REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

UNIVERSITE HADJ LAKHDER BATNA

INSTITUT DE GENIE CIVIL, D'HYDRAULIQUE ET d'ARCHITECTURE

N° d'ordre : ……
Série : ……..

MEMOIRE

Présenté pour obtenir le diplôme de Magistère Nouveau Régime en

ARCHITECTURE
Option : Urbanisme

Spécialité : Ville, société et développement durable

Intitulé

LE ROLE DES SOUKS HEBDOMADAIRES DANS LA DYNAMIQUE DE LA VILLE, "ENJEUX DU DEVELOPPEMENT DURABLE"

Cas d'Arris, Ichemoul, Timgad

PAR

ZEGHICHI KHADIDJA

Soutenu le : 23/05/2012

Devant le jury

Président :	**'r. KALLA Mahdi**	**Prof.**	**Université de Batna**
Rapporteur :	**Dr. DIB Belkacem**	**M.C**	**Université de Batna**
Examinateur :	**Dr. AMRI Brahim**	**M.C**	**Université de Batna**
Examinateur :	**Dr. DJEMILI Abd Errezzak**	**M.C**	**Université de Sétif**

Année universitaire : 2010/2011

Remerciements

-En premier lieu je tiens à remercié le Dieu le tout puissant pour l'aide et la santé qu'il m'a accordé pour achever ce modeste travail.

-Cette recherche a bénéficié de l'apport des travaux réalisés par Docteur DIB B. dans le cadre la recherche de la sociologie urbaine et du développement durable, et à qui je suis particulièrement reconnaissante et qui a dirigé ce mémoire et m'a communiqué son expérience, sa grande connaissance du sujet et son enthousiasme. Merci pour leur encouragement à « écrire une page par jour » et pour avoir supporté mon absence répétée pendant la rédaction de cette recherche.

-J'exprime toute ma gratitude au Docteur Djemili pour ses avis et ses conseils ainsi que son soutien tant sur le contenu que sur la forme et les mécanismes.

-Je remercie le Docteur Amri B. pour ses orientations.

-Un grand merci à mon frère Salim pour ses critiques constructives, son apport de rigueur et sa contribution déterminante à la méthodologie.

-Je remercie M. Bel Amri Kamel pour son accueil qui a enrichi cette recherche et ma sœur Hayet, Mm Berrehayel, pour la lecture et la correction attentive de mon manuscrit.

-Je remercie ma famille ZEGHICHI, BOUMOKRANE, MOHAMMADI et ma belle famille KADRI.

-Je remercie mon père HOCINE et ma mère pour leurs encouragements.

-Je remercie mon frère Rachid et ma sœur Farida pour leurs aides en documentation, et aussi mon amie SOUKEHAL Imèn.

-je remercie mon mari Abd Elouahab pour leur encouragement, sa patience et son énorme aide pour l'élaboration de ce mémoire.

-Je tiens à remercier l'ensemble des agents de la Direction du Commerce de la ville de Batna et l'inspection du commerce d'Arris, et plus particulièrement Slimani, Yezza, Mm Ouassaf et Boufedda, qui m'ont aidé durant cette recherche.

-Je remercie également toutes les personnes qui m'ont accordé un peu de leur temps pour un entretien, et tout particulièrement P/APC du Timgad, secrétaire général de l'APC d'Arris.

Enfin, je remercie tous mes sœurs et frères qui m'ont soutenu : Adel, Aicha, Zohra, Nadia, Djamel, Malik, Mahfoudh, Saliha,… et je remercie toutes mes amies qui m'ont aidé pour la rédaction de ce travail, et plus particulièrement : Merchi Ouarda, Saliha, Nabila, Sabira, Naoual, Radhia, Karima, Nafissa, Imène….

Dédicace :

Aux personnes qui sont les plus chères pour moi

Je dédie ce modeste travail :

- A la mémoire de ma mère ***"Nadjma"***
- A la mémoire de mon père ***"Abd Al Hamid"***
- A mon très cher père ***"Hocine"***
- A ma chère mère ***"Zerfa"***
- A toutes mes familles : ***ZEGHICHI, BOUMEKERANE, MOHAMMADI, KADRI***
- A tous mes frères et mes sœurs sans exception
- A mon mari ***Abd Elouahab***
- A qui j'ai l'honneur ***M. DIB B.***
- A mes enseignants d'architecture durant mes années d'étude.
- A toutes mes amies sans exception
- A mes collègues de la post-graduation, ***promotion 2007.***
- A tous les maris de mes sœurs, mes belles sœurs, mes nièces et mes neveux.

Sommaire

Remerciement

Dédicace

Sommaire

Liste des tableaux

Liste des figures

Liste des graphes

Liste des annexes

INTRODUCTION GENERALE 1

1- Introduction..... 2

2- Problématique..... 4

2-1- Hypothèses 8

2-2- Objectifs de l'étude 9

2-3- Méthodologie..... 9

2-4- Les contraintes de la recherche 11

2-5-Structure de mémoire 11

CONCEPTS ET DEFINITIONS 12

Introduction 13

1- Le Commerce 13

2- Le marche 14

3-Foire 16

4-Commerce urbain 18

5-Commerce de détail 18

6- Commerce informel 18

7-Paysage commercial 18

8-L'architecture commerciale..... 19

9-Attraction commerciale 19

10-Aire de chalandise..... 20

11-La mobilité..... 20

12-Le commerce rural..... 22

13-Le centre commerçant 22

14-Animation commerciale..... 23

15- les villes commerçantes 23

16-Développement durable 23

16-1-Les origines du développement durable 24

16-2-Les grand principes du développement durable 24

16-3-La conceptualisation du développement durable 25

17-La ville durable 26

18-L'agenda 21 28

19-L'urbanisme commercial..... 28

19-1-Définition..... 28

19-2-L'impact de la globalisation..... 29

20-Développement durable et commerce..... 29

21-Réseaux des souks..... 30

21-Conclusion..... 30

Chapitre 1: LE SOUK ET LE CONTEXTE HISTORIQUE 32

Introduction 33

I- Les principaux peule commerçants..... 33

I-1-La période antique..... 33

I-1-1-Les Egyptiens..... 33

I-1-2-Les Grecs..... 35

I-1-3-Les Romains..... 37

I-1-4-Les Phéniciens..... 38

I-1-5-Les Byzantins..... 38

I-1-6-Carthaginois..... 39

I-1-7-Les Byzantins ou grecs du bas-empire..... 39

I-1-8-Asie centrale..... 39

I-2-La période du moyen âge..... 40

I-2-1-Les Russes..... 42

I-2-1-Les Arabes..... 42

II- Les villes commerçante..... 47

II-1-L'activité commerciale dans le temps..... 47

II-2-Extériorité de l'activité commerciale..... 47

II-3-Le début de la période moderne..... 50

II-4-L'époque contemporaine..... 50

II-4-1-l'impact de la globalisation..... 50

II-4-2-L'urbanisme commercial..... 51

II-4-2-1-Les acteurs de l'urbanisme commercial..... 54

II-4-2-2-Appareil commercial..... 54

III- Evolution de l'espace de commerce..... 55

III-1-La place..... 55

III-1-1-L'Agora..... 55

III-1-2-Le Forum..... 56

III-1-3-La place du marché (Souk)..... 58

III-2-Les espace couverts..... 59

III-2-1-Moyen âge..... 59

III-2-2-La période moderne..... 60

III-2-2-1-Les ressource et les marchés couverts..... 60

III-2-2-2-La rue commerciale..... 60

III-2-2-3-Equipements commerciaux..... 60

a) Centres commerciaux..... 60

b) Centres multi fonctionnels..... 61

c) Centres d'affaires..... 61

Conclusion..... 62

Chapitre 2 : ROLE DU SOUK A TRAVERS LES EXPERIENCES ETRANGERES 63

I-L'expérience marocaine..... 64

I-1- étude de l'espace souk..... 66

I-1-1-la situation par rapport à l'agglomération..... 66

I-1-2-La géographie du Souk..... 66

I-2-Etude de fonction..... 70

I-2-1-L'organisation spatiale des Souk..... 70

I-2-1-1-Aspect sociogéographique des activités artisanales au Maroc..... 70

I-2-1-2-La corporation (Hanta) et ses représentants..... 70

I-3- Place du souk dans l'économie, la ville et la société..... 72

II- L'expérience Française..... 74

II-1- Typologie..... 77

II-2-Les acteurs..... 77

II-3-Les Marchandises..... 78

II-4-Image d'espace marchand dans les quartiers..... 79

II-5-Rôle..... 80

II-6-Les raisons de succès des marchés (en France, Place Falcon) 81

III- L'expérience Tunisienne..... 82

III-1-Géologie des Souks..... 82

III-2-Fonction urbaine du Souk..... 83

III-3-Activités et marchandises..... 83

III-4-Les principaux souks de Tunisie..... 84

III-4-1-Souk El-attarine (Souk des parfumeurs) 84

III-4-2-Souk El-Koumach (Souk des étoffes) 85

III-4-4-Souk Ech-chaouchiya (Souk des chéchias ou bonnets en laines)..... 85

III-4-5-Souk Es-Sabbaghine (marché des teintures)..... 86

III-4-6-Souk En-nessa (marché des femmes)..... 86

III-4-7-Souk El-Leffa (marché des Tissus en laine)..... 86

III-5-Place du souk dans société, la ville et la l'économie..... 87

IV- L'expérience Syrienne..... 88

V- L'expérience de Jakarta..... 90

V-1-Bazar de Tanah Abang 90

V-2-Bazar Baru..... 91

VI- L'expérience d'Istanbul..... 92

VI-1-The couvred Bazaar 92

VI-2-Egyption Spice Bazaar..... 93

VI-3-Arista Bazaar..... 93

VI-4-les marchés hebdomadaires..... 93

Conclusion..... 95

Chapitre 3: EVOLUTION DE L'APPAREIL COMMERCIAL EN ALGERIE A TRAVERS L'HISTOIRE

96

Introduction..... 97

I-Epoque turque..... 97

II-Epoque Coloniale..... 97

II-1-l'appel a l'importation..... 103

II-2-Déséquilibre des structures commerciales..... 103

II-3-la mutation fonctionnelle..... 103

II-4-La non maitrise structures commerciales..... 106

III-Epoque de l'indépendance..... 107

III-1-Apparition du secteur public commercial et économique..... 107

III-2-Inadaptation des anciennes structures commerciales..... 108

III-3-Huit ans d'organisation..... 108

III-3-1-Les expériences sous tutelle du commerce et d'agriculture..... 108

III-3-2-Nationalisation du commerce extérieur (1974-1980) 108

III-3-3-Les organes chargés de la commercialisation et la distribution..... 108

a) Le secteur prive 109

b) Le secteur étatique 109

c) Le secteur coopératif..... 110

III-4-Vers une politique d'urbanisme commercial..... 111

III-5-Déférentes formes de l'appareil commercial..... 111

III-6-La politique d'urbanisme commercial..... 112

III-7-Le réseau étatique..... 112

IV-Réseau soukier..... 114

V-Etude des souk en Algérie..... 114

V-1-Le réseau des souks dirige par Ain Beida..... 117

V-1-1-Une certaine spécialisation..... 118

V-1-2-La présence des femmes commerçantes..... 118

V-2-Le marché de tadjnanete..... 123

V-2-1-L'influence du souk..... 117

V-3-Les marché de Bejaia..... 125

V-3-1-Les aires de chalandise..... 131

V-3-2-Les aires plus vastes des grands et moyens souks..... 135

V-4-Le Souk Ferdjioua..... 141

V-5-Le Souk d' Ain Touta.../..... 141

V-6-Le Souk de Sidi Okba..... 141

V-7-Le Souk de Ghardaia..... 143

V-8-Les marchés du bas de sahara..... 148

V-9-Les souks en Aurès..... 149

VI- Les marchés informels..... 152

VII- La sollicitude de l'état par le secteur du commerce..... 154

VII-1-Coté législatif..... 154

VII-2-La concertation..... 154

Conclusion……. 156

Chapitre 4: RECHERCHES ET ETUDES ANTERIEURES SUR LES SOUKS 158

Introduction…….. 159

1-Le souk de sefrou selon l'étude de Geerz…….. 159

2-1-Les souks marocains selon l'étude de Jean François Troins…….. 163

3-Les marchés en milieu urbain et périurbain Fiançais : des poles d'animation remarquables, face au commerce en grandes surfaces, selon A. Metton…….. 165

4-Les marchés de tiers monde, révélateurs de l'enracinement rural ou de la progression de l'urbanisation, selon l'étude de Jean Jacques Troin…….. 167

5-Marché d'El-AHSA…….. 171

Conclusion…….. 174

Chapitre 5: PRESENTATION DES CAS D'ETUDES 175

I- présentation des cas d'études …….. 176

I-1-Présentation de la ville de Batna…….. 176

I-1-1-Secteurs des services et de commerces dans la wilaya de Batna…….. 177

I-1-1-1-Evaluation du nombre de boutiques commerciales dans la ville de Batna…….. 178

a) La période de 1962 a 1974…….. 178

b) La période de 1974 a 1986…….. 178

c) La période de 1986 a 1999…….. 179

d) La période de 1999 a 2004…….. 179

I-1-1-2-Types des marchés dans la zilaya de Batna…….. 179

a. Les marchés quotidiens…….. 179

b. Les marchés hebdomadaires…….. 180

I-2-Présentation de la région (Arris, Ichemoul, Timgad)…….. 185

I-3- Présentation de la ville de Batna …….. 187

I-3-1-Contexte géographique…….. …….. 187

I-3-1-1-La situation géographique… …….. 187

I-3-1-2-Le climat…….. …….. 189

I-3-2-Le contexte démographique…. …… 192

I-3-2-1-Evolution de la population entre 1998 – 2008…… 192

I-3-2-2-La répartition spatiale de la population…… 194

I-3-2-3-mouvements migratoires…… 194

I-3-2-4-La répartition de la population par groupe d'âge et sexe…… 196

I-3-2-5-Les tribus…… 196

I-3-3-Le contexte physique…… 197

I-3-3-1-L'agriculture…… 198

I-3-3-1-Le commerce…… 198

I-3-4-Le contexte économique…… 200

I-3-4-1-Les populations actives et non actives…… 201

I-3-4-2-L'occupation agricole…… 203

I-3-4-3-La répartition de la production végétale…… 205

I-3-4-4-Commerces et services privés…… 206

I-3-5-Historique de l'activité commerciale dans la région…… 208

I-3-6-Etude de l'espace souk dans la région…… 210

I-3-6-1-Historique de l'espace …… 210

I-3-6-2-Taille et extension…… 211

Présentation de l'enquête…… 213

I-3-6-3-Les facteurs d'activité du souk…… 217

a. Les commerçants…… 217

b. La marchandise…… 218

c. Le bétail…… 219

L'alimentation…… 224

d. Autre produits Alimentaires……

e. L'habillement et l'équipement domestique…… 225

f. Produits ruraux…… 227

g. La clientèle…… 227

I-3-6-4-Les indices de l'attractivité du souk…… 231

a. L'historique…… 231

b. La position par rapport a la ville…… 231

c. La marchandise…… 233

d. Les besoins clients/commerçants…… 234

e. Le origines des clients…… 234

I-4-Le réseau soukier…… 237

I-4-1-Rapport Fellah/Commerçants…… 237

I-5-La place du souk d'Arris dans le réseau de marchés environnants…… 241

I-6-La fréquentation des souks…… 242

I-7-La disserte des souks par les commerçants…… 244

I-7-1-La fréquentation des souks par les commerçants…… 244

I-8-La dépendance dans le domaine de l'approvisionnement…… 244

I-8-1-Le bétail…… 244

I-8-2-Autre produits ruraux…… 245

I-9-Le Développement l'activité commerciale du souk actuellement…… 247

I-10-Facteurs de régression de l'activité de souk Lathnin…… 247

I-11-Continuité du commerce soukier (a caractère traditionnel) dans la ville d'Arris… 250

I-12-La dynamique de souk…… 251

I-12-1-Souk société…… 251

I-12-2-Souk et ville…… 252

I-12-3-Souk et administration…… 253

I-12-4-Souk et individu…… 253

I-12-4-1-L'utilisation de l'espace…… 254

I-12-4-2-La consommation du temps…… 255

I-12-4-3-La dimension événementielle…… 255

I-13-Facteurs d'impacte du souk…… 256

I-13-1-Le Site…… 256

I-13-2-Le Temps…… 256

I-13-3-Le Produit…… 256

I-13-4-La culture d'aller au souk…… 256

I-13-5-Culture de consommation…… 257

II- Vérification des hypothèses et synthèse des résultats…… 259

Conclusion…… 261

CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS…… 263

Bibliographie.

Annexes

Résumé

Liste des annexes

N°	Titre
01	Les statistiques du commerce
02	Les statistiques de l’agriculture
03	L’enquête sociale
04	Les textes réglementaires
05	Le développement durable
06	Les cartes
07	Les photos

Liste des cartes :

N^0	Titre	Page
01	Plan de la place du gouvernement	97
02	Répartition et attraction des souks de l'Est algérien	100
03	L e souk dans l'espace micro régional	115
04	Réseau des souks de l'Est algérien	116
05	Réseau des souks fréquentés par les commerçants d'Oum El Bouaghi	122
06	Evolution de l'adjudication des souks de Bejaia	128
07	Fréquentation et zones chalandise	134
08	Rayonnement des commerçants	136
09	Aires de chalandise des souks de Bejaia	168
10	La situation de la wilaya de Batna	176
11	La réparation et la taille des marchés à Batna	183
12	La réparation des souks du bétail	184
13	La situation géographique de la région de cas d'étude	185
14	Le réseau routier de la région de cas d'étude	186
15	La situation géographique de la commune d'Arris	187
16	La localisation administrative de la ville d'Arris	188
17	La densité de la population de la zone d'étude	193
18	La réparation de la population dans les quartiers	195
19	La carte de relief de la zone d'étude	198
20	La réparation de la population par secteur d'activités	202

21 La répartition des activités commerciales dans la ville d'Arris..... 207

22 Les apports du bétail..... 222

23 Approvisionnement de la ville d'Arris par les grands souks..... 226

24 Rayonnement à travers les moyens de transport..... 230

25 L'attrativité de la ville d'Arris des populations avoisines..... 232

26 Les zones d'influence d'Arris..... 236

27 Le réseau soukier 240

28 Les airs d'influence de Timgad..... 243

Liste des cartes :

N^0	Titre	Page
01	Plan de la place du gouvernement	97
02	Répartition et attraction des souks de l'Est algérien	100
03	L e souk dans l'espace micro régional	115
04	Réseau des souks de l'Est algérien	116
05	Réseau des souks fréquentés par les commerçants d'Oum El Bouaghi	122
06	Evolution de l'adjudication des souks de Bejaia	128
07	Fréquentation et zones chalandise	134
08	Rayonnement des commerçants	136
09	Aires de chalandise des souks de Bejaia	168
10	La situation de la wilaya de Batna	176
11	La réparation et la taille des marchés à Batna	183
12	La réparation des souks du bétail	184
13	La situation géographique de la région de cas d'étude	185
14	Le réseau routier de la région de cas d'étude	186
15	La situation géographique de la commune d'Arris	187
16	La localisation administrative de la ville d'Arris	188
17	La densité de la population de la zone d'étude	193
18	La réparation de la population dans les quartiers	195
19	La carte de relief de la zone d'étude	198
20	La réparation de la population par secteur d'activités	202

21 La répartition des activités commerciales dans la ville d'Arris..... 207

22 Les apports du bétail..... 222

23 Approvisionnement de la ville d'Arris par les grands souks..... 226

24 Rayonnement à travers les moyens de transport..... 230

25 L'attrativité de la ville d'Arris des populations avoisines..... 232

26 Les zones d'influence d'Arris..... 236

27 Le réseau soukier 240

28 Les airs d'influence de Timgad..... 243

Liste des figures :

N^0	Titre	Page
01	La théorie des lieux centraux	22
02	Les trois piliers du développement durable	25
03	Le plan de l'agora	55
04	La vue de l'agora	56
05	Centre de commerce	56
06	Le plan de forum	57
07	La vue sur forum	58
08	La vue marchande à Bolzano	60
09	La carte de situation de la place Djamaa El Fana	70
10	La localisation des marchés de Marseille 2004	76
11	Le souk élément organisateur de l'espace	114
12	Montant d'adjudication des souks	117
13	Souk de Ferdjioua	142
14	Souk de Ain Touta	142
15	Souk de Sidi Okba	143
16	La situation du souk de Ghardaïa dans la ville	144
17	Le plan du souk de Ghardaïa	145
18	La voie royale d'après J. Brignon	160
19	Emplacement du souk Sefron	162
20	Evolution de la répartition des populations actives	177
21	Evolution du nombre de boutiques dans la ville de Batna	178
22	Jours de pluie à Arris	190
23	Températures extrêmes absolues Arris- 1919- 1938	191
24	Evolution de la population entre 1998-2008	192
25	La répartition de la population active selon le domaine de l'emploi	200

26 Le taux des employés dans les trois secteurs..... 201

27 Le schéma de la configuration spatiale du souk..... 212

28 Le schéma de répartition des commerces à l'intérieur du souk..... 223

29 Schéma de convergence des environs vers la localité de M'zata..... 231

30 Schéma d'aire d'influence du souk d'Arris..... 235

31 Schéma de la configuration du réseau soukier..... 241

32 La comparaison des flux des deux souks..... 250

Liste des photos

N^0	Titre	Page
01	Vue générale d'ancien marché BER – RCHID au Maroc	64
02	Le départ des marchands	65
03	Le tailleur ambulant effectue les retouches près du marchand de tissu	65
04	Vue sur le souk de Marrakech	67
05	Le négoce est favorisé	68
06	Rencontres sociales	68
07	Vue sur la place Djamaa El Fna	69
08	L'artisanat marocain	71
09	Vue sur Halle centrale de Baltard, Paris 1950	74
10	Rue marchande sur Broncante	75
11	Marché Aix en Provence	75
12	Vue sur marché en plein air en France	78
13	Marché des produits agricoles	79
14	Marchés des fleurs	79
15	Souk El Krana à Tunis	82
16	Souks de Tunis	84
17	Souk El Atarine	84
18	Souk El Koumach	85
19	Souk Ech- chaouchiya	85
20	Souk El Barka	86
21	Souk En nessa	86
22	Vue sur l'accès au souk Hamidia	88
23	Souk de Damas (couvert)	89
24	Rue marchande à Damas	89
25	Vue sur le bazar Jakarta	91

26	Vue Sur le bazar de Baru (jakarta)	91
27	Le bazar couvert d'Istanbul	92
28	Le bazar des épices	93
29	Les boutiques Turques	93
30	Le marché hebdomadaire d'habillement à Istanbul	94
31	Petit marché- place Randon	98
32	Les souks hebdomadaires de Bejaia	126
33	La place du souk de Ghardaïa	144
34	Le souk de tapis de Ghardaïa	145
35	La marchandise vendue sur le souk de Ghardaïa	146
36	Le marché de Tagoust (Bouzina) les années 30	150
37	Les marchés de Marouana	151
38	La première localisation du souk de lundi	210
39	L'emplacement des souks d'Arris de lundi	211
40	Souk d'Arris Légume	219
41	Souk d'Arris plant à repiquer	219
42	Le souk de lundi à l'occasion d'El-Aïd	220
43	La boucherie foraine dans le souk	224
44	Produits ruraux (dattes) dans le souk d'Arris	227

45 Produits ruraux (volaille) dans le souk d'Arris..... 227

46 La clientèle masculine..... 228

47 La clientèle féminine..... 228

48 L'exposition de la marchandise 234

49 La première localisation du marché du mercredi à Arris..... 248

50 La deuxième localisation du marché du mercredi à Arris..... 248

51 la localisation actuelle du marché du mercredi à Arris..... 248

52 Vue sur le marché de mercredi à Arris..... 249

Liste des tableaux

N^0	Titre	Page
01	Evolution des aires de stockage 1973- 1980	110
02	Evolution de l'adjudication des souks de Bejaia	127
03	Nombre de commerçants selon le type des souks	129
04	Apport annuel du bétail des souks	130
05	Répartition des commerçants par catégories	132
06	Caractéristiques des types des souks	133
07	Typologie des souks	137
08	Le montant de l'adjudication des souks	139
09	Rapport commerçants musulmans et juifs	161
10	Comparaison de la structure commerciale des marchés forains	169
11	La répartition des marchés quotidiens dans la wilaya de Batna	180
12	La répartition des marchés hebdomadaires dans la wilaya de Batna	181
13	Tableau des moyennes pluviométriques	189
14	Evolution de la population entre 1998 – 2008	192
15	La répartition de la population par groupe d'âge et sexe	196
16	Répartition de la population selon les demandes d'emploi	200
17	Répartition de la population active et non active	201
18	La répartition de la S.A.U par commune et par habitant	204
19	La répartition de la superficie agricole par commune	204
20	La répartition de la production de l'élevage	204
21	La répartition de la production animale	205
22	La répartition de la production végétale (céréales, fourrage)	205
23	La répartition de la production d'arboriculture	205
24	La répartition de la production végétale	206
25	La répartition de la production végétale	206

26	La classification par type d'activité des commerçants ……	217
27	Quelques prix approximatifs de bétail en 2010……	220
28	Les apports ruraux et urbains du souk……	221
29	Les marchés du gros habillement et d'équipement domestique ……	225
30	Moyens de déplacement au souk ……	229
31	L'aire de chalandise de la ville d'Arris……	229
32	La signification du souk pour les acteurs……	234
33	Le caractère des souks… ……	238
34	Les sources d'approvisionnement du souk d'Arris……	245
35	L'évolution de l'adjudication du souk d'Arris……	246
36	L'utilisation de l'espace du souk par les acteurs……	254
37	La consommation de temps par les consommateurs……	255
38	Les motivations d'aller au souk……	257

INTRODUCTION GENERALE

INTRODUCTION

Le commerce est une importante activité économique génératrice de richesses et créatrice d'emploi, elle doit aussi disposer d'un espace adapté et favorable à son essor à l'instar des zones industrielles et des zones touristiques. Il pourrait constituer un moteur de développement et d'échanges car les flux commerciaux sont accompagnés de flux économiques et de flux culturels.

La ville, lieu d'échanges, est fortement liée au commerce et cette relation connaît des changements très profonds dans différents pays du monde et depuis quelques années. Les nouvelles formes de distribution commerciale contribuent puissamment à la modification de l'espace urbain. Au moment où une réflexion d'ensemble sur l'aménagement des espaces et du commerce, et l'organisation des différentes structures commerciales dans la ville d'une façon d'assurer l'essor économique, le besoin social et l'aspect environnemental.

Le commerce a toujours occupé une place essentielle dans l'organisation des villes : il a permis de structurer, parallèlement à d'autres fonctions, un espace important qui desserve les différents territoires urbains.

« En Angleterre, aux Pays-Bas ou en Allemagne, la localisation des commerces est régie par l'aménagement du territoire. Or c'est là que l'on trouve les meilleurs exemples de développements commerciaux maîtrisés et intégration harmonieuse du commerce au centre-ville ».[1]

Le commerce deviendrait ainsi le troisième pilier nécessaire à l'équilibre général de l'urbanisme, avec le logement et les infrastructures de transport. Il est réellement une fonction importante de la vie des villes autant qu'un facteur structurant de l'espace urbain. La création de cette activité ne se limite par uniquement aux limites physiques du local commercial, mais s'étend à des aménagements urbains.

L'organisation commerciale représente aujourd'hui une donnée majeure de l'urbanisme, au sens où les lois de l'économie de l'espace jouent un rôle aussi important que les lois du marché. La mutation de l'appareil commercial contribue à la transformation de la ville et il n'est pas légitime de la gérer indépendamment des autres politiques urbaines.

[1] J. M., 2002, « Le développement durable, émergence d'une norme juridiques », article publié dans la revue Némésis n°4, édition PUP Perpignan, France.

Dans ce sens, une nouvelle tendance est apparue connue sous la politique de "l'urbanisme commercial", comme étant défini par l'Assemblée Permanente Française de commerce en 1992 : « un ensemble de techniques et méthodes qui visent à adapter les structures commerciales aux structures urbaines ».

La question de la dynamique de la ville fait l'objet de nombreuses recherches, mais reste faiblement abordée sous l'angle du commerce par les architectes. Pourtant, le commerce dans la ville constitue à plus d'un titre un enjeu d'importance au regard de la durabilité et, par suite, des mécanismes de la dynamique de la ville.

Il va de soi que la notion de développement durable, qui implique une approche intégrée des dimensions économiques, sociales et écologiques, nous invite à ouvrir largement le champ de recherche en plusieurs disciplines : géographie, aménagement, architecture, économie, sociologie,…

Sans doute y a-t-il quelque paradoxe à associer la fonction commerciale à la notion de développement durable, tant le commerce apparaît fréquemment comme un puissant moteur d'un développement accéléré, peu soucieux de durabilité. Il est primordial de parler du commerce sous l'angle environnemental ; où la préservation des trois objectifs du développent durable (économiques, sociaux, environnementaux).

Nous appréhenderons dans cette étude les enjeux du développement durable à travers l'analyse des rôles du commerce et notamment le marché (le souk hebdomadaire) dans la dynamique de la ville, en identifiant tout d'abord les liens unissant ces deux problématiques puis en tenant d'analyser la nature des relations entre les objectifs des politiques d'aménagement et les intérêts du commerce. Cette étude consiste à expliquer en quoi le commerce et le développent durable sont liés.

La question ici revient à la réflexion dans les formes du commerce qui réalisent l'objectif. Sans doute, la pratique traditionnelle du commerce (ancienne) répond fortement à cette exigence, dont les souks à caractère traditionnel existent en grand nombre surtout dans le monde arabo musulman étaient et demeurent encore actives dans son environnement malgré les défis que firent face à travers le temps et notamment à travers la période actuelle caractérisée par le modernisme, la mondialisation et l'essor technologique. Or ces souks ont dépassé leurs anciens (traditionnels) rôles (économiques, sociaux, culturels) et ils ont un autre rôle qui touristique en acquérant un caractère durable.

Ces modèles des souks à caractère traditionnel qui ont réussi dans le monde, nous poussent de réfléchir et de chercher dans la réalité des souks en Algérie et notamment ceux qui ont des racines à travers l'histoire, et puis la réflexion dans les mécanismes de leur régénération d'une manière qu'ils attribuent les traits de la durabilité pour qu'ils faire face aux défis de notre ère et contribuer au développement du pays, tout en répondant aux désirs de tous les acteurs du souk : fellahs, commerçants, clients et même les autorités locales.

Cette réponse s'effectue par l'intégration de l'activité commerciale dans l'ensemble des actions de planification et d'aménagement urbain. Ces actions nécessitent une véritable

concertation intégrant notamment le principal acteur de l'activité commerciale à savoir le commerçant et doivent s'inscrire dans les démarches préconisées par les règles de l'urbanisme commercial et le développement durable.

Les profondes transformations de l'appareil commercial en Algérie ont eu des incidences non seulement sur la répartition entre les différents types du commerce mais elles ont eu également un impact non négligeable sur la ville elle-même, sur ses formes, sur son fonctionnement, et c'est presque devenu raisonnable de dire que le commerce qui a fait et façonné la ville traditionnelle peut contribuer, au cours des dernières années, à la perturber, avec la disparition et l'apparition des espaces du commerce et notamment les marchés, s'ajoute aussi l'anarchie du commerce urbain où les petits magasins s'augmentent sans une logique de développement.

A cette question de l'impact des mutations de la distribution commerciale sur la ville, et surtout des mesures prises par les pouvoirs publics pour limiter les effets négatifs de ces phénomènes.

Par ailleurs, le développement du commerce en Algérie soulève des difficultés de plus en plus complexes dans la gestion des risques environnementaux et la gestion d'implantation des lieux du commerce et notamment les marchés (les souks). Cela suppose beaucoup d'art et de savoir faire.

2- PROBLEMATIQUE

Le concept de développement durable voit le jour dans les années 80 avec les problèmes du développement dans lequel les pays de tiers monde se sont trouvés. Mais surtout et enfin, la durabilité est apparue lorsque venait de s'engager au niveau international le fameux cycle de l'Uruguay qui allait bouleverser les données du commerce et l'économie mondiale.

Les activités commerciales humaines doivent, elles aussi, s'inscrire dans une démarche globale du développement durable intégrant, certes la dimension économique mais aussi les dimensions environnementales, écologiques, sociales, le tout nourri d'une nouvelle gouvernance.

Sans doute y a-t-il quelque paradoxe à associer la fonction commerciale à la notion de développement durable tant le commerce apparait fréquemment comme un puissant moteur d'un développement (sans frein) peu sociaux de durabilité.[2]

De nouveau mécanismes cherchent à réguler l'urbanisation et visent une meilleure insertion du commerce dans les espaces urbains et ruraux. Ce nouveau contexte invite à réinterroger différentes thématiques de la géographie commerciale, telle que l'urbanisme commercial.

L'urbanisme commercial est une notion qui est apparue au début des années soixante lorsqu'il a fallu équiper en centres commerciaux et les grands ensembles. Il représente un effort de concertation entre les entreprises et les pouvoirs publics pour un aménagement dont objectif sont à la fois le développement commercial et la restructuration du tissu urbain.

[2] Natalie Petiteau, colloque « commerce et développement durable » septembre2004, Toulouse.

Le commerce est la composante principale du dynamisme urbain, un moteur économique important. Il est une fonction structurante de la ville, il façonne la ville. Il est ainsi une fonction capitale dans la structuration du territoire, « pour le géographe l'activité commerciale, c'est d'abord un élément du paysage urbain ».[3]

Dans divers pays, le commerce a toujours occupé une place essentielle dans l'organisation des villes, il a permet de structurer, parallèlement à d'autres fonctions, un espace central fédérant et desservant tout un territoire urbain. Par conséquences, il structure la vie de ses habitants.

Par ailleurs, l'appareil commercial connait une profonde mutation, entrainant d'importantes conséquences sur la place respective de différentes formes de commerce. Ce phénomène a un impact non négligeable sur la ville elle-même, sur son fonctionnement, sur sa dynamique et sur la qualité de vie, ce qui fait un véritable enjeu de société. Selon le colloque dédié au commerce et à la vie en Europe, « le commerce qui a fait et façonné la ville traditionnelle a contribué, au cours des dernières années, à la défaire, avec les stigmates des entrées des villes encombrées d'enseignes»[1]. Là il faut étudier le jeu des acteurs producteurs d'espaces commerciaux au regard des transformations récentes des politiques d'urbanisme et des transformations de modes de vie des populations.

La ville traditionnelle constitue un exemple d'un ordre poussé en matière d'organisation des activités commerciales au sein de la ville, où se trouvait en centre ville un commerce localisé dans quelques rues faubourg qui s'éloignaient vers la périphérie immédiate du centre. On trouve un autre type de commerce très populaire : le marché en plein air, ou marché forain qui attire de nombreux consommateurs.

Le marché forain constitue un nouvel espace géographique et un nouvel outil d'aménagement à découvrir. Cet organisme de grade souplesse, s'adaptant aux divers types de peuplement comme infrastructure légère de proximité fort utile, comme il peut compenser les fermetures des commerces de détail.

Cette formule connait un succès spectaculaire car elle est adaptée au contexte économique et social. Elle a permis de réduire le cout de l'intermédiation commerciale grâce à un double facteur. La taille de commerce augmente afin d'exploiter l'économie de dimension et leur localisation répond au souci de diminuer le cout de l'investissement foncier. Ceci est rendu possible par le développement de l'automobile.

Le marché à caractère traditionnel ou ce que l'on connait localement le " souk " constitue un espace de déroulement d'activités économiques (échanges de biens et de

[3] RENE-PAUL DESSE, « le nouveau commerce urbain, édit. Presses Universitaires Rennes », 2001, p79.
[1] Le commerce et la ville en Europe : « le droit des implantations commerciales », colloque international de lauvain-la- Neuve, les cahiers des Gridauh n°6-2002

produits) et aussi lieu de sociabilité de la population assurée par la rencontre des gens et la communication, existe depuis fort longtemps. Il recouvre ainsi une dimension urbaine du fait qu'il constitue un élément de structure de la ville, un élément de repère dans l'espace et dans le temps.

« Le "souk" pourrait être ainsi un évènement qui caractérise la ville et permet de l'enraciner dans son histoire et dans son environnement. Le souk est un marché forain, ancré dans la tradition et les pratiques sociales des populations d'Afrique du nord, du Maghreb et naturellement de l'Algérie. La pratique du commerce est profondément ancrée dans l'existence du musulman, elle est pour ainsi dire, affaire de religiosité ».[1]

La particularité de l'Algérie est, étant donné la limite du phénomène urbain, c'était plutôt des territoires ruraux qui se dotaient de lieux d'échanges forains et nomades à fréquence hebdomadaire.

Dans la période précoloniale, la société algérienne avait sécrété une institution, le souk, qui se tenait avec une fréquence hebdomadaire et tournante dans divers lieux réservés à cet effet, sur le territoire de la tribu ou de la confédération de tribus. Aussi il était situé généralement en position excentrée dans le territoire, à proximité des collectivités voisines, en position de carrefour, de passage.

Le phénomène de marchés illicites, liés en grande partie au commerce informel que connaissent beaucoup de villes algériennes actuellement, peut être perçu comme une résurgence et réinterprétation d'une ancienne forme de lieux de commercialité et communication à destination d'une population contemporaine.

L'absence d'un réseau d'espace de sociabilité et le retard accusé par les collectivités publiques dans le développement d'équipements commerciaux dans des territoires nouvellement urbanisés constituent l'occasion de la réappropriation de ces anciennes formes d'espaces marchands. En effet, la réalisation d'infrastructures de commerce a préoccupé les pouvoirs publics durant les années soixante-dix, qui y ont répondu par un programmes consistant en des surfaces commerciales de deux types : urbaines pour "les galeries Algériennes" et rurales par "les souks el fellah". Mais, ce programme a échoué à cause de la crise économique sécuritaire et politique, et la mise en liquidation des entreprises publiques gestionnaires à la fin des années quatre-vingt et début des années quatre-vingt-dix.

Actuellement en Algérie, les implantations commerciales continuent à se faire sans réelle logique d'intégration ou de continuité favorisant de ce fait une anarchie dans la création de lieux commerciaux de leur conception et surtout de leur fonctionnement et gestion par les propriétaires.

---

[1] www.viesdevilles.net, « Mohammed HOCINE Algérie, résurgence du souk à l'ère du e-commerce », Université de Blida, 2007

Dans les agglomérations de la région des Aurès, le souk à fréquentation hebdomadaire reste encore ancré dans les pratiques de la population de cette région. Cependant son ampleur et son importance commencent à diminuer, d'une part, avec la multiplication de l'implantation de la grande distribution commerciale dans ses différentes formes, et d'autre part avec la prédominance du commerce indépendant ou commerce de proximité notamment après la libéralisation de l'activité commerciale.

Cette région reste riche et fameuse grâce à son patrimoine. La régénération de ce dernier et sa préservation sont devenues des nécessités favorisant la continuité, en l'occurrence, la durabilité des agglomérations habitées, tout en donnant une dynamique et animation aux activités au sein des agglomérations.

L'une des plus importantes activités attachées au patrimoine local est le "commerce" ou "l'échange" concrétisé dans "le souk hebdomadaire" à caractère traditionnel qui était et pour longtemps le symbole de la dynamique dans les regroupements d'habitat.

La dépendance de cette activité avec le patrimoine local apparaît fortement à travers le type d'exercice du commerce et des biens échangés ou vendus ; c'est souvent des productions locales agraires et artisanales ; s'ajoute à cela l'omniprésence du commerce du bétail. Ainsi ce "souk" offre une occasion pour acquérir des biens rares locaux ou étrangers.

A l'instar de ses dimensions économique et patrimoniale, "le souk hebdomadaire" dans les agglomérations notamment rurales joue un rôle social important à travers la rencontre et la communication assurée entre les groupes et les individus. Tous ces facteurs distinguant "le souk hebdomadaire" à caractère traditionnel ont fait du souk un véritable patrimoine qui mérite d'être préservé. D'autre part il contribue à donner aux différentes agglomérations une dynamique et une grande animation à travers principalement sa dimension évènementielle.

Actuellement, ce qui est constaté au niveau des agglomérations de cas d'étude : Arris, Ichemoul et Timgad le recul de l'importance des souks au détriment des autres types de commerce (les boutiques, marchés informels, centres commerciaux..).

D'un autre côté, les agglomérations d'Arris, d'Ichemoul et de Timgad qui ont accueilli au temps passé les plus célèbres marchés (souks) hebdomadaires. Voire ces derniers ont été la principale structure de la pratique de l'activité commerciale dans ces agglomérations.

Ces agglomérations choisies comme cas d'étude se distinguent par leur caractère agraire où l'agriculture constitue l'activité humaine principale. S'ajoute aussi son caractère montagnard notamment Arris et Ichemoul, ce qui permet le développement de la culture maraichère et l'élevage. Le type du commerce est

influencé par ces spécificités de la région, notamment dans leur souk hebdomadaire à caractère traditionnel, où la production locale agricole est dominante, s'joute aussi le commerce du bétail surtout à Timgad.

Par contre, ces agglomérations à l'instar des villes algériennes, ont connu des transformations et des changements importants ne permettant pas un fonctionnement adéquat de l'activité "souk hebdomadaire" et favorisant par conséquent un disfonctionnement de la région (problèmes de circulation, d'espace, de nuisance…).

Dans ce contexte, il nous apparaît des questionnements qui se posent autour de la réalité du souk à caractère traditionnel et son importance en tant qu'un motivant social et économique dans les agglomérations de cette région.

Notre problématique renvoie aux liens qui unissent le souk, la dynamique et la ville. La question du rôle de l'espace et la fonction du souk sur la dynamique de la ville repose sur la question suivante :

- Est-ce que ce type de l'activité commerciale continue à jouer un rôle remarquable dans cette région actuellement ?

Autres sous questionnements peuvent être posées :

Est-ce que l'apparition de nouveaux types de la pratique commerciale (les nouveaux marchés à caractère commercial et les marchés de proximités) a un impact sur la régression de rôle du souk à caractère traditionnel sur la dynamique de la région?

Quels sont les enjeux sociaux et économiques pourraient atteindre par la revalorisation du souk à caractère traditionnel dans un contexte de mondialisation de l'économie ?

Afin de répondre sur ces questionnements, on peut poser les hypothèses suivantes :

2-1- Hypothèses :

L'importance du souk a reculé ceci pourrait être le résultat de :

1. L'image actuelle de l'agglomération dans cette région pourrait engendrer le recul de l'activité commerciale hebdomadaire ;
2. Recul de la dimension événementielle du souk pourrait influencer sur le rôle du souk;
3. Le souk à fréquence hebdomadaire pourrait être le moteur de la dynamique de la région.

Notre étude vise à atteindre certains objectifs :

2-2- Objectifs de l'étude :

L'objectif de cette étude est de :

1. -chercher les mécanismes de revalorisation des souks à fréquence hebdomadaire et régénérer sa mémoire et motiver la dynamique de la région.
2. Revaloriser la dimension évènementielle du souk à fréquence hebdomadaire dans cette région.
3. -réactiver les spécificités du souk à caractère traditionnel qui figurent les traits du développement durable (le produit local, les liens sociaux,…)

2-3- Méthodologie :

Définir une méthodologie, c'est définir la façon d'intervenir pour solutionner les problèmes diagnostiqués. Notre problématique à traiter à travers cette étude est la décroissance de l'importance du "souk hebdomadaire" dans la région. Alors on *cherche les facteurs* en cause.

En premier stade, on établit une étude théorique analytique de la naissance et l'historique de l'espace souk (genèse de l'Art), de ce fait, en premier lieu, on peut extraire un modèle qui est théorique, duquel on peut reconnaître les caractéristiques du souk à caractère traditionnel en tant qu'activité commerciale et espace urbain. On peut aussi reconnaître la nature des acteurs activant dans cette espace.

Dans un seconde stade, on établit une étude pratique pour la réalité du souk à caractère traditionnel pour le cas d'étude, donc on déterminera (l'état de l'art). Dans ce volet on peut aboutir à identifier les caractéristiques des souks de la région sous forme d'un modèle réel tout en illustrant les mêmes dimensions que celles de modèle théorique (espace, activité et acteurs).

Après la synthèse des deux modèles, on peut établir une étude comparative dont l'objectif c'est la reconnaissance de la problématique et confirmer les hypothèses posées.

On espère que cette comparaison nous permettra de dégager les facteurs conduisant au problème constaté et de construire des recommandations touchant les différents aspects du problème.

Le sujet de ce travail concerne à la fois le rôle du souk et la dynamique de la ville dans le cadre de la durabilité pour notre cas d'étude. Afin de définir notre problématique ainsi que le cadre théorique, nous nous sommes appuyés sur différentes sources, telles qu'ouvrages, documents officiels et études traitant du souk, du commerce et encore la dynamique et la durabilité liée à la ville. A ce sujet, les entretiens menés auprès des personnes spécialistes

dans le domaine du commerce, et les acteurs du souk, nous ont permis de confronter nos idées et d'affiner notre perception du problème.

A partir de l problématique, nous avons définis certaines hypothèses pertinentes pour répondre à notre question de départ.

Comme nous l'avons vu, ces hypothèses nous amènent à analyser la question de l'activité soukière dans notre cas d'étude, à évaluer les questions de la dynamique dans la ville, et finalement analyser les traits de la durabilité.

Pour l'analyse de nos hypothèses, un certain nombre de ressources seront mises à profit :

- recherche bibliographique, concepts, historique, étude des exemples,…
- visites sur terrain, photos, vidéos, relevés,…
- Ressources cartographiques ;
- Données statistiques : le recensement de l'habitat et de la population (RGPH 2008) sera utilisé pour définir le contexte socio démographique, agricole,… Le recensement économique 2011 pour définir le contexte économique et commercial du cas d'étude.
- Autres sources de données :
    - Les consultations en ligne avec certains chercheurs des études similaires faute d'impossibilité d'voir le document, comme Jean-François Troin, son adresse est : jf-troin@wanadoo.fr
    - Nous exploiterons les ressources du site Persée de publication des études similaires au thème, dont l'adresse est l suivante : www.persee.fr
    - Les vidéos, les émissions diffusées de la masse média concernant commerce et les marchés.
    - La participation personnelle aux assises locales et régionales du commerce à Batna.
- Enquête sociale : une enquête réalisée auprès des acteurs du souk de la région d'étude, comme moyen d'investigation, elle se compose des questionnaires et des interviews qui sont :
    - Les acheteurs (clients)
    - Les marchands (commerçants)
    - Les personnes âgées
    - Les autorités locales (les élus, le directeur de l'inspection du commerce d'Arris)
    - La sécurité de la Daïra d'Arris

- L'adjudicataire
- Les transporteurs
- Les services

La réalisation de cette enquête a pour objectifs essentiels de mettre en évidence la fréquentation et les rôles des souks hebdomadaires de cas d'étude, ainsi que les réactions conséquentes de l'apparition des autres nouvelles formes de commerce dans cette région

- Récolte des données sur le terrain : en raison d'indisponibilité de données, nous effectuerons des recensements des commerçants et des fellahs sur terrain (le souk). Le traitement de données sera basé sur le ressort des pourcentages

2-4- Les contraintes de la recherche :

- La rareté de la documentation qui touche le centre de la problématique (Livre de Marc Côte : Répertoire des souks de l'Est Algérien), (Livre de J.F. Troin : Les souks Marocains Ruraux et organisation de l'espace dans la moitié nord du Maroc), (Livre de Slaheddine JemmalLes : Souks hebdomadaires du cap Bon: étude sociale et économique).

- La difficulté de déplacement sur terrain (surtout pour le souk de Timgad)
- La difficulté d'accès à l'information (services techniques des différentes communes de cas d'étude.)
- Manque d'études précédentes sur la région d'étude et notamment sur le thème du souk
- Analphabétisme de la population interrogée.

2-5- Structure de mémoire:

Notre mémoire se structure Selon cinq chapitres :

Introduction générale

. Introduction
. Problématique
- Concepts et définitions

Chapitre 1: Le souk et le contexte historique

. Les peuples commerçants (Egyptiens, Romains, Grecs, Bézantins, …
. Les villes commerçantes (antiques, moyen âge, moderne)
. Urbanisme commercial
(Agora, forum, place du marché, Halles, Centres commerciaux …)

Chapitre 2: Rôle du souk à travers les expériences étrangères

. Cas du Maroc

. Cas de la Tunisie
. Cas de la française
. Cas de la Syrie
. Cas de la Jakarta
-Cas d'Istanbul

Chapitre 3: Evolution de l'appareil commercial en Algérie à travers l'histoire

. Précoloniale
. Coloniale
. Indépendance (typologie des marchés)

Chapitre 4: Recherches et études antérieures sur les souks

. L'étude de François Troin (Au Maroc)
. L'étude de Jacques Fontaine (Bejaia)
. L'étude de A. Metton (Banlieue parisienne)
. L'étude de M. Bachelard (La Touraine)
. L'étude de Geerz (Sefrou au Maroc)
. L'étude de Ben Taher Youcef (Oasis d'El Ahsa)

Chapitre 5: Présentation du cas d'étude

Présentation de la wilaya de Batna
Présentation de la ville d'Arris

Etude du souk cas d'étude (Souk d'Arris)

. Analyse spatiale, fonctionnelle
. Etude économique
. Enquête sociale
-Etude du réseau soukier (Arris, Ichemoul, Timgad)
-Vérification des hypothèses et des résultats
. Conclusion

Conclusion générale et Recommandations

Introduction :

Une étude des concepts liés au thème du commerce et son espace, en l'occurrence, le marché est indispensable afin de définir certaines notions et de comprendre les rapports existants entre les structures du commerce et les phénomènes correspondants.

La fonction commerciale est réellement importante pour la vie des agglomérations. L'importance du commerce dans la vie des sociétés a été perçue d'une manière beaucoup plus stimulante pas certains théoriciens de l'économie que par les géographes. On peut présenter quelques notions définissant cette fonction du commerce.

1- Le commerce :

«Le commerce, c'est la transmission d'une possession moyennant contrepartie» [4]

BEAUJEU définit la notion de transmission entant qu'une action consistant à faire passer d'un possesseur à un autre , en s'interrogeant sur la nature juridique (personne physique ou morale) et économique (producteur , consommateur ou intermédiaire) des opérateurs et sur le mode de transmission (directe entre acheteur et vendeur , ou par l'entreprise d'un ou plusieurs mandataires .

La pratique du commerce consiste en échange qui «n'est pas une donnée originelle et inéluctable de l'activité humaine. Tout homme est nécessairement un producteur et un consommateur»[5].

On peut dire que même l'échange entre les partenaires a une dimension matérielle peut porter aussi une autre dimension celle du sociale. «La fonction commerciale correspond à un besoin d'échange matériel mais c'est une demande sociale celle de la communication »[6] .

En matière d'importance, le commerce est nécessaire pour les pays, il est aussi une importante activité économique génératrice de richesses et créatrice d'emplois. Elle est un enjeu important, il s'agit d'un moteur économique important des zones fragilisées .Elle doit aussi disposer d'un espace adopté et favorable à son essor à l'instar des zones industrielles et des zones touristiques.

«Sur le commerce, sa signification, ses procédés et ses divers genres par le mot commerce, on désigne la recherche d'un bénéfice, en faisant accroître son capital au moyen de marchandises achetées à bon marché pour, être vendues plus cher. Que ces marchandises consistent en esclaves, en grains, en bestiaux, en armes ou étoffes, cela revient au même. La quantité de l'augmentation (acquise par le capital) s'appelle bénéfice »[7].

---

[4] Jacqueline Beaujeu-Garnier et Annie Delobez, « La gégraphie du commerce », édit. Masson Paris New York Baecelone Milan, 1977, p 09
[5] Idem, p12
[6] MAUGER. « Centres commerciaux », Edition Moniteur, Paris, 1991, p 04
[7] Ibn Khaldoun, « El Muqqadima », p 734

Au temps passés, le commerce a toujours participé dans l'établissement des villes, il a façonné ces villes avec ses différents lieux où se déroule son activité. L'image primaire de ces lieux consistait à des espaces vagues, en terrain libre où les gens se trouvaient et s'échangeaient des marchandises. Ces espaces correspondent aux marchés.

2- Le marché :

« Le marché est le lieu public où se rencontrent périodiquement marchands et acheteurs. Il peut être ouvert occupant rues et places. Quand il est couvert, il prend des appellations différentes selon les pays (bazar en orient, souk dans les pays islamiques, marché dans les pays d'occident, etc.) »[1]

Le marché est l'image et le miroir d'une société, son commerce « apparaît sans doute comme l'élément traduisant le plus fidèlement le type de société dans laquelle il est implanté».[2]

En Afrique du Nord, on appelle "souk" un espace informel où se rencontrent périodiquement les habitants d'une ville ou d'une région. Ils s'y procèdent à des échanges de marchandises, mais également à des échanges d'information, à des négociations.

Tous ces aspects de la vie sociale se déroulent dans une ambiance festive.

