identification des lieux pertinents chez les Mendjelois

Selon la matière recueillie lors de l'enquête, 95 cartes mentales ont été récoltées sur 151 entretiens semi directifs. Certains répondants n'ont pas dessiné de cartes pour diverses raisons. L'échelle, la dimension et les techniques de dessin sont laissées à la libre appréciation de la personne enquêtée, ce qui a permis d'obtenir des cartes différenciées. Cependant, même si le dessin est simple, il contient toujours des informations précieuses exploitables.

95 cartes mentales montrant des parcours dans la ville nouvelle Ali Mendjeli contiennent un large éventail de représentations illustrant l'imaginaire des enquêtés.

De ce fait, pour faciliter le traitement des cartes, s'inspirant des études antérieures réalisées sur le thème, nous avons essayé de les trier en 4 groupes principaux.

5.1.8 Composants d'une carte mentale selon Kevin Lynch

Lynch a distingué cinq éléments fondamentaux d'objets apparaissant sur les cartes mentales : les points de repère, les voies, les nœuds, les quartiers et les limites.

- **Les points de repères**

Sont les lieux les plus marqués dans l'imaginaire des enquêtés. Ils peuvent s'incarner dans la mémoire de ces derniers. Ce sont souvent des éléments physiques qui se définissent simplement : immeubles, enseignes, boutiques, monts ou buttes (Valéry, 1998).

- **Les voies**

Les voies constituent un élément défini par Abbott (2020), comme « les chenaux le long desquels se déplace habituellement, occasionnellement, ou potentiellement l'observateur. Elles peuvent être des rues, des allées piétonnières, des voies de métropolitain, des canaux, des voies ferrées ». L'analyse de ce critère se base sur la question suivante : Comment les enquêtés représentent-ils le trajet de l'itinéraire cartographiquement ?

- **Les nœuds**

Les nœuds sont des points ponctuels dans la perception du paysage urbain. Ce sont des points de jonction où des choix doivent être faits (de direction, notamment, mais aussi de moyen de transport, comme dans le cas d'une station de métro ou d'une gare ferroviaire).

- **Les limites**

Les limites sont également des éléments linéaires du paysage urbain qui peuvent être traversés visuellement et qui constituent le bord d'éléments de surface. Il s'agit d'éléments naturels ou construits par l'homme qui forment de véritables ruptures dans la ville : berges de rivières, voies ferrées, murs, etc.

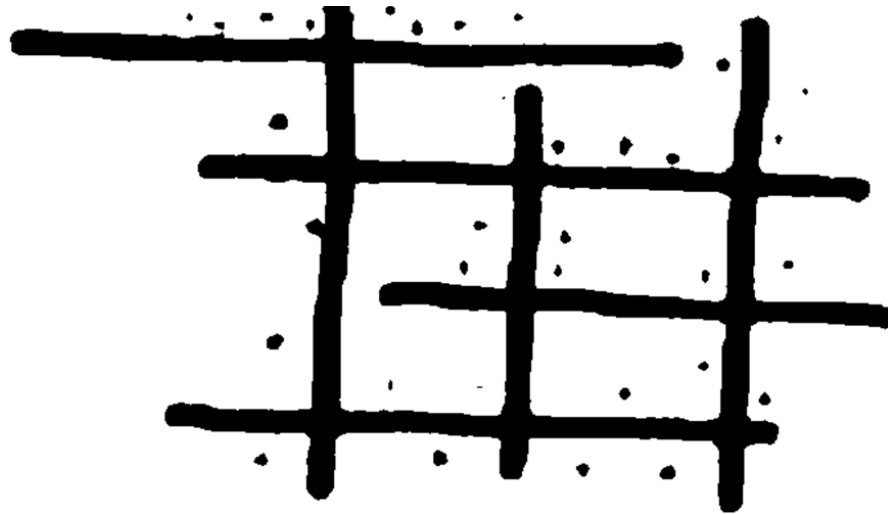
- **Les quartiers**

Les quartiers (districts) sont des éléments de surface de la ville, distingués par un certain degré d'homogénéité (perceptive, fonctionnelle, etc.) qui permettent à l'utilisateur d'avoir le sentiment d'entrer, de sortir ou d'être dans un espace. Ce sont des zones clairement définies à l'intérieur des villes. Espaces étendus avec des propriétés internes qui leur sont propres, ce sont des unités thématiques, créées par les spécificités typiques qui sont reconnues et représentées par les habitants sous forme d'images.

5.1.9 Types des cartes mentales

- **Plan de rues**

Dans cette catégorie le dessin est un quadrillage de voies. Ce dernier est mentionné par (Lynch, 1959) comme un schéma de base à répétition. Les limites de l'itinéraire sont dépassées dans ce type de dessin à un plan d'une zone toute entière. Ainsi, la carte comprend un relevé de la zone environnante de l'itinéraire. Les détails vont au-delà du tracé de l'itinéraire et fournissent des informations d'orientation. Cette carte montre des informations toponymiques sur l'itinéraire à suivre pour se rendre au bâtiment souhaité.

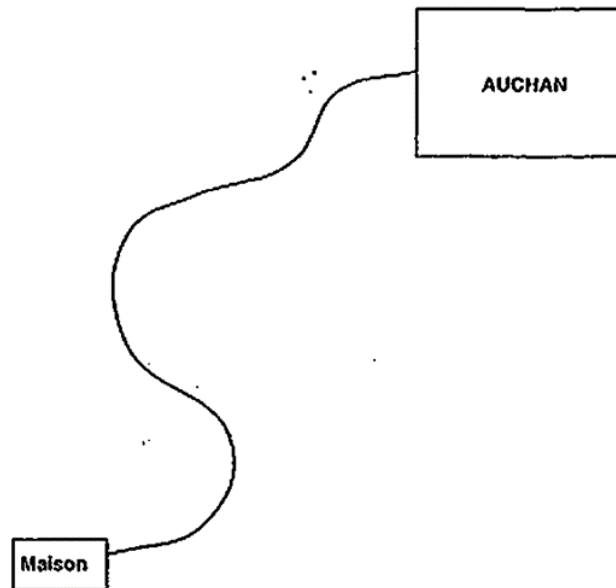


5.13 Dessin où suivant un schéma de base à répétition (le quadrillage des voies)

(Source : Lynch, 1959)

- **Dessin déterritorialisé**

Ce type de carte mentale représente sous forme d'une voie d'un seul trait parfois sinueux ou bien une ligne brisée. Selon Valéry (1998), ce sont des schémas et non des cartes, l'itinéraire n'est pas inscrit dans le territoire. Le plus souvent, il s'agit d'une combinaison de formes géométriques, de flèches, de calligrammes.....



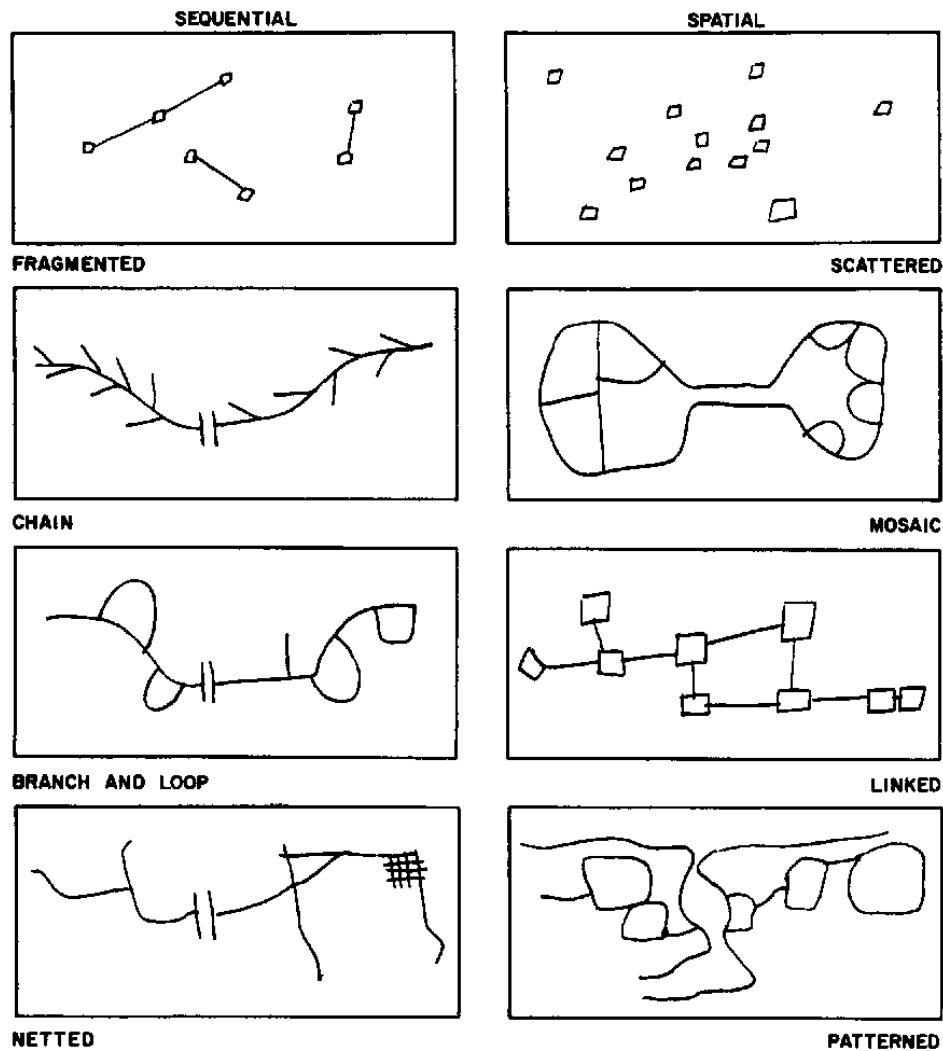
5.14 Dessin déterritorialisé

(Source : Pouban-Attas, 1998)

- **L'accentuation visuelle**

Nous nous sommes inspirés de l'étude réalisée par Appleyard (1970), sur les résidents de la ville nouvelle Cuidad Guayana au Venezuela. Dans cette étude il a demandé des cartes à la fois des quartiers dans lesquels les personnes vivaient et des cartes de la ville dans son ensemble. Il a constaté que les cartes mentales se classaient dans certaines catégories liées à leur accentuation visuelle (figure 5.15). Les deux catégories de cartes sont : "séquentielle" et "spatiale".

Selon l'auteur, la caractéristique dominante dans les cartes dites « séquentielles » c'est le chemin ou bien des chemins. Alors que les points de repères caractérisent les cartes dites spatiales dont les chemins peuvent être liés ces points de repères.



5.15 Types des cartes selon l'accentuation visuelle

(Source : Appleyard, 1970)

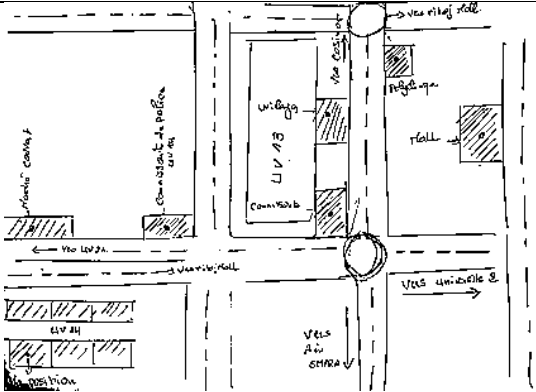
D'un autre côté, le dessin « séquentiel ou axial » fait la part belle à l'itinéraire, quartier de l'interrogé-lieu emblématique de la ville. En donnant une place de choix au parcours dans lequel s'inscrit l'itinéraire. Il est principalement identifié par un chemin allant du point de départ au point d'arrivée. L'accent est mis sur l'itinéraire, avec peu de détails sur la zone environnante.

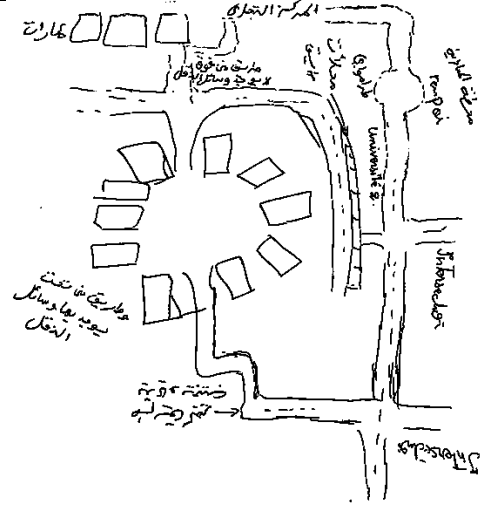
5.1.10 Traitement des cartes mentales

Quatre Types de cartes mentales ont été sélectionné pour organiser et classer les dessins obtenus des personnes interrogées. La première catégorie « plan de rues » qui présente uniquement 6 dessins de l'ensemble des cartes dessinés, ensuite « Dessin déterritorialisé » avec la plus grande fréquence 50 dessins, présente plus de la moitié des cartes mentales obtenus. Les cartes de type « séquentiel » avec 27 dessins et en fin le type spatial qui présente 12 dessins de la somme de cartes mentales.

5.1 Types des cartes mentales dessinées par les enquêtés

(Source : Auteure, 2024)

Type de dessin	Exemple	Fréquence	Pourcentage %
Plan de rues	 5.16 exemple carte mentale type plan de rues (Ines, 29ans, célibataire, architecte)	6	6%

Spatial	 5.19 exemple carte mentale type spatial (Rania, 26ans, célibataire, enseignante)	12	13%
---------	---	----	-----

Dans ce type de cartes (figure 5.16), nous pouvons voir un plan plus au moins en damier. Les voies sont rectilignes et se coupent à angle droit. Généralement le dessin occupe la totalité de la feuille. Ces cartes qui couvrent une partie de la ville nouvelle, représentent 6% de l'ensemble de dessins récoltés. Les points de repère et les nœuds sont définis sur la carte. Dans cette catégorie les répondants ont dessiné un plan avec plus ou moins de détails et ils n'ont pas concentré uniquement sur le parcours domicile-lieux emblématiques.

Le deuxième type de dessins (figure 5.17) "déterritorialisés" représente une grande proportion ; 53 % de l'ensemble de dessins de l'enquête. Nous remarquons l'emploi des traits en pointillé plus au moins brisé, qui représente le parcours domicile-Ritej mall dessiné par la personne interrogée avec le minimum des toponymes. Ce type de dessin est dit "déterritorialisé".

Dans la (figure 5.18), une carte mentale où le parcours principal domicile-lieux emblématiques est l'axe central du dessin avec peu de détails sur la zone environnante. Il représente 28% de l'ensemble de cartes mentales dessinées par le enquêtés.

Le dernier type (figure 5.19) le dessin spatial qui représente 13 % de la totalité des dessins. Dans cette catégorie l'enquêté dépasse la limite parcours domicile-lieux emblématiques.

5.1.11 Analyse des éléments spatiaux dans les cartes mentales

Nous définissons quatre types d'objets spatiaux : les points de repère, les voies, les nœuds et les parcelles sur lesquels les aspects du dessin peuvent être construits ultérieurement. Les points de repère peuvent être des caractéristiques ponctuelles ou surfaciques, en fonction de la manière dont ils sont dessinés et de la méthode utilisée pour les représenter et les mesurer.

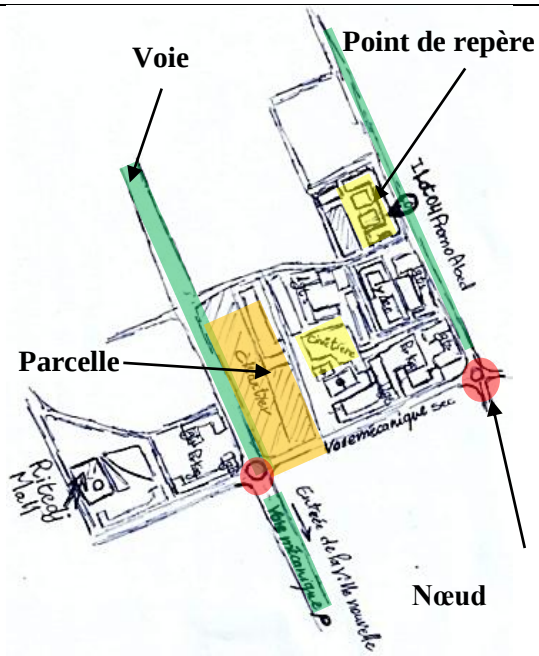
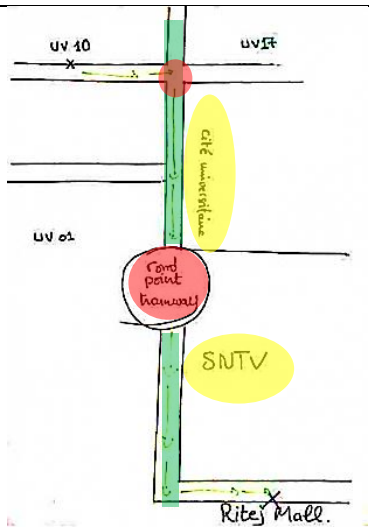
Les voies sont également des éléments élémentaires. Un segment peut être soit une segmentation d'une voie principale entre des carrefours, soit une voie secondaire reliée à une voie principale par un carrefour. Les segments de rue reliés entre eux forment des "chemins" selon la définition de Lynch car il s'agit de canaux le long desquels les gens peuvent se déplacer. Ainsi, les nœuds qui représentent des éléments constitutifs de la structure. Les voies et les nœuds forment les réseaux de rues. Ces derniers représentent le système de rues qui forme le réseau de transport urbain dans l'environnement physique.

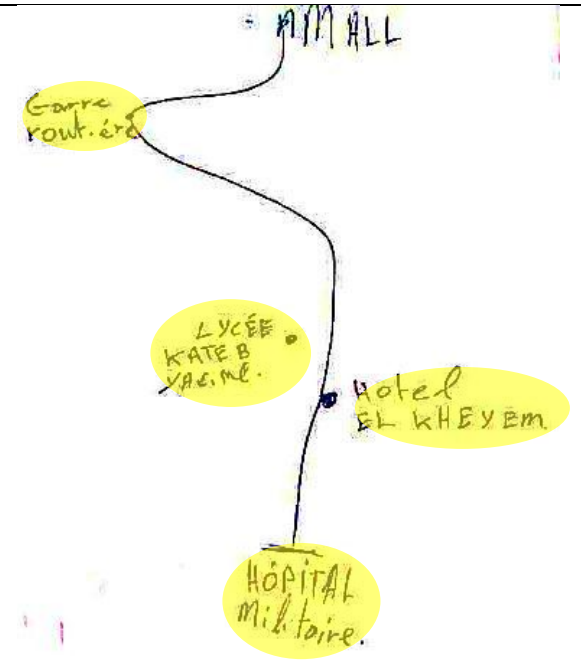
Les parcelles sont les plus petites unités bidimensionnelles formées par des segments de rues qui se croisent à des carrefours. Les parcelles offrent l'espace pour localiser les points de repère. La figure 5.20 montre un exemple de présence de quatre objets spatiaux dans une carte mentale définis dans ce volet. Ce type de cartes représentent 37% de l'ensemble de cartes mentales dessinées par les interrogés. Sur cette figure, nous indiquons deux carrefours giratoires leur segment de rue commun, un cimetière, une promotion immobilière (Promo Dar) comme points de repère et une parcelle réservée à un chantier. Nous avons remarqué que la totalité de dessins de types « plan de rues » contient à la fois les 4 éléments spatiaux. Ensuite des dessins qui contiennent 3 éléments spatiaux (les points de repères, les nœuds et les voies). Sur la figure, 5.21 nous montrons un carrefour giratoire et un carrefour en forme de croix simple, leur segment de rue commun, une résidence universitaire et la gare routière (SNTV) comme points de repère, dont ce type de cartes représente 11% de l'ensemble de cartes dessinées.

Le dernier type de cartes mentales avec un seul élément spatial, comporte la plus grande proportion par rapport aux deux autres types. Il représente 53%, sur la figure 5.22 nous pouvons remarquer que l'interrogé a cité 4 points de repères (une gare routière, un lycée, un hôtel et un hôpital militaire). En revanche, ces points de repères sont sans parcelles et le parcours est sous forme d'un seul trait sinueux.

5.2 Répartition des cartes mentales suivant la présence des éléments spatiaux

(Source : Auteure,2024)

Eléments spatiaux présents	Fréquence	%	Exemple
✓ Les points de repères ✓ Les nœuds ✓ Les voies ✓ Les parcelles	35	37 %	 5.20 Exemple de présence de 4 éléments spatiaux dans une carte mentale
✓ Les points de repère ✓ Les nœuds ✓ Les voies	10	11 %	 5.21 Exemple de présence de 3 éléments spatiaux dans une carte mentale

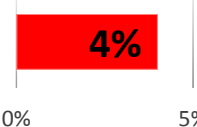
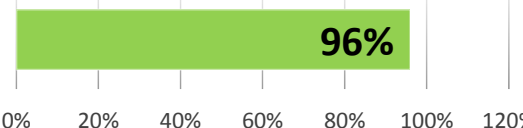
✓ Les points de repère			 5.22 Exemple de présence d'un élément spatial dans une carte mentale
	50	53 %	

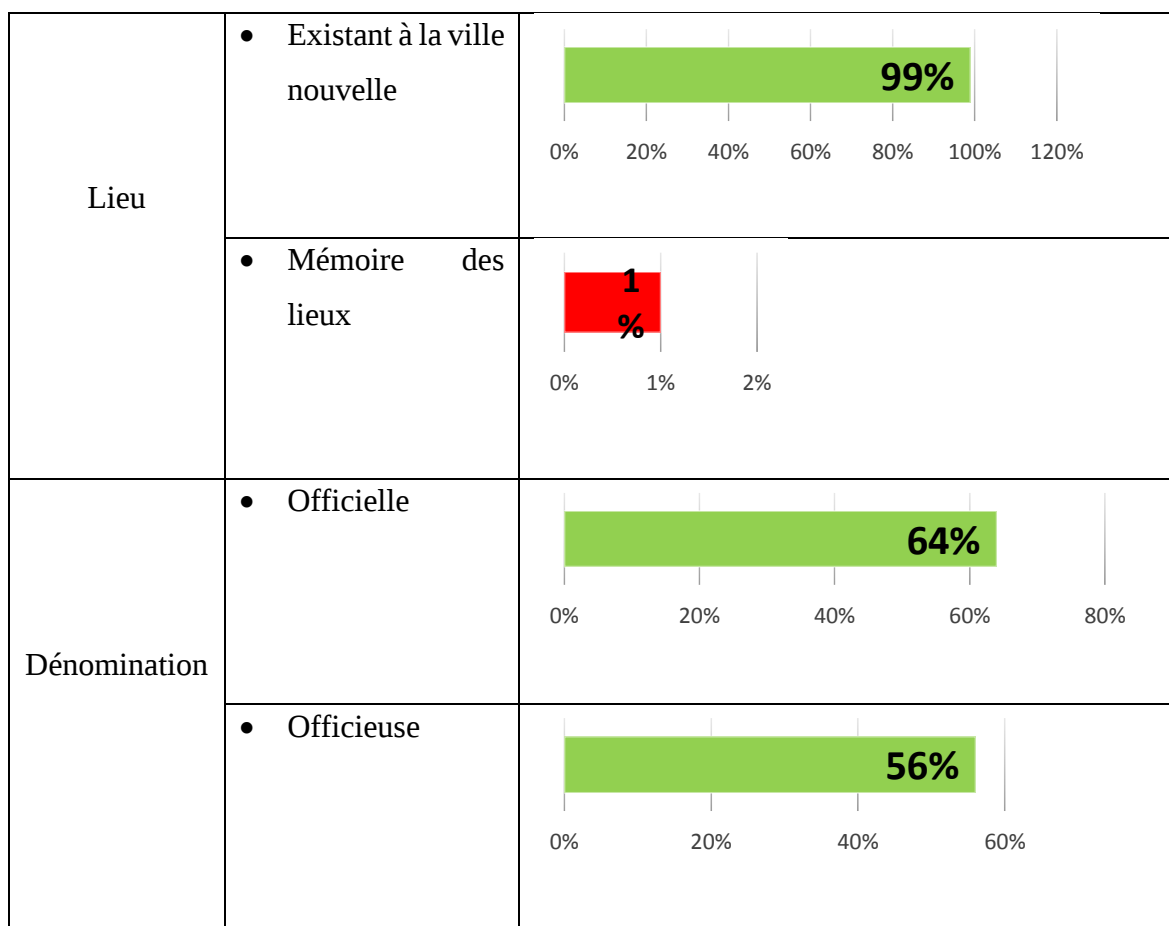
5.1.4 Dévoiler la toponymie Mendjeloise à travers les cartes mentales

Un simple coup d'œil sur les parcours domicile-lieu emblématique dessinés par les interrogés, montre la primauté donnée aux noms de nouveaux projets et équipements de la ville nouvelle et aux dénominations officielles des quartiers.

5.3 Grille d'analyse des toponymes mentionnés par les enquêtés dans les cartes mentales

(Source : Auteure,2024)

Critères	Indicateurs	Echelle graphique
Nature du nom	• Ancien	 0% 5%
	• Nouveau	 0% 20% 40% 60% 80% 100% 120%



Dans les premières années d'installation des habitants dans la ville nouvelle Ali Mendjeli, le repérage dans la ville était difficile, du fait de l'absence total de la dénomination des lieux. Aucun symbole ou attribut au cadre bâti qui facilitent aux habitants et même aux étrangers à connaître circuler et se déplacer dans la ville. Pour les pionniers le transfert vers la ville nouvelle n'était pas un choix, mais il a été imposé par les autorités publiques. Ces habitants se trouvaient perdus dans une ville nouvelle sans légende, ils se sont appuyé sur leurs expériences résidentielles passées pour identifier leur ville. De ce fait, ils ont créé un environnement qu'ils connaissent en gardant les noms de leurs lieux d'origine. D'après (Côte, 2006), le territoire a été porté par les habitants à la semelle de leurs souliers, et cette sensation d'appartenance est exprimée par les noms donnés dans la ville nouvelle aux groupements d'immeubles, qui reprennent le bidonville d'origine.

Cette dénomination remonte à la prégnance des bidonvillois dans les premières années de la ville nouvelle. D'autre part, l'incursion des programmes de logements pour les classes moyennes et aisée, le grand investissement que la ville a connu à travers l'implantation des

grandes structures (Pôle universitaire, Mall...), ont engendré une actualisation des noms des lieux.

Quand nous demandons aux habitants une direction (Voir Q 13 en ANNEXE B), ils citent souvent des noms des équipements (Sans visa, Mall, Ritej, polyclinique, Cosider) ou bien des noms des souscripteurs des logements (Promotion Chaar Dib, AADL, Cosider). De même des mots dus au langage technique (extension). D'après Mohamed un enquêté parmi les pionniers de la ville nouvelle Ali Mendjeli, il a utilisé Cosider comme point de repère pour nous donner l'adresse de son domicile situé à l'UV 09, il s'exprime à ce propos :

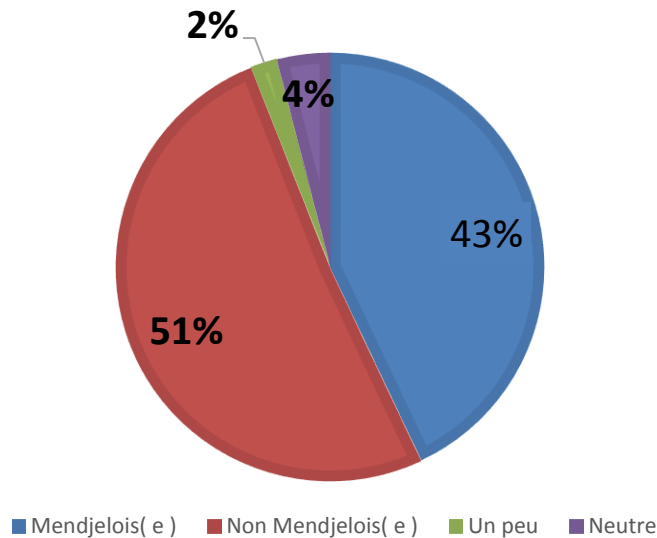
" Jadis, ce lieu s'appelait Tindouf, parce qu'il était presque vide. Aujourd'hui, très peu de gens qui disent Tindouf (certains vieux primo-arrivants), ou bien les locaux de Bardo, la plupart disent par exemple UV10 pour Tindouf ou bien ils utilisent les équipements (des mosquées et des bâtiments d'habitation) comme des repères pour expliquer la localisation d'un endroit"

Ces nouveaux noms, ont pour mission le quasi effacement, d'un passé transféré par les pionniers de la ville nouvelle. La question toponymique à Ali Mendjeli est du fait des classes sociales qu'a connu la ville pour savoir s'y repérer sans mal.

5.2 Propriétés identitaires

5.2.1 Analyse du sentiment d'appartenance à la ville nouvelle Ali Mendjeli

Dans cette partie, nous envisageons d'analyser l'attachement et le sentiment d'appartenance à la ville nouvelle Ali Mendjeli en croisant certains indicateurs. Les répondants ont été interrogés de façon directe sur leur sentiment d'appartenance, en justifiant leurs réponses à travers les raisons d'avoir ou pas un sentiment d'appartenance envers cette ville (Voir Q 10 en ANNEXE B).



5.23 Distribution en pourcentage des déclarations des répondants sur le sentiment d'appartenance à la ville nouvelle Ali Mendjeli

(Source : Auteure, 2023)

Comme le révèle le cercle proportionnel (Figure 5.23), les répondants dans le cadre de l'enquête se sentent mendjelois pour 43% d'entre eux. Alors que, 51% ont déclaré de ne pas avoir un sentiment d'appartenance à Ali Mendjeli. Ainsi, une minorité de 2% a commencé à se sentir mendjeloise et exprime ce sentiment par l'expression "un peu".

Lors de l'analyse des raisons mentionnées par chacune de ces quatre catégories pour exprimer leurs affections envers la ville nouvelle Ali Mendjeli, nous avons cherché à vérifier si les répondants sont :

- Natifs,
- Primo-arrivants
- Où leurs origines géographiques avant d'arriver à la ville nouvelle, leur statut de propriété et la durée de résidence sur Ali Mendjeli, influencent ce sentiment d'appartenance envers la ville.

La majorité des personnes interrogées qui ont répondu "oui" sont des natifs et des primo-arrivants. Certains ont justifié leur sentiment d'appartenance par la longue durée de résidence dans la ville nouvelle.

"Oui, je pense que je ressens le sentiment d'appartenance. Je suis arrivée à la ville nouvelle à l'âge de trois ans, donc je suis grandi ici" (Imane, 20 ans, étudiante en médecine vétérinaire, arrivée à la ville nouvelle en 2003).

De même, une autre enquêtée a justifié son sentiment d'appartenance : "Oui, j'ai l'impression d'être habituée, cela fait presque huit ans que je vis dans cette ville" (Aya, 20 ans, étudiante en médecine vétérinaire, arrivée en 2013).

Cependant, les enquêtés ayant répondu par " non je ne me sens pas mendjelois " expliquent leur refus du sentiment d'appartenance par leur statut de propriété.

"Non, je suis locataire, je n'ai pas de logement dans cette ville, donc je n'ai pas un sentiment d'appartenance " (Soumya, 31 ans, architecte, arrivée dans la ville nouvelle en 2016).

Une autre personne interrogée a justifié son manque de sentiment d'appartenance par son ancien lieu de résidence : "Non, je ne pense pas. Je suis bent l'bled (la fille du centre-ville), ça me semble être un grand douar (la campagne)" (Farida, 35 ans, en chômage, arrivée dans la ville nouvelle en 2020).

Les témoignages ci-dessus, nous ont amenés à analyser la relation entre le sentiment d'appartenance et un certain nombre de variables. Nous avons demandé aux personnes interrogées sur leur âge, leur sexe, la durée de leur résidence dans la ville nouvelle d'Ali Mendjeli, leur ancien lieu de résidence et le statut d'occupation de leur logement.

La relation entre le sentiment d'appartenance à la ville nouvelle Ali Mendjeli et les trois variables obtenues dans l'enquête ont été étudiée.

Dans cette section, nous avons examiné la relation entre la durée de résidence dans la ville nouvelle, l'origine géographique et le statut de propriété des répondants et le sentiment d'appartenance.

5.4 Le sentiment d'appartenance de mendjelois selon la durée de résidence à la ville nouvelle (Source : Auteure,2024)

Vous sentez vous Mendjelois ?	La durée de résidence		
	< 5 ans	5-10 ans	>10 ans
Oui	26,1%	40,4 %	50,7%
Non	69,6%	52,6 %	43,7%
Un peu	4,3%	1.8 %	1,4%

Sans opinion	0,0%	5,3 %	4,2%
--------------	------	-------	------

D'après le tableau 5.4, nous pouvons remarquer que plus de moitié 50,7% qui ont dit oui on se sent mendjelois habitaient à Ali Mendjeli plus de 10 ans. Alors que la grande proportion 69,6% avec la réponse "Non" on se sent pas mendjelois ont vécu à la ville nouvelle moins de 5ans. De ce fait, nos résultats se conforment avec la conclusion de l'étude de Goldar and Daneshpour (2015), sur le rôle curatif du temps contre une faible relation personne-lieu dans les villes nouvelles.

5.5 Le sentiment d'appartenance de mendjelois selon l'origine géographique

(Source : Auteure,2024)

Vous sentez vous Mendjelois ?	L'origine géographique			
	Centre-ville Constantine	Zone périphérique	Ville satellite	Hors wilaya
Oui	46,2%	43,8%	35%	41,7 %
Non	48,7%	53,8%	55%	33,3 %
Un peu	2.6%	0,0%	5%	8,3 %
Neutre	2.6%	2,5%	5%	16,7%

A partir du tableau 5.5 nous pouvons dire que le degré d'urbanité est élevé au centre-ville de Constantine donc chez les enquêtés originaires du centre c'est logique d'avoir un sentiment d'appartenance à Ali Mendjeli avec la grande proportion 46,2 %. parmi les autres origines des interrogés .En revanche, plus on s'éloigne du centre-ville le degré d'urbanité se diminue est c'était le cas chez les répondants originaires des villes satellites qui ont dit Non on a pas un sentiment d'appartenance avec le pourcentage le plus élevé 55% en matière de décliner le sentiment d'appartenance à la ville nouvelle.

5.6 Le sentiment d'appartenance de mendjelois selon le statut de propriété de logements à la ville nouvelle

(Source : Auteure,2024)

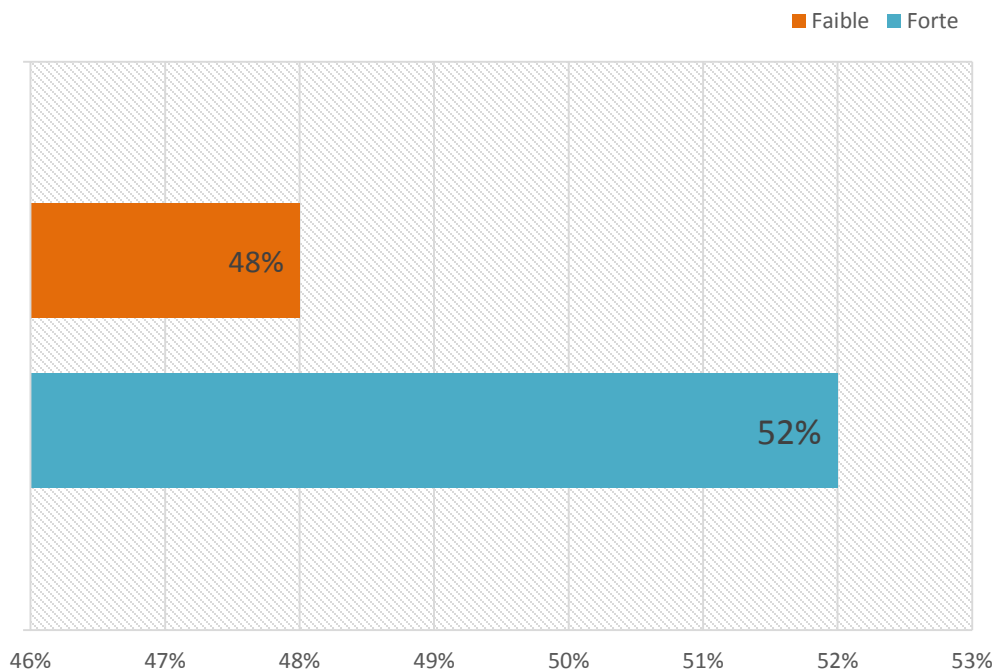
Vous sentez vous Mendjelois ?	Le statut de propriété			
	Propriété	Location/ particulier	Logement de fonction	Logement social

Oui	39,5 %	21,4 %	50%	54,3%
Non	51,9 %	71,4 %	50%	43,5%
Un peu	3,7 %	0,0%	0,0%	0%
Neutre	4,9 %	4,9%	0,0%	2,2%

Selon le tableau 5.6 les interrogés qui sont bénéficiaires d'un logement social représente la grande proportion 54,3% qui ont répondu par "oui" on se sent mendjelois. Ces bénéficiaires sont devenus les maîtres des lieux, c'est pourquoi ils se sont senti des mendjelois. Par contre, les locataires qui ne sont pas des maitres des lieux et selon leurs propos la plupart ont vécu une mobilité résidentielle importante. Dans ce sens cette catégorie disait Non, avec 71,4%.

5.2.2 La relation de voisinage

"Le voisinage est basé sur des "relations primaires", sur la famille, élargie au niveau du village ou d'un groupement urbain à petite échelle ; il se traduit par des relations de face-à-face (interpersonnelles) et des relations quotidiennes"(Jannière, 2008)



5.24 Relation de voisinage entre les mendjelois

(Source : Auteure, 2023)

Selon la figure 5.24 plus de la moitié 52 % des répondants ont pu tisser des relations profondes avec leurs voisins. Suivant les propos des habitants, ils ont des relations de bon voisinage. Contre 48% qui connaissent peu de voisins avec une relation superficielle.

Dans ce sens, Maroua, 23 ans, étudiante, arrivée à la ville nouvelle en 2009 parle des relations de voisinage : *« Avec mes voisins, on a une bonne relation de voisinage, on s'échange les visites entre nous, plus particulièrement avec les voisins du même palier, on se donne des coups de main. Ainsi, nous gardons les enfants de notre voisine chez nous lorsqu'elle était occupée. On s'échange les plats...nous prenons du café ensemble »*

Ainsi, Nedjla, 22ans, enseignante dans une école primaire, est également dans cette rubrique de forte relation de voisinage : *« La plupart des voisins sont de bonnes personnes, on s'échange les visites occasionnellement (mariages, funérailles, maladies...), On a une voisine qui habite seule c'est une femme âgée, ils l'aident toujours, ils font du nettoyage..... »*

5.2.4 Individualisme résidentiel : Relation de voisinage assez superficielle

Des liens très faibles entre les voisins qui ne dépassent pas un salut occasionnel dans la rue pour 48% des répondants. Dans cette catégorie les enquêtés connaissent rarement leurs voisins, un comportement individualiste et d'évitement souvent évoqué par nos interviewés.

Selon Khoubeib, 24 ans, animateur, arrivé à la ville nouvelle en 2015 *« Je ne connais aucun voisin, chacun vit sa vie, mes voisins ne font rien pour le quartier. Moi, je rencontre mes amis hors quartier dans un des cafés.....mmmm.... Café Santiago, Café Parisien... »*

Asma, 31 ans, Ingénieur au CRBT, nous déclare à ce sujet : *« Mon quartier est calme avec un bon voisinage, la relation reste respectueuse et superficielle, on a créé une page Facebook pour notre quartier, dont le but de suivre les actualités de notre quartier, c'est le respect mutuel entre les gens, sans aucune visite ».*

Selon Jannière (2008), le voisinage ne peut exister que dans des conditions de mobilité moindre : la vie dans les métropoles démolit les relations du groupe premier ; quand la mobilité physique et sociale des membres de la communauté s'accroît, l'entité voisinage tend à se dissoudre.