Le terme souk « vient de l'arabe *souq* et signifie "marché". Il a été introduit tardivement en France (1876, d'après le dictionnaire Robert). Il désigne un marché découvert et /ou couvert ».[3]

Au Maghreb, et plus spécialement au Maroc, Jean-François Troin est l'auteur important des études sur les souks marocains. Il a distingué différentes formes de ces espaces, soit dans la ville ou dans la compagne, où il a défini des micro marchés appelés *souika* se sont développés dans les villes, sur des placettes ou a des carrefours de rue, groupement informel et mobile de petits vendeurs des produits alimentaires pour desservir une populations pauvre. Le phénomène peut être associé à une ruralisation des pratiques, mais aussi à une tentative de survie de la part de populations rurales.

Particulièrement, en Algérie, Marc COTE a fait beaucoup d'études sur cette espace surtout en milieu rural dont « Le souk rythme toute la vie rurale, la périodicité permet à chaque ville d'organiser autour d'elle un réseau de souks, se tenant chacun un jour différent de la semaine. »[4].

---

[1] Robert-Max ANTONI, Séminaire ROBERT AUZELLE, « vocabulaire illustré de l'Art urbain, chapitre II : des espaces publics. Marché, place marchande », RMA/Octobre 2006, Paris

[2] Jacqueline Beaujeu-Garnier et Annie Delobez, « La gégraphie du commerce », édit. Masson Paris New York Baecelone Milan, 1977, p26

[3] René-Paul Desse et all, « Dictionnaire du commerce et de l'aménagement », édit. Presses universitaires de Rennes, 2001, p283

[4] Marc COTE, « L'Algérie ou l'espace retournée », édit. MEDIA-PLUS, Constantine, 1993, p82

Marc COTE ajoute aussi : « le souk est une institution fondamentale du monde rural. C'est un lieu d'échanges économiques, c'est aussi le lieu des rencontres humaines par excellence ».[1]

Dans les pays arabes, le souk se trouve sous diverses formes découvertes ou couvertes, ou bien un ensemble de rues, souvent couvertes où ils s'étalent des petites boutiques, regroupées en îlots spécialisés : souk des tissus, souk aux épices, souk de l'or, on peut trouver des métiers d'artisanat (Damas, Iraq, Tunisie, …).

Mais dans les pays musulmans non arabes (Turquie, Afghanistan, Iran), le terme *bazar* est employé à la place de souk mais recouvre la même organisation et la même structure. La géographie de ces souks se caractérise par une organisation spatiale et fonctionnelle où les souks sont ordonnés, hiérarchisés. Ils sont fréquentés par les touristes (comme le cas de Marrakech).

« En péninsule arabique, les souks sont des *malls* commerciaux, accessibles en voiture, grâce à des parking proches, dotés d'ascenseurs, de climatisation, abritant de nombreux commerçants originaires du sous-continent indien».[2]

On peut distinguer une certaine classification des souks selon différents critères :

- La temporalité
- L'espace géographique

Donc :

- ✓ Les souks quotidiens qui se tiennent tous les jours.
- ✓ Les souks hebdomadaires qui se tiennent chaque semaine et semi hebdomadaires qui se tiennent deux fois par semaine.
- ✓ Les foires annuelles
- ➢ Les souks ruraux qui se tiennent à la compagne.
- ➢ Les souks urbains qui se tiennent dans la ville ou à la périphérie.

A la différence du souk urbain, le souk rural est périodique, éphémère et en dehors quelques boutiques, il ne comporte pas d'étalages fixes.

« Le bazar est au Porche et au Moyen Orient un ensemble commercial couvert urbain permanent où se mêlent commerce et artisanat. Sous l'angle de l'architecture et de l'urbanisme, le bazar oriental revêt des rues et galeries commerçantes couvertes constituant un centre commerçant cohérent au tissu complexe »[3].

---

[1] Marc COTE, « Pays, paysages, paysans d'Algérie », édit. Média-Plus, Constantine, 2008, p 58
[2] René-Paul Desse et all, « Dictionnaire du commerce et de l'aménagement », édit. Presses universitaires, Paris, 2001, p 283
[3] Idem, p39

En peut trouver des bazars dans différents pays arabes, en Egypte (Alexandrie), Iran, Syrie, ils jouent un rôle essentiel dans le commerce de détail urbain.

« Le bazar désigne en Europe occidentale et spécialement en France un magasin marqué par l'accumulation de marchandises diverses. Cette spécialisation est apparue en France au début du XIXe siècle pour des commerces qui visaient une clientèle populaire »[1].

Les marchés dans ces zones sont considérés des lieux de vente surtout « au détail sur petite échelle et à prix bas. On les trouve habituellement dans les quartiers denses en populations, dont les habitants dont les revenues moyens ou faibles, dans les bourgs et sur les places de villages. »[2]

Une des principales caractéristiques du marché relève de sa périodicité : il se tient à jours fixes et durant un temps un peu court bien déterminé. C'est un évènement qui se répète chaque semaine ou demi semaine par fois. Il exprime par cette caractéristique un aspect de durabilité et davantage les rôles qu'il joue au niveau social, culturel, économique, historique et souvent touristiques. Il répond aux exigences de la durabilité d'une ville ou agglomération tant qu'il respecte et conserve les valeurs qui touchent l'identité, la vie de la société, son développement économique et en plus la dynamique de l'espace géographique d'une société, en l'occurrence, la ville.

3- Foire :

Les foires existaient depuis les temps anciens (chez les grecs), elles représentent une grande réunion périodique de producteurs et d'acheteurs se regroupant à date relativement fixe et en des lieux précis, soit en ville ou à la compagne. Cette réunion dure quelques semaines ou quelques mois, une ou deux fois par an.

Les foires en milieu rural, « sont liées autrefois aux rythmes des travaux agricoles et des récoltes, la foire typique avait un rôle de ramassage a disparu du fait de l'instauration de circuits directes de commercialisation entre villes et compagnes »[3].

On peut articuler les activités de la vie quotidienne auteur de quatre groupes : le travail, le loger, la distraction et les activités politiques. C'est au sein des espaces géographiques qu'on peut pratiquer ces activités, en l'occurrence, les villes ou les agglomérations.

Donc on peut dire que la ville constitue un contexte social et économique autant que spatial. « Elle est l'ensemble des relations économique et sociales et comme une organisation spéciale »[4]

---

[1] René-Paul Desse et all, « Dictionnaire du commerce et de l'aménagement », édit. Presses universitaires, Paris, 2001, p40

[2] Manuel de planification des marchés de vente au détail, bulletin des services agricoles de la FAO\121,

[3] René-Paul Desse et all, « Dictionnaire du commerce et de l'aménagement », édit. Presses universitaires, Paris, 2001, p 139

[4] Marc Sauvez, « La ville et l'enjeu du développement durable », rapport au ministre de l'aménagement du territoire et de l'environnement, France, 2003, p102.

« On pourrait ainsi distinguer sous le terme général de ville, trois niveaux ou échelles »[1] :

- L'agglomération dans laquelle se déroulent les mécanismes économiques essentiels. (transport, logement, emplois, équipement.)
- L'aire urbaine, et l'agglomération plus les espaces périphériques.
- La région : c'est des réseaux de villes.

« Pour le géographe, l'activité commerciale, c'est d'abord un élément de paysage urbain »[2]

Dans divers pays, le commerce structure la ville et, par conséquent, pour une large tâche, la vie de ses habitants. Il a toujours occupé une place essentielle dans l'organisation des villes : il a permet de structurer, parallèlement à d'autres fonctions, un espace desservant tout un territoire urbain.

« L'espace géographique est organisé, il a ses lois, ses structures et ses règles de transformation. Par essence, la fonction commerciale porte la marque du territoire où elle est implantée. Le commerce étant le service d'une clientèle résidente ou extérieure à la ville, il est, plus que toute autre activité économique, sensible à son environnement urbain. »[3]

Le fait commercial est aussi un facteur d'organisation spatiale, dont une structure commerciale de haute importance (hypermarché, centre commercial,…) peut engendrer à la création d'un carrefour autoroutier et peut participer à la dynamique des lieux.

Le marché dans la ville joue un rôle non négligeable pour les populations : c'est un lieu d'échange de vente et de communication sociale. Il possède une place déterminante dans la dynamique des structures commerciales et qui contribue à façonner la ville ; il est porteur de centralité et constitue un lieu de sociabilité.

Jaques-François Troin le détermine comme " une des formes de commerce les plus humaines qui soient ".

La société Française des Urbaniste, l'ordre des architectes et la Fédérations Française du paysage dans un rapport qui ont établi, ils ont considéré le commerce « acte essentiels des activités humaines, doit être au centre des préoccupations des cohérences territoriales, que les documents d'urbanisme cherchent à mettre en œuvre »[4].

---

[1] Marc Sauvez, « La ville et l'enjeu du développement durable », rapport au ministre de l'aménagement du territoire et de l'environnement, France, 2003, p113.
[2] René-Paul Desse, « Le nouveau commerce urbain », édit. Presses universitaires Rennes, 2001, p79
[3] Idem, p09
[4] Rapport : « Pour réforme de l'urbanisme commercial », SFD-OA-FFP signé 05 février 2007, Paris.

« Le commerce joue aussi un rôle dans quatre autres domaines : l'animation et la distraction (sur les marchés, dans les rues commerçantes, dans les centres commerciaux….), l'organisation de l'espace (tant au milieu urbain qu'en milieu rural), l'information et la transformation des sociétés (rôle majeur de la publicité) et le développement économique (tant des villes que des régions au des pays) »[1].

Ces rôles joués par la fonction commerciale dans un contexte spatial déterminé, deviennent de plus en plus importants pour les politiques urbaines qui s'efforcent en général de prévenir la déperdition du commerce urbain et renforcer l'activité des espaces commerciaux dans les différents territoires.

Pour faire du commerce une composante importante dans le territoire il faut étudier cette fonction dans un support géographique soit urbain ou rural et de la lier aux phénomènes en rapport.

4- Commerce urbain :

On peut entendre par le commerce urbain l'ensemble des activités commerciales pratiquées dans le centre ville ou à la périphérie.

5- Le commerce de détail :

Le commerce de détail peut se définir comme la catégorie de vente de marchandise en petites quantités. « La vente peut dans certain cas être effectuée par les producteurs et fabricants au mêmes, par exemple sous la forme de la vente directe de produits alimentaires ou par les agriculteurs sur les marchés »[2].

6- Commerce informel :

« Il correspond à tous les échanges de produits et de services qui s'effectuent en dehors des formes de commerce régulé qu'il s'agisse du petit commerce traditionnel en boutique, ou de la grande distribution »[3].

Ce type de commerce considéré comme un facteur, voire un critère, de sous développement. Il provoque des problèmes au niveau de développement des tissus commerciaux, et dévaloriser le paysage des villes vu les aspects qui l'accompagnent (chaos, déchet, vols,…).Ils respectent pas le contexte éthique, social, environnemental et culturel.

---

[1] Définition de Mérenne-Schomaker (1996)

[2] René-Paul Desse et all, « Dictionnaire du commerce et de l'aménagement », édit. Presses universitaires, Paris, 2001, p63.

[3] Idem, p79

7- Paysage commercial :

Le paysage commercial est une notion importante pour mettre en valeur la fonction commerciale dans son contexte spatial et définir les impacts issus de la mise en considération de son paysage dans le cadre du respect de la morphologie urbaine (ou des bourgs) et de l'environnement. Ces aspirations sont inscrites dans les approches du développement durable.

« Le paysage commercial, notion applicable à des échelles géographiques diverses, constitue un facteur de l'attractivité de l'appareil marchand aux côtés des niveaux des prix, des politiques publicitaires »[1].

L'image d'un espace commercial apparaît comme un élément important pour le dynamisme des appareils commerciaux et aussi elle influe sur la vitalité des villes.

8- L'architecture commerciale :

L'architecture commerciale a pour objectif d'élaborer une image et une identité de l'entreprise transposable et adaptable à toutes les situations en créant des ambiances et des parcours similaires :

« L'architecture commerciale est un acte qui construit un type a priori (agencement, logo, parcours…) qui se traduit par une carte graphique »[2].

L'architecture est une composante importante de la dynamique commerciale d'une ville. Elle contribue à créer une image unique du commerce d'une telle région par le design des aménagements intérieurs, des enseignes, des vitrines,… Ce design doit être de qualité architecturale, intégré au bâti et à l'environnement et contribuer au développement durable.

9- Attraction commerciale :

Le commerce est la composante principale du dynamisme urbain. Il est une fonction structurante de la ville, il façonne la ville.

Le commerce est une fonction hiérarchisant des territoires urbains, composée d'un centre ville et de pôles secondaires. Il compose et peut aider à recomposer les espaces urbains (ou ruraux) par les consommateurs.

Il va sans dire que le commerce représente aujourd'hui un enjeu majeur pour l'avenir des villes. De cela, il convient de rechercher une cohérence maximale dans l'organisation de la planification urbaine, tout en déterminant le périmètre d'étude, les acteurs concernés (commerçants, clients) et les moyens adaptés.

Dans divers pays (précisément développés), leur développement affirme l'importance du commerce dans l'attractivité nationale et internationale grâce à des stratégies suivies par

[1] René-Paul Desse et all, « Dictionnaire du commerce et de l'aménagement », édit. Presses universitaires, Paris, 2001, p251.
[2] Article de Abd el krim BITAM « l'architecture commerciale en Algérie : qu'en est-il au juste » Université Blida.

les politiques commerciales et urbaines. Sur les implantations commerciales la valorisation des marchands les élaborations des plans pour le rendre opérationnel.

L'attraction d'une ville est le territoire sur lequel rayonnent les services de la ville. On la qualifie aussi d'aire d'influence ou d'aire de chalandise.

10- Aire de chalandise :

« L'aire de chalandise peut désigner le territoire où se recrute l'essentiel des clients d'un centre commercial ou tout autre magasin. Elle peut être circonscrite grâce à des courbes isochrones qui matérialisent les distances-temps qu'acceptent de parcourir les consommateurs »[1].

On peut utiliser l'aire de chalandise comme un principal facteur de localisation en termes de situation du futur point de vente.

« Dans les études de marché qui précèdent le choix des implantations, on distingue généralement trois enveloppes successives : la zone primaire proche de 60 à 70% des clients, la zone secondaire déjà un peu plus éloignée et pouvant présenter 20 à 25% des clients et une zone tertiaire plus lointaine encore ne regroupant que 5 à 15% des clients ».[2]

A l'intérieur du tissu urbain, le commerce doit être organisé autour de pôle ayant une attractivité maximale. Ces pôles doivent rassembler des petits, des moyens et parfois des grands commerces. Ils doivent aussi être implantés dans des endroits de circulation maximum des hommes et des femmes pour qu'ils deviennent des clients. Ils participent pleinement à dessiner la ville.

Le pouvoir d'achat des consommateurs est le point de départ de l'activité commerciale.

Les enjeux liés au commerce sont aujourd'hui inscrits dans les choix des politiques de déplacements : le stationnement, les livraisons, l'accessibilité en transports collectif répondent de plus en plus fréquemment au double objectif d'assurer l'accessibilité des zones économiques, des zones commerciales.

Le commerce requiert une accessibilité optimale multimodale qui, selon les zones, doit privilégier l'un ou l'autre des moyens de transport. Cœur de l'activité commerciale, il y a le chaland, le piéton qui doit être privilégie et pouvoir bénéficier d'espaces publics confortables et de qualité. Les commerces doivent être accessibles à tous.

11- La mobilité :

[1] René-Paul Desse et all, « Dictionnaire du commerce et de l'aménagement », édit. Presses universitaires, Paris, 2001, p23
[2] Idem, p 25

Le commerce entretient des liens privilégiés avec la mobilité et en particulier avec les conditions d'accessibilité. On est devant des différents modes de déplacement dans l'espace urbain. La marche à pied et le deux roues en fortement régressé. Le transport en commun connaît des difficultés alors que la voiture ne cesse pas de progresser. Ces situations avaient des conséquences sur le tissu commercial.

Avec la mise en place des moyens de transport de haute technologie (surtout en Europe : France TC SP) a engendré à une modification de clientèle. Une nouvelle clientèle fréquente les centres villes, cela entraîne l'implantation de nouvelles enseignes plus adaptées pour orienter cette clientèle. Cet afflux exprime le succès de ces moyens de transport et créer l'animation de ces zones commerciales. « Il est vrai à dire qu'il y a un impact de la progression de la mobilité sur le tissu commercial. L'espace central qui était sur la défensive face à une périphérie organisée »[1].

La loi de la gravitation du commerce de détail de William Reilly (1929), dérivée de « la physique newtonienne, propose un comportement rigide de l'Homo oe conomicus parfaitement rationnel. Inspirée de la loi de la gravitation universelle, la loi de Reilly postule que l'attraction d'une zone commerciale est proportionnellement à sa taille et inversement proportionnelle à la distance qui la sépare du consommateur »[2].

La centralité est définie « par rapport à son apparence, sa capacité a fédéré un territoire. La centralité prend en compte la dimension spatiale avec un rôle fort de la mobilité mais également les dimensions économiques, politiques, démographiques et culturelles »[3].

La centralité peut se considérée celle d'un support spatial qui regroupe une population et des services d'une façon temporaire ou non. Souvent ce terme renvoie à la centralité urbaine et la centralité des réseaux de la ville.

La centralité urbaine a été surtout développée par W. Christaller qui nourri d'un principe similaire et animé de l'inspiration assez évidente que la hiérarchisation fonctionnelle met en place « la théorie des "lieux centraux" (1933) : sur une plaine isotrope les centres se répartissent et se hiérarchisent selon une trame régulière dessinée par les déplacements rationnels des chalands. La théorie trouve une formulation graphique sous la forme d'un pavage hexagonal qui en permettant la couverture intégrale de l'espace »[4].

[1] Réné-Paul DESSE, « Le nouveau commerce urbain », Presses universitaires Rennes, 2001, p75
[2] Idem, p11.
[3] Abdoul Aziz Dior, « Quelles centralité pour la ville de Dakar, Sénégal ? »
[4] René-Paul Desse et all, « Dictionnaire du commerce et de l'aménagement », édit. Presses universitaires, Paris, 2001, p236

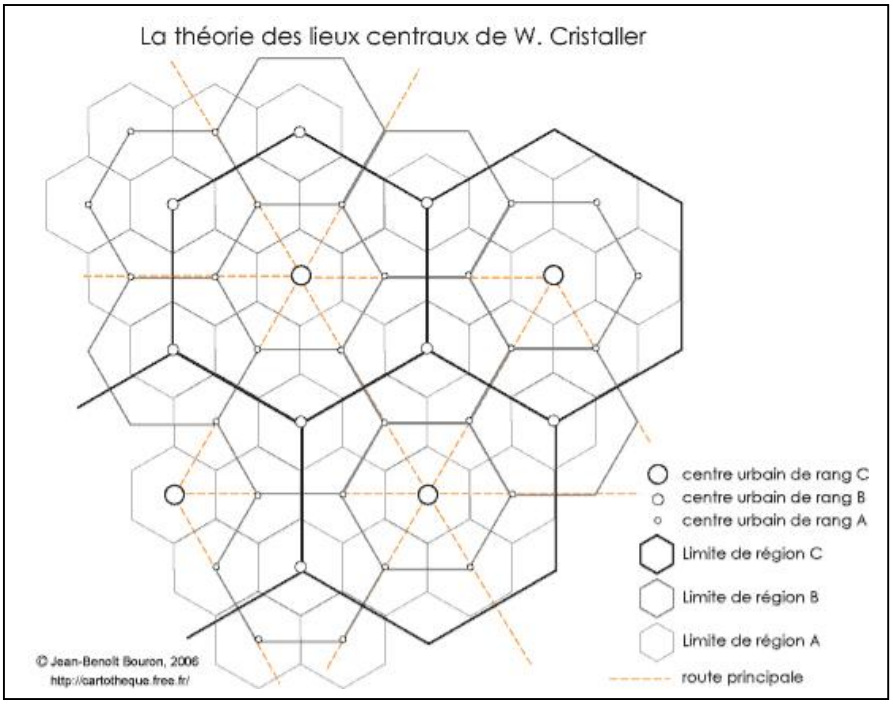


Fig. n° 01 : La théorie des lieux centraux de W.Cristaller

Source : http://cartotheque.free.fr

Le principe de centralité est au cœur même des logiques de fonctionnement des circuits de distribution. « Sur le plan géographique, la centralité naît du processus de concertation de l'offre et de la demande en un même lieu qui, grâce à l'accessibilité développé, à la convergence et à l'attractivité exercée sur des populations, devient une place centrale privilégiée »[1].

« Une centralité commerciale au XIXe siècle, contribuant à faire des centre villes, de nouveaux théâtres de la consommation de nouveaux lieux d'urbanité »[2].

12- Le commerce rural:

[1] René-Paul Desse et all, « Dictionnaire du commerce et de l'aménagement », édit. Presses universitaires, Paris, 2001, P46
[2] Idem

Ce terme rural fait penser à ce qui concerne la population des compagnes par opposition à celle des villes. « Le commerce peut encore venir à la clientèle d'autres manières, notamment par les tournées et les livraisons. Les tournées sont effectuées par les commerçantes qui desservent ainsi les écarts dépourvus ».[3]

13- Le centre commerçant :

«C'est un noyau de concentration spontanée de la fonction commerciale ; il peut agir d'une rue, d'un quartier, d'un pôle secondaire dans une agglomération ou du centre ville».[4] Cette caractéristique nous donne une idée sur son aspect, dont sa structure n'a pas été planifiée.

Le phénomène de centralité commerciale dans une ville ou agglomération peut entraîner à une mobilité d'une population importante qui va se converger vers un lieu défini à un temps aussi défini pour s'échanger et s'approvisionner.

Cet espace draine une population qui vient de divers environs pour résulter une centralité sociale caractérisée par son comportement et sa culture. La répétition de ce phénomène chaque moment où se tient cette activité commerciale d'une population a une autre dimension qui est durable (dans le temps).

14- Animation commerciale :

L'activité commerciale dans un contexte spatial, social et temporel peut créer une certaine animation car son espace entraîne un mouvement, une fréquentation (flux des gens) importants. Afin de créer cette animation, une organisation spécifique et un aménagement des lieux sont nécessaires pour augmenter l'attraction, et créer l'ambiance. Cet aspect est lié à la dynamique des espaces de commerce.

15- Dynamique commerciale :

Le phénomène de dynamique commerciale est lié aux dynamiques des espaces commerciaux et les autres secteurs. On remarquera que la concurrence existée entre la commerce du centre ville et celui de la périphérie engendre un déplacement d'un volume important de clientèle d'une structure du commerce à une autre tout en augmentant l'offre et la demande, ce qui implique une obligation des aménagements de ces espaces de commerces (endroits de stationnement, loisirs, voies de circulation, …) tout en créant des projets urbains dans la ville. Le développement de la distribution, l'organisation des circuits d'écoulement de produits, participent dans la dynamique commerciale.

Dans certains cas, l'évolution des dynamiques commerciales dans une ville est liée à l'évolution des dynamiques touristiques, qu'on ne peut pas négliger ses effets sur l'activité commerciale par les phénomènes qu'elles engendrent (mobilité, animation, centralité,…). La dynamique commerciale se caractérise par une dimension durable, elle implique un essor

[3] Jacqueline Beaujeu-Garnier, et Annie Delobez, « La géographie du commerce », édit. MASSON, Paris, p235
[4] René-Paul Desse et all, « Dictionnaire du commerce et de l'aménagement », édit. Presses universitaires, Paris, 2001, p48

commercial et un développement économique du pays tout en participant à l'augmentation des revenues et la préservation des ressources.

16- Développement durable :

« La notion de développement durable interroge les sociétés urbaines sur leurs modes d'organisation de l'espace, leurs modes d'habiter et de se déplacer, les nouvelles technologies de production et de communication, la gestion des ressources naturelles, les conditions d'existences et la qualité du cadre de vie des citadins ».[1] (Voir annexe n°05)

16- 1- Les origines du Développement Durable :

« Le terme apparaît pour la première fois dans un texte de l'Union Internationale de conservation de la nature en 1980. Mais c'est surtout le rapport Brundtland (« Notre avenir à tous », publié en 1987), qui au terme d'une étude de trois ans, va faire connaître le concept de développement durable et permettre de le consolider. Le rapport insiste sur deux points : nos choix de développement doivent prendre en compte les générations futures et les populations pauvres, les plus pénalisées par les dégradations écologiques. Ces deux exigences sont à l'origine de la définition du développement durable que propose le rapport, largement diffusé par la suite :
Le développement durable, c'est un développement qui répond aux besoins du présent (exigence sociale) sans compromettre la capacité des générations futures de répondre à leurs propres besoins (exigence écologique) »[1].

« La notion de développement durable n'est pas une idée neuve, elle plonge ses racines au 18e siècle dans les travaux de Malthus qui dénonçait déjà l'insuffisance des ressources pour une population en augmentation. En 1864, c'est le géographe américain Marsh, qui insistait déjà sur le gaspillage des ressources naturelles, envisagé comme contraire à la volonté divine d'une part et aux intérêts économiques de la nation d'autre part »[2].

16-2- Les grands principes du développement durable :

La définition de durabilité appliquée à la ville part de la définition communément admise du développement durable figurant dans le rapport Bruntland[3] (" CMED" commission mondiale de l'environnement et du développement 1987). (Voir annexe n°05)

La mise en œuvre des nouvelles formes urbaines et de nouvelles méthodes d'intervention sont en soit un enjeu; c'est d'articulation entre les trois composantes du développement

---

[1] Antonio Da Cunha, et all, « Enjeux du développement urbain durable », édit. Presses Polytechniques et universitaires, ROMANDE, 2005, p13
[1] RONAN MARJOLET, « La notion de développement durable dans les projets urbains français », université Paris 8, 2004-2005
[2] Idem
[3] Du nom de Grö Harlem Brundtland, alors Premier ministre de la Norvège.

durable : l'*économique*, le *social* et l'*environnemental*, avec la recherche de modes de développement qui seraient simultanément favorables à ces trois champs. On cherche en particulier à approfondir les liens entre les aspects morphologiques, structurels et fonctionnels de la ville et la problématique du développement urbain durable.

Principes qui conditionnent la démarche de développement durable :[4]

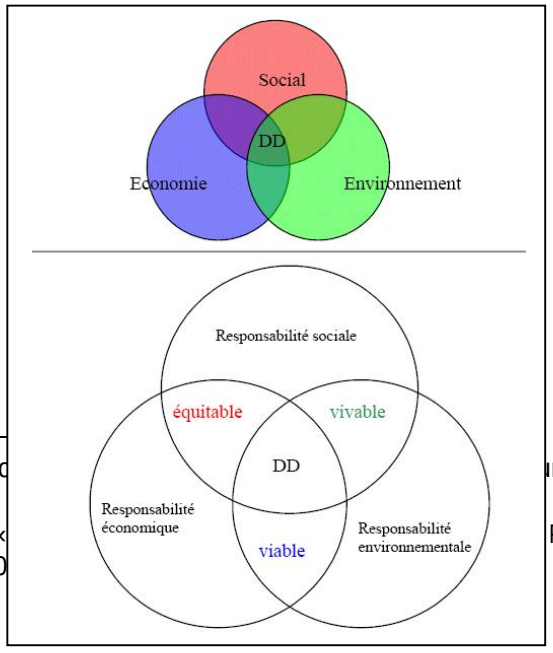
- **le principe de solidarité** (solidarité dans le temps et solidarité entre les pays, notamment entre les pays du Nord et du Sud)
- **le principe de précaution**
- **le principe systémique** (approche globale et transversale de toutes les relations existant à l'intérieur d'un système, c'est-à-dire un ensemble d'éléments en interaction entre eux et avec leur environnement.
- **le principe de participation**
- **le principe d'articulation du court et du long terme**
- **le principe de responsabilité**

La notion de développement durable évoque d'une part une vision de l'avenir, « un ensemble de valeurs et d'objectifs choisis et d'autre part une manière d'appréhender l'action publique, de concevoir le changement et mettre en œuvre les décisions qui engagent le présent et l'avenir des villes. Dynamiques urbaines, organisation de l'espace urbain, mobilité et impact environnemental sont liés ».[1]

Selon Turner (1994), " plus le respect des critères environnementaux sera strict plus on parlera de durabilité fortes".

16-3- La conceptualisation du développement durable :

Outre les définitions littéraires du développement durable. Celui-ci ce conceptualise au travers des schémas qui lui ont été consacrés, afin de mieux transmettre ses fondements.



[4] RONAN MARJOLET, « La nc urbains français », université Paris 8, 2004-2005

[1] Antonio Da Cunha, et all, « Presses Polytechniques et universitaire, ROMANDE, 20

Fig. n°2 : Les trois piliers du Développement Durable

Source : RONAN MARJOLET

Une autre caractéristique fondamentale du développement durable est le principe de gouvernance. « Il implique que les décisions politiques ne se prennent pas uniquement au niveau des gouvernements et de l'administration publique, mais également par l'intermédiaire de réseaux engageant une multiplicité d'acteurs privés et publics. La gouvernance est primordiale pour le développement durable ».[1]

La conférence habitat 1996 a consacré la ville comme acteur majeur du développement durable. « La ville n'est pas durable mais elle peut contribuer à la durabilité. Cependant elle peut contribuer à la durabilité. Un des enseignements les plus importants de l'éclairage systématique de l'écologie urbaine concerne la nécessité d'un bouclage grande des cycles des ressources. La présentation, la restauration et la fermeture des cycles d'énergie et de matière favorisent le développent durable ».[2]

17- La ville durable :

« La notion de ville durable est récente, tant d'un point de vue scientifique qu'opérationnel. Le terme apparaît en 1988 dans le programme de l'UNESCO intitulé " Man And Biosphère ", l'Homme et la Biosphère. L'émergence des villes durables, du concept et des réseaux de villes, a lieu sur fond de mutation urbaine et sur fond de crise. Une crise écologique, énoncée clairement lors de la conférence de Rio en 1992 ».[3]

« La ville durable est un projet de ville qui ne peut se comprendre en dehors de son contexte, c'est-à-dire des mutations qui affectent l'habitat humain. Trois mutations semblent alors

[1] Sandrine Lo Ricoo, « Cité de l'énergie et Agenda 21 : deux démarches de développement durable, le cas de Neuchâtel », mémoire de Licence, université Neuchâtel, 2005

[2] Antonio Da Cunha, et all, « Enjeux du développement urbain durable », édit. Presses Polytechniques et universitaires, ROMANDE, 2005, p15

[3] RONAN MARJOLET, « La notion de développement durable dans les projets urbains français », université Paris 8, 2004-2005

déterminantes : la révolution urbaine mondiale, l'étalement urbain, l'affirmation des pouvoirs urbains ».[4]

A prés le sommet de Rio, les recherches sur la ville durable sur une nouvelle conception de la ville, de son fonctionnement mais aussi de sa forme et son organisation interne se développent. Ces recherches appellent à des nouvelles politiques urbaines qui mettent en considération l'impact du développement des villes sur l'environnement et la qualité de vie des habitants.

Cyria Emelianoff est une enseignante chercheuse à l'Université du Maine au Mans. Elle est une des spécialistes françaises de la question du développement durable dans les politiques institutionnelles, et notamment sur les aspects concernant la ville durable. Elle nous en donne une définition détaillée aux multiples entrés :

- **Une première définition de la ville durable** est celle d'une ville qui a pour projet préliminaire la permanence de la mémoire, du patrimoine, de l'identité urbaine héritée, c'est-à-dire simplement, la pérennité de la ville, dans ses diverses formes culturelles.

- **Une seconde définition de la ville durable**, est celle d'une ville qui offre une qualité de vie en tous lieux et une relative compacité, favorisant la mixité fonctionnelle et sociale, qui tend à se défaire lorsque les activités et les lieux d'habitat s'étendent sans frein.
- **Une troisième définition**, précise que la ville durable est celle qui se réapproprie un projet politique relatif à un choix de développement, dans la ligne des recommandations du Sommet de la Terre et de l'Agenda 21.

« Face aux tendances actuelles de l'urbanisation, on peut définir la ville durable en tant que ville capable de se maintenir dans le temps, de garder une identité, un sens collectif, un dynamisme à long terme. Pour se projeter dans l'avenir, la ville a besoin de tout son passé, d'une distance critique par rapport au présent, de sa mémoire, de son patrimoine, de sa diversité culturelle intrinsèque ».[1] (Voir annexe n°05)
Tandis que pour Richard Rogers[2], La ville durable c'est :

- une ville *juste*, où la justice, la nourriture, l'hébergement, l'éducation et l'espoir sont distribués de manière équitable et où chacun participe au gouvernement.
- Une ville *belle*, où l'art, l'architecture et le paysage enflamment l'imagination et émeuvent l'esprit

[4] Idem
[1] RONAN MARJOLET, « La notion de développement durable dans les projets urbains français », université Paris 8, 2004-2005
[2] Richard Rogers, « Des villes pour une petite planète », édit. Le Moniteur, Paris, 2000, 214p

- Une ville *créatrice*, où l'ouverture d'esprit et l'expérimentation mobilisent tout le potentiel de ses ressources et permettent une réaction rapide au changement
- Une ville *écologique*, qui minimise son impact sur l'environnement, où le paysage et la forme bâtie sont équilibrés et où les bâtiments et infrastructures sont sûrs et efficaces dans leur utilisation des ressources.
- Une ville *conviviale*, où le domaine public favorise le sentiment de communauté et la mobilité et où l'information s'échange à la fois face à face et électroniquement
- Une ville *compacte* et polycentrique qui protège la campagne, rassemble et intègre les communautés dans des quartiers et optimise la proximité
- Une ville *diversifiée* où un large éventail d'activités qui s'entrecroisent crée de l'animation de l'inspiration et donne naissance à une vie publique essentielle.

18- L'Agenda 21 :

« L'Agenda 21, défini lors du sommet de la terre à Rio, en 1992, constitue un plan d'action mondial pour un développement durable au 21ème siècle. Dans ce cadre, les collectivités sont incitées à mettre en place des Agendas 21 locaux, qui prennent les objectifs de l'Agenda 21. **Un agenda 21 local est ainsi une mise en œuvre concrète et locale du concept de développement durable ».**[1]

19- L'urbanisme commercial :

19-1- Définition :

« L'urbanisme est défini comme étant la science de l'aménagement des villes dans le but de création et d'agrandissement des magasins de vente de détail afin d'assurer leur développement équilibré sur le territoire et le service aux consommateurs. Il s'agit d'adapter le commerce à l'évolution des conditions de vie des populations, au développement des moyens de transport et à une nouvelle organisation familiale (centralisation des achats due au nombre de plus en plus grand des femmes qui travaillent) » (cf. Dr. DJEMILI).

[1] RONAN MARJOLET, « La notion de développement durable dans les projets urbains français », université Paris 8, 2004-2005

L'objectif principal de l'urbanisme commercial c'est de s'adapter l'évolution sociodémographique et au comportement d'achat du client constitue par l'enrichissement des quartiers en structures commerciales suffisantes.

La législation vient pour contrôler, équilibrer et mettre en place l'urbanisme commercial. Les villes européennes ont sacrifié un arsenal de dispositifs juridique et législatif. La législation empêche l'augmentation de projets incohérents, mais surtout limite très fortement les ouvertures des grandes surfaces.

Les chercheurs ne pensent que les tendances actuelles qui visent à redéfinir et à élargir les démarches de la planification commerciale amènent à s'interroger sur les raisons l'inefficacité des modes de régulation publique pendant prés de vingt ans (M. Bonneville, V. Bourdin). La démarche est d'**intégrer toutes les dimensions de la ville**. En tant que réalité spatiale, économique, sociale et politique, la ville se construit, se déconstruit, se densifie, se dilue, se diversifie.

19-2- L'impact de la globalisation :

La globalisation de l'économie se caractérise par l'émergence d'un système monde qui tend à gommer les réalités nationales ou locales, au bénéfice de la seule loi du marché mondial des biens et du travail. L'ensemble de l'économie tend à être de plus en plus déconnectée du territoire ; même l'agriculture traditionnellement liée à un terroir voit son ancrage territorial se relâcher au profit d'une agriculture hors-sol ou de marque (E. Perrin, 1997).

« En général, la discussion sur l'avenir des aires commerciales est une discussion sur l'avenir de la ville, le rôle de l'Etat, de la nature et de l'esthétique de l'espace publique et la régulation du marché libre» (MILLER, 1998). Entant que projet pour la ville, expression de l'intervention de l'état et l'élément favorisant une politique pour la durabilité».[1] Les activités commerciales doivent s'inscrire dans une démarche globale de développement durable, intégrant certes la dimension économique mais aussi les dimensions : environnementale, écologique, sociale.

S'ajoute aussi la bonne gestion de ces activités en les incluant dans les politiques urbaines. Parmi les démarches de ces politiques urbaines c'est d'articuler les règles d'urbanisme avec celles du commerce, c'est une articulation indispensable entre la logique de

[1] José Alberto Rio Fernandes, « L'urbanisme commercial et la crise du commerce indépendant et du centre ville ».

l'urbanisme et celle du commerce en matière de décision d'implantations commerciales par rapport aux schémas d'urbanisme généraux.

Si on analysera l'une des préoccupations des ces politiques urbaines, on s'intéressera à la mobilité surtout, car la qualité de la desserte en transports commun et l'impact sur la génération de déplacements en voiture particulière soient étudiés dans les procédures d'attribution des autorisations d'implantation commerciales nouvelles, même pour le choix du site des nouveaux marchés.

La localisation est un critère déterminant car de plus en plus le lieu d'implantation du marché engendre un certain nombre de dysfonctionnements : une aire de vente réduite , des places de stationnement insuffisantes ou une influence plus grande à certaine période entraînent le débordement du marché dans les rues adjacentes , créant aussi de nombreux problèmes de circulation piétonnière et automobile. On relève également des problèmes liées aux conditions sanitaires, de surveillance, de sécurité et de nettoiement (des déchets) qui se traitent dans la démarche environnementale du développement durable.

20- **Développement durable et commerce**:

L'approche commerciale du développement durable établi des liens qui portent sur plusieurs axes principaux : «l'insertion du commerce dans le tissu urbanisé et la question de l'attractivité commerciale ; la commercialisation de produits issus du commerce équitable, éthique ou de productions biologiques».[2]

L'objectif du développement durable est de sauvegarder le milieu environnant, la transmissions aux générations suivantes d'un environnement non dégradé, la commercialisation d'articles dont les conditions de production sont respectées dans le cadre de créer un commerce équitable où les entreprises surtout de la distribution s'intéressent au développement durable.

« La protection de l'environnement est au cœur des préoccupations sociétales actuelles, ce contexte rend urgente la construction d'un modèle alternatif de développement durable, tenant compte des aspects sociaux, culturels, économiques et environnementaux du commerce. Le commerce équitable constitue l'une de ces alternatives »[1].

L'objectif du séminaire est de faire connaître la dimension environnementale du commerce équitable aux différents acteurs de l'urbanisme commercial.

21- **Réseaux des souks :**

[2] René-Paul Desse et all, « Dictionnaire du commerce et de l'aménagement », édit. Presses universitaires de Rennes, 2001, p107

[1] www.actu-environnement.com , colloque Environnement et commerce équitable, "le commerce équitable et l'environnement : quel modèle de développement durable ?

Selon Jean-François Troin, dans son étude sur les souks marocains : « le réseau des souks étant la combinaison dans l'espace géographique d'une série des marchés se succédant dans la semaine en des lieux différents, chaque réseau est ainsi dirigé par un marché pôle ».[2]

« Cette organisation de complémentarité entre les souks est un phénomène qui ne tient pas compte des limites administrative mais, par contre, valorise les relations sociales régionales et inter-régionales ».[3]

[2] Jean-François Troin, « Atlas cartographique des souks marocains », Tome2
[3] CHIBANE Nacerdine, (1987). « Le rôle du commerce dans l'organisation de l'armature urbaine en Algérie », thèse de Doctorat, université de Paris, p135

Conclusion :

Le souk est un concept qui prend plusieurs appellations selon les différents pays. En Afrique du nord, on appelle souk un espace informel où se rencontrent périodiquement les habitants d'une ville ou d'une région. Ils s'y procèdent à des échanges de marchandises, mais également à des échanges d'informations, à des négociations et à des accords, quelques fois à des réconciliations et tout aussi souvent des mariages s'y contractent.

Tous ces aspects de la vie sociale se déroulent dans une ambiance festive, faite de spectacles artistiques, de prestations culturelles.

Le souk existe aussi au Moyen Orient et en Asie Moyenne ; en Iran par exemple on l'appelle Bazar. Mais l'occident aussi a eu ses *″souks″*, il s'agit des ″marchés ″ qui ont longtemps rythmé la vie des villes et des villages européens.

Au Maghreb, le souk signifie aussi marché traditionnel, un emplacement sans bâtiment, où, à jour fixe, tous les gens des zones limitrophes et lointaines viennent apporter leurs denrées et leurs troupeaux pour les échanger.

Sous ses diverses appellations et sous toutes les latitudes, le souk s'est ainsi installé dans le patrimoine immatériel de toute l'humanité.

Un souk n'est pas uniquement un lieu de commerce et d'échange économique. C'est aussi, bien souvent, un lieu où on peut se rencontrer, dialoguer, se comprendre et mieux cohabiter.

Chapitre 01

LE SOUK ET LE CONTEXTE HISTORIQUE

INTRODUCTION :

Le commerce a posé les fondements des plus puissants empires. Ils ont fleuri avec son concours et leur éclat a disparu quand celui du commerce s'est éteint. Les nations les plus commerçantes ont toujours été les plus civilisées. En vue de débouchés, elles ont cherché de nouvelles nations avec lesquelles puissent trafiquer. Cependant, avec ces conquêtes des puissants empires, le commerce ancien fut sorti de son cadre primitif où il a été un commerce de terre, et il resta tel essentiellement durant toute la période suivante, c'est-à-dire jusqu'à la découverte de l'Amérique.

Le commerce colonial, de même que tous les autres commerces, consiste en importations et en exportations. Les colonies exportent ces denrées que ne produit pas la mère-partie, ou qu'elle ne produit pas en quantité suffisante. Le commerce s'étend par la fondation de colonies, et par les relations commerciales, la civilisation s'en est accrue, et le transport s'en est développé. Cela permettait l'apparition des autres types du commerce, en l'occurrence, maritime.

Pour comprendre plus les phénomènes et les réalités liés au commerce, on analysera l'historique de l'activité commerciale et de l'espace de commerce à travers l'histoire :

I- Les principaux peuples commerçants :

I-1- La période antique :

I-1-1-Les Egyptiens :

Malgré le manque également de données authentiques pour le commencement de l'histoire de ce peuple. Il est vrai que le sol et le climat de l'Egypte en font un pays agricole entre tous ; dans aucune contrée de l'ancien monde, « c'est en Egypte et en Palestine, qu'on trouve les premières traces d'une agriculture régulière et du commerce qu'elle alimente »[8].

Le principal atout de ce pays était la vallée du Nil, dont elle constitue la partie la plus fertile, ce qui obligea les habitants à « construire des routes et à établir des communications par terre et par eau »[9]. Cela fait que le commerce intérieur fut très actif et très étendu. « Jusqu'à l'ère des ptoléméens, l'Egypte n'eut donc qu'une navigation intérieure et qu'un commerce de terre, qui suivait deux voies principales. L'une, traversant le désert de Barca, conduisait, par l'oasis de Jupiter Ammon (à l'époque suivante Siwah) »[10]. Le commerce de terre égyptien se dirigeait, par la grande et la petite

[8] H. SCHERER, « Histoire du commerce de toutes les nations, depuis les temps anciens jusqu'à nos jours », Tome II, Edi. CAPELLE, Paris 1857, p 13

[9] J.-W GILBART, F.R.S. « Lectures sur l'histoire et les principes du commerce chez les anciens », Edit. GUILLAUMIN, Paris, 1856, p57

[10] Idem, P 58

Oasis, vers l'Ethiopie et la côte orientale d'Afrique, rendez vous des navires phéniciens et arabes.

Le commerce extérieur s'y développa alors ; l'Egypte lirait « de la Palestine le baume, l'huile d'olive, et le miel ; de l'Arabie et de l'Inde, des épices, des drogues et autres production des climats chauds ; tout le commerce extérieur du pays était par des étrangers »[11]

L'Egypte avait donc toute facilité pour échanger les productions de la compagne contre celles de la ville, et aussi pour transporter les exportations vers les côtes. Les ports, quoique nombreux, suffisaient au commerce extérieur. La politique du commerce extérieur était fondée sur l'agriculture, « il ne fut jamais encouragé ni par la religion, ni par la loi de l'Egypte »[12].

Le commerce de l'Egypt dépendait de plusieurs facteurs, dont on peut citer :

- Sa production : l'Egypte produisait pendant plusieurs siècles le blé, elle fut le grenier des nations environnantes, et aussi beaucoup d'excellents légumes surtout des oignons.

- Sa consommation : l'Egypte n'avait pas de forêt et par conséquent pas de bois de construction, peu d'arbres à fruits.

  Les drogues et les épices dont on servait dans l'embaumement n'étaient pas de produits de l'Egypte ; mais on les apportait de l'Inde, soit directement, soit par l'Arabie.

- Sa situation géographique : l'Egypte est située à l'Afrique, elle est entourée par le désert au Sud et à l'ouest. Au nord la Mer Méditerranée, à l'Est la Mer Rouge et l'isthme de Suez. Elle trafiquait par Mer aves l'Inde et par terre avec Palestine et l'Arabie.

- Les moyens de communication : soit intérieure ou extérieure. Les communications intérieures étaient très étendues grâce à ses canaux qu'alimentaient les eaux du Nil : cela facilitait l'échange des produits entre les différentes parties (compagne/ville) du pays.

- Sciences et art : parmi les arts et les sciences, il y en a quelques-uns qui sont essentiels à l'exercice du commerce : les méthodes de calcul numérique, la construction des vaisseaux et l'art de la navigation. « Les égyptiens ont inventé la

[11] J.-W GILBART, F.R.S. « Lectures sur l'histoire et les principes du commerce chez les anciens », Edi GUILLAUMIN, Paris, 1856, p14
[12] Idem, p15

géométrie. Les égyptiens n'avaient pas de pièces de monnaie. Ils recevaient et payaient au poids »[13].

- Les lois : certaines lois sont favorables au commerce où il prospérera, d'autre lui sont contraires. Certaines protégeaient le commerce, en l'occurrence, les commerçants et les fabricants.

- Génie et caractère des habitants : une nation peut posséder tous les avantages naturels pour le commerce et avoir des lois favorables à son développement, mais si elle n'en a ni le génie, ni le goût, si son caractère ne s'y prête pas, son commerce ne prospèrera jamais. «les égyptiens étaient très paresseux, c'est à cause du climat chaud. Ils n'ont pas le goût du luxe. Ils étaient insociables. Les distinctions de castes les éloignaient les uns des autres »[14], donc leur caractère fut un obstacle au développement de leurs commerce.

I-1-2-Les grecs :

Au point de vue du progrès de la civilisation, le commerce des grecs entre eux, bien que circonscrit dans un rayon relativement petit, et de beaucoup le plus intéressent de l'antiquité. " L'histoire du commerce des grecs se lié étroitement à celle de leurs constitutions politiques". La Grèce était divisée en une infinité de petits états. Il y avait entre eux des rapports commerciaux. « Le blé, le vin, la laine, les olives de certains Etats étaient échangés contre les métaux ou les produits manufacturés d'autre Etats»[15]. Les grecs trafiquaient aussi avec les perses, les égyptiens et les phéniciens.

Plus tard les grecs fondèrent des colonies dans quelques îles de la mer méditerranée et sur les côtes de l'Asie Mineure : il en résulta un grand commerce entre ces colonies et la mère-patrie.

Le commerce est favorisé par l'établissement des villes, « Le commerce contribue à la fondation des villes. »[16]. Dont le point où se font les exportations et les importations commerciales influe sur l'essor des villes. De là vient que lorsque le commerce d'une ville augmente, sa population augmente.

- « La citadelle était bâtie sur un roc élevé au milieu de la plaine, mais à mesure que la population augmenta, les habitants s'étendirent dans la plaine que l'on appela la ville basse. Chaque ville grecque avait son temple, son théâtre, son gymnase et son forum ou place

[13] Idem
[14] J.-W GILBART, F.R.S. « Lectures sur l'histoire et les principes du commerce chez les anciens », Edit. GUILLAUMIN, Paris, 1856, p28
[15] Idem p30
[16] Idem

de marché. Dont les principales villes commerçantes étaient « Athènes, Corinthe, Syracuse et les capitales des îles de crête et de Rhodes »[17].

- C'est par de multiples fondations de colonies que l'empire commercial grec s'est progressivement constitué. Celui-ci apporta la prospérité grâce au commerce.

- De même, bien établi des routes commerciales maritimes autour du bassin méditerranéen ont permis aux étrangères de voyage à la Grèce. Ces routes commerciales introduit l'art grec à des cultures de l'Est surtout, ce qui favorise l'échange des savoirs et de connaissances.

  C'est la position géographique de la Grèce et la nécessité d'importer du blé qui ont forcé le monde grec se livrer au commerce maritime.

  Au point de vue du progrès de la civilisation, « le commerce des grecs entre eux, bien que circonscrit dans un rayon relativement petit, est de beaucoup le plus intéressant de l'antiquité »[18].

  Athènes, capitale de l'Attique « avait des murailles fortifiées allant de la ville à la mer »[19], cela favorisait des relations d'échanges et assurait une communication libre de la ville avec le port, tout en facilitant les opérations commerciales. De plus, Athènes devint commerçante « grâce à sa flotte, à ses manufactures et à sa puissance sur quelques uns des autres Etats de la Grèce ».

  Athènes avait aussi des édifices où s'assemblaient les commerçants pour délibérer sur les matières relatives à leur négoce. « Les grecs aiment beaucoup le plaisir et avaient un grand nombre de jours de fête. Les nations de l'antiquité étaient surtout agricoles et dans toutes les nations agricoles les jours de fêtes sont nombreux, à cause des intervalles nécessaires qui séparent les travaux des champs. A mesure que les nations devinrent commerçantes, le nombre de jour de fête diminua »[20].

  - *Le commerce est favorisé par l'établissement des villes :*

« Nous pouvons nous faire idée assez juste du degré de civilisation et de connaissance d'un pays, par la population de ses viles. Des hommes dispersés sur une grande étendue de pays n'ont pas les mêmes moyens d'améliorer leur condition que lorsqu'ils sont réunis dans un plus petit espace. Dans les villes il existe une plus grande division du travail, et par conséquent chaque branche d'industrie tend à se perfectionner »[21].

  - *Le commerce contribue à la fondation des villes :*

---

[17] Idem p38
[18] H. SCHERER, « Histoire du commerce de toutes les nations, depuis les temps anciens jusqu'à nos jours », Tome II, Edit. CAPELLE, Paris 1857, p93
[19] Idem p38
[20] J.-W GILBART, F.R.S. « Lectures sur l'histoire et les principes du commerce chez les anciens », Edit. GUILLAUMIN, Paris, 1856, p55
[21] Idem, p36

Le point où se font les exportations et les importations devient bientôt un centre de population. De là vient que lorsque le commerce d'une ville augmente, sa population augmente en proportion. Nous trouvons généralement les villes commerçantes sur les bords de la mer ou des fleuves. Lorsque la source du fleuve est dans la même contrée que son embouchure, « c'est généralement à l'endroit où le fleuve cesse d'être navigable aux grands vaisseaux que l'on bâtie une ville »[22].

- *Le commerce est favorisé par l'établissement de marchés et de foires :*

« Une foire est un grand marché, et un marché une petite foire. Le mot anglais *faire* dérive du mot français foire, qui à son tour dérive du mot latin forum, qui signifie marché. Les marchés se tiennent plus souvent que les foires et ont principalement pour but la vente des produits des environs »[23].

Des fêtes publiques furent instituées dans toutes les villes de la Grèce. Chaque ville avait ses fêtes, « de même que chaque Etat avait les siennes en l'honneur de son fondateur ou en souvenir d'événements importants. Outres ces fêtes locales, il y en avait d'autres communes à tous les grecs. C'étaient les jeux olympiques célébrés tous les quatre ans à Olympie; les jeux Pythiens célébrés tous les cinq ans à Delphes »[24]. Ces jeux produisaient de bons résultats tout en satisfaisant aux sentiments de sociabilité.

- *Impact de la religion :*

Selon J.-W GILBART : « Ce fut le soin de tous les législateur de l'antiquité d'établir des marchés et des foires. Moïse exigea que tous les hommes d'Israël parussent trois fois par an à Jérusalem » . Bien que cette ordonnance ait pour but de conserver dans l'âme de peuple un sentiment religieux, elle facilitait aussi le commerce et les relations intérieures entre les différents Etats.

En résumé, la Grèce par la diversité de ses productions, le génie et l'activité de ses habitants, le nombre de ses îles, la grande étendue de ses côtes et l'excellence de ses ports, la Grèce, possédait beaucoup d'avantages commerciaux qui contribuèrent puissamment à sa fortune.

I-1-3- Les Romains :

« Comme toutes les autres nations de l'antiquité, Rome commerça avec une population et un territoire très restreint »[26]. En remontant dans l'histoire de chaque peuple, en trouvera qu'à l'origine c'était une agglomération de petites tribus ou clans, entièrement indépendants les uns des autres. Les moyens de communication entre eux étaient différents, dont le commerce était

---

[22] Idem, p37

[23] J.-W GILBART, F.R.S. « Lectures sur l'histoire et les principes du commerce chez les anciens », Edit. GUILLAUMIN, Paris, 1856, p32

[24] J.-W GILBART, F.R.S. « Lectures sur l'histoire et les principes du commerce chez les anciens », Edit. GUILLAUMIN, Paris, 1856, p34

[3] Idem p101

[4] Idem p103

l'un de ces moyens d'assurer le contact et les échanges soit entre les habitants de la même nation soit entre les différentes nations environnantes.

Les romains savaient cultiver la terre, « ils s'adonnaient à l'agriculture. Les sénateurs demeuraient le plus souvent à la compagne cultivaient la terre de leurs mains ; les plus nobles familles tiraient leur surnom de la culture de quelque sorte particulière de grains »[27]. Un pays agricole peut, même sans manufacture, faire un commerce très étendu. S'il produit des aliments en trop grande abondance pour la consommation de ses habitants, ces produits peuvent être exportés en échange des produits manufacturés des autres nations.

Les romains comme les grecs, ils étaient des gens de guerres, ils la faisaient leur principal occupation. Nous considérons Rome sous trois points de vue :

- Comme tribu agricole
- Comme tribu guerrière
- Comme vaste empire

I-1-4- Les Phéniciens:

La Phénicie le seul Etat marchand de l'antiquité dans la grandeur ait été fondé par les instruments d'une pacifique industrie. Les phéniciens étaient en possession de tout le commerce de la mère méditerrané, " ils étaient si renommés par leur adresse dans la taille de bois". « Le commerce y jouissait de la plus grande liberté et d'une considération politique. Les habitants de Sidan avaient fondé Tyr en 1184 ; cette dernière place, grâce aux avantages de sa situation devint le centre du commerce des phéniciens »[28].

Les phéniciens échangeaient les produits d'un pays contre ceux d'un autre, leurs opérations consistaient le plus généralement « dans un troc proprement dit. Ils faisaient un trafic considérable en métaux précieux. Le commerce de terre n'avait guère moins d'importance et d'extension que leurs opérations maritimes. Il se dirigeait de préférence, par le moyen de caravanes »[29]. Les phéniciens faisaient aussi le commerce des esclaves, c'était dans les exigences de leur époque.

La Phénicie abrite un peuple de commerçants ; utilisant à l'origine les voies terrestres pour leurs échanges, les Phéniciens profitent de l'affaiblissement des royaumes voisins. Même si les Phéniciens pratiquent la navigation côtière.

I-1-5- Les Byzantins

La fondation de Byzance fait honneur au génie commercial des Grecs située sur la pointe de terre par laquelle l'Europe touche à l'Asie, sur la limite de l'Occident et de l'Orient, commandant deux mers, dont les rivages ont été le siège de la civilisation la plus variée,

---

[28] H. SCHERER, « Histoire du commerce de toutes les nations, depuis les temps anciens jusqu'à nos jours », Tome II, Edit. CAPELLE, Paris 1857, p69

[29] Idem, p74

centre de contrée de tout temps importantes par le trafic de leurs productions propres ou des produits étrangers auxquels elles donnèrent passage, dotée par la nature d'excellents ports.

« Les produits du Nord du Pont-Euxin, le bétail, des esclaves, le poisson salé, le miel, la cire et par moment des céréales, étaient de tout temps arrivés sur son marché et avaient formé l'une des branches principal du commerce des Grecs Ioniens. Ce commerce avait eu pour effet de rendre les peuples de la Scythie sédentaires, et de les faire cultiver leur sol, pour les productions duquel on venait leur offrir de vin, de l'huile… ».[30]

Byzance, grand marché où les Italiens et les Arabes, les Allemands et les Slaves se donnèrent rendez-vous et déterminèrent un mouvement d'affaires considérables. Constantinople, cette ville, entrainée ainsi dans ce grand mouvement, devint la principale station commerciale et militaire à la fois. « Plus important est le rôle de pise, qui possédait des factoreries à Constantinople, où s'es marchands habitaient un quartier distinct »[31].

Si, par sa situation entre deux mers, Constantinople était le centre naturel du commerce de l'ancien monde dans toutes les directions, le voisinage des grands fleuves qui se jettent dans la mer Noire, devait de plus lui assurer le commerce de terre du Nord de l'Europe et de l'Asie. La situation géographique stratégique a fait du Constantinople le centre naturel du commerce de l'ancien monde dans toutes les directions, le voisinage des grands fleuves qui se jettent dans la mer Noire, devait de plus en plus lui assurer le commerce de terre du Nord de l'Europe et de l'Asie.

I-1-6- Carthaginois :

« Carthage ou la ville neuve, le commerce était aussi la base constitutive et le principe vivifiant de la république de Carthage »[32].

« Hors du détroit de Gibraltar les carthaginois recueillirent tout l'ancien commerce des phéniciens et l'augmentèrent »[33].

Carthage trafiquait directement par terre, au moyen de caravanes avec l'intérieur de l'Afrique, par les routes déjà indiquées au chapitre des Egyptiens. On peut citer, l'une traversant le désert de Barca, conduisait, par l'oasis de Jupiter Ammon (aujourd'hui Siwah), siège d'un sanctuaire »[34]. L'autre voie du commerce de la terre égyptienne remontait le Nil, puis se dirigeait, par la grande et la petite oasis, vers l'Ethiopie et la côte orientale d'Afrique, rendez-vous des navires phéniciens et arabes.

I-1-7- Les Byzantins ou Grecs Du Bas-Empire :

---

[30] Idem, p187
[31] H. SCHERER, « Histoire du commerce de toutes les nations, depuis les temps anciens jusqu'à nos jours », Tome II, Edi. CAPELLE, Paris 1857, p196
[32] H. SCHERER, « Histoire du commerce de toutes les nations, depuis les temps anciens jusqu'à nos jours », Tome II, Edi. CAPELLE, Paris 1857, p81
[33] Idem p86
[34] Idem, p59

« La fondation de Byzance fait honneur génie commercial des Grecs. Située sur la pointe de terre par laquelle l'Europe touche à l'Asie, sur la limite de l'Occident et de l'Orient, commandants deux mers »[35].

Ce commerce avait eut pour effet de rendre les peuples de la Scythie sédentaires, et de leur faire cultivé leur sol. La Byzance son rôle était un marché « où les Italiens et les Arabes, les Allemands et les Slaves se donnèrent rendez-vous et déterminèrent un mouvement d'affaire considérable.

Cela fait que, le commerce byzantins peut se diviser, d'après les routes qu'il suivait, en trois branches : le commerce de l'Orient, celui de l'Occident et celui du Nord »[36].

I-1-8- Asie Centrale :

Par la situation géographique et la nature du sol surtout avec les nombreux déserts et les nomades qui, depuis un temps immémorial, les infestent de leurs brigandages. Le commerce de terre du revêtir des formes particulières et un caractère distinct, qui est faite avec ses seules ressources. Les nomades étaient associés en troupes assez nombreux et assez fortes pour se défendre contre les attaques des brigands. « Ces troupes sont des caravanes. Elles se réunissent périodiquement, partaient d'un lieu convenu, et accomplissaient leur voyage en suivant un itinéraire tracé d'avance »[37].

Vu l'importance des échanges entre les caravanes, la nécessité de trouver un endroit de rencontre était très recherché. Les oasis disséminées au milieu des steppes et des déserts étaient les stations indispensables où les acheteurs et les vendeurs se rencontraient fréquemment.

« On y construisit des hôtelleries aujourd'hui comme sous le nom de caravansérails ». On peut trouver que des colonies même s'y établirent. Il fallait aussi que le commerce de caravane eût ses places fixes d'entrepôt et d'échange. La nature avait donnée à l'Asie méridionale et à l'Asie centrale, le moyen essentiel de tout leur commerce intérieur.

Les caravanes suivaient des longs et pénibles trajets pour échanger les différents produits avec d'autres qui viennent des environs et mêmes de loin. A chaque station ils ne trafiquaient pas seulement le commerce mais ils échangeaient les contacts et les nouvelles et les cultures avec d'autres caravanes différentes.

« En suivant la marche des caravanes parties de l'Asie orientale et méridionale, avec les produits de l'Inde et de la Chine, Bactres (Balkh) et Marcanda (Samarcande), comprises

---

[35] J.-W GILBART, F.R.S. « Lectures sur l'histoire et les principes du commerce chez les anciens », Edit. GUILLAUMIN, Paris, 1856, p186

[36] J.-W GILBART, F.R.S. « Lectures sur l'histoire et les principes du commerce chez les anciens », Edit. GUILLAUMIN, Paris, 1856, p186

[37] H. SCHERER, « Histoire du commerce de toutes les nations, depuis les temps anciens jusqu'à nos jours », Tome II, Edi. CAPELLE, Paris 1857, p22

aujourd'hui dans la grande Boukharie, nous apparaissent comme les premières stations après le long et pénible trajet des hautes Alpes du Thibet et du désert de Cobi »[38].

I-2-La période du Moyen âge:

Le commerce se développe progressivement pendant le moyen âge, « particulièrement durant le XIIe et le XIIIe siècle »[39] .le commerce avec toutes ses formes connues (maritime, du terre,…) a continué de renforcer les, relations entre les différentes nations et entre les villes éloignées après que les commerçants eurent formé des associations assurant la protection des voyageurs à l'étranger. « Les principaux itinéraires vont de la Baltique (La ligue hanséatique), et de l'Est méditerranéen vers le Nord et le centre d'Europe »[40].

Chaque contrée produisait un type de marchandise, donc l'échange commercial est le seul moyen d'avoir d'autres marchandises que ne produit pas une nation quelconque.

Les villes italiennes et allemandes (villes de foire) traversées par ces routes développent et financent ces activités commerciales (apparition des prêteurs, ancêtres des banquiers).

Pendant le moyen âge, « l'établissement des foires fut la prérogative des rois, tous les marchands qui tenaient une foire sans y être autorisés par un privilège était possible d'une amende. Ce privilège était généralement accordé à une ville érigée en corporation, à un noble en faveur, ou à un établissement religieux. Les foires étaient souvent regardées comme consacrées à quelques saints particuliers. La seule foire de ce genre, qui nous reste à Londres, est dédiées à saint Bartholomé »[41].

Les foires, les marchés, c'était là que commerçants et fabricants apportaient leurs marchandises et que les acheteurs se donnaient rendez-vous. Les principales activités de ces espaces apparait clairement, dont le rôle économique des marchés et foires dans la ville est assuré par l'essor des échanges et les revenus des opérations ventes-achats. A propos du rôle social on peut tirer cette notion de sociabilité entre ceux qui fréquentent ces endroits est présente au moment de marché.

Constantinople, cette ville entraînée aussi dans le grand mouvement du commerce à cette époque, « devint la principale station commerciale et militaire à la fois »[42]. C'était à cette ville qu'on peut remarquer un nouvel aspect de la pratique de l'activité commerciale qui interprète fortement la stabilité du commerce intérieur qui se présentait sous formes des établissements.

« Tous ces pays entretinrent avec l'empire grec des relations directes tant qu'ils furent soumis aux Arabes, qui étaient adonnées au commerce et avaient même crée des établissements à Constantinople »[43].

---

[38] J.-W GILBART, F.R.S. « Lectures sur l'histoire et les principes du commerce chez les anciens », Edit. GUILLAUMIN, Paris, 1856, p24
[39] Encarta 2010
[40] Idem
[41] J.-W GILBART, F.R.S. « Lectures sur l'histoire et les principes du commerce chez les anciens », Edit. GUILLAUMIN, Paris, 1856, p45
[42] Idem, p195
[43] Idem, p197

Durant tout le moyen âge et jusqu'au XVIIe siècle, marché et marchand sont choses bien distinctes. « Le marché est bien visible et clairement délimité. C'est un dispositif public, souvent unique, placé sous la police vigilante et sévère d'un pouvoir seigneurial »[44]. Le marché durant cette époque était considéré comme un lieu d'ordre qui s'impose à tous. La fonction du marché était double : assurer l'approvisionnement des populations, et surtout maintenir les échanges, « l'activité marchande s'affirme comme composante essentielle de l'activité sociale »[45]

« Durant la période du Moyen Age, certains échanges commerciaux européens ont été effectué dans les marchés populaires. Les villes Ex chabil et Pry attiraient les marchands de tout l'Europe. Parmi les anciens marchés le marché de la Pézig qui a été au XIIe siècle un marché local, après il a évolué et a devenu marché annuel (foire) pour le commerce des fourrures, de cuire, la verrerie et les tissus et le commerce des livres à la fin du XVIIe siècle. »[46]

En Afrique et en Asie, des marchés importants se sont évolué pendant de long siècle, « Tanbakto au Mali a été centre commercial important pendant le moyen âge. Les marchands du sud échangeaient l'or et l'ivoire contre le sel du sud Africain dans ce marché ».[47]

Dans ce type de marché il existait autres pratiques que le commerce, ils avaient des carnavals, la course des chameaux, théâtres… certains de ces marchés et foires existent jusqu'au nos jours (exemple du marché des signes en France).

I-2-1- Les Russes:

On cite comme les places les plus remarquables du commerce intérieur de la Russie à cette époque, « Novgorod, Tchernigof, Mielnizo en Volhyine et principalement Kief sur le Dniéper. Cette ville était l'entrepôt principal des produits russes, le lieu de rendez-vous des marchands qui faisaient le voyage de Constantinople, et le centre des importations »[48].

« Les russes ne reparurent plus, les Italiens se rendirent aux côtes septentrionales du Pont Euxin, y fondèrent plusieurs colonies, et trafiquèrent directement avec les peuples qu'ils rencontraient auparavant sur le marché tiers de Constantinople ».

L'activité commerciale dans ces pays a participé à l'essor des autres secteurs, en l'occurrence, l'industrie, l'artisanat, et aussi le mouvement du capital. « Kief en était l'entrepôt ; des marchands allemands se rendirent dans cette place de Breslau et de Ratisbonne, et y fondèrent des factoreries ».

I- 2-2- Les arabes :

Le pays arabe occupe une position géographique intermédiaire entre les plus grandes nations et les plus anciennes civilisations. A son Nord il y a le pays perse, au Nord-Ouest il

[44] « Le marché, une notion si équivoque », colloque, Armand Hatchuel, Olivier Favereau, Frank Aggeri
[45] Idem
[46] Encyclopédie OXFORD arabique, édit. Maison El Fiqr, Beyrout, 1999, volume 1, p 160
[47] Idem
[48] J.-W GILBART, F.R.S. « Lectures sur l'histoire et les principes du commerce chez les anciens », Edit. GUILLAUMIN, Paris, 1856, p45

est limité par le pays Romain et l'Egypt. Et à son Sud-ouest il est séparé de l'Ethiopie par la Mer, à son Sud on trouve l'Océan Indien qui le sépare des Indes.

Le commerce des arabes avait son théâtre principal dans ces deux parties du monde l'Asie et l'Afrique. La situation géographique obligea, comme dans l'antiquité, le commerce de terre à employer les caravanes avec tous les inconvénients et toutes les difficultés qui en sont inséparables.

Pour diffuser l'Islam dans les parties du monde, les conquêtes étaient le seul moyen pour les arabes. Chacun de ces conquêtes en était aussi pour le commerce ; partout où ils pénétraient, ils portaient la vie et le mouvement. Les caravanes voyageaient sans obstacle au milieu de leurs armées ; car le soldat protégeait le marchand et la marchandise. C'est ainsi que les arabes acquirent un vaste commerce en même temps qu'une vaste domination.

Le commerce intérieur des arabes constitue la plus forte part du commerce du monde connu à leur époque, et il ne reste pour le commerce extérieur, qu'un petit nombre de contrées indépendantes. En ce point les arabes différent totalement des peuples marchands de l'antiquité, qui, formant pour la plupart autant de petites républiques, réduites au territoire d'une ville.

Les communications commerciales dans la péninsule arabe se faisaient par deux voies : « l'une à l'Est qui reliait Oman à l'Iraq où en transportaient les marchandises du Yemen, de l'Inde et des perses par voies terrestres et traversaient l'Ouest de l'Iraq envers la compagne et finissaient dans les marchés du Moyen Orient. En prenant cette voie les commerçants passaient par les marchés du Yemen et de l'Iraq, Tadmeur et de la Syrie et vendaient dans chaque pays (contrée) les marchandises qui ne s'y trouvaient pas et en prenaient à d'autres tout ce qui s'y vendait »[49].

Il y avait une autre voie qui a été principale et se trouvait à l'Ouest « reliait le Yemen au Moyen Orient en traversant le Yemen et le Hedjaz en transportant aussi les marchandises du Yemen, de l'Ethiopie et de l'Inde au Moyen Orient et les marchandises de ce dernier étaient exportées vers l'Ethiopie et l'Inde par la Mer »[50].

Les arabes étaient connus chez les anciens peuples comme étant des intermédiaires du commerce et des connaisseurs de ses chemins, dans leurs habitudes de pratiquer la transhumance leurs permettant de connaître pâturage, les puits et les chemins. Leurs pays vu sa localisation géographique étaient un cercle de communication entre les dynasties de l'ancien monde. Estrabon a dit : « l'arabe est un commerçant né de nature… ».

« Il existe une relation entre le développement du commerce et la diffusion de l'Islam dans deux directions :

a-direction vers les côtes de l'océan indien et la mer de Chine où des regroupements d'individus sont stabilisés dans diverses villes côtières, des mosquées ont été fondé où les musulmans avaient leurs juges.

---

[49] J.-W GILBART, F.R.S. « Lectures sur l'histoire et les principes du commerce chez les anciens », Edit. GUILLAUMIN, Paris, 1856, p241

[50] Said El AFGHANI, « Aswaq el arabe fi el jahilia wa el Islam », Damas, p9

b-direction vers les côtes Est de l'Afrique. »[51]

Ces relations commerciales actives entre les diverses régions ont favorisé l'essor des activités humaines (agriculture, industrie, marine, culture, langue et traditions).

L'essor de ces relations commerciales dépend du développement rapide démographique et urbain des pays islamiques qui impliquait la nécessité aux nouveaux produits de consommation. Contrairement au développement urbain le commerce est influencé négativement par les problèmes politiques et les guerres.

Des sources arabes ont confirmé que les Azides ont joué un rôle particulier en renforçant les relations commerciales entre la région du Golf et l'Est de l'Afrique. Ils voyageaient par leurs navires à partir d'Oman arrivant à l'île de Madascar, en ramenant l'or , l'ivoire. »[52]

Le facteur d'échange de marchandises est important dans l'histoire de la relation commerciale entre les régions, ces dernières impliquaient l'expérience dans le domaine d'agriculture.

Parmi les caractères principaux des villes arabes islamiques c'est qu'elles étaient à caractère commercial dont on peut distinguer différents types de ses marchés (souks). « Temporellement il existait des marchés annuels forains comme ceux qui ont été à l'époque d'Avant l'islam, des marchés (souks) hebdomadaires comme celui du Dimanche (El Ahed) à Damas, souk el Ithnine à Meknès et le Grand Palais, le souk de Mardi (Tholatha) à Baghdâd, le souk de Mercredi à Mawsil et le souk de Jeudi à Fès et Marrakech. Spatialement ils existaient des grands souks hebdomadaires en dehors de la ville et des souks à l'intérieur des villes (suiqa). »[1]

L'apparition des souks dans les villes islamiques revient à l'ère du prophète Mohamed qui a fondé un souk en plain air pour la ville proche des habitations. Leur système était comme celui des mosquées, "le premier qui vient occupe et possède la place jusqu'il termine son activité."

« A l'ère de Hicham Ibn Abd El Malik, que l'idée de construire des souks couverts comme celui du Kairouan près de la mosquée. »[2]

Les omeyyades ont donné beaucoup d'importance à la fondation des souks dans les villes, ils s'intéressaient au commerce et les caravanes. Pour assurer le confort des commerçants, ils fondèrent des hôtels "khan" le long des routes commerciales qui relient les villes.

L'idée de planification des souks est évoluée à l'époque des Abbassides. « L'or de la planification du Baghdâd, les souks étaient parmi les équipements importants. El Mansour a exigé l'extension des boutiques pour créer un souk regroupant toutes activités commerciales.

---

[51] Elhabib El Djenhani, « la société musulmane arabique », édition Alem El Maarifa, 2005, p37

[52] Idem, p 42

[1] Mohammed Abd Essattar, « La ville islamique », édit. Assemblée nationale de la culture et des arts, Koweït, 1988, p252

[2] Idem, p253

Avec le développement urbain, les villes ont devenu saturées, El Mansour a opté pour le développement des commerçants en dehors de la ville afin de préserver la sécurité, le calme, et la propreté de la ville, il a fondé "El karkh" pour accueillir les commerçants »[3]

La réparation des activités commerciales dans les différents quartiers et rues de la ville a engendré à l'appellation de ces endroits en rapport avec l'activité commerciale politiquée (rue des bijoutiers, rue des parfumeurs,…). Cette réparation était bien étudiée et réussie vu les objectifs qu'elle a visé (isolement des activités nuisibles, et les activités qui produisent des mauvaises odeurs.)

La couverture de ces rues parfait était venu sera protéger certaines marchandises (la soi, les tissus précieux,…) ces rues avaient le nom Sakifa. Des importants aménagements ont été effectués dans ces souks : pavage, éclairage,…, s'ajoute aussi l'organisation de la circulation du public.

La plupart du commerce qui se faisait avec le Sud de la péninsule passaient le Hijaz et l'Egypt par les commerçants Yamanites autrement dit les Sabéens qui disposaient d'offres (Hadhar Maout et Dhifar) et toute marchandise rendue de l'Inde. A Sanaa, étaient utilisées pour l'approvisionnement de la grande station publique(Tayma) au Nord du Hedjaz aux centres du Nord en route arabe passant par (Salaâ), (Bassora), (Tadmer), (Damas),…. »[4].
Tandis que Quoraych était sur cette scène commerciale, elle a empoigné les portes du commerce arabe, elle a accumulé l'argent, elle s'est approprié les magasins.

L'influence des routes commerciales sur les contrées qu'elles passaient était clairement présent dans la pratique du commerce soit par hommes soit par femmes, surtout ce qui concerne les contrées proches de ces routes. Ceux qui n'ont pas participé directement dans l'opération vente-achat, ils aidaient le commerce par intermédiaire soit comme guide, ou chauffeur ou en se joignant à ceux qui protégeaient la caravane en louant ses armes, ses services.

Il faut attirer l'attention que les deux éléments commerçants dans le pays arabe qui ont joué un rôle bénéfique sont les Nubites et les Juifs, car ils étaient les premiers à circuler entre le moyen Orient, le Hedjaz et l'Iraq avant l'Islam.

Les mackistes avant l'Islam sont arrivés à un degré de gloire important dans le commerce. « Le commerce de la Mecque a compté beaucoup sur les romains dans la plupart de leurs affaires. Quelques historiens européens montrent que la Mecque contenait en elle-même des maisons de commerce Romains que les Romains utilisaient pour affaires commerciales et l'espionnage sur l'Etat des arabes »[1].

Ce qui a assuré la continuité du mouvement (mobilité) interne et externe dans la péninsule Arabe, la différence de ses Etats et de ses récoltes importées et exportées. Le commerce a occupé la vie des Arabes, leurs idées et leurs intérêts, c'est ce que dans la langue, les poèmes et les proverbes nous révèle à un loin point comment étaient les traditions et les

[3] Idem, p252
[4] Said El AFGHANI, « Aswaq el arabe fi el jahilia wa el Islam », Damas, p10
[1] Said El AFGHANI, « Aswaq el arabe fi el jahilia wa el Islam », Damas, p13

états de la tribu : la première chose c'est la richesse de la langue arabe des termes qui concerne les voyages.

Les Arabes ont bénéficié de leurs commerce et de leurs contact avec les Romains et les Perses et ont subit la conséquence de leurs contact et on trouve des noms Romains et des noms Perses qui se sont glissés dans la langue arabe. « Les arabes commerçaient en été vers l'Egypt. Le moyen Orient et l'Iraq vers le Yemen et l' l'Ethiopie en Hiver »[2].

Le prophète, issu d'une tribu qui maîtresse de la Mecque et gardienne de la maison sainte, monopolisant presque tout le commerce de l'Arabie occidentale, et notamment les relations avec la Syrie et l'Egypt. Ne pouvait méconnaître l'importance d'une profession à laquelle son peuple était redevable de sa civilisation.

La plus belle période des Arabes est celle de la puissance des Abbassides, « du 8e au 10e siècle ; c'est à peu près le temps que dure leur vaste commerce. Baghdâd est fondée et devient presque aussi tôt un centre brillant des sciences et des arts, ainsi que du commerce et du l'industrie »[3].

Ces commerçants étaient en contact avec des événements politiques qui se passaient en leurs temps, et s'y intéressaient beaucoup ce qui était bénéfique aux relations de leurs pays et de leurs commerces, ils ont bénéficié de quelques systèmes sociaux qu'ils ont trouvaient chez les Romains ou les Perse "la Maison des réunions" "dar ennadwa" à Quoraych est une inspiration des assemblées religieuse et civile Romaines. C'était un conseil organisé pour que les Quoraychites se réunir, se concerter et décider de la priorité dans la guerre, et aussi où se faisaient les rites du mariage, il était aussi le lieu de départ des caravanes.

Il existe une connexité entre le commerce et la religion subsiste encore aujourd'hui en Orient. Toutes les foires, tous les marchés importants s'y tiennent dans des lieux saints. Ainsi la Mecque doit à la Caaba d'être resté le centre du commerce de l'Arabie.
Si on analyse profondément la partie des anciens marchés arabes on constate qu'ils ont eu lieu « dans les zones libres des bâtiments comme dans Bakie Zubair marché d'origine du Prophète (s). Abou Fares pouvait mettre son blason dans la cour du marché et le surveiller de chaque site, le marché n'était pas "nu" seulement, mais qu'il ya des exemples notables pour la stabilité de la situation du marché. »[53]

Le marché est situé en dehors de la ville nécessairement parce que la densité urbaine ne permet pas de l'organiser dans les murs de la ville. En outre, la tendance innée de la population rurale pour former les motifs familiers de leur vie, encore est remarquable. Ainsi nous trouvons dans la ville les marchés ruraux ont les caractéristiques suivantes:

1-ils sont des grands espaces ouverts parce que les agriculteurs et les gens des villes, "qui viennent pour vendre et acheter" se rassemble est là-bas.
2-accès et issu faciles (supportent l'arrivée et le départ d'un grand nombre de personnes et d'animaux chargés aux heures de pointe).
3- comme un endroit où les gens ne le sentent pas qu'ils sont à la merci d'autre gens (les

[2] Idem, p21
[3] J.-W GILBART, F.R.S. « Lectures sur l'histoire et les principes du commerce chez les anciens », Edit. GUILLAUMIN, Paris, 1856, p223
[53] Ahmed Mohammed Taaleb, « la ville Islamique », édition younisco-sicomore, 1983, p114

villageois ont peur des espaces clos et les personnes suspectes, en milieu urbain).
4-ils sont organisés d'une façon non régulière et ça diminue les coûts.

« Et on peut citer le marché du dimanche à Damas, Bagdad le mardi, mercredi à Mowssil et jeudi à Fès et Marrakech….etc, comme exemples standard du marché rural, espèce aspect et nom. Et ces marchés sont caractérisés par la saleté, à la suite des animaux et donc le marché des moutons et les chevaux et les chameaux (Damas) et le marché des animaux (Haleb et Tlitla) méritent la description de "balayage" Comme le célèbre marché de Kufa. Ils sont généralement poussiéreux en raison des mouvements du public aller retour - comme le marché de poussière (Bonn, Tripoli, Sevilla) »[54].

Le processus d'évolution architecturale et urbaine dans la ville islamique avec sa typologie a suivi les principes de l'islam qui cherche "l'intérêt" et l'interdite le tort, ce qui reflète la fondation de ces espaces selon le besoin de la société islamique.

Nous pouvons dire qu'entre « l'année 106 à l'an 125 AH (724 à 743 AD) à l'époque de Hicham bin Abdul Malik »[55] c'est passé comme suit:
1- le passage du marché à la poussière au Khan ou Qaysaria ou le passage d'une zone désertique à une cour avec une clôture.
2- l'établissement des marchés stables (el Dar et el Hanout).
3- la taxe d'accès (impôts et adjudication).

C'était le même cas à l'époque de Abi Youcef Yaqob, de l'Etat des Mouahidine, qui a construit les marchés et boutiques en 592 AH (1196 AD) aux alentours de la mosquée de Séville et le loyer était suffisant pour couvrir les frais de la construction. Mais en absence des immeubles ou dans le cas de leur construction par des personnes, là où la terre du marché n'est pas utilisée, une autre question se soulèvera.

II- Les villes commerçantes:

II-1-l'activité commerciale dans le temple :

« Il est possible qu'au plus tard vers l'an 2000 avant Jésus- Crist, le marché existait déjà sous ses deux formes types : la grande place pour les transactions en plein air et la halle couverte.

Mais ces deux types ont sans doute été précédés par la forme plus ancienne du grand magasin à l'intérieur du temple. Toutes les marchandises et les produits agricoles étaient sans doute transportés dans le temple pour y être répartis après prélèvement d'une taxe»[56].

En outre les bâtiments des temples ne sont pas utilisés exclusivement pour les besoins de culte ; on y trouvera également des ateliers artisanaux, et les objets qui y sont ensuite entreposés dans des magasins avant d'être distribués. Frankfort a noté que ces magasins

[54] Idem, p112
[55] Idem, p118
[56] LEWIS MUMFORD, « La cité à travers l'histoire », Edition du SEUIL, 1964, France, p96

étaient pourvus d'une très grande variété d'articles : céréales, légumes, bière, dattes, La tonte des moutons, le broyage des grains, le tannage des peaux, le cardage et le tissage, toutes ces opérations étaient effectuées dans les dépendances du temple.

« Si l'on ne trouve dans les premières cités aucun emplacement où pouvait se tenir un marché, n'est ce pas que les opérations de celui-ci se déroulaient dans l'enceinte même du temple ; et ce ne fut qu'à une époque plus tardive que la place commerçante allait s'incorporer aux quartiers populeux. L'augmentation de la population et la complexité croissante de l'économie allaient amener la formation de corps de métier purement résident dans divers quartiers de la ville»[57].

Dans les cités primitives les opérations marchandes, approvisionnement, stockage, distribution se déroulaient avec la participation du personnel attaché au temple.

II-2-Extériorité de l'activité commerciale :

« Une nouvelle institution urbaine, le marché allait commander et régulariser les courants d'échange »[58]. Plusieurs facteurs ont contribué à l'apparition de cette institution, on peut citer :

**Groupement humain :*

« C'est l'importance de l'agglomération citadine d'où dépendent la circulation des produits et les marges de bénéficies qui justifie l'installation d'un marché, entant qu'élément permanent de la vie de la cité. Le marché est donc une conséquence d'un groupement de population, et ne saurait en être la cause. »[59].

Le commerce devait favoriser le développement de toutes les relations humaines.

**Réseaux de communications :*

Dans certains cas l'installation d'un espace de commerce, en l'occurrence, le marché est dû de la situation géographique d'une contré dans l'ensemble du territoire, et la disponibilité des routes qui veut dire la desserte de contrée traversant les différents régions.

L'histoire nous montrait plusieurs exemples des villes commerçantes, qui ont présenté un modèle très clair sur l'essor du commerce. Cependant cet essor était différent d'une ville à une autre, selon les caractéristiques de chacune d'elles.

Entre temps, certaines villes présentaient le centre du commerce d'un territoire quelconque, où on trouvait travail des routes, des points de rencontre des marchands des différentes contrées. Parfois ces villes constituaient le point de départ, ou d'arriver ou dans certains cas de rencontre des caravanes.

---

[57] Idem, p94
[58] Idem, p 95
[59] Idem, p 95

« Moultan, point de départ des caravanes qui se rendaient à Kaboul, était la principale place de commerce et en même temps une ville sainte renfermant un temple fameux (maison dorée). Les marchands venaient, en compagnies des pèlerins, y apporter du midi toute sorte de marchandises rares et recherchées »[60].

La prospérité du commerce était propagé dans la plupart des pays arabes, où on peut citer Kaïrouan, « splendire capitale, était le centre du trafique du commerce. C'était là que convergeaient les routes, que les princes de la contrée tenant leur cour avec une grande magnificence, et que s'élever la plus belle mosquée d'Afrique a cet édifice enchanté touchait le bazar célèbre par une grande foire, où les marchands se rendaient des pays les plus éloignés »[61].

Dans la plupart des pays arabes islamiques, on peut constater une certaine configuration de planification de leurs villes, « des mosquées furent construites au milieu des populations, et des bazars établis autour des mosquées »[62].La situation stratégique des contrées et les caractéristiques favorables de leurs nature, les faisant des points et endroits incontournables pour la réception du trafic commercial.

Nous avons vu comment les anciens se donnaient rendez-vous sur ces marchés et s'y approvisionnaient des produits qui appartenaient alors exclusivement aux contrées divers. L'histoire a cité aussi les villes Boukhares « qui offraient aux caravanes arrivant de la Chine et de la haute Asie, un marché très fort et important, où les produits chinois et les turquoises du Thibet et de la Mongolie, étaient pour la première fois déballés et mis en vente. Samarkand devint aussi pour la Chine un marché important. La fondation de Chiraz, cette ville prospéra rapidement, et ses roses, dont les poètes ornaient leurs tendres chants d'amour, devinrent un précieux article de commerce »[1].

En Egypte, « dans toutes les villes de commerce s'élevaient de vastes halles et de vastes bazars; on établit des routes et des caravansérails, on régularisa la navigation fluviale, on construisit de nouveaux ports sur la Mer Rouge Méditerranée »[2].

« Egypte était avant tout la porte par laquelle l'Asie et l'Afrique communiquaient l'une avec l'autre, et elle formait avec l'Arabie qui la touche, le siège principal du commerce intérieur des populations arabes »[3].

---

[60] J.-W GILBART, F.R.S. « Lectures sur l'histoire et les principes du commerce chez les anciens », Edit. GUILLAUMIN, Paris, 1856, p240

[61] Idem p 252

[62] Idem, p255

[1] J.-W GILBART, F.R.S. « Lectures sur l'histoire et les principes du commerce chez les anciens », Edit. GUILLAUMIN, Paris, 1856, p255

[2] H. SCHERER, « Histoire du commerce de toutes les nations, depuis les temps anciens jusqu'à nos jours », Tome II, Edi. CAPELLE, Paris 1857, p 236

[3] Idem, p266

[4] Idem, p24

[5] Idem

Les caravanes se réunissent périodiquement, partaient d'un lieu convenu et accomplissaient leurs voyages en suivant un itinéraire tracé d'avance «Les oasis disséminées au milieu des steppes et des déserts étaient les stations indispensables où les acheteurs et les vendeurs se rencontraient fréquemment. On y construisit des hôtelleries aujourd'hui connues sous le nom de caravansérails, des colonies»[4]. La nature avait donné à l'Asie méridionale et à l'Asie centrale, le moyen essentiel de tout leur commerce intérieur.

Les villes commerciales importantes à cette époque étaient les endroits de passage et de rencontre des caravanes. «De Marcanda les caravanes cheminaient les uns vers le Nord pour gagner la mer caspienne et l'Iaxarte, les autres vers l'Ouest, pour atteindre par l'Asie Mineur, le littoral de la Méditerranée et de la Mer Noire »[5]

« Les Bactriens, qui vivaient au Nord de l'Afghanistan, dans la Boukharie actuelle, étaient les principaux facteurs du commerce .Leur pays, extraordinairement fertile, était pour toutes les caravanes, dont les routes y convergeaient, une station agréable, et un important entrepôt pour le trafic avec les tribus de l'Asie centrale »[6].

Millet fut une des plus grandes villes de l'antiquité, et prit rang après Tyr, pour l'importance de son commerce ; elle trafiquerait surtout dans le pont Euxin où elle fonda, dite on 300 villes. Cette ville était, de plus, le principal marché d'esclaves. La route des caravanes commençait à Ephèse ; elle traversait Sardes et Célènes.

«Au moyen Age, le strict contrôle exercé sur les opérations commerciales visait à la fois à protéger le producteur et le consommateur; et finalement les bénéfices de la capacité marchande étaient utilisés en donation, en aumônes, en actes de charité divers. La cité commerciale, c'est là un des traits les plus significatifs de son caractère, avait perdu cette notion des limites; et c'est sans doute une des cause de son expansion chaotique et informe à partir du XIXe siècle»[1].

La cité commerciale a connu un processus de mutation depuis sa naissance. La transformation des systèmes économiques et surtout commerciaux eut exprimé clairement par l'apparition d'autres formes de structures commerciales à l'égard des marchés. Ces nouvelles structures consistaient en des halles et marchés couverts.

II-3- Le début de la période moderne :

La découverte et l'exploitation des richesses des colonies marquent un nouvel essor du commerce maritime. Le commerce est alors conçu comme un moyen d'enrichissement: sa finalité consiste à attirer les richesses du dehors afin de les conserver dedans. «La première

[6] Idem, p 50

[1] LEWIS MUMFORD, « La cité à travers l'histoire », Edition du SEUIL, 1964, France, p519

révolution industrielle se produit en Europe (principalement en grand Bretagne), et fait du vieux continent le centre du commerce mondial durant presque tout le XIXe siècle »[2].

II-4-L'époque contemporaine :

A l'opposé des années d'avant-guerre, « la période qui s'ouvre en 1945 va être marquée par une croissance inédite et sans précédent du commerce mondial. Entre 1949 et 1974 la croissance des échanges sera supérieure à celle de la production. La volonté d'éviter que reproduisent les effets récessifs de la crise des années trente a conduit à construire un cadre permettant de faire la promotion du commerce. Né des accords de Genève en 1947, le GATT a permis d'établir des règles de fonctionnement du commerce international assurant un retour au libre-échange »[3]. En assurant la non-discrimination entre partenaires commerciaux , en imposant la réciprocité entre les pays membres des différentes réductions des barrières tarifaires et non tarifaires , au moyen de la clause de la nation la plus favorisée , les négociations commerciales menées sous l'égide du GATT ont permis un formidable accroissement du commerce mondial.

II-4-1-L'impact de la globalisation

La globalisation de l'économie se caractérise par l'émergence d'un système mondial qui tend à gommer les réalités nationales ou locales, au bénéfice de la seule loi du marché mondial des biens et du travail. L'ensemble de l'économie tend à être de plus en plus déconnectée du territoire ; même l'agriculture traditionnellement liée à un terroir voit son ancrage territorial se relâcher au profit d'une agriculture hors-sol ou de marque (E. Perrin, 1997). La bulle commerciale des grandes surfaces tend à se développer de manière autonome où le territoire s'efface au profit d'un espace- support des stratégies de la grande distribution.

La globalisation de l'économie fait apparaître une contradiction majeure. Dans un contexte de tensions concurrentielles, les entreprises cherchent à « coller » au plus près du marché en développant leur réactivité à court terme. Mais dans un même temps, la qualité, la variété des produits et l'innovation qui s'inscrivent davantage dans le moyen terme, sont au cœur de la compétitivité des entreprises. La métropolisation permet de dépasser cette contradiction en concentrant une très grande diversité d'activités économiques sur un terroir limité. L'aire métropolitaine fonctionne, ainsi, pour la grande distribution, comme une vaste zone de consommation qu'il s'agit de capter en termes de parts de marché.

Seulement cette logique concurrentielle fait perdre aux centres traditionnels leur substance économique aux dépens de nouvelles centralités commerciales. Du point de vue de l'économie commerciale. L'aire métropolitaine s'inscrit, pour reprendre l'expression de P.Veltz. Dans un véritable terroir à la fois discontinu et feuilleté où les réseaux se superposent et s'enchevêtrent.

---

[2] Encarta 2010
[3] Idem

L'urbanisme est défini comme étant la science de l'aménagement des villes dans le but de création et d'agrandissent des magasins de vente de détail afin d'assurer leur développement équilibré sur le territoire et le service aux consommateurs. Il s'agit d'adapter le commerce à l'évolution des conditions de vie des populations, au développement ses moyens de transport et à une nouvelle organisation familiale (centralisation des achats due au nombre de plus en plus grand des femmes qui travaillent).

Cette urbanisation résulte d'un accroissement des populations en périphérie (grands ensembles), le prix du m² très élevé du centre ville, l'implantation des distributeurs dans les zones suburbaines car les terrains sont disponibles et à des prix moins chers.

II-4-2-L'urbanisme commercial :

«A ses débuts, l'urbanisme commercial pratiqué dans les pays européens se limitait, fondamentalement, au mode d'intervention des pouvoirs publics dans les activités commerciales. Celui-ci se confondait avec un ensemble de principes, de normes et d'orientations d'ordre sectoriel émanant du pouvoir central qui réglementait le développement des activités »[1].

«Il représente à un effort de concertation entre les entreprises et les pouvoirs publics pour un aménagement dont les objectifs sont à la fois le développement commercial et la restructuration du tissu urbain»[2].

L'urbanisme commercial est définit par l'Assemblée Permanente Française de commerce comme étant: "un ensemble de techniques et méthodes qui visent à adapter les structures commerciales aux structures urbaines" (1992).

Par ailleurs, B.Mérenne Schoumaker et A.Browet (1988), proposent une définition: "champ d'urbanisme dans lequel on s'efforce soit de concevoir et de réaliser, soit d'adapter et de restructurer les équipements commerciaux urbains en fonction d'objectifs d'intérêt général, socio-économiques et spatiaux. L'urbanisme commercial se préoccupe notamment de dégager: les localisations les plus adéquates, les aspects architecturaux et fonctionnels, les moyens de valoriser la fonction d'animation et de centralité du commerce, et les critères d'estimation des besoins en surfaces.

« L'urbanisme commercial se présente ainsi comme un champ spécifique de la science et de la politique urbaine, préoccupé par l'aménagement des activités commerciales, ayant pour but le meilleur développement de la fonction commerciale et le bien être des populations »[1].

[1] Nadjia BENALI-NOUANI, 2007, « A propos de l'urbanisme commercial », article publié dans la revue vies des villes, Université, Alger.
[2] Réné –Paul Desse, « Le nouveau commerce urbain », édition les PUR Presses Universitaires Rennes, 2001, p143
[1] Nadjia BENALI-NOUANI, 2007, « A propos de l'urbanisme commercial », article publié dans la revue vies des villes, Université, Alger.

« L'urbanisme commercial est défini comme étant la science de l'aménagement commercial des villes, ayant pour objectif de hiérarchiser le développement des ensembles commerciaux »[2].

Deux visions sont véhiculées par l'urbanisme commercial :

-Celle de préservations des activités commerciales en centre ville

-Celle de régulation et humanisation des ensembles commerciaux en périphérie.

Si la définition du commerce dans ces différentes composantes est relativement bien cernée, il est possible que celle de l'urbanisme le soit moins.

Par urbanisme commercial, «il faut désormais entendre non seulement « concurrence » et « réponses aux besoins des consommateurs », mais aussi le fait que l'activité commerciale redevient une des thématiques essentielles de l'urbanisme dans sa composante aménagement du territoire »[3]

Le concept d'urbanisme commercial est récent. C'est une branche de l'urbanisme qui a apparue afin de trouver des solutions pour les déséquilibres urbains générés par les concentrations commerciales soit au centre- ville soit en périphérie.

Le développement et l'évolution du commerce ont donné naissance à l'apparition de grandes structures commerciales de type «grande surface». Ces structures apparues notamment aux Etat Unis ont eu pour principale conséquence les règles de concurrence et de pratiques commerciales. A cause de l'apparition de ces structures, le comportement et la demande des consommateurs s'est changé.

A l'égard de l'effet purement commercial de ces structures, elles ont générés des déséquilibres urbains considérables du fait notamment de leurs implantations dans les lieux répondant le mieux à leurs exigences foncières, de rentabilité et d'accessibilité

Cette situation de conflit d'intérêt à imposé l'adoption d'une réglementation stricte autant les règles de concurrences commerciales et d'implantation. Ces règles notamment régissant la forme et l'implantation se sont intégrées dans le champ de l'urbanisme commercial.

L'urbanisme commercial se défini donc comme objectif de maintenir un certain équilibre socioéconomique entre les milieux urbains et les milieux ruraux.

Les six questions fondamentales de l'urbanisme commercial :

Quoi ? L'appareil commercial, les modes de vente, les produits vendus et/ou les services offerts.

Qui ? Les acteurs du système commercial.

Où ? L'identification des localisations.

Comment ? Les organisations commerciales aux différentes échelles spatiales (réseaux, structures).

Pourquoi ? Les facteurs de localisation (rôle des différents acteurs et influences de milieu d'implantation)

[2] www.vies es friches urbaines », Université
[3] Idem

Source : d'après B.Mérenne-schonmaler (1987), " Géographie et analyse du commerce urbain: Bilan et perspective S.G.L/P.U.L

Ainsi l'urbanisme commercial permet aux entreprises de se partager le marché, et aux consommateurs d'obtenir un meilleur service, un meilleur choix. La législation empêche l'augmentation de projets incohérents, mais surtout limite très fortement les ouvertures des grandes surfaces. Néanmoins, le petit commerce et les commerçants doivent faire preuve d'originalité pour faire face à la concurrence des centres commerciaux.

Les chercheurs ne pensent que les tendances actuelles qui visent à redéfinir et à élargir les démarches de la planification commerciale amènent à s'interroger sur les raisons d'inefficacité des modes de régulation publique pendant prés de vingt ans (M. Bonneville, V. Bourdin). Au delà des dysfonctionnements du système décisionnel instauré par la loi Royer, c'est la conception même de l'acte planificateur qu'il convient de questionner au regard de son incapacité à **intégrer toutes les dimensions de la ville**. En tant que réalité spatiale, économique, sociale et politique, la ville se construit, se déconstruit, se densifie, se dilue, se diversifie. Le commerce étant à son image, il possède en outre une capacité à s'adapter aux nouveaux modes de vie urbains et même à les anticiper. Face à ces caractéristiques, la planification s'est trouvé souvent débordée et inadaptée. Le renforcement des dispositifs de contrôle n'ont pas pu maîtriser les implantations qu'il s'agira de réfléchir à d'autres types d'interventions qui proposeraient une autre démarche de planification en prenant en compte la mesure des transformations de la ville et des modes de consommation.

Une introduction d'outils de planification et une réglementation de plus en plus rigide dans la préparation de la décision n'ont pas permis de préciser clairement la volonté des pouvoirs publics. S'ils reconnaissent que la prédominance des jeux d'acteurs autour des implantations commerciales appelle **l'introduction de procédures de concertation**, ils hésitent encore à proposer **l'installation de véritables espaces ou cadre de négociation.**

II-4-2-1- les acteurs de l'urbanisme commercial :

Le système commercial et composé de trois grands groupes d'acteurs :

- les distributeurs / producteurs détenteurs du capitale et responsables de la production, de la distribution et de la commercialisation des biens et des services ;

- les hommes, consommateurs et travailleurs, dotés des caractéristiques économiques, sociales et psychologiques et de styles de vie divers ;

- les décideurs de secteur public et privé, responsables de la régulation du système.

II-4-2-2-L'appareil commercial :

Ce concept désigne ici non seulement l'ensemble des établissements commerciaux de distribution, mais aussi la forme qu'ils peuvent prendre (commerce indépendant, intégré, associé), les modes de vente (vent traditionnel, en libre service, à domicile par correspondance, etc.), le type d'entreprises (petites, grande…), la nature des biens.

L'urbanisme commercial nécessite des moyens dont on peut citer:

*la concertation:

« L'urbanisme commercial représente un effort de concertation entre les entreprises et les pouvoirs publics pour un aménagement dont les objectifs sont à la fois le développement commercial et la restructuration du tissu urbain ».[1]

La société civile doit être associée dès le début du processus décisionnel surtout lors de la phase d'étude. Les vertus de cette concertation participative sont incalculables, le plus important reste la responsabilisation du citoyen que se soit commerçant ou consommateur vis-à-vis de la problématique urbaine.

*Organisation du paysage urbain :

-Placer le piéton au cœur des opérations de revalorisation de l'espace public.

-Faciliter l'accès au commerce pour tous.

-Développer une gestion de la mobilité et du stationnement qui privilégie l'intérêt général.

III-Evolution de l'espace du commerce :

La fonction commerciale a toujours façonné des lieux marquants la cité, des constructions particulières au commerce sont évoluées à travers le temps :

III-1-La place :

III-1-1- L'Agora : dans l'antiquité, « les grecs avaient intégré le marché à l'agora, c'est l'assemblée des citoyens qui se réunit pour écouter les décisions des chefs ou pour délibérer »[1]. « Le lieu de réunion est d'habitude la place du marché »[2].

[1] Wyssem Abderrahmane Meziane, 2005, « Impact du commerce sur l'urbanisation des petites villes : cas de Tadjenanet » mémoire de Magistère, université de Constantine, p 21

Place publique concentrant les activités religieuses, commerciales et administratives. « Elle était un endroit vaste et ouvert sur la ville, simple esplanade, elle s'entoura progressivement des grands bâtiments administratifs et culturels »[3].

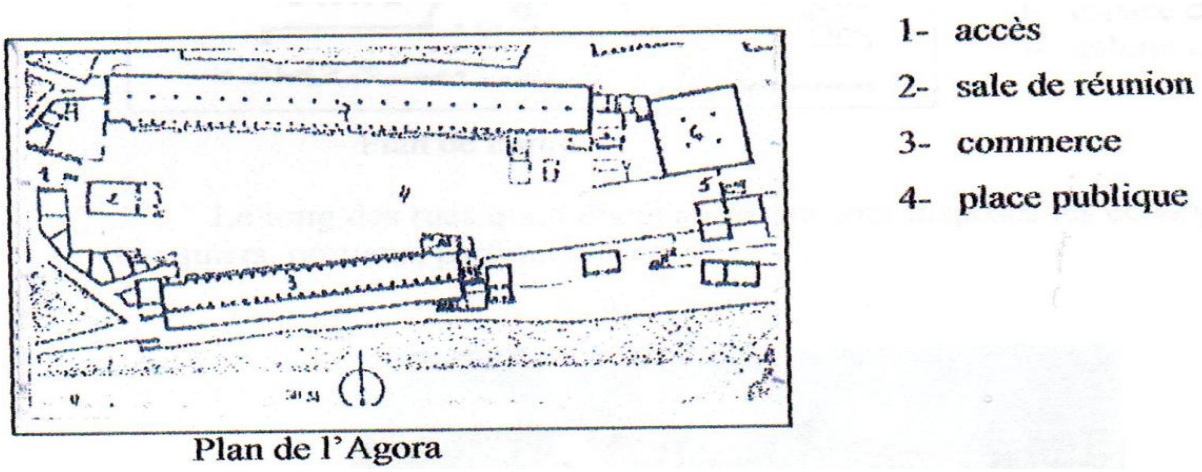
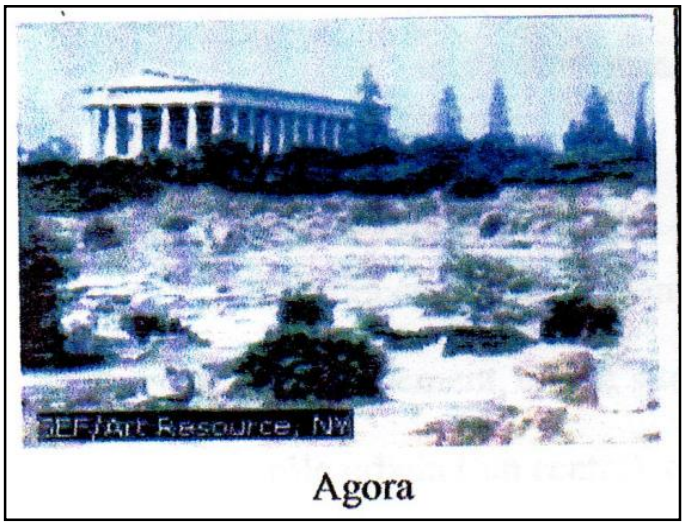


Fig. n° 03 : Le plan de l'agora

Source : Encarta 2010

Le centre de commerce : « salle rectangulaire, avait des colonnes, il dispose d'une salle d'exposition, des boutiques, des galeries, il se compose de deux étages ».[4]

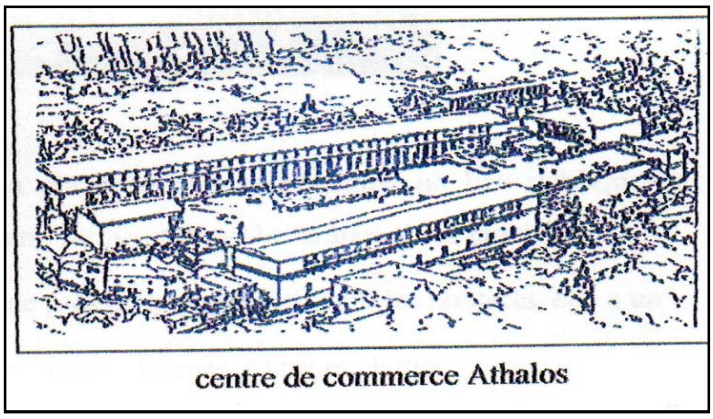
[1] Georges DUBY, « Histoire de la France urbaine. La ville médiévale », Tome 1, édit. SEUIL, 1985, 668p
[2] Leonardo Bénévole, « Histoire de la ville », Edition les Parenthèses, Paris, 1995, p42
[3] Encarta 2010
[4] SALEM. LAMIAI.M, « Architecture des anciennes civilisations, », BEIROUT, 1983, p 94



Agora

Fig. n° 04 : La vue de l'agora

Source : Encarta 2010



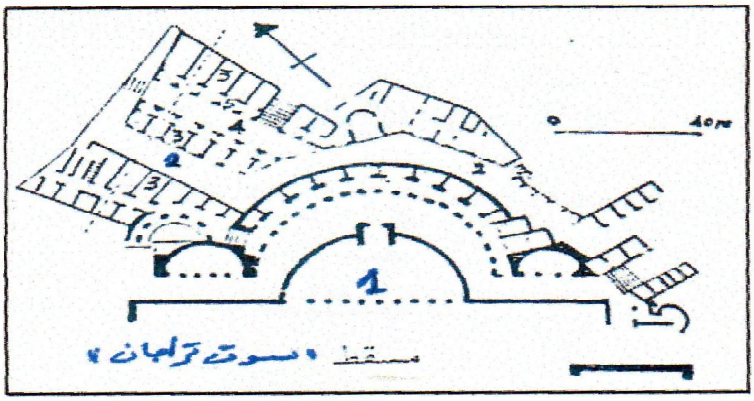
centre de commerce Athalos

Fig. n° 05 : centre de commerce

Source : Encarta 2010

III-1-2- Le Forum : c'est une place où se discutaient les affaires publiques, elle était le lieu de rencontre des marchands. « Le marché se déroulait en plein air sur une place carrée du forum. Il était organisé autour d'échoppes temporaires : les taberae. Acertaines occasions, le marché avait le lieu à l'intérieur de la basilique (grande salle rectangulaire qui servait principalement de cour de justice) »[1].