La taille de la ville nouvelle reflète la qualité des relations sociales, les expressions "ville dense", "trop mouvementée", "il ya beaucoup de monde", "il ya trop de bâtiments ", nourrit ce sentiment d'individualisme.

Ces résultats révèlent en effet que les relations entre les habitants de cette cité ne sont pas anodines, et si une minorité reste limitée à une connaissance restreinte à sa famille, une importante majorité a une connaissance approfondie en dehors de la sphère familiale.

5.2.4 Ali Mendjeli dans les aspirations des Mendjelois

5.7 Répartition des aspirations des "enquêtés"

(Source : Auteure,2024)

Aspirations	%
Vie urbaine en harmonie avec la nature	41
Ville plus sécurisée	17
Ville accessible et réseau de transport fluide	11
Ne s'urbanise pas	10
Ville intelligente	5

Le tableau 5.7 représente les attentes des mendjelois en pourcentage. Dans l'ensemble la plupart des répondants cherchent à habiter dans une ville verte et plus durable, dans ce sens 41 % aspirent à une vie urbaine en harmonie avec la nature.

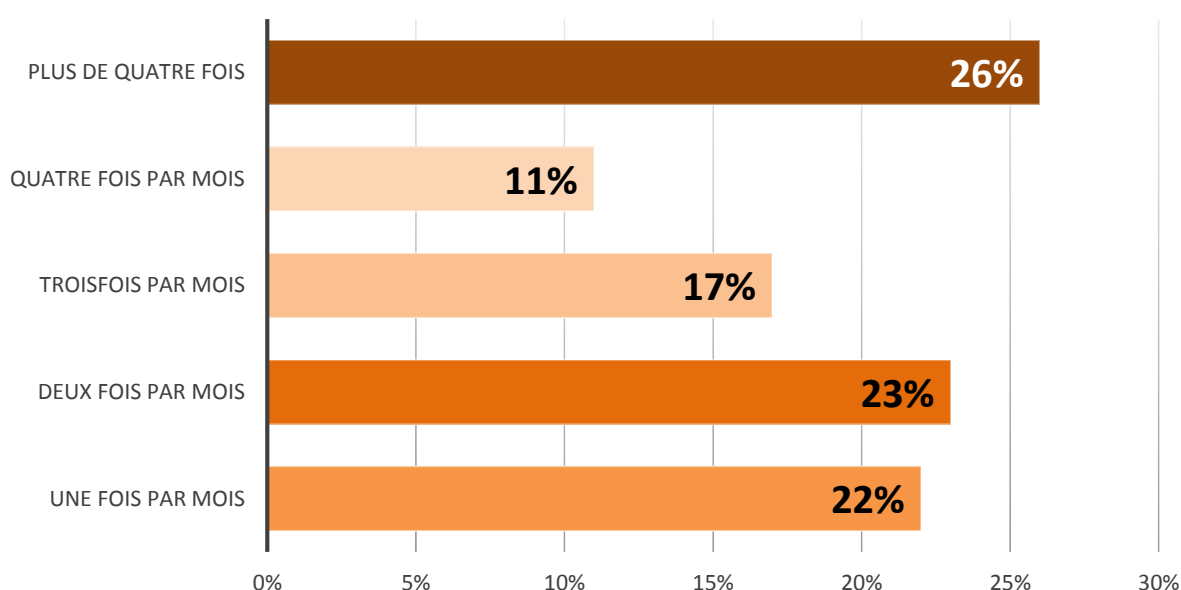
En outre, ils veulent mettre en place des actions pour les différentes tranches d'âge à travers le développement des espaces publics, de rencontre, de détente et de loisir. Ainsi, 10 % des habitants souhaitent que la ville nouvelle ne s'urbanise pas : pas de multiplications des constructions, pas d'augmentation du nombre d'habitants et pas d'extensions. 17 % espèrent que la sécurité soit plus développée. Pour une minorité de 5 % ils espèrent que la ville nouvelle soit une ville intelligente avec la propagation du numérique.

5.1 Pratiques urbaines des mendjelois au croisement de l'ère numérique et la COVID-19

Aujourd'hui, au-delà des pratiques spatiales opérées par les habitants de la ville nouvelle Ali Mendjeli pour construire une nouvelle urbanité dans un nouveau cadre, nous constatons que le mode de consommation, conséquence de la mondialisation, participe d'une manière plus ou moins directe également à cette quête de formation identitaire.

La crise sanitaire de la pandémie COVID-19 que le monde entier a connu ces deux dernières années a modifié les paramètres des pratiques de consommation des individus. Cette conjoncture a été l'occasion pour aborder les réactions et de tenter d'identifier les changements des pratiques

de consommation. En effet cette intermède provoquée par la COVID-19 a permis de déterminer les capacités d'adaptation et de mobilisation pour dépasser ces difficultés. Nous avons pu constater d'une part, le repli sur les moyens basés sur les TIC ; d'autre part la nature des produits et leur exposition, les manières de les commander et les modes de service, ont été des points factuels pertinents dans les modes "de rebondissement face à ce "risque" majeur. D'un autre côté, cette période a montré le degré de "préparation" pratiques et révélé les capacités à mobiliser des moyens pour poursuivre le vécu quotidien.

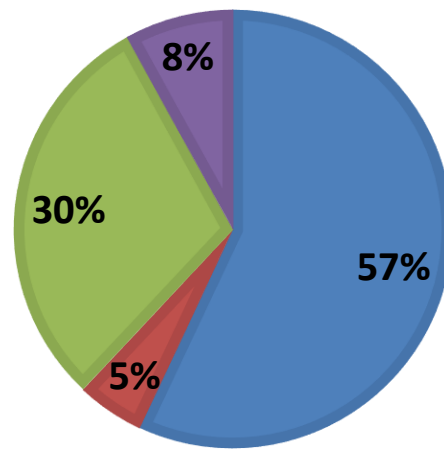


5.25 Fréquence d'achat mensuel des mendjelois

(Source : Auteure,2024)

Selon le diagramme à barre (figure 5.25), la plupart des mendjelois ont l'habitude de faire des courses plus de 4 fois/mois avec 26%. En deuxième position une catégorie qui fait les courses avec une fréquence de 2 fois/mois (23%), puis 22% qui font les achats une fois/mois. Cependant, 17% des répondants effectuent leurs courses, 3 fois/mois. En fin, pour 11% des personnes enquêtées, dans le mois ils font leurs courses 4 fois.

■ Smart phone ■ Tablette ■ PC ■ Ordinateur bureau

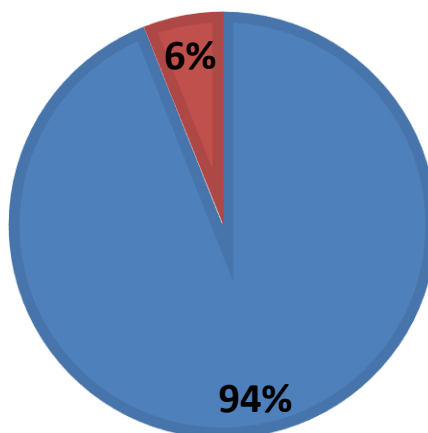


5.26 Répartition des moyens matériels utilisés pour se connecter par les enquêtés

(Source : Auteure,2024)

Afin de déterminer la dotation et la maîtrise des moyens de la technologie par les mendjelois, nous avons mis à la disposition des enquêtés une liste qui contient les différents moyens de communication. D'après la figure 5.26, (57 %) possèdent de plus en plus des smart phones. Puis, 30% des répondants ont des PC. En outre 8% ont des ordinateurs bureau et en fin une minorité de 5 % possède des tablettes.

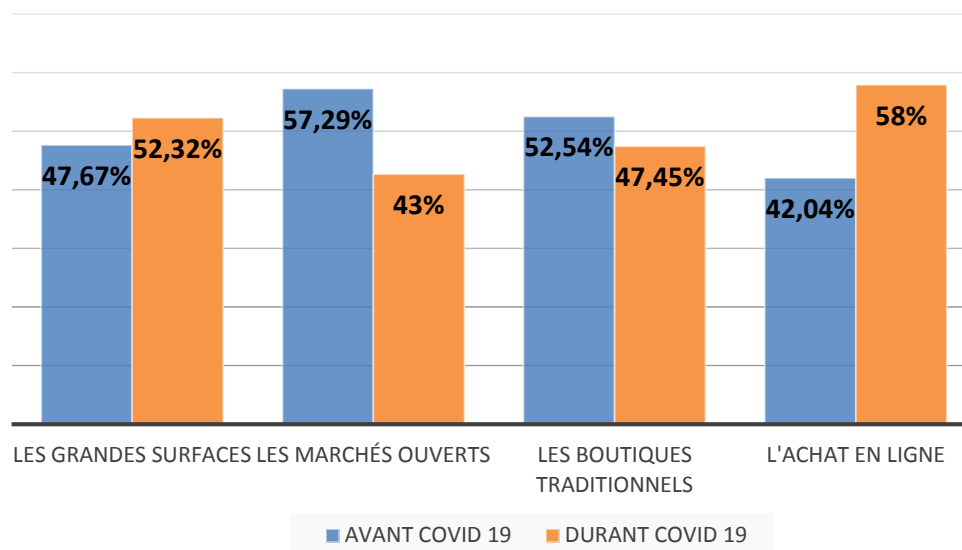
■ OUI ■ NON



5.27 Se renseigner sur un produit ou un service avant de l'acheter sur internet

(Source : Auteure,2024)

Selon la figure 5.27, la majorité des mendjelois (94%) fait des recherches sur internet pour s'informer sur un produit avant de l'acheter ou un service avant de le demander. Néanmoins, une minorité de 6% n'effectuent pas des recherches sur le web.

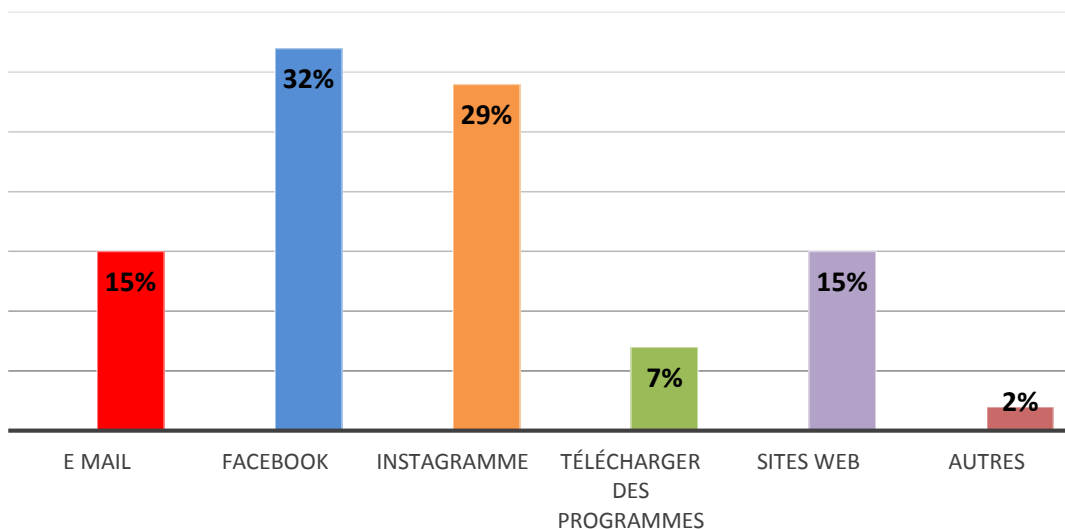


5.28 Lieux de courses fréquentés habituellement par les enquêtés

(Source : Auteure,2024)

Le diagramme à barres (figure 5.28) présente des données sur les lieux d'achat des Mendjelois (Avant et pendant la COVID-19). En bref, le graphique montre que l'utilisation de l'achat en ligne comme moyen d'effectuer des courses a considérablement augmenté au cours de la période de COVID-19. En détail, avant COVID-19, l'achat en ligne était le moins utilisé avec 42% de la population utilisant cette méthode. Par conséquent, l'utilisation de l'achat en ligne a fortement augmenté dans la ville nouvelle Ali Mendjeli pour finalement atteindre environ 58% au cours de la période COVID-19.

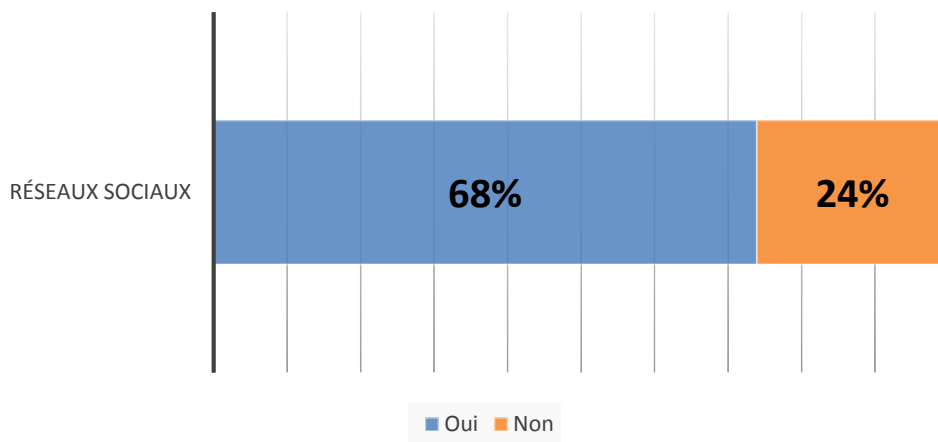
Pour cette période remarquable, nous pouvons constater que la popularité des marchés ouverts, qui était de 57% comme moyen d'achat préféré avant COVID-19, a chuté à 42%. Cependant l'utilisation des commerces populaires est également tombée d'environ 52 % avant COVID-19 à 47 % pendant la crise. L'utilisation des boutiques traditionnels est également chutée, passant d'environ 53 % avant COVID-19 à 47 % pendant la crise. D'autre part, nous pouvons également observer une légère augmentation dans le graphique pour l'utilisation des grandes surfaces.



5.29 Les services les plus utilisés par les enquêtés lors de se connecter

(Source : Auteure,2024)

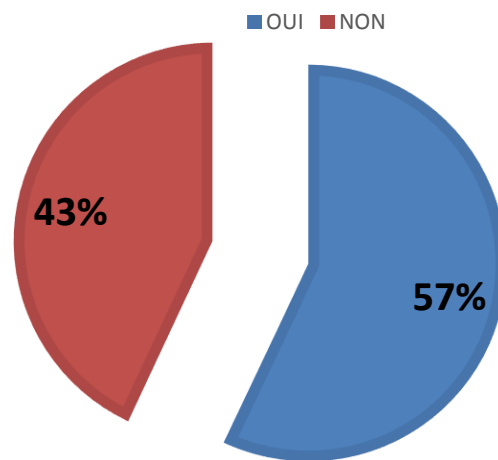
La figure 5.29 présente les services d'internet les plus consultés par les mendjelois. Dans l'ensemble, nous pouvons voir que les réseaux sociaux sont les plus utilisés par les personnes enquêtées dont le Facebook avec 32% et l'Instagram avec 29%. Ainsi, les différents sites web et le courrier électronique avec 15%. Alors que, 7% déclarent qu'ils téléchargent des programmes depuis le web. En fin, une minorité de 2% qui font autres choses sur le net.



5.30 Influence par les publications de marketing postés sur les réseaux sociaux

(Source : Auteure,2024)

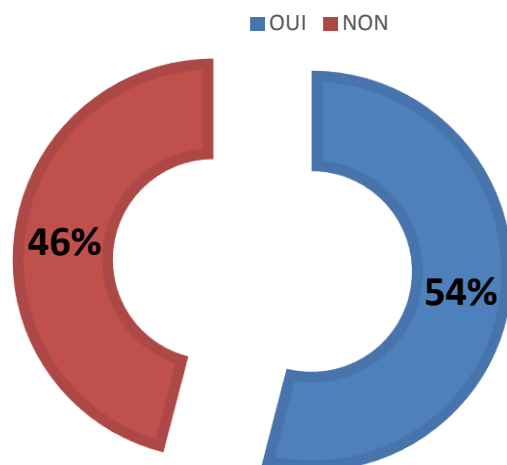
L'histogramme (figure 5.30) illustre l'influence des réseaux sociaux sur le comportement d'achat des consommateurs dans la ville nouvelle d'Ali Mendjeli. La tendance générale est que la majorité des décisions d'achat des consommateurs sont influencées par les médias sociaux. Selon la (figure 5.30), plus de la moitié de personnes interrogées (68 %) sont influencées par les réseaux sociaux dans leurs décisions d'achat.



5.31 Utilisation des applications (Yassir, Heetch...) pour se déplacer

(Source : Auteure,2024)

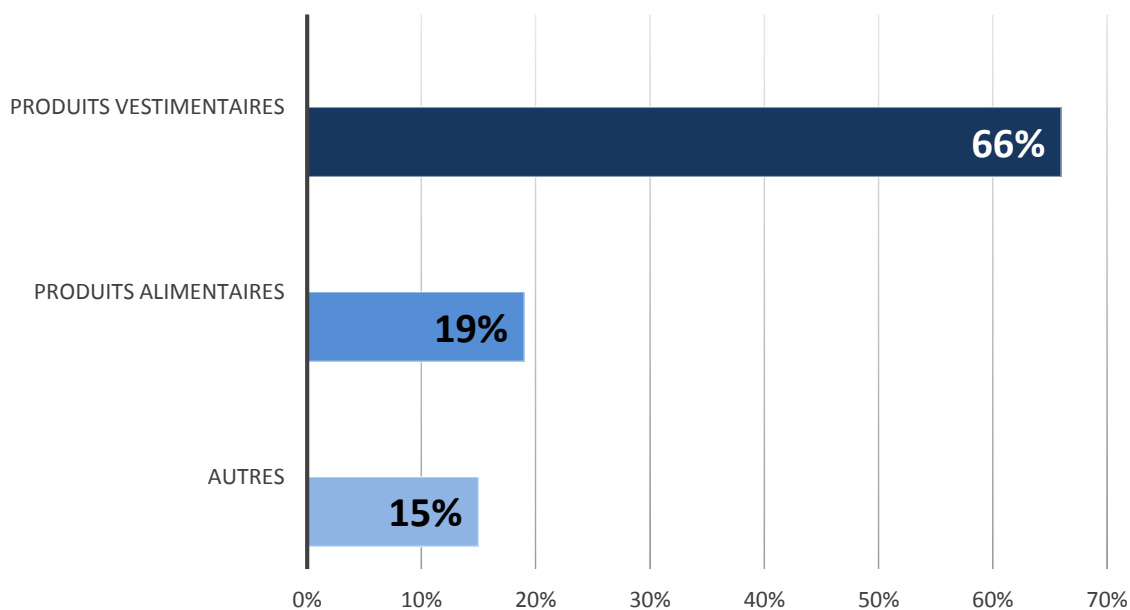
Le cercle proportionnel (figure 5.31) montre le pourcentage d'utilisation des applications de réservation en ligne des services de transport. La tendance générale est que les personnes interrogées se sont familiarisées avec l'utilisation des réservations des services des voitures en ligne. L'enquête menée auprès des habitants de la ville nouvelle Ali Mendjeli a révélé que plus de la moitié des personnes interrogées ont déjà réservé un taxi (Yassir, Heetch...) en ligne. D'autre part, 43% des personnes interrogées n'utilisent pas le service de réservation en ligne.



5.32 Payer un produit ou un service en ligne

(Source : Auteurs 2024)

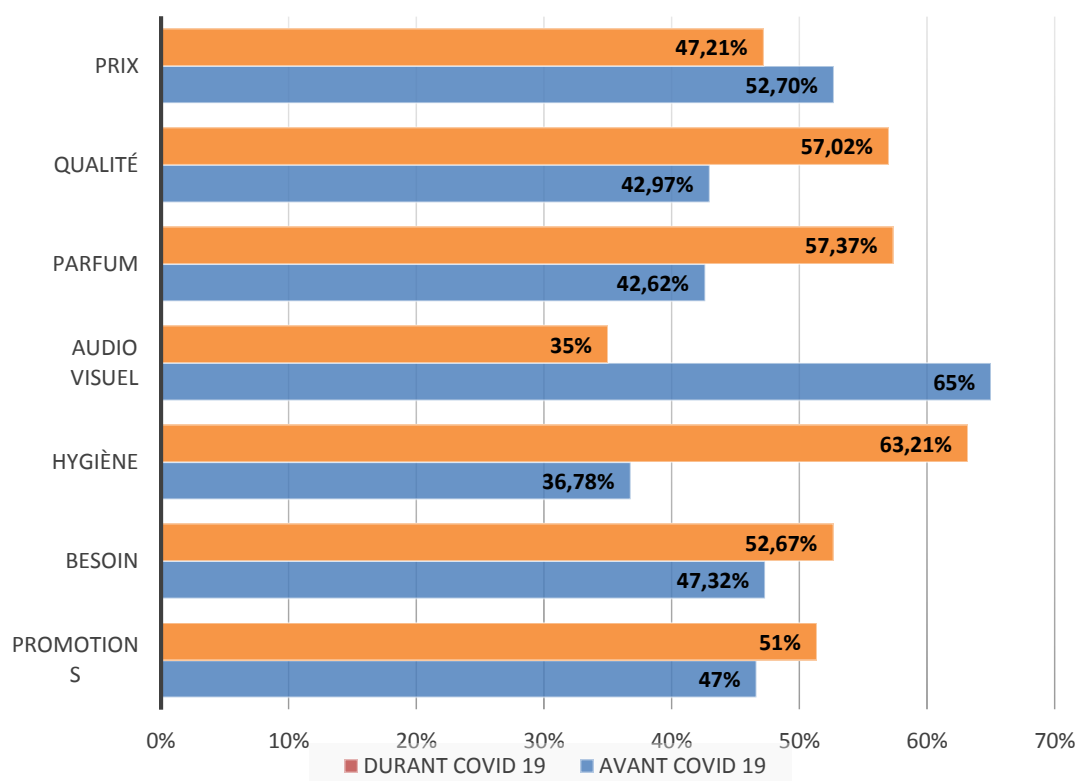
Le diagramme circulaire (figure 5.32), fournis la proportion de paiement en ligne dans la ville nouvelle Ali Mendjeli avant COVID-19. Comme nous pouvons le constater, plus de la moitié (54%) des personnes interrogées paient des produits ou des services via Internet, contre 46%.



5.33 Nature des produits commandés en ligne

(Source : Auteure,2024)

L'histogramme (figure 5.33) montre la nature des produits demandés en ligne par les habitants de la nouvelle ville d'Ali Mendjeli. Dans l'ensemble, nous constatons que les vêtements sont les articles les plus populaires parmi les produits demandés en ligne. Le pourcentage de produits de mode sur le web est estimé à 66% chez les habitants de la nouvelle ville d'Ali Mendjeli par rapport aux produits culinaires et aux autres produits.

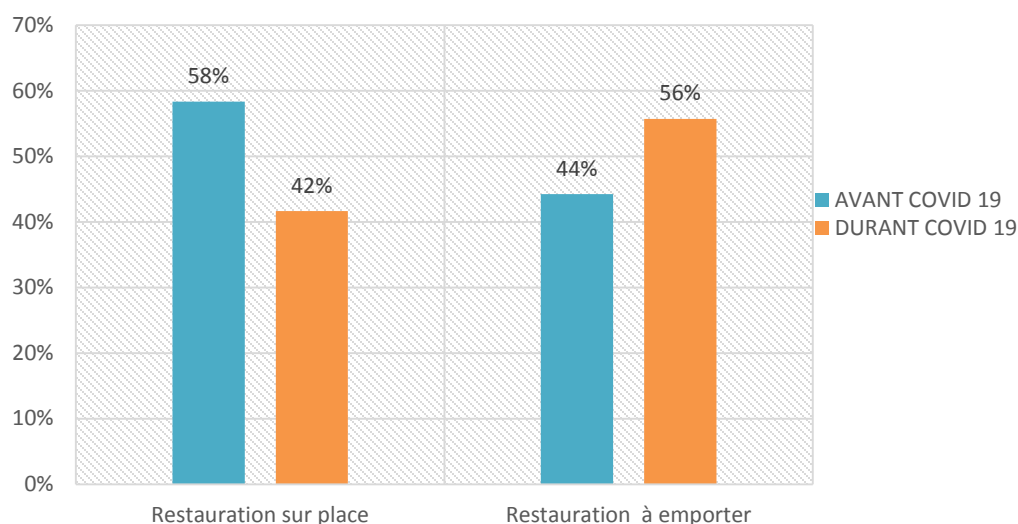


5.34 Facteurs de motivation d'achat des Mendjelois avant et pendant la COVID-19

(Source : Auteure,2024)

Le diagramme à barres (figure 5.34) fournit des informations sur les pourcentages de certains éléments qui motivent les répondants à acheter des produits dans la ville nouvelle Ali Mendjeli avant et pendant la pandémie du COVID-19. Dans l'ensemble, l'hygiène a montré une tendance à la hausse tout au long de la période de COVID-19, identique à l'odeur qui a évolué à la hausse pendant la crise. Les produits de parfumerie sont liés à l'hygiène car une mauvaise odeur est associée à une ambiance favorable au développement des microbes. Produit support de l'audio-visuel (la musique) a connu une tendance à la baisse avec un chut de 30% pendant la COVID-19. En revanche, l'exigence et les promotions ont légèrement augmenté pendant la crise.

L'attention portée au prix est diminuée de 53% avant COVID-19 à 47% pendant la crise et les mendjelois étaient prêts à payer plus, pour satisfaire leurs besoins.



5.35 Service de restauration sur place et à emporter avant et pendant COVID-19

(Source : Auteure,2024)

Le diagramme à barres (figure 5.35), compare la proportion de restauration sur place et de produit de restauration à emporter avant et pendant la crise COVID-19, des habitants de la ville nouvelle Ali Mendjeli. La tendance générale est que produit de restauration à emporter a considérablement augmenté pendant la crise. En revanche, la restauration sur place est déconseillée au cours de la période COVID-19. En raison de la crise sanitaire, les services de restauration à emporter sont passés de 14 % des services sur place.

Synthèse

Les résultats du questionnaire montrent que la plupart des répondants sont des jeunes, prédisposés à la technologie numérique. Les habitants se sont donc habitués à la livraison à domicile et aux achats en ligne, qui ont connu une forte croissance et se sont être une option d'achat viable pendant cette crise. La gestion de la pandémie COVID-19 a trouvé dans la ville nouvelle d'Ali Mendjeli un contexte facilitateur qui lui a permis de s'adapter aux effets de la pandémie.

La période de crise due à la pandémie de la COVID-19 a révélé des aspects pertinents chez les habitants de la ville nouvelle Ali Mendjeli. D'une part :

- Le repli sur les TIC a été amplifié particulièrement dans les modes d'acquisition des produits de consommation.
- L'émergence d'un e-commerce ; qui s'est "élargi" à toutes les couches sociales
- L'émergence des services de "livraison à domicile" de déplacement

Et d'autre part ;

- Les modes de consommation (produits) (marketing, commandes, livraison)
- Les produits de consommation (domestiques, loisirs...)

Conclusion

Ce chapitre a permis d'éclairer la question de l'identité urbaine en construction dans la ville nouvelle dans un contexte actualisé intégrant les impacts de la mondialisation, la maîtrise et l'usage des TIC. Cette construction identitaire est observée également à travers l'émergence des nouvelles générations, l'installation de nouveaux arrivants et l'évolution urbaine d'Ali Mendjeli.

Ces aspects montrent leurs pertinences dans l'établissement de nouveaux modes de formation de l'identité de la ville nouvelle.

L'image collective issue de la lecture des représentations individuelles de l'image de la ville nouvelle est le fruit de différentes questions liées au enjeux identitaires. A propos les thématiques et les images identifiées, nous pouvons constater la formation (en cour) d'une identité commune et le renforcement d'un sentiment d'appartenance à la ville nouvelle.

Le sentiment d'appartenance à Ali Mendjeli repose principalement sur la période de résidence et le statut de propriété des répondants. Les rubriques "lieux emblématiques", "lieux aimés" et "lieux rejetés" sont liés aux enjeux identitaires. Il s'agit d'une question extrêmement importante pour la ville nouvelle, qui est confrontée à la métropolisation, l'installation intensive de nouveaux arrivants et leur insertion dans leur cadre de vie.

La ville est perçue en tant que « grande », « riche » et « peuplée » ce qui signifie que la métamorphose d'Ali Mendjeli a été inscrite dans l'imaginaire collectif. D'autre part, quelques répondants ne conçoivent pas l'évolution urbaine de la ville nouvelle, qui demeure dans leurs esprits une ville « dortoir ».

L'identité de la ville est toujours en formation.

CHAPITRE VI

INTRPRETATION DES RESULTATS ET DEFINITION DES TENDANCES

MAJEURES DANS LA CONSTRUCTION DE L'IDENTITE URBAINE DE LA VILLE

NOUVELLE ALI MENDJELI

Introduction

L'objectif principal de cette recherche est d'identifier les ingrédients qui participent directement ou indirectement dans la construction de l'urbanité et de l'identité mendjeloise. Comme indiqué au chapitre IV, des instruments distincts pour mesurer ces variables ont été utilisés à cet effet (Observation participante, entretiens semi directifs auprès des mendjelois, cartes mentales et questionnaires en ligne).

Conformément à ce qui est décrit au chapitre II, l'identité urbaine se nourrit des rapports au cadre urbain dans tout ce qu'il possède de pertinents. Elle s'établit dans une vision de la ville "constituée" et construite à partir de son "histoire", de sa dynamique et surtout de son image.

Ce chapitre aborde l'interprétation des résultats sous la forme de faits et de représentations socio-urbaines et symboliques. En effet, l'identité et l'urbanité comme les deux faces d'une même "monnaie", se nourrissent des constructions d'un imaginaire social qui s'appuie souvent sur des faits tangibles et sur les suggestions qu'ils sous-tendent.

Il y a lieu de préciser encore que cette construction se poursuit par le recours aux "tendances", qui prennent place et qui s'instaurent comme des pratiques consacrées. En fait, l'identité urbaine s'appuie initialement et prioritairement sur un substrat urbain issu d'une combinaison de faits sociaux adoptés comme idéologie commune et de faits "urbains", comme matérialisation d'un paysage alliant symbolique de "modernité", monumentalité et grandes fonctions.

Ce chapitre est structuré selon une démarche qui conduit à l'élaboration d'une conclusion générale /discussion comme "point de chute". Il y a lieu de signaler que la période de l'élaboration de cette thèse doit être considérée comme "transitoire". Elle n'est qu'un intermède dans un processus toujours en cours, et qui s'amplifie, insère des innovations, se transforme selon la conjoncture, locale, nationale ou internationale.

La structure adoptée s'appuie sur une partition en trois volets.

- La (re) interprétation des résultats. Ce volet consiste à asseoir le substrat de base de l'identité urbaine mendjeloise, comme cumul de plus de 30 années d'âge de la Ville Nouvelle.
- Le deuxième volet ; abordera les tendances qui s'établissent dans la Ville Nouvelle sur la base d'une collecte d'information à travers les "récits" et l'actualité saisis dans les "verbatim"
- Le dernier volet adoptera une forme de lecture "prospective" s'appuyant sur les tendances en cours et sur les phénomènes en " germination ". Bien sur cette lecture se base sur une observation assidue de proximité de faits.

6.1 Caractéristiques originelles du substrat identitaire urbain de la ville nouvelle Ali Mendjeli

6.1.1 Ancrage résidentiel dans la ville nouvelle Ali Mendjeli prélude à l'enracinement

Une ville nouvelle constitue toujours un nouveau cadre morphologique structuré comme une entité matérielle implantée ex-nihilo sur un site "vierge". Dans ce sens toute ville nouvelle ne possède aucune "histoire". Elle ne peut même pas se prévaloir comme ville tant qu'elle n'est pas encore peuplée. En effet, le peuplement est la condition *sine qua none* de la réalité d'une ville vivante et dynamique. Tout fait urbain s'entame par un peuplement. Tout fait urbain a poursuivi le même processus :

Dans la genèse du fait urbain ; à l'origine ou le « *zéro initial* », la « *pure nature* », « *des populations qui relèvent de "l'ethnologie" et l'anthropologie* » (Lefebvre, 1970), dont l'apport principal était l'institution des « *topies fondamentales* ». Ces dernières avaient constitué les principales « grilles » de construction du territoire ou à la territorialisation, comme

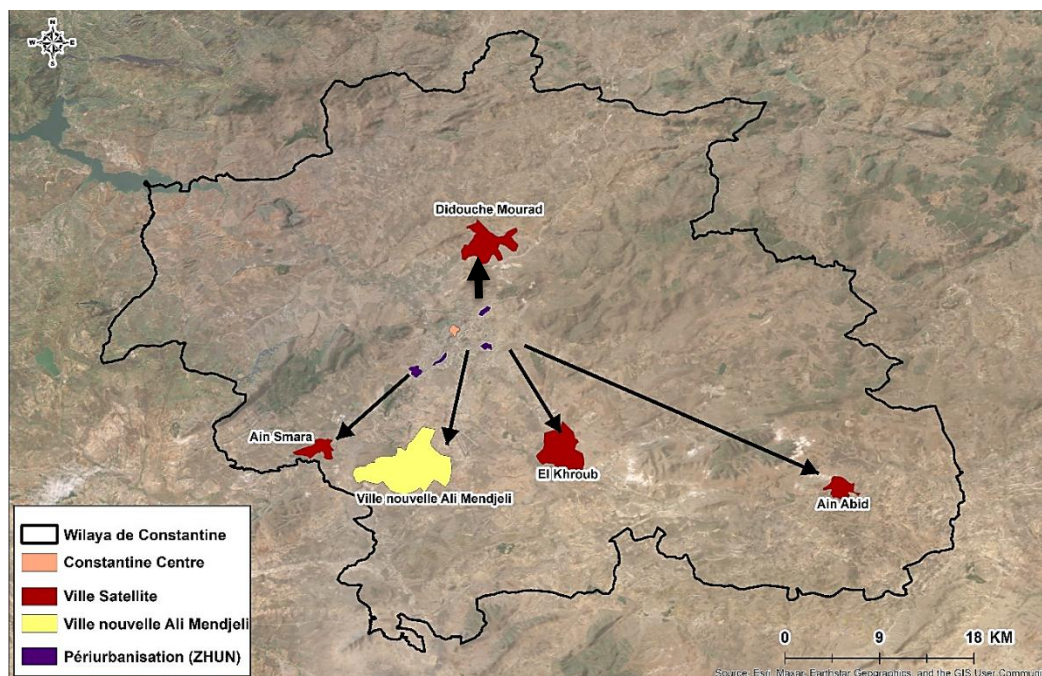
principe permettant d'exploiter des espaces de vie des paysans, des nomades et des semi-nomades avant son sédentarisation définitive (bâisseurs de la « première civilisation »).

Le cas du peuplement des villes nouvelles, est différent des peuplements qui ont caractérisé des zones périphériques urbaines ou des urbanisations dans le cadre des "reports de croissance".

Dans le premier cas, la population relogée peut provenir dans la majorité des cas de la ville même, soit dans le cadre d'opérations de résorption de l'habitat indigne (bidonvilles) ou d'accès au logement social ou dans l'auto construction. Ces modes se déclinent dans des extensions urbaines dépendant des centres urbains anciens. La population maintient ses représentations socio-culturelles, ou dans certains cas "subir" un statut de quartier nouveau en périphérie. Ces quartiers nouveaux qualifiés de "cités dortoirs", demeurent attachés à la ville-mère. En conclusion, le relogement/déplacement des populations en périphérie est considéré comme une "relocalisation" géographique et l'attachement à la ville continue de faire prévaloir l'identité urbaine en place, du moins dans l'échiquier social national ou régional.

À Constantine la périurbanisation a connu un boom durant les années 70/80. Les quartiers du 20 Aout, 5 juillet, Kadi Boubaker et la cité Boussouf à l'ouest, le quartier la BUM, Ziadia au nord, et la cité Zouaghi (Frères Ferrad, 1100 logements, Sonatiba et les différents lotissements tel GERIC...) à l'Est, illustrent cette extension de l'entité urbaine constantinoise.

Dans le deuxième cas, le relogement dans des villes satellites ou dans des banlieues se caractérisent souvent par une "dualité" démographique, représentée par la population d'origine (natifs et les "relogés" d'origine urbaine). Ces opérations d'urbanisation constituent des options dans le cas où les ressources foncières font défaut.



6.1 Urbanisation de la ville de Constantine

(Source : Auteure ,2024)

À Constantine, la croissance a été reportée sur les villes satellites d'El Khroub, Ain Smara et Didouche Mourad (voir figure 6.1). Au début ces extensions ont constitué des cités dortoirs tant les mouvements pendulaires avec la ville -mère ont été d'une grande fréquence. Il a fallu que des générations se succèdent pour que la dualité démographique s'estompe. Car les premiers venus ont préservé leur attachement à la ville-mère et à leurs quartiers d'origine. Cette affectivité a retardé l'instauration d'une identité urbaine locale. Les descendants donc de ces primo-arrivants montrent plus d'attachement aux villes satellites, devenues des villes moyennes (le cas du El Khroub).

La question de l'identité ne peut se détacher d'un substrat démographique qui nourrit le contexte social en représentations collectives. En fait, à la différence des modes d'urbanisation précédents (périurbanisation et report de croissance), l'exurbanisation se singularise par un aménagement d'un cadre de vie sur un site vierge.

L'exurbanisation signifie en premier, l'installation dans un lieu "sans histoire" et "sans mémoire". Dans ce sens, aborder l'identité urbaine, revient à interroger le processus social du

peuplement, la "construction" de l'histoire à travers les biographies et les récits "partagés" et la recherche de solidarité d'intérêt.

En premier, l'ancrage "résidentiel" est un processus intervenant comme "phase" ultime dans une trajectoire résidentielle. "Le terme « trajectoire » renvoie d'abord, de façon générale, à l'idée que « la position occupée par chaque individu peut évoluer dans le temps » (Grafmeyer and Authier, 2008). Cette pratique relève d'une mobilité spatiale ou géographique marquée par les différents lieux ayant servi de "domiciles fixes". Cette itinérance est un prélude à un enracinement qui s'inscrit dans une appropriation durable des lieux.

L'ancrage résidentiel ne suffit pas comme présence physique sur un espace urbain fraîchement réceptionné. L'élargissement aux voisinages est une étape également essentielle pour favoriser une appropriation collective des lieux et pour partager les "faits" participant à alimenter une mémoire collective.

Au-delà de l'appropriation des lieux, l'ancrage est tenu de chercher une légitimité par la mise en forme d'un discours et d'un récit partagé. En somme, quand les "relations" aux lieux géographiques d'origine viennent à s'estomper pour figurer dans les catalogues symboliques ou dans les souvenirs, le temps présent conforte cet ancrage physique et lui octroie une légitimité socio- culturelle pour l'incruster dans la profondeur des lieux de mémoires, ce sera l'enracinement.

6.1.2 Structure démographique et peuplement de la Ville Nouvelle Ali Mendjeli

Selon le RGPH 2008, la ville nouvelle abritait 50 550 habitants⁶. Elle avait 10 ans et en 1999, les premiers résidants se sont installés dans la ville nouvelle. Durant la période 2008-2020, la population d'Ali Mendjeli a connu un taux de croissance très important de 16,10 %, grâce aux programmes de logements lancés dans la ville, qui couvrent les besoins du groupement intercommunal de Constantine, et aussi grâce à sa position centrale avec les 3 villes de Constantine, El Khroub et Ain Smara, traduisant un afflux très important de la population de Constantine vers cette ville, avec un solde migratoire de 14,50 % durant la même période.