[1] Georges DUBY, « Histoire de la France urbaine. La ville médiévale », Tome 1, édit. SEUIL, 1985, 668p



1- Forum Trajan
2- parcours
3- boutiques
4- espace de commerce
5- galerie commerciale

Plan de Forum

Fig. n° 06 : Le plan de Forum

« Le forum de Trajan conçu sur trois niveaux de boutiques et de logements, ainsi qu'une grande galerie voutée abritant un bazar et une bourse, fut l'une des grandes réalisations romaines. Un niveau s'ouvrait sur la rue, les autres donnant vers l'intérieur du forum ».[1]

Le long des rues qui mènent au Forum sont disposés les échoppes : les courtiers, les banquiers, les orfèvres, les parfumeurs, copistes.

Dans le monde grec, l'agora était le lieu d'échange commercial et de vie publique par excellence, dans le monde romain le forum, qui ne s'était pas encore transformé en centre politique et souvent formé de boutiques et spécialisé dans la vente de certaines marchandises : un forum vivarium, un forum picarisme, un forum de légumes etc.

« Alors que dans le monde grec romain les marchés étaient localisés dans les places où au croisement des routes plus importantes de la ville, dans les civilisations occidentales les zones consacrées aux marchés sont situées prés des portes d'entrée de la ville pour permettre aux commerçants un accès plus facile ».[2]

« Le cours du fleuve, après une courbe très prononcée, ralentit et se divise en deux bas au milieu desquels se trouve une ile (l'ile Tibérine) ; là, le fleuve peut être traversé à gué ou plus facilement en barque, et sur la rive gauche une série de collines aux flancs escarpés arrivent à proximité de la berge. Sur la rive droite s'établissent une foire et un marché (qui demeurant dans la ville sous le nom de forum Boarium et Forum Olitarium) ».[3]

[1] Georges DUBY, « Histoire de la France urbaine. La ville médiévale », Tome1, édit. SEUIL, 1985
[2] http://www.medinaportal.net/portal/pages/po.php?ID
[3] Leonardo Bénévole, « Histoire de la ville », Edition les Parenthèses, Paris, 1995, p89

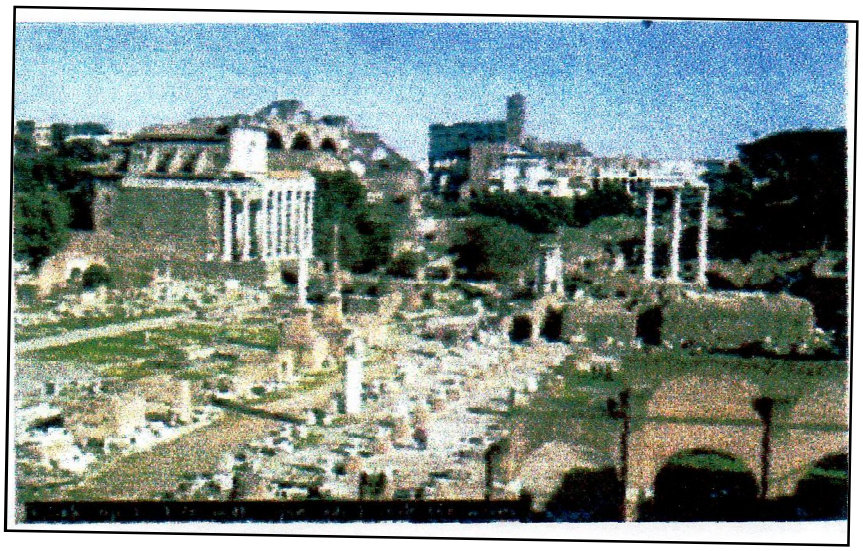


Fig. n° 07 : La vue sur Forum

Source : Encarta 2010

III-1-3- La place du marché (souk):

« Les places constituent des enceintes plus grandes-agora, forums, marchés-et ne se confondent pas avec les rues, qui forment d'étroits couloirs à peine suffisants pour le passage des piétons et des charrettes(les grande rues à arcades des villes hellénistiques sont des aménagements exceptionnels, comparables à des places allongées) ».[1]

« Durant la période du VIIIe au XIIe siècle, les villes arabes sont les plus grandes et les plus riches du monde. Bagdad a compté plus d'un million d'habitants et a été pendant longtemps le premier centre mondial du commerce et de la culture ».[2]

Les boutiques des commerçants ne sont pas regroupées sur une place, mais alignées le long d'une ou plusieurs rues, couvertes ou découvertes, qui forment le bazar.

On peut distinguer morphologiquement et architecturalement deux formes de souks :

- La première qui a été évolué à l'époque omeyyade où les souks étaient découverts. A l'étage il avait des constructions.

-La deuxième forme était un ensemble de boutiques compactées au bord de la rue principale et les rues secondaires, ce type facilite la fréquentation du client. »[3]

Aux entrées des villes s'est concentré l'ensemble des activités qui provoquent la saleté (boucherie), les nuisances (forgerie) et aussi les activités qui nécessitent le transport de marchandise lourde.

---

[1] Leonardo Bénévole, « Histoire de la ville », Edition les Parenthèses, Paris, 1995, p153
[2] Idem, p159
[3] Mohammed Abd Essattar, « La ville islamique », édit. Assemblée nationale de la culture et des arts, Koweït, 1988, p258

-Petit marché (S'wiqa) :

En plus de tout ce que la ville contient comme centres d'échange il ya d'autres centres privés; dans chaque quartier, en fait, il y a un petit centre de redistribution en son sein, ce centre d'activité économique est appelé petit marché. C'est un petit marché primitif, les résidents du quartier achètent ce qu'ils ont besoin, y compris les marchandises générales et les choses.

La place du marché constitue un lieu publique de regroupement, de rencontre, fréquentée par les arabes et les étrangers, …Généralement, elle se situe près de la mosquée, outre les contacts, elle a un rôle urbain (un centre) exemple : Damas, Masket, Hidjaz,…

Les marchés des villes de la méditerranée, lieu important dans la structure urbaine des villes, « sont parmi les espaces les plus charmeurs et ont toujours représenté le cœur de la vie citadine, le principal lieu de liberté où une multitude de personnes défile sous les auvents de fortune réalisés avec des stores, des tentes, et des claies qui protège du soleil. »[1]

III- 2-Les espaces couverts :

III-2-1-Moyen âge :

Au moyen âge, l'espace public de la ville a une structure complexe, car il est « le lieu des différents pouvoirs : l'épiscopat, le gouvernement municipal, les ordres religieux, les corporations. Ainsi une ville relativement grande n'a jamais un seul centre : elle a un centre religieux (avec la cathédrale et le palais épiscopal), un centre civil (avec le palais communal), un ou plusieurs centres commerciaux avec les « loggias » et les palais des associations marchandes »[2].

Au moyen âge, la place du marché est un lieu annexe (à coulommiers par exemple, la place du marché, en périphérie de la ville, servit principalement de champs de foire). Les marchés rassemblent temporairement, une à deux fois par semaine des marchands. Sans organisation ni structure, les rues, les carrefours, les quais, les parvis où mêmes les porches des églises sont investis par le marché.

III-2-2-La période moderne :

III-2-2-1- Les parcours et les marchés couverts :

« Ils ont apparu après la révolution industrielle, ils se caractérisent par la circulation piétonne dense. Ils se trouvent dans les grands quartiers».[1]

---

[1] Mohammed Abd Essattar, « La ville islamique », édit. Assemblée nationale de la culture et des arts, Koweït, 1988, p178

[2] Georges DUBY, « Histoire de la France urbaine. La ville médiévale », Tome 1, édit. SEUIL, 1985, 668p

[1] MAUGER.P, « Centres commerciaux », Edit. Moniteur, Paris, 1991, p9

III-2-2-2-La rue commerciale :

« Elle se trouve dans les grandes villes, avec l'existence des grandes vitrines d'exposition et diversité du commerce».[2]

Fig. n° 08 : La rue marchande à Bolzano

Source : Encarta 2010

III-2-2-3-Equipements commerciaux :

« Ils ont apparu au 20ème siècle, ils comportent»[3]

a) Centres commerciaux :

« Les premiers centres commerciaux, apparus dans les années 1960, étaient généralement implantés à l'extérieur des agglomérations et équipés de vastes parcs de stationnement. Le premier centre commercial était le Galleria Vittorio Emmanuelle, à Milan, Italie.

Des centres commerciaux furent implantés en plein centre ville le Forum des halles à Paris. Les galeries de l'Arabie à Dubaï qui s'ouvriront en 2006, devine Drout le grand centre commercial ».[4]

---

[2] Encarta 2010
[3] MAUGER.P, « Centres commerciaux », Edit. Moniteur, Paris, 1991, p6
[4] http://fr.wi Kipedia.org/wiki/commerce.

Un centre commercial désigne un ensemble de commerces et services qui se regroupent dans un même lieu. « Le concept de centre commercial est né aux Etats-Unis au début des années 1920 ».[1]

Le centre commercial comme structure commerciale est évolué au sein des changements économiques, mutations urbaines et des nouvelles politiques commerciales (distribution, vente,…).

« La conception de ces espaces s'est développé pour s'intégrer dans un environnement urbain car on notera divers types de centres commerciaux vu leurs tailles, offre marchande et leur chalandise. On peut distinguer : « les centres commerciaux régionaux, les grands centres commerciaux »[2].

b) Centres multi fonctionnels :

« Ils ont apparu après les congrès C.I.A.M (1928). Ils comportent des espaces administratifs, culturels, commerciaux, de loisirs, salles de cinéma, salles de spectacle… » [3].

c) Centres d'affaires :

« Ils comportent des bureaux de grandes entreprises nationales et étrangères, hôtels, commerces… »[4].

Conclusion :

[1] René-Paul DESSE et all, « Dictionnaire du commerce et de l'aménagement », édit. Presses Universitaires Rennes, 2008, p49
[2] Idem
[3] EBE RHARDU.Z, « architecture multi fonctionnelle », Edit. Moniteur, Paris, 1983, P9
[4] Beaujeu.GI, Annie Delobez , « Géographie du commerce », Edit. MASSON, Paris, 1977, p210.

Le commerce a souvent joué le rôle de fondateur de cité. De nombreuses villes se sont développées dans des lieux propices au commerce, carrefours de routes, embouchures ou confluents de fleuves, accès à la mer.

Parmi les traits principaux des villes étudiées c'est leur caractère commercial, dont certains chercheurs ont noté que la naissance des villes était dans son origine des centres d'échange commercial.

Elles naissent des croisements des rues commerciales et cette activité devient source principale des revenues qui s'entassent dans les villes ce qui a participé dans son évolution et son progrès. Le commerce est la source financière et aussi politique et militaire. Cette évolution a permis d'étendre le périmètre de la pratique de l'activité commerciale hors ses limites internes et puis d'établir des relations commerciales entre les différentes nations.

De ce fait l'activité commerciale a pris d'autres dimensions à travers le temps et a dépassé même sa dimension économique (à partir de la favorisation de bénéfice et l'extension du commerce pour prendre des dimensions) sociales et culturelles et cela par l'échange des cultures et la transmission des nouvelles et l'évolution des relations sociales entre les nations

Outre la diversité des dimensions de la pratique de l'activité commerciale (économiques, sociales, culturelles), les formes de la pratique de cette activité se sont diversifiées à travers le temps ainsi que sa configuration de l'espace du commerce architecturalement et urbanistiquement, dont la structure commerciale est une composante importante pour l'espace de la ville et sa structure.

Le processus de l'évolution architecturale et urbaine du souk dans la ville islamique avec sa typologie a suivi les principes de l'islam qui cherche ″l'intérêt″ entre l'interdit ″le tort″, ce qui reflète la création de ces espaces selon le besoin de la société islamique.

Au sein des évolutions actuelles que connait l'activité commerciale (développement technologique, disponibilité des moyens de transport, le développement de mode de vie…) l'espace commercial ancien à caractère traditionnel est mis en face des défis qui influent sur son existence dans la ville et sa continuité et ou sa durabilité.

CHAPITRE 02

ROLE DU SOUK A TRAVERS LES EXPERIENCE ETRANGERES

I-L'EXPERIENCE MAROCAINE:

Le secteur du commerce est l'un des piliers de l'économie marocaine, il contribue à la création des richesses tout en regroupant une large gamme d'activités, qui se caractérisent par la diversité de leur formes (commerce traditionnel, grandes surfaces, centres commerciaux,…).

Durant les recherches analysées dans le deuxième chapitre, il est apparu que « la distribution traditionnelle au Maroc consiste en leurs formes suivantes : le souk, les marchés municipaux, les épiceries et les rondeurs ambulants. Le souk est un espace d'échange traditionnel qui joue un rôle déterminant dans la société marocaine, pour des raisons économiques et socio – culturelles, dans la mesure où c'est un lieu de polarisation des activités à la fois commerciales, artisanales, de services et de loisirs, et en fonction de sa dynamique il peut exercer un rayonnement allant au- delà du milieu local ou régional pour atteindre un niveau national ou mondial. »[1].

Il existe deux types de souks : les souks urbains et les souks ruraux. « Les souks sont à caractère rural, où sont vendus généralement les produits agricoles (céréales et produits frais) et les animaux. Ils sont organisés généralement d'une manière hebdomadaire dans un espace géométrique »[2].

« Étymologiquement, le *souk* est un mot arabe qui signifie marché traditionnel. C'est un emplacement, sans bâtiment, où, à jour fixe, tous les gens de la tribu viennent apporter leurs denrées et leurs troupeaux pour les vendre ou les échanger. Le souk se tient alternativement dans chaque tribu et prend le nom du jour de sa tenue. Cette périodicité est liée à un certain nomadisme des commerçants qui allant d'un souk à l'autre, font le tour de la clientèle, d'étape en étape, du souk du lundi au souk du dimanche »[3].

Photo n° 01: Vue générale d'ancien marché BER-RECHID au Maroc

Source : www.marocantan.com/2007/07/souk-de-berre-1.html

La caractéristique principale des souks traditionnels du Maroc c'est que chaque tribu avait son souk, sur le territoire de laquelle se tient le souk. Il existait *souk Kmiss Talaouete* et *souk Khmiss El Fokra ouled Abdallah.* Sur le plan institutionnel, il est interdit aux particuliers d'ouvrir ou de tenir des marchés clandestins, sous peine de saisie ou de séquestre.

« Le souk du lundi est un point stratégique dans lequel se traitent de fortes transactions des céréales et autres grains d'exportation, en plus des ventes et achats d'animaux et de laines. Son activité entraîne l'afflux des courtiers de Casablanca et le déplacement des gens de toute

[1] Rapport de Chemonics, Inc sur «quelques éléments sur la grande distribution au Maroc », USAID/MOROCCO Mission, U.S Agency for international Developpment, Janvier 2006
[2] Idem
[3] http://www.marocantan.com/2007/07/souk-de-berre-1.html

la tribu et des tribus voisines, telles que les ouled Ziane ; Mdakra ; ouled Said ; Mediouna ; Mzab ; Mzamza ; Soualem, etc. ».[63]

Les gens se déplacent vers le souk par des moyens qui étaient anciens (pédestres ou par les bêtes), en formant une caravane.

Photo n° 02: Le départ des marchands

Source : www.unevieafedala.com

On trouve tout dans le souk, depuis les produits importés jusqu'aux produits des différentes villes du Maroc spécialisées chacune d'elles dans un type de production, il se trouve aussi des artisans (le forgeron, le vannier, les bouchers,…).

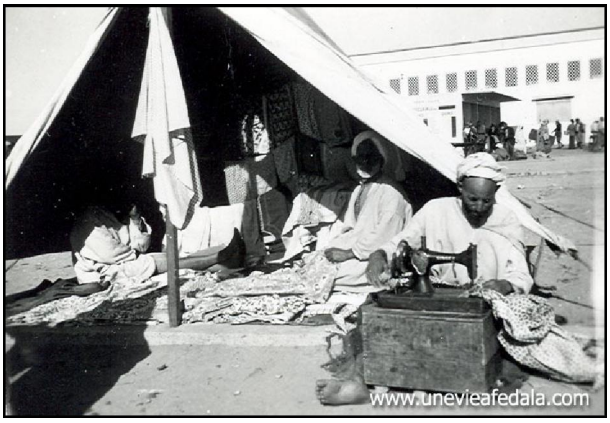


Photo n° 3 : Le tailleur ambulant effectue les retouches près du marchand de tissus

Source : www.unevieafedala.com

I-1- Etude de l'espace souk :

Il existe deux types de souks : les souks urbains et les souks ruraux.

I-1-1-La situation par rapport à l'agglomération :

> « Des souks citadins sont généralement situés au centre des médinas et renommés par leur richesse et par la diversité des produits qu'on y trouve : épices, fruits secs, tapis, poteries, costumes traditionnels et divers produits d'artisanat. Au sein de ces souks,

[63] http://www.marocantan.com/2007/07/souk-de-berre-1.html

des espaces sont réservés aux "kissarias" spécialisées dans la vente des bijoux et des objets de valeurs »[64].

Nous appellerons "souks permanents" les marchés qui se tiennent dans des boutiques. Il faut alors faire la différence entre le grand souk central, et les "souika" qui «sont des petits ensembles de boutiques que l'on retrouve groupées à proximité des quartiers d'habitation. Ces "souikas" sont construites le long des voies principales de circulation, la densité des boutiques est plus forte à proximité de l'entrée des *derbs*. Il s'agit principalement du regroupement des différents commerces de proximité (épicerie, légumes, charbon de bois)»[65].

Les souks ruraux et périurbains, à la différence des souks quotidiens urbains, ce qui existe en milieu rural sont hebdomadaires, ils sont le lieu de vente et d'achat des denrées requises pour une semaine, comme des endroits d'échange culturel et de tissage de liens sociaux.

I-1-2-La géographie des souks :

La répartition géographique des souks n'a rien d'aléatoire mais dépend de plusieurs critères :

- ✓ La valeur commerciale de la marchandise.
- ✓ L'espace nécessaire à sa fabrication.
- ✓ Les nuisances éventuelles pouvant incommoder le voisinage.

«La médina Marrakech compte une vingtaine de souks et autant de corporations qui rassemblant de nombreux d'artisans. Ses ruelles communiquant par de grandes portes formant un circuit où on trouvera des petites qui se rassemblant »[66].

« La zone commerciale de la médina s'ordonne suivant une hiérarchie qui organise l'emplacement des corporations en allant du centre, la mosquée Ben Youcef vers les remparts. Les ateliers et les boutiques de produits de luxe sont établis près de la mosquée. A la périphérie sont installés les métiers polluants, bruyants. Au-delà des remparts rejetées les activités en relation avec la vie rurale ou les espaces exigeant beaucoup d'espaces (poterie, huilerie). Au dela de l'enceinte, enfin, se déroulent les marchés hebdomadaires (bab khmiss) »[67].

Principaux souks de Marrakech[68]

- Souks des Tanneurs et des Teinturiers : il reste quelques ateliers.
- Souk des tallendiers : les artisans travaillent le cuivre jaune et rouge avec une remarquable habileté.
- Souk Ahiak : marché de tissus, et vêtements.
- Souk Attatine : marché de la dinanderie.
- Souk Cherratines : marché des selliers.
- Souk Chouari : marché des vanniers et tourneur sur bois.

[64] Caroline Gaultier Kurhun, « Patrimoine culturel marocain », Edit. Maison neuve et La Rose, Paris, 2003
[65] La médina de Marrakech 2001, p112
[66] www. Le souk de marrakech.fr
[67] www.couleurmarrakech.fr
[68] www.azureva.com/maroc/magazine/souk.php3 par Devis Groupes

- Souk Dlala : marché aux enchères de djellabas.
- Souk El Kebir : marché des maroquiniers.
- Souk Eloustat : marché des tissus, laine, couverts en bois, etc...
- Souk Haddaddines : marché des forgerons.
- Souk Les Tamis : marché des lustres et des lampes en fer forgé.
- Souk Moulay Ali : divers ateliers.
- Souk Nejjarines : marché des menuisiers.
- Souk Rabia : marché des tapis.
- Souk Smata : marché des babouches.
- Souk Zrabia : marché de la maroquinerie, caftans et tapis.
- Souk Kassabine : marché des épices
- Souk des bijoutiers.

Les souks de la ville de Marrakech se caractérisent par une certaine spécialisation de commerce tout en influençant sur le nom des souks et leur disposition dans la ville, sous forme des quartiers et rues spécialisés. De nombreux souk spécialisés se tenaient à des heures ou des jours précis en certaines places de la ville.

«Ainsi sont bannies du souk les tanneries (quartier Debbaghine) où l'on emploie depuis toujours des méthodes ancestrales afin de colorer le cuir. A l'extérieur aussi les encombrants ateliers des poteries. On retrouvait les plats à tajine, bougeons, cendriers et vases au souk des potiers (souk Fekharines) que l'on retrouve désormais un peu partout. Le souk el Khemis (souk du jeudi) était également relégué en dehors de l'enceinte de la médina car il accueillait le bruant marché au chameau, on y trouve désormais quotidiennement un marché au puces »[69].

Photo n° 4 : Vue sur le souk de Marrakech
Source : www.lesoukdemarrakech.fr/index.php/le-souk-en-histoire

« En périphérie tenaient place les souks relatifs à l'alimentation, denrées peu onéreuses : sur la ceinture sud se trouvaient le souk des dattes (souk Ablenh, aujourd'hui marché des olives), le souk des œufs (souk Benhadine), le souk des viandes (souk Djemma Elfna, attenant à la place), ce dernier organise des ventes aux pigeons le vendredi et le dimanche. Sur la ceinture Nord, le souk du vermicelle (souk chaia) voyait les femmes battre le blé et transformer la semoule en pâte»[70].

[69] www. Le souk de marrakech.fr
[70] La grande Encyclopédie de Maroc -géographie humaine-Aspects sociogéographiques des activités artisanales au Maroc, p193

De même, les souks en rapport avec le monde rural étaient relayés sur les bords. C'étaient le cas par exemple du souk des cordes (souk cheratines, désormais privilégié de la maroquerie) ou du souk Serrajines (souk des selles de cheval, dont quelques exemplaires ornent encore les lieux).

Les souks périodiques surtout en milieu rural restent par excellence le lieu d'approvisionnement des villageois qui se drainent de tout part du territoire afin de satisfaire

leur besoin matériel (en achetant avec une liberté et à l'aise), et leur envie de se rencontrer et de se communiquer avec autrui.

Photo n° 5: Le négoce est favorisé **Photo n°6** : rencontres sociales

Source : www.zoulstory.com/blog/?2005/02/15/197-un-tour-au-souk-hebdomadaire-dazrou-maroc

« Le plus connue de ces marchés est certainement celui qui se tenait tous les jeudis à Bab Khemis et qui se déroulait en partie à l'extérieur et partie à l'intérieur des remparts où un large espace était réservé semble –t-il aux campements temporaires »[2]

Les souks ruraux et périurbains : à la différence des souks quotidiens urbains, ceux qui existent en milieu rural ou suburbains sont hebdomadaires. L'existante d'un marché dans la ville sa donne une valeur de plus de plus pour son importance économique et touristique. Pour aller dans les villes marocaines, on passe obligatoirement au souk, un des endroits les plus intéressants du Maroc (exemple de Djamaâ fna).

[2] www.lesoukdemarrakech.fr/index.php/le-souk-en-histoire

Photo n° 7 : Vue sur la place Djemaa El fna
Source :
http://www.qype.fr/place/121779-place-Jemaa-el-Fna-Marrakech/photos/641721

Au milieu de l'après midi, la place se transforme en grande scène de théâtre pour un large spectacle. «On trouvait le charmeur de serpent, à côté de lui un musicien avec sa flûte, les vendeurs de thé et d'eau avec leurs vêtements rouges»[1]. La place Djemma Elfna jouait aussi ce rôle, le marché y était quotidien mais limité à certains produits et à certaines heures de la journée.

Les marchés de denrées alimentaires se trouvaient en périphérie du grand souk central, près des quartiers d'habitation, et à proximité des portes de la ville. Spatialement, les souks surtout de Marrakech est un ensemble de boutiques le long des ruelles donc le commerce se développent autour d'axes de circulation « l'axe principale est l'axe Nord – sud qui mène de la Djemma Elfna à la mosquée centrale (Ben Youssef) » [2]. Le souk occupe donc le centre de la ville, ce qui lui attribue une caractéristique de communication. Il est distinct dans le tissu urbain, il apparaît comme une zone compacte puisqu'-il occupe une superficie importante.

« La place Jemaa el Fna couvrant une superficie de près d'1 ha est située à l'ouest de la médina de Marrakech1 (cf. figure 1). Elle était, avant la construction des quartiers coloniaux, une des principales portes de la ville et accueillait de nombreux souks et marchés (Wilbaux Q., 2002) à la marge desquels des artistes prenaient place, comme ce fut souvent le cas aux portes des médinas marocaines (Troin J-F., 1975). Cette double appropriation marchande et artistique s'est imposée dans ce lieu qui fut restructuré de nombreuses fois lors de son histoire. Au cours du XXème siècle et avec l'expansion de la ville à l'Ouest, elle fut progressivement intégrée à la ville pour devenir centrale (Borghi R., 2003, 2004). De ce fait, aujourd'hui, tous les réseaux de transports y convergent et y déposent une population nombreuse et diverse composée de touristes nationaux et internationaux, des habitants de la médina et des quartiers modernes, de vendeurs à la sauvette, de cireurs de chaussures, de restaurateurs, de conteurs, de musiciens ou encore de policiers. »[3]

[1] www.lesoukdemarrakech.fr/index.php/le-souk-en-histoire
[2] La médina de Marrakech, 2001, p114
[3] Colloque arts et territoires : vers une nouvelle économie culturelle ? Dans le cadre du 76e Congrès de l'ACFAS, Québec, 6 et 7 mai 2008.

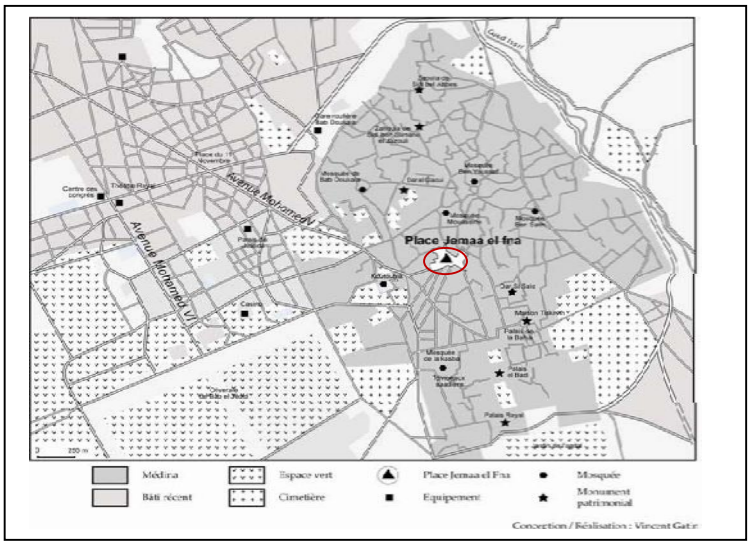


Fig. n° 9 : Carte de situation de la place Djemaa El Fna de Marrakech
Source : Vincent Gatin

I-2- Etude de fonction :

Certains souks sont à caractère spécifiquement agricole, d'autres sont polyfonctionnels, mêlant le commerce de denrées alimentaires aux services, aux loisirs et aux spectacles et aux différents métiers.

I-2-1- L'organisation spatiale des souks :

I-2-1-1-Aspect sociogéographique des activités artisanales au Maroc :

La tradition artisanale urbaine est un phénomène font ancien au Maroc, puisqu'elle remonte à une époque bien antérieure au Xe siècle de l'ère chrétienne. Un tel développement ne pouvait naturellement se produire qu'au sein d'une culture urbaine forte avancée (cf. Golvin).

I-2-1-2-La corporation (hanta) et ses représentants :

D'après l'étude de Geerz sur le bazar en Maroc, il a trouvé que dans la ville, toutes les branches artisanales étaient organisées en hanta, ou corporation. Celle-ci décidait les domaines aussi bien économiques que sociaux, techniques et spatiaux relatifs à la profession. Chaque unité artisanale de production était ordonnée de façon hiérarchique : le "maître" (maâlem) dirigeait cette unité indépendante et faisait travailler les "compagnons " (Sanaa) et les apprentis (mataâlem).

Le chef de la corporation **:** (amin) représentait ses confrères auprès des autres métiers il intervenait chaque fois que des plaintes ou des désaccords relatifs à la qualité du produit opposaient producteurs et clients. On reconnaissait sa compétence sur le contrôle de la qualité des produits. En outre, il organisait les secours apportés aux membres de la hanta en cas de

nécessité ; il collectait l'aide et la remettait à la famille des défunts. L'amine était de même responsable des contributions de la corporation aux fêtes et cérémonies, en particulier les manifestations religieuses.

Photo n° 8 : L'artisanat marocain

Source : http://www.harryson.net/les-souks.html

Naturellement, l'amin n'était pas tenue de pendre seul de telles décisions ; il pouvait pour ce faire s'appuyer sur l'aide d'un confrère. Enfin dans plusieurs villes, l'amin était habilité à approuver le recrutement de tout nouveau membre (cf. Massignon, p104). « L'amin est le sage d'une corporation. Elu démocratiquement par ses seins, sa tâche de résoudre les **conflits** entre artisans ou litiges entre apprentis et les maîtres. Il conserve sa fonction tant que l'unanimité de ses airs demeure, et son mandat n'est donc pas limité dans le temps ». [1]

L'organisation traditionnelle du marché : le système de la criée (dellal)

L'organisation du marché de l'artisanat concernait aussi bien l'achat des matières premières brutes que la vente des produits après leur réalisation. Une procédure très originale s'est ainsi développé dans les pays du Maghreb : « Sur ce marché qu'est la criée, ce qui s'affronte de port et d'autre, ce sont non point un producteur et un marchand, un acheteur et un vendeur, en un mot deux contractants isolés, mais deux corporations. Les deux groupes ne se touchent qu'à l'heure et à la place convenues, par l'intermédiaire du dellal » (cf. Bousquet et Berque). Le déroulement du négoce se faisait comme suit : «le premier marchand (Bazari) sollicité par le dellal offrait un prix pour l'achat du produit concerné. Le dellal sollicité alors une autre offre, en prenant soin de calmer le prix déjà atteint. »[2]

Selon J.F. TROIN "le souk est le point de contact majeur avec l'extérieur ". TROIN était le principal auteur des marchés hebdomadaires au Maroc qui à son tour le pays le plus riches de ce type de structure commerciale. Selon lui il existe plus d'un millier des marchés hebdomadaires, où des masses importantes de population se drainent vers ces points régulièrement en temps et en espace. La vie économique et sociale du Maroc est animée par

[1] http://www.aujourd'huit.ma/magazine.détails405734.html
[2] La grande Encyclopédie de Maroc- géographie humaine, p187

l'institution "soukière" qui est enracinée dans l'histoire et la tradition du pays, dont les marocains sont attachés à leur monde rural.

« Le souk constitue ainsi une ville éphémère »[1], tout un paysage qui s'impose, on aperçoit des toiles blanches de loin, où les tentes des commerçants voisinent avec les étals des fellahs. Le marché contient tout : le bétail, des boutiques fixes, un abattoir et locaux administratifs, le tout font le souk.

L'organisation interne des souks est rigoureuse, dont le tout est à sa place : les étalages disposés, les commerces qui sont hiérarchisés dans l'espace. A l'extérieur, aux environs, les souks constituent l'élément organisateur et structurant de l'espace car ils se disposent en réseaux. La périodicité des marchés permis de couvrir aux mieux les agglomérations voisines à partir d'un marché –pôle.

I-3- Place du souk dans l'économie, la ville et la société :

Le souk est un espace d'échange traditionnel qui joue un rôle déterminant dans la société marocaine pour des raisons économiques et socio-culturelles, dans la mesure où c'est un lieu de polarisation des activités à la fois commerciales, artisanales, de services et de loisirs ; en fonction de son dynamisme, il peut exercer rayonnement allant au-delà du milieu local ou régional pour atteindre le niveau national ou mondial.

La géographie des souks marocains sont ordonnés, cet ordre obéit à plusieurs critères : un critère économique qui tient compte de la valeur des produits, et un critère de commodité, lié à la gêne causée au voisinage.

Les souks constituent le moteur de développement économique et un élément de ressources financières, pour les communes qui les abritent par la perception des montants d'adjudication. L'influence des villes sur les souks s'est accrue et les marchés campagnards son de plus contrôlés par les circuits de distribution et de ramassage urbain.

Les souks expriment une manière d'adaptation, il a une forte attractivité, il est inséré dans les plans d'aménagement, comme lieux d'équipement et de desserte des populations. Ils consistent des éléments durables du patrimoine du pays, et c'est à travers les différents rôles joués par ces structures (économiques, sociaux, culturels, touristiques, urbains)

Le souk permis bien sûr d'acheter des produits, c'est une source de revenue importante pour les artisans du royaume « aussi y trouve –t- on de tout et n'import quoi dans un véritable bazar organisé : Tapis, souvenirs, ornementations, alimentations, épices, art traditionnel… »[2]

Les souks contiennent des boutiques, mais également des ateliers et parfois des habitations, ils regroupent les pratiques humaines .Le souk c'est tout le charme et l'hospitalité du Maroc réunis en un seul lieu.

---

[1] J.F TROIN, « Maroc. Région, pays, territoires », édit. Maison neuve et la rose, Paris, 2003
[2] www.marocsouk.uniterre.com

Les souks sont aussi un lien important des relations sociales ; c'est au souk que se règlent les litiges, les empruntes, et aussi les projets de mariage, c'est le milieu de sociabilité par excellence.

A l'origine, le souk permettait aux différentes tribus de se rencontrer en terrain neutre .Pour les touristes, le souk est un endroit incontournable qui permet de se prolonger pleinement dans l'ambiance marocaine et de prendre la température du pays.

Pourtant, le souk marocain porte en lui assez d'originalité, de force d'organisation et de résistance, de dynamique économique et sociale «pour être encore un maillon indispensable dans la chaine commerciale qui intègre aujourd'hui la compagne au mode de production capitaliste dominant : il a ses structures, sa hiérarchie, son ordre et sa fonction»[1]. Bien qu'il est exempt de tares économiques, bien au contraire, mais parce qu'il facilite le regroupement de biens et d'hommes, «le rassemblement social, les contacts personnels»[2].

Le dynamisme commercial de Maroc peut- il être considéré exclusivement comme un phénomène induit artificiellement par l'essor touristique ?

De nombreux souks du Maghreb, devenus «souk pour touriste », et désertés par la clientèle marocaine, les souks ruraux ont demeuré d'abord des souks pour les marocains. Des commerces s'adressent exclusivement aux touristes étrangers existent en nombre mais leur importance est encore marginale.

[1] www.presee.fr/web/revues/home/prescript/article/hom 0439
[2] Jean-François Troin, « Les souks marocains. Marchés ruraux et l'organisation de l'espace dans la moitié nord du Maroc», EDISUD, 1975, p197

II-L'EXPERIENCE FRANCAISE :

L'activité commerciale et ses lieux, notamment le marché a une épaisseur historique, dont la place marchande en France a évolué à travers l'histoire en passant par des époques qui l'ont transformé en forme et en fonction.

Au moyen Age, la place de marché s'est située hors de la ville (en périphérie), «elle est un lien annexe (à Coulonniers par exemple, servit principalement de champ de foire».[71] Dans ce lieu se rassemblent les marchands et les acheteurs temporairement une fois par semaine (dans certains moments deux fois par semaine). La fonction marchande occupe des lieux stratégiques et de fréquentation publique assurée car ceci renforce et anime cette fonction. Le commerce se développe et s'augmente là où il y a un poids humain important. Ces espaces donnent une certaine liberté à l'activité commerciale vu l'aspect naturel qu'elle possède, «les rues, les carrefours, les quais, les parvis ou même les porches des églises sont investis par le marché».[72]

Toujours les espaces publiques ont été les endroits privilèges pour l'installation des activités commerciales. Les grandes voies étaient les lieux où se tiennent les foires une fois par an qui représentent l'élément essentiel de la vie économique soit au niveau national ou international.

Vu les exigences climatiques, et le besoin de faire sédentaire l'activité commerciale dans la ville, les espaces de commerce ont pris une autre forme et un autre aspect qui était les petites halles. «A Paris les plus anciennes halles datent du XIIe siècle »[73]. Les halles ont un rôle économique de ces halles en matière d'approvisionnement des populations qui se convergeaient vers ces points. Dans sa fonction la halle est un marché au détail de denrées alimentaires.

Photo n° 9 : Vue sur Halle centrale de BALTARD, Paris 1950

Source : Dictionnaire illustré de l'Art urbain, 2006

[71]Georges DUBY, « Histoire de la France urbaine. La ville médiévale », Tome 2, édit. SEUIL, 1985, 668p
[72] Idem
[73] René-Paul Desse et all, « Dictionnaire du commerce et de l'aménagement », édition presses universitaires de Rennes, 2001, p219

La révolution industrielle avait des impacts sur les espaces de commerces notamment les marchés, dont il a permet l'apparition d'une certaine spécialisation des marchés vu l'accroissement du nombre des citadins qui s'accompagne d'une augmentation de consommation des produits. Le marché devient un grand équipement permanant en format urbain. Mais le marché couvert est rarement inclut dans les plans d'urbanisme en France.

Les villes en France, ont connu des mutations urbaines surtout après la seconde guerre mondiale qui ont touché principalement les «centres commerciaux et les grandes surfaces qui ont été transférés du centre ville vers les entrées des villes»[74].

Les marchés en plein air se caractérisent par leur périodicité, « ils peuvent varier de six jours par semaine (marché quotidien) à plusieurs fois par semaine (marché hebdomadaire, bi ou tri- hebdomadaire) ou on deux fois par mois (marché mensuel, marché bi mensuel ou foire). Cet aspect temporel de l'activité commerciale se reflète dans l'usage du terme ''jour du marché'' »[75]. La temporalité des marchés périodiques en particulier les foires est liée au jour de vacance de la clientèle, ces foires se caractérisent par son aspect touristique dont elles profitent des afflux denses.

Actuellement (XXIe siècle), les marchés en plein air s'adaptent aux mutations et à l'aménagement urbain et l'urbanisation des quartiers des villes, tout en prenant un simple étalage pendant quelques heures une ou deux fois par semaines où s'exposent différents produits (fruits et légumes, fleurs,…) occupant des rues ou esplanades des quais ou des espaces sous métro.

Photo n° 10 : Rue marchande sur BROCANTE
Source : Dictionnaire illustré de l'Art urbain, 2006

Photo n° 11 : Marché, Aix –en- PROVENCE
Source : Dictionnaire illustré de l'Art urbain, 2006

[74] Georges DUBY, « Histoire de la France urbaine. La ville médiévale », Tome 2, édit. SEUIL, 1985, 668p
[75] René-Paul Desse et all, « Dictionnaire du commerce et de l'aménagement », édition presses universitaires de Rennes, 2001, p 222-223

En France, particulièrement apparaît un autre phénomène « les vides greniers », les brocantes, ou les puces où se vendent des objets déjà utilisés. Ces marchés ont lieu le dimanche et deviennent des lieux de curiosité et de promenade en famille. En conclusion, «la qualité de la vie sociale d'un quartier dans les agglomérations, les villes ou les villages, dépend de la présence périodique de marché de plein air dans l'espace public ; ils contribuent à l'animation urbaine ».[76]

Ces lieux, en l'occurrence, les marchés sont des lieux publics qui offrent des marchandises qui permettent leur rencontre. C'est la qualité qui attire la clientèle.

Plusieurs recherches et études des spécialistes en domaine d'urbanisme et de géographie du commerce, dont on peut citer : jacqueline Beaujeu Garnier et René-Paul DESSE, ont montré qu'en France jusque dans les années 80, l'activité commerciale s'est pliée au modèle qui caractérise le commerce des villes à prédominance du commerce de détail concentré en centre-ville, et la diversité des marchés en plein air qui se tiennent périodiquement dans les différentes cités. La transition vers un modèle défini par la périurbanisation et le polycentrisme de la distribution des établissements commerciaux, qui s'est développé, dans de nombreux villes, tout au long du XXe siècle, a apparu d'une manière explosive et avec un changement radical de la géographie du commerce. Ce changement caractérisé par l'apparition des centres commerciaux périphériques où se distinguent particulièrement l'ouverture de ces espaces jusqu'à une heure tardive et l'offre de différents services (stationnement, loisir…).

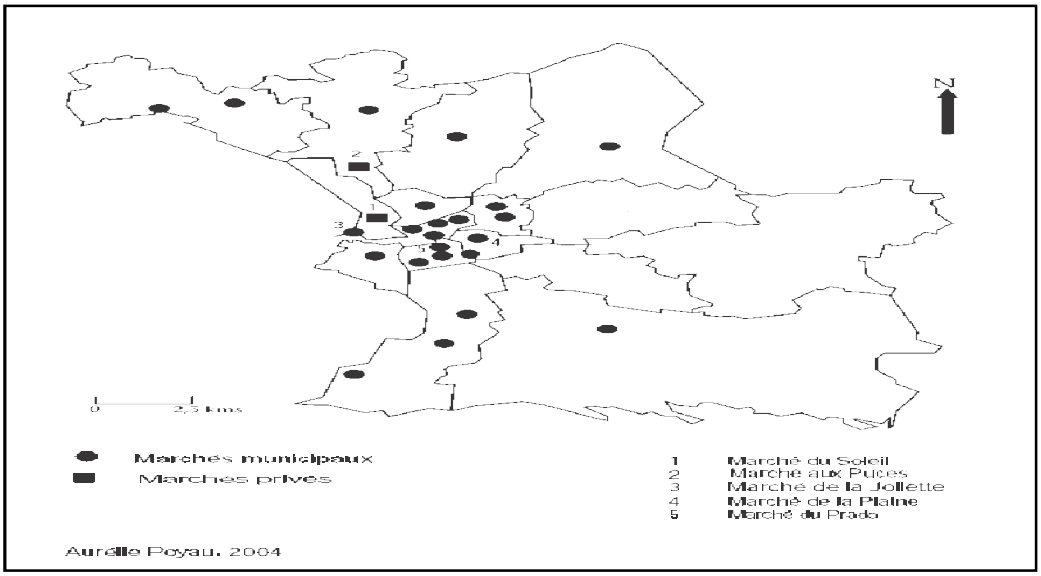


Fig. n° 10 : La localisation des marchés de Marseille en 2004

Source : Réné-Paul DESSE

[76] www.rives.revues.org/1503. « Marché au Nord, marchés au sud par Aurélie, p69-88

Les espaces de commerce dans les villes de France que se soient du commerce de centre-ville, périphériques, les places marchandes se caractérisent par de différentes qualités, dont on peut citer la qualité de ces changements qui a provoqué un impact sur le tissu commercial existant. L'impact a de plus été amplifié par la mobilité de la population (consommateurs) et la dynamique des quartiers. Cette mobilité qui se partage entre la fidélité aux activités offertes par le centre-ville et la curiosité d'avoir plus de chance d'approvisionnement des espaces de périphérie.

II-1- Typologie :

Concernant les marchés en France, d'un point de vue géographique nous distinguons les marchés localisés dans le centre ville de ceux implantés dans les quartiers périphériques. Généralement, le marché du centre ville est beaucoup plus ancien et situé au cœur des quartiers historiques est de la ville. «Exemple du marché qui se tient sur la places des Capucins à Noailles dans le premier arrondissement de Marseille existe depuis 1808».[78]

D'un point de vue temporaire nous distinguons les marchés permanents et les marchés temporaires. Les marchés permanents sont en nombre réduit et sont intégrés dans des bâtiments (marchés aux Puces de Marseille). Ils sont couverts et disposent de services comme (bureaux de gestion, toilettes, entrepôt, postes…).

« D'un point de vue de gestion, il existe plusieurs formes de gestion »[79] :

- La gestion directe (régie municipale qui taxe les commerçantes).
- La gestion déléguée (concédée à un concessionnaire).
- Le service public à caractère commercial.

Le marché temporaire fonctionne quelques heures par jour, plusieurs fois par semaine. Il s'installe sur les places publiques (le marché de la Belle de Mais sur la place Bernard Cadenet), dans les rues, sur les cours.

Les stands de commerçants en plein air prennent de différentes formes (parasols, cartons,…). Ces aires utilisées momentanément dans la semaine ou dans la journée, sont employées le reste du temps à d'autres usages tel que le stationnement.

II-2- Les acteurs :

Le rôle des commerçants est, par essence, de rapprocher les marchandises de leur clientèle finale, ils offrent un commerce de proximité exercé sur marché.

Selon Aurélie Poyau, le marché constitue "une microsociété" et les commerçants sont très différents. Il a distingué les «journaliers», présents tous les jours, sur le même marché et la même place. Les forains, ou les commerçants non sédentaires vont de marché en marché.

---

[78] www.rives.revue.org/1503. « Marchés au Nord, marchés au Sud par Auréllie, p69-88 ».
[79] René-Paul Desse et all, « Dictionnaire du commerce et de l'aménagement », édition presses universitaires de Rennes, 2001, p 222-223

Il existe aussi des sauvette, des personnes non commerçantes qui vendent sur le marché sans autorisation. Les places sont attribuées aux commerçants de différents critères (ancienneté d'inscription au registre du commerce, l'appartenance à la ville).

L'importance du marché, du point de vue du nombre de commerçants, est donc variable du fait de la présence des «sauvette», mais aussi du point de vue de l'organisation spatiale. Dont certains jours de la semaine, ces marchés peuvent agrandir l'espaces de vente initial.

Malgré les offres exceptionnelle qu'elle donne l'activité commerciale en centre ville ou à la périphérie en matière de qualité, une importante clientèle se converge vers les points des marchés en plein air afin de satisfaire leur besoin en produits locaux et naturels et leur envie de briser la monotonie et la sévérité des vitrines et de chercher un autre goût de faire les courses on allant au marché où on se trouvant à l'aise. On peut voir, toucher, circuler et surtout s'échanger l'information.

Les marchés en plein air est le lien de commerce, de contact privilégie pour plusieurs catégories (surtout les retraités).

Photo n° 12 : Vue sur marché en plein air en France
Source : http://www.qype.fr/place/84680-Marche-de-la- Bastille-Paris

II-3- Marchandises :

Les marchés en plein air en France (soit publics ou privés) se caractérisent par une certaine spécialisation. On peut distinguer des marchés alimentaires et des marchés mixtes et rarement des marchés non alimentaire. Les marchés offrent toute sorte de marchandises aux citoyens et parfois ils se spécialisent dans la marchandise (marché alimentaire, marché manufacturé, marché mixte,…). Il est en particulier un lieu d'approvisionnement et de consommation permettant d'avoir accès à des produits frais à travers les producteurs locaux.

Photo n° 13 : Marché des produits agricoles
Source : http://tonton84.centerblog.net/rub - VELLERON-et-son-marche-de-Provence. Html.

Photo n° 14 : marché des fleurs
Source : **Marché aux fleurs, Seine (Quais de), Paris, Ile-De-France (Pseudo: Christophe)**

« En France, des marché fermiers ou à la ferme ont récemment fait leur apparition. Ce sont des ventes de produits organisés dans une ferme donc privées. »[80]

Les produits exposés sur le marchés sont nombreux : produits alimentaires (légumes, fruits, viandes, poisson,… les marchés peuvent se spécialiser dans la vente au détail un produit dominant (fleurs, vêtements, poissons…).

Les marchés traditionnels sous leur forme ancienne, sont en voie de diminution et les marchés agricoles ou de bétail qui continuent à jouer son rôle dans la ville en matière d'approvisionnement en produits ruraux, ils constituent notamment la seule source.

Dans tous les quartiers de la ville, les consommateurs plébiscitent le commerce forain. « Cette réunion périodique de commerçants ambulants qui vendent au détail des marchandises à emporter dans un lieu dépendant le plus souvent du domaine public. »[81]. Il est un lieu apprécié de grande convivialité. Il réconcilie les achats et le plaisir. Mais pour les quartiers fragiles, le commerce forain présente un avantage supplémentaire c'est de proposer des marchandises à des prix accessibles pour la population à faibles revenue.

II-4- Image d'espace marchand dans les quartiers :

Le marché c'est une ambiance des couleurs, des parfums qui changent selon les saisons, s'est un moment fort qui ponctue la vie des quartiers. Il est également un lieu de rendez-vous. Avec ces divers mouvements des acheteurs et des marchands le marché amène la vie dans un quartier.

II-5- Rôles :

- le marché a un rôle à jouer dans le dynamisme de l'économie locale

[80] René-Paul Desse et all, « Dictionnaire du commerce et de l'aménagement », édition presses universitaires de Rennes, 2001, p223
[81] Idem, p222

- Il constitue la convivialité, s'est l'agora moderne où toutes générations confondues se rencontrent et se racontent. Le marché c'est le plaisir de commercialiser.

« A Louhans, le marché est considéré comme faisant partie du patrimoine de la ville et plus largement de la Bresse Bourguignonne. Les retraités agricoles le désignent comme "c'est notre patrimoine". Plus précisément, l'espace particulier qu'est le marché "agricole traditionnel" qui prend place sur le marché agricole réservé aux volaillers professionnels et la vente du matériel agricole. Pour eux c'est de la mémoire qui conserve l'ensemble du groupe, il touche tous ces membres de la même façon et tous l'interprètent d'après les mêmes repères »[82].

Ce marché est un lieu de mémoire parce qu'ils font le constat de la profonde transformation du marché ainsi du monde agricole dans lequel il ne se reconnaît pas. Les individus se regroupent pour revivre leur mémoire et à partir duquel il recompose leur vie d'agriculteurs.

*Selon Nathalie Bétry socio-anthropologue, Université de Lyon II, les fêtes, les foires et les marchés classés "*sites remarquables des goûts*", on peut comprendre que ces espaces de temps d'apprentissage, sous forme "ludique" de goûts, de savoirs, mais aussi d'une culture. En effet, les places marchandes font partie d'une culture, d'une identité locale, et cette culture, c'est aussi des pratiques et des savoirs faire.

*La rencontre directe des consommateurs donne lieu à des discours pédagogiques permettant aux uns de se réapproprier la commercialisation et aux autres de se réapproprier la consommation. Par ailleurs, le vendeur justifie la valeur de son produit, il présente son travail en apportant la preuve d'une recherche d'excellence par la sélection des plants ou de races.

*Les marchés ont devenu les éléments dynamiques de la trame urbaine, et les vecteurs de sociabilité. Les quartiers où se tiennent ces marchés constituent des places marchandes très attractives, puisqu'ils offrent une large gamme de produits naturels frais d'une origine connue.

*La planification des marchés est traitée par les municipalistes en plans directeurs où le marché va répondre à un certain nombre de critères, notamment en termes d'image, le marché joue un rôle déterminant dans la dynamique des archipels commerciaux et il contribue également à façonner la ville (cf. Aurélie Poyau).

*Ce qui participe dans la dynamique commerciale des marchés en France c'est bien que leur implantation sur des sites publics où l'existence de la demande est assurée donc il existe une clientèle. Les marchés publics correspondent à une véritable demande sociale, c'est un lieu de consommation et un lieu de création d'entreprises, ce qui va refléter le développement économique.

Le marché doit être mis en réseau et intégré à d'autres aménagements, dans un projet global de développement qui ne peut être élaboré que dans la cadre d'une volonté de *développement durable* de la part de l'ensemble des acteurs. Et s'est la bonne gouvernance,

[82] www.marchélauhans.fr

facteur déterminant dans la gestion du développement, qui doit prendre en considération les éléments nécessaires pour la mise en place du projet marché dans l'urbain.