⁶ Ce chiffre représente le nombre d'habitants depuis les premiers logés (1993). Le RGPH de 1998 a considéré les habitants comme partie de la périphérie de la ville.

Aujourd'hui après une période de trois décennies (1993/2023), la structure démographique se dessine d'une manière plus ou moins claire (1993 représente l'année où les habitants commençaient à affluer).

Quoique difficile de cerner la structure sociodémographique, nous optons pour une catégorisation s'appuyant sur le critère "ancrage résidentiel".

Dans cette optique, nous distinguons trois grandes catégories définissables par rapport à la période de leur implantation sur les lieux.

La première catégorie est constituée des primo-arrivants. Dans le traitement des résultats (chapitre V), nous avons opté pour un ancrage résidentiel supérieur à 10 ans. Ce sont les pionniers, c'est-à-dire les premiers habitants qui non seulement "nommer" les lieux, ils sont également les détenteurs de la mémoire de la ville nouvelle depuis son commencement.

La deuxième catégorie est celle des habitants installés depuis plus de cinq années et moins de dix années. Cette catégorie est en phase d'adaptation. Nous pouvons penser qu'elle s'est familiarisée avec le cadre urbain et qu'elle a en principe assimilé un rythme et a identifié ses repères.

La troisième catégorie est constituée des habitants récemment installés, depuis moins de cinq années. Qualifiée de néo-arrivants, ces habitants peuvent figurer parmi les personnes en phase de "mobilité résidentielle". Une phase qui relève de l'indécision de fixation définitive dans la Ville Nouvelle Ali Mendjeli.

Enfin parmi ces catégories, se définit une "classe" de natifs. Ce sont les habitants descendants des primo-arrivants. Cette classe constitue la première génération, si on considère la Ville Nouvelle Ali Mendjeli comme lieu de naissance. Cette classe n'a pas d'autre "histoire" ni d'origine géographique que le "point zéro" dans la chronologie et dans le territoire urbain de la Ville Nouvelle Ali Mendjeli.

La lecture de ces données sociodémographiques, nous amène à formuler des interprétations en recourant à des synthèses et des recoupements à partir des résultats obtenus et figurant dans le chapitre V.

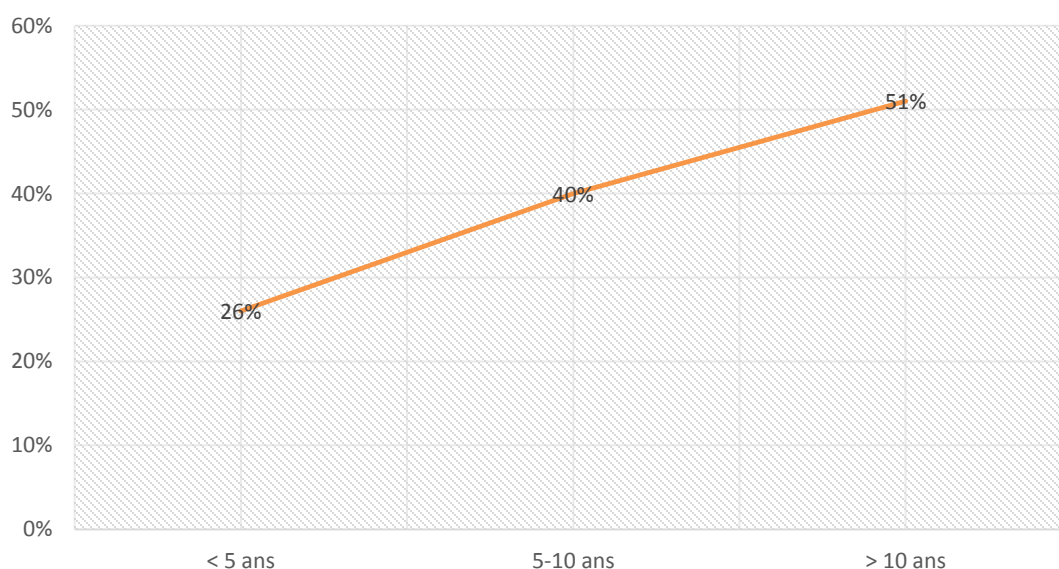
En premier lieu les facteurs fondamentaux d'une approche analytique et interprétative du domaine sociodémographique privilégient les dimensions "personnelles" des habitants.

- **La dimension 1 : " l'histoire propre" de l'individu**

Habiter une ville (ou un quartier) c'est aussi s'inscrire dans son histoire au quotidien, dans ses faits divers et dans son rythme vital. Bien sur cette insertion s'effectue également après un temps plus ou moins long d'exploration des quartiers. Cette exploration s'appuie également sur une mémorisation des lieux et leur classification dans un rapport de qualité ou de fonctions. Cette phase peut être qualifiée de " construction d'une individuation urbaine". Et c'est une phase cruciale dans la construction de l'identité urbaine.

Il y a dans cette histoire personnelle des influences notoires, particulièrement un système de références saisies à partir des origines géographiques. Il faut préciser que l'origine géographique ne signifie pas une origine sociale ou ethnique, mais le précédent "domicile" considéré dans une approche de mobilité résidentielle ou biographie résidentielle.

A considérer la situation dans la ville nouvelle Ali Mendjeli en s'appuyant sur les résultats de l'enquête (chapitre V), nous relevons le sentiment d'ancrage au nouveau lieu s'accroît en rapport à la durée de résidence.



6.2 Degré d'ancrage résidentiel en fonction de la durée de résidence

(Source : Auteure,2024)

Il y a une certaine pesanteur de l'héritage accumulé dans les différentes étapes de la mobilité résidentielle. Dans le cas de la Ville Nouvelle Ali Mendjeli, les primo arrivants (considérés comme les plus anciens habitants (plus de 10 années) le sentiment d'appartenance décliné "se sentir "Mendjelois", est plus de 50 %. Comparée au néo-arrivants ou par rapport aux habitants récemment installés (moins de 10 ans et de 5 ans), les proportions montrent une relation à la durée de résidence.

Nous pensons que ce sentiment d'appartenance est toujours en augmentation. Il évolue avec le degré d'implication des nouveaux venus dans l'histoire et dans le rythme quotidien de la Ville Nouvelle Ali Mendjeli et aussi dans le tissage des liens sociaux (voisinage, famille).

Restent les natifs. Ceux-là n'ont pas une "reliquat" géographique". Leur biographie résidentielle se confond en terme de temps à l'âge de la Ville Nouvelle Ali Mendjeli.

Les natifs n'ont pas d'histoire autre que celle de leur vécu. Ils n'ont pas de pesanteur sociale ou culturelle ou même urbaine à faire valoir. A considérer l'âge de la Ville Nouvelle, cette catégorie a moins de 30 ans. (Officiellement les RGPH, ont inséré la Ville Nouvelle Ali Mendjeli à partir de 2008). Il est très difficile de déterminer les statistiques pour cette classe.

Cependant, il est important de signaler que les natifs se prévalent d'un certain "droit" sur la Ville Nouvelle. En effet, n'ayant aucune trajectoire résidentielle propre, ils sont conscients de leur statut de substrat démographique de la Ville Nouvelle. Ainsi le terme "Ouled Nouvelle" tend à désigner ces natifs après un intermède où les lieux résidentiels sont qualifiés des noms des quartiers d'origine avant leur relogement.... (New York, Fedj Errih...).

En un mot, l'avenir appartient aux natifs. Ils en sont conscients.

- **La dimension 2 : les origines géographiques**

L'origine géographique tient son importance dans la construction de l'identité urbaine en tant que fond socio-culturel prégnant. Dans une situation de mobilité résidentielle, il peut agir en tant que facteur retardateur du processus d'adaptation au nouveau contexte urbain. Selon Ramos (2011), "La mobilité introduit un impératif de redéfinition permanente et provisoire des relations, de soi et de la relation à l'histoire et à l'héritage familial."

En effet, l'ancrage résidentiel pour les nouveaux habitants commande des efforts ; des stratégies et des "sacrifices". En fait, pour éviter de rester en marge de la communauté ou du voisinage, le néo arrivant est appelé à sacrifier quelques acquis socio-culturels et mentaux pour s'intégrer.

L'insertion dans une communauté "préexistante" soulève chez le néo-arrivant des tensions. Les référents inculqués dans le processus de socialisation sont soumis à comparaison ou à confrontation avec les valeurs communes ou partagées.

Les choix des "catégories" territoriales reflètent les origines géographiques des habitants de la ville Nouvelle Ali Mendjeli.

En fait, les habitants venus du Centre de Constantine (habitants de la Vieille Ville, de Saint-Jean) imbus d'une certaine citadinité "honorable", expriment leurs "objections" quant à leur relogement dans les nouveaux logements de la Ville Nouvelle. Le vocabulaire usité traduit un sentiment de frustration : " *on a été déporté...*" (expression d'un habitant en aparté). L'attachement et le sentiment d'appartenance est très faible, particulièrement chez les personnes de la tranche d'âge supérieure à quarantaine.

Les habitants relogés dans le cadre des programmes de Résorption de l'Habitat Précaire (RHP), viennent des zones urbaines périphériques. Ils sont de deux catégories :

- Les originaires des quartiers anciens dans la périphérie du Centre-ville de Constantine (Bardo ; Aouinet El Foul...). Les habitants de ces quartiers populaires avaient acquis un "droit" sur la ville de Constantine, se considèrent comme porteurs d'une citadinité légitime après 3 à 4 générations.



6.3 Tag sur un mur à l'UV 18

(Source : Bouchareb,2024)



6.4 Inscription sur un bâtiment à l'UV02

(Source : Auteure,2020)

- Les relogés des "bidonvilles" à la périphérie de la Ville de Constantine ; qui avaient vu le jour durant le début des années 90 (Oued El Had, Fedj Errih, New York...).

Les réactions par rapport aux nouveaux quartiers peuvent être classées en deux registres. Pour les premiers, leur relogement a été considéré comme "relocalisation". En effet, restés entre voisins, les habitants ont pris en charge leur cadre de vie par des actions de participation à l'aménagement des espaces collectifs. Cette implication collective suppose une "conscience" collective augurant une appropriation des espaces communs et prélude un ancrage résidentiel prometteur.



6.5 Aménagement d'un espace extérieur par les habitants à l'UV 18

(Source : Bouchareb,2024)

Pour les seconds, affectés dans les unités de voisinage 14 et 19, leur installation a reconduit la précarité de leur cadre d'origine. Ces unités de voisinages avaient été des lieux de faits divers ayant défrayé la chronique particulière en 2014⁷. En effet, l'apparition des "gangs", des bagarres, des actes de violence et des crimes crapuleux. La mise en place d'une politique rigoureuse par les services de sécurité avait permis de reprendre en main la situation. Aujourd'hui, les "descendants" de ces habitants ont d'autres préoccupations, particulièrement dans les emplois de commerces et de livraisons.

⁷ <https://observers.france24.com/fr/20140326-video-algerie-constantine-ali-mendjeli-affrontements-election>

Les habitants venant des villes satellites (El Khroub, Ain Smara...) sont dispersés sur les différentes unités de voisinage de la Ville Nouvelle Ali Mendjeli. L'ancrage résidentiel de ces habitants fait souvent l'objet d'un choix (proximité du lieu de travail, accès au logement).

Les habitants originaires des autres wilayas ne sont pas très nombreux. La plupart de ces résidents a opté pour la Ville Nouvelle Ali Mendjeli pour des raisons professionnelles (universités, fonctions libérales).

L'origine géographique est un facteur important dans l'ancrage résidentiel. La construction de l'identité urbaine doit passer par une étape de "sacrifice" et de mise entre parenthèse des "acquis" de la socialisation dans l'élaboration de "l'entre-nous", des rapports de voisinage et des relations communautaires.

- **La dimension 3 : le statut du logement**

Le statut du logement signifie dans cette interprétation, le cadre juridico-administratif qui a permis l'accès au logement. En général dans ce cadre, nous retrouvons, la location, la sous-location, la pleine propriété et le logement de fonction ou d'astreinte.

Quelle est la pertinence de cette dimension ?

Il y a une relation étroite entre le peuplement de la Ville Nouvelle Ali Mendjeli et le statut juridico-administratif d'accès au logement. En fait, ce statut révèle les intentions des occupants dans une vision d'ancrage résidentiel. S'agit-il d'un "projet" suivi dans le cadre d'une mobilité résidentielle, donc d'un choix délibéré (pleine propriété) ? ou d'une contrainte "professionnelle" (le cas des logements d'astreinte) ou des contraintes sociales (particulièrement financières, loyers accessibles).

Dans tous les cas de figure, cette dimension traduit également les possibilités présentes dans le peuplement, dans l'ancrage résidentiel et enfin dans la "densification" démographique. En effet, le choix de la Ville Nouvelle Ali Mendjeli comme étape dans la mobilité résidentielle s'affiche comme une manière de s'installer dans les "antis-chambres" de la Ville avant de décider d'y demeurer.

En fait, s'agissant de la Ville Nouvelle Ali Mendjeli considérée comme étape transitoire ou provisoire dans le parcours résidentiel, peut s'inscrire dans la nécessité professionnelle (études dans l'une des universités particulièrement pour les étrangers, ou pour les cadres de l'état).

En considérant le nombre majoritaire de logements issu des opérations de promotions immobilières privées, il est clair que ce statut renvoie à des propriétés de plein droit. Cependant, ces logements peuvent faire l'objet de "sous-location". Ce qui ne conforte pas un ancrage résidentiel essentiel au peuplement permanent. Par conséquent, l'identité urbaine ne peut faire l'objet d'une motivation accrue.

La durée de résidence dans le cadre d'une "sous location" produit également un ancrage résidentiel qui continue à agir dans le cadre d'une mobilité résidentielle dans le même périmètre urbain, particulièrement avec les attaches sociales développées. Les raisons professionnelles, le voisinage, la scolarité...peuvent intervenir pour produire une mobilité résidentielle et une motivation supplémentaire pour demeurer dans le périmètre de la ville Nouvelles Ali Mendjeli.

Toujours est -il, les promoteurs immobiliers multiplient les formules d'accès au logement et participent ainsi directement comme acteurs dans la fabrication de la ville et indirectement dans son peuplement.

La répartition géographique des habitants sur la Ville Nouvelle Ali Mendjeli (différenciation entre social/standing, origines géographiques), le paysage dans la production du bâti et les ambiances qui en résultent participent dans la "construction d'une identité urbaine" nécessaire à l'accomplissement du fait urbain et du statut de "ville".

La diversité ethnique, les origines géographiques des populations, la diversité des logements (soit dans le statut ou dans le standard) constituent un substrat démographique, sociologique et morphologique pour que la Ville Nouvelle Ali Mendjeli acquiert un statut de ville et prétendre construire une identité urbaine propre et une urbanité correspondant à la mentalité de ses habitants.

6.1.3. Identité, urbanité et images urbaines

Au-delà de l'ancrage résidentiel et du peuplement, l'identité puise ses ingrédients dans toutes les ressources urbaines présentes. Ces marques se caractérisent surtout par leurs pertinences morphologiques, symboliques et fonctionnelles. L'image urbaine est plurielle. Elle est une

collection de représentations partagées et mises en avant pour conforter une appartenance glorieuse ou du moins positives.

Les « édifices » emblématiques de la Ville Nouvelle Ali Mendjeli prennent une dimension monumentale et symbolique telle qu'ils deviennent des facteurs de fierté. Ainsi, dans cette image figurent, les Malls, les Centres commerciaux, les Universités et le Tramway.

Dans cette série d'équipements toujours cités dans les récits, les pertinences peuvent être identifiées dans les caractéristiques visuelles. En effet, la visibilité procède d'une sélection influencée par la perception. Nous distinguons les grandeurs volumétriques et surfaciques. Les « textures », les couleurs et les formes et enfin l'affluence comme indicateur d'attractivité.

- **La monumentalité :** en effet l'échelle (la grandeur morphologique) participe à la visibilité de l'édifice et constitue une « valeur » exploitable dans les discours usant de superlatifs. (Le plus grand, le plus haut...).

Les universités sont souvent citées, car elles se caractérisent par leurs surfaces (assiettes d'implantation) les plus importantes dans la ville nouvelle Ali Mendjeli.

6.1 Etendues des universités de la ville nouvelle Ali Mendjeli

(Source : Auteure,2024)

Equipements	Surface en Ha
Université Abdelhamid Mehri (Constantine2)	34
Université Salah Boubnider (Constantine3)	170

Les Centres Commerciaux se caractérisent par leurs volumétries qui les rend présents sur le paysage urbain de la Ville Nouvelle Ali Mendjeli.



6.6 Ritej mall dans le paysage de l'espace mendjelois

(Source : TikTok, 2024)



6.7 Yes Mall dans le paysage urbain

(Source : Bouchareb, 2024)

- **L'architecture** : cette dimension se décline également par sa portée perceptuelle. Elle évoque les aspects esthétiques comme visuellement incontournables. Toute image urbaine porte en elle des « configurations » formelles, des textures comme habillage caractéristique et des couleurs.

Ces qualités architecturales sont toujours mobilisées pour alimenter le discours sur l'identité. À la longue les édifices se déclinent par leurs architectures.

Dans les « vieilles-villes » l'identité urbaine se projette sur les édifices historiques, sur les monuments et sur les lieux de mémoires (les espaces publics urbains). En fait, ce « patrimoine » constitue la trame de fond de la ville et participe ainsi à alimenter la « fierté » locale.

Dans le cas de la Ville Nouvelle Ali Mendjeli, l'architecture la plus mise en exergue participe d'une stratégie de « marketing » urbain. Elle est choisie pour conforter les opérations d'investissement consenties par les promoteurs.

Pour les habitants de la Ville Nouvelle Ali Mendjeli, l'appropriation de cette image est détournée pour affirmer un « marketing social ». Ce dernier est une stratégie employée comme attribut mettant en avant l'image de marque, qui favorise un certain « orgueil » urbain utilisé pour faire face aux discours dévalorisant la Ville Nouvelle Ali Mendjeli.

La quasi-totalité des grands équipements commerciaux (Malls et centres) ont opté pour une architecture au style international. Pour rappel, ce style issu du Mouvement Moderne s'exprime à travers des volumes, des façades et des compositions en rupture totale avec les styles locaux traditionnels.

En effet, dans un élan de marketing, l'habillage est recherché pour un rendu de somptuosité et du sens de luxe. L'architecture d'intérieur des malls et des centres commerciaux ne se départit pas du recours aux « scratch et paillettes » à un mobilier au design « suggestif », aux supports publicitaires et à la signalétique moderne et surtout aux « équipements » d'accessibilité contemporains. (Ascenseurs panoramiques, escalators ...).

L'architecture et le design intérieur marquent les édifices en confortant leur présence sur le paysage, et apportent des touches « modernes » ou mondialisées. Ces caractéristiques alimentent le discours et les récits des mendjelois dans la représentation de leur identité urbaine.

- **La symbolique :** nous appelons ainsi toutes les représentations qui découlent des précédentes catégories (monumentalité, architecture et attractivité qui enveloppent la ville et lui prêtent un discours verbal ou les qualificatifs de « positivité » sont récurrents. Ces qualités sont omniprésentes dans la construction de l'identité urbaine de la ville nouvelle Ali Mendjeli.

Le principe de cette symbolique privilégie un ordre nouveau, à l'opposé de l'ordre traditionnel. Ce qui convoque la « modernité » en tant qu'ordre s'inscrivant dans une logique « universelle ». En effet, cette transition fait valoir des caractéristiques en rapport avec les nouvelles attentes et

les mentalités sociales. Ainsi, d'une société de « reproduction » qui signifie une « reprise » intégrale des valeurs sociales locales à une société de production, signifiant, une société innovatrice, inventive et critique envers la précédente, une société mobile (au lieu de l'immobilité de la précédente), la modernité autorise la diversité dans les attitudes, dans la pensée et dans les comportements.

Dans la Ville Nouvelle Ali Mendjeli, les attitudes découlent en premier lieu de la rupture voulue ou subie par rapport à la « ville-mère ». Cette rupture s'est imposée dans le mouvement de la « mobilité » résidentielle, car les habitants dans leur majorité ne font pas valoir leur « souche » constantinoise. D'un autre côté, l'afflux émanant des zones géographiques diverses a donné naissance à un melting-pot, qui crée ses propres références. Enfin, la catégorie d'âge représentée par la jeunesse (de moins de 30 ans), a favorisé la prégnance d'une vocation orientée sur la modernité.

Comment se décline cette vocation dans la Ville Nouvelle Ali Mendjeli ?

Nous citons dans ce qui suit, les principales charges symboliques qui sont mobilisées dans les récits et les discours relatifs à l'élaboration de l'identité urbaine de la ville nouvelle.

- **L'ambiance urbaine** : Elle figure dans les discours en mettant en exergue des qualités urbaines pertinentes. Ainsi, le discours sur le caractère ambiantal fait valoir la « vie nocturne ». Dans certains récits, la ville nouvelle Ali Mendjeli est apparentée à Las Vegas.
- **La mode** : Avec ses malls, ces centres commerciaux et certains magasins, l'effet de la mode vestimentaire comme penchants à classer dans la modernité, se multiplie d'autant que la population visée, jeune particulièrement constitue la majorité des habitants, sans oublier la population estudiantine.
- **Le mode de consommation** : La modernité se décline également dans ce mode. En effet, une société « mobile » se distingue également dans ses rapports à « consommer » et à marquer culturellement l'identité urbaine. (Exemple : manger en famille dans des restaurants...). Ces attitudes favorisent l'émergence de services appropriés, tel la livraison à domicile, la vente par internet... Aussi, l'émergence de « goûts » particuliers tels les mets syriens ; l'épicerie fine....
- **La vocation universitaire** : La localisation des universités (avec bientôt la relocalisation de l'université islamique Emir Abdelkader à Ali Mendjeli) apporte des charges symboliques

importantes à la Ville Nouvelle Ali Mendjeli. En effet, la représentation sociale tend à octroyer une vocation « honorable », comme future pôle "scientifique et technologique".

- **Fonctions et attractivité :** Elle concerne les services, les qualités d'ambiance des espaces, ses ressources historiques et patrimoniales et aussi les « opportunités » d'investissement. Ces facteurs sont susceptibles d'insérer la ville dans un processus de compétitivité et de concurrence qui affecte positivement son image et par conséquent participer à la construction d'une identité urbaine.

« La question de l'attractivité de la ville est donc au centre des stratégies actuelles de l'aménagement urbain. Il ne s'agit pas seulement d'attractivité économique, mais vise aussi l'amélioration du cadre de la vie urbaine, culturelle et touristique. L'attractivité urbaine supposerait donc, un climat agréable et accueillant pour les hommes et les entreprises à la fois, encourageant l'inventivité, la créativité et les mises en réseaux entre acteurs, la mise en place de conditions d'épanouissement dans une société urbaine humaine et vivable. »⁸

Être dans un système concurrentiel et compétitif, favorise l'amplification de la représentation de l'image de la ville dans un élan de marketing. Ce positionnement participe dans les discours et les récits élaborés dans la formulation de l'identité urbaine.

« Dans ce nouveau contexte l'identité urbaine est considérée comme une ressource dans le cadre de politique de développement urbain, qui cherche l'amélioration de la visibilité de la ville, en affirmant une image caractérisée au sein d'un système de villes concurrentielles » (Boucherit and Bouchareb, 2021).

Comment se décline cette attractivité dans la Ville Nouvelle Ali Mendjeli ?

En premier, les universités abritent d'importants effectifs d'étudiants dans la majorité viennent des communes de Constantine, des autres wilayas et même des pays étrangers. Ces effectifs toujours en augmentation, constituent donc un « croît » démographique qui participe à la dynamique urbaine en termes de « consommation » et d'ambiance.

⁸ Impact des défis concurrentiels sur la revalorisation de l'identité urbaine locale Sihem BOUCHERIT Abdelouahab BOUCHAREB Revue algérienne des sciences humaines et sociales. Volume : 50 / N°: 50 (Décembre 2021), p222-238

6.2 Effectif étudiants/enseignants des universités de la ville nouvelle Ali Mendjeli

(Source :<https://www.univ-constantine2.dz/universite-en-chiffres/>),(Source : Protocole cadre de Gestion de la fin d'année universitaire 2019/2020 et de la rentrée universitaire 2020/2021 sous Covid-19, Université Salah Boubnider Constantine 3)

Université	Nombre d'étudiants (tout cycles)	Effectif enseignants
Abd lhamid Mehri (Constantine 2)	16 893	660
Salah Boubnider (Constantine 3)	18 389	934
Total	35 282	1594

Les malls constituent également des points de grande attractivité. En effet, l'affluence n'est pas seulement locale et nationale ; un grand nombre de touristes Tunisiens et Libyens comptent parmi les visiteurs des malls.

6.3 Nombre de visiteurs et de voitures de Ritej mall

(Source : Auteure,2024)

Affluence des malls	Nombres de visiteurs (année 2019)	Nombre de voiture
Ritej mall	7 millions	700.000 voitures /an

Les fonctions commerciales et « universitaires » constituent des vocations principales de la ville nouvelle Ali Mendjeli et participent à conforter son attractivité. Cette dernière s'impose dans la construction de l'identité urbaine en lui insufflant une dynamique compétitive et un positionnement remarquable dans l'armature des villes au niveau national et international.

6.2 Les actions collectives ; revendications, performances (Verbatim)

L'ancrage résidentiel se conforte par des actions habitantes. Ces dernières visent la durabilité, c'est-à-dire l'enracinement dans les lieux. Ainsi ; l'appropriation de l'espace résidentiel se démarque par les actions citoyennes visant à prendre en charge le cadre de vie.

Cette implication s'appuie souvent sur des moyens élémentaires et surtout par la mobilisation des efforts collectifs. Il est difficile de cerner toutes les actions à travers la Ville Nouvelle Ali Mendjeli. Nous focalisons sur les plus significatives et les plus visibles.

Les actions s'étendent à des revendications « sociales » qui sous-entendent la recherche d'un statut administratif qui octroie à la Ville Nouvelle une autonomie relative essentielle à la formulation d'une identité urbaine propre.

L'approche méthodologique est appuyée par des « déclarations » verbales des habitants à travers des entretiens (à bâtons rompus) enregistrées et reprises in extenso.

6.2.1 Actions de solidarité

A travers des actions habitantes, les mendjelois visent l'amélioration de leur cadre de vie. D'après la figure 6.8 cette initiative a été réalisée à l'UV 20 par des moyens modestes et locaux (pierre, peinture...). Les habitants ont déclaré la prise en charge complète de ces initiatives. Ils tentent la création d'une ambiance urbaine conviviale



6.8 Aménagement des espaces extérieurs des quartiers à l'UV20 par ses habitants

(Source : Facebook, 2024d)

Ces actions habitantes ont été confirmées dans les discours des mendjelois effectués à travers des entretiens semi directifs. Dans ce sens, Rabeh (40 ans, conducteur de bus universitaire) nous fournit les précisions suivantes : " *Je suis le président du comité de notre quartier sis à l'UV 20 promotion Dambri, par nos propres moyens financiers, on a pu construire un mur de clôture*

autour du quartier. On nettoie régulièrement le quartier et arroser les plantes et les arbres déjà exister....."

Une autre réponse donnée par Maria (27 ans, architecte) : *" Mes voisins font toujours du nettoyage. De même, on a cotisé pour payer la facture d'électricité de l'éclairage des paliers, ils s'aident pendant les évènements et les fêtes. Par exemple pendant le jour du sacrifice (Aïd El Kbir) les voisins s'aident entre eux pour effectuer la sunna. Ainsi, ils nettoyaient ensemble le quartier du sang des sacrifices. En fin on donne une partie de viande à nos voisins qui n'ont pas acheté un mouton pour l'Aïd"*

Les mendjelois ont pu tisser des relations et être solidaire entre eux. En rappelant les résultats de la relation de voisinage présentée dans le chapitre précédent, plus de la moitié 52% des répondants ont déclaré une forte relation avec leurs voisins.

Une première remarque se précise dans les actions habitantes ; l'implication ne peut s'accomplir sans un élan de solidarité, un sentiment de bon voisinage. L'ancrage résidentiel s'appuie sur le tissage de relations de voisinage et conduit inéluctablement à la durée qui favorise l'enracinement.

6.2.2 Revendications d'un statut administratif autonome

Les habitants de la ville nouvelle refusent la tutelle administrative des communes voisines (El Khroub, Ain El Smara). Ils sollicitent le Président de la République la reconnaissance du statut de commune à leur ville. Les mendjelois développent les actes citoyens, les réclamations pour un statut administratif autonome.

بسبب تداخل
صلاحيات تسييرها
بين الخروب وعين
السمارة
مطالب باستحداث
تقسيم إداري
جديد لمدينة علي
منجلي

تطالب جمعيات ولجان أحياء بالمقاطعة الإدارية للمدينة الجديدة "علي منجلي" السلطات المعنية، وعلى رأسها وزارة الداخلية والجماعات المحلية، باستحداث تقسيم إداري جديد، نظرا للكثافة السكانية المرتفعة والمساحة الشاسعة التي تميز هذه الأخيرة، والتي سميت مهمة تسيير شؤون موانئها، بسبب مشاكل تداخل صلاحيات تسييرها بين كل من بلديتي الخروب وعين السمارة، إضافة إلى تزايد مطالب وحاجيات السكان تشابها ووتيرة النمو الديموغرافي المتسارع، الذي تشهده المقاطعة.

شبيبة، ح ناشد مسؤولو لجان أحياء وجمعيات مدينة "علي منجلي" في رسالة شكوى تحول "المساء" على نسخة منها، والتي تضم 23 جمعية ولجان أحياء، السلطات المعنية التدخل من أجل إيجاد حلول واقعية للوضعية الإدارية للمدينة، عن طريق إعادة النظر في التقسيم الإداري الحالي، والذي لازال غامضا بسبب مشاكل تداخل صلاحيات تسييرها، حيث ذكر المشككون، أن السلطات الولائية كانت قد أمرت مؤخرا، المسؤولين بلديتي الخروب وعين سمارة، بتحديد حدودهما في المقاطعة الإدارية علي منجلي، من أجل وضع حد لتداخل الصلاحيات في التسيير، إذ أن ضبط المعالم الجغرافية، سيسمح بتقديم خدمات أفضل

للمواطنين القاطنين في بعض الوحدات الجوارية، التي تبقى تهمتها غامضة، خاصة تلك الواقعة في حدود البلديتين، على غرار الوحدات الجوارية رقم 4 و18 و13 و14، وذكر المشككون أنهم ينتظرون قرار اللجنة المكونة من مسؤولين من بلديتي الخروب وعين سمارة، التي تعمل من أجل الشروع في ضبط المعالم الجغرافية لكل بلدية.

وعما المشككون، السلطات المركزية إلى النظر إلى المدينة الجديدة كوحدة إقليمية، لها خصوصية جغرافية عمرانية اجتماعية متجانسة، وتحتاج إلى هوية إقليمية وإدارية تمنحها حرية المبادرة في تسيير شؤونها بالمكونات الاجتماعية والاقتصادية، التي تتمتع بها للحفاظ على مكتسباتها والانطلاق في التنمية المحلية، معتبرين أن الحل الأقرب للواقع والمنطق والقانون، هو إنشاء بلدية واحدة على الأقل، لها حدود إدارية وتشمل كل التجمعات السكانية ومرافق مدينة علي منجلي.

وأكدوا أن مطلبهم جاء، بسبب الوضعية الإدارية المعقدة لمدينة علي منجلي، وما ترتب عنها من آثار تنافس مع مبادئ الديمقراطية التمثيلية والشاركية واللامركزية، التي تقوم عليها الجماعات المحلية، ومشكلات يصعب التحكم فيها في حال الاكتفاء فقط بضبط الحدود وتقسيم المدينة بين بلديتي الخروب وعين سمارة.

6.9 Article de journal présentant les revendications des mendjelois pour un statut administratif autonome

(Source : Facebook, 2024a)



6.10 Article publié au journal el Watan présentant les revendications des mendjeloise

(Source : Facebook, 2024a)

La deuxième remarque se distingue dans la revendication d'un statut administratif propre à la Ville Nouvelle Ali Mendjeli. Cette « insistance » veut repositionner la ville nouvelle dans l'armature urbaine régionale en tant qu'entité possédant ses propres références et visant la construction d'une identité urbaine différenciée par rapport aux anciennes communes rurales (aujourd'hui villes satellites.).

6.2.5 Performance sportive : facteur-créditeur de l'identité de la ville Nouvelle Ali Mendjeli

La pratique sportive joue un rôle déterminant sur le plan de la formation de l'identité. En fait, le "club" est le représentant d'une structure sociale et/ou culturelle parmi d'autres clubs qui représentent eux aussi leur structure. Cette représentation se situe dans un cadre territorial ou géographique, ce qui favorise la présence de cette structure sociale dans l'échiquier national. Le Club Rapid Ali Mendjeli, basketball féminin accède en division 1.



6.11 Equipe féminine de basket ball de la ville nouvelle Ali Mendjeli



6.12 logo de l'équipe sportive de la ville nouvelle Ali Mendjeli

(Source : Facebook, 2024a)



6.13 Equipe de foot ball de la ville nouvelle Ali Mendjeli

(Source : Facebook, 2024a)

Le Club Rapide de Jeune Rapide d'Ali Mendjeli, football masculin (JRAM). La figure 6.13 montre le logo de cette équipe créé en 2019, où la ville nouvelle avait un quart de siècle d'existence. Ali Mendjeli devient mature qui cache dans son fond des natifs et des pionniers (Mendjelois et Mendjeloises) qui ont pu tisser une relation affective avec leur ville.



6.14 Club sportif (jeunes talents d'Ali Mendjeli)

(Source : Facebook, 2024a)

La figure 6.14 représente le Club de Football pour les benjamins, minimes et cadets appelé (jeunes talents d'Ali Mendjeli). Ce club a organisé des tournois pour les vétérans.



6.15 Equipe féminine de box de la ville nouvelle Ali Mendjeli

(Source : Facebook, 2024a)

Une autre équipe féminine (figure 6.15) de Boxe (Mouloudia d'Ali Mendjeli) a pu décrocher deux médailles dans une compétition.

D'un autre côté, les mendjelois se sont illustrés dans le water-polo en gagnant la Coupe d'Algérie Juin 2024 qui s'est déroulée à Constantine.



6.16 Equipe water-polo de la ville de Constantine dont la plupart des joueurs sont des mendjelois

(Source : Facebook, 2024a)

Il est évident que ces résultats sportifs témoignent de cette volonté de construire une appartenance urbaine en lui conférant une identité distincte. Le sport est une des manières

employées par les mendjelois pour affirmer leur présence dans l'échiquier national. Une autre pierre dans la construction de l'identité urbaine d'Ali Mendjeli.

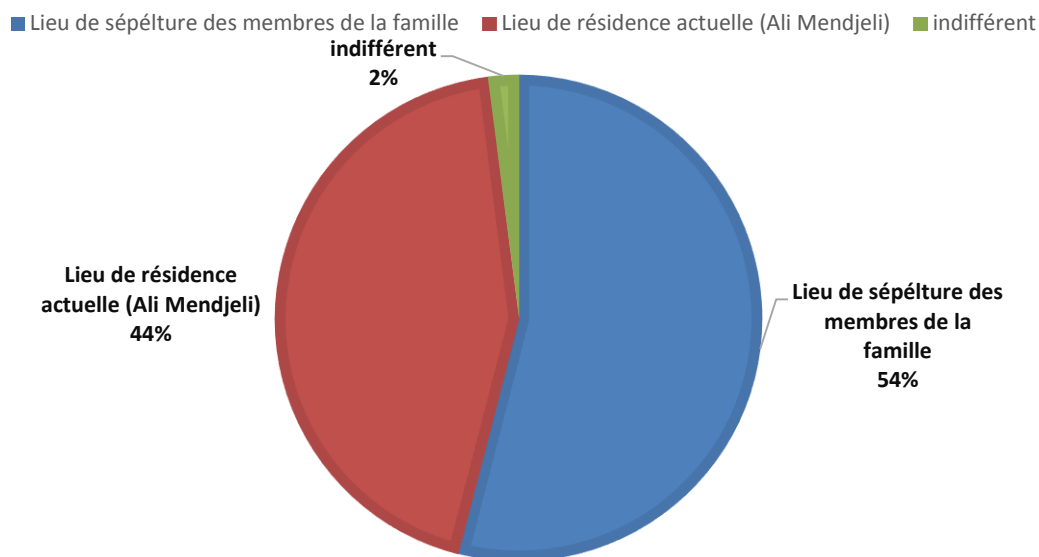
La troisième remarque se lit dans cet élan et cet entrain à caractère « sportif » qui vise la performance. Les performances sportives apportent une fierté au groupe et forgent ainsi le sentiment d'appartenance. Au-delà de la visibilité qu'elles procurent, elles mettent en exergue une représentation sociale très pertinente surtout que dans la ville Nouvelle Ali Mendjeli la question du genre est d'une grande présence dans ce domaine. En effet, les équipes sportives féminines ont investi certaines disciplines connues pour être masculines, telles la boxe.

6.2.4 Affirmation d'une entité mendjeloise à travers le verbatim

En suivant sur les réseaux sociaux les pages de la ville nouvelle Ali Mendjeli, nous pouvons constater que cette population vise à construire une identité proprement mendjeloise. La page (Welcom to Constantine) a posté une publication sur Instagram " La ville nouvelle Ali Mendjeli à Constantine, la première ville nouvelle en Algérie qui ne dort pas. Des magasins sont ouverts 24H/24H " (Voir ANNEXE C). Ils insistent sur les points forts de leur ville et les présentent à toute occasion. Un autre statut dans la page (Nouvelle Ville Ali Mendjeli Constantine) "1h du matin, la ville nouvelle vit les ambiances de l'Aïd au plein sens du terme, une dynamique et mouvement commercial, Machaa Allah ". Plus particulièrement sur les réseaux sociaux dont ces derniers ont été présentés dans le chapitre précédent parmi les services d'internet les plus utilisés et consultés par les mendjelois (Facebook avec 32% et l'Instagram avec 29%). Sachant que 68% s'influence par les postes partagés sur les réseaux sociaux.

6.2.5 Lieu d'enterrement, critère d'identité

Le géographe nous propose le lieu d'enterrement comme étant un signe tangible et révélateur de l'identité territoriale (Rozenholc, 2010).

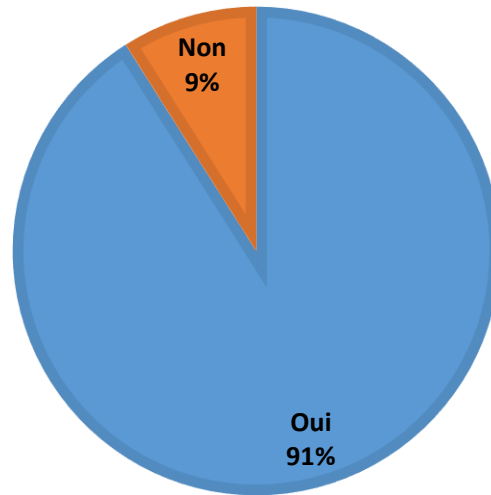


6.17 Choix du lieu de sépulture par les personnes interrogées

(Source : Auteure ,2024)

Ainsi, la projection du lieu de sépulture met en exergue le sentiment de rattachement à une région, à un groupe (Attias-Donfut* and Wolff**, 2005).

Selon le cercle proportionnel (figure 6.17), nous remarquons que les choix en matière de lieu d'enterrement se divisent en trois groupes : le premier groupe et le plus significatif correspond aux ceux qui veulent être inhumés dans les cimetières où leurs parents étaient enterrés ; ils représentent 54 % de l'échantillon. La deuxième catégorie préfère être enterrée à la ville nouvelle (lieu de résidence actuelle). Presque la moitié des personnes interrogées déclarent ce choix 44 %. Un tel pourcentage est important pour une ville jeune de 30 ans d'existence. En dernier lieu, les 2% restants de notre échantillon comprennent des personnes qui ne prennent pas position et se déclarent indifférentes.



6.18 Revendications pour un cimetière propre à Ali Mendjeli

(Source : Auteure,2024)

D'un autre côté, les personnes interrogées ont réclamé la nécessité de créer un cimetière propre à la ville nouvelle (figure 6.18) dont 91% des répondants voient qu'il est indispensable un cimetière dans une telle ville en plein expansion et avec une telle population. Sachant que la ville nouvelle dispose d'un cimetière illégal situé à l'UV 13. Dans ce sens ayoub, 27 ans, gérant d'un cyber à café arrivé à la ville nouvelle en 2008, nous raconte : *"Ce cimetière est oublié, il contient quelques tombes. Ils ont arrêté l'enterrement depuis longtemps. En revanche l'année passée ils ont arrivé pour le clôturer mais les travaux se limitaient par la création des poteaux. De même, il existe une histoire autour ce cimetière, mmm.... Ils disent que le lycée 4 qui se trouve à quelque mètre du cimetière a été fondé sur des tombes"*

6.2.6 Le développement du sentiment d'appartenance

Le sentiment d'appartenance est le socle des représentations sociales et culturelles sur lequel s'appuie l'identité sociale d'une communauté. Dans la pyramide de hiérarchisation des besoins de Maslow, l'appartenance se situe au troisième rang, après les besoins physiologiques fondamentaux et la sécurité. Sa définition du concept est également liée aux relations sociales. Le sentiment d'appartenance ne naît pas seulement des interactions avec un espace, mais aussi avec les personnes qui s'y trouvent. Établir des liens personnels et s'y investir permet de se sentir membre d'une communauté, un élément clé pour développer un sentiment d'appartenance et ces relations prennent du temps à se former et se solidifier.

La découverte d'une ville nouvelle demande du temps et de la patience, tout comme l'apprentissage de la connaissance d'un être humain

La ville nouvelle Ali Mendjeli, a environ 30 ans d'existence, possède des anomalies plus particulièrement dans ses premières années de naissance. Au fur et à mesure, la ville se développe sur différents aspects. D'un côté, Elle a été le lieu accueillant des projets structurants de large envergure. D'un autre côté, Ali Mendjeli est devenue la destination choisie de différentes classes sociales. Au fil du temps, les habitants se sont appropriés la ville et construit son identité urbaine à partir de représentations collectivement élaborées en s'appuyant sur différents facteurs morphologiques, spatiaux et symboliques.



6.19 La première édition d'une randonnée urbaine à Ali Mendjeli

(Source :Villes et projets, 2023)

En 2023, à l'occasion de la fête de l'indépendance, la ville nouvelle Ali Mendjeli a été choisie comme lieu de déroulement d'une randonnée urbaine dans sa première édition. L'itinéraire de 12 km, commence par la Place au croisement des deux Boulevards principal et secondaire (l'UV

13 en face à la Clinique Bend Kadri). D'après (Kara Mostefa, 2023) (Médecin Président de l'Association Cirta Oxygène, 2023). L'objectif principal de l'association Cirta Oxygène est de favoriser le sentiment d'appartenance à la zone et d'encourager l'engagement citoyen, ainsi que de promouvoir la santé communautaire dans un environnement urbain.

Une autre façon de créer un sentiment d'appartenance est de rechercher des liens avec des personnes qui partagent des besoins, des valeurs ou des intérêts communs. Il s'agit également d'inciter les habitants à connaître les clubs sportifs et les associations et y adhérer.

6.3 Tendances et lectures prospectives

6.3.1 Modes de consommation

Ali Mendjeli avec ses projets structurants est le lieu où se développe de nouvelles activités attractives de consommateurs, des investisseurs et des résidents pour s'y approvisionner, faire du shopping et s'y installer. Ces lieux sont accessibles à toutes les catégories socio professionnelles et disposent d'une variété de commerce. Des articles importés de l'étranger s'exposent et se vendent au grand bonheur des jeunes qui veulent rester au temps universel de la mode.



6.20 Ritej mall



6.21 Yes mall

(Source : Auteure, 2024)



6.22 Yes mall et son intérieur

(Source : Auteure,2024)

7 millions de visiteurs par an, ont été enregistré venus du national et de l'international plus particulièrement la Tunisie et la Libye. Le Ritej Mall est un lieu attractif de premier ordre. Son influence dépasse le cadre géographique local ou national... C'est une destination très prisée des habitants de la région et de plusieurs wilayas de l'Est algérien. Au niveau national 23 wilayas sont marquées comme les plus visitées de cette structure commerciale. A l'échelle internationale, Ritej mall constitue la destination d'une clientèle Tunisienne assez importante. Ali Mendjeli, est en train de devenir la zone commerciale la plus importante de l'est de l'Algérie.



6.23 Centres commerciaux (sans visa et la coupole)

(Source : Facebook, 2024b)

Ces structures gigantesques qui marquent le paysage, à travers une architecture monumentale de style international ressemblant le centre commercial en vogue dans le monde. Des façades vitrées et en alucoband avec des enseignes monumentales. Ainsi, l'intérieur est aménagé avec

des matériaux luxueux ce qui octroie à ces structures une note de prestige et d'opulence. Un autre monde existe dans ses espaces favorisant non seulement l'achat mais aussi la consommation, la déambulation et le confort. L'installation des escalators et des ascenseurs translucides, les aires de restauration collective...).

La vocation commerciale tend à s'instaurer en faisant de la concurrence à ces "villes" réputées pour être des villes commerçantes de premier ordre (Eulma, Tadjenant...)



6.24 Panneau installé au Ritej mall pendant le mois sacré du ramadan

(Source : Auteure,2019)

Il convient aussi de noter l'intensité de fréquentation de ces lieux, visant en particulier une population jeune, sans exclure le genre, la présence du commerce franchisé, des produits importés et des marques mondiales. Ces structures contribuent à l'apparition de nouveaux modes et pratiques de consommation (la livraison à domicile des sandwiches, des repas prêts à porter...). De même, ces espaces utilisent des décorations particulières (voir figure 6.24) pendant certains événements locaux (le mois sacré du Ramadan, la rentrée scolaire...) mais aussi pour des événements étrangers (Saint valentin, la fête de Noël...). Les flux se multiplient à l'approche des événements, comme le mois du Ramadan, l'Aïd...

6.3.2 Installation des traiteurs nationaux et internationaux

Ali Mendjeli est devenue un climat propice pour l'investissement dans le domaine de la restauration. De ce fait des traiteurs nationaux ont implanté leurs commerces plus

particulièrement gastronomiques à la ville nouvelle. La figure 6.25 présente un restaurant spécialisé dans les plats traditionnels de la ville de Biskra et M'sila (Dobara,Zfiti....) . Ainsi dans la figure 6.25, le thé de Timimouni.



6.25 Commerce des traiteurs nationaux à Ali Mendjeli

(Source Auteure,2023)

D'autres commerçants « déplacés », provenant de villes voisines (El Eulma, Tadjenanet...) ont décidé de s'installer à Ali Mendjeli. La figure 6.26 montre un magasin de matériel électrique originaire de la ville d'El Eulma déplacé et s'installé à la ville nouvelle Ali Mendjeli



6.26 Magasin de matériel électrique à la ville nouvelle Ali Mendjeli

(Source : Auteure,2024)



6.27 Commerces des villes voisines s'installent à la ville nouvelle Ali Mendjeli

(Source : Facebook, 2024c) (Auteure,2023)

La figure 6.27 montre un magasin de vêtements de sport pour hommes (Tadjnanet sport) qui s'est installé à la ville nouvelle. La nature des produits vendus par cette boutique est dédiée à une clientèle jeune qui s'intéresse à la mode et maîtrisent les TIC. D'un autre côté, nous pouvons remarquer des enseignes lumineuses qui portent le nom du commerce. Cela explique le déroulement d'un rythme urbain nocturne dans cette ville nouvelle.

Non seulement des traiteurs nationaux ont décidé d'investir à Ali Mendjeli. Mais aussi des traiteurs internationaux.



6.28 Commerce des traiteurs internationaux à Ali Mendjeli

(Source : Auteure,2024)

D'après la figure un magasin spécialisé dans la pâtisserie turque s'est installé à Ali Mendjeli. Nous pouvons voir que l'enseigne du nom du commerce est écrit en Turquie. Ainsi, selon la figure 6.28 une autre boutique spécialisée dans la pâtisserie Tunisienne à la ville nouvelle.



6.29 Restaurant syrien à la ville nouvelle Ali Mendjeli

(Source : Auteure,2023) (Source : Facebook, 2024e)

Un restaurant syrien Zahrat El Madaine (figure 6.29) (Fleur de villes) s'est installé à la ville nouvelle Ali Mendjeli. Le chef syrien (Abu Abdou) et sa famille vivent à la ville nouvelle à l'UV 5. Il est originaire d'Alep, où la guerre se poursuit, ce réfugié s'est rapidement intégré à leur nouvelle vie à la ville nouvelle Ali Mendjeli. En investissant dans le commerce, il a créé deux grands restaurants, où il offre des plats syriens traditionnels. Un véritable défi qui a séduit une clientèle de gastronomes syriens.

6.3.3 Installation des épiceries fines

De petites enseignes, spécialisées dans la préparation de Kalb louz (figure 6.30). Elles étaient au centre-ville de Constantine, sont implantées à la ville nouvelle Ali Mendjeli. D'un côté ce transfert est dû à l'activité commerciale très développée à Ali Mendjeli par rapport à la ville de Constantine. D'un autre côté, pour des raisons de marketing, vu que ces épiceries fines sont tellement connues depuis longtemps.



6.30 Epicerie fine Kalb El Louz à la ville nouvelle Ali Mendjeli

(Source : Auteure,2022)

Selon la figure 6.32 (Moulin El Chatt) cette épicerie existait depuis longtemps au Souika (Centre-ville de Constantine), a une bonne réputation et leurs produits font dans la plus haute tradition de la ville de Constantine. Egalement pour la figure 6.31 le laitier BOUZEHEZ. Cette personne avait une ferme réputée à la cité El Guamma. D'un autre côté, ces commerçants ont gardé ces noms des commerces bien réputés pour des raisons de marketing. Parce qu'il existe une clientèle qui refuse de consommer ces produits chez d'autres commerçants.



6.31 Laitier BOUZEHEZ



6.32 Moulin El Chatt

(Source : Auteure,2022)

6.3.4 Rapports au TIC

Plus de 57% des enquêtés ont déclaré la possession d'une smart phone. D'un autre côté, (94%) des interrogées font des recherches sur internet pour s'informer sur un produit avant de l'acheter ou un service avant de le demander. Ainsi, l'enquête menée auprès des habitants de la ville nouvelle Ali Mendjeli a révélé que plus de la moitié 57 % des personnes interrogées ont déjà réservé un taxi (Yassir, Heetch...) en ligne. En outre, plus de la moitié (54%) des personnes interrogées ont déjà effectué un paiement des produits ou des services via internet. La nature des produits demandés en ligne par les habitants de la nouvelle ville d'Ali Mendjeli était des produits vestimentaires. Le pourcentage de produits de mode sur le web est estimé à 66% chez les Mendjelois par rapport aux produits culinaires et aux autres produits. Ce qui confirme l'intérêt d'une population jeune selon la répartition des répondants par tranche d'âge dont la tranche d'âge 18-29 ans est la plus nombreuse (78 %),

Les réseaux sociaux sont les plus utilisés par les personnes enquêtées, dont le Facebook avec 32% et l'Instagram avec 29%. Ainsi, plus de la moitié de personnes interrogées (68 %) se rabattent sur les réseaux sociaux dans leurs décisions d'achat.

La plupart des boutiques et magasins de la ville nouvelle disposent des pages sur les réseaux sociaux, plus particulièrement (Facebook, Instagram).

La COVID-19 a donné l'opportunité d'examiner les réactions et de chercher à repérer les évolutions des habitudes de consommation. Effectivement, cette période d'interruption causée par la pandémie a donné lieu à l'identification des capacités d'adaptation et de mobilisation nécessaires pour surmonter ces obstacles. D'un côté, nous avons observé une réduction des moyens basés sur les TIC, tandis que de l'autre, la nature des produits et leur exposition, les méthodes de commande et les modes de service ont été des éléments pertinents dans les stratégies de réaction face à ce "risque" important. En revanche, cette période a mis en évidence le niveau de « préparation » pratique et mis en évidence les compétences pour mobiliser des ressources pour continuer à vivre le quotidien (Boudechiche and Bouchareb, 2023).

Conclusion

La ville nouvelle Ali Mendjeli est ville "jeune". Elle est objet d'une attractivité importante en investissement et en consommation. Cette dynamique socio-économique et urbaine a permis

une exploitation optimale du temps. En effet les activités se sont prolongées et insaturées une vie nocturne. Force est de reconnaître que cette dynamique est « animée » par l'esprit de la jeunesse qui s'est approprié la ville.

Cet engouement fait face aux multiples concurrences émanant des communes limitrophes. Ainsi, les mendjelois tendent de développer des actions et des discours pour mettre en exergue ses particularités sociales, culturelles et symboliques.

Cette volte-face est poussée jusqu'à la revendication d'une autonomie administrative pour préserver les constituants identitaires en construction.

En fait, les performances sportives sont une opportunité de couverture médiatique qui bénéficiera à ce vaste réseau d'associations de la ville nouvelle et renforcera ses exigences. Néanmoins, ils ont défendu leur ville à travers le verbatim, où ils ont cherché les points forts de la ville nouvelle et les exposés oralement à travers les réseaux sociaux par des publications, des « réels » et des vidéos.

D'un autre côté, les habitants ont commencé d'établir une relation affective avec leur ville. Presque la moitié des personnes questionnées ont déclaré qu'ils se sentent Mendjelois. Une telle proportion est considérée importante par rapport à une ville jeune qui a trois décennies d'existence. En outre, le choix de lieu d'enterrement et les réclamations pour un cimetière propre à la ville nouvelle confirment cet attachement à Ali Mendjeli.

L'identité urbaine de cette ville nouvelle puise sur différents aspects. D'un côté elle dispose d'un ensemble de projets structurants de large envergure qui sont des symboles et des lieux emblématiques à valence positive non seulement aux yeux de ses habitants. Ali Mendjeli attire des traiteurs nationaux et internationaux à venir investir dans ce milieu fertile. Ainsi que des consommateurs de tout horizon qui ont trouvé leurs besoins et leur plaisir dans cette ville. Ces projets structurants qui sont une source de fierté pour les mendjelois ont établi les traits essentiels d'une ville « attrayante », avec ses caractéristiques paysagères et surtout son orientation vers l'avenir. Ils contribuent à bâtir l'identité urbaine de la ville nouvelle.

Dans ce chapitre nous nous sommes penchés sur une approche prospective. Dans cette « gestation » qui apparaît comme un désordre, les facteurs constitutifs d'une ville prennent place,

s'appuyant sur des caractéristiques propres, les projets structurants, une population jeune décomplexée, l'attractivité des investissements, la construction d'une autonomie urbaine à travers le fondement d'une identité urbaine et d'une urbanité propre, loin de l'influence de Constantine,

La Ville Nouvelle construit son histoire doucement....

CHAPITRE VII

CONCLUSION GENERALE

La ville nouvelle d'Ali Mendjeli est la première ville nouvelle algérienne qui a pu échapper avec succès de la réalité généralisée et récurrente représentée par le leitmotiv ; *"les villes nouvelles, des cités-dortoirs"*.

La ville nouvelle d'Ali Mendjeli a vraiment profité d'une certaine bienveillance politique et d'un nombre important d'investissements dans les secteurs du commerce, du transport et de l'habitat, sans oublier les équipements de l'enseignement supérieur, de la formation et de la recherche scientifique.

Ces investissements et les projets « structurants » ont amplifié l'importance et la pertinence de cette ville Nouvelle. Ceci a d'un côté élargi notre thématique et notre champ d'investigation, mais sans perdre le fil directeur de nos objectifs arrêtés (sauf pour les préciser davantage).

Il y a lieu avant tout de souligner que notre travail de recherche a été « violemment » perturbé par l'irruption de la pandémie du COVID-19. En effet, le confinement obligatoire a réduit nos contacts avec les habitants. Nous avons alors recouru à des formes de relations distanciées. Mais aussi cet intermède nous a incité à développer certaines questions sur les modes de consommation, les réseaux d'échanges et le recours et l'appui sur les moyens issus des TIC.

Au départ nos soucis premiers se focalisaient sur l'étude de la construction de l'identité urbaine dans cette ville nouvelle et sur son avenir. Cette orientation se voulait une voie permettant **de déterminer les pertinences d'une dynamique habitante en vue d'une appropriation d'un cadre urbain nouveau, sans histoire ni références préalables.**

Il s'agissait d'aborder une ville nouvelle comme cadre urbain en gestation, accueillant une population d'origines diverses. La préoccupation majeure était orientée sur **l'identification des modes développés par ces occupants pour s'organiser et s'approprier l'espace urbain, graver une « histoire » sur les lieux et construire une identité urbaine partagée.**

Pour rappel, nos questions étaient :

- Y a-t-il une urbanité en gestation dans la ville nouvelle ? Quelles sont ses moteurs ? Ses propriétés ? Ses déclinaisons ?
- Sur quelle base la ville nouvelle Ali Mendjeli s'appuie pour construire son autonomie ? Quels sont les aspects (essentiels) qui sont mobilisés par les habitants pour construire une identité(s) urbaine(s) ? Quelles sont les actions menées pour conforter cette identité ?
- Quelles sont les formes adoptées pour concrétiser leur identité ? Comment construisent-ils leur urbanité ?

Pour aborder une telle thématique, nous étions obligés de nous initier à des disciplines qui ne figurent pas dans notre cursus de formation des cycles précédents. En effet, l'ethnologie et l'anthropologie urbaine ont constituées des champs importants, aussi bien au niveau du travail de conceptualisation que dans le travail de terrain.

Notre enquête a porté sur 323 participants (151 par des entretiens semi directifs, 172 à travers un e-questionnaire) sélectionnés au hasard en utilisant la technique d'échantillonnage en boule de neige. La question centrale de cette thèse concerne la **définition des mécanismes développés par l'action habitante pour asseoir les références à une urbanité partagée dans le cas de la Ville Nouvelle Ali Mendjeli.**

Pour répondre aux questions de la phase qualitative de l'étude, des données ont été obtenues à partir d'entretiens semi structuré et de réponses aux questions ouvertes. Les données ont été catégorisées, codées et triangulées pour déterminer les propriétés et les moteurs de l'urbanité et l'identité Mendjeloise.

Conformément à notre hypothèse de départ, le peuplement et les projets structurants seraient les principaux marqueurs tangibles contribuant à la construction de l'identité Mendjeloise et imposant sa vocation.

L'accueil de certaines structures d'envergure fait partie des enjeux de l'identité de la ville. Elles permettent à la Ville Nouvelle Ali Mendjeli de conforter leur échelle de rayonnement et de valoriser au sein de l'identité de la ville, une dimension urbaine portée par la structure qu'elle

soit commerciale, éducative...et fournir quelques appuis à son autonomie (en tant que ville à part entière).

Le prolongement de la ligne du tramway jusqu'à Ali Mendjeli, marque symboliquement le début d'une nouvelle ère métropolitaine pour la ville nouvelle. Ainsi, les universités, les centres de recherches...revendiquent une identité scientifique et technologique pour la ville nouvelle Ali Mendjeli.

Bien que les origines géographiques, le parcours résidentiel, le statut de propriété et la durée de résidence la Ville Nouvelle Ali Mendjeli puissent varier d'une personne à l'autre, chacun des trois variables a été un facteur déterminant de la construction d'un ancrage résidentiel.

À son tour, pour former des liens affectifs ou apprécier davantage la ville, la durée de résidence peut être plus pertinente, car elle permet davantage de processus d'interaction avec les lieux et les personnes, ce qui est conforme aux études précédentes. Dans ce sens, nos résultats se conforment avec la conclusion de l'étude Goldar and Daneshpour (2015) sur le rôle curatif du temps contre une faible relation personne-lieu, dans les villes nouvelles. De même, les travaux de (Hay, 1998) sur la corrélation directe entre la durée de résidence et le sentiment d'appartenance. De même, les résultats obtenus sont en harmonie avec les travaux de Harkness and Newman (2003) qui affirment que les locataires peuvent avoir un statut inférieur dans la communauté et par conséquent, un moindre sentiment d'appartenance.

La performance sportive des jeunes mendjelois et mendjeloise nous renvoie aux propos de Archambault et al. (2021), "le sport joue un véritable rôle dans le processus de construction d'identités, que ce soit au niveau local, régional ou national". Ainsi, la performance sportive peut aussi devenir faire partie d'une "mémoire collective", c'est-à-dire d'une série d'événements socioculturels et historiques qui forment la nation et qui deviens une source de fierté pour les générations futures.

La toponymie Mendjeloise contribue à révéler l'identité urbaine et l'image de la ville. Un autre élément de ce travail est le dessin à main levée. En traitant les cartes mentales dessinées par les personnes enquêtées nous constatons que 96% des noms sont d'une nouvelle toponymie relative à l'espace mendjelois.

L'une des meilleures façons de découvrir la signification attribuée à un lieu est de demander aux gens de citer des lieux emblématiques, des lieux aimés et des lieux rejetés à Ali Mendjeli.

Sur le plan spatial, la carte mentale s'articule autour de deux zones clés : le domicile et le lieu emblématique. Selon Capel (1975), le lieu de résidence, joue un rôle important dans la structuration de la carte. Il est le point de départ des parcours des habitants et le point de référence de nombreux événements privés. Cet élément a été amplement étudié par les anthropologues et les philosophes. Le domicile est aussi l'élément par rapport auquel l'unité spatiale urbaine à haute valeur subjective : le quartier.

D'un autre côté, le lieu emblématique en l'occurrence le Ritej Mall, qui figure souvent dans les dessins des personnes interrogées. Bien que, son aspect et ses dimensions varient d'un enquêté à un autre. Le Mall et avec lui le lieu de domicile, et les itinéraires le long desquels les gens se déplacent entre ces points, sont les éléments qui aident à structurer la carte mentale des Mendjelois et en cela, jouent un rôle essentiel dans la façon dont la ville est perçue.

Selon les cartes mentales analysées. Nous observons que les éléments qui composent l'image de la ville selon (Lynch, 1960a), ne figurent pas dans tous les dessins.

Les résultats sont présentés dans le chapitre V concernant les significations positives et négatives des lieux, ainsi que les emblèmes de la ville. À la ville nouvelle, il y a des rassemblements de sens. Mais il y a aussi de petits points noirs dispersés dans la ville. D'après les réponses aux questions ouvertes, les habitants attachent des significations positives à des lieux ou des structures attractives et commerciales en première position. Les structures commerciales sont évaluées de manière positive car ils constituent des parties inséparables et vitales de la vie urbaine qui offrent un accès total à tous les habitants sans restriction. Qu'il s'agisse de valeurs symboliques ou de valeurs d'usage, ils sont les points les plus visibles de la ville. C'est pourquoi, ces espaces pseudo-publics, tels que le Ritej Mall, Yes Mall peuvent être interprétés comme une alternative aux espaces publics, bien qu'ils offrent des possibilités de développement économique et social.

Pour définir l'identité de la ville nouvelle, il ne faut pas négliger le rôle joué par le paysage urbain, qui a réussi à combiner certains traits typiques de la culture urbaine locale d'Algérie,

avec une architecture moderne. Certaines structures ont une présence dans le paysage imposant, une architecture monumentale de style internationale.

Cette nouvelle génération de Mendjelois, s'est fortement impliquée dans la vie de la communauté. Elle a porté le flambeau de ce qui apparaissait à cette époque comme la modernité. Ils ont envie de mettre leurs idées en pratique et la ville nouvelle d'Ali Mendjeli semble permettre l'éclosion de ces projets. D'un autre côté, des pionniers ayant déjà exercé des activités syndicales ou associatives sont alors devenus des présidents et des membres des comités des quartiers.

En raison de l'urbanisation rapide et de la croissance de la population mendjeloise, la signification et l'identité de la ville nouvelle changent constamment.

La lecture de la présente thèse, permet de découvrir les différentes étapes de la recherche et le cheminement de la réflexion sur les propriétés de construction de l'identité urbaine de la ville nouvelle Ali Mendjeli.

La 1ère partie rapporte les phases de la construction théorique élaborée à la suite d'une longue recherche bibliographique pluridisciplinaire. La seconde partie expose le cas d'étude et une approche méthodologique proposée. La troisième partie présente une analyse conjointe, alternant entretiens et analyses statistiques, afin de distinguer autant que possible les sentiments et les tendances quantifiables. Ainsi, l'interprétation des résultats obtenus et en fin sa discussion.

Cette recherche a donc permis de reprendre la question de l'identité de la ville nouvelle Ali Mendjeli dans le cadre actualisé qui tient compte les impacts de la mondialisation, du progrès des TIC et de la montée en puissance de nouveaux médias. Ces phénomènes ont mis en place de nouveaux modes de construction de l'identité et l'urbanité d'Ali Mendjeli.

Ali Mendjeli, en construction depuis les années 1993, offre une opportunité intéressante pour étudier les conditions d'émergence de l'identité et l'évolution de l'urbanité. Face aux effets de la mondialisation, l'identité de la ville nouvelle est désormais un enjeu stratégique de la gestion urbaine. De nombreuses recherches ont prouvé le rôle crucial de l'identité de la ville dans la mise en concurrence des territoires urbains.

A la ville nouvelle Ali Mendjeli, l'ex urbanisation, l'arrivée de nouvelles générations et la réorganisation territoriale ont accru la réflexion sur la question de l'identité de la ville. L'émergence de nouvelles formes d'événements spectaculaires à caractère sportif participent à l'apparition d'un sentiment d'appartenance commun à la ville nouvelle. Ainsi, la prise de conscience individuelle d'une identité commune a favorisé la participation des habitants aux affaires de la ville et développer un gage de qualité de vie.

Les 95 cartes mentales croquis par les répondants, nous permettent de comprendre l'aspect désignatif de l'image collective de la ville nouvelle Ali Mendjeli.

Elles fournissent plusieurs conclusions ; la première concerne la toponymie de la ville nouvelle, la deuxième, les repères et les lieux emblématiques, leur lien entre elles. Ainsi que, l'impact des icônes et emblèmes sur l'image de la ville nouvelle.

L'urbanité et la construction de l'identité sont deux dimensions subjectives qui, dans un cadre de ville nouvelle, ont un effet important sur la vie quotidienne des habitants. Ces deux notions étant en constante évolution, impactant l'environnement qui les entoure.

Sur la base des résultats, nous avons essayé de déterminer comment les natifs, aujourd'hui ils sont devenus des adultes, ont développé un sentiment d'appartenance et d'identité. Les 151 entretiens que nous avons effectués nous ont permis de récolter des récits intéressants sur le vécu à la ville nouvelle Ali Mendjeli, basés sur des expériences concrètes. Nous avons par ailleurs pu recueillir suffisamment de la matière pour tenter de répondre à notre question de recherche et à ses questions secondaires.

Bien que les personnes interrogées aient été initialement rencontré des difficultés en matière d'intégration, les jeunes ont pu aisément développer un sentiment d'appartenance et une identité dans le nouveau territoire.

En vue d'apporter une réponse concrète aux questions sous-jacentes à la problématique générale, nous avons relevé les emblèmes de la ville nouvelle comme les éléments les plus souvent évoqués par les personnes interrogées avec un accent de fierté. L'utilisation de ces éléments par les enquêtés a été décisive pour leur permettre, en peu de temps, de se sentir à leur place dans le nouveau territoire.

Ce travail contribue tout d'abord à la littérature antérieure en développant une mesure de l'identité urbaine basée sur des composantes générales plutôt que spécifiques. Par conséquent, cette opérationnalisation générale de l'identité urbaine en tant qu'identité sociale peut être considérée comme une mesure standard qui pourrait être appliquée à différentes villes nouvelles et à différents niveaux de lieux. En outre, ce cadre permet de comparer le contenu de chaque dimension et les facteurs contribuant à leur développement.

Une autre contribution importante de cette étude est de revisiter les aspects désignatifs (structure) et évaluatifs (signification) de l'identité, qui jouent un rôle crucial dans la construction des identités.

En synthèse, il apparaît que le peuplement est un facteur essentiel pour « faire ville » dans une ville nouvelle. Stable et évolutif, ce facteur démographique est une condition sine qua non pour construire un fond mémoriel commun, base essentielle à l'élaboration d'une identité urbaine. A la longue, les « natifs » de la ville nouvelle se référeront à ce fond hérité pour l'enrichir, le reconduire ou le reproduire.

Le peuplement agit dans le cadre d'une mobilité résidentielle, qui fixe une population dans un cadre nouveau. Ces choix traduisent en premier lieu l'ancrage résidentiel, comme « sédentarisation » volontaire. Cet ancrage s'accompagne de premières actions de repérage et d'appropriation des lieux.

La présence de projets structurants, d'équipements pertinents, monumentaux, symboliques, et « attractifs » constitue un fond qui alimente les raisons de « fierté » utiles pour conforter le sentiment d'appartenance. Ce sentiment est un facteur de motivation intervenant directement dans la construction de l'identité urbaine.

La « réactivité » pour conforter une autonomie socio-urbaine à travers les story tellings (les récits), à travers les discours, les actions collectives définissent le degré d'implication des habitants pour marquer leur identité urbaine. Les réseaux sociaux sont des plates-formes investies par les habitants pour s'enorgueillir de la qualité de leur ville. Les performances sportives, les actions collectives (opérations de propreté, organisation d'évènement par les associations). Ces « actes » citoyens poussent les habitants à revendiquer une autonomie administrative pour leur ville.

En guise de recommandations, nous préférons annoncer les tendances qui se dessinent dans une « approche » prospective.

- Les natifs de la Ville Nouvelle Ali Mendjeli, confortent l’ancrage résidentiel vers un enracinement résidentiel confirmant les bases d’une identité urbaine.
- L’attractivité actuelle se développe en renforçant la polarité de la Ville Nouvelle Ali Mendjeli dans l’armature urbaine régionale et nationale.
- L’esprit de jeunesse établit des modes relationnels et communicationnels (sociaux, économiques) en rapport avec une certaine universalité. Ces modes s’appuient essentiellement sur les TIC. Par conséquent, le cadre urbain fera l’objet d’un investissement dans le domaine technologique.
- La Ville Nouvelle est éligible à un statut administratif adapté commune.

Cependant dans cette vision « prospective », il est à signaler que les dispositifs de gestion urbaine sont appelés à accompagner ces tendances :

- Gestion du cadre (propreté).
- Sécurité
- Mobilité. Transport
- Transition énergétique

Pistes de recherches

- Apport de l’implication citoyenne et image de l’espace collectif dans la Ville Nouvelle Ali Mendjeli.
- Marketing et image de la Ville Nouvelle Ali Mendjeli (Enseignes, mobiliers...).
- Appropriation des espaces résidentiels par les habitants dans le cadre du relogement à la Ville Nouvelle Ali Mendjeli.
- L’usage des TIC dans le commerce à la Ville Nouvelle Ali Mendjeli.
- Impacts des universités sur l’image de la Ville Nouvelle Ali Mendjeli.

CHAPITRE VIII

BIBLIOGRAPHIE

- Abbott, A. (2020). The Chicago school and city planning. *Civic Sociology*, 1(1), pp. 1-14.
- Alain, B. & Anne, G. (1992). *L'enquête et ses méthodes: l'entretien*. Nathan, Paris.
- Allard-Poesi, F. (2003). Coder les données. *Conduire un projet de recherche: une perspective qualitative*, Ed. Management et Société, pp. 245-290.
- Antunes, A. C. (2022). The role of social media influencers on the consumer decision-making process. *Research Anthology on Social Media Advertising and Building Consumer Relationships*. IGI Global, pp.1420-1436.
- Aouissi, H. A. (2021). Algeria's preparedness for Omicron variant and for the fourth wave of COVID-19. *Global Health & Medicine*, (3), pp. 413-414.
- Appleyard, D. (1970). Styles and methods of structuring a city. *Environment and behavior*, 2, pp. 100-117.
- Arborio, A.-M. & Fournier, P. (2010). *L'observation directe: l'enquête et ses méthodes*. Armand, Paris.
- Archambault, F., Beaud, S. & Gasparini, W. (2021). *Le football des nations: des terrains de jeu aux communautés imaginées*, Éditions de la Sorbonne. Paris
- Argyris, C. & Schon, D. A. (1989). Participatory action research and action science compared: A commentary. *American behavioral scientist*, (32), pp 612-623.
- Attias-Donfut*, C. & Wolff**, F.-C. (2005). Le lieu d'enterrement des personnes nées hors de France. *Populations*, (60), pp 813-836.
- Augustin, B. (1996). *Être humains sur la terre Principes d'éthique de l'écoumène*. Gallimard, Paris.

- Bailleul, H., Feildel, B. & Thibault, S. M. J. (2012). La structure de l'habiter: éléments de connaissances et perspectives pour les sciences du projet. (eds.) Habiter : vers un nouveau concept ? Paris: Armand Colin , pp.245-262.

- Ballout, J.-M. (2014). Territorialisation par" villes nouvelles" au Maghreb. Un regard croisé sur les projets d'Ali Mendjeli (Constantine, Algérie) et Tamansourt (Marrakech, Maroc). Thèse de doctorat, Université montpellier III. Disponible sur: https://theses.hal.science/tel-00994394v1/file/2014_ballout_diff.pdf (Consulté le 11.11.2018)

- Belguidoum, S. (2021). La nouvelle ville Ali Mendjeli (Constantine), à la recherche de son identité. Ambiances commerciales et nouvelles urbanités. *Insaniyat/إنسانيات*. Revue algérienne d'anthropologie et de sciences sociales, pp. 29-44.

- Bergel, P. & Benlakhlef, B. (2014). Qui se soucie des habitants? Modernisation urbaine et délogements de quartiers informels. Le cas de Constantine (Algérie): 2008-2011. éd. Les habitants : acteurs de la rénovation urbaine ? Rennes: Presses universitaires de Rennes.

- Berry-Chikhaoui, I. (2009). Les notions de citadinité et d'urbanité dans l'analyse des villes du Monde arabe. Essai de clarification. Les Cahiers d'EMAM. Études sur le Monde Arabe et la Méditerranée, pp. 9-20.

- Bouchareb, A. (2024). La Ville Nouvelle Ali Mendjeli, vers un enracinement résidentiel [Consulté le 28.08.2024]. Disponible sur: <https://vpsa.hypotheses.org/author/vpsa>.

- Boucherit, S. & Bouchareb, A. Impact des défis concurrentiels sur la revalorisation de l'identité urbaine locale. *Revue algérienne des sciences humaines et sociales*.5(2).pp.222-238.

- Boudechiche, Y. & Bouchareb, A. (2023). Consumer Practices at the Junction of the Digital Era and COVID 19 in Ali Mendjeli New Town, Constantine, Algeria. *Economics and Business*, (37), pp.152-171.

- Boulding, K. E. (1956). The image: Knowledge in life and society, University of Michigan press. Etats unis.

- Bozyigit, S. (2021). Evaluation of Maslow's hierarchy of needs theory within the context of Covid-19 pandemic. *Understanding the Consumer Behaviour during Covid*, pp.19-56.
- Caillaud, S. & Flick, U. (2016). *Triangulation méthodologique. Ou comment penser son plan de recherche. Les représentations sociales. Théories, méthodes et applications*, pp. 227-240.
- Cambier, A. (2005). *Qu'est-ce qu'une ville? Vrin- Chemins Philosophiques*.Paris
- Camilleri, C. (1999). *Stratégies identitaires: les voies de la complexification. Identité collective et altérité*, Paris, L'Harmattan,pp.197-211.
- Capel, H. (1975). *L'image de la ville et le comportement spatial des citadins. L'Espace géographique*, pp.73-80.
- Chan, C.-L. (2012). *A study of the impact of tenure status on sense of belonging in lower-income group: a comparison between PRHtenants and HOS owners*.Thèse de doctorat, The University of Hong Kong .Disponible sur: <https://hub.hku.hk/handle/10722/174296> (Consulté le :15.02.2022).
- Chen, G. & Xiao, L. (2016). Selecting publication keywords for domain analysis in bibliometrics: A comparison of three methods. *Journal of Informetrics*, (10), pp.212-223.
- Cherrad, M. M. (2020). *Ali Mendjeli, une ville nouvelle universitaire? Human Sciences Journal*, pp.777-792.
- Chevalier, F., Cloutier, L. M. & Mitev, N. (2018). *Les méthodes de recherche du DBA*, Éditions EMS GEODIF.Québec.
- Cote, M. (2006). *Constantine: cité antique et ville nouvelle, Média-Plus*.Constantine.
- Cresswell, T. (2004). *Defining place. Place: A Short Introduction*. Malden, MA: Blackwell Ltd.Oxford.
- De Castell, S. & Bryson, M. (1997). *Radical interventions: Identity, politics, and difference/s in educational praxis*, State University of New York Press.
- Departement of urban planning, A. A. C. O. C. D. (2020). *Ali Mendjeli location in Constantine metropolitan*

- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N. & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, (133), pp.285-296.
- Dubourg, J. (2002). Histoire des bastides: les villes neuves du Moyen Age, Sud Ouest.
- Dumont, G.-F. (2017). Territoires: le modèle «centre-périphérie» désuet. *Outre-terre*, (51), pp.64-79.
- Eraydın, Z. (2014). The global image of the city: impacts of place branding on the image of Ankara. Thèse de doctorat, Middle East Technical University. Disponible sur: <https://etd.lib.metu.edu.tr/upload/12618028/index.pdf> (Consulté le:31.10.2019).
- Facebook. (2024a). Résidence Meriem Constantine [Consulté le 24.03.2023]. Disponible sur : <https://web.facebook.com/residencemeriam>
- Facebook. (2024b). Sans Visa Officiel - Centre Commercial Constantine [consulté le 02.04.2024]. Disponible sur : <https://web.facebook.com/SansVisaConstantine>.
- Facebook. (2024c). Tadjenanet sports لتحطيم الاسعار [Consulté le 11.04.2024]. Disponible sur : https://web.facebook.com/profile.php?id=100076388257907&sk=reels_tab.
- Facebook. (2024d). اصداء مدينة علي منجلي [Consulté le 11.05.2024]. Disponible sur: <https://web.facebook.com/ccq.ali.mendjeli/photos>.
- Facebook. (2024e). المَدِينَةُ الْجَدِيدَةُ عَلِي مَنجَلِي قَسَنْطِينَةُ [Consulté le 07.06.2024]. Disponible sutr: <https://web.facebook.com/Nouvelle.ville.ali.mendjeli>.
- Facebook. (2024f). مطعم زهرة المدائن [Consulté le 24.06.2024]. Disponible sur : <https://web.facebook.com/RESTAURANTZAHRAATELMADAEN>.
- Facebook. (2024g). نادي سريع علي منجلي Club Rapide Ali Mendjeli [Consulté le 09.07.2024]. Disponible sur : https://web.facebook.com/CRAMAliMendjeli?_rdc=1&_rdr.
- Forget, M. (2019). L'expérience des New Towns britanniques. L'exemple de Milton Keynes (1967-Aujourd'hui). Deuxièmes rencontres de l'habitat.
- Fried, M. (2017). Grieving for a lost home. People and buildings. Routledge.
- Frippiat*, D. & Marquis**, N. (2010). Les enquêtes par Internet en sciences sociales: un état des lieux. *Population*, (65), pp.309-338.
- Gagey, H.-J. (2021). Rapport de soutenance de thèse. Transversalités, 163-164.