II-6- Les raisons de succès des marchés (en France, Place Falcon) :

Il y a plusieurs raisons pour les quelles les marchés s'était tellement développé :

- Les origines historiques (valeur historique du site).
- Le grand flux des biens importés de tous les coins du monde, et leurs qualité (les moyens et les lieux de transport : ports, voies de circulation, …)
- La situation géographique de la ville qui est connecté avec un réseau routier qui s'étend sur tous environs du pays qui peut faciliter l'exportation ou l'importation, et faciliter le déplacement (la mobilité) des marchands et des consommateurs.
- Le caractère touristique de certaines villes, ce qui renforce la dynamique commerciale, puisqu'il existe des afflux importants des visiteurs.
- Disponibilité d'investissement dans le pays.
- L'attribution des places est gérée par le service des affaires générales, chaque marché dispose d'un nombre de places limité qui est attribut chaque an aux commerçants selon leur ancienneté. Cela dans le cadre d'organiser et mettre en valeur le système de gestion.
- Généralement en France l'aménagement des espaces commerciaux prend en considération plusieurs facteurs :
    - L'urbain (situation, desserte, …)
    - Aménagement (services, stationnement, sécurité, banque, …)
    - Côté environnement (propreté, paysage, gestion des déchets, …)
    - Culture (la culture d'aller au souk, le mode de vie, …)
    - Côté réglementaire (registre du commerce, les politiques de l'urbanisme commercial).

III- L'EXPERIENCE TUNISIENNE :

La Tunisie, un pays historique qui se suite au long de la côte méditerranéenne, est reconnue pour son tourisme et ses souks traditionnels.

« Les souks tunisiens traditionnels ont été établis au 18e siècle et introduits pour la première fois dans la ville capitale de Tunis. Hassan Ibn Nooman a construit la mosquée de Zitouna dans la ville qui s'est développée. Ce développement a été suivi par la formation de divers genres de souks, chacun se spécialisant dans un commerce spécifique. »[83]

Ces souks attirent des populations locales importantes, mêmes des grands afflux des touristes pour des raisons de prix bas des produits et la variété, la qualité de la marchandise.

[83] www.souk.tunisia.co

Photo n° 15: Souk El-Krana TUNIS

Source :http://www.harissa.com

III-1- Géographie des souks :

« Les souks et foundouks les moins nobles seront cependant relégués à la périphérie de la médina, prés des remparts et principalement des portes. On y voit donc tanneurs, forgerons, marchés, etc. on retrouve aussi les commerces destinés au voyageur, donc on y voyait aussi souvent les productions artisanales spécifiques à une ville afin d'éviter à ce que les voyageurs pénètrent jusqu'au centre de la ville »[84].

« La capitale Tunis compte au moins une dizaine de souks. Divisés par corporation, les souks s'organisent autour de la Grande mosquée où on trouvera des produits de luxe près de la mosquée »[85].

Historiquement, les endroits pour l'opération des différentes professions avaient beaucoup à faire avec les règles suivies dans la plupart des villes musulmanes du temps. Les professions « propres » étaient situés près de la grande mosquée, le Zitouna, alors que les spécialistes dans les professions « sales » (comme la teinture ou le métal ouvré) devaient s'installer dans un endroit plus loin.

Dans cette partie, nous aborderons les deux sujets intrinsèquement liés à la question du commerce, l'artisanat et l'économie tunisienne.

III-2- Fonction urbaine du souk :

Les souks de Tunis sont un ensemble de magasins, boutiques et ateliers situés dans la médina de Tunis . Ils s'articulent dans un ensemble de rues et ruelles et sont regroupés par corps de métier. En Tunis, le souk est le lieu par excellence de la vie publique, avec le hammam, le bain public. Les rues les plus au centre de la médina sont habituellement toutes bordées de souks ou de faundouks (les ateliers d'artisanat). Ce lieu des échanges commerciaux bien entendu, mais aussi des échanges sociaux, des rencontres.

Les premiers souks dateraient du XIIe. Ceux-ci étaient liés de très prés à la mosquée. Evidemment, seuls les souks les plus nobles peuvent occuper l'espace le plus valorisé de la médina, le centre. On y retrouve donc les parfumeurs, les épiciers fins, etc.

III-3- Activités et marchandises :

L'artisanat tunisien est reconnu « par la fabrication des chéchias " bonnets rouges". Au XVIIIe siècle, la chéchia à Tunis était une vraie industrie qui occupait jusqu'à 15000 personnes, avec une production volumineuse ».[86]

---

[84] http://www.harissa.com/D_Communautes/Tunisie/lessouksdetunisvictorcohen.htm

[85] www.azureva.com/Tunisie/Magazine/tunis -médina par Fabio Benedetti-Valentini

On retrouve dans les différents souks de la médina plusieurs formes d'artisanat traditionnel dont certains sont pratiqués depuis plus des siècles. « Les voyageurs parcouraient de longues distances afin de pouvoir se procurer tapis, soies, poteries, céramique ou bijoux d'argent. La situation n'est pas très différente aujourd'hui, puisque ces items très populaires auprès des touristes. Les tunisiens eux-mêmes sont attachés aux tissus et aux objets traditionnels. »[87]

Le tissage du coton et de la laine sont aussi des arts très répandus et un marché d'exportation toujours très lucratif. Rideaux, couvertures intéressant de remarquer que si le tissage de la soie et du coton a longtemps été un métier d'homme, ce sont les femmes qui sont expertes dans le tissage de la laine. Traditionnellement, elle y vaquait à l'intérieur de la maison, afin de fournir les vêtements et les couvertures pour la famille.

Photo n° 16: Souks de Tunis
Source : www.souk.tunisia.com

III-4- Les principaux souks de Tunis[89] :

Les souks sont en général des ruelles où sont établies des échoppes de commerçants et d'artisans des divers cors de métiers. La plupart des souks dans la partie traditionnelle du Médina ont été systématiquement organisées dans des rues ou des sections et ils se spécialisent dans des centres d'intérêt spécifique, souvent ayant des noms uniques qui représentent leur spécialisation.

III-4-1- Souk El-attarine: (Souk des parfumeurs)

---

[86] www.azureva.com/Tunisie/Magazine/tunis -médina par Fabio Benedetti-Valentini
[87] WAT Workshop_atelier/terrain Mahdia 2005. Chaire UNISCO- paysage et environnement- université de Montréal, p19

[89] http://souk.tunisia.com/fr/pages/array-pv-c0-2.html

Ce souk a été créé sous l'ordre du fondateur de la dynastie Hafside: Abou Zakariya Ier en 1240J.C. Il a gardé sa fonction d'origine qui est la vente d'essences de parfums.

Photo n° 17: Souk El-attarine

Source : www.souk.tunisia.com

III-4-2- Souk El –koumach: (souk des étoffes)

Longeant le côté Ouest de la grande mosquée, il fut fondé par le Sultan Abou Amr Othman au IX/Xème siècle. Il est constitué de trois allées séparées par deux rangées de colonnes. L'allée centrale conçue pour la promenade et la circulation, est plus large que les allées latérales sur lesquelles donnent les boutiques où on y vend des vêtements, typiquement tunisiens, et des étoffes.

Photo n° 18: Souk El –koumach

Source : www.souk.tunisia.com

III-4-3- Souk Ech-chaouchiya: (Souk des Chéchias ou bonnets en laine)

Muhamed Bey ordonna en 1691-1692 la construction de trois Souks de «Chéchias». Ces Souks occupent la zone de ceux qui sont proches du palais du gouvernement, comprise entre la rue Sidi Ben Arous, la rue de la Kasbah et Souk el Bey.

Photo n° 19: Souk Ech-chaouchiya

Source: www.souk.tunisia.com

III-4-4- Souk EL Berka: (marché aux esclaves)

Edifié au cœur du centre commercial de la cité, Souk El Berka est perpendiculaire au Souk des Turcs, à hauteur du Souk El Bey, et à proximité du palais du gouvernement. Il fut édifié (sous les turcs) par Youssef Dey en 1612, pour la vente des esclaves (activité défendue dès 1841) et les butins. Actuellement, il est affecté à la vente aux enchères des bijoux d'or et d'argent.
Ce souk est un carrefour de quatre rues, formant une petite place divisée en trois allées, séparées par deux rangées de colonnes portant des voûtes d'arêtes.

Photo n° 20 : Souk EL Berka

Source : www.souk.tunisia.com

III-4-5- Souk Es-Sabbaghine: (marché des teinturiers)

Situé au quartier Sud-Est de la Médina centrale, il est connu par la concentration des artisans teinturiers.

III-4-6- Souk En-nessa: (marché des femmes)

Ce Souk est localisé au Sud de la mosquée Ezzaytouna, perpendiculairement au Souk de la laine.

Photo n° 21 : Souk En-nessa

Source : www.souk.tunisia.com

III-4-7- Souk El-Leffa (Marché des Tissus en laine)

Souk El- Leffa est situé dans les environs de la grande Mosquée Ezzaytouna. Il est appelé, aussi, «marché des Djerbiens» (c'est à dire des commerçants originaires de l'île de Djerba) qui vendent des vêtements et couvertures en laine tissés à Djerba ou d'autre provenance surtout du Djerid (Tozeur) et Gafsa. On y reconnaît, aussi, des artisans fabriquant le «Safsari», voile dans lequel s'enveloppe la femme.

« Aujourd'hui, la fabrication des bijoux occidentaux en Tunisie est aussi très présente les principaux lieux de fabrication sont Tunis, Sousse et Sfax ».[90]

« Un des arts tunisiens les plus anciens datant d'avant même l'Antiquité romaine, est la céramique. On fabrique principalement de la vaisselle de luxe, services et urnes, ainsi que les carreaux de céramique. On retrouve aussi une autre forme de céramique, il s'agit de la poterie moins raffinée, exempte de motifs peinturés. Bien que cette forme d'artisanat se fait de plus en plus rare, certains quartiers de potiers étant désormais complètement abandonnés, certains conservent la tradition et offre une variété étonnante de produits».[91]

III-5- La place du souk dans la société, la ville et l'économie :

Le Souk c'est le facteur de l'échange économique, social et culturel. Les temps changent, le rôle du souk en Tunisie reste le même, il constitue sans doute le cœur battant de la ville. Lieu de rassemblement et d'échange commercial. La fonction commerciale urbaine tunisienne s'organise sous forme des corporations par métiers à quelque fois par appartenance communautaire : Souk al Haddad (souk des forgerons), Souk al Balgha (souk des babouches), souk el- Ihoud (souk des Israélites), Souk- ezzit (souk de l'huile).

Le souk est le moyen par le quel s'effectuait l'échange entre les collectivités voisines et le monde extérieur. En Tunisie comme du Maroc le souk est le facteur stimulant de la vie touristique, il participe à l'attraction du monde étranger en Tunisie. Il constitue l'identité, l'histoire et l'image de la ville et notamment du pays surtout à l'aide de la complémentarité des artisanats exercés dans les espaces de commerce. La continuité de l'activité artisanale dans la ville donne la possibilité aux espaces de commerce de durer et continuer à travers les temps.

En effet, le souk est dans la vie indigène un phénomène capital, non seulement au niveau économique, mais encore au point de vue social et politique.

---

[90] WAT Workshop_atelier/terrain Mahdia 2005. Chaire UNISCO- paysage et environnement- université de Montréal, p20

[91] Idem, p21

Au niveau urbain, l'activité commerciale a joué un rôle primordial dans la morphologie des tissus urbains, où la zone commerciale de la médina s'ordonne suivant une hiérarchie de l'emplacement des corporations.

Les souks constituent sans doute le cœur battant de la ville. Lieu de rassemblement et d'échange commercial, les souks se sont développés et leur multiplicité témoigne du rôle économique joué par la ville. Ainsi, nombre d'entre eux furent construits selon l'organisation bien spécifique à l'architecture arabo-musulmane où se regroupaient des corporations par métiers ou quelquefois par appartenance communautaire. Ces souks présentent une architecture intérieure raffinée, luxueuse, enveloppante.

IV- L'EXPERIENCE SYRIENNE :

La Syrie est un pays historique qui se caractérise par un nombre important de villes anciennes : Halab, Damas, Homs qui ont connu une civilisation qui a touché les niveaux de la vie humaine. Ces villes étaient des villes commerciales par excellence, Homs dotait des souks anciens dataient de l'époque Ayyoubide, Memlouquide et Ottomane.

« Ces souks se regroupent sous le nom de "marché couvert" qui rassemble "souk Ennouri, El Bazrichi, El Harir". »[92]

Il existe aussi un ancien "souk de fourrure ", « il constitue le point de liaison de trios souks : Ennahassine, El Khayyatine, Ennadjarine. Il contient 70 boutiques disposées entre elles en opposition, autour d'un patio. Il existe une salle de prière. »[93]

Photo n° 22 : Vue sur l'accès au souk Hamidia côté la mosquée omeyade
Source : http://ar.wikipedia.org/wiki/

« La ville de Damas était le centre de rencontre des caravanes entre l'Asie Mineure, l'Egypte et la Péninsule Arabe, dont elle rassemblait une variété de marchandises et les distribuait aux villes côtières. »[94]

[92] www.esyria.sy/ehoms/index.php, « Nessrine Ahmed, 22 Juin 2009, « souk El Farw ».
[93] Idem
[94] Hayder Ali, « Initiations de conception des édifices commerciaux », p13

Le souk de Homs a joué aussi ce rôle d'accueil des caravanes, il était l'endroit de repos et d'activités commerciales pour les voyageurs. « Les commerçantes du souk ont transformé leur activité en tannage de cuir qui a été déplacé vers les factoreries. A la fin, ces commerçants pratiquaient le commerce des fourrures»[95].

Le souk a résisté les tentatives coloniales de le détruire. Les anciens souks syriens avaient des ressemblances au niveau architectural. Ils disposent de hautes ouvertures en pierres, de façon des ornées d'une façon simple. La disposition des boutiques entre eux est d'une manière compacte adjacente.

Photo n° 23 : Souk de Damas (couvert)

Source : http://www.esyria.sy/ehoms/index.php

La marchandise vendue dans ce souk est de toute origine surtout pour « le fourrure, on trouvera l'italien, l'original et le local. », ce qui offre un large choix à la clientèle.

La fréquentation des souks par les acheteurs est assurée par toutes les catégories d'âge et même les touristes fréquentent ce souk, c'est pour cela des opérations de perfectionnement ont été mise en terrain, pour l'attraction de plus de clientèle.

Les souks de Damas avaient la même réalité que celle de Tunisie, dont l'artisanat est le moteur générateur de développement commercial et de la dynamique des souks pour qu'ils durent à travers le temps. Mais avec la concurrence des nouveaux espaces commerciaux et le changement de mode de vie de société à travers le temps. On peut ajouter aussi le facteur de politiques urbaines qui cherchent des tactiques de développement urbain et de renouvellement urbain qui touchent les villes. Tout en négligeant certaines valeurs en rapport avec la société (sa culture, ses besoins, son patrimoine, …).

Il est important de constater que les politiques d'aménagements urbains qui ne dotent pas des approches du développement durable, vont influencer négativement l'existence des lieux du patrimoine et d'histoire de la société.

[95] http://www.esyria.sy/ehoms/index.php?p=stories&category=places&filename=2009062223002510

Photo n° 24 : Rue marchande à Damas

Source : http://www.esyria.sy/elatakia/index.php?

V- L'EXPERIl

Jakarta, ville touristique ville déjà, que ce soit au niveau international ou régional, où elle est riche en monuments historiques et pittoresques, en plus d'être disponible en tant que ville commerciale des centres commerciaux modernes. Les marchés sont également remarquables par leur marchandise.

Jakarta est reconnue par ses lieux du commerce qui se présentent dans marchés couverts sous le nom de *"Bazar"*, on peut citer les principaux d'entre qui se trouvent dans la ville de Jaklarta.

V-1-Bazar de Tanah Abang[96] :

Bazar de Tanah Abang est l'un des plus grand marché du capitale, qui vend en gros et de détail, et est devenus un marché de Tanah Abang, Central Jakarta symbole de la ville. Il se trouve centre de la région de la capitale Jakarta sur la voie de la confrontation du Centre for Commercial Sarina (Galien unique Hachem). Dans ce bazar s'effectue la vente de textiles, qui est la caractéristique des marchés traditionnels.

On ne trouve pas seulement le textile, mais aussi de nombreux autres objets, même des vêtements aux enfants, des adultes, de la veste, des matelas et des couvertures et des autres tableaux. Et les marchandises sont vendues dans ce célèbre bazar de Tanah Abang et dans toutes les provinces de l'Indonésie, et même qui sont exportés à l'étranger, en particulier à l'Afrique et les pays arabes. La plupart des produits dans ce marché vient de la production locale.

[96] www.travel.maktoub.com/vb/travel85666/, site du club des voyageurs arabes

En plus, les marchands de ce bazar ou ceux qui vendent à l'extérieur du bazar ne se confrontent pas, parce que chacun d'eux a ses biens et ses clients. C'est une spécificité qui est propre aux marchands de ces bazars.

Photo n° 25 : Vue sur le bazar de Tanah Abang (Jakarta)
Source : http://alfars2.com/vb/showthread.php?t=54

V-2- Bazar Baru[97] :

Bazar Baru est l'un des plus anciens marché de Jakarta, il a été créé sur depuis l'époque coloniale néerlandaise, comme en témoigne par son architecture, qui est sous la forme des bâtiments dans les Pays-Bas. Actuellement, la plupart des bâtiments du marché sont transformés sur le style moderne. Le marché se compose de deux rangées de boutiques.

[97] www.travel.maktoub.com/vb/travel85666/, site du club des voyageurs arabes

Photo n° 26: Vue sur le bazar de Baru (Jakarta)
Source : http://www.malaysiasite.nl/chowkiteng.htm

VI- L'EXPERIENCE D'ISTANBUL:

Le bazar dans l'Asie Mineur s'insère dans la culture de la société. « L'archétype du bazar oriental depuis sa construction au XVe siècle est celui d'Istanbul par l'étendue, la longueur des linéaires commerciaux, la profusion des marchandises de toutes sortes ».[98]

Les bazars d'Istanbul sont très fréquentés par des populations nombreuses et diverses, plusieurs facteurs qui ont contribué au succès maintenu de cette fréquentation nationale et touristique.

- La spécialisation marchande du bazar en sous-unités (corporations).
- L'éventail des qualités et des prix
- La richesse d'une vie sociale
- L'insertion dans le périmètre de l'ancienne Constantinople, ce qui favorise la dimension historique du bazar.

Parmi les bazars d'Istanbul, on trouvera :

VI-1- The Covered Bazaar :

« Il est l'un des monuments de la ville touristique et parmi les marchés les plus populaires dans le monde vu : ses origines historiques, sa spécificité d'architecture et sa

[98] René-Paul DESSE, et all, « Le dictionnaire du commerce et de l'aménagement », édit. Presses Universitaires Rennes, 2008, p39

situation stratégique, s'ajoute aussi ses différentes expositions. Il est fondé en 1461, il a huit accès qui donnent sur les grands monuments d'Istanbul ».[99]

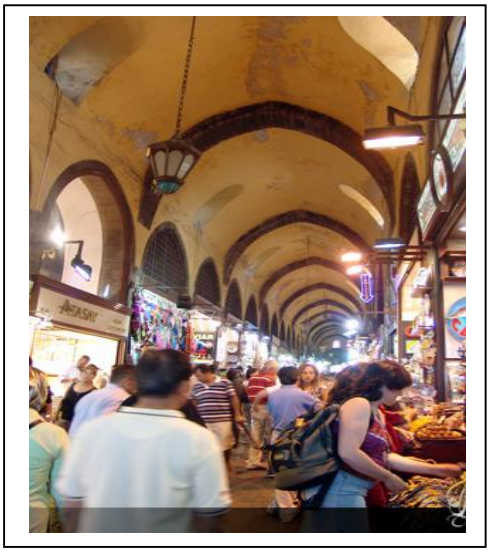


Photo n° 27 : Le bazar couvert d'Istanbul
Source : http://rahhalturkey.com/links.php?mid

VI-2- Epyption Spice Bazaar :

« Il est fondé en 1660, derrière la nouvelle mosquée (Yeni Mosque), c'est un marché spécialisé dans la vente des épices et les plantes médicinales. Actuellement, au sein du marché se vendent des produits turques traditionnels dans des boutiques ».[100]

Photo n° 28 : Le bazar des épices

Photo n° 29: Les boutiques turques
Source : http://rahhalturkey.com/links.php?mid

[99] http://rahhalturkey.com/links.php?mid

[100] http://rahhalturkey.com/links.php?mid

VI-3- Arista Bazaar :

« Il est fondé à l'époque byzantine, il se situe derrière la Mosquée Bleu. C'est un marché où se vendent les tapis manufacturés, la céramique, le cuir, les bijoux et tous les produits de l'artisanat ».[101]

VI-4- Les marchés hebdomadaires :

La plus part des souks hebdomadaires de la ville d'Istanbul se tient dans des différents quartiers en plein air, ces souks constituent l'une des composantes de la culture de la ville, et un événement historique et social qui augmente la vitalité et l'animation de la ville. Au souk on peut trouver : les légumes, les fruits, l'équipement domestique, l'habillement, les tissus et les bijoux.

[101] Idem

Photo n° 30 : Le marché hebdomadaire d'Habillement à Istanbul
Source : http://rahhalturkey.com/links.php?mid

A côté de ces marchés hebdomadaires, il existe aussi à Istanbul des marchés saisonniers et quotidiens comme "Cick", un marché des roses qui se situe près du bazar des épices qui expose chaque jour de l'année des plants à repiquer, des animaux domestiques,… le marché de Mardi est le plus ancien de ces marchés.

Conclusion :

Dans le passé, les marchés ont joué un rôle important dans la vie sociale et économique dans la ville. C'est la rencontre des tribus. C'est aussi un endroit d'échanges de marchandises, centres d'échanges de nouvelles, la publication des jugements et des contrats. Ces marchés constituent une ancienne histoire riche avec toute sorte d'anciennes marchandises qui font notre nostalgie.

Actuellement, les marchés préservent leur présence historique. Ils sont un fort moyen pour attirer les touristes au sein de ces récents changements.

La majorité des marchés au Maroc et en Tunisie par exemple sont des marchés pour les touristes.

En monde arabo-musulman, les souks souvent devenus «souks pour touriste» et désertés par la clientèle locale, des commerces s'adresse exclusivement aux touristes existent en nombre mais leur importance est encore marginale.

Concernant leur image dans la ville, plusieurs expériences étrangères ont montré que le commerce et réellement une fonction importante de la vie des villes autant qu'un facteur structurant de l'espace urbain. La création de cette activité ne se limite pas uniquement aux limites physiques du local commercial mais s'étend à des aménagements urbains et parfois à des aménagements territoriaux.

CHAPITRE 03

EVOLUTION DE L'APPAREIL COMMERCIAL EN ALGERER A TRAVERS L'HISTOIRE

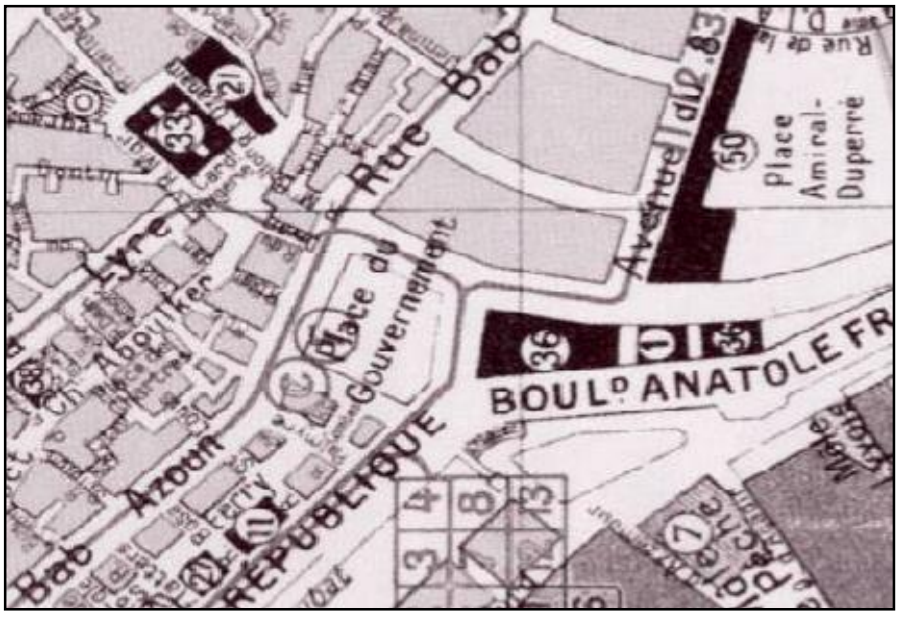
INTRODUCTION :

Un aperçu historique sur l'espace commercial dans l'Algérie pendant les différentes époques de l'histoire de l'Algérie, est nécessaire afin de connaître les évènements concernant l'histoire commerciale de la région d'étude.

I-EPOQUE TURQUE :

Lors de l'époque turque, l'Algérie avait des relations commerciales avec les différents pays d'Afrique, du Maghreb et de l'Occident, c'est à travers de sa situation maritime que l'Algérie a pu fonder ces relations qui ont avaient plus tard des effets notamment sur : le commerce intérieur de l'Algérie était animé par « les souks locaux, régionaux, les foires et les magasins. Ces derniers étaient les points d'écoulement et de la ventilation des produits d'importation ou de production locale »[102].

« Marcel Emiret a trouvé aux archives nationales (F 80/1675) une enquête effectuée par l'interprète Eusèbe de Salles. Elle lui permet de retracer approximativement la topographie des souks remplacés en 1830 par la place du gouvernement et du quartier des riches résidences, dit " quartier de la marine ", qui, déjà profondément modifié à l'époque Française »[103]. (Voir carte n°01 et Ph. n°05)



Catre n° 1 : Plan de la place du gouvernement

Source : www.editions-du-tell.com

[102] CHIBANE Nacerdine, « Le rôle du commerce dans l'organisation de l'armature urbaine, P16

[103] http://www.editions-du-tell.com/fr/fichiers/popermrit.htm, « les quartiers commerçants d'Algérie à l'époque turque ».

Photo n° 31 : Petit Marché Arabe – Place Randon -

Source : www.editions-du-tell.com

Les quartiers commerçants d'Alger à l'époque ottomane sont la Kasba. La Kasba qui domine Alger a remplacé une Kasba ancienne, la forteresse berbère de Selim- et – Teumi.
Dans son étude sur les quartiers commerçants d'Alger à l'époque turque Marcel Emiret a parlé des caravanes qui campaient sur des vastes places aux portes de la ville, où les marchandises venues de l'extérieur sont portées directement au détaillant ou au consommateur.

D'après le croquis du quartier des souks, on peut constater que les espaces du commerce se repartissent sur un réseau de rues très étroites. Dont la notion de la « rue marchande » est clairement présente avec une organisation corporelle des activités commerciales et artisanales, dont les rues prennent le nom des activités qu'elles abritent. La Kasba constituait un enchevêtrement de petites rues où les hommes et animaux porteurs se frayaient difficilement un passage.

Alors que ces endroits se caractérisent par une animation par excellence où se déroulent les échanges commerciaux entre le commerçant et les habitants.
Les échanges ne comprenaient pas seulement l'action commerciale mais aussi culturelle et politique, où les villes se développent à travers la fondation des rapports politiques, les revenues et la transmission des savoirs.
Ces rues étaient à la fois un lieu d'échange et d'animation par excellence, où les gens trouvent leurs besoins et s'échangent entre eux des informations et nouvelles.
L'actuelle place du gouvernement était un quartier grouillant, où retentissaient les cris marchands et le bruit des marteaux des petits artisans, entassés dans les maisons basses.

D'après le croquis du quartier des souks, Au sud, la longue rue Bab-Azoun était une succession de souks très animés : souk el kebir, souk kherratin (tourneurs), souk essammarin (marchés ferrants), enfin souk errahba (marchés grains) au débauché de la place où les marchands de l'extérieur stationnaient après avoir franchi les murailles de la ville.
« Alger était une ville de passage. Les caravanes venues du Maroc, de Tunisie ou du Sahara, et transportant soit des marchandises rares, soit des pèlerins de la Mecque »[104]
Les souks connaissaient alors un système économique primitif n'employant pas la monnaie. « les achats se faisaient sous forme de troc de dans la majorité des cas pour répondre aux besoins directes du consommateur sans avoir à faire aux transactions complexe de l'époque qui ne lui permettaient pas d'obtenir pleine assurance de ceux qui effectuaient la transaction ».[105]

« Pour les souks régionaux les plus importants de l'Est algérien à l'époque turque, on cite : »[106]

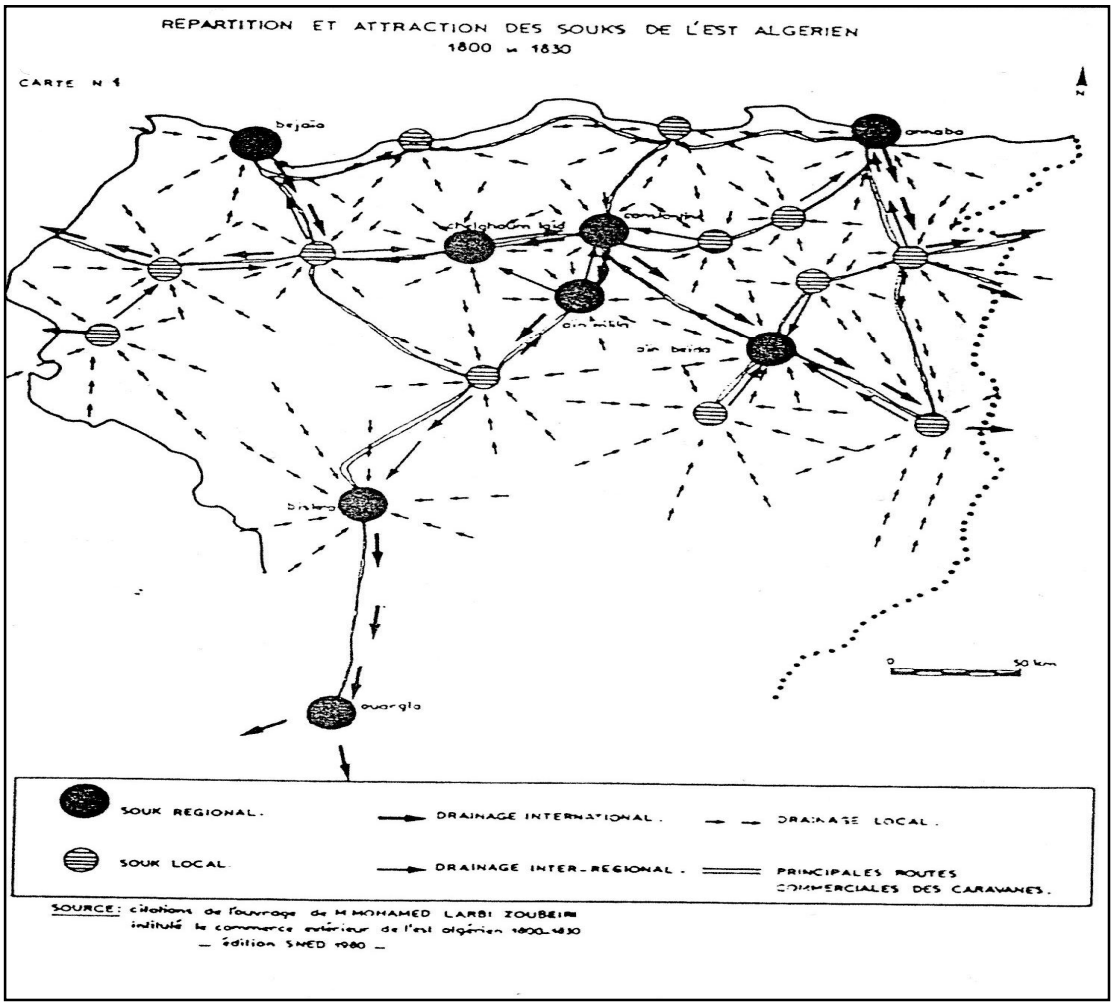
- Le souk d'Ouled Abdennour (actuellement Chelghoum Laïd)
- Le souk des Harakta (actuellement Aïn Elbeïda)
- Le souk des Segnia (actuellement Aïn Fakroun)
- Le souk des Telghma.

La périodicité de ces souks et leur activité commerciale croissante permettent une attraction importante qui se diffère d'un souk à l'autre en raison de la localisation et le type du commerce. Ces souks régionaux desservent toute la région de l'Est algérien et arrivaient à avoir une aire d'influence jusqu'aux pays voisins. Cette caractéristique de ces souks favorisait des flux important des commerçants et marchandises ce qui assurait la dynamique commerciale des régions.

« Parmi les foires, celle d'Oued Athmania s'organise sous l'égide d'un Cheikh arabe, élu par les tribus »[107].

La situation géographique de ces souks est stratégique et davantage l'existence des caravanes montre l'espace commercial approprié par le biais des maillons qu'ils forment. Comme le montre CHIBANE.N dans la carte n°02.

[104] www.editions-du-tell.com
[105] Med Larbi Zoubiri, « le commerce dans l'Est Algérien dans la période 1792 – 1830 », en arabe, SNED P30
[106] CHIBANE Necerdine (1987). « Le rôle du commerce dans l'organisation de l'armature urbaine en Algérie », Thèse de Doctorat, université de Paris, p 18
[107] Mohammed Larbi Zoubeiri, « le commerce dans l'Est Algérien dans la période 1792 – 1830 », en arabe, SNED, 1982, p 12



Catre n° 02 : Répartition et attraction des souks de l'Est Algérien.

(**Source** : CHIBANE.N)

On peut constater que cette époque se manifestait par la centralité commerciale dans les grandes villes et les souks régionaux.

La population urbaine s'approvisionnaient auprès des commerces fixes des villes sous forme des rues marchandes spécialisées où on peut les fréquenter d'une manière quotidienne. Alors que la population rurale échangeait, en dépit de sa proche situation des souks, ses produits pour satisfaire ses besoins où les agriculteurs apportent leurs productions à vendre (légume, bétail, produit d'artisan,….) et achètent ce dont ils ont besoins.

A l'origine, le souk permettait aux différentes tribus de se rencontrer en terrain neutre. CHIBANE.N dans son étude sur les souks de l'Est algérien a montré que la ségrégation tribale régnait la ségrégation spéciale des souks. « le souk des Harakta, venant du nom Harkat, chef des tribus chaouies des hautes pleines, le souk des Segnia, nom tiré de Segni, chef de leur tribu, ne rayonnaient qu'à 50 km aux alentours ».[108]

[108] CHIBANE Necerdine (1987). « Le rôle du commerce dans l'organisation de l'armature urbaine en Algérie », Thèse de Doctorat, université de Paris, p 20

Cette organisation permettait d'établir un système de pouvoir local à l'intérieur des souks où les soukiers peuvent régler leurs affaires à l'aide d'un délégué de tribu. « S'il y a un chiekh permanent, les litiges de sortes sont réglés devant lui. Le plus souvent cependant, c'est le chef de tribu qui doit trancher rapidement si l'affaire est de sa compétence, ou bien renvoyer les plaignants vers le représentant turc s'il ne peut régler le différend ».[109]

«Les annonces officielles et religieuses sont faites au souk par l'intermédiaire d'un crieur public. Elles sont une manifestation des volontés de l'autorité administrative et de l'imam ou du cheikh»[110]

Depuis les lieux de production jusqu'aux consommateurs citadins, toute une gamme de marchés assure le ramassage, la concentration et l'écoulement des produits ruraux.

CHIBANE.N a distingué trois groupes :

- Les points de ramassage des collectes sont des marchés fournisseurs qui rassemblent les produits des exploitations disposant d'excédents. Ce même groupe compte « des souks auto-consommateurs ».
- Les souks intermédiaires sont des points de vente à mi- chemin des zones productrices et des zones consommatrices. Leur rôle de collecteur et de redistributeur est dû à leur position de relais
- Le commerce fixe des villes assure leur approvisionnement continuel auprès des souks intermédiaires et régionaux.

Malgré l'existence des réseaux routiers, certaines coupures restent bien remarquables, elles traduisent la ségrégation spatiale des tribus et l'existence des limites humaines et commerciales. La carte de l'Est algérien démontre la maigreur et parfois l'absence totale, d'un réseau des centre intermédiaires.

La nature des reliefs de l'Algérie avait un impact sur l'activité commerciale, les montagnes de l'Atlas Saharien encouragent la permanence des limites spatiales et humaines. « Entre les Harakta et le Sud-est algérien, un vide humain, lié aux vicissitudes historiques et aux rivalités tribales antiques, se maintient très vivement. Ce vide humaine se traduit par un vide commercial et par la négligence de desserte commerciale à partir des centres des tribus Harakta »[111].

Malgré ce vide de l'Est algérien avec le Sud, c'est à partir des deux souks distingués dans la région, en l'occurrence, souk d'Ouaragla et de Biskra. «Seul les deux souks d'Ouaragla et Biskra, sont relies par le souk D'Ain M'lila à celui des Segnia à renommée régionale»[112].

* Les échanges commerciaux avec l'occident existent dans commerce extérieur
* Introduction de la monnaie.

[109] M.Larbi Zoubeiri, « le commerce dans l'Est Algérien dans la période 1792 – 1830 », en arabe, SNED, p 46
[110] Idem, p57
[111] AMERAD BOUDIA, « La formation sociale algérienne – essai d'analyse théorique », p220.
[112] CHIBANE Necerdine (1987). « Le rôle du commerce dans l'organisation de l'armature urbaine en Algérie », Thèse de Doctorat, université de Paris, p23.

«Les sociétés étrangères de commerce installées à El Kabaa depuis l'époque turque étaient chargées du ramassage des produits locaux et de leur exportation vers l'Europe, chose qui nuira au contact des algériens avec les occidents. La maitrise et la maintenance d'un commerce extérieur orienté vers l'Afrique, les pays arabes et maghrébins étaient dues à une certaine structuration du commerce extérieur par les sociétés multinationales. Le développement de ces structures a été incité par l'importance accrue de l'acquisition des sources monétaires »[113]

Vu la situation géographique stratégique de la région Est de l'Algérie les échanges commerciaux entre Nord et Sud sont existés, cela faisait de l'Est une région de transition, ce qui favorisa la prédominance d'activités d'échanges surtouts périodiques, lors des passages effectués par les nomades et semi nomades (les caravanes), qui pratiquaient au cours de leurs itinéraires des activités commerciales.

Le commerce des produits de l'agriculture et de l'élevage a joué un rôle relativement important dans l'économie de l'Algérie précoloniale, bien que très variable selon les régions et les époques.

« En dépit des exportations de céréales vers l'Europe (d'un volume infiniment moindre qu'on ne l'imagine généralement) ce commerce était essentiellement tourné vers le marché intérieur, et fondé sur les différences agro- économiques régionales : marchés ruraux et circuits caravaniers assuraient, par un quadrillage intense du pays, des échanges réguliers entre zones et régions complémentaires. »[114]

Deux structures transcendaient le réseau tribal et assuraient la vie relationnelle de l'Algérie à l'époque ottomane ; la ville et le marché forain. La société durant cette époque était sous équipée et morcelée, avait secrété une institution, le souk qui se tenait avec une fréquence hebdomadaire et tournante dans divers lieux réservés à cet effet sur le territoire de la tribu. La dynamique des espaces commerciaux l'époque turque dépendait de ses situations géopolitiques leurs aspects socio-économiques où le souk permet bien sûr d'acheter des produits mais c'est aussi un lieu important des relations sociales, c'est au souk que se règlent les litiges, les empruntes, préoccupations des paysans, le bornage des champs, et aussi les projets de mariage.

D'après Mohamed Hocine (Algérie : résurgence du souk à l'ère due commerce, 2007), le souk à cette époque était situé généralement en position excentrée dans le territoire, à proximités des collectivités voisines, en position de carrefour, de passage.

II-EPOQUE COLONIALE :

Les secteurs de l'économie algérienne étaient monopolisés par les français durant cette période. Les algériens s'étaient vus cantonnés dans le petit commerce d'alimentation et le bazar et dans une moindre mesure celui du textile.

II-1- l'appel à l'importation

[113] M. Larbi. Zoubeiri, «Le commerce dans l'Est Algérien dans la période 1792-1830», en arabe, SNED, 1980 p70

[114] Yves GUILLERMOD « Marché, Etat et logique paysannes en Algérie » cahier sociaux humains. 30 (1-2) 1994, p179-190

Les autorités coloniales ont fait appel à l'importation. Les prix étaient monopolisés par le commerce extérieur, cela fait que l'approvisionnement des marchés ce vient plus complexes surtout pour les ruraux.

Les opérations import-export étaient centralisées à partir des villes côtières et essentiellement la ville d'Alger, pour une bonne maîtrise d'écoulement des produits vers les différentes régions.

On conclue « L'unification territoriale réalisée lors de l'époque coloniale et l'ouverture de nouveaux équipements routiers avaient agrandis l'espace commerciale et diminué en parallèle le nombre des zones restées imperméables aux échanges mais un déséquilibre des structures commerciales a été implanté »[115]

II-2-Déséquilibre des structures commerciales

Le plan de Constantine(1959) a mentionné que l'Est algérien à l'époque coloniale, plus de 60% de l'activité commerciale transitait par la ville de Constantine et son département, le cas est similaire pour la ville d'Alger par rapport au territoire national

« Le secteur tertiaire était caractérisé par un développement pléthorique, ce phénomène était le corollaire de la transformation des européens en commerçants, et ce au fil des générations alors qu'il était à l'origine des agriculteurs. Ce secteur représentait en 1958, 47% de la production intérieures brute (soit 445 milliards de francs) contre 27% pour l'industrie soit 255 milliards de francs) et 26% pour l'agriculture (soit 240 milliards de francs) ceci rendait les circuits de distribution extrêmement allongés et les coûts plus élevés»[116]

«La colonisation a brisé une grande partie des réseaux commerciaux, en orientant la majorité des productions vers l'exploitation aggravant ainsi la vulnérabilité de la paysannerie désormais soumise aux aléas du marché extérieur en plus ceux du climat»[117].

Le souk ou le marché rural, est une institution fondamentale du monde rural, chaque région avait le sien, lieu d'échanges économiques, où les agriculteurs apportent leurs productions à vendre (bétail, légumes, objets d'artisanat), où les commerçants citadins exposent leurs produits industriels cela dire que le marché devint un lieu de rencontre entre la ville et la compagne, tout en créant des réseaux commerciaux entre eux. Mais l'effet sur colonialisme sur ces réseaux était clairement présent et puissant.

II-3- La mutation fonctionnelle : on peut citer diverses mutations durant cette époque :

- Le marché algérien était segmenté de deux façons :

  - « Une segmentation horizontale qui avait trait aux marchés dominants dans les grandes régions : Alger, Oran et Constantine»[118]. Donc la fonction commerciale s'est restée concentrée dans les villes et les souks régionaux, c'est dû de l'ouverture de certaines routes.

[115] CHIBANE Necerdine (1987). « Le rôle du commerce dans l'organisation de l'armature urbaine en Algérie », Thèse de Doctorat, université de Paris, p35.

[116] Yves GUILLERMOD « Marché, Etat et logique paysannes en Algérie » cahier sociaux humains. 30 (1-2) 1994, p179-196.

[117] Idem, p

[118] www.Scribd.com

- «Une segmentation verticale concernant le pouvoir d'achat des différentes couches de la population. Ainsi dans la région de Constantine, il avait un marché limité à 800 000 habitants (ce qui représentait 201 de la population pour moitié citadin et pour moitié ruraux et dont le pouvoir d'achat était presque inexistant), un marché traditionnel, au pouvoir d'achat était presque inexistant), un marché traditionnel, au pouvoir d'achat faible, (concernant 65% de la population, soit 25 millions d'habitants, pour 1/5 seulement de citadins) et un marché dit évolué, réservé à la population européenne»[119].

- Les grandes surfaces n'étaient pas très développées et elles prenaient, la plupart du temps, la forme de grands magasins, situés en plein centre-ville, sur trois ou quatre étages comme à Alger, Oran et Constantine, ainsi que dans certaines localités telles que Skikda, Sétif, Blida, Bejaia et Mostaganem. La grande distribution se limitait à quelques enseignes : Monoprix. Les galeries de France et les magasins globe.
- L'implantation des infrastructures commerciales souvent sous forme des magasins et la monopolisation du commerce intérieur et extérieur par les entreprises privées (souvent des colons) a influencé négativement les soukiens locaux en dégradant leur importance.

Les grands magasins étaient destinés à la population citadine dont le niveau de vie était adapté. Ces magasins étaient très fréquentés, même par des gens qui se rendaient pour le simple plaisir des yeux ou pour l'ambiance : certains rayons connaissaient une certaine affluence surtout les rayons alimentaires et ceux des articles ménagers.

- «par ailleurs, l'Algérie connaissait une autre formule représentée par les magasins populaires : Monoprix, Uniprix et Prixunie»[120]

Ces magasins étaient implantés dans quelques villes du Nord algérien mais leur nombre était insuffisant comparé à l'accroissement de la population. Ils disposaient d'une superficie moins importante que les grands magasins.

- Durant cette époque coloniale, l'Algérie connaissait une autre forme de commerce dite traditionnel qui consistait en des souks itinérants. Ces souks représentaient un rendez- vous commercial hebdomadaire où afflait un grand nombre de commerçants, dans le but de vendre leurs marchandises auprès de paysans venus spécialement pour s'approvisionner pour la semaine.

«L'ancien petit marché devenait une simple étape routière ou pédestre : on y fait alte, on ne s'y instable plus»[121].
Ces marchés étaient organisés par spécialité (bestiaux, fruits et légumes, textiles, graines et céréales…).

---

[119] Idem
[120] Idem
[121] J. F. Troins, «Les souks marocains. Marchés ruraux et organisation de l'espace dans la moitié Nord du Maroc » EDISUD, 1975. p30

Les produits étaient soit étalés sur le sol, soit disposés sur des chapiteaux escamotables. La vente se faisait à la criée, le marchandage était de coutume, les prix fluctuaient d'heure en heure : les produits périssable étaient bradés à la fermeture. Les vendeurs préféraient liquider leurs produits plutôt que de les ramener avec eux. Les prix de vente ne tenaient nullement compte des coûts de production, mais variaient selon l'offre et la demande.

- Les souks régionaux ont perdu leur fonction initiale « de collecteur et de redistributeur pour devenir des centres de ramassage des produits nationaux prêts à l'exportation ».[122]

« dans l'une des rares études qui aient été réalisées sur le phénomènes des marchés forains, E. Carette a bien montré en 1844, comment les soixante-sept souks de grande et de petite Kabyles, tandis qu'une couronne d'une dizaine de souks extérieurs aux massifs, plus importants et très animés, assurait les échanges avec l'extérieur : les montagnards y troquaient leur huile contre les grains et la laine qui leur étaient nécessaires»[123]

L'initiative coloniale a récupéré une importante partie de ces lieux carrefours marchands, mais aussi nœud de réseau de communication, pour en faire des centres de colonisation au nombre de six cents(600), d'après Marc Côte.

Le commerce des produits était essentiellement tourné vers le marché intérieur, et fondé sur les différences agro- écologiques régionales : marchés ruraux et circuits caravaniers assuraient, par un quadrillage intense du pays, des échanges réguliers entre zones et régions complémentaires.

La colonisation a brisé une grande partie de ces réseaux, en orientant la majorité des productions vers l'exportation aggravant ainsi la vulnérabilité de la paysannerie, désormais soumise aux aléas du marché extérieur (en plus de ceux du climat).[124]

Dans l'organisation paysanne traditionnelle, s'est essentiellement à l'élevage (surtout ovin) que revient le rôle de répondre aux besoins courants ou exceptionnels en numéraire. S'il est vrai que le petit troupeau familial remplit une fonction de « caisse d'épargne», il convient de préciser que ce «placement» est soumis en permanence à de sévères aléas, notamment climatiques, qui se répercutent sur les cours du marché.

« Le marché de bétail en Algérie illustre à merveille de la «libre- concurrence» et de «l'équilibre» né de la rencontre entre vendeurs sur les souks dissimulent en fait la structure oligopsonique d'un marché dominé par une minorité de négociations privées (maquignons, chevillards, etc.) très puissants et bien organisés.[125]

En Algérie, le maraichage implique dans la majorité des cas le recours à l'irrigation. La petite hydraulique paysanne, fondée sur l'utilisation des oueds ou des nappes phréatique au moyen

[122] CHIBANE Necerdine (1987). « Le rôle du commerce dans l'organisation de l'armature urbaine en Algérie », Thèse de Doctorat, université de Paris, p28

[123] Marc Côte, « L'Algérie ou l'espace retourné », Edition Médias- Plus, Algérie, 1993.

[124] Yves GUILLERMOU, « Marché, Etat et Logique paysannes en Algérie » cahier sociaux humains. 30 (1-2) 1994, p176

[125] Yves GUILLERMOU, « Marché, Etat et Logique paysannes en Algérie » cahier sociaux humains. 30 (1-2) 1994, p192

de motopompes, se rythme soutenu dans diverses régions ; elle double ou elle relaie la petite hydraulique traditionnelle (irrigation gravitaire à partir de sources ou d'oueds).[126]
Le marché des produits de l'agriculture et de l'élevage focalise et reproduit les contradictions de la société algérienne, mais en leur donnant des formes d'expression qui reflètent mal la réalité des rapports sociaux.

La politique volontariste des années soixante-dix, qui prétendait soutenir simultanément petits producteurs et consommateurs à partir du contrôle des prix à la consommation, a exacerbé les tensions sans aboutir à une quelconque solution. Mais l'actuelle politique «libérale», qui dissout les divisions et contradictions sociales dans des catégories abstraites («offre» et «demande», «profession agricole»,…).[127]

En fait, le souk aujourd'hui a deux fonctions : la collecte du bétail ; la distribution des produits fabriqués d'origine urbaine (selon Marc Côte).

On conclure : «L'unification territoriale réalisée lors de l'époque coloniale et l'ouverture de nouveaux équipements routiers avaient agrandis l'espace commercial et diminué en parallèle le nombre des zones restées imperméables aux échanges mais un déséquilibre des structures commerciales a été implanté».[128]

II-4- La non maîtrise des structures commerciales :

Comme on a vu que l'Est algérien à l'époque coloniale, plus de 60% de l'activité commerciale transitait par la ville de Constantine et son département, la ville d'Alger par rapport au territoire national, mais cette situation est caractérisée par :

- le déficit de moyens de distribution commerciale.

Durant l'époque française la population algérienne surtout rurale a vécu des situations économiques misérables à cause des politiques coloniales exigées en matière des impôts fonciers exigés par les autorités coloniales. S'ajoute aussi la pauvreté des familles algériennes souvent nombreuses. « La pauvreté de cette population s'accentue 98% vivent de récoltes insuffisantes et parfois aléatoires »[129].

La commercialisation d'excédents, s'il ya lieu, ne peut subvenir aux besoins quotidiens des familles nombreuses.

III- EPOQUE DE L'INDEPENDANCE

III -1 - Apparition du secteur public commercial et économique

[126] Idem, p193
[127] Idem, p194
[128] CHIBANE Necerdine (1987). « Le rôle du commerce dans l'organisation de l'armature urbaine en Algérie », Thèse de Doctorat, université de Paris, p35
[129] Plan de Constantine 1959, p596

La période 1962-1972 de l'économie algérienne est marquée principalement par la nationalisation des secteurs clés de l'économie et de la création de l'entreprise publique ainsi que la mise en place d'un processus de planification centralisée.

L'Algérie n'ayant pas opté pour un socialisme de type soviétique ni pour un libéralisme de type occidental, il était tout à fait normal de retrouver à tous les niveaux de l'économie une certaine dualité. Pour pouvoir instaurer le secteur public, l'Algérie se trouva face à des exigences primordiales, un contexte socio- politique favorable ainsi que des moyens financiers importants. Malgré l'apparition faible de quelques unités publiques dans le domaine économique et commerciale, l'Algérie a vécu une situation précaire pendant cette période. « Ce n'est qu'après 1966 que les conditions se sont trouvées réunies, où le nombre de décisions émanant du nouveau gouvernement a connu une multiplicité du précédent pour ce qui est du secteur commercial »[130].

Dans le secteur commercial, l'Etat ne détient pas à lui seul les règnes de la distribution ; il doit conjuguer avec un secteur privé important. C'est parce qu'il n'y a pas une unité d'action dans l'intervention de l'un et de l'autre secteur que l'Algérie connaitre tant de difficultés sur le plan commercial qui toucheront aussi la disponibilité des produits que leurs prix excessifs. Le développement du secteur d'Etat économique et commercial est remarquable sou cette époque, dont l'Etat est chargé par l'institution des organismes économiques.

III -2 - Inadaptation des anciennes structures commerciales

A l'époque de colonisation, les structures commerciales avaient un caractère anarchique et privé ce qui a engendré une désintégration avec la nouvelle organisation politique et économique de l'Etat. Dès l'indépendance, l'Etat a lancé des programmes de réorganisation des structures économiques visant à la satisfaction des besoins du peuple.