- Galland, B., Leresche, J.-P., Dentan, A. & Bassand, M. (1993). Les identités urbaines. Cultures, sous-cultures et déviances.
- Ghorra-Gobin, C. (1991). Une urbanité fondée sur la communication? Quaderni, (13), pp.111-118.
- Ghorra-Gobin, C. (2001). Réinventer le sens de la ville: les espaces publics à l'heure globale, l'Harmattan.
- Giddens, A. (1995). Modernidad e identidad del yo, Península, Barcelone (67).
- Girard, S., Rolland, L. & Rivière-Honegger, A. (2015). Saisir la territorialité par le dessin. Retours méthodologiques. Sciences de la Société, pp.47-67.
- Goldar, M. & Daneshpour, S. A. (2015). Assessment of Correlation between Length of Residence and Good Image: Parand New Town. Procedia-Social and Behavioral Sciences, (201), pp.333-341.
- Goodman, L. A. (1961). Snowball sampling. The annals of mathematical statistics, 32(1), pp.148-170.
- Grafmeyer, Y. & Authier, J. (2008). Sociologie urbaine. Armand Colin. Paris.
- Halbwachs, M. (1997). La mémoire collective, Albin Michel. Paris
- Hallot, P. (2012). L'identité à travers l'espace et le temps. Vers une définition de l'identité et des relations spatio-temporelles entre objets géographiques. Thèse de doctorat, Université de Liège, Disponible sur : https://orbi.uliege.be/bitstream/2268/113244/1/Th%C3%A8se_Hallot.pdf (Consulté le: 20.05.2019)
- Hannerz, U. (1980). Explorer la ville: éléments d'anthropologie urbaine [Exploring the City: Inquiries Toward an Urban Anthropology], traduit et présenté par Isaac JOSEPH., édition de Minuit. Paris
- Harkness, J. & Newman, S. J. (2003). Effects of homeownership on children: The role of neighborhood characteristics and family income. Economic Policy Review, 9(2), pp.87-107.
- Hay, R. (1998). Sense of place in developmental context. Journal of environmental psychology, (18), pp.5-29.
- Howard, E. (1965). Garden cities of to-morrow, Mit Press.

- Jannière, H. (2008). Planifier le quotidien. Voisinage et unité de voisinage dans la conception des quartiers d'habitation en France (1945-1965). *Strates. Matériaux pour la recherche en sciences sociales*, (14), pp.21-3821.
- Jossifort, S. (1995). L'aventure des villes nouvelles. Vingt ans après, bilan et débats. *Égypte/Monde arabe* ,(23),pp.169-194.
- Kara Mostefa, K. (2023). Ville Nouvelle Ali Mendjeli: Instaurer une culture urbaine [Consulté le 04.08. 2023]. Disponible sur: <https://vpsa.hypotheses.org/> .
- Kitchin, R. M. (1994). Cognitive maps: What are they and why study them? *Journal of environmental psychology*, (14), pp.1-19.
- Laborde, J. (2013). Les villes nouvelles à l'épreuve du temps.. L'exemple de Marne-la-Vallée. *Projets de paysage. Revue scientifique sur la conception et l'aménagement de l'espace*.(9),pp.1-17.
- Lakehal, A. (2013). La fabrication plurielle de centralités dans la périphérie de Constantine(Algérie). Le cas de la Ville Nouvelle Ali Mendjeli", *Les Cahiers d'EMAM*, (22), pp.131-132.
- Lakehal.A. (2020). La ville nouvelle d'Ali Mendjeli à l'épreuve des modes d'habiter. *Les Cahiers d'Outre-Mer*.(2) 282, pp. 81-114.
- Lakjaa, A. (2009). Les périphéries oranaises: urbanité en émergence et refondation du lien social. *Les Cahiers d'EMAM.  tudes sur le Monde Arabe et la Méditerranée*,(18), pp. 29-44.
- Lapierre, J. W. (1984). L'Identité collective, objet paradoxal: d'où nous vient-il. *Recherches sociologiques*, (15), pp.195-206.
- Le goix, R. (2003). Les" Gated Communities" aux Etats-Unis. Morceaux de villes ou territoires à part entière? Thèse de doctorat, Université Panthéon-Sorbonne-Paris I.Disponible sur: <https://theses.hal.science/tel-00004141/> (Consulté le 18.08.2020).
- Lefebvre, H. (1970). La révolution urbaine. Idées/Gallimard.France
- Lévy, J. (2008).  chelles de l'habiter, Plan urbanisme construction architecture. PUCA / Grande Arche de la Défense.Lyon
- Lewicka, M. (2010). What makes neighborhood different from home and city? Effects of place scale on place attachment. *Journal of environmental psychology*, (30), pp.35-51.

- Licata, L. (2007). La théorie de l'identité sociale et la théorie de l'auto-catégorisation: le Soi, le groupe et le changement social. *Revue électronique de psychologie sociale*, (1), pp.19-33.
- Lussaut, M. (1992). Tours: images de la ville et politique urbaine. Thèse de doctorat, Université de Tours. Disponible sur: <https://theses.fr/1992TOUR4501>(Consulté le 18.11.2019).
- Lynch, K. (1959). *The image of the city*, M.I.T Press. Massachussettes institute of technology, Cambridge and London.
- Mallett, S. (2004). Understanding home: a critical review of the literature. *The sociological review*, (52), pp.62-89.
- Map.com, T. (2024). Carte topographique Ali Mendjeli. [consulté le 03.04.2024]. Disponible sur : <https://fr-fr.topographic-map.com/map-rbcdn/Ali-Mendjeli/> .
- Marc, E. (2005). *Psychologie de l'identité: Soi et le groupe*, Dunod.Paris.
- Marcolin, P. & Flores, J. (2014). 20th Century new Towns, Archetypes and Uncertainties, Mai 22-24, 2014, Porto.
- Maslow, A. H. 1943. Preface to motivation theory, *Psychosomatic medicine*,5(1),pp.85-92.
- Mots, N. D. (2022). Créez rapidement votre nuage de mots clés [Consulté le 08.10.2022]. Disponible sur: <https://nuagedemots.co/> .
- Merlin, P. (1968). Les villes nouvelles en Grande-Bretagne. *Annales de Géographie*, 77 (421), pp.278-295.
- Merlin, P. & Choay, F. (2009). *Dictionnaire de l'urbanisme et de l'aménagement*. 4ème éd. Presses Universitaires de France (PUF).Paris.
- Monnet, J. (1999). *La ville et le pouvoir en Amérique: les formes de l'autorité*, L'Harmattan.Paris.
- Morange, M. & Schmoll, C. (2016). *Les outils qualitatifs en géographie: méthodes et applications*, Armand Colin.Paris.
- Morley, D. (2001). Belongings: Place, space and identity in a mediated world. *European journal of cultural studies*, 4 (4), pp 425-448.
- Morrin, M. (2011). *Scent marketing: An overview. Sensory marketing : research on the sensuality of products* ,1 ère édition, Routledge, pp.75-86.New York.

- Moser, G. (2007). Globalization and urban sociability: Landmarks for an education towards citizenship. *Revista Colombiana de Educación*, (52),pp.59-73.
- Navy, S. L. (2020). Theory of human motivation -Abraham Maslow. *Science education in theory and practice: An introductory guide to learning theory*,pp.17-28.
- Nédélec, P. (2013). *Réflexions sur l'urbanité et la citadinité d'une aire urbaine américaine:(dé) construire Las Vegas*.Thèse de doctorat,Université de Lyon 2.Disponible sur: <https://theses.hal.science/tel-00946236/>(Consulté le:13.02.2020).
- Nédélec, P. (2020). *Las Vegas dans l'ombre des casinos*, Presses universitaires de Rennes.Rennes.
- Ngasa, A. N. Z. J. (2020). Role of ICT Usage in Market Accessibility of Small Business Enterprises in Tanzania. *International Journal Of Advance Research And Innovative Ideas In Education*, (6)3, pp. 202-210.
- Ollivier, B. (2019). *Les identités collectives à l'heure de la mondialisation*, CNRS Éditions.Paris.
- Petzet, M. (2008). *Genius Loci–The spirit of monuments and sites*. 16th General Assembly of ICOMOS, Scientific Symposium, 30 September 2008, Quebec.
- Pouban-Attas, V. (1998). *L'espace urbain déformé: transports collectifs et cartes mentales*.Thèse de doctorat, Ecole Nationale des Ponts et Chaussées.Disponible sur: <https://pastel.hal.science/tel-00180195/document> (Consulté le: 02.03.2021).
- Proshansky, H. H., Fabian, A. K. & Kaminoff, R. (1983). Place-identity: Physical world socialization of the self. *Journal of Environmental Psychology*,(3),pp.57-83.
- Proshansky, H. M. (1978). The city and self-identity. *Environment and behavior*, (10), pp.147-169.
- Ramos, E. (2011). “Les origines”: La tension entre appartenance familiale et identité individuelle. *Civitas-Revista de Ciências Sociais*, (11), pp.24-39.
- Rehail, T. (2021). *Ville nouvelle et attractivité des centres commerciaux en Algérie.(Etude de cas des Centres Commerciaux de la ville nouvelle Ali Mendjeli de Constantine.)*, المعيار ,25(8),pp. 1057-1075.
- Relph, E. (1976). *Place and placelessness*, Pion,London.

- Roulet, T. J., Gill, M. J., Stenger, S. & Gill, D. J. (2017). Reconsidering the value of covert research: The role of ambiguous consent in participant observation. *Organizational Research Methods*, (20), pp.487-517.
- Rouquette, M.-L. (1997). La structure et le sens des représentations sociales: réponse à quelques questions d'A. Clémence. *Papers on Social Representations*, (6), pp. 89-92.
- Rozenholc, C. (2010). France GUÉRIN-PACE et Elena FILIPPOVA, Ces lieux qui nous habitent. Identité des territoires, territoires des identités. *Revue européenne des migrations internationales*, (26), pp.223-226.
- Sassen, S. (1991). *The global city*. 2nd édition, Princeton University Press, New York.
- Sassen, S. (2010). Cityness: Roaming thoughts about making and experiencing cityness. *Ex aequo*, (22), pp.13-18.
- Scherbakova, N. & Bredikhin, S. (2021). Co-authorship network structure analysis. *Journal of Physics: Conference Series*, 2099 (1), pp.1-5.
- Smith, K. M. (2011). The relationship between residential satisfaction, sense of community, sense of belonging and sense of place in a Western Australian urban planned community. Thèse de doctorat. Edith Cowan University, Disponible sur: <https://ro.ecu.edu.au/theses/460/> (Consulté le 17.05.2022).
- Spiga, S. (1994). Le Plateau d'Aïn El Bey: urbanisation d'un site vierge. *Travaux de l'Institut de Géographie de Reims*, (85), pp.73-81.
- Spradley, J. P. (2016). *Participant observation*. Waveland Press, Inc. Waveland.
- Stébé, J.-M. (2022). Des définitions de la ville. *Constructif*, 3(63) pp.12-16.
- Sylvia, O. (1983). *L'imaginaire bâtisseur. Les villes nouvelles françaises*, Méridiens-Klincksieck. Paris: Librairie des Méridiens.
- Sznycer, M. (1997). Carthage et la civilisation punique. Rome et la conquête du monde méditerranéen (264-27 av. J.-C.) Tome 2 Genèse d'un empire . Presses Universitaires de France PUF. Paris, pp.543 à 593.
- Tajfel, H. (1959). Quantitative judgement in social perception. *British journal of psychology*, (50), pp.16-29.
- Thiétart, R.-A. (2014). *Méthodes de recherche en management*-4^{ème} édition, Dunod. Paris

- Tiktok. (2024). Centre commercial Ritaj mall constantine - vue du ciel - nouvelle ville ali mendjeli [Consulté le 09.08.2024]. Disponible sur: www.tiktok.com/@zaydbzizou/video/7106842025399520518.
- Vadelorge, L. (2014). Retour sur les villes nouvelles. Une histoire urbaine du XXe siècle, Créaphis.Paris
- Valéry, P. (1998). Introduction à la méthode de Léonardo De Vinci, Editora 34.Sao Paulo.
- Vidal-Beneyto*, J. (2003). La construction de la mémoire collective: Du franquisme à la démocratie. Diogène, 201(1),pp.17-28.
- Villes et projets, S. E. A. (2023). Ville Nouvelle ALI MENDJELI : INSTAURER UNE CULTURE URBAINE [Consulté le 04.08.2023]. Disponible sur: <https://vpsa.hypotheses.org/author/vpsa>.
- Wakeman, R. (2016). Practicing utopia: an intellectual history of the new town movement, University of Chicago Press.Chicago.
- Yahiouche, M.,Isaad,S.Urban analysis od university outdoor spaces:Case of Salah Boubnider university campus. People's Democratic Republic of Algeria Ministry of Higher Education and Scientific Recherche Algerian Journal of Engineering, Architecture and Urbanism, 4(2),pp. (136-153).
- Yahiouche, M. & Ariane, H. (2023). Spatial-Economic Effects of Structuring Projects in New City of Ali Mendjeli, Constantine (Algeria):" Ritaj Mall" as a Case Study. Tobacco Regulatory Science (TRS),9(1), 5443-5472.

LISTES DES ANNEXES

ANNEXE A : Articles scientifiques

International Journal of Innovative Studies in Sociology and Humanities

ISSN 2456-4931 | Open Access | Volume 7, Issue

12, 2022 DOI: [https://doi.org/10.20431/2456-](https://doi.org/10.20431/2456-4931.071217)

4931.071217

The Relationship between Inhabitants' Sense of Belonging and their Residency Period, Former Place of Residing and Housing Tenure in Ali Mendjeli New Town (Constantine-Algeria)

Yasmine BOUDECHICHE¹, Abdelouahab BOUCHAREB²

^{1,2}University Salah Bounider Constantine 3, AUTES laboratory, Constantine, Algeria.

Received: November 29, 2022

Accepted: December 20, 2022

Published: December 24, 2022

Abstract

The purpose of this article is to determine the factors that influence the inhabitants of Ali Mendjeli new town sense of belonging. In this paper, we shed light on the three main factors cited by these inhabitants in our interviews with them. These factors were given as justifications for having or lacking a sense of belonging. The first factor which is long term of residence was cited as an essential aspect for having a sense of belonging. The second factor is the former place of residing; it represented the main reason for lacking the sense of belonging. Finally, housing tenure includes both: having and lacking a sense of belonging. A sample of 151 respondents who moved to Ali Mendjeli between 2000 and 2022 was asked about their sense of belonging through semi-structured interviews. Statistical package for social sciences (IBM SPSS Statistics 25.0) was used to perform statistical analyses. The results obtained indicate that there is no association between sense of belonging and duration of residence, former place of residing and housing tenure. This article proposes that the feeling of belonging in Ali Mendjeli calls for further research on other factors that might be associated to the sense of belonging.

Key words: Sense of belonging. Ali Mendjeli new town. Residency period. Former place of residing. housing tenure.

INTRODUCTION

New towns of this era were a tool for reconstruction and resource extraction, for population resettlement and territorial dominion. They were a solution to the afflictions of the big city (Wakeman, 2016). In 1987, Algeria's National Planning Scheme recommended the establishment of new towns in the Hauts Plateaux

and South. Meanwhile, “new towns”, local emanation was launched, that is the case of Ali Mendjeli, near Constantine (Ballout, 2014).

Ali Mendjeli (department of urban planning) was a new town as a result of a voluntary policy. This new town was built to relieve the congestion in Constantine’s city center. Ex-nihilo creation has been sparked by a number of circumstances, including the city’s progressive saturation, the proliferation of slums around the center, rising housing demand, a scarcity of urbanizable and buildable land, landslides, and houses threatening the demolition of Constantine’s ancient city...etc. For twenty years Ali Mendjeli has been experienced a strong expansion and population growth, with an increasing rate of 7.55% and a positive migration balance with 5.83% of growth according to the General Population and Housing Census of 2008. At the beginning, it was conceived on a surface of 1200 hectare, to spread out today to 2341 hectare, without forgetting that the surface of the agglomeration foreseeable by the horizon 2030, will be of 3357 hectare.

However, a quarter century after its effective launch, the new town included frank inflections on the social, economic and environmental level. Focusing on the sociological plan, there are pioneers, newcomers and a generation who was born in the new town, all of them have a different former place of residence (from the centre, pericentre, periphery.....). Furthermore, they have varying length of stay in the new town. They also have different status of ownership of housing in the new town. Current research on new towns is focused on their urban planning, evaluation, urbanization process, development... The majority of study on feeling of belonging focuses on the sense of belonging experienced by immigrant individuals. Few studies in the field of urban planning have focused on the sense of belonging among inhabitants to the new town.

Our research has three questions: (RQ1): Is the sense of belonging to the new town of Ali Mendjeli, associated with the long term of residence in the sample studied? (RQ2): Does the former place of residence influence the sense of belonging among inhabitants of Ali Mendjeli new town; (RQ3) How did housing tenure affect sense of belonging among inhabitants to Ali Mendjeli.

H0: There is no association between sense of belonging and (age, residency period, former place of residence and housing tenure).

According to our null hypothesis, it is no association between sense of belonging and (residency period, former place of residence and housing tenure). Our alternative hypothesis is: H1 long term of residence is related to the sense of belonging. Whenever, the length of residence was long, the feeling of belonging will be greater. On the other hand, H2 among inhabitants, those who’s their former place of residence is closer to the city center have no sense of belonging than others away from the center. H3 hypothesis suggests that for those who are owners of their homes they have a greater sense of belonging than others who are renters or residents for a short time.

Our paper adds to the existing body of knowledge, on people-place relationships by investigating factors, that may contribute to the formation of a sense of belonging, among individuals in a new territory, known as new towns. The following, is how this article is structured: The first section provides a summary of the literature review, which will summarize the literature on sense of belonging and their relationship with long term of residence, housing tenure and the former place of residing. The technique will be explained in the second section; in this one, we will offer the case study, data collecting, analysis, and the research approach. The findings of this study are presented in section four, accompanied by a discussion of the findings. In the final segment, we reach a conclusion.

Literature Review

The need to belong is one of the important needs in psychology, where it refers many researchers, such as Maslow, Hagerty, Patusky, Morley and others. As explained in many studies and research, the importance of belonging and its relationship with many variables. Several studies have been offered to explain the feeling of belonging. Despite the fact that the literature covers a wide range of such research,

this paper will concentrate on four issues that appear consistently in the literature. These themes are: how researchers from many fields conceptualized the concept of sense of belonging, the relationship between long term of residence and sense of belonging to a place, the influence of housing tenure choice and the feeling of belonging among inhabitants, and the impact of previous place of residence and their quality of life on the feeling of belonging. Regardless of the fact that the literature discusses these themes in a wide range of contexts, this paper will be focusing on their relation to urban studies.

Sense of Belonging

The theme of sense of belonging within the field of urban studies addresses the relationship between the humans and the space surrounding them (Morley, 2001). In this context, human geographers were the first to put a sense of belonging to a place on the agenda. They took a phenomenological approach to place in order to give value to the personal experiences and emotional bonds people could have with places (Relph, 1976). According to Jones (2009) sense of belonging has been explored in education, psychology, sociology, and social-psychology, and has also been examined in psychiatry, nursing, geography, anthropology, and religion to name a few. It is a concept that is closely related to other psychological, educational, and sociological concepts that are widely accepted and studied. On the other hand, (Navy, 2020) showed that sense of belonging is a basic human need. While, sense of belonging is related to the multidimensional concepts of sense of community and place attachment (Pipitone & Jović, 2021). Moreover, sense of belonging is recognized as an important determinant of psychological and physical well-being (Hagerty & Patusk, 1995). Consequently, the sense of belonging to a place thus refers not only to the emotional but also the behavioral bonds between people and places, which in recent literature includes at least three perspectives. These perspectives, which form the framework for this paper and guide the exploration into place and belonging are: first the personal dimension, in which emotional bonds to place develop through everyday life experiences and practices in that place, which can then be further constrained or enhanced by second: structural and functional factors characterizing the place and finally discourses surrounding the place and its status (Cresswell, 2004).

Long Term of Residence

Many researches related to new towns believe in the healing role of time against a weak person-place relationship in such cities (Goldar & Daneshpour, 2015). Sense of belonging increase with the length of time a person lives in a place (Hay, 1998a, 1998b). Puddifoot (1994) suggested that 98% of participants, who felt they belonged to their current community, mentioned long-term residence as a reason for feelings of belonging. Also Length of residency affects sense of belonging (Bailey, Kearns, & Livingston, 2012). As well as the length of residency and homeownership are also considered positive predictors of the sense of belonging. The overall best direct predictor of place attachment was neighborhood ties, followed by direct and indirect effects of length of residence. One of the most often reported positive predictors of place attachment is length of residence in the area. And Length of residence in a place is one of those variables that consistently turn out as direct predictor of place attachment (Lewicka, 2010). Longer length of residence was associated with higher attachment to the neighborhood (Toruńczyk-Ruiz & Martinović, 2020).

Housing Tenure Choice

Housing tenure is widely accepted as an influential factor on neighborhood satisfaction in developed countries, where tenure choices are largely dichotomous (homeowner or renter) and are subject to market forces (Toruńczyk-Ruiz & Martinović, 2020). Moreover, housing related decisions – residential mobility, tenure choice, location, and dwelling type – are components of long-term lifestyle and mobility decisions (Ben-Akivai, Bowman, & Gopinath, 1996). Then home ownership has been recognized by most of the literatures as the preferable tenure compared with the renters. It has been the housing policy of the Hong Kong Government to promote home

ownership to increase the sense of belonging of the Hong Kong people (Chan, 2012). According to Harkness and Newman (2003) and (Mallett, 2004) renters may experience a lower status in the community and therefore, less sense of belonging. Furthermore, a tenant, unlike a homeowner, is often unable to adapt the rental dwelling to suit their needs and express their personal style, and coupled with a lack of security, reduces their sense of belonging. Therefore, tenure type has been closely associated with a sense of belonging with homeowners experiencing more positive outcomes than renters (Smith, 2011). As well as, insecure tenure and frequent residential mobility can deplete their sense of stability and place attachment to both dwelling and community, as well as their ability to age well in place (Craciun & Flick, 2014). The difference in housing tenure affects sense of place in the community (Arifwidodo & Chandrasiri, 2013).

The Impact of Previous Place of Residence and their Quality of Life on the Feeling of Belonging

Sense of belonging is a concept related to quality of life (Kitchen, Williams, & Gallina, 2015). Usually, the center is well-developed, and has a higher level of facilities and infrastructure, while shortages and a poorer infrastructure, sometimes bordering on marginality, characterize the periphery (Oppong, Ironside, & Kennedy, 1988). According to Huriot and Perreur (1995) the idea of center, as in geometry evokes first of all a privileged position. But a center is also a place of strong of population, economic activities, culture and power. The center-periphery structure generated by a combination of the two previous criteria is a source of inequalities, asymmetries, polarization and domination. Since the beginnings of the literature on territorial issues, the center-periphery model has been predominant and the concept of center is considered one of the most important in spatial economics and geography. The center, with its privileged position, would be the master and regulator of territories located on its periphery (Dumont, 2017). In addition, residential buildings therefore impact on residents' quality of life (QoL) through their physical conditions as well as by the neighbors that they have attracted and the wider community wherein they are situated. Through these layered impacts of dwelling, neighbours and community, housing may also affect residents' sense of belonging or attachment to the place (Ng, Kam, & Pong, 2005).

METHODOLOGY

Context of the Study

The new town of Ali Mendjeli is located on the plateau of Ain El Bey about 15 kilometers in the south of the city center of Constantine (see figure 1 and figure 2). According to General Population and Housing Census of 2017 Ali Mendjeli new town had 420 945 people. The new town's plan encompasses 1500 hectare and is expected to house a population of around 300,000 people. However, the new town currently occupies 2341 hectare, and the agglomeration's surface size is expected to reach 3357 hectare by 2030.



Figure 1. Constantine's location in Algeria. Source: Authors treatment following google earth

(2021).



Figure 2. Ali Mendjeli location in Constantine metropolitan Source: Authors treatment following google earth (2021)

Method

A total of 151 respondents with distribution from four age groups who arrived in Ali Mendjeli new town between 2000 and 2022 were asked about their sense of belonging to Ali Mendjeli. The research data was obtained from inhabitants of Ali Mendjeli new town from January 2020 to September 2021. The sample was made up of people who were chosen at random using a snowball technique. In order to measure the sense of belonging to the new town of Ali Mendjeli, the respondents were asked “Do you feel Ali Mendjelais? As a result, we were able to collect four different sorts of responses to the key question: Yes, No, A little, Neutral.

We examined four variables from the semi-structured interview survey data. Other questions were included in the survey. These were respondents’ length of residence in the new town, ownership status of their current dwellings, and their residential origin before arriving in the new town.

The statistical studies were carried out using IBM SPSS Statistics 25.0, a statistical tool for social sciences. The association between sense of belonging (residency period, region of origin, and housing tenure) was investigated using the chi-square test for independence. Using descriptive statistics and cross-tabulation, we examine the relationship between sense of belonging and a variety of characteristics. We’ve offered two hypotheses for each characteristic associated with a sense of belonging in this way.

RESULTS AND DISCUSSION

From the table below, it shows the distribution of the answers, when we asked respondents the following question: Do you feel Ali Mendjelais?

Table 1. Sense of belonging among inhabitants of Ali Mendjeli new town

Do you feel Ali Mendjelais?					
Responses	Yes	No	A little	Neutral	Total
	65	77	3	6	151
	43%	51%	2%	4%	100%

Semi-structured interviews survey. Source: Authors

The results are presented in two sections: first, data on socio-demographic characteristics (Age, Sex). Secondly, crossing between (length of residence, former place of residing, housing tenure) and sense of belonging.

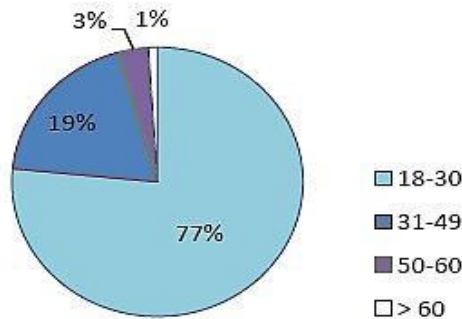


Figure 3. Distribution of respondents by age group.
Source: Authors

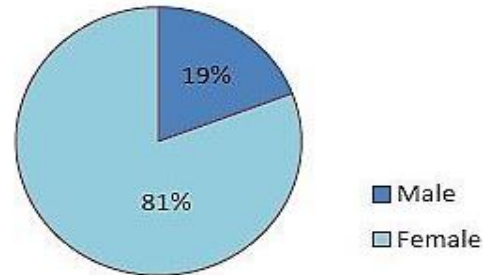


Figure 4. Distribution of respondents by gender.
Source: Authors

The pie charts (figure 3, figure 4), gives information on the percentage of inhabitants of Ali Mendjeli new town that composed the survey, based on their gender and age groups. Overall, females have a significant higher rate of respondents, than that of males. Young respondents are more prone than other ones. It is apparent that the young age group which involves people aged from 18 to 30 has the highest rate of respondents. However, the middle age group which consists of people aged between 31 and 49 is in the second place. The oldest age group constitutes the lowest rates of respondents.

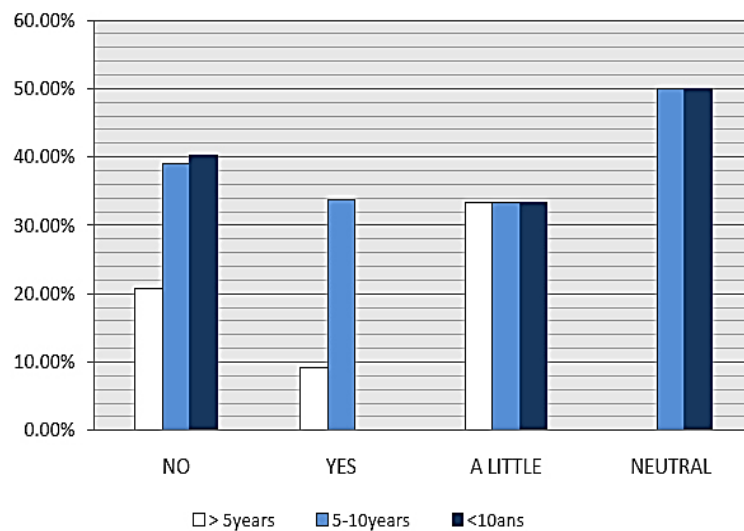


Figure 5. Sense of belonging among inhabitants by years lived in the new town. Source: Authors.

From (figure 5), the bar chart reveals that among old inhabitants who have lived in the new town more than 10 years, 40,30% said that they haven't a sense of belonging to Ali Mendjeli new town, with this way slightly decreased to 39% among inhabitants who have lived in the new town, between 5-10 years. However, a significant decrease to 20,8% among newcomers who have lived in Ali Mendjeli less than 5 years. On the other hand, among inhabitants who have declared that they feeling sense of belonging to the new town with 41,10% among old inhabitants then this proportion dropping to 33,8% among those who have lived in Ali Mendjeli between 5-10 years and a decrease of proportion to 9,2% among newcomers. In the third type of response, the bar chart shows that identical proportion 33,3% of inhabitants categorized, their little sense of belonging to the new town across the three time-periods. The neutral response is divided between inhabitants who have lived in Ali Mendjeli between 5-10 years and old inhabitants.

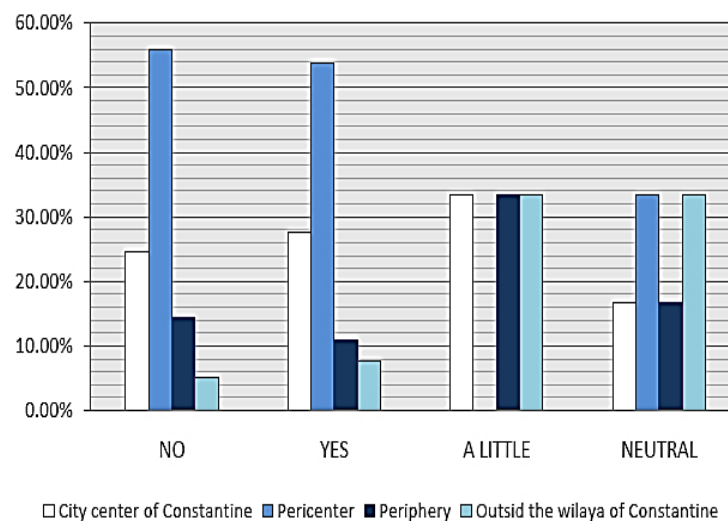


Figure 6. Sense of belonging among inhabitants to Ali Mendjeli by the former place of residing.
Source: Authors.

The given bar graph (figure 6) presents proportions of inhabitant's sense of belonging by their residential origin before arriving in the new town. As can be seen, the majority of respondents are from the pericentral zone, for both the yes (53,8%) and no (55,8%) answers. On the other hand, inhabitants coming from outside the wilaya of Constantine, touch the lowest point in yes/no responses. Moreover, the proportion of inhabitants of the city center of Constantine comes in second place

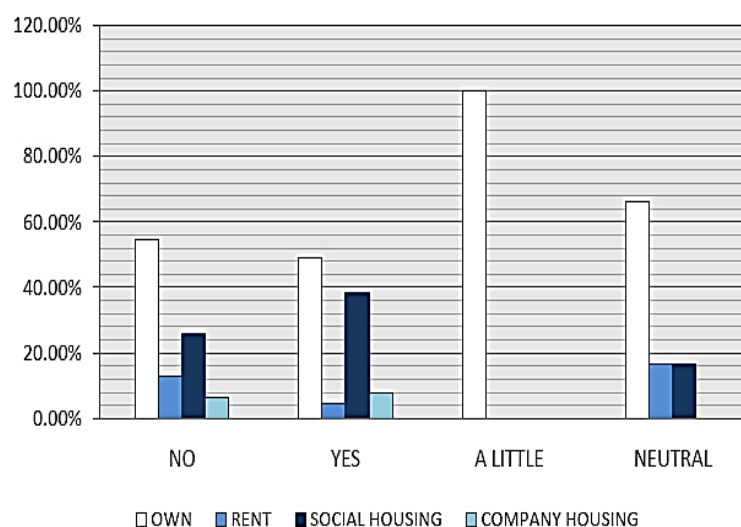


Figure 7. Sense of belonging among inhabitants to Ali Mendjeli by the housing tenure. Source: Authors.

e for having or lacking the feeling of belonging to Ali Mendjeli new town. In terms of the response “a little,” the bar graph reveals that the proportions are the same across all categories of prior residence. Except for those who live in the pericentral area, they aren’t present in this scenario. The neutral answer, is equally divided between the inhabitants coming from outside the wilaya of Constantine and the inhabitants of the pericenter with 33,3 %. Absolutely the same for inhabitants of the periphery and the city center of Constantine with 16,7%.

The provided bar graph (figure 7) illustrates that when we talk about the inhabitants who own their homes, whatever the answer (see figure 7), it has a higher proportion of answers. Moreover, the answer “a little” is used only by the inhabitants who are owners of their housing. Comparatively the inhabitants who are renters or those who have a company housing which are less present in this situation. Furthermore, the bar chart shows that the answer proportion among social housing beneficiaries is in the second place after the proportion of the owners. From table (1): the response to above question 43% of those surveyed expressed their sense of belonging and said “Yes”, while 51 % replied with “No”, 2% said “a little” and a further 4%, were out of subject and remained unanswered.

The majority of the respondents who said “Yes” justified their feeling of belonging by the long term of residence in the new

town: “Yes, I think I feel the sense of belonging. I arrived in the new town when I was three years old, so I grow up here” (Imane, 20 years old, veterinary student, arrival in the new town in 2003).

Similarly, another respondent justified her sense of belonging: “Yes I’m feeling I’m used to it, I’ve been living in this city for almost eight years” (Aya, 22 years old, student in dentistry, and arrival in the new town in 2013).

Respondents who said “No” explained their refusal sense of belonging by their housing tenure or their former place of residing.

“No, I’m a renter; I haven’t my own home in this town, so I don’t have any sense of belonging” (Soumya, 31 years old, architect, arrival in the new town in 2016).

Another respondent justified her lacking sense of belonging by his former place of residence: “No, I don’t think, I have the feeling of belonging, I’m bent l’bled (the daughter of the center), it seems to me like a big douar (country side)” (Farida, 35 years old, unemployed, arrival in the new town in 2020).

The above testimonies led us to analyze the relationship between sense of belonging, and number of variables. We asked respondents about their age, gender, duration of residence in Ali Mendjeli new town, former place of residing and their housing tenure.

The relationship between belonging to the new town of Ali Mendjeli and three other characteristics obtained in the survey was studied. The main results obtained are from a descriptive statistic of cross tabulation on the IBM SPSS software version 25.0.

In this section, we looked at the relationship between respondents’ length of residence in the new town, former place of residence, housing status and sense of belonging. The main results obtained from the relationship between sense of belonging, age group, length of residence, former place of residing and housing tenure. Obtained from a descriptive statistic of cross tabulation on the IBM SPSS software version 25.0.

Table 2. Chi-square tests. Source: Authors following SPSS.

		Residency period			X ²	
		< 5 years	5-10 years	> 10 years		
Sense of belonging Are you feeling Ali Mendjelois?	No	20.8%	39%	40,3 %	0,287	
	Yes	9,2%	33,8%	56,9 %		
	A little	33,33%	33,33%	33,33 %		
	Neutral	0%	50%	50%		
		Former place of residing				
		City Centre of Constantine	Pericenter	Periphery	Outside the wilaya of Constantine	
Sense of belonging Are you feeling Ali Mendjelois?	No	24,7%	55,8%	14,3%	5,2%	0,218
	Yes	27,7%	53,8%	10,8%	7,7%	
	A little	33,3%	0%	33,3%	33 ;3%	
	Neutral	17%	33%	17%	33%	
		Housing tenure				
		Owner occupied	Location	Social housing	Company housing	
Sense of belonging Are you feeling Ali Mendjelois?	No	54,5%	13%	3,7%	4,9%	0,455
	Yes	49,2%	4.6%	0,0%	7,1%	
	A little	100%	0%	0,0%	2,2%	
	Neutral	66%	17%	17%	0,0%	

From the above table (2), results obtained allow us to reject our alternative hypothesis and validate the null hypothesis, that it is no association between sense of belonging and (residency period, former place of residence and housing tenure). No significant association between sense of belonging and residency period $\chi^2 (0,426) = p > 0,05$ then, No significant association between sense of belonging and former place of residing $\chi^2 (0,467) = p > 0,05$ and No significant association between sense of belonging and housing tenure $\chi^2 (0,517) = p > 0,05$. This indicates that the variables are independent.

In this way, the findings contradict the study's conclusion of Goldar, M., & Daneshpour, S. A. (2015) on the healing role of time against a weak person-place relationship in new towns. Similarly, the work of Hay, R. (1998), on the direct correlation between length of residence and having a sense of belonging. By the same token, the results obtained are indirect conflict with the work of Harkness, J., & Newman, S. J. (2003), who said that renters may experience a lower status in the community and therefore, less sense of belonging. Correspondingly to Smith, K. M. (2011), the housing tenure is associated with a sense of belonging, with homeowners reporting better outcomes than renters. The findings are also opposing with Kitchen, P., Williams, A. M., & Gallina, M. (2015), in their study on sense of belonging to

local community among Canadian immigrant, which said that sense of belonging is related to quality of life.

CONCLUSION

This article aims to determine the relationship between sense of belonging and residency period, previous residence, and housing tenure. Surprisingly, the research discovered that long-term of residence is not a factor in pioneers, old inhabitants, or newcomers having or lacking a sense of belonging to Ali Mendjeli new town. Despite, the fact that the majority of respondents stated that they feel like they belong in their new location because they had lived there for a long time. On the other hand, the former place of residing did not indicate a significant relationship between sense of belonging and the previous place of residence, regardless of whether it was located in the center, pericenter, peripheral, or outside the wilaya of Constantine, according to the findings. Furthermore, the housing tenure has no impact on residents' feelings of belonging to the new town, whether they are owners, renters, social housing recipients, or those who own a corporate house. According to our null hypothesis, there is no association between sense of belonging and (residency period, former place of residing and housing tenure). As limitation, the question of Ali Mendjeli new town's sense of belonging requires researches into other factors that will be related with sense of belonging. Furthermore, a bigger survey sample size would have permitted a more thorough analysis of the three criteria chosen to influence inhabitants' sense of belonging.

REFERENCES

1. Arifwidodo, S. D., & Chandrasiri, O. (2013). The relationship between housing tenure, sense of place and environmental management practices: A case study of two private land rental communities in Bangkok, Thailand. *Sustainable Cities and Society*, 8, 16-23.
2. Bailey, N., Kearns, A., & Livingston, M. (2012). Place attachment in deprived neighbourhoods: The impacts of population turnover and social mix. *Housing Studies*, 27(2), 208-231.
3. Ballout, J.-M. (2014). *Territorialisation par « villes nouvelles » au Maghreb. Un regard croisé sur les projets d'Ali Mendjeli (Constantine, Algérie) et Tamansourt (Marrakech, Maroc)*. Université montpellier III.
4. Ben-Akivai, M., Bowman, J. L., & Gopinath, D. (1996). Travel demand model system for the information era. *Transportation*, 23(3), 241-266.
5. Chan, C.-l. (2012). A study of the impact of tenure status on sense of belonging in lower-income group: a comparison between PRH tenants and HOS owners. *HKU Theses Online (HKUTO)*.
6. Craciun, C., & Flick, U. (2014). "I will never be the granny with rosy cheeks": Perceptions of aging in precarious and financially secure middle-aged Germans. *Journal of aging studies*, 29, 78-87.
7. Cresswell, T. (2004). Defining place. *Place: A Short Introduction*. Malden, MA: Blackwell Ltd, 12.
8. Dumont, G.-F. (2017). Territoires: le modèle «centre-périphérie» désuet. *Outre-terre*, 51(2), 64-79.
9. Goldar, M., & Daneshpour, S. A. (2015). Assessment of Correlation between Length of Residence and Good Image: Parand New Town. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 201, 333-341.
10. Hagerty, B. M., & Patusky, K. (1995). Developing a measure of sense of belonging. *Nursing research*, 44(1), 9-13.
11. Harkness, J., & Newman, S. J. (2003). Effects of homeownership on children: The role of neighborhood characteristics and family income. *Economic Policy Review*, 9(2).
12. Hay, R. (1998). A rooted sense of place in cross-cultural perspective. *Canadian Geographer/Le Géographe canadien*, 42(3), 245-266.
13. Huriot, J.-M., & Perreur, J. (1995). Centre et périphérie fondements et critères. *Laboratoire d'analyse et de techniques économiques (LATEC)*.
14. Jones, R. C. (2009). Sense of belonging and its relationship with quality of life and symptom distress among undergraduate college students: Oklahoma State University.