Les effets du colonialisme ont impliqués des problèmes sociaux, économiques ce qui a conduit à l'application de l'Etat d'une politique pour réduire l'exode rural à l'aide des ZHUN donc l'édification des zones d'habitat et de commerce urbain.

III -3 - Huit ans d'organisation :

L'Etat a procédé à une réforme commerciale orientée vers un socialisme plus efficace et marquée par la nationalisation des mines et le monopole d'Etat du commerce extérieur. La politique de l'Etat vise l'instauration d'une organisation cohérente de tous les secteurs économiques dans le cadre des entreprises et sociétés socialistes tout en incluant le développement régional et intégré.

[130] CHIBANE Necerdine (1987). « Le rôle du commerce dans l'organisation de l'armature urbaine en Algérie », Thèse de Doctorat, université de Paris, p62

Les ministères du commerce, des industries et de l'agriculture ont été conduits à « mettre sur pied le canevas des entités étatiques se trouvant sous leur tutelle »[131].

III-3-1-Les entreprises sous tutelle du commerce et d'agriculture :

La période de l'organisation et de réorganisation du secteur économique algérien se caractérisé par la création de nombreuses entreprises chargées de la distribution et la commercialisation de toute la gamme de produit.

III-3-2-Nationalisation du commerce extérieur (1974-1980) :

La charte nationale, élaborée en 1976, stipule le principe d'une nouvelle politique de nationalisation du commerce extérieur et du commerce du gros.

La nationalisation des importations fut alors le premier maillon de la chaine vers une nationalisation des réseaux du commerce de gros, pour permettre des prix et un approvisionnement de toutes les régions des pays équilibré. « Cette politique de protectionnisme a permis le développements et le regroupement des structures étatiques de commercialisation et de distribution »[132].

III-3-3-Les organes chargés de la commercialisation et la distribution :

Dans le cadre de l'organisation du commercial, l'Etat a procédé à la création des organismes chargés de l'approvisionnement de la distribution et de la commercialisation dans le but de la spécialisation de l'économie publique.

Au lendemain de l'indépendance, l'économie algérienne connaissait un désordre que l'Etat tentait bien que mal de désordre. Pour ce faire, et conformément au programme de Tripoli (1962) et à la charte nationale (1964), l'Algérie s'était fixée deux principaux objectifs à long terme : construire l'économie du pays et enrayer le chômage. Mais très vite le commerce va connaître une période de désorganisation. L'exode massif des européens avait donné lieu, et ce là les premiers jours de l'indépendance, à un secteur commercial déstructuré.

Pour répondre aux besoins fondamentaux des masses, l'Etat va créer, et ce dés décembre 1962, des organismes de distribution. En 1974 il y avait en Algérie, coexistence de trois formes de distribution : l'une privée, l'autre étatique, et la troisième coopérative.

a) Le secteur privé :

De 1962 à 1974, une multitude de grossistes, tant dans les fruits et légumes que dans les produits alimentaires, vont régner en maîtres sur les circuits de distribution. Ils approvisionneront des détaillants.

Le grossiste a joué en Algérie un rôle prépondérant, surtout dans la distribution des produits alimentaires. Sa principale qualité est son dynamisme. L'existence d'un nombre

[131]CHIBANE Necerdine (1987). « Le rôle du commerce dans l'organisation de l'armature urbaine en Algérie », Thèse de Doctorat, université de Paris, p71

[132] Idem, p87

important de grossistes s'explique par la forte dispersion des détaillants, conséquence d'une désarticulation de l'appareil commercial.

-Un approvisionnement organisationnel des marchés

Dans les marchés on distinguait :[133]

1. Les fellahs : les agriculteurs qui apportent leurs produits à vendre.
2. Les soukiers : commerçants ambulants effectuant des circuits hebdomadaires sur les marchés.
3. Les artisans : qui effectuaient des travaux sur le marché du détail. Cette organisation favorisait l'approvisionnement des marchés et l'écoulement des produits par les fellahs, les commerçants acheteurs soit des colons ou locaux. Un aspect itinérant caractérisait ces acteurs.

Ils pratiquent un système de double circuit commercial : distributeurs des produits citadins ou importés, en même temps collecteurs des produits ruraux. Ce système de vente ramassage se trouvait au niveau des régions isolées.

Avec l'apparition du secteur privé, les entreprises et les organismes nationaux ont entré en concurrence perpétuelle avec ce secteur. « Le nombre de commerçants-détaillants privés a progressé de 40% pour passer de 300000 commerçants détaillants en 1978 à 500000 en 1982.

Le commerce de détail reste à 80% du ressort privatif. Ce développement du secteur privé était le résultat de l'orientation politique de l'Etat en domaine du commerce de détail ne constitue pas un monopole de l'état de demeure ouvert à l'activité publique ».[134]

b) Le secteur étatique :

Parmi les entreprises d'Etat qui s'occupent de distribution, on peut citer successivement : ONACO, OFLA, SN SEMPAC qui sont les plus importantes en matière de commerce de gros. Concernant le commerce de détail, on peut citer l'expérience qui eût lieu en 1963, les magasins Pilotes Socialistes.

O.N.A.C.O. (office national de commercialisation)

Crée le 01 décembre 1962, opérationnel qu'à partir de 1964, fut la première entreprise d'Etat.

Il eut pour objet de fournir à la population des denrées de base telles le café, le sucre, le beurre, le thé, les arachides, les épices, à des prix stables et faibles et ceci grâce à des concours budgétaires.

O.F.L.A (office des fruits et légumes d'Algérie) : Crée le 3aout 1969

G.R.A (Groupements d'achat professionnels) : pour les produits industriels et matières premières.

Malgré le développent considérable du secteur commercial, il demeure insuffisant. « Ce développement est caractérisé par un parc de matériel assez éparse d'où 2200 tonnes pour la SSGA et 700 camions de moyen et petit tonnage au profit de l'O.N.A.C.O. la SN-

[133] Interview avec des personnes âgées
[134] Charte nationale, p201

EMPAC, par ailleurs, détient 1400 camions pour 710 points de vente et 160 centres de diffusion ainsi que 31 dépôts centraux »[135].

Tableau n°01 : Evolution des aires de stockage 1973 - 1980

Entreprises	1973	1980	%
ONACO	216000	318000	32
SONACAT	25000	95000	73,7
SN COTEC	30000	61000	50,8
Total	271000	174000	42.8

Source : CHIBANE. N.

c) le secteur coopératif :

Les expériences en matière de coopératives dans la distribution, au nombre de deux, ne touchent que la commercialisation des produits agricoles, ces coopératives CORE en 1963 et CAPCS/CAPCS en 1973, ont été crées pour soutenir les secteurs socialistes de production agricoles de production (CAPRA) pour les secondes.

La politique de l'Etat en matière de création des offices chargés de la commercialisation et la distribution des produits a échoué vu :

- L'absence d'une coordination nationale des organes étatiques commerciaux
- Le manque d'initiative de la population algérienne.
- Manque de moyens de distribution.

Cela a engendré à la stagnation du commerce intérieur.

III-4-Vers une politique d'urbanisme commercial :

Cette politique puisse ses fondements « dans la réforme du registre de commerce décrétée en date des 15 et 16 janvier 1979, portant sur l'organisation du commerce de détail privé et étatique »[136].

La surconcentration des activités au niveau du centre ville ainsi que leurs périphéries a engendré une désorganisation et perturbation de l'activité et l'anarchie dans la création des lieux commerciaux et surtout de leur fonctionnement et gestion par les propriétaires et les responsables.

La prise en charge de l'urbanisme commercial par l'Etat datait de l'apparition du code d'urbanisme en 1974. Même la charte nationale en 1976, a insisté sur l'intérêt d'un urbanisme commercial, homogène et intégré. Afin d'arriver à ce but, il était nécessaire d'établir des plans de modernisation des villes et des plans communaux de développement.

[135] CHIBANE Necerdine (1987). « Le rôle du commerce dans l'organisation de l'armature urbaine en Algérie », Thèse de Doctorat, université de Paris, p92

[136] CHIBANE Necerdine (1987). « Le rôle du commerce dans l'organisation de l'armature urbaine en Algérie », Thèse de Doctorat, université de Paris, p104

Le système commercial algérien tend vers un équilibre régional effectué par l'installation des entreprises de distribution et d'approvisionnement à travers le territoire. Le secteur privé complète le secteur étatique en cas de la concentration commerciale dans les centres.

III- 5 - Différentes formes de l'appareil commercial :

Nous vivons des mutations profondes des appareils commerciaux urbains en Algérie, avec la multiplication de l'implantation de la grande distribution commerciale dans ses différentes formes, surtout après le retrait de l'intervention de l'Etat en matière d'approvisionnement et de distribution, s'ajoute aussi la mise en liquidation des diverses entreprises publiques gestionnaires à la fin des années 80 et début 90.

A l'instar de ces situations, aujourd'hui on constate une anarchie marquante de la localisation du petit commerce, en l'occurrence, le commerce indépendant, notamment après la libéralisation de l'activité commerciale.

Vu l'organisation commerciale coloniale qui régnait à l'époque coloniale et qui était orientée vers le commerce extérieur, une réorganisation de l'appareil commercial s'est imposé afin de répondre aux exigences de l'économie nationale.

Des mesures d'adaptation de l'appareil commercial aux nouvelles conditions et mutations économiques du pays visent en principe à la bonne gestion et le strict contrôle de ces appareils. La réorganisation de l'appareil commercial vise à donner une orientation nouvelle de libéralisation du commerce. L'assurance d'un approvisionnement uniforme de toutes les régions du pays conduit à ce qu'il y ait un appareil commercial dont les structures se développent continuellement. Par ces implantations au niveau du territoire national, les entreprises de distribution sont en perpétuelle concurrence avec le secteur privé. «Le commerce de détail reste à 80% du ressort privatif». [137]

Même l'Etat a encouragé la participation du public dans la pratique du commerce, dont la charte nationale stipule, « Le commerce de détail ne constitue pas un monopole de l'Etat et demeure ouvert à l'activité publique».[138]

L'appareil commercial algérien n'a pas cessé de se développer, surtout durant la deuxième décennie de l'indépendance. Néanmoins, ce développement a marqué l'espace territorial, ce qui a conduit à l'intégration de l'espace commercial au sein des régions tout en renforçant les lieux dits de transition entre la ville et la compagne par l'écoulement des produits agricoles et par l'approvisionnement des zones rurales en produits manufacturés. Les villes ont connu un développement assez rapide des activités commerciales du point de vue spatial et temporel au niveau du secteur privé et étatique. Ceci a engendré par le rythme de sa rapidité, une désorganisation, relevée au sein des tissus urbains faute du non respect des règlements d'urbanisme commercial.

---

[137] Idem, p88
[138] Charte nationale, p201

III- 6 - La politique d'urbanisme commercial :

En réalité, l'urbanisme commercial a été pris en charge par l'Etat implicitement dans «le cadre de l'urbanisme paru en 1974. Même la charte nationale en 1976, en plus des résolutions du congrès extraordinaires du parti en 1981» où le but de réaliser un urbanisme commercial, homogène et intégré était très claire.

Les implantations commerciales continuent à se faire au coup par coup sans réelle logique d'intégration ou de continuité basée sur un développement cohérent et équilibré. C'est pour cela que la politique d'urbanisme commercial vient à régulariser les déséquilibres existants et ces implantations tout en intégrant des nouvelles politiques capables de remédier les problèmes conciliant à la fois le domaine social, urbain et économique, qui visent le bien-être du citoyen.

Le commerce privé a pris son ampleur, dont le nombre des magasins de vente de détail ne cessent pas de se multiplier, «le nombre actuel des commerçants- détaillants est de 500000, soit un commerce pour 44 habitants».[139]

L'Etat a procédé une politique de multiplier et diversifier les structures commerciales et de distribution afin de maintenir la population sur place, chose qui favorise les transformations des systèmes de production. Le circuit de commercialisation constitue l'élément structurant de la régionalisation.

Le système commercial algérien interprète les efforts de l'Etat pour intégrer les structures commerciales dans l'ensemble du territoire national par l'implantation des points de vente et d'approvisionnement dans les endroits désintégrés, dans le sud comme dans le Nord dans le but de renforcer les relations urbaines et inter- régionales.

Le système commercial, qu'il soit étatique ou privé se développe en parallèle au développement démographique. Cela renforce le réseau urbain.

L'appareil commercial repose sur trois circuits différents en l'occurrence, les souks, le commerce fixe privé et le commerce étatique. Ces circuits se développent et influencent l'espace urbain et rural.

Le rôle qu'elles jouent les Wilayas algériennes dans le développement et le progrès du commerce se diffère d'une Wilaya à une autre, on peut citer notamment qu''il y a une certaine «prédominance de la Wilaya de Constantine pour le nombre de commerçants détaillants, on y compte plus de 13% de ces derniers. Les Wilayas de Batna, Biskra et Annaba viennent en deuxième lieu 10% à 13%, suivies de celles de Sétif et de Guelma avec 9% à 10%, Oum El Bouaghi avec 7% à 9%.»[140]

---

[139] CHIBANE Necerdine (1987). « Le rôle du commerce dans l'organisation de l'armature urbaine en Algérie », Thèse de Doctorat, université de Paris, p105

[140] CHIBANE Necerdine (1987). « Le rôle du commerce dans l'organisation de l'armature urbaine en Algérie », Thèse de Doctorat, université de Paris, p115

Le réseau urbain des wilayas du pays est marqué par un double réseau : «celui des souks et celui des unités de distribution et d'approvisionnement étatique»[141]

III- 7- Le réseau étatique :

La réalisation d'infrastructures de commerce a préoccupé les pouvoirs publics durant les années soixante- dix, qui ont répondu par un programme ambitieux de surfaces commerciales de deux types : urbaines pour « les galeries algériennes» et rurales par «les souks el Fellah». Mais avec la crise politique et économique qui a touché le pays, ces programmes sont échoués.

Depuis l'indépendance, le marché des produits agricoles en Algérie se caractérise par une profonde hétérogénéité structurelle et par la place importante qu'y occupent les instances étatiques. Le contrôle de ce marché constitue un enjeu politique essentiel dans un pays dont le déficit alimentaire ne cesse de s'aggraver.

Dés le départ, l'appareil commercial étatique est concentrée au niveau des villes que se soit petites ou grandes. « Le taux de couverture de l'Est algérien en infrastructure étatique est de 52%»[142], un réseau soukier s'articulant sur les hautes plaines :

La colonisation créa des réseaux routiers destinés à mieux contrôler le pays. Elle a met en place des camps militaires au départ : Sétif, Batna, Sidi Bel Abbès. Il existerait aussi des villages de colonisation, bien placés, s'étoffèrent, et jouèrent le rôle de gros bourgs.

«Cependant, ce réseau urbain et routier restait étranger au monde rural algérien ; il l'encadrait plus qu'il ne le prenait en charge. Ne faut-il pas s''étonner que les souks précoloniaux aient subsisté, et même qu'il s'en créât de nouveaux. Le réseau soukier fonctionnait parallèlement au réseau urbain»[143]

IV- Réseau soukier :

Le souk a marqué les sociétés traditionnelles à l'époque précoloniale, il a pu traverser sans coup férir toute la période coloniale, où la colonisation a détruit les symboles du patrimoine du pays. Cette structure a prouvé la solidité de son enracinement dans la société qu'elle porte où on peut la considéré notamment l'un des composantes du patrimoine social qui interprète la culture et les traditions des sociétés.

Le souk est une institution importante dans la vie des compagnes, il rythme cette vie. Il est le moyen intermédiaire entre la ville et la compagne car il joue le rôle d'organisateur des relations entre la ville et la compagne dans les différentes opérations d'approvisionnement et de distribution. (Voir fig. n°05)

---

[141] Yves GUILLERMOD « Marché, Etat et logique paysannes en Algérie » cahier sociaux humains. 30 (1-2) 1994, p190

[142] Idem, p136

[143] Marc Côte, « L''espace Algérien – les prémices d'un aménagement réseau urbains, réseaux soukiers. Chapitre 8», OPU, Algérie, 1983, p66

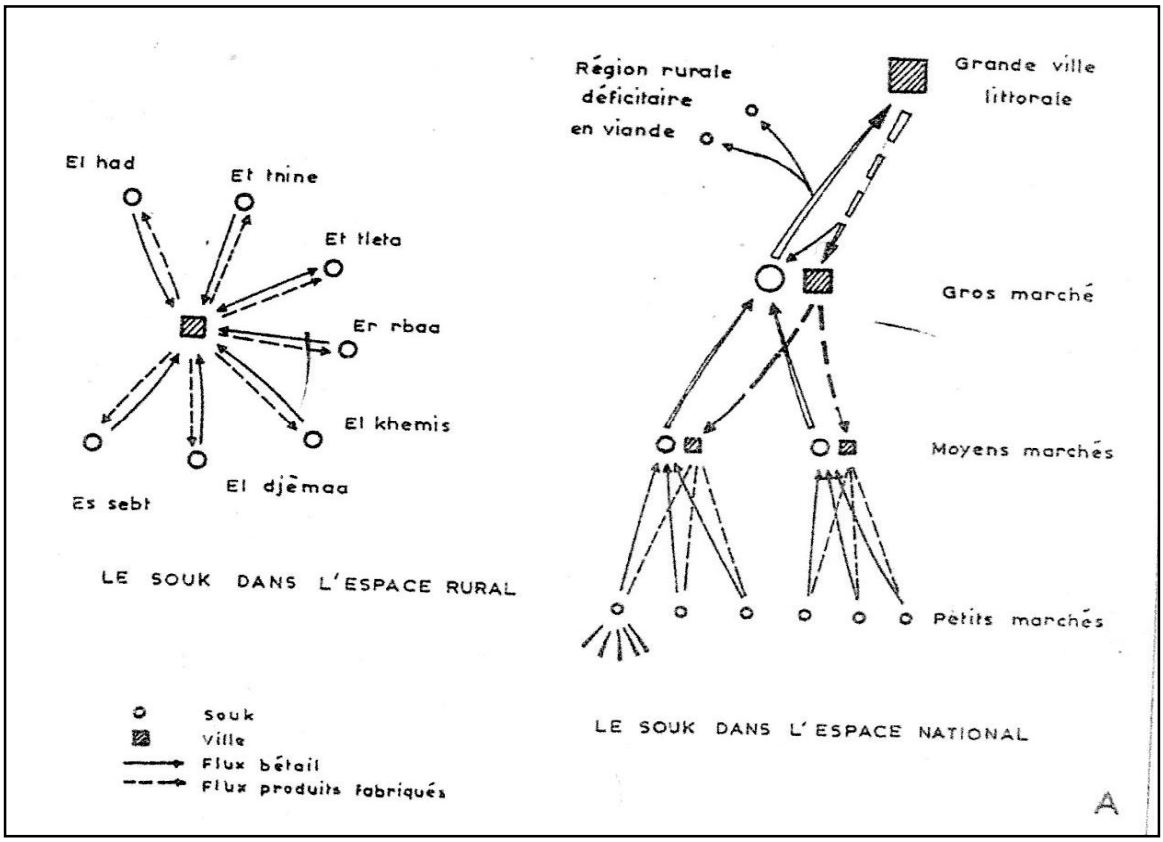


Fig. n° 11 : Le souk élément organisateur de l'espace

Source : Marc Côte

On peut constater qu'au niveau local, le souk permet d'offrir les services que peut assurer une ville, on peut dire qu'il prolonge la ville dans l'espace rural ; il est «une ville à la compagne»[144], dont en faisant les courses une fois par semaines tout en transportant les produits et les services propres à la ville. Donc le souk assure les différents endroits.

«Le souk est la ville démultipliée en cinq ou six lieux au long de la semaine»[145]

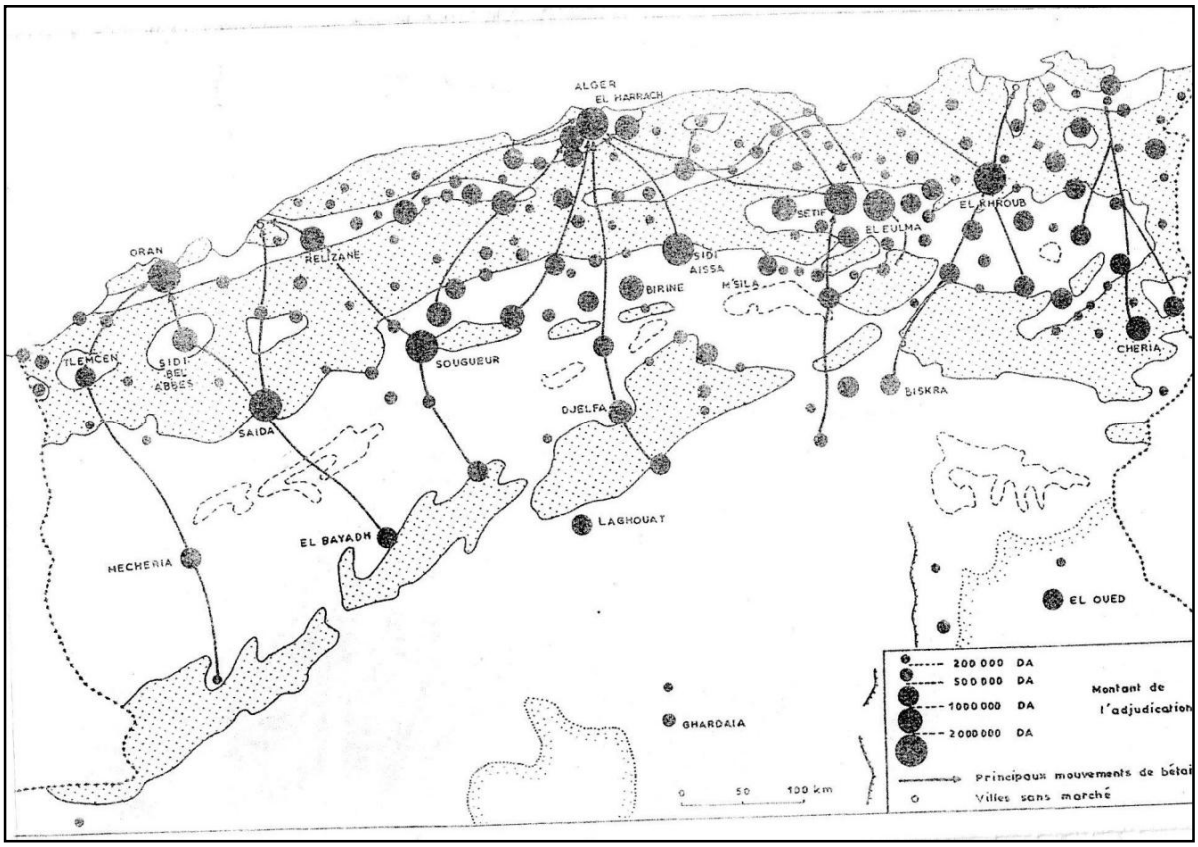
«Au niveau national, le souk joue le rôle de relais, pour acheminer le bétail vers les lieux de consommation»[146].

Il existe une certains hiérarchisation des réseaux de souks à travers le territoire national, dont les grands souks monopolisent le secteur du bétail et ils acheminement aussi des produits urbains pour les ruraux qui préfèrent les étales du souk mieux que le magasin urbain. (Voir carte n°03)

[144] Marc Côte, « L''espace Algérien – les prémices d'un aménagement réseau urbains, réseaux soukiers Chapitre 8», OPU, Algérie, 1983, p66

[145] Marc Côte, « L''espace Algérien – les prémices d'un aménagement réseau urbains, réseaux soukiers Chapitre 8», OPU, Algérie, 1983, p68

[146] Idem

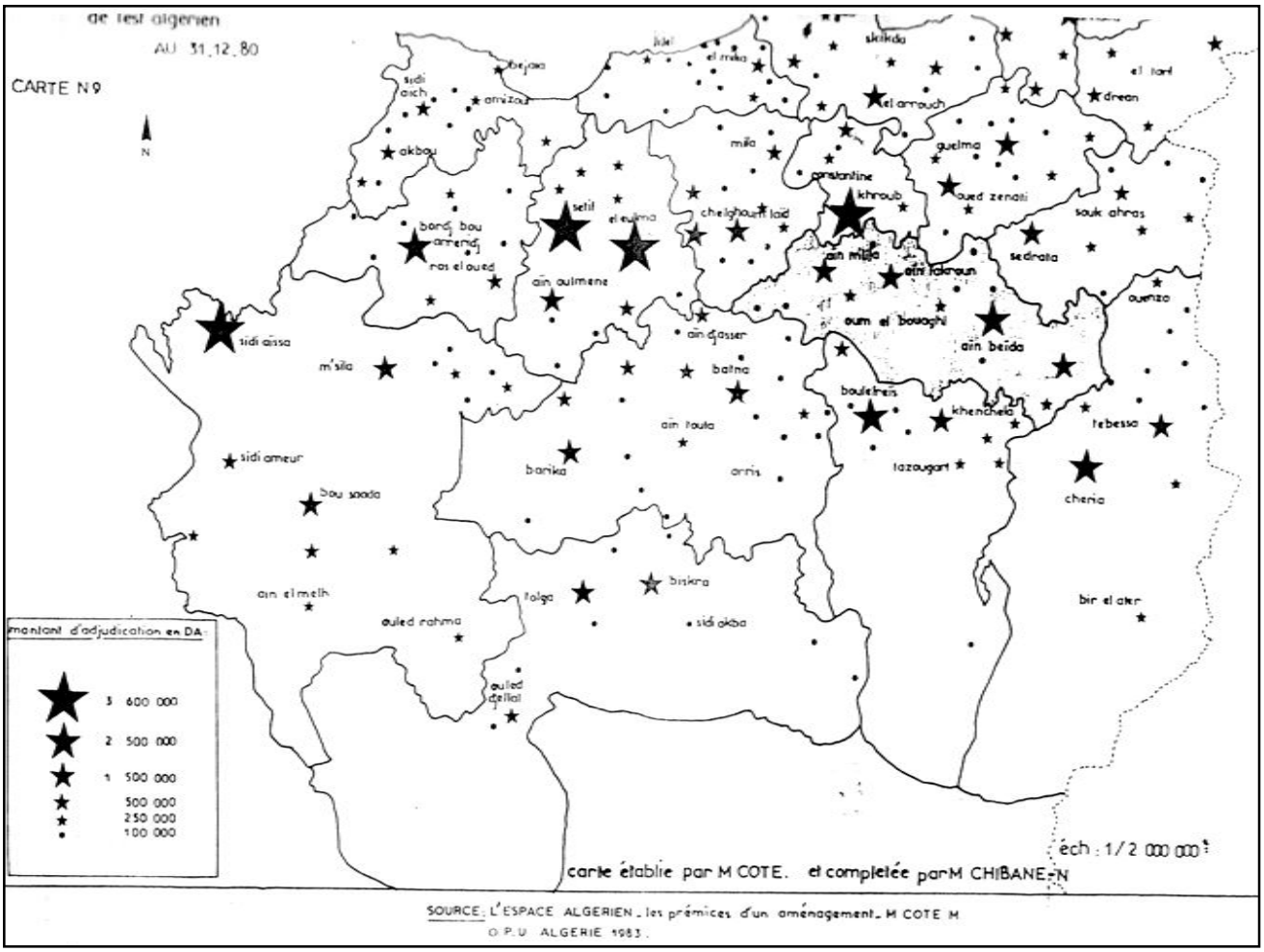


Carte n° 03 : Le souk dans l'espace micro régional

Source : Marc Côte

D'après la carte on constatera que le grand nombre de petits souks se trouve dans les montagnes telliennes et un volume important des souks hautes plaines et bassins intérieurs qui sont actifs, (on peut, citer les souks d'Ain Beida, El Kheroub,…)

La carte ci-dessous (carte n°04) présente réseau des souks de l'Est Algérien qui a était étudié par Marc Côte.



Carte n° 04 : Réseau des souks de l'Est Algérien

Source : CHIBANE. N

On peut constater que les souks sont parfois absents dans le littoral et un peu importants dans le Sahara. L'importance des souks se traduit par le montant d'adjudication.

La figure n° 10 souligne bien ce phénomène « le volume d'affaire des souks par habitant est maximum dans les zones de contact (bassins intérieurs, hautes plaines) ; il est également plus fort dans le S que dans la partie septentrionale ; c'est l'Algérie rurale qui trouve là son instrument de relation par excellence»[147]

[147] Marc Côte, « L''espace Algérien – les prémices d'un aménagement réseau urbains, réseaux soukiers Chapitre 8», OPU, Algérie, 1983, p68

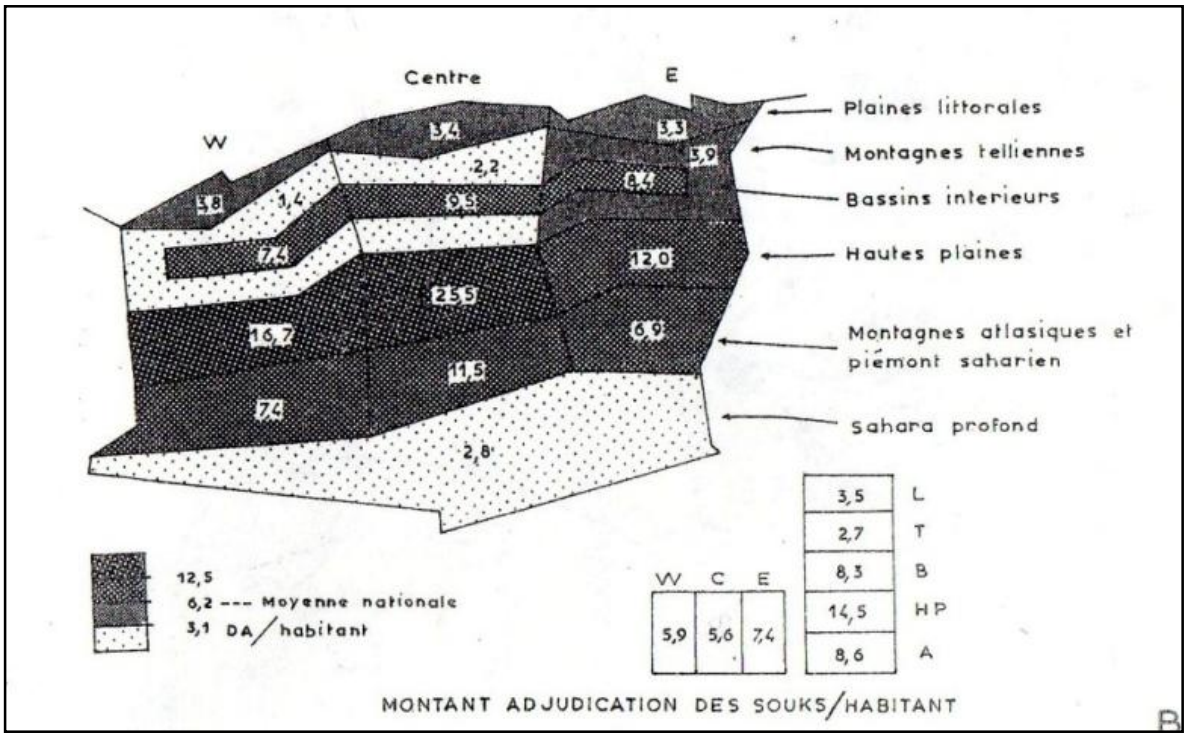


Fig. n° 12 : Montant d'adjudication des souks par tête d'habitant

Source : Marc Côte

V- Etude des souks en Algérie :

V-1- Le réseau des souks dirigé par Ain Beida :

Les souks des hautes plaines orientables, dont la platitude favorise le rôle de passage, sont au nombre de huit. Ils sont installés dans les villes et village, chefs- lieux de communes souvent anciennes. Mais quelles que soient leur importance et l'époque de leur création, les souks sont toujours implantés là où il y avait un certain poids humain.

Les souks d'Ain Beida et Ksar Sbahis, qui datent de l'époque précoloniale, sont les plus anciens. Ceux de Meskiana et Oum El Bouaghi ont été crées lors de la colonisation. Le reste des souks a suivi le découpage administratif en communes, chaque communes voulant avoir le sien pour cherche une source de revenus importants. La plus part de ces souks sont restés petits et moins importants. Faute d'équipement et d'aménagement convenable. Chaque souk a lieu une fois par semaine. Celui d'Ain Beida agglomération devenue très vite le centre directeur du commerce dans la région, dure exceptionnellement deux jours. Ce gros marché a dû doubler son activité dans la semaine pour accueillir la masse grandissante des ruraux venus échanger des produits, mais également les citadins démunis ou enquête d'un objet introuvable ailleurs.

Le souk d'Ain Beida est le seul des hautes plaines orientales à se tenir dans deux enceintes : la première, appelée Rahba en arabe dialectal parce que réservée au bétail, se trouve à 2 Kilomètres et regroupant une centaine de boutiques, est située dans un quartier de la ville.

En Algérie et dans tout le Maghreb, le calendrier des marchés, dont l'instauration est forte ancienne est fait de manière à ce que chaque marché a un jour différent de la semaine.

A Ain El Beida, le marché a lieu le vendredi et le lundi qui gravitent les souks d'Oum El Bouaghui qui a lieu le mardi. Ain Babouche et Fkirina le samedi, cette succession des marchés en un cycle de jours inlassablement répétés est un élément important de la mobilité des fellahs et commerçants.

Souk régional ; celui d'Ain- Beida ; ce marché, dont le montant de l'Est algérien, il est classé au troisième rang pour le commerce des ovins après ceux d'El Khroub prés de Constantine et Chéréa dans la wilaya de Tibassa. Selon CHIBANE N. les effectifs ovins sont compris entre 8000 et 10000 têtes ceux des bovins entre 120 et 150 têtes.

Le souk d'Ain El Beida, est très ancien. C'est le marché pôle pour les rayonnements régionaux. En offrant un plus grand choix de produits et à des prix intéressants, le souk d'Ain-Beida attire une clientèle largement étendue dans l'espace. Le rôle de ce gros marché se trouve renforcé par les facteurs économiques et le sentiment économique d'appartenance à la même communauté. Ce marché-pôle agit fortement sur l'activité des souks voisins. Il participe à la dynamique car très souvent lorsque, vendeurs et acheteurs se réservent pour le souk d'Ain Beida les marchés qui ont lieu la ville ou le lendemain sont peu propice aux transactions.

Marc. Côte constate, par ailleurs, l'existence d'un rapport entre l'importance du souk et la taille de l'agglomération. En effet le volume du marché et le nombre d'habitants coïncident fortement, car ils croissent tous deux parallèlement. Ce phénomène est perçu assez clairement le cas des hautes plaines orientales.

V-1-1-Une certaine spécialisation :

N. CHIBANE indique dans son étude que le souk d'Ain Beida se spécialise principalement dans le commerce des fruits et légumes et de l'habillement. La vente des vêtements intéresse seulement les ruraux, alors que pour les fruits et légumes le souk a essentiellement pour clientèle les citadins de la ville qui s'y approvisionnent pour la semaine à des prix nettement inférieurs à ceux pratiqués dans le commerce fixe.

N. CHIBANE soutient que les souks Oum El Bouaghi et de Meskiana se spécialisent dans le commerce pratiqué par les femmes (habillement féminin, bijoux).

V-1-2-La présence des femmes commerçantes :

Selon N. CHIBANE, leurs effectif au souk de Ain Beida est de 55 femmes soukieres, alors qu'on marché d'El Khroub (national), l'effectif est de 44 commerçantes. Quant au souk d'Oum El Bouaghi (le jour de l'enquête) l'effectif était 04 commerçantes. Le marché d'Oum El Bouaghi occupe une position médiane entre le marché d'Ain Beida et Ain Fakroun.

Celui de Meskiana occupe une position médiante entre ceux de Tébassa et Ain Beida.

Ce marché attire une clientèle étendue dans l'espace. Pour les tribus de Ain Beida le souk est considéré traditionnellement par tous les groupes humains comme une sorte de chef lieu

'politique'. On peut dire que le rôle de ce gros marché est renforcé par les facteurs économiques et le sentiment d'appartenance à la même communauté.
Ce marché occupe une place très importante dans le rayonnement commercial dont elle était fameuse par l'ancienneté de ses commerçants soukiers et sa région.

On considère le facteur des commerçants soukiers l'un des déterminants du dynamisme de l'activité commerciale dans la ville d'Ain El Beida. Selon Marc COTE, le marché de Meskiana est animé par les marchands d'Ain El Beida qui constituent un effectif de 168 personnes, soit 65% du total. Les gros marchés attirent des commerçants de toutes directions soit les régions limitrophes soit lointaines ce qui explique le pouvoir et le potentiel commercial de la région qui dispose de ce type des marchés. Pour cela on peut dire que la mobilité et les déplacements, qu'il provoque le marché participe dans la dynamique de la ville par leur rôle dans l'approvisionnement et l'écoulement des produits, et son influence sur la mobilité humaine sur le plan spatial et temporel par sa périodicité régulière et qui se diffère d'une région à l'autre tout en assurant la continuité de l'activité soukière durant la semaine.

L'espace commercial d'Ain El Beida déborde largement les hautes plaines orientales, comme il a montré M. Côte dans son étude, où les soukiers originaires se déplacent, jusqu'aux N'mamcha, l'Aurès.

Le souk d'Ain El Beida en légumes et fruits est gros dans les hautes plaines orientales, il constitue la source d'approvisionnement pour les marchands soukiers de ces dernières. L'autre source c'est les jardins maraichers de la région qui sont une source faible pour approvisionner les différents marchés.

On peut trouver aussi le marché de gros de Constantine qui est connu par son ampleur parce que Constantine a été un certain temps une grande ville commerciale. Le marché de Chelghoum Laid est aussi un exemple des marchés qui ont un dynamisme emprunté de sa position géographique importante qui constitue le relais entre les plaines constantinoises et Sétif, ce qui facilite les échanges. Les sources d'approvisionnement de ces marchés sont diverses, on peut trouver certaines villes de l'Est algérien telle que Khenchela, Skikda, Guelma en domaine des fruits et légumes. Les circuits d'approvisionnement et d'écoulement des produits aux marchés des différents willayas prouve l'importance du rôle économique de commerce dans les revenues de la ville et sociale dans le mouvement et les déplacements des masses importantes des individus, ce qui provoque un phénomène de dynamisme dans les agglomérations commercial et spatial.

Ain Beida aussi détient d'un souk à bestiaux, dont il exerce une attraction sur l'aide la plus étendue. «Il est prisé par 446 opérateurs habitant dans 68 communes que regroupent 13 wilayas de l'Est algérien. Les opérateurs arrivants des régions limitrophes constituent des apports très importants, en particulier ceux qui résident dans les wilayas de Khenchla et Souk Ahras. La petite Kabylie, Souf et Ziban fournissent à elles seules plus de 6% des apports»[148]. Ce rayonnement est influencé par la période et la saison, souvent il peut être réduit à un

[148] Marc Côte, « L''espace Algérien – les prémices d'un aménagement réseau urbains, réseaux soukiers. Chapitre 8», OPU, Algérie, 1983, p236

pourcentage moins que les saisons d'activité «Mais le souk de bétail d'Ain Beida est toujours bien achalandé».[149]

La wilaya d'Oum El Bouaghi occupe une place centrale dans l'espace géographique de l'Est algérien où elle a des relations avec les différentes wilayas. Cela à travers le rôle de ses souks de bétail où les différentes wilayas de l'Est algérien viennent s'approvisionner, des souks d'Ain – Beida, Ain M'lila et Ain Fakroun, Oum El Bouaghi est une région à vocation agro- pastorale, elle dispose des plaines fertiles en céréales : auparavant, elle fut l'un des pôles de distribution vers les zones déficitaires en blé. Actuellement, par ses légumes frais des souks de Naamane ou de Meskiana.

Les souks assurent et assument leur tâche de collecteur et distributeur en contact avec la zone de production. De collecteur et distributeur en contact avec la zone de production. Leur répartition dans l'espace pour chaque zone crée une polarisation du type Crystaller (le centre de commandement est concentrique par rapport aux centres de niveau secondaire).

Oum El Bouaghi s'échelonne après Ain Beida, « Les souks dans la wilaya d'Oum El Bouaghi, dessinent dans l'espace la squelette d'une colonne vertébrale qui assure le rôle de maintien de la distribution en milieu, soit rural, soit urbain».[150]

Le commerce soukier dans cette wilaya est très important, ce qui est expliqué par le nombre important des souks qui se réparti sur le territoire de la wilaya «Sachant que le nombre des souks à travers la wilaya d'Oum El Bouaghi est de l'ordre de 14, cela va sans dire qu'on assiste en moyenne à deux souks par jours, qui se tiennent dans les lieux différents mais qui font partie de l'enceinte administrative de la wilaya. Parmi eux, relevons ceux d'Ain Beida et d'Ain M'lila».[151]

N. CHIBANE a mentionné dans son étude sur les souks de la wilaya d'Oum El Bouaghi qu'elle se caractérise par son homogénéité physique, ce qui facilite la mobilité des soukiers résidents et externes et draine des nombres de populations importants et maintient les relations entre les populations et l'espace. Ces relations sont nécessaires pour la continuité de l'activité soukière.

La répartition des souks à travers des souks à travers la wilaya d'Oum El Bouaghi se caractérise par son homogénéité et sa hiérarchisation (carte de CHIBANE p168 n°15), toutes les communes équipées par une infrastructure soukière sont toutes d'anciennes communes peuvent être antiques comme ceux d'Ain Beida, de création coloniale comme ceux de Ksar Sbahi, Meskiana et Ain Fakroun, ou récents à l'issue du découpage administratif de 1974, tels Berriche, Ain Babouche.

Le commerce soukier a été investi aussi par des femmes qui «sont tout simplement des paysannes, familières de l'artisanat et des travaux manuels, les femmes sont devenus partie intégrante des souks.».[152]

---

[149] Marc Côte, « L''espace Algérien – les prémices d'un aménagement réseau urbains, réseaux soukiers. Chapitre 8», OPU, Algérie, 1983, p236

[150] CHIBANE Necerdine (1987). « Le rôle du commerce dans l'organisation de l'armature urbaine en Algérie », Thèse de Doctorat, université de Paris, p160

[151] Idem, p161

[152] Idem, p173

N. CHIBANE a recensé dans son enquête sur les souks d'Oum El Bouaghi 227 femmes soukières, leur présence est fortement marquée dans les gros souks à savoir Ain Beida, Ain Fakroun, Ain M'lila et Oum El Bouaghi.

Jadis, la fréquentation des souks était exclusivement par les hommes, ce qui interprète l'arrivée des femmes sur les souks c'est le changement de mode de vie économique et sociale et la volonté de donner une occasion aux femmes de travail pour contrecarrer la cherté de la vie, le dynamisme de ces femmes soukières est dû à leur bonne volonté de prendre en charge leur destinée mais aussi à la motorisation des commerçants soukiers.

On peut noter que les déplacements périodiques- hebdomadaires- des soukier d'un souk à un autre provoquent un dynamisme spatial, suite aux déplacements dirigés des populations de marchandises.

La conséquence de ce dynamisme est dû du rôle du souk en tant qu'élément structurant et organisateur de l'espace et en particulier l'espace commerciale.

Le souk offre une occasion aux commerçants aux paysans et aussi aux clients que ce soient des ruraux ou des citadins, la rencontre de ces derniers renforce les liens entre la ville et la compagne et constitue pour les ruraux la seule occasion pour établir leurs relations et satisfaire leurs besoins surtout dans le cas où les souks sont en état de bon fonctionnement.

«La répartition et l'organisation des souks ainsi que leur dynamisme sont le résultat du degré de motorisation des soukiers».[153]

Les commerçants qui desservent le marché d'Oum El Bouaghi ont une origine variée. Ils sont pour la plupart d'Ain Fakroune et de ses régions limitrophes, certain résident dans les hautes- Plaines orientales (Tamlouka, Ksar Sbahi, Ain Babouche et Berriche), d'autres (deux soukiers) à Khenchla et Batna (selon Marc Côte).

N. CHIBANE déduira que l'activité des souks d'Oum El Bouaghi et Ain Beida, Ain Fakroun, Ain M'lila s'anime par le dynamisme des commerçants soukiers qui est en développement. L'aire de rayonnement commercial des souks d'Oum El Bouaghi dépasse leurs limites administratives. Ces souks entre eux constituent un réseau organisé et bien dirigé, dont N. CHIBANE nous a montré qu'il existe trois niveaux de liaison qui s'effectuent entre les souks intermédiaires et enfin avec les petits souks. Ces liaisons sont tissées par un gros souk pour gérer les autres souks, ce qui va engendrer la solidarité spatiale entre les centres de la région et renforcer le développement économique et commercial des centres. «Un souk à l'intérieur de la wilaya d'Oum El Bouaghi arrive à desservir deux souks hors du son territoire».[154] (voir carte n°05)

Ce phénomène permet d'élargir les relations entre les communes de la wilaya et les régions environnantes afin de renforcer les relations sociales et contribuer à la dynamique de l'espace géographique où se trouve. Dont il est un facteur d'approvisionnement et des produits et des prix et des gens. Il devient un moyen de rentabilité financière pour les communes mêmes.

Certaines villes devenue importantes grâce au commerce comme Tadjnanet, Maghnia…Cette situation perdura notamment durant les années 80, les années du boom du Trabendo. En effet, une série de conditions ont favorisé l'apparition du marché de

[153] CHIBANE Necerdine (1987). « Le rôle du commerce dans l'organisation de l'armature urbaine en Algérie », Thèse de Doctorat, université de Paris, p181

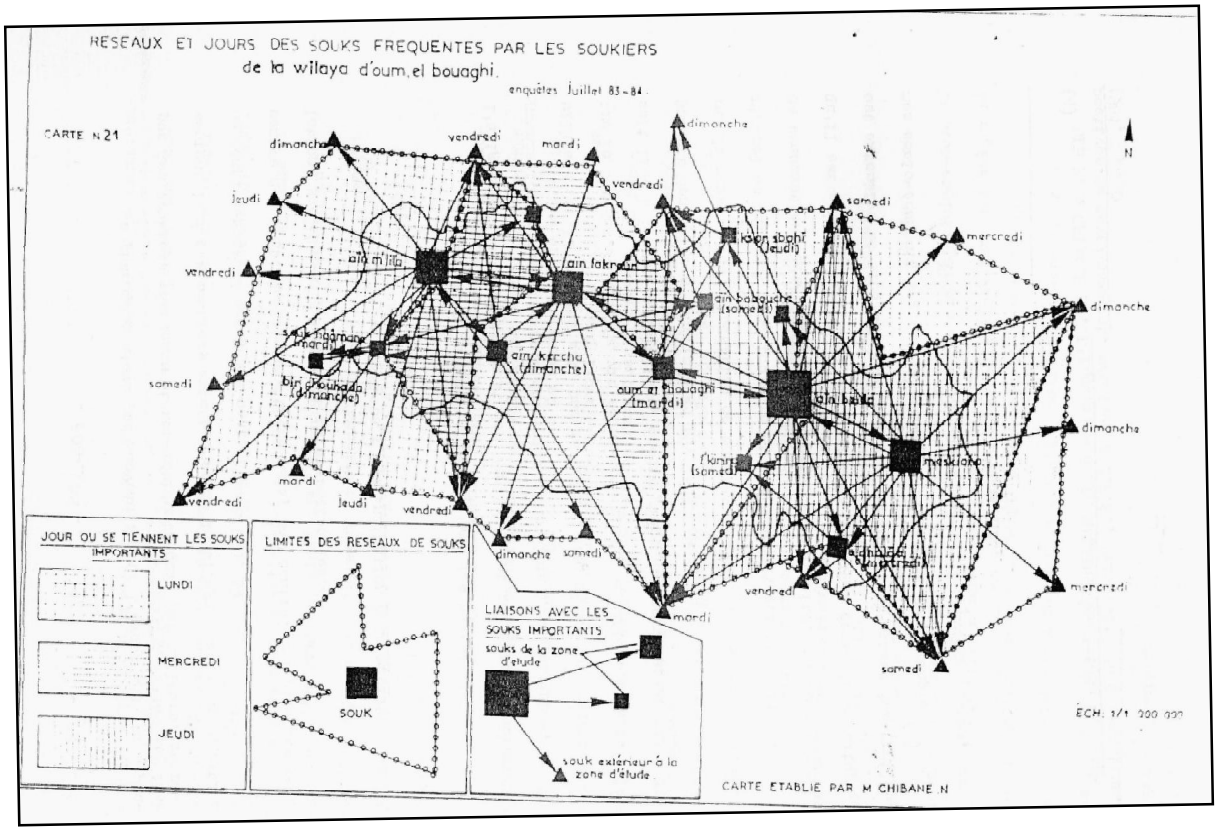
[154] Idem, p206

l'importation clandestine dit «Trabendo». D'abord l'allocation touristique ce mode de change favorable, en suite l'autorisation d'importation des véhicules touristiques (A.I.V), l'ouverture de lignes aériennes vers le Moyen Orient (Turquie, Syrie,…), s'ajoute aussi la réouverture de la frontière marocaine.

L'une de ces places les plus importantes de l'Est algérien était Tadjnanet : cette ville dispose d'un prestigieux marché hebdomadaire, d'envergure régional, voire national, il assure la pitance de milliers des chômeurs. Ce marché «s'étend sur une superficie de 11He, à la sortie Ouest de la ville»[155]. Il fonctionne de 6h-12h (été), il se caractérise par une ampleur et grande diversité des trocs et échanges commerciaux qui s'y déroulent.

Au marché on peut trouver tout. Les détaillants vendent les articles d'habillement à la lingerie féminine, les produits d'entretien, les cosmétiques, les ustensiles de cuisine, les matériaux de construction, les voitures et les pièces détaches, les meubles, et l'électroménagers…

Le développement et la diffusion de l'activité commerciale dans les différentes willayas à engendrer une nécessité d'espace de commerce de plus en plus grande. Il a émergé de nouveaux centres de commerce surtout de l'importation qui vont entre en concurrence avec ceux existants. On peut citer l'exemple de la ville El Eulma, El Hamiz, Boumerdès (marché de fripe).



Catre n° 05 : Réseau des souks fréquentés par les commerçants d'OUM EL BOUAGHI

Source : CHIBANE. N

V-2- Le marché de Tadjenante :

[155] Journal El Watan 25Juin 2005 par M.BOUMELIH

Tadjenante est située au Sud Ouest de la wilaya Mila. Elle est implantée sur la route nationale n°05 qui relie Alger à Constantine par Sétif.
La commune Tadjenante est délimitée au :

- Nord par la commune Ben yahia Abd Errahmane
- Est par la commune Méchria et Chelghoum Laid
- Sud par la commune la wilaya d'Oum El Bouaghi
- Ouest par la commune la wilaya de Sétif.

Elle possède une situation stratégique qui lui confère une excellente accessibilité et un dynamisme spatial et économique.

Mais voilà que ces dernières années, cet immense pole commercial (Tadjenante) donne l'impression de s'essouffler. Précisément depuis l'émergence, il y a quelque temps, de grandes et importantes sphères commerciales, l'exemple de Dubaï (Eulma).

Parmi les mutations qui accompagnent cette apparition de ces nouveaux centres, «l'ouverture à la clientèle féminine, la transformation de l'activité de souk nocturne, en activité diurne, en suite la multiplication des jours de souk qui passe de marchés hebdomadaire à des marchés bihebdomadaires».[156]

Le commerce à Tadjenante se fait de deux manières, dont on trouve que le commerce de la pièce détachées implanté dans les tissus existantes, tandis quelles autres commerces se sont implantés dans les nouvelles extensions de la ville. La disposition de l'activité commerciale le long de la route RN5, valorise cet axe qui a devenu la colonne vertébrale commerciale de la ville où des flux des produits et d'individus intenses se convergent vers ce pole. L'activité commerciale dans cette ville a deux aspects, dont elle forme une dualité ' souk : boutique' que chacun d'eux joue un rôle différent par rapport à l'autre. L'activité soukière forme de la ville un centre bien achalandé et l'offre l'aspect événementiel, dont les boutiques restent toujours dans leur tache initiale où elles constituent la structure fidèle aux clients et elles offrent une certaine garanti, sécurité et permanence de la vente à tout le temps. Souvent ces boutiques influent négativement sur le souk où on cite le cas de l'ensemble des boutiques de Dubaï qui a engendré à une régression de l'activité du souk d'Eulma.

L'impact de souk Tadjenante sur la ville est bien clair surtout au niveau économique dont elle a permet l'implantation des équipements de nature économiques et financière (agence de la banque El Khalifaa été implanté) ce qui interprète l'importance et la valeur des transactions commercial de ce souk. S'ajoute aussi la croissance de la valeur locative.

Dans son étude sur l'impact du commerce sur l'urbanisation des petites villes, Wissem MEZIANE démontre que Tadjenante dispose des facteurs de la dynamique commerciale dont il a cité 03 facteurs.