15. Kitchen, P., Williams, A. M., & Gallina, M. (2015). Sense of belonging to local community in small-to-medium sized Canadian urban areas: a comparison of immigrant and Canadian-born residents. *BMC psychology*, 3(1), 1-17.
16. Lewicka, M. (2010). What makes neighborhood different from home and city? Effects of place scale on place attachment. *Journal of environmental psychology*, 30(1), 35-51.
17. Mallett, S. (2004). Understanding home: a critical review of the literature. *The sociological review*, 52(1), 62-89.
18. Morley, D. (2001). Belongings: Place, space and identity in a mediated world. *European journal of cultural studies*, 4(4), 425-448.
19. Navy, S. L. (2020). *Theory of human motivation—Abraham Maslow Science Education in Theory and Practice* (pp. 17-28): Springer.
20. Ng, S. H., Kam, P. K., & Pong, R. W. (2005). People living in ageing buildings: Their quality of life and sense of belonging. *Journal of environmental psychology*, 25(3), 347-360.
21. Oppong, J. R., Ironside, R., & Kennedy, L. W. (1988). Perceived quality of life in a centre-periphery framework. *Social Indicators Research*, 20(6), 605-620.
22. Pipitone, J. M., & Jović, S. (2021). Urban green equity and COVID-19: Effects on park use and sense of belonging in New York City. *Urban Forestry & Urban Greening*, 65, 127338.
23. Puddifoot, J. E. (1994). Community identity and sense of belonging in a northeastern English town. *The Journal of social psychology*, 134(5), 601-608.
24. Relph, E. (1976). *Place and placelessness* (Vol. 67): Pion London.
25. Smith, K. M. (2011). The relationship between residential satisfaction, sense of community, sense of belonging and sense of place in a Western Australian urban planned community.
26. Toruńczyk-Ruiz, S., & Martinović, B. (2020). The bright and dark sides of length of residence in the neighbourhood: Consequences for local participation and openness to newcomers. *Journal of environmental psychology*, 67, 101383.
27. Wakeman, R. (2016). *Practicing utopia: an intellectual history of the new town movement*: University of Chicago Press.

Citation: Yasmine BOUDECHICHE, Abdelouahab BOUCHAREB. The Relationship between Inhabitants' Sense of Belonging and their Residency Period, Former Place of Residing and Housing Tenure in Ali Mendjeli New Town (Constantine-Algeria). Int J Innov Stud Sociol Humanities. 2022;7(12): 175-183. DOI: <https://doi.org/10.20431/2456-4931.071217>.

Copyright: © 2022 The Author(s). This open access article is distributed under a Creative Commons Attribution (CC-BY)

4.0 license

CONSUMER PRACTICES AT THE JUNCTION OF THE DIGITAL ERA AND COVID 19 IN ALI MENDJELI NEW TOWN, CONSTANTINE, ALGERIA

Yasmine BOUDECHICHE¹, Abdelouahab BOUCHAREB²

^{1,2}University Salah Bounider Constantine 3, AUTES laboratory, Constantine, Algeria
Corresponding author's e-mail: yasmine.boudechiche@univ-constantine3.dz

Received 18.10.2023; accepted 04.11.2023

Abstract. Nowadays, beyond the spatial practices operated by inhabitants of Ali Mendjeli new town (department of urban planning) to build a new urbanity in a new framework, we note that the mode of consumption, consequence of globalization, also participates in this quest for identity formation. The health crisis of the COVID-19 pandemic that the whole world experienced in the last two years has changed the parameters of consumption practices among individuals. However, in this difficult situation, the inhabitants and commercial operators of the new town have shown their ability to adapt their consumption patterns and services. This study will attempt to identify the changes in consumption practices caused by COVID-19 and to determine adaptation capacities by mobilizing ICT-based means. The data show that most respondents are a young population predisposed to digital technology. Therefore, inhabitants have come to terms with home delivery and online shopping, which have grown significantly and have proven to be a viable purchasing option during this crisis. In this study, we projected the consumption practices and behaviours of inhabitants of Ali Mendjeli new town during the crisis of COVID-19 on Maslow's theory of hierarchy of needs. The results constitute evidence that this theory has been proven in reality. The management of the pandemic COVID-19 has found a facilitating context in Ali Mendjeli new town that has allowed it to adapt with the effects of this crisis.

Keywords: Ali Mendjeli new town, consumer practices, COVID-19, Information and communication technologies (ICT).

JEL Classification: M31, G20, L81

INTRODUCTION

Go shopping, chatting with friends about the dishes of a new restaurant, get information about a product or service on the internet before buying it, order a product or a service remotely, shopping mainly in supermarkets or in open markets...are all practices that involve acts of consumption. According to practice theory, shopping is viewed as a series of connected doings and sayings that are intended to buy the items and services needed to carry out other practices (Fuentes et al., 2021).

Aldaas (2021) indicates that the emergence of information and communication technologies (ICT) has had a considerable impact on the life and activities of individuals. This emergence, characterised by the global proliferation of the internet, has led to the birth of e-commerce, which has grown rapidly due to the internet

characteristics. The growth of e-commerce has created new financial needs and thus the electronic payment system has appeared which is quickly replacing a cash payment system.

On 11 March 2020, the World Health Organization (WHO) proclaimed the COVID-19 virus a global pandemic. African countries, like the rest of the world, have been dealing with the COVID-19 epidemic. The continent has implemented a variety of strategies to slow the spread of the disease (Shobande & Ogbeifun, 2020). Algeria has the largest territorial expansion in Africa and is one of the most populous nations in North Africa. Algeria, which borders southern Europe, is thought to be prone to the spread of SARS-new, CoV-2's worrying strains (Aouissi, 2021). This worldwide health catastrophe has resulted in significant changes on a variety of levels, including social, economic, health, educational, and other factors, prompting countries to take extraordinary health measures to halt the spread of the pandemic and better control the region health status. Due to the availability of favourable conditions for the spread of the pandemic, such as population concentration, mobility, socio-economic and urban movements and dynamics, cities are considered hotspots for the virus. In this situation of crisis, three main reasons were given as reported by Gordon- Wilson (2022) for allowing people to leave the house: daily exercise, needed travel, and consumption.

World Health Organization (WHO) and public health authorities around the world are taking measures to contain the COVID-19 epidemic. To control and manage the virus spread, strict preventive measures have been implemented around the world. Responding to the epidemic has relied heavily on social distance and preventive strategies. As soon as the first cases of COVID-19 were discovered in Algeria, the government imposed stringent restrictions on people's movement both within and between cities, limiting travel by public transportation and banning meetings and gatherings of individuals (family, professional, educational, etc.).

Other alternative plans, such as technical solutions that adapt to this circumstance, using labour, distant learning, and electronic payment, are being gradually stimulated. In this setting, civil society and socioeconomic actors have developed new practices, which clearly proves that society is capable of responding to changes in the face of pressing dangers and in the event of a crisis, according to the actors. The most important of these trends are emerging in the areas of trade, e-commerce resurgence, home delivery, and remote medical consultations. Information and communication technology (ICT) has demonstrated a substantial role in reducing the consequences and difficulties brought on by COVID-19 during the entire tragedy (Sharma et al., 2021).

Technology has become more influential in the daily lives of consumers and businesses. Furthermore, the consumer has behavioural instability in shopping spaces when exposed to the atmosphere factors of the space, these factors often have a positive or negative impact on their buying practices. Since we are living in the era of ICT, the consumer is faced with new factors that affect their buying behaviour in addition to the previous factors. On the other hand, in the last two years of the emergence of the COVID-19 pandemic, consumer practices were

exposed to several changes. From this perspective, the impact of COVID-19 on the consumer behaviours and practices in the light of information and communication technologies will be studied in the new town of Ali Mendjeli.

The aim of this study is to identify consumer practices based on new services made possible by ICT before and during COVID-19, as well as determine the nature of products and their exposure, the ways to order them and the service modes.

Ali Mendjeli new town is three decades old. It is building its identity in certain autonomy from the mother city. Furthermore, it is in a more youthful mood (two universities), the majority of residents are young people who prefer to live here, because rents or home ownership are affordable. It is a hyper-commercial city, with services available to suit this young population, where couples are often “busy”. In addition, for working couples, these services correspond to situations resulting from social change, globalization and the emergence of ICT.

1. LITERATURE REVIEW

With the introduction of ICT, life throughout the world has suffered irrefutable upheaval. This digital cloud that surrounds the earth sphere has impacted different aspects of the city (infrastructure, buildings, economy, environment, etc.). Every part of business has been impacted by the usage of ICT and technology (Ngasa, 2020). More importantly, the world is growing into a global community as technologies that aid electronic exchange become more prominent in our daily lives (Uwandu et al., 2013). The internet and mobile technology, the two most dynamic technological forces in modern information and communications technology are converging into one ubiquitous mobile internet service, which will change our way of both doing business and dealing with our daily routine activities. Moreover, the development of ICT, which became apparent in the 1990s with the dissemination of mobile phones, personal computers and the Internet, continued its fast pace during the first two decades of the 21st century aided by development of the Web 2.0, social media and smartphones (e Silva et al., 2017).

Social media can be defined as a group of internet-based applications that are built on the ideological and technological foundations of the Web and that allow the creation and exchange of user-generated content. Social media is accessible and enabled by scalable communication techniques. This new type of communication that has emerged and crystallized in the internet environment and multimedia technology, plays a leading role in the process of collecting and analysing news and information and exchanging them among users, which has imposed itself to the world as an essential development tool that has allowed the world to communicate and exchange information in any place and at any time. The internet has affected all fields, including the commercial one. For small and medium enterprises, social media has become an essential tool for building strong relationships with clients (Chatterjee et al., 2021). To encourage future in-person visits, some retailers offer virtual tours of their stores (Pantano et al., 2021).

A virtual platform for social interaction has been transformed into an online social commerce platform due to the phenomenal growth of social networking sites (SNS), giving many online retailers new ways to connect with customers and run business (Hyun et al., 2022). Social media in particular has altered how consumers interact with and react toward brands, as well as the connection between the two (Antunes, 2022). It has imposed on companies and institutions to create special sites through which all are posted on their commercial activities and their different products and services in order to conquer customers, to find marketing opportunities for the sale of different products, services and influence the decision making of the purchase. On this basis, social networks have had a significant impact on different age groups, especially the young population.

Understanding the psychology of the consumer entails looking at both their

attitudes and actions in a purchase or repurchase situation. Many theories explain the emergence of physiological needs (hunger, thirst, copulation, sleep, etc.) and the behaviours associated with them, such as Maslow (1943), McClelland (1987), Glasser (1999) and others.

Maslow's Hierarchy of Needs model states that the motivations of human beings are born in needs to be satisfied hierarchically in five levels. This theory contends that internal needs serve as people's primary motivators rather than external factors (Bozyigit, 2021). Since the postulation of Abraham Maslow's theory of human motivation, the theory has been celebrated as the determining factor to account for and explain human wants and needs (Mawere et al., 2016).



Fig. 1. Maslow's hierarchy of needs (McLeod, 2007).

Maslow divided human needs into five basic needs through a hierarchy, his base includes the basic needs that a person cannot survive without such as food, water and sleep, and if they are not met, it is difficult to reach the higher needs in the hierarchy, foremost of which is the need for self-actualisation. Security needs include the desire for safety and security, the desire for steady employment, health care, safe neighbourhoods, and shelter from the environment. In the third place, social needs include needs for belonging, love, and affection. Esteem needs include the need for things that reflect on self-esteem, personal worth, social recognition, and accomplishment and, finally, self-actualising needs assume the highest level of Maslow's hierarchy of needs. Self-actualising people are self-aware, concerned with personal growth, less concerned with the opinions of others, and interested in fulfilling their potential (Munyaradzi et al., 2016).

There are many and various human needs. The physiological needs at the base of the pyramid are considered basic needs without which a person cannot continue. While the rest of the needs at the other higher levels of Maslow's pyramid are considered secondary, and a person can continue without satisfying these needs. Unsatisfied needs are the motivation for human behaviour (Maslow, 1943).

McClelland's theory of needs is known by various names: the three needs theory, acquired/learned needs, and motivational needs. It is a model that attempts to explain how the need for power, success and affiliation affect motivation in a business context.



Fig. 2. McClelland's theory of needs (Ques10, 2021).

To live is to be propelled. At the heart of the human being, inscribed in their genes, lies a set of fundamental needs to be continually satisfied. One of these is constantly present: the need to breathe, to stay alive. Whenever we run out of air, everything else becomes irrelevant. According to Glasser (1999), human beings are subject to the impulse of five major needs that constitute the forces driving them to act: survival, belonging, power, freedom and pleasure.



Fig. 3. Glasser's choice theory (<https://www.slideserve.com>, 2023).

In the past, consumers focused primarily on product features or attributes to choose a purchasing location. Today, consumers require additional benefits when selecting outlets for their purchases (Hussain & Ali, 2015). The atmosphere of a store has a significant impact on a customer's purchasing and consumption decisions. The mood factor is defined as an element that contributes to the atmosphere of a place. It is a marketing tool that was developed in the 1970s. It can be a smell, a decorative, musical or odorous element, which will contribute to the well-being of the people who frequent a place. According to Putra et al. (2019), store atmosphere is an

environmental design such as visual communication, lighting, colour, music, and aroma to simulate customer perceptual and emotional responses and ultimately affect their buying behaviour. (Almeida Santos & De Lamonica Freire, 2013) show that marketers use music as a motivator in the purchase decision of consumers shopping in different environments due to easy way of manipulation of the music and the fact that music is not offensive to the consumer. Also, music, as an environmental factor triggers feelings and internal responses, which lead to a certain buying behaviour. On the other hand, sales promotions are used by many companies to introduce new products, increase sales, or to influence the consumer's decision-making process (Montaner & Pina, 2008). On the other hand, the price plays a significant role in the decision to buy, especially when it comes to recurring purchases. This influences the choices of which brand, product, and retailer to use (Faith, 2018). However, consumers also appear to gauge a product quality based on its price (Shugan, 1984). Also, the product quality is a critical element in determining purchase intention (Tariq et al., 2013). Since ancient times, people have intentionally scented their environment for either purpose or pleasure (Herz et al., 2022). According to Vlahos (2007), smell is used to promote a brand, market products, or generate a mood. It is used as an ambient factor of an environment (Morris, 2011).

2. METHODOLOGY

2.1. Context of the Study

The new town of Ali Mendjeli is located on the plateau of Ain El Bey about 15 kilometers in the south of the city center of Constantine (see Figs. 1 and 2). Ali Mendjeli's plan encompasses 1500 hectare. However, the new town currently occupies 2341 hectare, and the surface size of the agglomeration is expected to reach 3357 hectares by 2030.



Fig. 4. Constantine's location in Algeria (<https://gifex.com>, 2023).

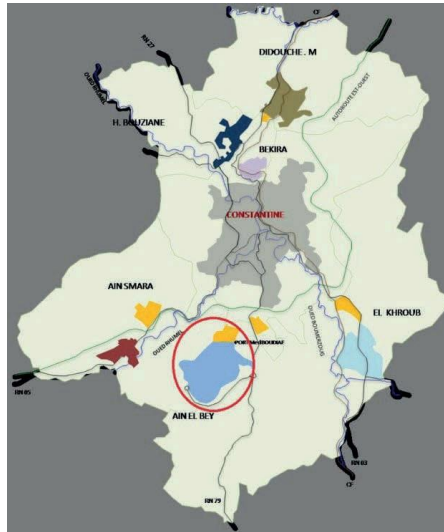


Fig. 5. Ali Mendjeli location in Constantine metropolitan (department of urban planning, architecture and construction of Constantine (DUAC, 2020)).

Table 1. Ali Mendjeli's Population Estimates (Department of Urban Planning, Architecture and Construction of Constantine (DUAC, 2020))

	Population				2008–2020	
	1987	1998	2008	2020	TAGMA	SM
Ali Mendjeli new town	00	00	50 550	303 295	16.10	14.50

The population of the new town of Ali Mendjeli has grown at a very significant rate of 16.10 %, due to the housing programmes launched in the town, which cover the needs of the Constantine inter-communal grouping, and also due to its central location with the 3 towns of Constantine, El Khroub and Ain Smara (see Fig. 5), reflecting a very significant influx of people from Constantine to this town, with net migration of 14.50 % over the same period.

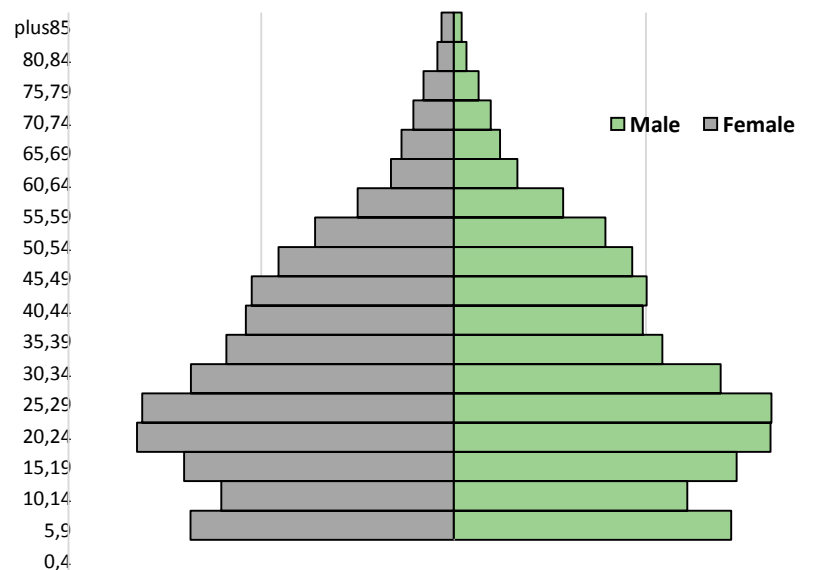


Fig. 6. Population age and sex pyramid of Ali Mendjeli new town (Department of

However, over 55 % of the population remains young, i.e., 168 209 people over the age of 20, which constitutes a favourable asset for the development and socio-economic and cultural progress of the commune, if this potential is properly taken care of. For the youth population aged 0–19 (113 973 people), the rate is 38 %, while the population aged over 60 represents 7 %, i.e., 21 113 of the commune's population. The breakdown by gender shows a near-equivalence between the male and female populations, with proportions of 50 % and 50 % respectively.

Table 2. Households with Internet Connections and Consumer Base all products in Ali Mendjeli new town (Telecom Algeria of Constantine, 2020).

Type of product	FTTx	LTE	PSTN	SPECIALISED LINE	VoIP	xDSL	TOTAL
Number of households	2056	5472	25 682	19	2056	20 713	55 998

FTTx: Fibre To The ...

LTE: Long Term Evolution (often used in connection with 4G, the global fourth-generation wireless communications standard)

PSTN: Public Switched Telephone Network

VOIP: Voice over Internet Protocol

xDSL:x Digital Subscriber Line

Table 2 presents the number of households with internet connections in Ali Mendjeli new town. As a general trend, the new town had 55 998 internet subscriptions. In 2020, the new town had 20 713 households with high-speed, i.e., the half of the customers, and 2056 families with ultra-high-speed internet subscriptions on fixed networks. On the other hand, the number of fixed-line telephone subscriptions in Ali Mendjeli was 25 682, and there were 5472 households fixed 4G LTE. Moreover, there were 19 specialised lines in the new town. We can see that in 2020 the company had 2056 VoIP subscribers.

The approach of the current study is based on an empirical study of data acquired using an online self-administered questionnaire. The target population for the survey was the city's population. The survey questionnaire is one of the most widely used data collection tools in a survey strategy. It is used to collect particularly quantitative data. In the digital age, ICT has had an impact on this survey tool, reformulating it as a web questionnaire. These questionnaires were distributed to respondents via the internet. The informants access to the survey via their web browser using a link sent by e-mail and mainly placed on social media. Completed forms are automatically saved on the Google Forms platform, allowing us to consult and evaluate them at any time. In order to do this, we targeted the inhabitants of Ali Mendjeli new town, through social networks (posted the link on some Facebook pages of Ali Mendjeli's neighborhoods, news pages about Ali Mendjeli, groups and pages of universities located in Ali Mendjeli, friends and contacts who live in the new town). Our questionnaire targeted only inhabitants of Ali Mendjeli new town. On the other hand, we projected the results obtained from the survey, on Maslow's theory of needs, since it is the oldest and the most known theory about human needs and motivation among the others.

A total of 155 people who live in Ali Mendjeli new town and are between 18 and

60 years old, responded to the survey, which was conducted using Google Forms. The questionnaire consists of 3 parts:

Part 1: New consumer behaviours with digital technology in the new town of Ali Mendjeli;

Part 2: Consumption practices before the COVID-19 health crisis (in everyday life);

Part 3: Consumption practices during the COVID-19 epidemic.

Therefore, the hypotheses will be formulated as follows:

1. H1: The COVID-19 pandemic has provoked changes in consumption practices, and it has led to a large adoption of ICT by inhabitants of Ali Mendjeli new town.
2. H2: Factors related to the hygiene of the place of purchase and the health of the people (hygiene, smell, quality of products) outweigh others during the pandemic among inhabitants in the new town of Ali Mendjeli.

3. RESULTS

In this section we will present, describe and comment the results. The data collected from this survey were analysed using MS Excel.

The pie chart below represents the distribution of respondents by age group. It is evident from the chart that respondents are mostly young. Respondents in the age group of 18–29 years account for 78 %, followed by respondents in the age group of 30–45 years (19 %), in the age group of 46–60 years (2 %) and the age group of > 60 years (1 %). Younger generations generally are more interested in ICT and they are more driven to use technology.

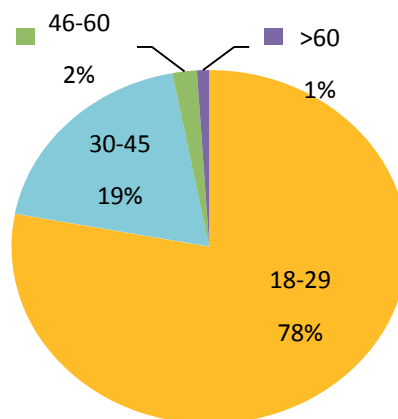


Fig. 7. Distribution of respondents by age group (developed by the authors, 2021)

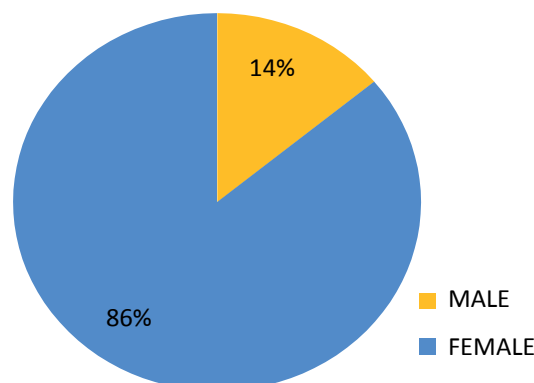


Fig. 8. Distribution of respondents by gender (developed by the authors, 2021).

The pie chart above shows the distribution of respondents by gender. At first glance, it is noticeable that there are more female respondents than the male. According to the responses received, Fig. 8 demonstrates that women made up 86 %, while men accounted for 14 %.

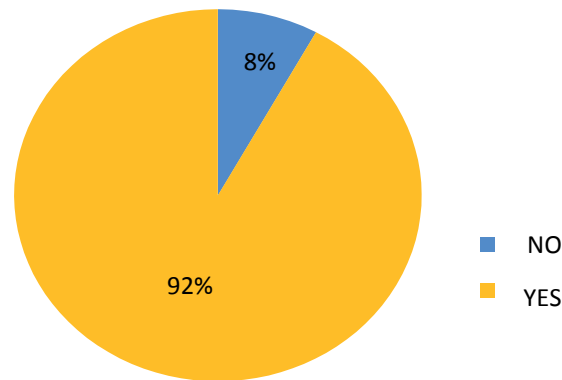


Fig. 9. Conducting online research before purchasing a product or a service (developed by the authors, 2021).

The above pie chart represents the percentage of online research before buying a product or a service among inhabitants of Ali Mendjeli new town. It can be clearly seen that the majority of respondents conduct online research before buying a product or service. In Fig. 9, we can see that 92 % of respondents in the new town confirm that they conduct research on the internet before buying a product which validates the use of ICT in the lifestyle of the inhabitants. While, a small number of respondents (8 %) do not research on the internet before purchasing.

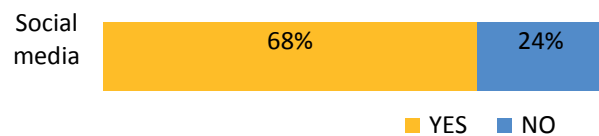


Fig. 10. Influenced by product sales posts on social networks (developed by the authors, 2021).

The provided bar graph illustrates the influence of social networks on consumer buying behaviour in Ali Mendjeli new town. As a general trend, the majority of consumers' purchasing decisions are influenced by social media. According to Fig. 10, a substantial number of respondents (68 %) are impacted by social networks in their purchasing decisions.

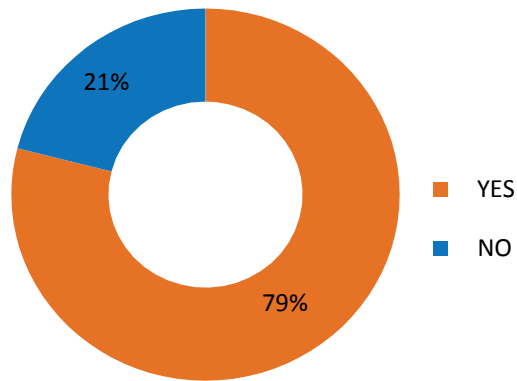


Fig. 11. Requesting a product or a service on the Internet (developed by the authors, 2021).

According to Fig. 11, a majority of respondents (79 %) in Ali Mendjeli use the internet to request products or services, while a minority of respondents (21 %) do not use it for requesting a product/service.

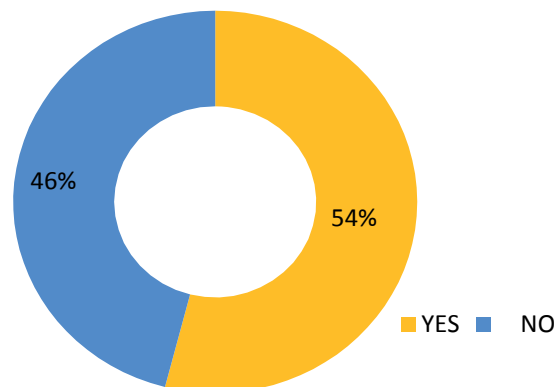


Fig. 12. Paying for a product or a service online (developed by the authors, 2021).

Figure 12 shows the proportion of the online payment in Ali Mendjeli new town before COVID-19. As it is observed, more than half of respondents pay products or services via the internet. More than half (54 %) of respondents pay for services and products via the internet, compared to 46 % of respondents who do not do it.

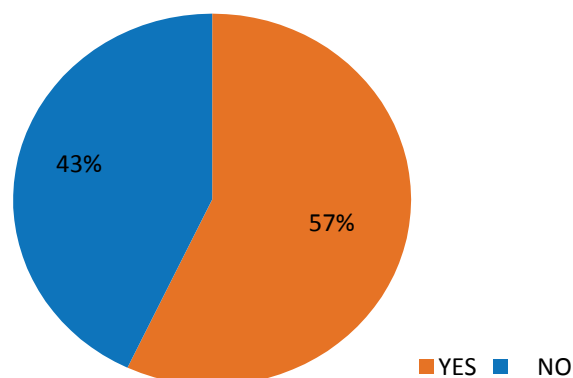


Fig. 13. Using online delivery (developed by the authors, 2021).

Figure 13 shows the data on the use of online car service booking. As a general trend, respondents are familiar with online booking. More than a half of respondents have already booked their car service online. On the other hand, 47 % of the respondents do not use car services with online booking.

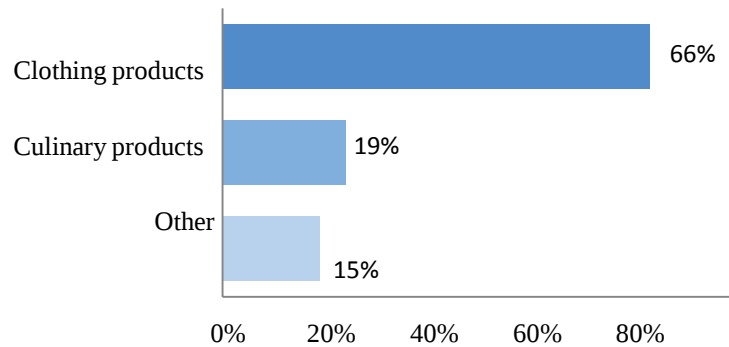


Fig. 14. Nature of the products requested online (developed by the authors, 2021).

Figure 14 shows the nature of products requested online by inhabitants of Ali Mendjeli new town. Overall, it can be seen that clothes were the most popular item requested online. The percentage of fashion products on the web is estimated at 66 % among inhabitants of Ali Mendjeli new town compared to culinary products and other products.

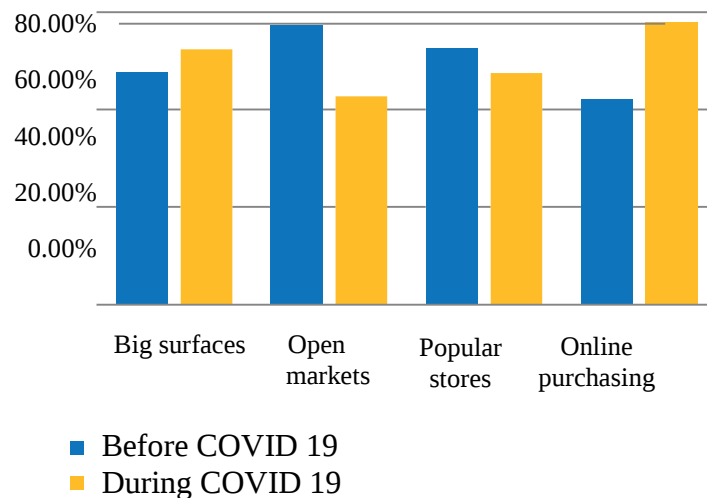


Fig. 15. Shopping location before and during COVID-19(developed by the authors, 2021).

Figure 15 shows data about shopping location before and during COVID-19. In brief, the chart shows that the use of the online purchasing as a means of shopping significantly increased during the period of COVID-19. In detail, before COVID- 19 the online purchasing was used least as a way of purchasing with 42 % of the population using this method. Therefore, online purchasing grew strongly in Ali Mendjeli new town to finally reach about 58 % of the population during COVID-19. During this remarkable time period, we can see that the popularity of open markets dropped from 57 % to 42 %. The use of popular stores also fell from about 52 % before COVID-19 to 47 % during the crisis.

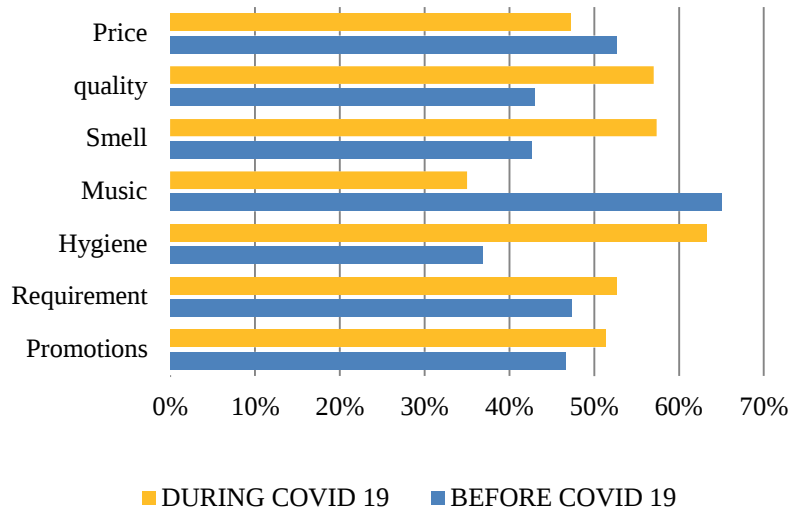


Fig. 16. Motivating factors to purchase before and during COVID-19 (developed by the authors, 2021).

Figure 16 provides information about factors that motivated respondents to buy products in Ali Mendjeli new town before and during COVID-19. Overall, hygiene showed an upward trend throughout this period, identical to the smell which moved upward during the crisis. The music experienced a downward trend. On the other hand, requirement and promotions increased slightly during COVID-19. It should be noted that the price diminished from 53 % before COVID-19 to 47 % during this crisis and inhabitants of Ali Mendjeli new town were ready to pay more in order to fulfil their needs.

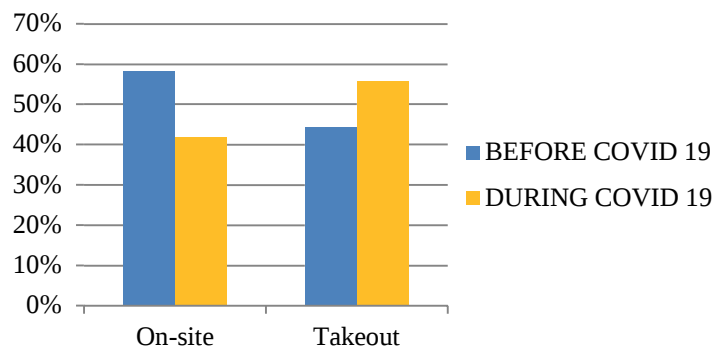


Fig. 17. On-site food service and takeout food service before and during COVID-19 (developed by the authors, 2021).

Figure 17 compares proportion of onsite food service and takeout food service before and during COVID-19. As a general trend, takeout food service increased considerably during the crisis. As a result of the health crisis, takeout service increased by 15 % during COVID-19.

Hypothesis testing consists in assessing the degree of validation of the hypotheses, based on the analysis of the survey data in order to finally establish the diagnosis. To achieve this, we tested hypothesis by hypothesis.

Inhabitants of Ali Mendjeli new town changed some of their consumption practices during COVID-19. A remarkable change in consumer practices has emerged during this period, such as frequenting shopping areas, which increased in some cases and fell in others (see Fig. 15), an increase in takeout food service (see Fig. 17). Furthermore, the pandemic has resulted in widespread adoption of ICT by inhabitants and we can see that from online buying which has increased significantly over the period (see Fig. 15). The results of our study reveal that the first hypothesis has been confirmed.

In terms of hygiene, the COVID-19 pandemic has had repercussions. Although inhabitants are familiar with hygiene recommendations, the pandemic period is an opportunity for them to be even more vigilant about hygiene practices in daily life. Hygiene showed an upward trend throughout this period, identical to the smell which moved upward during the crisis. The findings of our study confirm the second hypothesis (see Fig. 16).

4. DISCUSSION

It appears from the surveyed sample that the consumption practices before the COVID-19 pandemic were distinguished stably, all responses to the question were proximate, which means that most inhabitants in the new town of Ali Mendjeli frequented open and popular markets and made limited use of online shopping. Restaurants were crowded with consumers who ate their meals at the site, while taking away meals and home delivery were for specific cases. In our situation, the introduction of new food buying methods is a reaction to a larger issue rather than the product of these routine processes (Orlikowski & Scott, 2021). However, eating behaviours and attitudes reveal the improved dietary changes during the COVID-19 (Jaeger et al., 2021). According to Fuentes et al. (2022), the COVID-19 epidemic has had a significant impact on consumer food purchases. On the other hand, before the period of COVID-19 factors of atmosphere in commercial places motivated more and impacted the purchasing decision, such as music, which has an undeniable impact on the buying behaviour of inhabitants of Ali Mendjeli new town. Therefore, during COVID-19 online shopping became a necessity. The number of physical stores open was very limited; supermarkets set up contactless deliveries for people who ordered online and the precautionary instructions encouraged online shopping and contactless payment to stop the spread of the virus (Martin-Neuninger & Ruby, 2020). Thus, online shopping has increased considerably. Inhabitants of Ali Mendjeli new town have developed a reluctance towards restaurants and have strongly favoured the takeout service. The restaurant industry has been hit hard by the COVID-19 pandemic. However, one of its branches, fast food, has made progress with home delivery and take-away during the COVID-19 crisis. Since the beginning of the COVID-19 pandemic, restaurant hygiene practices have alarmed both customers and

policymakers (Siddiqi et al., 2022). Hygiene has always been an important factor when buying food, but following this health crisis, inhabitants have become health conscious. The importance of hygiene has increased among inhabitants of Ali Mendjeli new town. This concern is visible in the changes in eating habits in terms of purchasing and consumption choices.

The internet and information and communication technology play a significant role in the lives of modern youth; online activities are ingrained in their daily routines (Kinnula et al., 2015). Internet shopping is now a reality, and it is fast expanding. With the available tools, consumers are offered a range of options for comparing products, their features and price (Mican & Sitar-Taut, 2020). This study shows that the majority of the sample is a young people. It is clear that the sample is competent in the use of ICT. As mentioned earlier, 92 % of the sample use the internet to research a product before buying it, and more than 50 % of them are influenced by posting product sales on social networks. On the other hand, 79 % request services or products online and more than half of them use online booking applications and perform online payments. Fashion is on the throne of online shopping. We can see that clothing is the most requested product online. According to Purwaningtyas and Rahadi (2021), one of a person's basic needs is clothing. People dress differently at various occasions. Therefore, young people are especially brand and fashion conscious and like fashion brands; this can be explained by the dominance of the young population in the new town of Ali Mendjeli who are interested in fashion. The need for safety and security is one of the most important needs to which Maslow refers in his theory of needs, where it is placed in the second place after the satisfaction of physiological needs. In light of the results obtained and the projection of Maslow's theory on the period of the epidemic in Ali Mendjeli new town, we can see that the needs of the inhabitants of the new town during COVID-19 varied from the first and the second level according to Maslow's hierarchy of needs or between them.

CONCLUSION

The study presented here is of interest to analyse the changes in consumption practices during the COVID-19, as well as to understand how the uses of ICT evolved during the crisis. The analysis of the data collected from our sample allowed us to observe the psychosocial characteristics and their relationship with the level of ICT literacy among the surveyed population before and during the COVID-19 pandemic. The appropriation of ICT is also linked with the younger age range of the population. Hence, the COVID-19 pandemic management has found a supportive environment that has enabled it to adjust to the repercussions of this crisis. Under normal conditions, the external factors affect consumer behaviour and purchasing practices. However, during the period of crisis, COVID-19 acted as a barrier to these factors. It has negated some of them, such as music, and provoked others, such as hygiene. During COVID-19 period, consumers focused primarily on the functions and health-related attributes of products to select a place of purchase and they forgot the supplementary elements to select the sale points.

As we have pointed out, the use of ICT has been developing in a progressive way during COVID-19 among inhabitants of Ali Mendjeli new town. This study allowed us to bring out a crucial element, that of the contribution of ICT to the management of the health crisis of COVID-19 in all its aspects. The results can be

found in the new urban extensions, in the new urban poles welcoming young populations and escaping the yoke of traditional environments.

The limitation of this study is that we had no experience of conducting surveys during such a pandemic period. Also the respondents are not dissatisfied enough on their mode of consumption. Perhaps for future research, it will be easier to carry out surveys during periods of crisis because they have been drawn on the experience of previous research.

RECOMMENDATIONS

The following recommendations have been formulated:

- To create a regulatory framework for e-commerce (in terms of marketing, ordering and service);
- To develop and democratize ICT;
- To extend these services (based on ICT) to other sectors (government, education, etc.), especially at times of economic upturn;
- To expand the scope of teleworking;
- To include these measures in an “urban policy” for sustainable development.

ACKNOWLEDGEMENT

This research is part of an ongoing PhD research of the correspondent Yasmine BOUDECHICHE under the supervision of Prof. Abdelouahab BOUCHARB (the co-author of the article).

REFERENCES

- Aldaas, A. (2021). A study on electronic payments and economic growth: Global evidences. *Accounting*, 7(2), 409–414. <https://doi.org/10.5267/j.ac.2020.11.010>
- Almeida Santos, E. B., & De Lamonica Freire, O. B. (2013). The influence of music on consumer purchase behavior in retail environment. *Independent Journal of Management & Production*, 4(2), 537–548. <https://doi.org/10.14807/ijmp.v4i2.111>
- Antunes, A. C. (2022). The role of social media influencers on the consumer decision-making process. In *Research Anthology on Social Media Advertising and Building Consumer Relationships* (pp. 1420–1436). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-6287-4.ch076>
- Aouissi, H. A. (2021). Algeria's preparedness for Omicron variant and for the fourth wave of COVID-19. *Global Health & Medicine*, 3(6), 413–414. <https://doi.org/10.35772/ghm.2021.01117>
- Bozyiğit, S. (2021). Evaluation of Maslow's hierarchy of needs theory within the context of COVID-19 pandemic. In *Understanding the Consumer Behaviour during Covid*. Akademisyen Publishing.
- Chatterjee, S., Chaudhuri, R., Sakka, G., Grandhi, B., Galati, A., Siachou, E., & Vrontis, D. (2021). Adoption of social media marketing for sustainable business growth of SMEs in emerging economies: the moderating role of leadership support. *Sustainability*, 13(21), Article 12134. <https://doi.org/10.3390/su132112134>
- Department of Urban Planning, Architecture and Construction of Constantine, 2020. Revision of the intercommunal PDAU of : Constantine, El Khroub, Hamma Bouziane, Didouche Mourad, Ain Smara. Population trends between 1987 and 2020.
- Faith, D. O. (2018). A review of the effect of pricing strategies on the purchase of consumer goods. *International Journal of Research in Management, Science & Technology*, 2(2). https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3122351
- Fuentes, C., Cegrell, O., & Vesterinen, J. (2021). Digitally enabling sustainable food shopping: App glitches, practice conflicts, and digital failure. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 61, Article 102546. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102546>
- Fuentes, C., Samsioe, E., & Östrup Backe, J. (2022). Online food shopping reinvented: developing digitally enabled coping strategies in times of crisis. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 32(2), 130–150. <https://doi.org/10.1080/09593969.2022.2047758>
- Glasser, W. (1999). Choice theory: A new psychology of personal freedom. HarperPerennial.
- Gordon-Wilson, S. (2022). Consumption practices during the COVID-19 crisis. *International Journal of Consumer Studies*, 46(2), 575–588. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12701>
- de Abreu e Silva, J., de Oña, J., & Gasparovic, S. (2017). The relation between travel behaviour, ICT usage and social networks. The design of a web based survey. *Transportation Research Procedia*,

- 24, 515–522. <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2017.05.482>
- Herz, R. S., Larsson, M., Trujillo, R., Casola, M. C., Ahmed, F. K., Lipe, S., & Brashear, M. E. (2022). A three-factor benefits framework for understanding consumer preference for scented household products: psychological interactions and implications for future development. *Cognitive Research: Principles and Implications*, 7(1), Article 28. <https://doi.org/10.1186/s41235-022-00378-6>
- Hussain, R., & Ali, M. (2015). Effect of store atmosphere on consumer purchase intention. *International Journal of Marketing Studies*, 7(2). <https://doi.org/10.2139/ssrn.2588411>
- Hyun, H., Thavisay, T., & Lee, S. H. (2022). Enhancing the role of flow experience in social media usage and its impact on shopping. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 65, Article 102492. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102492>
- Jaeger, S. R., Vidal, L., Ares, G., Chheang, S. L., & Spinelli, S. (2021). Healthier eating: Covid-19 disruption as a catalyst for positive change. *Food Quality and Preference*, 92, Article 104220. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2021.104220>
- Kinnula, M., Iivari, N., & Ijäs, T. (2015). Designing for young people's ICT use. *Proceedings of the 19th International Academic Mindtrek Conference*, 130–137. <https://doi.org/10.1145/2818187.2818269>
- Martin-Neuninger, R., & Ruby, M. B. (2020). What does food retail research tell us about the implications of coronavirus (COVID-19) for grocery purchasing habits? *Frontiers in Psychology*, 11, Article 1448. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01448>
- Maslow, A. H. (1943). Preface to motivation theory. *Psychosomatic Medicine*, 5(1), 85–92. <https://doi.org/10.1097/00006842-194301000-00012>
- Mawere, M., Mubaya, T., van Reisen, M., & van Stam, G. (2016). Maslow's theory of human motivation and its deep roots in individualism. In M. Mawere & A. Nhemachena (Eds.), *Theory, Knowledge, Development and Politics*. Langaa RPCIG.
- McClelland, D. C. (1987). *Human motivation*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139878289>
- Mican, D., & Sitar-Taut, D.-A. (2020). Analysis of the factors impacting the online shopping decision-making process. *Studia Universitatis Babes-Bolyai*, 65(1), 54–66. <https://doi.org/10.2478/subboec-2020-0004>
- Montaner, T., & Pina, J.-M. (2008). The effect of promotion type and benefit congruency on brand image. *Journal of Applied Business Research (JABR)*, 24(3). <https://doi.org/10.19030/jabr.v24i3.1338>
- Morrin, M. (2011). Scent marketing: An overview. In A. Krishna (Ed.), *Sensory Marketing* (pp. 105–116). Routledge.
- Munyaradzi, M., Tapuwa, M., & Gertjan, V. (2016). *Maslow's theory of human motivation and its deep roots in individualism: Interrogating Maslow's applicability in Africa*. <https://research.tilburguniversity.edu/en/publications/maslows-theory-of-human-motivation-and-its-deep-roots-in-individu>
- Ngasa, A. N. Z. J. (2020). Role of ICT usage in market accessibility of small business enterprises in Tanzania. *IJARIE*, 6(3), 202–210.
- Orlikowski, W. J., & Scott, S. V. (2021). Liminal innovation in practice: Understanding the reconfiguration of digital work in crisis. *Information and Organization*, 31(1), Article 100336. <https://doi.org/10.1016/j.infoandorg.2021.100336>
- Pantano, E., Dennis, C., & De Pietro, M. (2021). Shopping centers revisited: The interplay between consumers' spontaneous online communications and retail planning. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 61, Article 102576. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102576>
- Purwaningtyas, A., & Rahadi, R. A. (2021). The affecting factors on online clothing purchase: a conceptual model. *Advanced International Journal of Business, Entrepreneurship and SMEs*, 3(8), 86–97. <https://doi.org/10.35631/AIJBS.38006>
- Putra, T. R. I., Aprilia, C., & Aulia, A. (2019). The role of store atmosphere on purchase decision: Case of cafes in banda aceh. *Management and Economics Review*, 4(2), 1–13. <https://doi.org/10.24818/mer/2019.12-03>
- Ques10. (2021). McClelland's Acquired Needs Theory. <https://www.ques10.com/p/67879/explain-mcclellands-acquired-needs-theory-with-d-1/>
- Sharma, N. K., Verma, P., Kumar, V., & Arunachalam, R. (2021). ICT in mitigating challenges of life amid COVID-19 and emerging business opportunities. *2021 International Conference on Innovative Trends in Information Technology (ICITIIT)*, Kottayam, India, 1–6. <https://doi.org/10.1109/ICITIIT51526.2021.9399599>
- Shobande, O., & Ogbeifun, L. (2020). A spatial econometric analysis on the impact of COVID-19 on mortality outcome. *Economics and Business*, 34(1), 179–200. <https://doi.org/10.2478/eb-2020->

- Shugan, S. M. (1984). Price-quality relationships. In NA Advances in Consumer Research, Thomas C. Kinnear, Provo, UT: Association for Consumer Research, (Ed.). 627–632.
- Siddiqi, U. I., Akhtar, N., & Islam, T. (2022). Restaurant hygiene attributes and consumers' fear of COVID-19: Does psychological distress matter? *Journal of Retailing and Consumer Services*, 67, Article 102972. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.102972>
- Tariq, M. I., Nawaz, M. R., Nawaz, M. M., & Butt, H. A. (2013). Customer perceptions about branding and purchase intention: a study of FMCG in an emerging market. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 3(2), 340–347.
- Uwandu, V., Akpan, I., & Akpan, A. (2013). The impact of globalization on the financial and educational systems in Nigeria. *International Journal of Modern Management Sciences*, 2(2), 75–86.
- Vlahos, J. (2007, September 9). Scent and sensibility. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2007/09/09/realestate/keymagazine/909SCENT-txt.html>

AUTHORS' SHORT BIOGRAPHY



Yasmine Boudechiche is a PhD student in Urban Planning at the University of Constantine 3 studying under Professor Abdelouahab Bouchareb. Before that, she received a Master degree in Urban Planning from the University of Constantine 3, Algeria (2016) and a license degree in urban planning from the University of Constantine 3, Algeria (2014). She served as an Urban Planner (August 2015–July 2017) at the Technical Urbanism Service and as an Urban Planner (September 2017–September 2018) at EPCGPF. The topic of her PhD research is “New Town of Ali Mendjeli, Urbanity and Identity”. Research interests: urban planning, heritage, urban sociology, new town, urban project, urban identity, urbanity.

E-mail: yasmine.boudechiche@univ-constantine3.dz
 ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-6704-7239>



Abdelouahab Bouchareb is a Professor in Urban Planning at the University of Constantine 3. Before that, he received degree of State Architect obtained in January 1985, he received Diploma of Magister in Architecture (June 1993). He received the PhD degree from the University of Constantine, Algeria (2006). He served as a member of the Scientific Council of the Faculty of Earth Sciences and Land Management from 2002 to 2005. He has been President of the Scientific Committee of the Department of Urbanism (Faculty of Architecture and Urbanism) since June 2022. He was President of the Doctoral Training Committee in 2017/19. He was President of the National Pedagogical Committee of the Architectural, Urban Planning and City Professions Area from 2017 to 2019.

Research interests: urban planning, architecture, heritage, urban archaeology, urban project, urban governance, urban resilience, urban foresight.
 E-mail: abdelouahab.bouchareb@univ-constantine3.dz
 ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0001-8499-1216>

ANNEXE B : Enquête de terrain

Démarrage de l'entretien

Bonjour M., Mme, Melle... je vous remercie de m'avoir accordé cette interview et pour votre précieux temps... Dans le cadre de ma recherche sur l'urbanité et l'identité d'Ali Mendjeli, je réalise une série d'entretiens avec des habitants de la ville nouvelle....

Je voudrais que notre conversation soit enregistrée pour la transcription. Peut-on l'envisager ?

Q 1 : Pourriez-vous me dire votre prénom ? Quel âge avez-vous et ? Que faites-vous dans la vie s'il vous plaît ?

Q 2 : Dans quelle année vous êtes arrivé à la ville nouvelle ? Depuis quand vivez-vous dans cette ville ?

Q 3 : Où habitez-vous dans la ville nouvelle Ali Mendjeli ? Dans quelle UV ?

Q 4 : Où habitez-vous avant de s'installer à la ville nouvelle ?

Q 5 : Connaissez-vous réellement vos voisins ? Pour plus de détails sur ces connaissances "Ces voisins sont des habitants du même immeuble seulement, du quartier, des quartiers limitrophes, de la ville entière ? ", "Vous les rendez visite ? ", "Vous avez un comité de quartier ?", "Comment et quand les voisins peuvent s'entraider ?

En outre, afin d'évaluer la sécurité urbaine de la ville, sachant qu'Ali Mendjeli avait une mauvaise réputation d'insécurité dans leurs premières années de naissance, on a posé ces questions :

Q 6 : Est-ce que vous avez exposé à une menace ou un des types de violence dans la ville nouvelle ? Ensuite une autre question pour percevoir l'évolution de la sécurité de la ville "Que pensez-vous de la sécurité dans la ville entre hier et aujourd'hui ?

Q 7 : Où aimez-vous aller faire les courses ? Pourquoi ? Puis, nous voudrions identifier l'utilisation de l'environnement urbain et les choix passés et présents des habitants en matière d'activités de loisirs. Où allez-vous pour se détendre et se récréer ?

Q 8 : Que vous vienne à l'esprit, lorsque je vous dis Ali Mendjeli ? La question posée montre que l'on attend des réponses spontanées. "Pouvez-vous me décrire la ville nouvelle par des mots ou d'expressions ? On attendait un éventail de réponses : des adjectifs, des noms

propres, des phrases qui décrivent la ville. De ces réponses diversifiées, on a essayé d'identifier les indicateurs qui détermineront l'image mentale de la ville.

Q 9 : À votre avis, quels sont les lieux emblématiques de la ville nouvelle Ali Mendjeli ? Avez-vous des lieux aimés à Ali Mendjeli ? Pourquoi ces lieux ? Avez-vous des lieux rejetés à Ali Mendjeli ? Pour quelles raisons ? Le but ici est de déterminer l'image mentale de la ville chez ses habitants.

Q 10 : Vous sentez vous Mendjelois (se) ? Quel que soit la réponse sur cette question, l'enquêté est appelé à justifier sa réponse. Une grande variété de réponses est attendue : réponse courte par oui /non, pas de réponses, histoires de vie...

Q 11 : Vous avez déjà visité des quartiers dit social (de provenance bidonville) ? Comment vois-tu les habitants de ces quartiers ?

Q 12 : A travers quel moyen vous vous informer sur Ali Mendjeli ?

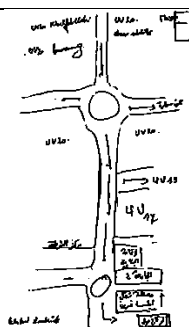
Q 13 : Pouvez-vous me dessiner le parcours domicile-lieu emblématique (cité auparavant) sur une feuille blanche ?

La dernière partie de l'entretien était un peu particulière, elle consiste à demander aux enquêtés un dessin à main, ayant pour but de diriger un étranger ou bien un nouvel arrivant vers un lieu bien précis. Selon Girard et al. (2015), l'exercice du dessin est plus facile lorsqu'une confiance s'est établie. C'est pourquoi on a proposé l'exercice en dernière partie de l'entretien. Nous avons également demandé aux participants, s'ils voulaient bien nous laisser leur contact afin que nous puissions les contacter s'il manquait quelque chose ou s'il y avait quelque chose d'intéressant à ajouter.

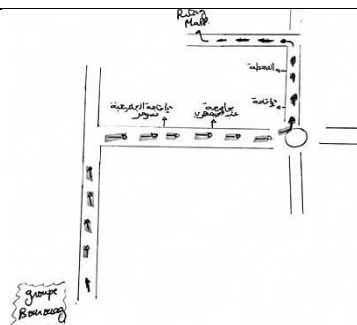
Conclusion de l'entretien

Je vous adresse mes remerciements pour le temps que vous avez accordé à mes recherches et je me réjouis de pouvoir. Si je devais avoir d'autres questions, je pourrais vous recontacter...

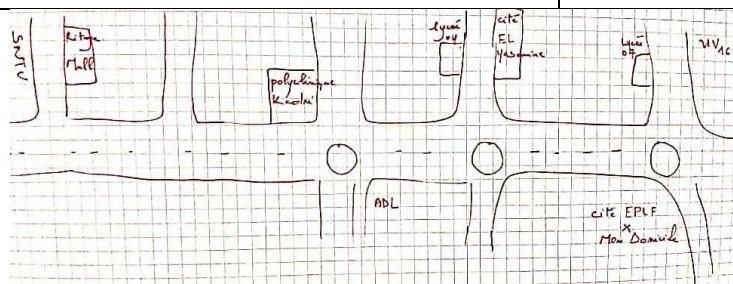
Cartes mentales des interrogés par entretiens semi-directifs



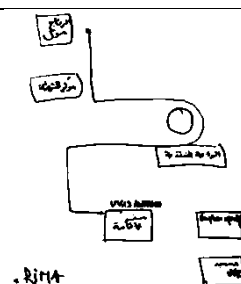
1. Zoubeida, 43 ans, mariée, laborantine au CRBT



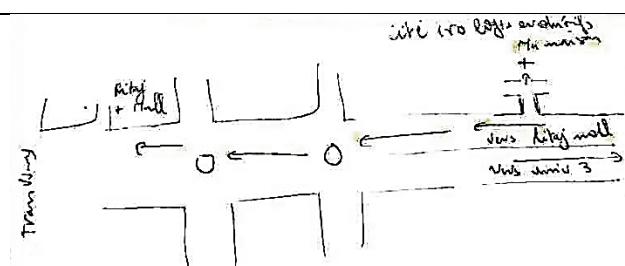
2. Salsabil, 22 ans, célibataire, étudiante en biologie



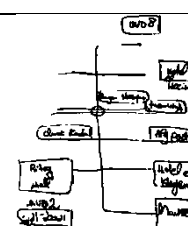
3. Nedjla, 22ans, célibataire, enseignante dans une école primaire



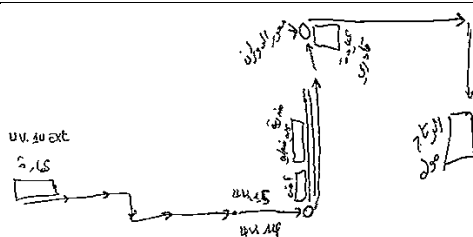
4. Rima, 35 ans, mariée,
enseignante au CRBT ;



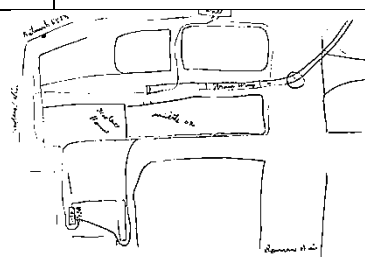
5. Nousseiba, 26 ans, célibataire, étudiante en management des projets



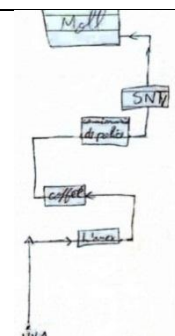
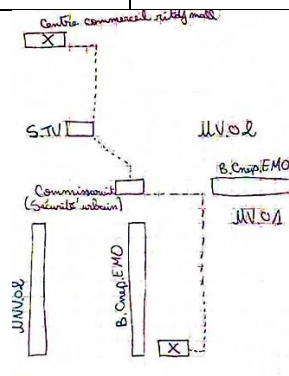
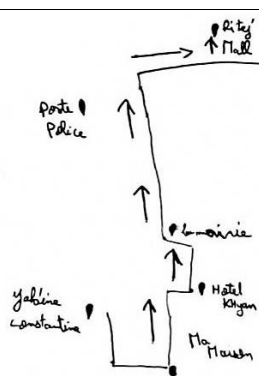
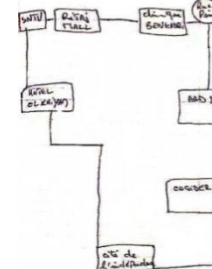
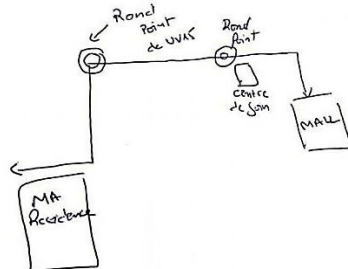
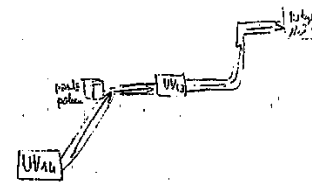
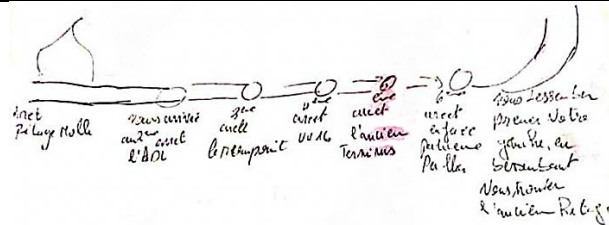
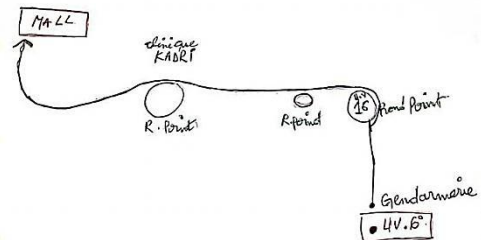
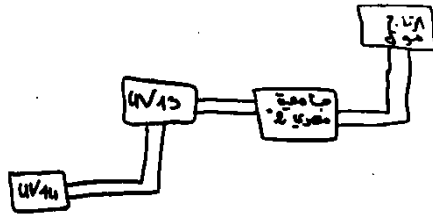
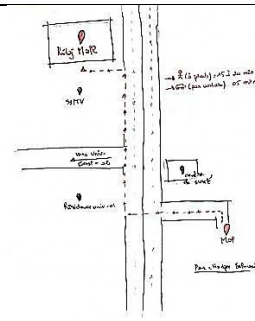
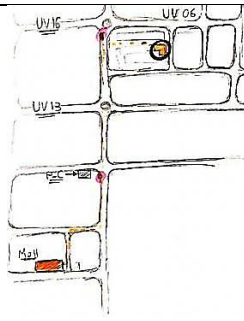
6 .Rania, 26 ans, célibataire, étudiante en médecine

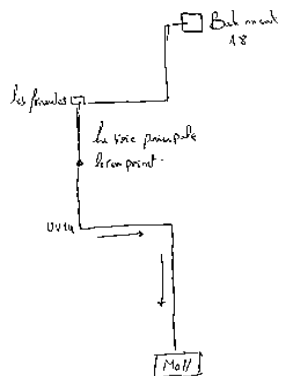
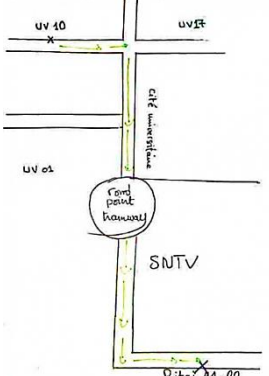
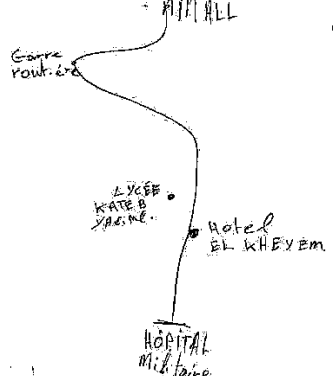
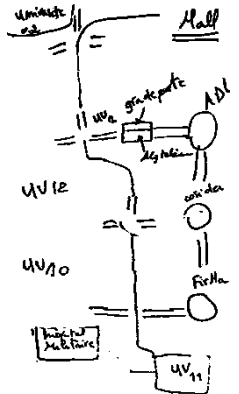
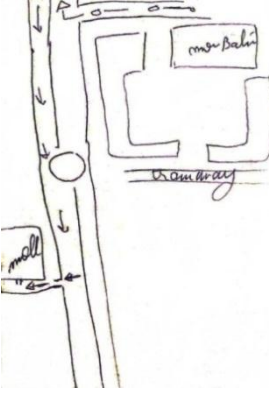
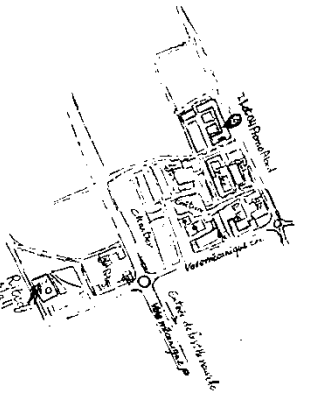
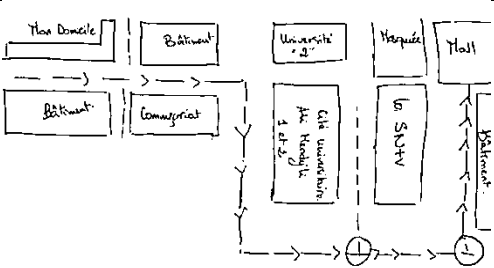
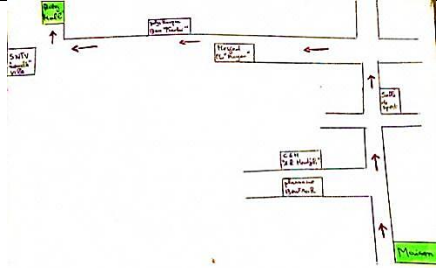
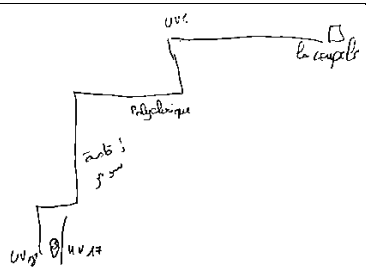
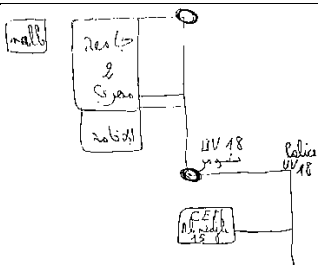


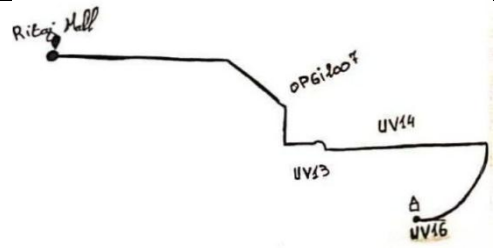
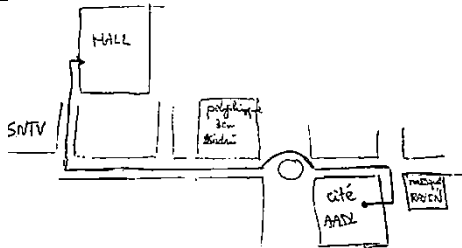
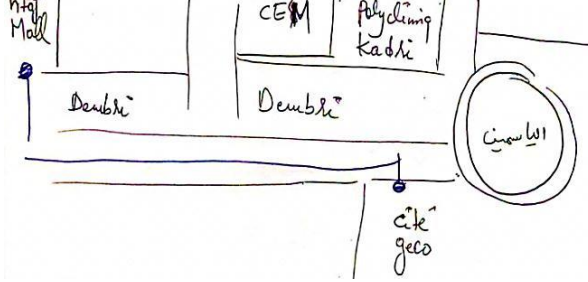
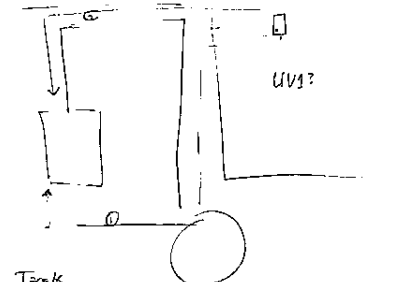
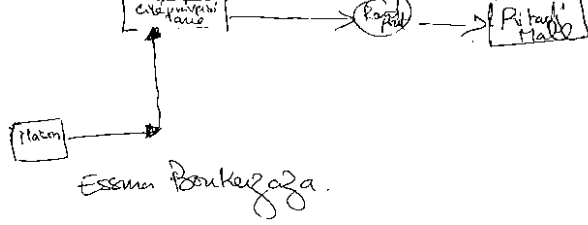
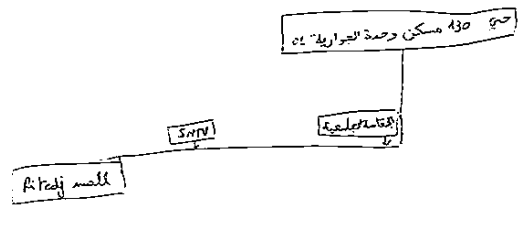
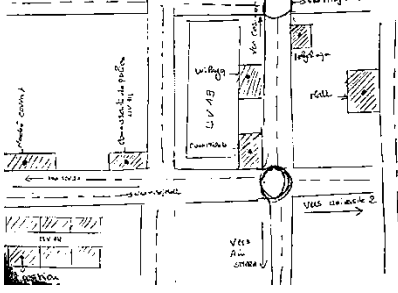
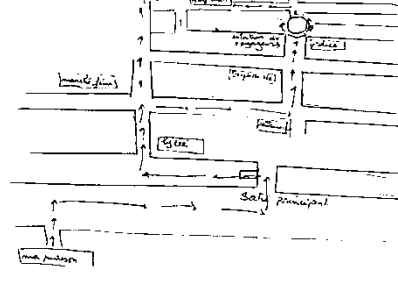
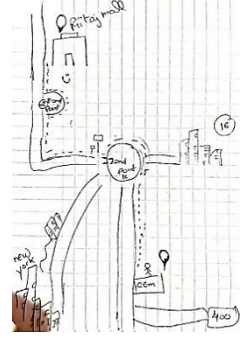
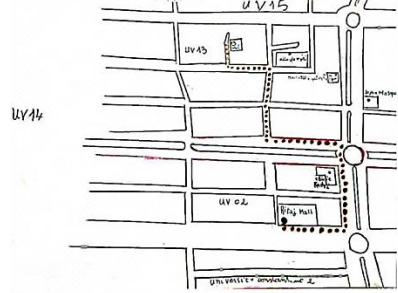
7. Ali, 36 ans, marié, chercheur en CRBT

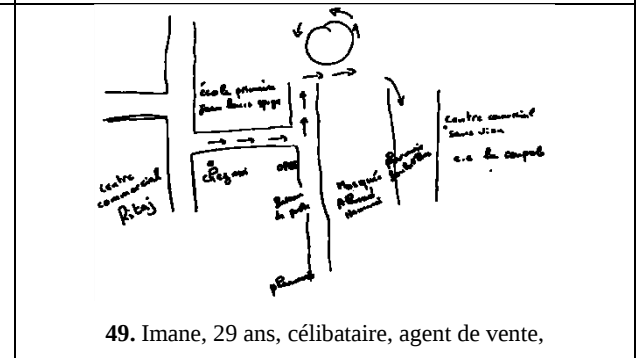
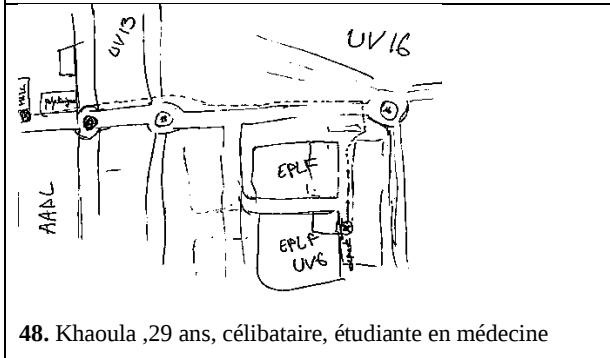
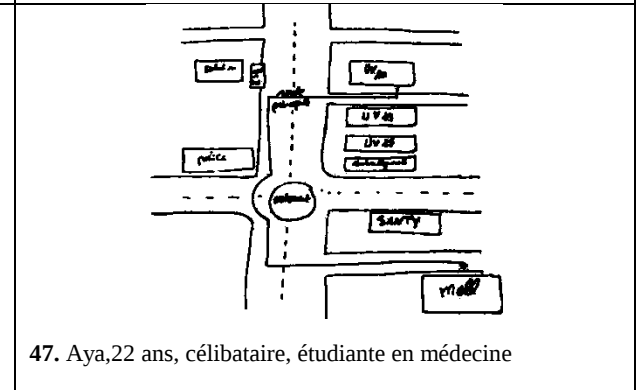
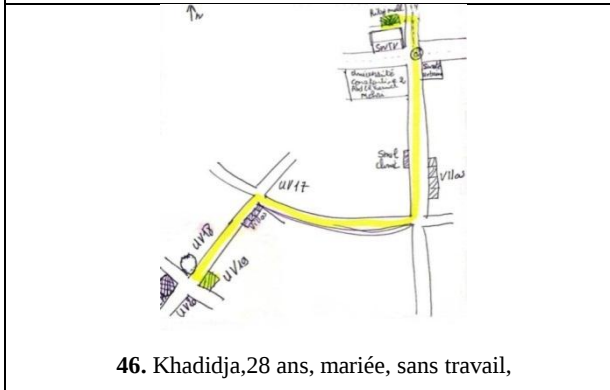
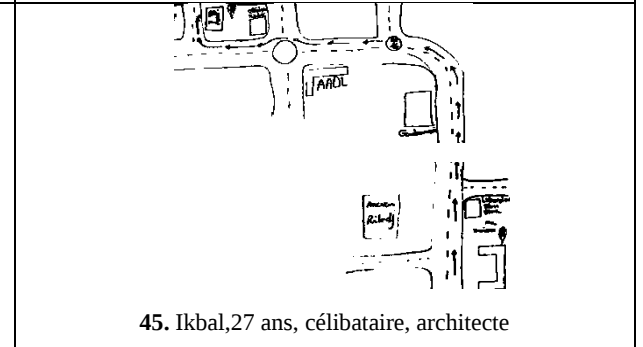
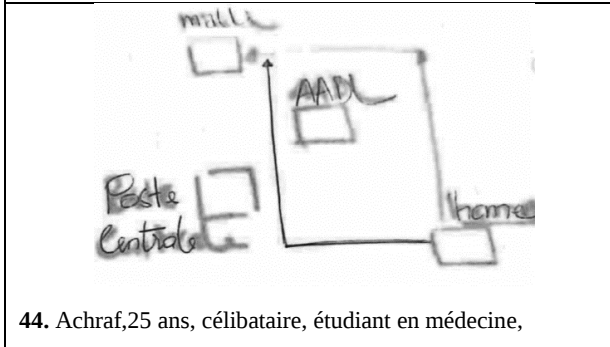
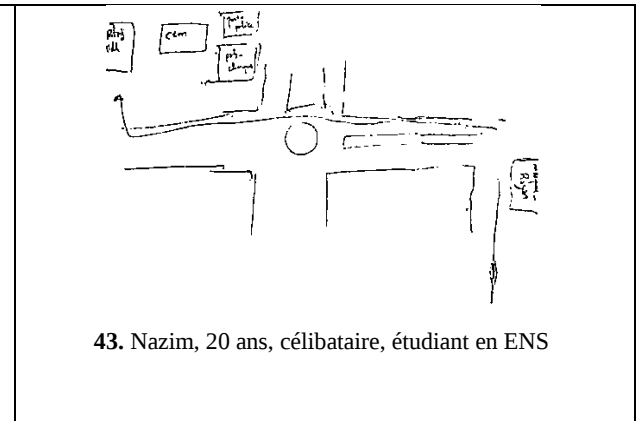
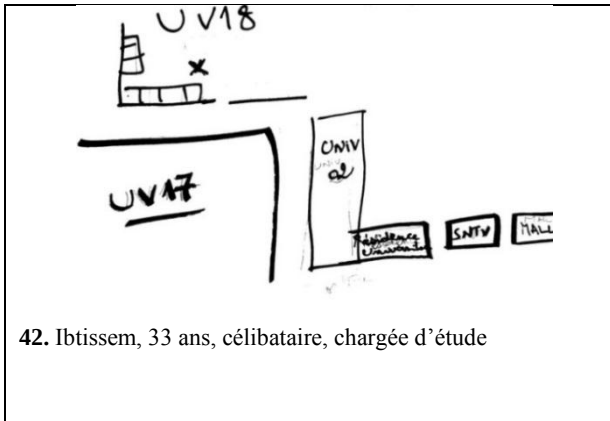


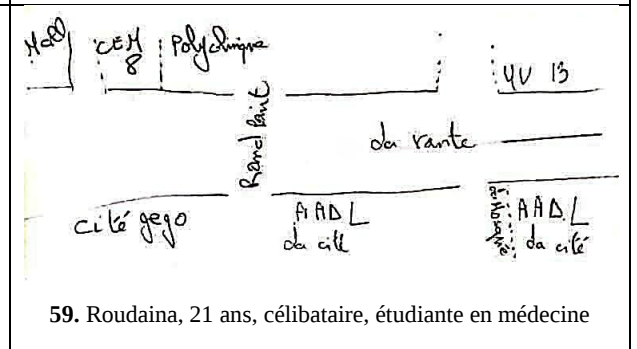
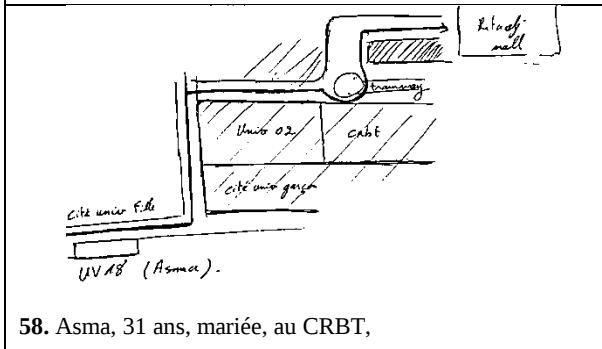
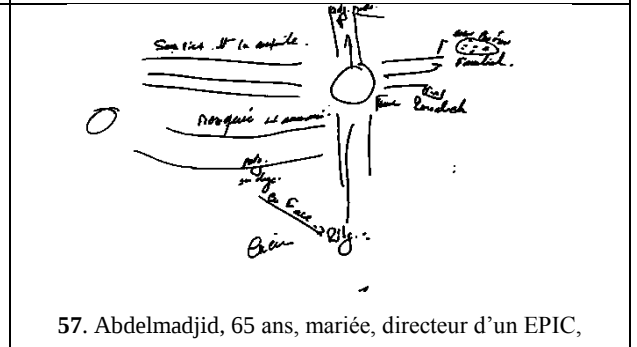
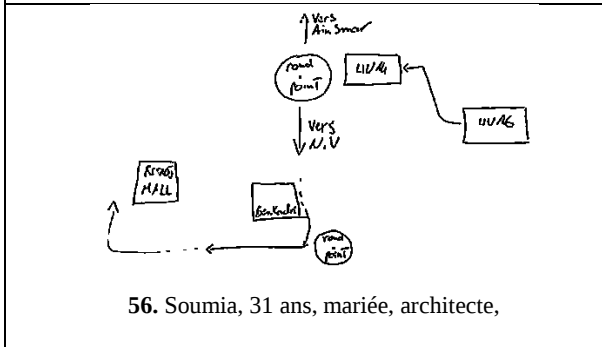
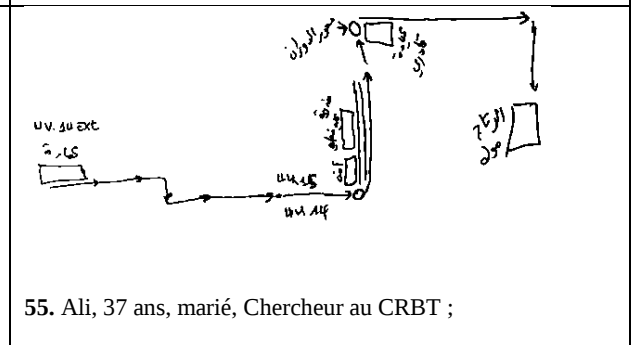
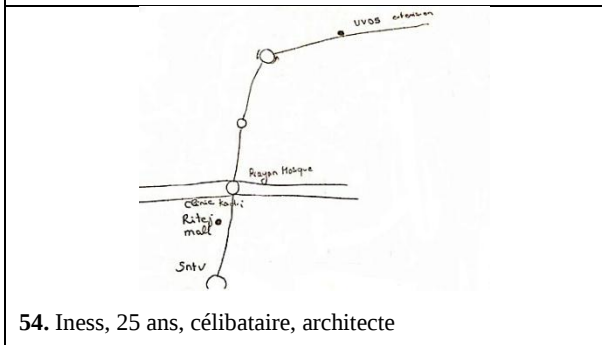
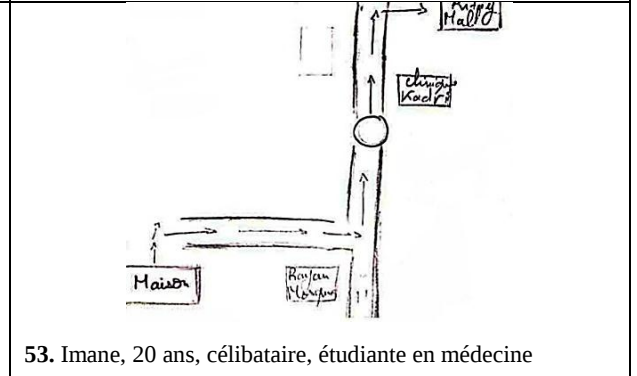
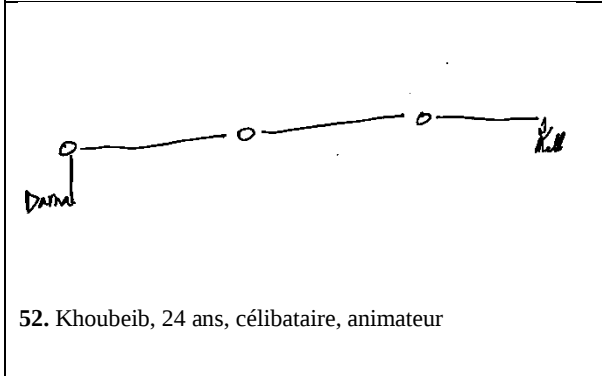
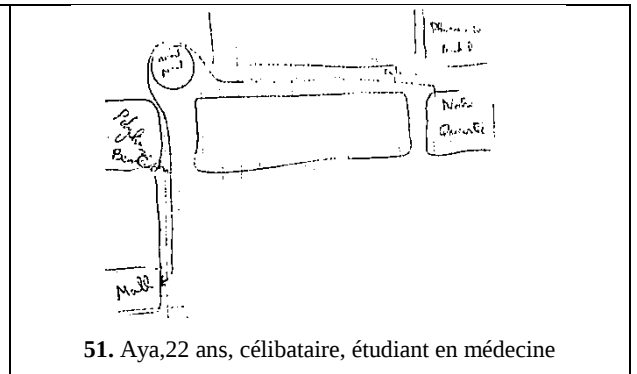
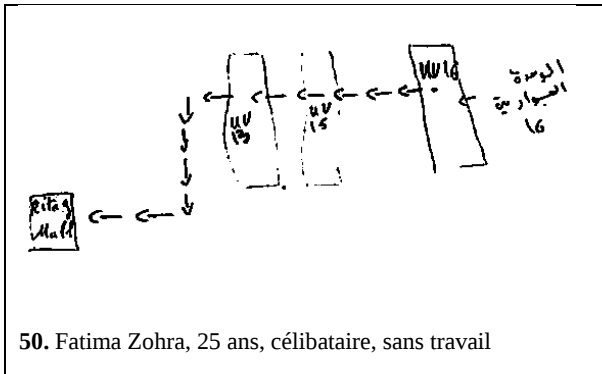
8. Anis, 20 ans, étudiant en urbanisme