---

[156] Wissem Abderrahmane Meziane (2005), « Mémoire : impact du commerce sur l'urbanisation des petites villes : cas de Tadjenanet », Université de Constantine, p11

- La situation géographique, comme on a montré dans la situation administrative de Tadjenante à proximité de 02 villes importantes Constantine et Sétif qui va l'offrir une bonne accessibilité et une clientèle volumineuse, s'ajoute aussi le réseau routier (RN5 + chemin de fer).
- La population commerçante : parmi les acteurs du souk qui influent fortement sur l'essor de l'activité soukière c'est bien que le s commerçants qui se distinguent par leur :

- «polyvalence des commerçants de Tadjenante ne se spécialisent que très rarement. Ils investissent souvent dans plusieurs types de commerces et autres activités»[157]
- « la solidarité et l'entente commerciale : ils s'associent souvent dans les opérations d'importations d'envergure »[158]

* les contextes politico- économiques : c'est notamment la libéralisation du commerce extérieur.

V-2-1- L'influence du souk

***commercialement**

Au temps où le souk a été la seule source se s'approvisionner pour la population, il a participé dans les fortunes commerciales de la ville où la plupart des commerçants de la ville ont activé dans le souk. Aussi le souk donne l'occasion pour commerçants extérieurs, venant de Constantine, El Eulma, Oum El Bouaghi ceci fait qu'il participe à la formation d'un rayonnement commercial très important qui influe sur la dynamique de la ville (économique/social).

***Spatialement :**

La localisation du souk sur un axe routier des plus important de pays, mis en valeur cet axe. Au niveau urbain il est attractif l'espace souk a engendré la prolifération des constructions autours de lui, et l'engagement des travaux d'aménagement. S'ajoute aussi la hausse des prix des lots et la location des locaux commerciaux.

Le marché développé à Tadjenante était en premier lieu un marché de bien de consommation. Les prix auxquels ces biens étaient vendus à cette place marchande, des appareils électroniques et électroménagers, des parfums et horloges, des matériaux de construction rares, des pièces détachées,…étaient offerts en détail et en gros à des prix réduits et attractifs. Certains commerces étaient aménagés comme des bazars. Les consommateurs y pouvaient trouver toute sorte de produits : le commerce dans ce type de places marchandes s'oriente vers une clientèle très différencie et très hétérogène, (Est, Ouest,…).

V-3- Les marchés de Bejaïa :

[157] Wissem Abderrahmane Meziane (2005), « Mémoire : impact du commerce sur l'urbanisation des petites villes : cas de Tadjenanet », Université de Constantine, p121

[158] Idem

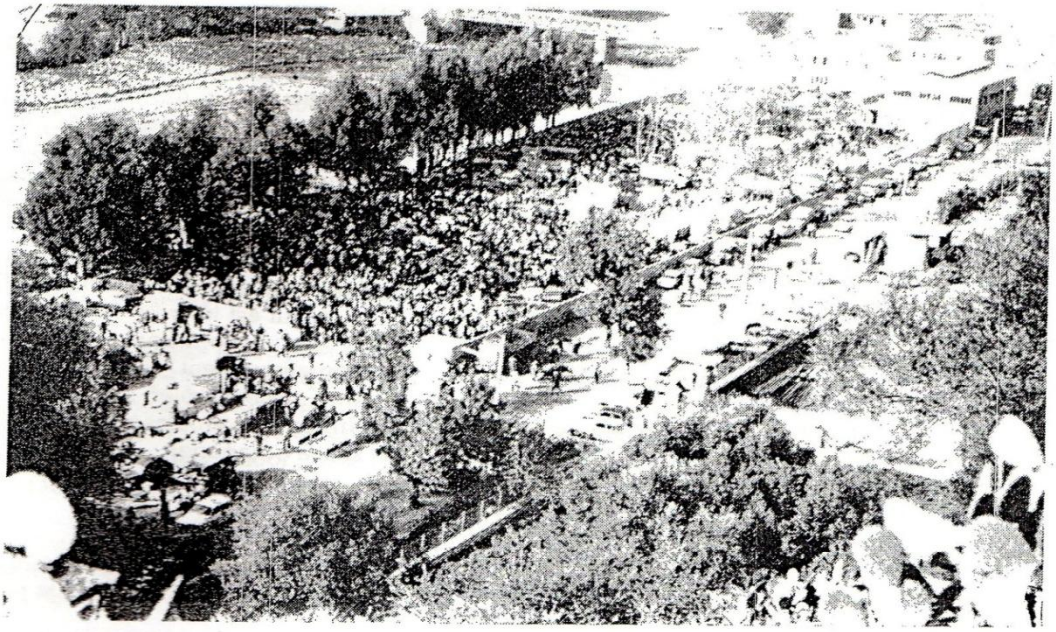
J. FONTAINE a analysé les souks de Bejaia dans sa thèse de troisième cycle intitulé Village de Kabylie et nouveaux réseaux urbains en Algérie: cas de la région de Bejaia, dont la méthodologie a été surtout basée sur les activités commerciales en particulier et sur les équipements de services en général. Sans oublier, bien sûr, la thèse de Raham Djemal, Lakehal Abdelouahab et Mahrzi Mohammed Lamine, étudiant: les petites villes algériennes, en se concentrant sur les commerces.

Jean J. Fontaine dans son étude sur les souks de Bejaia, a d'abord situé ces souks dans le réseau des marchés ruraux algériens, à partir de l'étude du montant d'adjudication. Puis, il a étudié des différentes opérations de l'activité commerciale soukière qui sont en premier lieu les ventes des produits ruraux par les Fellahs (bétail, légumes, …) et aussi la vente des produits urbains par les commerçants soukiers.

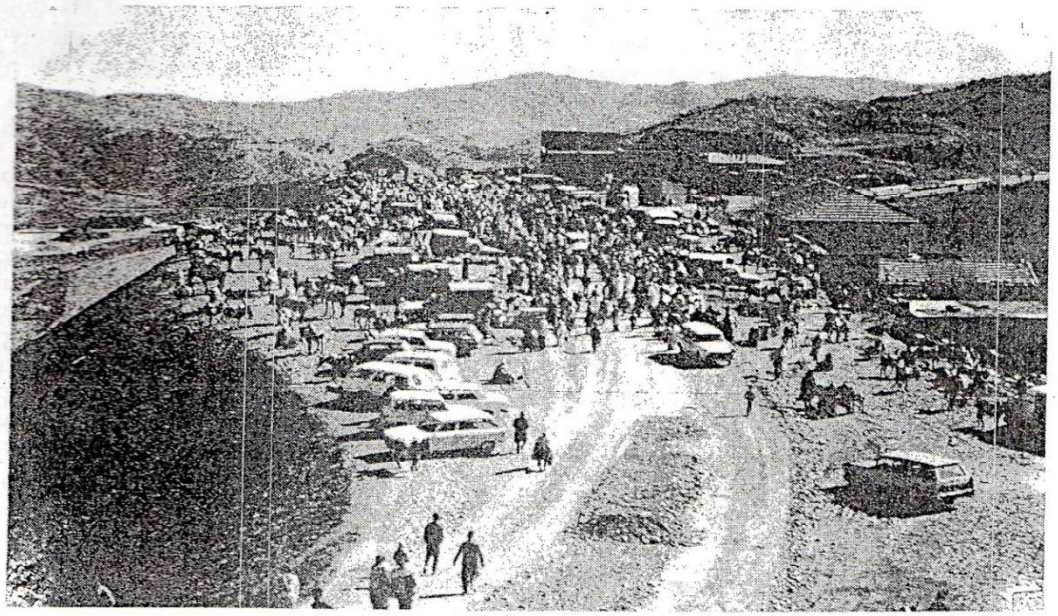
Enfin, il a signalé l'importance et l'impact du souk sur le flux des gens et l'écoulement des marchandises et d'animaux. Le montant d'adjudication illustre bien l'importance des souks par rapport aux autres soit dans la même région ou bien dans d'autres régions. Selon ce montant, J. FONTAINE a déterminé quatre niveaux de marchés:

- Les grands souks (le montant d'adjudication est compris entre 300000 et 400000 DA)
- Les souks moyens (le montant d'adjudication est compris entre 100000 et 200000 DA)
- Les petits souks (le montant d'adjudication est compris entre 25000 et 70000 DA)
- Les très petits souks (le montant d'adjudication est inférieur à 25000DA)

La variation de l'adjudication entre 1968 -69 et 1978-1979 fait apparaître des évaluations différentes mais négatives et décroissantes. Ce montant nous donne une idée d'existence d'une importance variable selon les régions. Le tableau suivant montre l'évolution de l'adjudication des souks des Béjaïa.



Le souk de Sidi Aïch, à deux pas du centre ville dans un enclos devenu trop petit pour accueillir des centaines de commerçants forains, un millier de têtes de bétail et plusieurs milliers de clients tous les mercredi. *(Cliché J.FONTAINE ; mars 1978)*



Le souk de Trouna, petit marché sur une plateforme à l'extérieur du village. Au fond, le CER en construction. *(Cliché J.FONTAINE ; mars 1978)*

Photo n° 32 : Les souks hebdomadaires de Béjaïa

Source : J.J. Fontaine

Tableau n° 02 : Evolution de l'adjudication des souks des Béjaïa

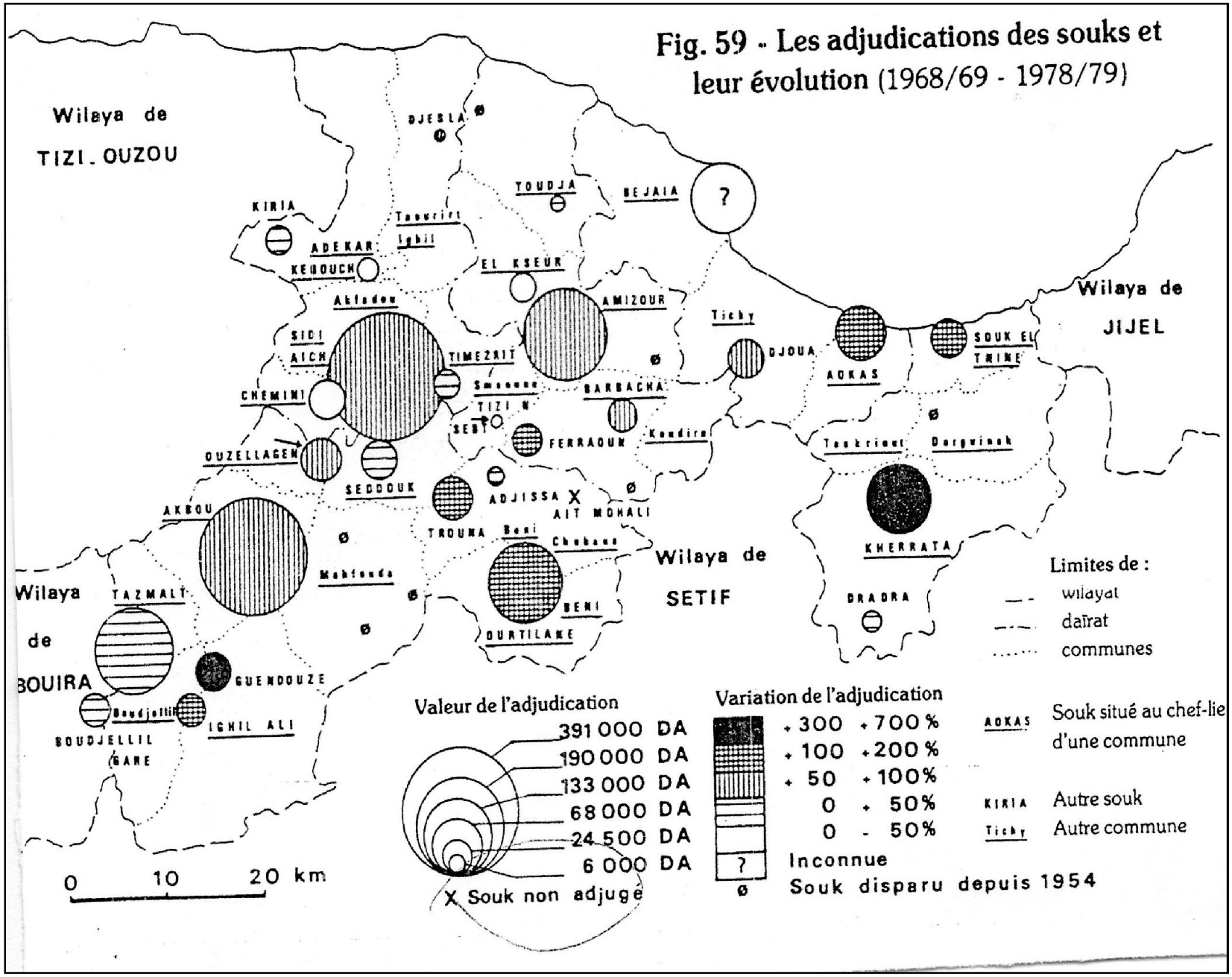
Evolution des adjudications des souks de la wilaya de Béjaïa

	Souks (°)	Montant de l'adjudication en DA en: 1968-69	1978-79	Evolution en %
Gros Souks	SIDI AICH	237000	391000	+ 65 %
	AKBOU	200000	330000 (1)	+ 65 %
Souks Moyens	AMIZOUR	123000	186000	+ 51 %
	TAZMALT	152500	165000	+ 8 %
	BENI OURTILANE	65000	160000	+ 146 %
	KHERRATA	30000	123000 (1)	+ 310 %
	BEJAIA	?	110000	?
Petits Souks	AOKAS	29000	62500	+ 116 %
	TROUNA	22000 (2)	48000 (1)(2)	+ 125 %
	OUZELLAGEN	25000	41500	+ 66 %
	DJOUA	19500	35500	+ 77 %
	SEDDOUK	26000	35000	+ 35 %
	CHEMINI	45000	33200	- 25 %
	GUENDOUZE	4000	32000 (3)	+ 700 %
	SOUK EL TNINE	12500	32000	+ 156 %
	BOUDJELLIL-GARE	26000	29000	+ 12 %
	BARBACHA	19000	28000 (1)	+ 47 %
	FERRAOUN	12000	27600 (1)	+ 130 %
Très Petits Souks	IGHIL ALI	10000	23000 (3)	+ 130 %
	EL KSEUR	27000	18800	- 31 %
	KIRIA	12000	16000 (4)	+ 33 %
	TIMEZRIT	11000	14000	+ 27 %
	ADEKAR-KEBOUCH	18000	12000 (4)	- 33 %
	DRA-DRA	7000	9000 (1)	+ 26 %
	ADJISSA	4000 (2)	7000 (1)(2)	+ 75 %
	TOUDJA	3200	4500	+ 41 %
	IIZI N'SEBT	2600	2500	- 4 %
	DJEBLA	1500	2300 (1)	+ 53 %
	AIT MOHALI	Non affermé	Non affermé	

(°): Classement selon l'adjudication en 1978-79
(1): Chiffres de 1978
(2)(3)(4): Estimations du secrétaire général de l'APC, ces souks étant affermés ensemble.

Source : Jean Jacques Fontaine

Carte n° 06 Evolution de l'adjudication des souks des Bejaïa



Source : Jean Jacques Fontaine

Pour arriver à démontrer la valeur et l'importance des souks, J. Jean Fontaine a dépendu aussi sur un autre facteur hors que l'adjudication, c'est le nombre des commerçants pratiquants une activité commerciale ou artisanale sur le souk. Bien sûr cette méthode ne va pas donner la réalité exacte, vu la perturbation de ces nombres durant l'année selon les saisons. Fontaine a mis cette classification selon le tableau ci- dessous:

Tableau n° 03 : Nombre de commerçants selon le type des souks

Type de souks	Nombre de commerçants
Gros souk	200 – 250
Souk moyen	100 – 150
Petit souk	25 – 75
Très petit souk	10 – 25

Source : Jean Jacques Fontaine

Le souk n'est pas un organisme indépendant fonctionnant tout seul, au contraire, c'est un lieu d'échange entre produits venant des alentours amenés par des gens qui sont à leur tour d'origines diverses: «le souk est générateur de flux, flux d'hommes, flux d'animaux, flux de marchandises»[159] ces échanges entre Bejaia et les environnants assurent l'approvisionnement de ses souks en produits divers dont la wilaya de Bejaia était déficitaire en bétail, donc elle dépend des autres régions.

[159] Jacques Fontaine, « Villages kabyles et nouveau réseau urbain en Algérie, le cas de Béjaïa », fascicule de recherches n°12, TOURS, 1983, p 21

Tableau n° 04 : Apports annuels du bétail des souks

APPORTS ANNUELS APPROXIMATIFS DE BETAIL

	Souks \ Espèces	BOVINS	OVINS	CAPRINS	EQUIDES	TOTAL
GROS SOUKS	SIDI AICH	12500	35000	5000	3500	56000
	AKBOU	10000	30000	5000	3000	48000
MOYENS SOUKS	AMIZOUR	6000	15000	4000	1500	26500
	TAZMALT	2000	30000	5000	2000	39000
	BENI OURTILANE	2500	10000	3500	2000	18000
	KHERRATA	1250	10000	4000	1750	17000
	BEJAIA	250	10000	500	-	10750
PETITS SOUKS	AOKAS	1000	7500	2000	1000	11500
	TROUNA	1000	5000	2500	1500	10000
	OUZELLAGEN	-	1500	750	-	2250
	DJOUA	500	5000	1250	250	7000
	SEDDOUK	-	3000	1500	-	4500
	CHEMINI	-	1000	500	-	1500
	GUENDOUZE	-	1500	500	-	2000
	SOUK EL TNINE	500	2500	500	-	3500
	BOUDJELLIL-GARE	-	500	250	-	750
	BARBACHA	500	2000	3000	500	6000
	FERRAOUN	500	4000	1500	750	6750
TRES PETITS SOUKS	IGHIL ALI	-	1000	250	-	1250
	EL KSEUR	-	750	500	-	1250
	KIRIA	250	1500	1000	-	2750
	TIMEZRIT	150	1000	250	-	1400
	ADEKAR-KEBOUCH	100	500	200	-	800
	DRA-DRA	-	250	500	-	750
	TOUDJA	-	1000	500	-	1500
	TIZI N'SEBT	-	500	250	-	750
	DJEBLA	50	250	200	-	500
	TOTAL	39050	180250	44900	17250	281950

Source : Jean Jacques Fontaine

Les apports au bétail se diffèrent entre les souks selon la production locale de chaque région qui détient un souk et aussi la position géographique de chaque région par rapport aux sources importantes du bétail «les grands souks de la vallée reçoivent»[160] (voir tab. n°04)

Les souks de Bejaia sont l'occasion de rencontre entre les ruraux et les citadins pour se leurs produits, cela fait que ces souks donnent la possibilité de s'approvisionner de toute sorte de marchandises.

Bien que ces souks dans la région de Bejaia demeurent fondamentalement liés au commerce du bétail, la part des autres activités commerciales est aussi importante. On y trouve de l'alimentation, de l'habillement, des équipements domestiques, de l'artisanat et des produits ruraux.

Afin de démontrer cette diversité commerciale et la parité entre le nombre d'établissements fixes et forains, l'auteur a établi la figure 20.L'examen de celle- ci souligne parfaitement ces deux constatations, notamment dans les grands et moyens souks (Sidi Aich, Akbou, Amizour.

En conséquence, il apparaît que les deux taux de couverture des besoins commerciaux dans les petites villes que nous avons appréciées à partir des seuls établissements commerciaux fixes sont effectivement en dessous des taux de satisfaction réels.

Une évaluation exhaustive de ces besoins nécessite donc la prise en considération de tous les circuits de distribution y compris ceux des souks et des marchés illicites ou informels dont la multiplication en pays en voie de développement s'accentue de plus en plus.

V-3-1- Les aires de chalandise:

Leurs étendues spatiales dépendent directement de l'importance des souks comme elles obéissent aussi à une multiplicité de facteurs tels que la prépondérance de commerces fixes en milieu citadin dont la concurrence amoindrit leur extension, le relief dans les zones enclavées peu desservies en routes conditionne également le déplacement des personnes et de là, il limite l'emprise spatiale de ces aires de chalandise.

Donc au souk on peut trouver un large éventail d'activités commerciales. La carte établie par Fontaine analysant la distribution de l'ensemble des activités par branche commerciale montre bien la part écrasante des commerces alimentaires (42,9% de l'ensemble).

[160] Jacques Fontaine, « Villages kabyles et nouveau réseau urbain en Algérie, le cas de Béjaïa », fascicule de recherches n°12, TOURS, 1983, p15

Tableau n° 05 : Répartition des commerçants par catégories

Souks / Catégories	Alimentation		Habillement		E.D (1)		A.R (2)		P.R (3)		A.S (4)		Total
	Nb	%	Nb	%	Nb	%	Nb	%	Nb	%	Nb	%	
DI AICH	82	34,6	26	11,1	21	8,9	8	3,4	83	35	17	7,2	237
BOU	71	32,3	24	10,9	28	12,77	4	1,8	78	35,5	15	6,8	220
KZOUR	51	48,1	13	12.3	8	7.5	6	5.7	19	17.9	9	8.5	106
EMALT	54	47.4	16	14	16	14	2	1.8	22	19.3	4	3.5	114
MI OURTILANE	68	49.3	27	19.6	18	13	2	1.4	12	8.7	11	8	138
ERRATA	34	35	24	24.7	19	19.6	2	2.1	15	15.5	3	3.1	97
KAS	20	27.8	18	25	14	19.4	2	2.8	10	13.9	8	11.1	72
OUNA	17	33.3	10	19.6	4	7.8	3	5.9	11	21.6	6	11.8	51
ZELLAGEN	34	72.3	9	19.1	1	2.1		-	3	6.4		-	47
OUA	21	52.5	5	12.5	1	2.5		-	6	15	7	17.5	40
DDOUK	22	41.5	11	20.8	5	9.4	2	3.8	7	13.2	6	11.3	53
EMINI	15	62.5	3	12.5	2	8.3	1	4.2	2	8.3	1	4.2	24
ENDOUZE	16	57.1	6	21.4	4	14.3		-	2	7.1		-	28
UK EL TNINE	22	32.4	12	17.6	17	25	1	1.5	12	17.6	4	5.9	68
UDJELLIL-GARE	15	32.6	18	39.1	7	15.2	2	4.3	1	2.2	3	6.5	46
RBACHA	27	67.5	3	7.5	3	7.5	2	5	3	7.5	2	5	40
ERRAOUN	28	63.6	4	9.1	1	2.3	3	6.8	5	11.4	3	6.8	44
HIL ALI	15	68.2	4	18.2	2	9.1		-		-	1	4.5	22
KSEUR	3	23.1	4	30.8	4	30.8		-	1	7.7	1	7.7	13
RIA	12	57.1	5	23.8		-	1	4.8	2	9.5	1	4.8	21
MEZRIT	16	94.1	1	5.9		-		-		-		-	17
EKAR-KEBOUCH	9	60	2	13.3		-	1	3.3	2	6.7	1	3.3	15
A-DRA	3	30	6	60	1	10		-		-		-	10
UDJA	3	25	4	33.3	3	25		-	2	16.7		-	12
TAUX	658	42.9	255	16.6	179	11.7	42	2.7	298	19.4	103	6.7	1535

(1): Equipement domestique
(2): Artisanat rural et produits ruraux transformés
(3): Produits ruraux bruts
(4): Artisanat et services

Source : Jean Jacques Fontaine

On constate que l'artisanat rural est devenu faible et moins important dans les campagnes Kabyles qui remplacé par les objets fabriqués ou l'effet de la technologie sur l'existence de cet artisanat (fer blanc, plastique, …). Donc les souks sont en voie de perdre leur activité spécifique (artisanat) qui est menacé par la prédominance de la fabrication moderne des ustensiles.

Les souks de Bejaia se distinguent par une typologie de l'activité soukière selon la distribution des activités on peut distinguer:

- Les marchés au bétail
- Les petits marchés de ravitaillement
- Les marchés de distribution

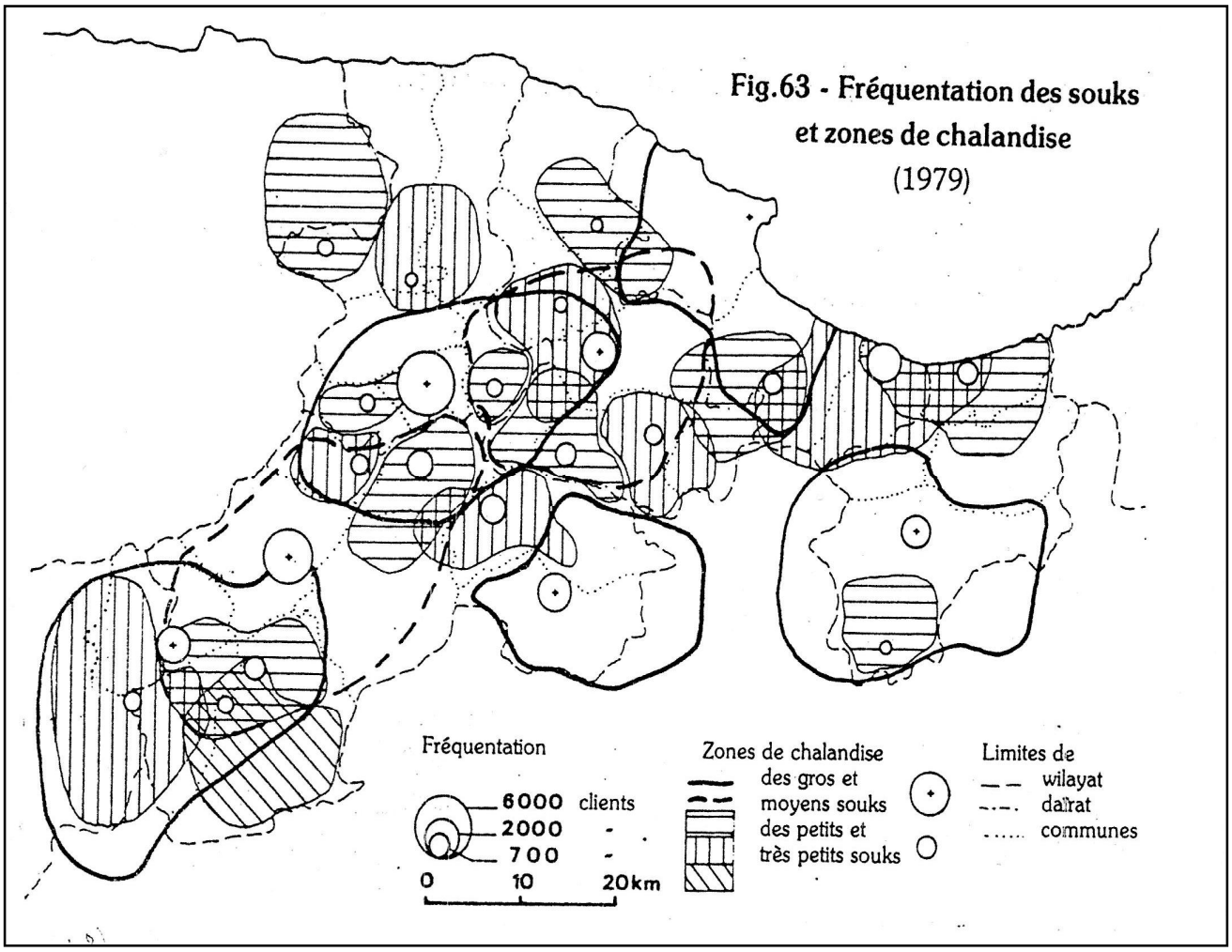
Tableau n° 06 : Caractéristiques des types des souks

ctères généraux des types	Caractères spécifiques des sous-types
rts massifs de bétail venant : es fellahs de la région es maquignons : vins des Hautes plaines ovins de l'Ouest de importance des commerçants roduits ruraux essentiellement ignons. Rapport fellahs/commer- s toujours supérieur à la nne. sanat et services assez bien loppés. es branches commerciales trophiées.	L'ensemble des caractères est exacerbé : . nette hypertrophie du nombre de commerce en produits ruraux bruts . nette hypotrophie de l'alimentation, de l'équipement domestique et de l'habillement qui correspond dans ce cas à une complémentarité avec les commerces fixes. Le souk commence dès la veille au soir.
	Caractères beaucoup moins nets : l'importance des diverses branches est proche de la moyenne. Importantes variations locales dues à des phénomènes régionaux (développement de l'artisanat rural à Amizour et Trouna) ou à l'équipement en commerces fixes à Tazmalt.
vités peu divercifiées s plusieurs branches commer- ales sont fréquemment absen- s alimentation représente plus 50 % des points de vente s marchés ne répondent qu'aux soins de 1ère necessité : les tres besoins sont satisfait ns les centres voisins géné- lement situés à moins de 25 Km.	. Très grande importance de l'alimentation . Absence d'au moins deux branches commerciales . L'habillement est toujours présent . Faiblesse des apports des fellahs en particulier en bétail.
	. Plus grande diversification des branches commerciales (au moins 5 sur 6) . Importance de l'artisanat traditionnel (rural ou de service) en particulier des articles pour anes et mulets (bâts et "chouari" ou bissac.) Les apports des fellahs sont en général plus élevés que la moyenne. Concurrence avec les commerces fixes dans certains domaines de l'alimentation mais absence quasi-totale de l'habillement.
portance (40 à 70 %) des commerces obles" (habillement et équipement mestique) dont la valeur est lar- ment au dessus de la moyenne iblesse en valeur des apports raux	. Taille plus importante . Activités plus variées . Apports importants de bétail par les maquignons, contrastant avec la faiblesse des apports par les fellahs
importance des commerces "nobles" t liée au sous-équipement fixe ns ces secteurs.	. Domination très nette des commerces nobles . Fellahs nombreux (sauf à Toudja) mais n'ayant que des produits de valeur réduite (fruits et légumes essentiellement).

Source : Jean-Jacques Fontaine

Fontaine a étudié l'importance des souks à partir de la détermination des aires de chalandise où il a remarqué deux types de ces aires:

- Les zones restreintes des petits et très petits souks
- Les vastes zones des gros et moyens souks



Carte n° 07 : Fréquentation et zones de chalandise

Source : Jean Jacques Fontaine

Les aires restreintes des petits et très petits souks s'étendent sur une commune ou une portion de commune, d'après la carte on constate que ces aires sont jointives (Kiria, Adekar-Keboucha, Ferraoun, Barbacha, Ouzellagan, Chemini et seddouk), comme elles se recouper (Ferraoun et El Kseur, Aokas et Souk el Tnin …). Ce qui implique que les limites administratives entre ces régions n'ont pas des effets ou n'empêchent pas les aires de chalandise à se propager. Tout ça peut être expliqué par le facteur social, et historique en l'occurrence, l'origine de ces souks aux anciennes tribus qui avaient institué ces souks, chacun dans sa localité où il appartient. (Exemple: Kiria, Adekar- Kebouche).

Autres facteurs qui favorisent l'interpénétration de ces aires qui facilite la communication entre les différentes régions, et la pénurie d'infrastructures commerciales dans certaines régions qui pousse la population à se déplacer aux autres régions en bénéficiant des services offerts par leurs souks (Exemple: Kendira et Smaoume). Mais il ne faut pas négliger un autre facteur qui règne ces aires, la caractéristique majeure des tribus des villages campagnards de l'Algérie durant la période précoloniale et aussi coloniale, c'est la solidarité entre les tribus où elle était renforcé dès les jours des souks.

V-3-2- Les aires plus vastes des grands et moyens souks :

Fontaine a distingué deux parties de ces aires: «une aire d'un rayon de 5 à 10 km, correspondant à l'aire de chalandise des petits marchés, et une aire en concurrence avec les petits souks voisins et les autres souks importants.»[161]

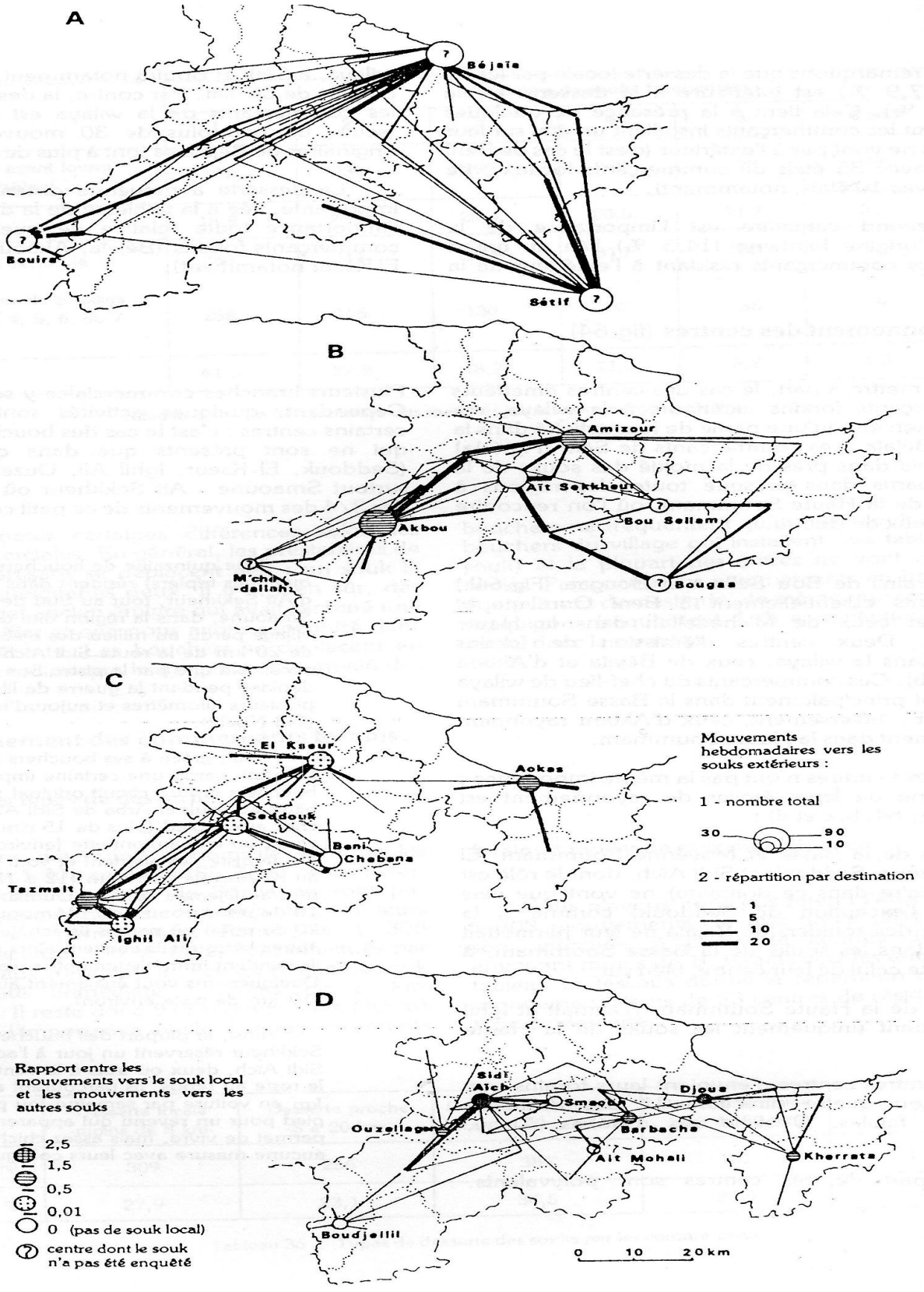
« On trouvera que ces aires donnent une certaine configuration du rayonnement commercial qui se compose des souks importants entourés de souks secondaires plus ou moins nombreux » :[162]

- Sidi Aich: Chemini, Ouzellagan, Seddouk, Timezrit, Adekar- Kebbouche
- Amizour: El Kseur, Barbacha, Farraoun, Toudja
- Tazmalt: Guendouze, Ighil Ali, Boudjellil- gare, M'chedallah

Ces aires permettent l'existence d'un réseau soukier se renforce par l'existence des commerçants soukiers qui participent avec leurs déplacements à la dynamique des souks dans leurs régions. Dont ces commerçants avaient des origines diverses et pratiques des différentes activités en se déplaçant sur la plupart des souks de la wilaya.

Les sources d'approvisionnement de ces commerçants qui ont produit une dynamique sont diverses, où la wilaya de Bejaia dépend en leur commerce aux différentes régions limitrophes et lointaines.

[161] Jacques Fontaine, « Villages kabyles et nouveau réseau urbain en Algérie, le cas de Bejaïa », fascicule de recherches n°12, TOURS, 1983, p28
[162] Idem, p29



Carte n° 08 : Rayonnement des commerçants

Source : J. J. Fontaine

Tableau n°07 : Typologie des souks

Types	Taille	Rapport fellahs commerçants	Branches commerciales sur-développées	Souks	Caractères généraux des types
Marchés au bétail Exemple : **Sidi Aïch**	Moyens ou gros souks - 50 à 250 commerçants par souk - 10 000 à 45 000 têtes de bétail par an - 1 000 à 6 000 clients par souk	0,89 à 1,21	Produits ruraux bruts 18 à 35 %	**Akbou** **Amizour** **Tazmalt** **Trouna**	Apports massifs de bétail venant : . des fellahs de la région . des maquignons : • ovins des Hautes Plaines • bovins de l'ouest Grande importance des commerçants en produits ruraux essentiellement maquignons. Rapport fellahs / commerçants toujours supérieur à la moyenne Artisanat et services assez bien développés. Autres branches commerciales hypotrophiées.
Petits marchés de ravitaillement Exemple : **Ouzellagen**	Petits ou très petits souks - 15 à 50 commerçants par souk - 800 à 7 000 têtes de bétail par an - 200 à 1 000 clients par souk	0,34 0,95 (sauf Ferraoun 1,32)	Alimentation 52 à 95 %	**Ighil Ali** **Timezrit** **Guendouze** **Chemini** **Barbacha** **Ferraoun** **Adekar-Kebouch** **Kiria** **Djoua**	Activités peu diversifiées - plusieurs branches commerciales sont fréquemment absentes - l'alimentation représente plus de 50 % des points de vente Ces marchés ne répondent qu'aux besoins de 1e nécessité : les autres besoins sont satisfaits dans les centres voisins généralement situés à moins de 25 km
Marchés de distribution Exemple : **Aokas**	Petits ou très petits souks (à l'exception de Kherrata) - 10 à 75 commerçants par souk - 700 à 12 000 têtes de bétail par an -200 à 2 000 clients par souk	0,20 à 0,70 (sauf El Kseur 2,92 et Dradra 1,30)	Habillement et équipement domestique 40 à 70 %	**Kherrata** **Souk el Tnine** **Boudjellil-Gare** **El Kseur** **Toudja** **Dradra**	- Importance des commerces «nobles» (habillement et équipement domestique) dont la valeur est largement au dessus de la moyenne - Faiblesse en valeur des apports ruraux - L'importance des commerces «nobles» est liée au sous-équipement en commerces fixes dans ces secteurs

Source : J. J. Fontaine

Tous ces mouvements des personnes (C[163] liens et commerçants) et des marchandises contribuent à constituer un réseau soukier dynamique. La fréquentation des souks en Kabylie est le fait exclusif des hommes (selon Fontaine) ce qui interprète la culture d'une société conservatrice de coutumes.

Il souligne que les grands souks gardent un rôle important à deux niveaux:

-La place des souks dans les structures commerciales reste essentielle car elle favorise la pénétration des produits urbains à la campagne et marché du bétail.

- Les souks sont des points d'ancrage fondamentaux de l'organisation de l'espace de la wilaya de Bejaia. C'est à partir de l'importance de certaines régions en commerce soukier que

1 Jacques Fontaine, « Villages kabyles et nouveau réseau urbain en Algérie, le cas de Bejaïa », fascicule de recherches n°12, TOURS, 1983, p48

Amizour, El Kseur ont été choisi des chefs-lieux de daïra lors du découpage administratif de 1974.

Au passé c'est également au souk que se concluent ou que se dénoncent les pactes et les contrats, que se colportent ou se commentent tous les commérages et tous les cancans que se transmettent les informations relatives à la politique de la tribu. C'est au souk que les éléments belliqueux préparent leurs coups contre les tribus voisines.
« Malgré leur dégradation, leur déclin, les souks gardent un rôle notable et ne sont pas prêts à disparaître »[164], ils gardent le caractère durable à travers le temps et les mutations qui le persistent.

Les souks représentent en effet un élément important dans la vie économique et sociale des petites villes. Par leur rôle de drainage et de desserte des populations rurales et urbaines, ils constituent des lieux "clef de commercialisation" de produits ruraux industriels, alimentaires, domestiques, artisanaux …

Les mutations apportées sur les souks depuis une date récente, les souks sont devenus aussi des lieux de vente de produit de type urbain suite à l'introduction dans le circuit de distribution d'une nouvelle gamme de produits d'importations ce qui a entraîné des changements profonds au sein même de la clientèle qui était jadis constituée surtout de ruraux et qui compte actuellement de plus en plus de citadins.

Spécialement, les souks se manifestent par des emprises parfois très étendues qui dépassent le cadre territorial communal défini par le découpage administratif.

Marc. Côte (1979) a été de son côté unanime sur le fait que le réseau soukier en Algérie est loin d'être moribond en dépit du rétrécissement de ses zones de chalandise et du volume des produits échangés suite à la concurrence citadine qui tend à affaiblir sa vitalité. Le même auteur a par ailleurs souligné l'importance des souks à travers le montant de l'adjudication et conclut que le réseau soukier continue de caractériser et "rythmer la vie dans le monde rural algérien".

[164]LEKEHAL Abdel Ouahab, « Thèse de Doctorat, Base économique et rôle spatial des petites villes dans l'Est algérien, Essai de typologie », Université de Constantine, 1996

Lieu du souk	Montant d'adjudication (DA)			Observations
	1972	1973	1974	
Sidi Aissa			900.000	
Cheria			550.000	
Chelghoum Laid			335.000	
Sadrata			260.000	
Sidi Aich			260.000	391.000 J. Fontaine 1983
Ain M'lila			250.000	
Ain Fakroun			250.000	
Akbou			230.000	
Oued Zenati			230.000	
Ouled Djellal	200.000			
Meskiana			170.000	Entre 1 et 2.000.000 S. Bouchemal 1994
Merouana		160.000		
Tazmalt		160.000		
El- Harrouch			150.000	
Azzaba			145.000	
Khérrata				133.000 J. Fontaine 1983
Ferdjioua			140.000	
Oued Amizour				
Teleghma			120.000	
Bir El Ater	116.000			
Tolga			115.000	
Ras el Oued			110.000	
N'Daourouch			110.000	
Dréan			100.000	
Grarem			100.000	
Ain Azel			100.000	
Zighoud Youcef			80.000	
Bouhadjar	75.000			
Bordj Ghdir			70.000	

Tableau n° 08 : Le montant de l'adjudication des souks

Ain Kercha			65.000		
Sidi khaled			50.000		
Bougaa			45.000		
Taher	35.000				
Ain Oulmène		25.000			
El Kseur				24.000	J. Fontaine 1983
Bordj Zemoura			20.000		
Mila	20.000				
Bouchegouf		20.000			
Sidi Okba	15.000			100.000	A.P.C 1994
Arris			13.200		
Tazoult			10.000		
El Aouinet			9.000		
Oum El Bouaghi			8.000	Entre 1 à 2.000	S. Bouchemal 1994
Tadjenanet				Entre 1 à 2.000	A.P.C 1994
Ain El Kebira				*	
Ain touta				*	
Chéchar				*	
N'gaous				*	
kaïs				*	
El Taraf				*	
El Milia				*	
El Kala				*	
Collo				*	
Oued Athmania				*	

*****pour ces petits souks nous ne disposant pas de montant d'adjudication

La même situation caractérise d'autres marchés comme ceux d'Ain Touta, Collo, Kherrata, Oued Athménia, Kaïs, Chéchar, et N'Gaous qui ne figurent pas également sur la liste citée précédemment soit en raison de la faiblesse du montant d'adjudication, soit en raison de leur exploitation en régie municipale, soit enfin en raison du financement du montant d'adjudication par l'ensemble des commerçants soukiers à leurs commune de résidence.

Source : J. J. Fontaine

Un autre chercheur, (A. Bousmaha 1994) a fait apparaître l'importance des souks à travers le rayonnement des commerçants soukiers à partir des centres urbains. En l'exemple des souks des petites villes de la région centrale du Tell de l'Est algérien, l'auteur conclut au fait que le réseau soukier dans ces localités exerce une influence très vaste qui dépasse le cadre local. Les souks de ferdjioua, Azzaba par exemple constituent des lieux de convergence de commerçants soukiers d'origine lointaine (Biskra, Annaba, Constantine, Sétif).

Il nous ressort une autre dimension des souks qui est la dimension politique qui avait été pointée par F. Benet, insistant sur la place essentielle du souk berbère, en particulier kabyle dans la formation publique. « C'est là qu'une fois par semaine se traitent les idées et les affaires commerciales entre des individus habitant en des lieux très éloignés » [165]. C'est là que naissent et se manifestent les sentiments collectifs »[166] . « Les souks, hors des grandes villes, étaient selon eux des lieux éminemment politiques, où circulaient les informations à portée publique concernant la tribu. Ils étaient à cette fin réglementés en Kabylie par des codes spécifiques de justice »[167].

Dans les hautes plaines, la prépondérance des souks se distingue sans peine étant donné les facilités d'accessibilité entre les villes d'une part et de passage entre deux milieux géographiques différents d'autre part.

Cette situation particulière a permis aux marchés dans cette région de jouer une « fonction de plaque tournante: achat des ovins du sud, achat des ovins et bovins des hautes plaines, vente vers le nord »[4.]

Marc. Côte (1970), par ailleurs cette situation favorable leur a permis d'être des souks de taille importante en mesure de jouer un rôle régional.

Dans le sud, en dépit de leur petite taille les souks sont des lieux de vente de bétail important car situés à proximité des zones steppiques où domine l'élevage.

Telles sont les grandes lignes directrices qui ont guidé notre choix des souks de Ferdjioua situé au contact Tell- Hautes plaines, celui d'Ain Touta dans les Hautes plaines et enfin celui de sidi Okba dans le sud.

V-4- Le souk Ferdjioua :

Par sa localisation en milieu rural densément peuplé et par la diversité des produits destinés à la vente, le souk de Ferdjioua est parmi les marchés les plus fréquentés dans l'Est algérien. Il exerce à la fois une influence directe sur les communes proches et lointaines. (Voir figure n°07).

« Le vendredi où le souk fonctionne à plein temps on y trouve une grande variété de produits (alimentation, produits ruraux brutes, habillements, artisanat …). Le jeudi est

---

[165] F. Benet , « Les marchés explosifs dans les montagnes berbères » Paris, Larousse,1975

[166] J. N. Robin, " Fetna Meriem ", revue africaine, mai- juin 1874, XVIII, p 175.

[167] A. Mahé, « Anthropologie historique de kabylie », Paris, Bouchène , 2000, p 66- 73

[4] LEKEHAL Abdel Ouahab, « Thèse de Doctorat, Base économique et rôle spatial des petites villes dans l'Est Algérien, Essai de typologie », Université de Constantine, 1996

réservé à deux types de commerces. Le matin est réservé au bétail et l'après- midi à la vente de véhicules et à la pièce de rechange ».[168]

V-5- Le souk d'Ain Touta :

Cette petite ville des hautes plaines dispose en effet de deux souks situés séparément dans le périmètre urbain. « Le souk réservé aux produits alimentaires, aux produits ruraux, à l'habillement et aux équipements domestiques est situé à proximité du centre ville. Il se tient tous les lundis. Les autres jours de semaine, il reste ouvert mais en exposant à la vente que les fruits et légumes. Son aire d'influence est limitée spatialement. Sur un échelon de 238 clients, nous avons recensé 51% d'origine très proche c'est à dire en provenance des communes de Tilatou, Ouled Aouf, Maafa et Béni Foudala ».[169] (Voir figure 08).

V-6- Le souk de Sidi Okba :

« En dépit de son éloignement et sa taille relativement réduite (montant d'adjudication inférieur à 100.000 DA) le souk de Sidi Okba joue un rôle important dans la desserte commerciale des populations locales et extra locales. On y trouve notamment des produits agricoles et du bétail. Son influence s'étend plus au nord et concerne des communes localisées dans les wilayas de Batna et Khenchela telles que Ain Zaatout, Arris, T'kout, khangat Sidi Nadji, Chéchar …, comme elle englobe aussi les communes voisines situées à l'est de Sidi Okba (El Haouch, El Feidh, Ain Naga, Zeribet El Oued, Oumach sachant que sur un échantillon de 130 clients 55% sont originaires de ces communes »[170] (voir figure n°09).

Les souks dans le semis des petites villes de l'Est algérien jouent un rôle de desserte commerciale important notamment en milieu ne comportant que peu de centres urbains et où les densités de population éparse sont élevées. Ils exercent un pouvoir attractif dont les dimensions spatiales sont en fonction de la taille de chaque souk et de la diversité des produits.

Leur complémentarité dans le circuit de distribution commerciale des produits alimentaires et autres atténue considérablement les insuffisances enregistrées par les établissements fixes localisés en milieu urbain.

[168] Abdel Ouahab, « Thèse de Doctorat, Base économique et rôle spatial des petites villes dans l'Est algérien, Essai de typologie », Université de Constantine, 1996, p213
[169] Idem, p 214
[170] Idem, p 215

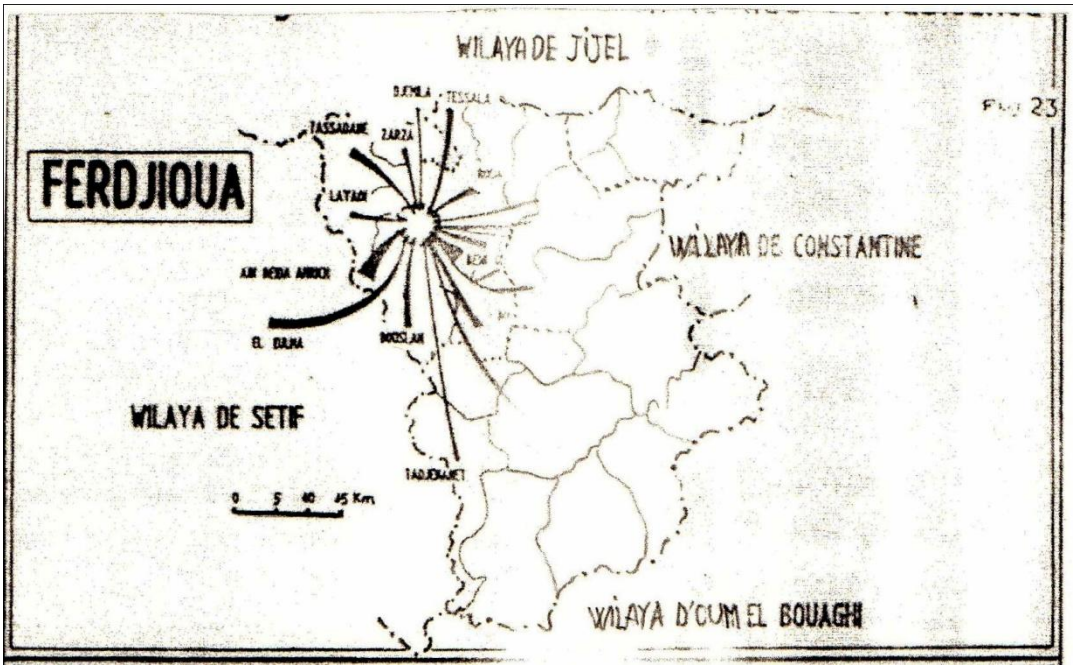


Fig. n°13 : Souk de Ferdjioua

Source : LEKEHAL Abdel Ouahab

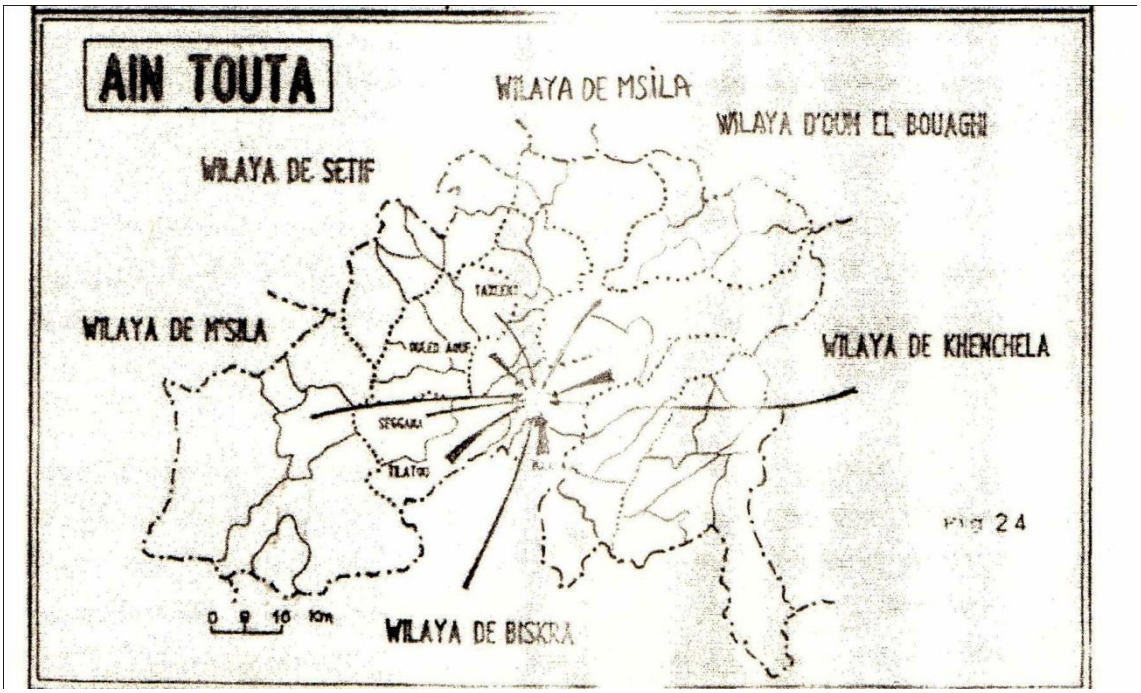


Fig. n°14 : Souk de Aïn Touta

Source : LEKEHAL Abdel Ouahab

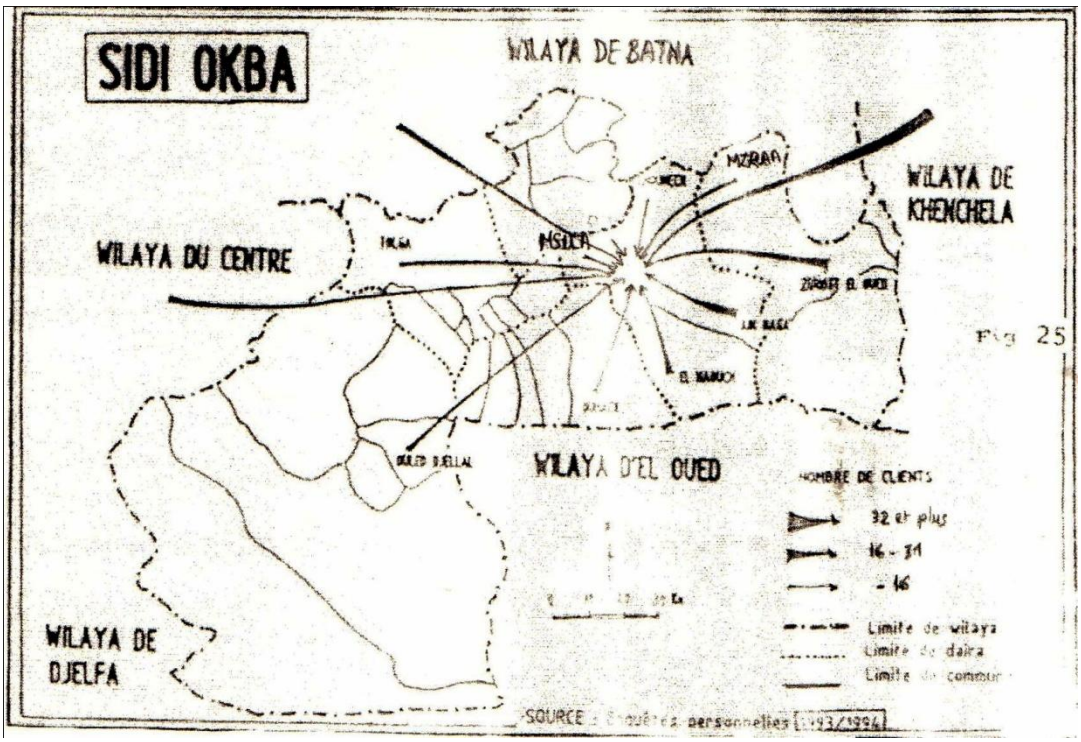


Fig. n°15: Souk de Sidi Okba

Source : LEKEHAL Abdel Ouahab

V-7- Le souk de Ghardaïa :

La wilaya de Ghardaïa est rendue célèbre à travers l'ensemble du territoire national par une grande richesse artisanale et traditionnelle qui représente une prépondérance tout aussi particulière, le tissage, la dinanderie d'art, la vannerie, la poterie, et la tapisserie qui est mise en valeur lors de chaque fête nationale du tapis (tapis de Beni Izgan).