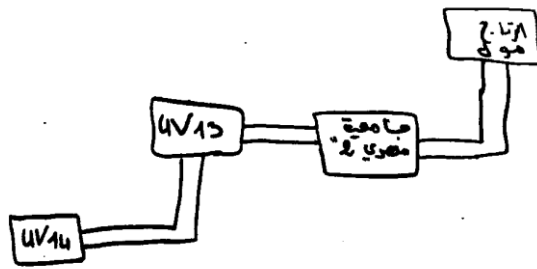


 20. Ilhem, 21 ans célibataire, étudiante en urbanisme ;	 21. Choubaila, 27 ans, célibataire, médecin généraliste ;	 22. Sami, 21ans, célibataire étudiante en ESC;
 23. Housseem, 20ans, étudiant en paramédical	 24. Mohamed amine, 20ans, étudiant en médecine	 25. Ayoub, 27ans, célibataire, gérant d'un cyber à café
 26. Romaissa, 23ans, célibataire, étudiante en médecine ;	 27. Fatima Zohra, 26ans, célibataire, médecin dentiste ;	
 28. Sandra, 19ans, célibataire, étudiante en ENCP ;	 29. Rayene, 25ans, célibataire, étudiante en biologie,	

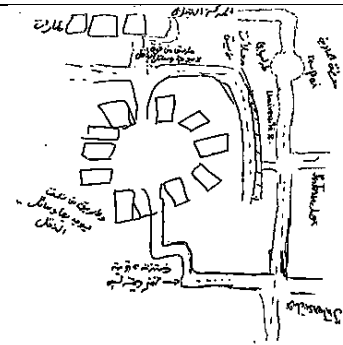
 30. Rofaida, 25 ans, célibataire, sans profession ;	 31. Fatima Zohra, 29ans, mariée, couturière ;
 34. Sara, 26 ans, célibataire, étudiante en médecine	 35. Tarek, 38 ans, marié, chercheur au CRBT
 36. Essma, 38 ans, marié, chercheur au CRBT	 37. Faiza, 30 ans, mariée, ingénieure au CRBT
 38. Ines ,29 ans, célibataire, architecte	 39. Wafia, 44 ans, mariée, assistante commerciale,
 40. Meriem, 21 ans, étudiante en art et culture	 41. Wail , 20 ans, célibataire, étudiant en mathématiques,



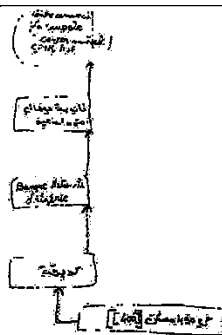




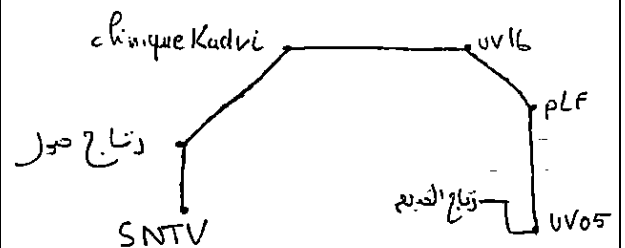
60. Chahinez, 20 ans, célibataire, étudiante en comptabilité



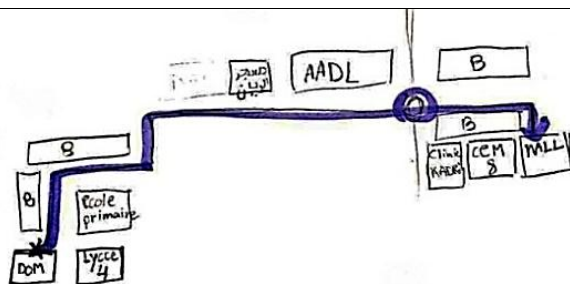
61. Rania, 26 ans, célibataire, enseignante de la langue anglaise



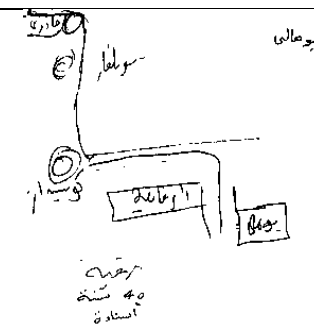
62. Nesrine, 22 ans, célibataire, technicien supérieur en GRH



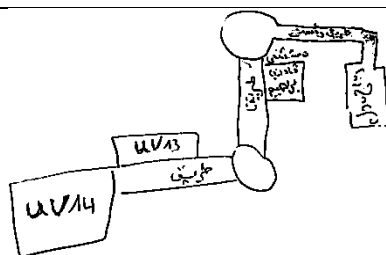
63. Ikram, 24 ans, célibataire, étudiant en GRH



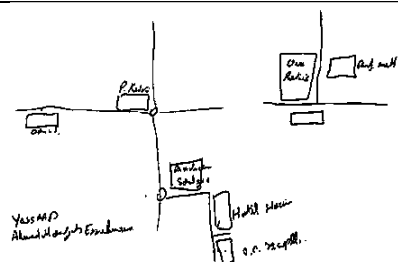
64. Imad Eddine, 20 ans, célibataire, étudiant en médecine



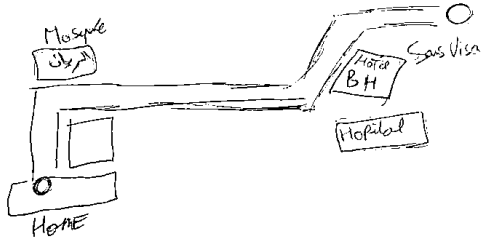
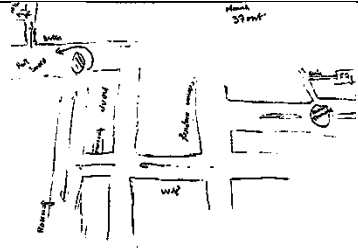
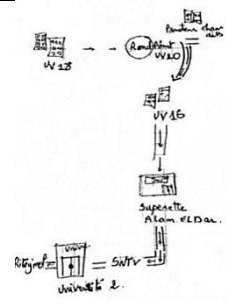
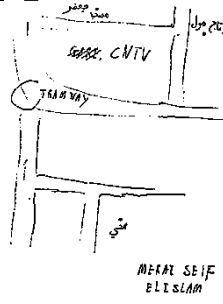
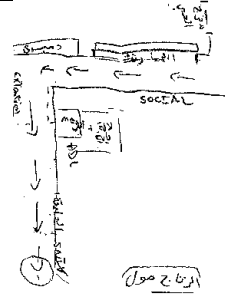
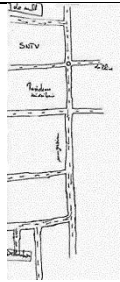
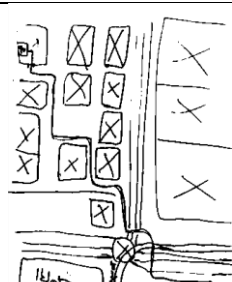
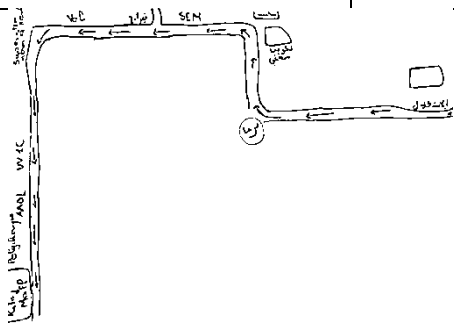
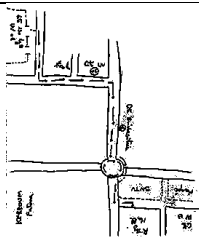
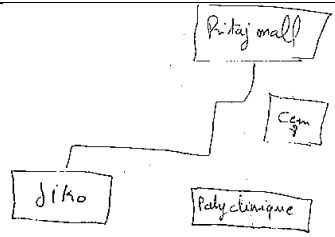
65. Safia, 40 ans, mariée, enseignante dans un lycée ;

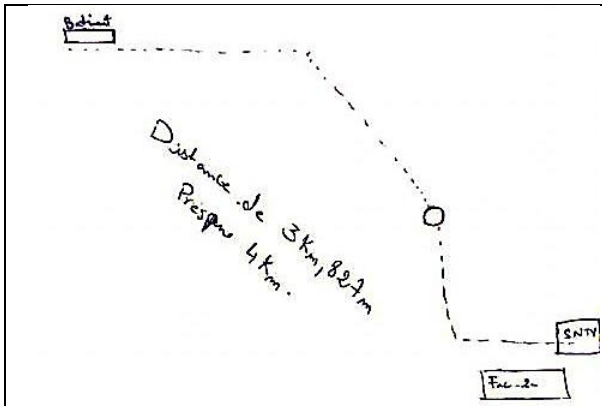


66. Hind, 25 ans, célibataire, sans travail

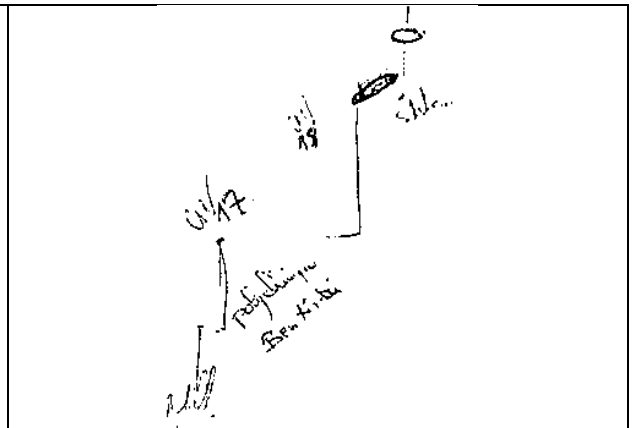


67. Abdelmoudjib, 23 ans, célibataire, étudiant en urbanisme

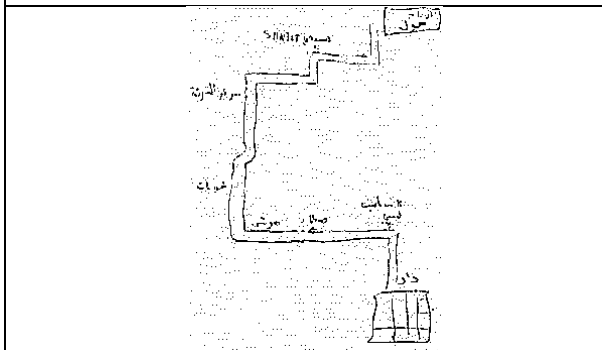
		
68. Kamilia, 26 ans, mariée, étudiante en école de langues	69. Mouna, 35 ans, mariée, ingénieure au laboratoire de la recherche en biotechnologie	
		
70. Safia, 31 ans, mariée, enseignante dans une école privée	71. Sief, 24 ans, célibataire, étudiant en urbanisme	72. Soulef, 39 ans, mariée, laborantine dans une polyclinique,
		
73. Kaouther, 26 ans, célibataire, doctorante en biochimie ;	74. Sami, 44 ans, marié, fonctionnaire ;	75. Saad, 40 ans, célibataire, chercheur au CRBT ;
		
76. Chaima, 24 ans, célibataire, doctorante en biochimie ;	77. Houda, 28ans, célibataire, psychologue	
		
78. Fatima, 36 ans, célibataire, maitre de recherche classe B au CRBT ;	79. Khaoula, 21 ans, célibataire, étudiante en génie des procédés	



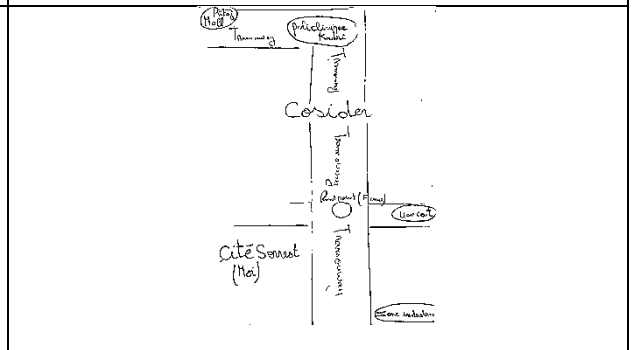
80. Khawla 32ans, Mariée, architecte



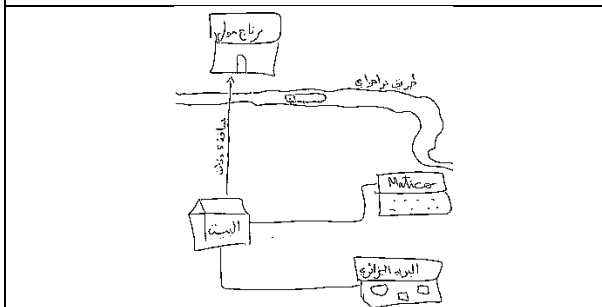
81. Rima 20ans, célibataire, étudiante en art et culture



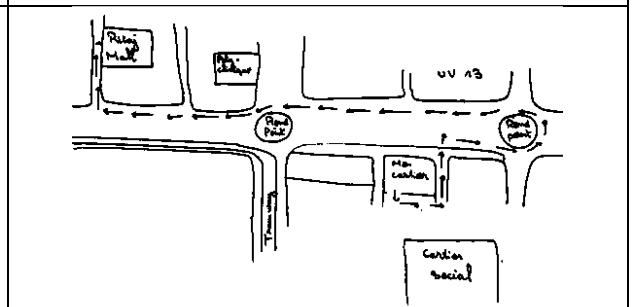
82. Rayane 24ans, célibataire, sans travail



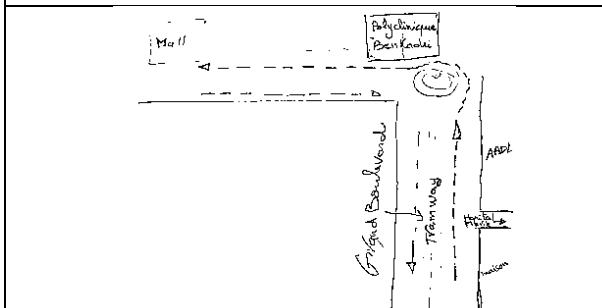
83. Nour, 26ans, célibataire, enseignante vacataire



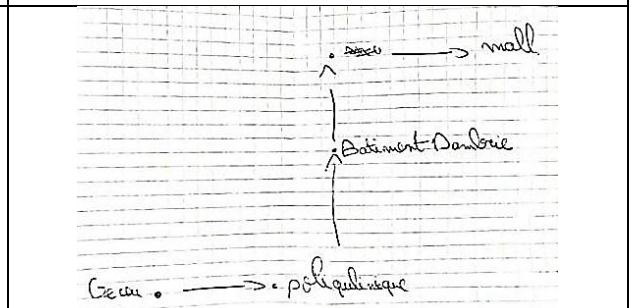
84. Lina 26ans, célibataire, sans travail



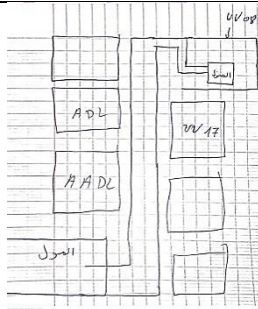
85. Chaima, 22 ans, célibataire, étudiante en psychologie



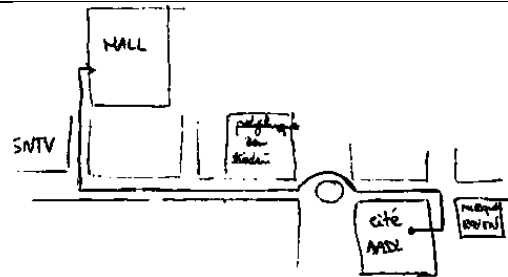
86. Rayane, 27 ans, célibataire, architecte



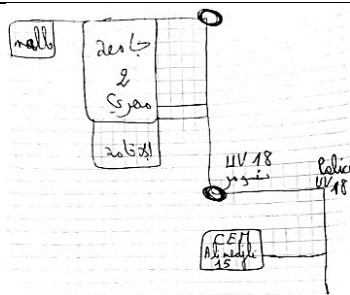
87. Rawaa 22ans, célibataire, étudiante en marketing



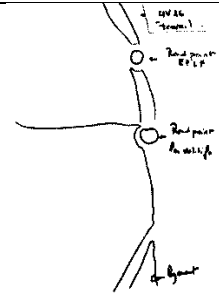
88. Maroua, 23 ans, célibataire, étudiante en économie



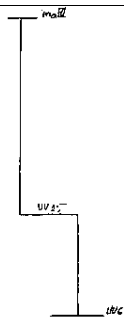
89. Fatima Zohra, 29 ans, mariée, propriétaire d'un atelier de couture



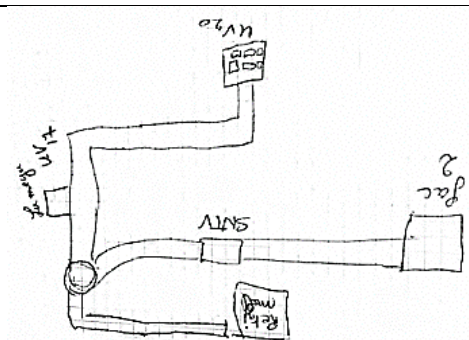
90. Rayane 25 ans, célibataire, étudiante en biologie



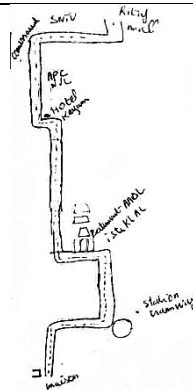
91. Amira, 26 ans, célibataire, architecte



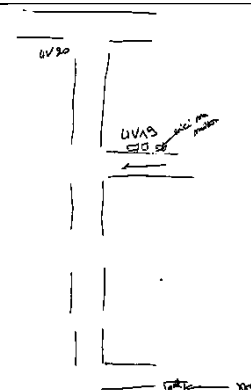
92. Oumaima, 26 ans, célibataire, enseignante de la langue arabe



93. Khawla, 20 ans, étudiante en génie des procédés



94. Ilhem, 25 ans, célibataire, sans travail



95. Serine, 25 ans, célibataire, sans travail

Questionnaire en ligne

Dans le cadre d'une étude sur la ville nouvelle Ali Mendjeli, Merci de bien vouloir consacrer quelques minutes à répondre à ce formulaire.

____* Indique une question obligatoire_____

Avant COVID

Cette première partie est consacrée à vos habitudes de consommation avant la pandémie COVID 19

1. Vous êtes ? *

Une seule réponse possible.

☐ Homme

☐ Femme

2. Quel âge avez-vous ? *

Une seule réponse possible.

☐ 18-29 ans

☐ 31-45 ans

☐ 46-60 ans

☐ > 60 ans

3. Quelle est votre fréquence d'achat mensuelle?

Une seule réponse possible.

☐ 1 fois

☐ 2 fois

☐ 3 fois

☐ 4 fois

☐ plus de 4 fois

4. Est ce que vous vous renseignez sur un produit ou un service avant de l'acheter sur internet *

Une seule réponse possible.

- ☐ oui
☐ Non

5. Est ce que vous avez payé un produit ou un service sur Internet *

Une seule réponse possible.

- ☐ oui
☐ Non

6. Ou effectuez-vous habituellement vos achats? *

Plusieurs réponses possibles.

- ☐ les grandes surfaces
☐ les marchés ouverts
☐ les magasins populaires
☐ en ligne

7. Avez-vous déjà utilisé une application pour consulter vos comptes bancaires depuis un téléphone mobile ou une tablette? *

Une seule réponse possible.

- ☐ Oui
☐ Non

8. Vous est-il arrivé de faire des commandes ? par téléphone? Internet (RS) *

Plusieurs réponses possibles.

- ☐ oui
☐ Non

9. Qu'est ce que vous avez commandé en ligne ? *

Plusieurs réponses possibles.

- ☐ des produits culinaires
- ☐ des produits vestimentaires
- ☐ Rien
- ☐ Autre : _____

10. comment avez vous entendu parler de la livraison à domicile? *

Plusieurs réponses possibles.

- ☐ Bouche à oreille
- ☐ par internet
- ☐ presse
- ☐ Radio
- ☐ dans des magasins
- ☐ conférence-séminaire
- ☐ Autre : _____

11. vous trouvez le service de la livraison à domicile *

Plusieurs réponses possibles.

- ☐ Utile
- ☐ Très utile
- ☐ pas utile

12. Avez vous? *

Plusieurs réponses possibles.

- ☐ Smart phone
- ☐ tablette
- ☐ PC
- ☐ Ordinateur de bureau
- ☐ Rien

13. qu'est ce que l'internet pour vous? *

Plusieurs réponses possibles.

- ☐ Un moyen de communication
- ☐ un réseau d'information
- ☐ un moyen de connaissance
- ☐ un moyen de distraction et de loisir
- ☐ un moyen pour faire des courses
- ☐ un moyen de gain d'argent
- ☐ une source de culture
- ☐ un moyen de recherche
- ☐ Autre : _____

14. Vous utilisez l'internet *

Une seule réponse possible.

- ☐ Souvent
- ☐ Rarement
- ☐ Jamais

15. Qui fait les courses *

Plusieurs réponses possibles.

- ☐ Le chef de la famille (le père)
- ☐ La femme (la mère)
- ☐ Autre : _____

16. vous utilisez des applications (Yassir....)pour se déplacer? *

Une seule réponse possible.

- ☐ Oui
- ☐ non

17. vous vous influencez par des postes de vent de produits Facebook /instagram.....

*

Une seule réponse possible.

☐ Oui

☐ Non

18. indiquez ce que vous pousse le plus à acheter un produit *

Plusieurs réponses possibles.

☐ Besoin

☐ PLV (Publicité sur lieu de vente)

☐ Promotion

☐ produit Bio

☐ Hygiène

☐ Autre : _____

19. qu'est ce que vous séduit le plus au niveau du magasin ? *

Plusieurs réponses possibles.

☐ La décoration

☐ Le prix

☐ La musique

☐ L'odeur

☐ la qualité

☐ L'hygiène

☐ Autre : _____

20. Si vous êtes utilisateur d'internet indiquez quels sont les services que vous utilisez le plus souvent? *

Plusieurs réponses possibles.

- ☐ E-mail
- ☐ Facebook
- ☐ Instagram
- ☐ Télécharger des programmes
- ☐ Sites web
- ☐ Autre : _____

21. Ou mangez vous le plus souvent le midi? *

Une seule réponse possible.

- ☐ Chez vous
- ☐ à la cantine de l'entreprise
- ☐ Au restaurant traditionnel
- ☐ Dans un restaurant rapide(fast-food/Sandwicherie/Food truck)
- ☐ Sur votre lieu de travail avec un plat à emporter tout fait
- ☐ Sur votre lieu de travail avec un plat préparez chez vous
- ☐ Autre : _____

22. vous arrive t il de fréquentez des restaurants rapides (fast food,sandwicherie....) *

Une seule réponse possible.

- ☐ Oui
- ☐ Non

23. Au fast food vous mangez *

Plusieurs réponses possibles.

- ☐ Sur place
- ☐ à emporter

24. En moyenne, à quelle fréquence vous rendez-vous dans des restaurants rapides ? *

Une seule réponse possible.

- ☐ 5 fois ou plus par semaine
☐ 2-4 fois par semaine
☐ 1 fois par semaine
☐ 2-3 fois par mois
☐ 1 fois par mois

25. Pour vous, quels critères seraient importants pour le service livraison

Plusieurs réponses possibles.

- ☐ Des produits frais
☐ Des produits bio
☐ Des produits locaux
☐ Des prix attractifs
☐ L'hygiène de produits
☐ Autre : _____

26. À quelle fréquence utilisez-vous le service de livraison à domicile ? *

Une seule réponse possible.

- ☐ Plusieurs fois par mois
☐ Une fois par mois
☐ Une fois tous les trois mois
☐ Une fois tous les six mois
☐ Une fois par an
☐ Jamais
☐ Autre : _____

Après La COVID

Cette partie est consacrée à vos habitudes de consommation après la pandémie COVID 19

27. À quelle fréquence utilisez-vous le service de livraison à domicile ? *

Une seule réponse possible.

- ☐ Plusieurs fois par mois
- ☐ une fois par mois
- ☐ une fois tout les trois mois
- ☐ une fois tout les 6 mois
- ☐ une fois par ans
- ☐ Jamais
- ☐ Autre : _____

28. pour vous,quels critères seraient important pour le service livraison *

Plusieurs réponses possibles.

- ☐ Des produits frais
- ☐ Des produits bio
- ☐ Des prix attractifs
- ☐ Des produits locaux
- ☐ l'hygiène de produits

29. Est ce que vous avez payé un produit ou un service sur Internet *

Une seule réponse possible.

- ☐ Oui
- ☐ Non

30. En moyenne, à quelle fréquence vous rendez vous dans des restaurants rapides ? *

Une seule réponse possible.

- ☐ 5 fois ou plus par semaine
☐ 2-4 fois par semaine
☐ 1 fois par semaine
☐ 2-3 fois par mois
☐ 1 fois par mois
☐ Autre : _____

31. Au Fast food vous mangez ? *

Une seule réponse possible.

- ☐ Sur place
☐ A emporter

32. qu'est ce que vous séduit le plus au niveau du magasin ? *

Plusieurs réponses possibles.

- ☐ La musique
☐ l'hygiène
☐ l'odeur
☐ les prix
☐ La décoration
☐ Les plats
☐ Autre : _____

33. Ou mangez vous le plus souvent le midi? *

Plusieurs réponses possibles.

- ☐ chez vous
- ☐ a la cantine de l'entreprise
- ☐ Au restaurant traditionnel
- ☐ dans un restaurant rapide (fast food.....)
- ☐ sur votre lieu de travail avec un plat à emporter tout fait
- ☐ sur votre lieu de travail avec un plat préparé chez vous
- ☐ Autre : _____

34. Indiquez ce que vous pousse le plus à acheter un produit *

Plusieurs réponses possibles.

- ☐ Besoin
- ☐ Média (télé/radio)
- ☐ PLV (publicité sur lieu de vente)
- ☐ promotions
- ☐ hygiène
- ☐ produits bio
- ☐ Autre : _____

35. Ou effectuez-vous habituellement vos achats? *

Plusieurs réponses possibles.

- ☐ Les grandes surfaces
- ☐ les marchés ouverts
- ☐ les magasins traditionnels
- ☐ en ligne
- ☐ Autre : _____

36. La Covid 19 vous a poussé à faire des achats en ligne? *

Une seule réponse possible.

☐ Oui

☐ Non

37. vous trouvez le service de la livraison à domicile *

Une seule réponse possible.

☐ utile

☐ très utile

☐ Pas utile

identité

cette partie est consacrée aux questions identitaires

38. le lieu de sépulture correspond au *

Plusieurs réponses possibles.

☐ lieu de sépulture de membres de la famille

☐ lieu de résidence actuelle

☐ Autre : _____

39. A votre avis la ville nouvelle A li Mendjeli a besoin d'un cimetière propre à elle? *

Une seule réponse possible.

☐ oui

☐ Non

ANNEXE C : Recherche documentaire

N°	Intitulé du mémoire (magister)	Domaine	Auteur	Année	Localisation /lien
1	المدن التوابع حول مدينة قسنطينة وتحولات اوارها و وظائفها	Géographie et aménagement du territoire	بن خضير قزاد	2001	Faculté des sciences de la terre, Géographie et aménagement du territoire ,univ Mantouri 1-constantine-
2	المدينة الجديدة -علي منجلي- قسنطينة -انتاج ترماني جديد	Géographie et aménagement du territoire	مريجة صيرينة	2002	Faculté des sciences de la terre, Géographie et aménagement du territoire ,univ Mantouri 1-constantine-
3	علاقات الجيرة في السكنات الحضرية الجديدة دراسة ميدانية في المدينة الجديدة علي منجلي (الوحدة الحوارية رقم 06)	Sociologie	بن سعيد سعاد	2006	https://bu.umc.edu.dz/theses/sociologie/ABEN_2106.pdf
4	LA VILLE NOUVELLE ALI MENDJELI : ACTEURS ET GOUVERNANCE DANS LE PROCESSUS D'EDIFICATION	Aménagement du territoire	KASSAH LAOUAR Ines	2007	https://bu.umc.edu.dz/theses/sc-terre/KAS4812.pdf
5	APPROCHE DES ESPACES PUBLICS URBAINS : CAS DE LA VILLE NOUVELLE ALI MENDJELI	Architecture et Urbanisme	AMIRECHE Toufik	2012	https://bu.umc.edu.dz/theses/urbain/AMI6353.pdf
6	البنية المكانية المحلية لمدينة قسنطينة و المدن التوابع	Géographie et aménagement du territoire	بوخلولة توقي	2015	Faculté des sciences de la terre, Géographie et aménagement du territoire ,univ Mantouri 1-constantine-
7	بورالقطاع الخاص في انشاء المدينة الجديدة دراسة ميدانية في المدينة الجديدة -علي منجلي-	Sociologie	لمزوء صياح	/	https://bu.umc.edu.dz/theses/sociologie/ALAM3597.pdf
8	L'impact de la configuration spatiale des espaces intermédiaires des grands ensembles sur l'émergence de l'insécurité.(Cas de la Nouvelle Ville de Constantine)	Architecture et Urbanisme	BOUAROUDJ Radia	2011	https://bu.umc.edu.dz/theses/urbain/BOU6053.pdf
9	LA PLACE DES HANDICAPES MOTEURS DANS LES HABITATIONS COLLECTIVES EN ALGERIE EXEMPLE D'ETUDE :LA VILLE NOUVELLE DE ALI MENDJELI - CONSTANTINE	Architecture et Urbanisme	BOUZENOUNE Yacine	2008	https://bu.umc.edu.dz/theses/architecture/BOU5018.pdf
10	L'intégration urbaine par les moyens de transport Cas de :la ville nouvelle « Ali Mendjeli »	Architecture et Urbanisme	Ghenouchi Rana Ghoussoun	2007	https://bu.umc.edu.dz/theses/architecture/GHE4319.pdf
11	UNE SOLUTION A LA QUESTION DE LA CONGESTION DE CONSTANTINE :VILLE NOUVELLE ALI MENDJELI.	Urbanisme	Nait-Amar Nadra	2005	https://bu.umc.edu.dz/theses/architecture/NAI4368.pdf

Publications sur les réseaux sociaux (Verbatim)

welcome_to_constantine

**المدينة الجديدة علي منجلي
بفستنية**

**اول مدينة في الجزائر لا تنام
محلث**

مفتوحة 24/24

Nouvelle ville Ali mendjli Constantine

21

الواحدة صباحا .. المدينة تعيش #سول العيد

بأن معنى الكلمة .. حركة كبيرة ونشاط تجاري ... ما شاء الله

Nouvelle ville Ali mendjli Constantine

2 h

المدينة في الطريق الصحيح لتصبح الأفضل ...

20:00 ليلا المجدلي هنا ومن كانوا يعضو فأنقول ووجه ..

الطرنسبور كائن على راسو .. الأوقاد يعضو فالمتريكو .. صالة تاج

les sport قدامه .. القهاري .. جالين فيهم مالد وقاب ..

restaurants, pàssene

تاي من عند تيميموني ... تعني تاللا فالبولغار واحد مايخوف

ولا يهدر معاك .. الأمن والأمان

وانتقدم والازدهار في القريب الأجل أن شاء الله .. وحدة وحدة

خاوتي ونديرو programme تاج التشجير

و آخر تاج nettoyage .. كش أو فالحساب

حقوق النشر محفوظة جامعة copie coller احسنمو

Nouvelle ville Ali mendjli Constantine

Constantine - قسنطينة

9 h

توفال ناس طيبين شوفو الله بارك كفاءه صلاوة العيد في أحد

أحياء اكبر مدينة جديدة في الجزائر

#توفال يا دولة

او صح دولة ماش بالكلام رأي بقيمة دول صغيرة كيما البحرين و

قطر و فاتيكان و اندورا و سيشل و مالطا .

أدمين كليبيست .

welcome_to_constantine 14 h

وين كنت تسكن قبل ماتجي للنوفال

اكبر مدينة جديدة في الجزائر

أصداء مدينة علي منجلي

1 h

المدينة الجديدة علي منجلي

الساعة 1:00 ما صباحا

صور من عند متابع للصفحة من المتابع 14

This is Ali Mandjli

المدينة الجديدة علي منجلي

لي قال التوفال كي شغل قال ياري

المدينة الجديدة علي منجلي التي لم يتجاوز عمرها عشرين

سنة تنافس أعرق المدن الجزائرية في التطور والخدمات

Nass constantine est à Nouvenville, Constantine, Alger

21

لي قال التوفال كي شغل قال ياري

المدينة الجديدة علي منجلي التي لم يتجاوز عمرها عشرين

سنة تنافس أعرق المدن الجزائرية في التطور والخدمات

Nouvelle ville Ali mendjli Constantine

4 m

المدينة التي لا تنام ...

لا يختلف إثنان أن #علي منجلي أصبحت القلب النابض لمدينة

Constantine في الوقت التي تخط فيه بعض الأحياء و

المتاح في نوم عميق تكون الحركة التجارية هنا في أوج

عظمتها ... ما رأيكم !

اكبر توفال قبل فالجزائر

Nouvelle ville - توفال قبل

22 sept. 2022

دنيا يا دنيا

وصفا لوقت توفال قبل فيه ازدهار و ولاو تاج توفال قبل يتكبرو

على تيمال السكنة مع جامعة سولت قبل و ما يندرجش على تاج

بوتلفوف

Nouvelle ville Ali mendjli Const...

2 h

ما رأيكم

19:30

ليلا تغفل على 16h00

وتوفال تحيا ل 01h00

أصداء مدينة علي منجلي

1 h

المدينة الجديدة علي منجلي

الساعة 1:00 ما صباحا

صور من عند متابع للصفحة من المتابع 14

welcome_to_constantine 1 j

توفال حتى في عز الصيف و العطلة. تشهد

حركة كبيرة و نشاط تجاري و مقصودة من

عدة بلديات ومدن مجاورة

كون نركزو أكثر على جانب النظافة و شوية

تربية و الإهتمام بالتشجير و المساحات الخضراء

راج تكون قطب #تجاري بامتياز



Nom et Prénom : BOUDECHICHE Yasmine
Titre : La Ville Nouvelle Ali Mendjeli, Urbanité(s) et Identité(s)
Thèse en vue de l'Obtention du Diplôme de Doctorat en Urbanisme.

Résumé :

Dans un contexte de mondialisation et de développement des technologies de l'information et la communication, l'identité de la ville s'est construite autour de nouveaux enjeux.

La ville nouvelle d'Ali Mendjeli sert de terrain d'observation et d'analyse de la construction de(s) l'identité(s) et d'urbanité(s) en gestation. Les situations étudiées révèlent les bases matérielles et immatérielles qui participent à la formation de cette identité de la ville nouvelle. L'étude porte principalement sur l'identification des ingrédients de l'identité mendjeloise.

La ville nouvelle d'Ali Mendjeli a trois décennies d'existence. Aujourd'hui, les traits d'une ville qui voit sa vocation se dessiner, son image se dresser et ses symboles se "populariser" semble s'inscrire dans un processus de genèse du fait urbain. Elle dispose de projets qui ont généré de nouvelles activités et attiré les intérêts en matière de résidence, de consommation, des investissements.

Ces projets participent dans la construction de l'identité urbaine de la ville nouvelle. En effet, par leurs "attractivité" et leurs images ces projets sont toujours convoqués dans les récits des mendjelois pour faire valoir une place remarquable dans l'échiquier socio-urbain du Grand Constantine. Dans cette optique, l'aménagement urbain et l'architecture sont considérés comme les principaux outils de transformation de l'image de la ville produisant de nouveaux paysages urbains.

Ainsi, l'intermède de la pandémie de la COVID-19 a révélé des aspects pertinents chez les habitants de la ville nouvelle Ali Mendjeli et sur l'identité urbaine en construction dans un contexte actualisé intégrant les impacts de la mondialisation, la maîtrise et l'usage des TIC.

Mots clés : Identité urbaine, urbanité, ville nouvelle, fabrique de la ville, Ali Mendjeli

Directeur de thèse : BOUCHARB Abdelouahab - Université Salah Bounider Constantine 3

Année Universitaire : 2024-2025