Ghardaïa est réputée par son commerce qui fait d'elle un pôle de l'industrie. La wilaya contient un grand nombre de sites touristiques et monuments historiques dont on cite les marchés ou souks traditionnels.

Chaque cité possède un souk. Le souk de Ghardaïa est le plus grand de toute la région, il constitue le lieu de convergence des forains venant de tout le pays afin d'exposer leurs produits artisanaux.

Le souk de Béni Izgan et le souk lala Achou se sont deux souks actifs, entourés de marchands d'objets d'art traditionnel où à certains moments des ventes à la criée sont organisés tous les jours, sauf le vendredi, entre la prière d'El Assr et celle du Maghreb.

La place du marché de Ghardaïa est entourés d'arcades et de boutiques, c'est un lieu de rencontre fort animé jusque tard dans la soirée, où cet espace devient par la suite un parking de cette ville.

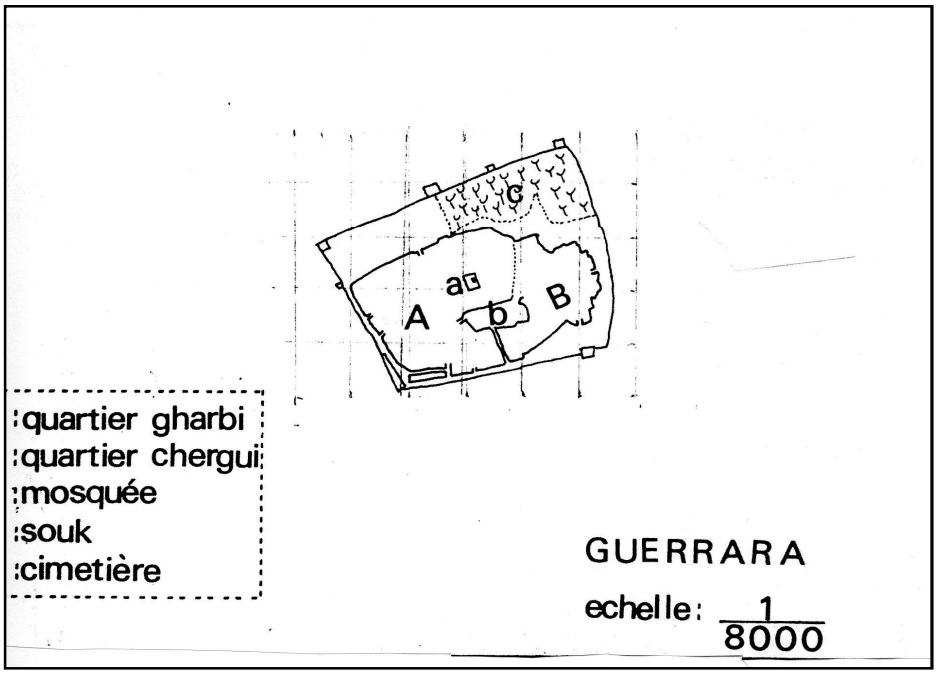


Fig. n° 16: La situation du souk de Ghardaïa dans la ville

Source : Brahim Benyoucef.

Photo n° 33 : La place du souk de Ghardaïa

Source : www.scibd.com

Photo n° 34: Le souk de tapis de Ghardaïa

Source : www.scibd.com

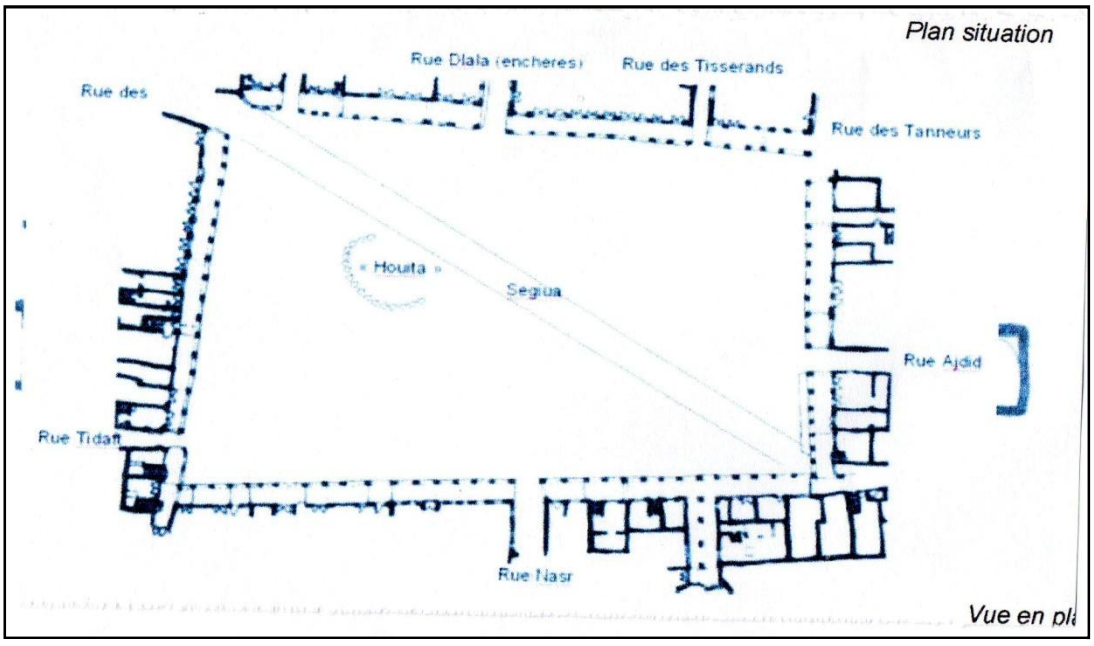


Fig. n°17: Le plan du souk

Source : Brahim Ben Youcef

La situation du souk à la périphérie sud- ouest de la ville, tout en rappelant le principe d'implantation des villes musulmanes où la ville est organisée autour d'un centre qui est la mosquée, et les activités commerciales sont souvent implantées hors de périmètre de la ville afin de conserver la valeur d'intimité des habitants situant à l'intérieur, car l'activité commerciale généralement favorise l'arrivée des étrangers. Pour cela l'implantation du Souk hors de la ville est un système de défense et d'arrêt de toute pénétration étrangère.

Donc, le marché, ce lieu de contact avec l'extérieur, se tient hors les murs et la promenade est assurée à l'intérieur du marché à partir des produits artisanaux exposés. Là où la vie de marché est toujours agréable attraction pour le visiteur étranger intéressé par l'économie locale et la psychologie des habitants. Cela fait que le marché est le symbole de cette société et déterminant de son identité (Culturelle) et le moteur de son tourisme à tous les niveaux.

Le souk de Ghardaïa se tient dans une place qui est considéré comme le centre d'autres marchés secondaires, « tel que le marché de viande (souk el-lham), des légumes (souk el khodra). Cela engendre une certaine centralité du souk au niveau fonctionnel et relationnel. La place est aussi le point d'aboutissement de nombreuses ruelles qui remplissent un rôle économique dans leur partie la plus proche du souk ».[171]

Il existe une certaine spécialisation des activités commerciales existant à l'intérieur du souk, dont chaque type d'activité marchande se trouvait dans un secteur délimité: rue de brodeurs, des dinandiers, des tailleurs, …

Le souk constitue pour la ville un nœud économique important car il offre la vente de tout produit dont chacun aura besoin, à l'exception de certains commerces qui se trouvaient en villes sont de première nécessité (épicerie, boulangerie)

Dans le souk on trouve que les dattes sont une des grandes spécialités de la région. Le souk avait aussi d'autres sources d'approvisionnement notamment en légumes des oasis aux alentours.

Photo n°35 : La marchandise vendue sur le souk de Ghardaïa

Source : www.vitamindz.com

[171] www.scibd.com

A Ghardaïa, la fréquentation du souk est exclusivement le fait des hommes ce qui donne une lecture et le mode de vie de cette société qui a gardé pendant des siècles ses principes en tenant que société conservatrice, et aussi elle a réussi à maintenir sa structure d'échange (le souk) pendant longtemps dans l'espace et le temps. Cela est dû à plusieurs facteurs:

- Le poids artisanal de la société dont les pratiques et les métiers d'artisan ont duré jusqu'à notre temps à l'aide de l'esprit du Mozabite de faire transmettre le métier d'une génération à une autre.

- Le caractère historique du souk, il a des origines depuis des temps anciens, qui lui a donné le pouvoir de continuer à travers le temps

- Le caractère touristique du souk qui est dû du caractère touristique de la région

- Le caractère urbain: «IL est le seul lieu vaste et publique de la ville. Ce dernier aspect correspond peut être au second nom du souk: Rahba qui désigne en arabe un lieu vaste. »[172]

- Le centre politique:« Tout autour de la place, se trouvent les Hadjba, maisons de réunions des fractions.»

- Le centre social: rencontre des individus divers, échanges de nouvelles et aussi il contient Haouita.

Le souk ou place du marché est le foyer de la vie économique et de l'activité profane. Il se trouve rejeté à la périphérie de la ville. On voit se dérouler deux fois par semaine une vente aux enchères. Des commerces de première nécessité sont installés dans les ruelles adjacentes. Il n'a pas seulement un rôle économique, mais il est aussi un lieu de rencontres pour la population exclusivement masculine. Il est le seul lieu vaste et public de la ville. Ce dernier aspect correspond peut être au second nom du souk: Rahba appelée grande place dans les cités musulmanes (Koufa, Bassra en Iraq).

Le souk de Ghardaïa est l'exemple qui a réussi dans la continuité de son activité à travers le temps, car il répond aux exigences de la durabilité d'activité dans la ville. Le souk par son activité assure de hautes revenues pour la ville par son attraction des volumes importants de clientèles et de commerçants et surtout de touristes ce qui influe sur les progrès économiques de la ville et la fait en mouvement durable. Le souk répond aussi aux exigences sociales car il offre une occasion de rencontre et d'échange de la société que se soit avec l'intérieur ou avec l'extérieur et permet la transmission des nouvelles, des cultures, des savoirs ...

Vu la nature de la société, les Mozabites sont des gens qui conservent le paysage religieux de leur société et gardent la propreté en ville en pensant aux déchets de certaines activités commerciales (légumes, ...)

L'offre de tous ces facteurs rend la ville de Ghardaïa dynamique dans le territoire du pays.

---

[172] Brahim Benyoucef, « LE M'ZAB », édition Entreprise Nationale du Livre, 1983.p 90

V-8- Les marchés du Bas du Sahara :

Au sud comme au nord l'une des principales activités de la population c'est bien que le commerce. Dans son étude sur l'urbanisation dans les zones arides cas du bas Sahara, Dr. Alkama Djamel a montré que « Les discours sur le Bas Sahara se fondent sur les activités dominantes qu'était le commerce, les échanges et l'agriculture».[173]

« Le Bas Sahara est avant tout un carrefour saharien, inscrit dans la durée, sur les grands axes du commerce caravanier. On retrouve des éléments caractéristiques de toutes les régions similaires, une localisation intermédiaire entre les deux littéraux, méditerranéen et saharien, une trame de peuplement dense et stable, une organisation fondée sur le rôle de relais commerçant».[174]

Vu la nécessité des peuplements s'échanger les biens avec autres régions (oasis) et la juxtaposition de ces différentes régions par rapport à eux en constituant des réseaux de villages favorisent l'action commerçante oasienne et permet aussi de comprendre les modalités du processus de l'urbanisation des villages. Cela interprète que l'activité commerciale El oued, une cité comme l'ensemble du Souf, longtemps tenues à l'écart des grands axes marchands, est devenue aujourd'hui une grande place commerciale de type transsaharien a une place importante et notable dans les oasis du Bas Sahara.

Marc Côte à son tour a étudié l'activité commerciale dans certaines wilayas du sud (Ouargla, Touggourt, Biskra), où les activités marchandes et de services sont omniprésentes et marquent profondément le paysage urbain.

On y trouve des marchés quotidiens ou hebdomadaires et les rues marchandes. Le commerce de détail se trouve sous différentes formes: intégrés au bâti, surgissant dans les endroits les plus inattendus du tissu, abritant tout type de locaux, allant de la petite épicerie jusqu'au magasin de luxe (vêtements, meubles).

Selon Marc Côte, « Le contenu est à la fois d'un dynamisme inégal et le pendant des activités de service de l'état »[175] où la circulation des masses importantes de monnaie est active et enrichi l'économie des wilayas.

Au Sahara (sud), l'activité commerciale favorise l'urbanisation des villes et met ces villes en valeur par leurs richesses acquises par cette fonction marchande qui se pratique en trois niveaux:

Par le petit commerce, les marchés régionaux et le marché national. On trouve que des nombres importants des commerçants de Ouargla ont une origine étrangère de la wilaya tout en investissant dans le petit commerce ou les services (restaurant, café, taxiphone…).

---

[173] ALKAMA D. et al. (2001). « Essai d'analyse typo-morphologique des noyaux urbains traditionnels dans la région des Ziban », Courrier du savoir n°1, Université Mohamed Khider Biskra, p 128

[174] Idem, p 129

[175] Marc Côte, « La vie et le désert »

Le petit commerce joue un rôle économique mais aussi social. Il assure des fonctions indispensables à la vie des populations et il participe à la distribution des richesses. Il assure l'animation de la vie sociale locale et contribue à l'entretien des millions de familles. A côté des commerces traditionnels se sont ajoutés de nouveaux services urbains attestant l'évolution du mode de vie de ces populations: cybercafé…

« Les marchés de Ouargla, Touggourt, El-Oued, et Biskra drainent les populations de leurs pays respectifs. » [176] Ces marchés sont fréquentés par des gros commerçants qui ramènent certains produits rares et très demandés par autres régions (dattes). Pour cela le rayonnement de ces places marchandes est national.

La fonction de place marchande de ces villes n'a pas été influencée par la fin du commerce caravanier mais elle s'est adaptée aux mutations et continuent de jouer son rôle dans les échanges entre (Nord, Sud, Est, Ouest) et puis dans la dynamique urbaine, commerciale de ces villes.

V-9- Les souks en Aurès :

17out 1935 la foire de Tkout ou fête des prospérités [177]

A l'instar de Marc COTE, GERMAIN Tillon nous a cité les différents marchés et foires de la région Auréssienne. A titre d'exemple, elle a parlé du marché de Tiskifine : un marché se développait sur le parcours de pèlerinage. Ce type de marché itinérant caractérisait les tribus des différentes agglomérations de l'Algérie durant l'époque coloniale.
" Ce jour là, le dernier jour de ***sammeth***, on l'appelle **l'aid- el_ kharif**, la fête des fruits, des choses fraiches, des bénédictions… " Traduction d'un maçmoudi, on croit que cette fête a toujours existé et on y vient de tout l'Aurès et même de plus loin : du tell, du Sidi Okba, de Biskra, du Sahara. Les gens du Tell et des environs de Batna Vendent des jeunes mulets dont ils font l'élevage.

« Les Serhana et les Ah Slimane vendent des ânons, en particulier lié aux Ighassiren. Ceux –ci ont plus d'ânes que d'autre tribus ; mais ils honte aux d'avoir des ânesses et sont obligés d'acheter, par conséquent, de jeune bêtes aux tribus qui les élèvent. Les populations de la hausse et basse vallée de l'Oued Abdi vendent des raisins, des tomates, des pommes de terre. Les gens de bouzina, des noix. Ceux de Biskra et de Sidi Oqba apportent les premières dattes appelées « dattes-fleurs » (Lamnaggare). Les Ah Abderrahman vendent de l'orge et un peu de blé quand l'année a été bonne. Les Ah Slimane ou Aissa, les Ighassiren, exposent des burnous et des tellis »[178]. Les Ighassirens vendent aussi des figues sèches, figues berbères des oignons, des abricots secs mais les meilleurs oignons viennent de T'kout.

Au temps passé, la place de marché annuel (foire) a été le lieu le plus important des échanges commerciaux dans la région. Elle se tenait pendant deux ou trois jours où les

[176] Marc Côte, « La vie et le désert »
[177] Germaine Tillion, « L'Algérie Aurésienne », édition de La Martinière, Perrin, 2001, p102
[178] Interview avec des personnes âgées

individus pouvaient explorer différents produits agricoles et industries artisanales que produisaient la région et les autres régions environnantes. La place du marché a offert aussi une occasion de rencontre des individus venant de diverses régions.

Le marché annuel a été un lieu qui réunit l'aspect économique et social, mais avec la dominance coloniale, l'aire d'influence de cet espace a reculé. Cette régression a été accompagnée par l'apparition "*des marchés hebdomadaires*" qui représentent un micro type de la foire.

Ces marchés hebdomadaires "souks" se caractérisaient par un commerce forain, mais vers le début de l'époque de l'indépendance, le rôle de ces espaces a reconnu un lent déclin vu le développement du commerce fixe qui a donné une autre dimension au système d'échange qui a devenu monétaire, il s'est propagé au détriment du système de troc. Cela nous donne une idée sur le changement social et économique.

Parmi les souks hebdomadaires existants dans la région de l'Aurès, on peut citer ceux de Merouana, Timgad, la vallée d'Oued Abdi (Manaâ, Bouzina,…), la vallée d'Oued Labiod (Arris, Ichemoul). Ces marchés se caractérisent par une périodicité.

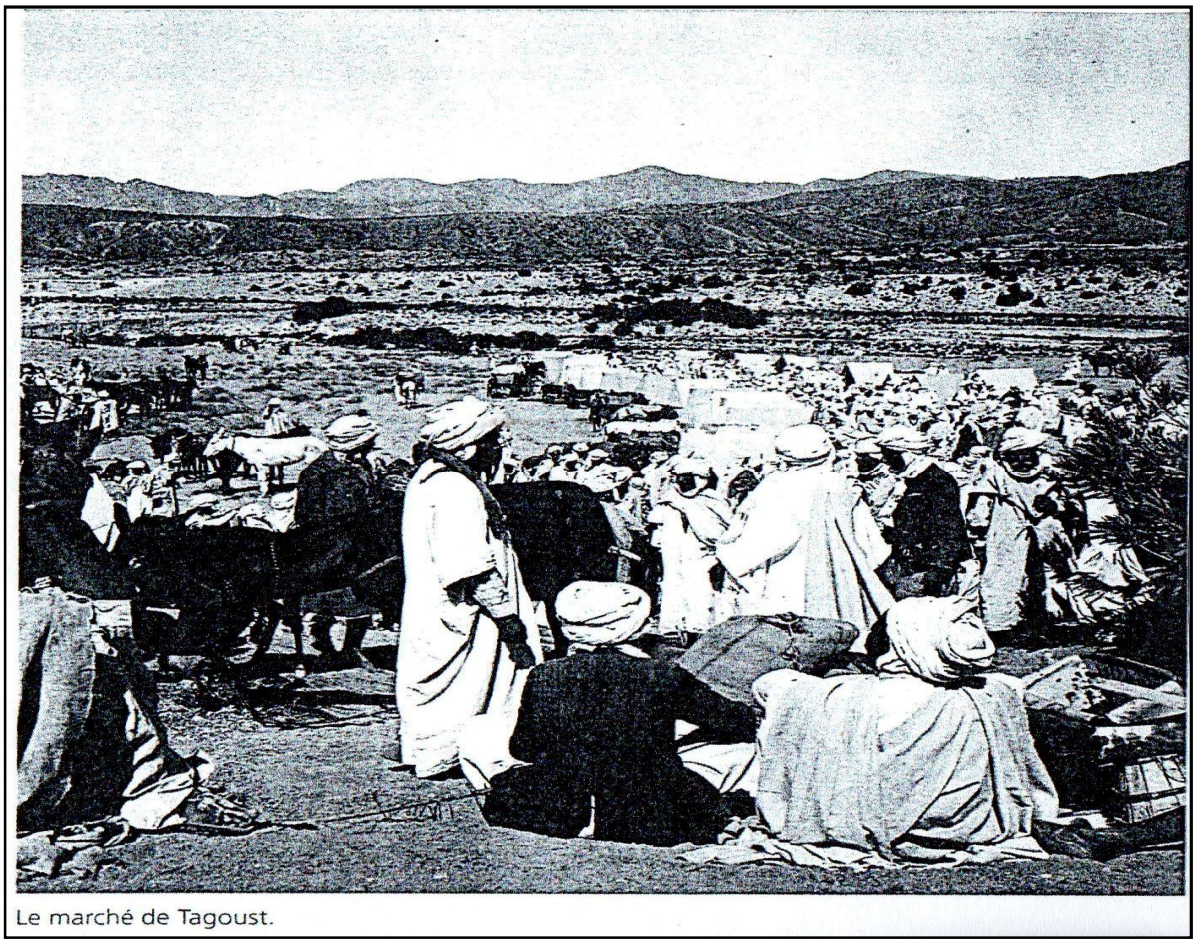
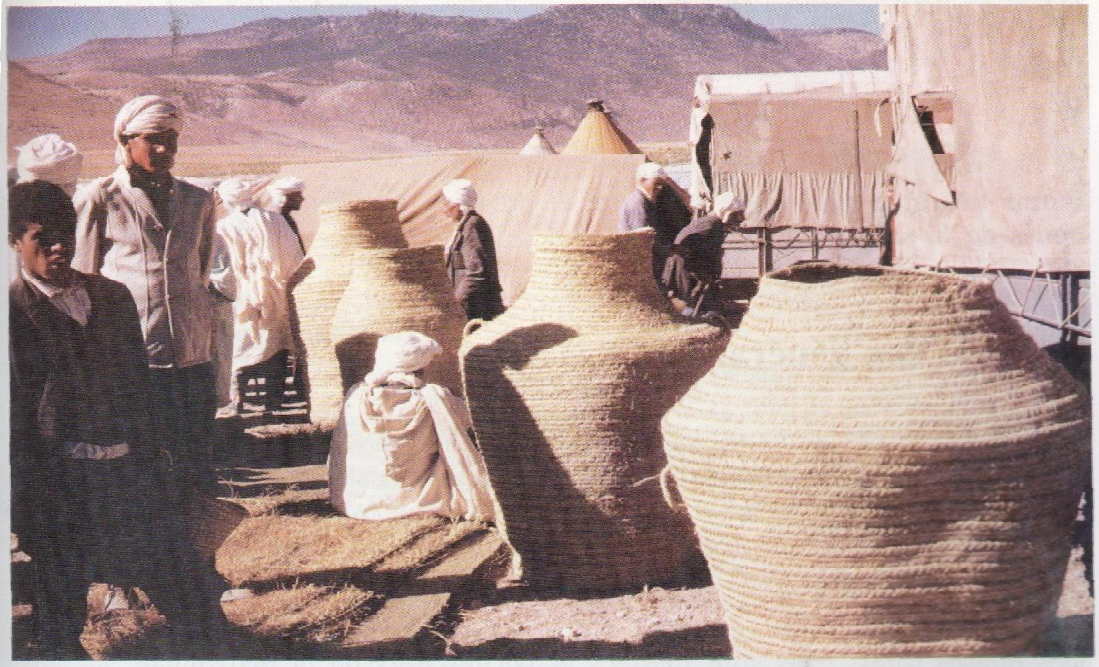

Le marché de Tagoust.

Photo n° 36 : Le marché de Tagoust (Bouzina) les années trente

Source : Germaine Tillion



Phot. 33. **Le marché, lieu d'échange commercial.**
Vente de produits fabriqués en alfa, et en particulier de grands réservoirs à grains, qui étaient naguère placés à l'intérieur des maisons, et emmagasinaient chacun cinq à dix quintaux de céréales ; c'est la spécialité des montagnards du Bou Taleb. Marché de Merouana, 1976.

Phot. 34. **Le marché, lieu de rencontres humaines.**
Le cercle de curieux autour d'un conteur public. La variété de l'habillement est à l'image de celle du monde rural. Véhicules des commerçants, tentes des cafetiers et gargotiers, casquette du garde champêtre. Le marché demeure une institution capitale de la vie rurale. Marché de Merouana, 1976.

Photo n° 37 : Les marchés de Merouana

Source : Marc COTE

VI- Les marchés informels :

Autres types de marchés naissent en Algérie surtout à partir des années quatre- vingt. C'est le phénomène des marchés illicites, lié en grande partie au commerce informel que connaissent beaucoup de villes algériennes récemment, où des gens occupent des parties importantes dans la ville en accédant à la transformation de toute la ville en souk, car les vendeurs ne respectent aucunement les délimitations, cette occupation de l'espace peut être interprétée comme un retour à une ancienne forme de lieux de commercialisation et de communication sociale mais à destination d'une clientèle contemporaine .

Le phénomène des marchés illicites, lié en grande partie au commerce informel que connaissent beaucoup de villes algériennes actuellement, fait médiatisé par les quotidiens nationaux pour qui l'occupation des rues devient intolérable, peut être perçu comme résurgence et réinterprétation d'ancienne forme de lieux de commercialité et communication sociale à destination d'une population contemporaine.

Nous constaterons des mutations profondes des appareils commerciaux urbains, avec la multiplication de l'implantation de la grande distribution commerciale dans ses différentes formes. L'anarchie visible de la localisation du petit commerce indépendant, notamment après la libération de l'activité commerciale.

Le retard accusé par les collectivités publiques dans la création et l'aménagement d'équipement commerciaux dans les zones nouvellement urbanisées et l'absence des espaces et lieux de sociabilité des populations donnent l'occasion de l'existence de ce type des marchés (informels).

La préoccupation de l'Etat par l'offre des espaces de commercialisation au niveau rural ou urbain s'est datée depuis les années soixante – dix comme on a dit précédemment dans la période d'indépendance où l'Etat s'est chargé de l'approvisionnement et la distribution commerciale afin de satisfaire les besoins des populations (rurales et citadines) qui ne cessent pas de se progresser à travers le temps.

Actuellement le besoin de s'approvisionner plus et le changement de mode de vie et de la culture de consommation au sein des évolutions des industries et des technologies, et le privilège des produits d'importation en raison de qualité et de prix à l'aide du commerce du Trabendo ont contribué à l'apparition et à la propagation des points de ventes informels qui s'appropriaient certains lieux stratégiques dans les villes (point de liaison entre les grandes villes les grands axes routiers …) tout en profitant du poids de la clientèle qui n'hésite pas de fréquenter ces espaces qui constituent pour elle une occasion indispensable et convenable pour satisfaire les besoins.

La lutte contre les marchés informels et lieux déracinement d'une manière définitive est une opération difficile, mais l'unique solution à ce problème réside dans la création d'espaces aménagés pour ceux qui activent dans les marchés informels.

Ces commerces illicites provoquent beaucoup de problèmes, ils occupent les trottoirs et les places publiques de la ville et entravent la circulation automobile, troublent la

quiétude des citoyens, participent à la dégradation du cadre de vie dans les villes et font apparaître des charges supplémentaires pour les communes qui n'arrivent pas à se débarrasser de ces tonnes volumineuses d'ordures.

Plusieurs villes algériennes dotent de ces structures commerciales informels dans son image etd ans sa pratique et dans son objectif qui vise d'abord la rapidité de gain sans prendre en considération le respect du consommateur (qualité du produit, son accueil, …).

A fin d'éradiquer le marché illicite, il faut installer systématiquement à sa palace une structure officielle. L'Etat a procédé dans les différentes localités du commerce informel des programmes d'établissements de marché de proximités ou de marchés couverts afin de mettre l'activité commerciale dans son cadre réglementaire et de la soumettre aux exigences des politiques d'aménagements urbains.

Même pour les marchés qui se tiennent déjà dans les communes, nécessitent eux aussi des opérations de restructuration, visant l'amélioration de la qualité des prestations.

« 64 marchés informels demeurent toujours actifs dans la wilaya d'Alger, malgré la fermeture des plus grands marchés informels dans la capitale »[179], a indiqué le directeur du commerce de la wilaya d'Alger.

A ce titre, le directeur du commerce de la wilaya d'Alger, Youcef Lamari, a indiqué, selon la même source, que « la lutte contre les marchés informels et leur déracinement d'une manière définitive est une opération rude et difficile », mais que l'unique solution à ce problème « réside dans la création d'espaces aménagés pour ceux qui activent dans les marchés informels ». Dans le même cadre, il a souligné que « des marchés de proximité et des marchés couverts ont été réalisés et que d'autres sont à l'étude en raison de plusieurs contraintes ».

Un marché du bétail devrait être créé à Djelfa. Le ministre du commerce, El Hachemi Djaaboub, a été particulièrement critiqué à l'égard de la gestion « anarchique » des marchés de gros. Ces marchés sont donnés, en général, en gérance par les Assemblées Populaires Communales à des privés. La création de l'EPIC qui aura en charge ces marchés est censée réintroduire un meilleur respect des normes et des cahiers de charge.

Selon la déclaration de M.Djaaboub, dans la presse nationale que cette nouvelle entreprise aura pour mission de récupérer ces « marchés pour assurer une gestion rigoureuse, transparente et viable». Le ministre du commerce a d'ailleurs annoncé que des mesures allaient être prises pour mettre fin à la gestion " anarchique " des marchés de gros de fruits et légumes. Les directeurs du commerce devraient se réunir prochainement pour décider des mesures à prendre.

« Nous allons agir pour obliger les communes qui gèrent ces marchés à se mettre rapidement en conformité avec les cahiers de charge et les clauses du décret, publié l'année dernière, relatif à la mise à niveau des marchés des fruits et légumes » a déclaré M. Djaaboub à la presse en marge d'une séance de l'APN consacrée aux questions orales.

[179] www.elwatan.com. Edition du 14 mars 2007, « Gestion des espaces Commerciaux », Par R. E.

Ces critiques à l'égard de la gestion des marchés par les APC et les privés interviennent dans un contexte où le gouvernement tente se doter de moyen de régler les prix sur le marché.

Le président a demandé, selon le communiqué, une « accélération de la réalisation de marchés de distribution de gros et de détail pour assainir nos agglomérations et éliminer, sinon réduire, les activités commerciales informelles »[180].

VII- La sollicitude de l'Etat par le secteur du commerce :

VII-1- Côté législatif :

Le deuxième plan quinquennal, dans son rapport général ayant trait à l'appareil commercial, insiste sur les initiatives locales pour la création de nouveaux souks afin que la distribution en milieu rural soit prise en charge en premier lieu par ce dernier.

Dans le cadre de la régularisation des structures de commerce notamment celles de marchés, certains textes ont ressort, dont on peut citer :

- L'article n° 22 et n° 23 de la loi qui régi l'activité commerciale, dont ces articles indiquent les gérants des marchés de gros. (Voir l'annexe n° 4).
- Les articles n° 24, n°25, n°26, n°27, n°28, n°29, n°30, n°31, n°32 indiquent l'organisation des marchés de détail couverts, hebdomadaires, mi-hebdomadaires et de proximité. (Voir l'annexe n°4).
- L'article n°33 indique les conditions et les modalités de création des grandes surfaces et les centres commerciaux. (Voir l'annexe n°4).

VII-2- la concertation :

Récemment, l'Etat a lancé des opérations consacrées à la lutte contre les marchés informels et leur remplacement par des espaces aménagés, en vue d'absorber les activants dans ces espaces. A ce titre, le Ministre du commerce M. Djaaboub a indiqué « que le but principal de l'Etat par "les assises nationales du commerce" c'est de résoudre les problèmes que souffre le secteur du commerce en Algérie. Un énoncé de ministère du commerce que ces assises nationales du commerce qui ont débuté le 25 Juin 2011, au Club des Pins vont constituer une occasion d'évaluation des situations du commerce, tout en incluant des différents partenariats en rapport avec le secteur du commerce afin de résoudre les problèmes d'une manière générale. Ces assises vont aussi permettre d'élaborer une nomenclature de réformes et de solutions pour les questions du commerce d'une manière générale et unie au niveau du territoire national, en prenant en compte les spécificités naturelles et commerciales des différentes région de l'Algérie ».[181]

---

[180] www.elwatan.com

[181] www.elkhabar.com , « Les assises nationales du commerce », n° 6396, Soufiane Bou Iyad, édition 25-06-2011

Les participants dans ces assises ont établi des recommandations qui proposent des mécanismes de modernisation du secteur commercial à partir des projets et des programmes qui visent à l'amélioration des pratiques commerciales en Algérie.

Conclusion :

L'ensemble des souks de toute l'Algérie, donne l'impression d'une réelle dégradation, le commerce fixe digérant peu à peu le commerce soukier, s'ajoute aussi le retrait de l'Etat de l'approvisionnement des commerçants et sa fermeture des importantes structures de distribution et de vente. Cela a engendré à l'apparition des marchés de gros qui ont dominé la mobilité (le circuit) da la marchandise. Avec la libéralisation de l'Etat du commerce extérieur au sein de la politique de l'économie du marché, où la production importée a envahi les marchés. Ce qui a influencé la culture de consommation de l'algérien.

Au sein de cette politique, l'activité soukière a connu des mutations qui ont touché son espace et son activité. Une évolution des souks algériens est leur urbanisation. Dans les débuts, la création pleinement rurale dans la société précoloniale (en des sites de passage: col, carrefour, source), le souk s'est progressivement urbanisé, au point qu'aujourd'hui presque tous les souks moyens et gros correspondent à des agglomérations importantes. Le processus a été double, soit que le souk ait donné naissance à une agglomération devenue ville, soit que la ville ait " capte" un souk de la région (ou se crée son propre souk). Mais les deux structures, souk et ville, tendent de plus en plus à être spatialement réunis.

Certaines villes, soucieuses d'urbanité, tendent à rejeter le souk. Rejet spatial, par rapport à l'emplacement du marché hors des limites urbaines; rejet fonctionnel, par suppression du marché forain, demeurent maintenu le marché au bétail.

Le retour de la population sur la forme " souk" ou marché forain est spectaculaire à partir des années quatre- vingt –dix et ceci contre le bon vouloir ou encore absence d'initiative des pouvoirs publiques pris de court par le phénomène.

Certains marchés notamment traditionnels à l'instar de Ghardaïa n'ont pas été touchés par le changement qu'a connu la politique du commerce en Algérie. Ces marchés (souks) préservent leur caractère traditionnel et gardent sa structure dans la ville. Ils présentent de ce fait un modèle urbain riche en matière de fondements et des traits de durabilité.

La mutation de l’appareil commercial en Algérie -suite à la libéralisation et à l’adoption du système de l’économie de marché- contribue étroitement à la transformation de la ville et il ne paraît pas légitime de continuer à la gérer indépendamment des autres politiques urbaines.

D’ailleurs, les pouvoirs publics ont toujours insisté à travers leurs programmes sur le développement de cette structure par la création de marchés dans les nouvelles communes, car le souk est très important notamment par sa contribution également à l’alimentation des budgets communaux (prélèvement de taxes, imports, mise en adjudication).

Il est temps que les disciplines (ayant pour objet l'homme telle que l'anthropologie mais aussi l'urbanisme) se penchent sur cette problématique et de cerner l'activité commerciale et son espace dans le cadre du développement qui visent à satisfaire les qualités des besoins d'une génération à une autre répondant aux intentions du développement durable.

CHAPITRE04

RECHERCHE ET ETUDES ANTERIEURES SUR LES SOUKS

Introduction :

Afin d'apporter certains éclaircissements sur les espaces de marchés et ses significatifs et ses rôles dans la vie des populations et leur espace occupé dans les différents pays. On essayera de présenter quelques recherches et études de certains spécialistes de domaine géographique, urbain, et sociologique et analyser leur approche de recherche et leur résultat à propos de différentes caractéristiques de ces structures commerciales, notamment, les marchés.

1-Le souk de Sefrou selon l'étude de Geerz :

L'œuvre monumentale de Clifford Greetz comprend des monographies empiriques et des essais philosophiques, des recherches portant sur l'économie, la politique, la parenté ou la religion. C'est une belle étude de cas en anthropologie économique à l'intersection d'une anthropologie sociale et d'une anthropologie culturelle.

Selon Geerz une société se constitue à travers les processus de communication à entre les hommes qui échangent des objets, des signes et des femmes. Greetz franchit un pas supplémentaire : le monde social se donnerait tout entier à lire, au sens parfois immédiat.

Dans son ouvrage, Geerz pose une problématique en posant une question qui est : Quel est le statut de la culture dans le souk de Sefrou ? Durant ses études de cet espace Geerz trouve que la culture intervient comme un cadre et comme une ressource des *suww_qa*. Les formes symboliques ne sont pas des représentations mentales. Elles sont éminemment publiques. La description du souk épouse le chaos des ruelles et la cohue des foules, elle fait sentir la profusion sensorielle du marché et éprouve la partition irrégulière des échanges et des contrats.

La culture y est perçue comme une morphologie de formes symboliques plutôt qu'une dynamique d'activités ; et ces activités sont analysées comme exprimant un sens symbolique plutôt que résolvant des problèmes pratiques.

Un autre point remarquable dans le souk de Sefrou, qui le distingue de certains des autres travaux de Geertz, est l'équilibre qui y est établi entre anthropologie culturelle et anthropologie sociale. Geertz décrit les institutions-clefs qui organisent le souk et qui se sont transformées au cours du temps : les multiples fonctions du fondouk, du lien contractuel du qirad et de la protection personnelle de la zettata dans la partie sur " la formation du bazar" ; puis les caractéristiques des biens habous, de l'école coranique, la zawiya et du quartier juif, le mellah dans la partie sur "le bazar comme forme culturelle" ; enfin, le système d'arbitrage des litiges assuré par les umana dans la partie sur "le bazar comme institution économique". Ces différents éléments s'imbriquent dans le cadre de l'écologie de la ville, de l'organisation et de la régulation des échanges. Ce volet d'analyse sociale, déjà pénétré de trames de symboles, s'articule avec un volet d'analyse, qui se focalise sur les façons qu'ont les marocains de mettre en sens ce qu'ils font. La mise en relief des institutions-clefs se redouble d'une enquête sémantique sur les mots.

Une dernière dimension de l'analyse culturelle, récurrente dans l'œuvre de Geertz, mérite d'être signalée : elle prône un certain type de relation entre les dimensions micro et macro de l'objet anthropologique

Mais l'écologie urbaine ne porte pas sur ces seules caractéristiques communautaires ou confessionnelles. Elle décrit aussi la différenciation fonctionnelle et historique de l'espace. Celle-ci se déploie comme une résultante de la dynamique des échanges et de leurs ancrages locaux, régionaux ou internationaux.

Le souk de Sefrou peut être enfin lu comme une réponse à la théorie néoclassique du marché. Le marché n'a rien d'un univers clos en soi où les acteurs n'obéiraient qu'à des motifs et des contraintes endogènes. En choisissant de mener une anthropologie du souk, Geertz se porte au cœur d'une "institution concrète", avec ses héritages historiques, ses réseaux sociaux et ses matrices culturelles.

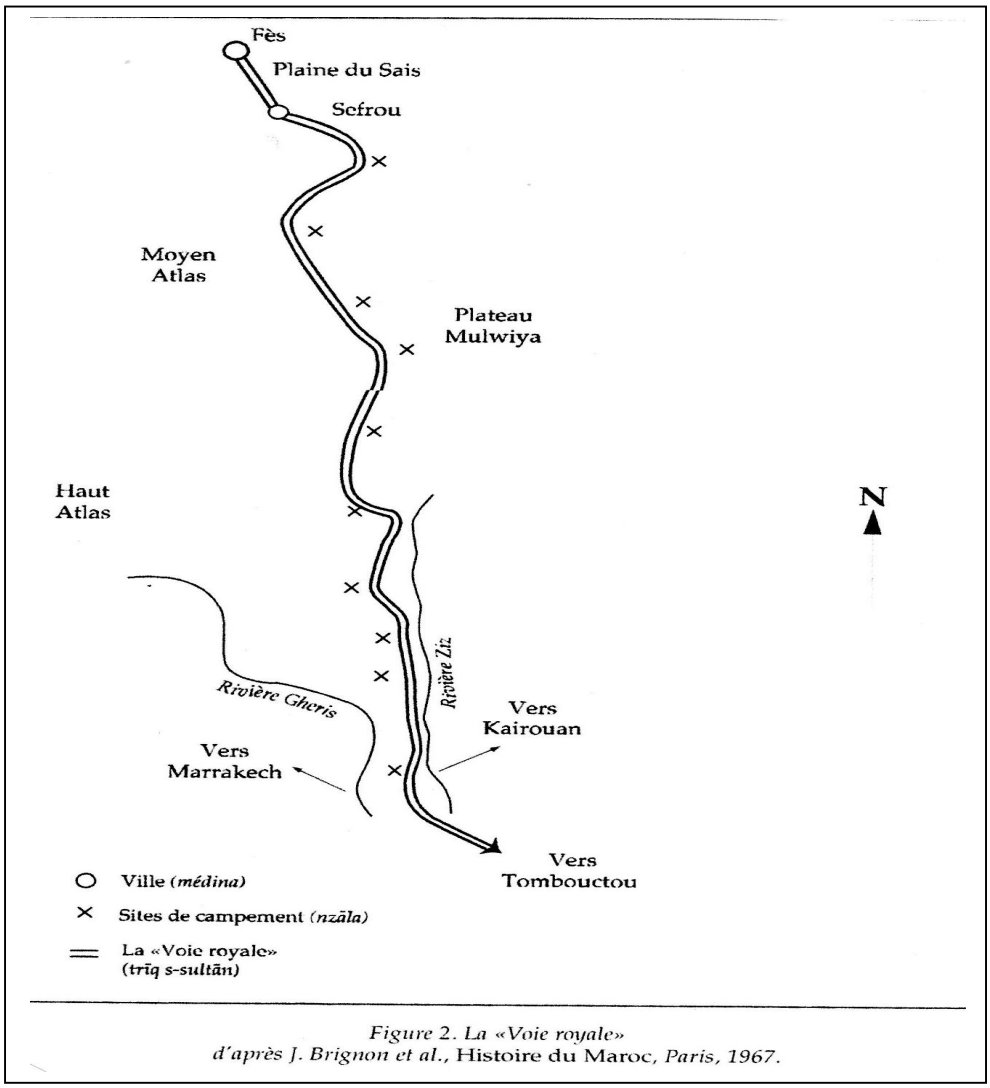


Figure 2. La «Voie royale»
d'après J. Brignon et al., Histoire du Maroc, *Paris, 1967.*

Fig. 18 : La voie royale d'après J. Brignon

Source : Geertz. Le Souk de Sefrou

Le type idéal de l'économie du bazar met en relation économie et société. Les contacts qu'entretiennent les contractants les uns avec les autres ont pour vertu sociale d'établir des liens de confiance entre eux.

Geertz insiste dans ce sens sur la clientélisation, qui se reproduit parfois de génération en génération et qui réduit davantage encore les coûts et les risques de l'échange, tant pour le vendeur que pour l'acheteur. Les stratégies économiques sont enracinées dans des mondes sociaux pour les citadins d'aujourd'hui, d'un autre type qu'à Sefrou : autant que les relations de clientèle, ce sont les réseaux d'amis et de relations qui sont mobilisés et constitue dans certains temps un plaisir, cette activité se composant avec l'activité de faire le tour du marché *(dour f s_q).*

Selon Geertz, le bazar comme institution économique, il est le produit de la transformation du commerce caravanier à longue distance en commerce de centralité à courte distance. C'est un mécanisme social qui se constitue par l'intégration de places de marchés physiquement disjointes en un système continu. Cette intégration est en partie accomplie sur un monde spatio-temporel.

Les flux de commerçants les plus élevés dans cette zone sont ceux qui vont et viennent entre Sefrou et Almis du Guigou (plus de 200 km) ou Sefrou et Imouzzer des Marmoucha (entre 100 et 200 km). Almis du guigou est un important marché qui collecte un grand nombre de têtes de bétail de Missour. La marchandise pertinente et le flux important des commerçants contribuent à augmenter l'importance d'un souk.

Le souk se caractérise par un rapport numérique entre fellahs et commerçants qui tendent à s'y équilibrer. Selon l'enquête qui à fait Geerz les musulmans étaient des artisans, les juifs étaient distribués entre les métiers de commerçants et d'artisans.

Tableau n° 09 : Rapport Commerçants Musulmans et juifs

Tableau 7. Proportion des travailleurs juifs et musulmans dans les activités de petite, moyenne et grande échelle dans le bazar en 1960

	grande échelle	échelle moyenne	petite échelle
Musulmans (N= 1966)	3	38	59
Juifs (N= 526)	3	44	53

Les classements selon la grandeur d'échelle se font par catégorie professionnelle et sont totalement indépendants de considérations ethniques.

Source : Recensement officiel de Sefrou, 1960.

Source : Geertz. Le Souk de Sefrou

La mobilité et les déplacements de ces acteurs résultent un rayonnement dynamique dans les zones desservies tout au long des périodes d'activités de ces marchés, ce qui assurent une dynamique permanente (durable) de ces zones.

Économie et société, mais aussi économie et religion, l'Islam a une place centrale dans la vie économique du souk. La journée est scandée par les cinq prières et l'année par le Ramadan et les grandes fêtes. Le habous garantit de faibles charges locatives aux marchands et artisans du souk, la zawia unit la piété et le commerce et configure le monde des professions. Les réseaux de l'Islam et du marché s'interpénètrent, ou constate une certaine complémentarité aussi.

« Le système du marché périodique consiste en un nuage de marchés à ciel ouvert éparpillés de façon plus ou moins continue sur le territoire marocain, chacun d'entre eux tenant à un rythme hebdomadaire»[182]. Certains de ces marchés sont établis en ville, les liens entre eux sont lâches et irréguliers. Ils sont le résultat du déplacement de l'un à l'autre. La caractéristique principale de ces espaces c'est leur périodicité, les jours de marché tendent à être fixés de telle façon que les marchés ne s'entrent pas en conflit cinq marchés locaux se tiennent respectivement les mardis, mercredi, samedi, dimanche et lundi.

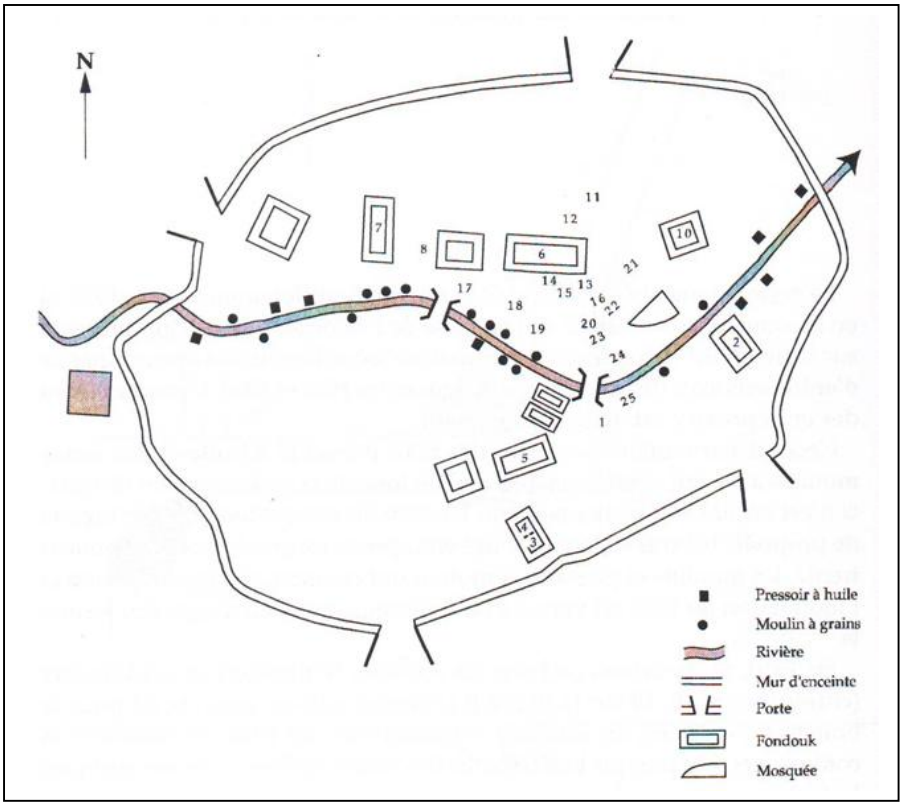


Fig. 19 : Emplacement du souk Sefrou Source : Geertz. Le Souk de Sefrou

2-Les souks marocains selon l'étude de Jean François Troin :

[182] Clifford Geertz, « le souk de Sefrou sur l'économie de bazar», édit. Bouchene, 2003, p61

La thèse de Jean-François Troin est un monument, le titre : « les souks marocains. Marchés ruraux et organisation de l'espace dans la moitié Nord du Maroc », et son éditeur l'a bien compris qui lui a donné un luxueux support : ces deux volumes, celui du texte et celui, en étui, contenant vingt-huit cartes en couleur, sont fonctionnelles.

J-F. Troin a visité et analyser les 384 souks du Maroc septentrional qui sont les rouages essentiels de la vie rurale marocaine, « ceux-ci desservent ou touchent réellement 4750000 personnes et provoquent un déplacement hebdomadaire de plus de 1200000 être humain »[1]. Cet ouvrage est une institution bien vivantes qu'il faut se garder de ravaler au rang de souvenir historique, pôles d'attraction unique pour le public, lieux privilégiés pour les affaires du commerçant citadin, fêtes hebdomadaires et toujours renouvelées. ».

Il a procédé à une enquête il a su tirer des informations quantitatives qui, mises en formes et en cartes, tout en fournissant une documentation de très grande valeur ; où il a présenté les structures commerciales rurales, les flux et leurs variations, les aires d'influence…

A travers tout le livre, c'est l'étude des hommes et des structures sociales qui s'impose. J-F. Troin a pris le souk comme un réactif du sous-développement. Les acteurs et les mécanismes du souk sont analysés avec finesse : les fellahs pauvres, sous équipés, exploités, qui apportent sur le marché chaque semaine, et venant souvent de loin, il y a aussi des soukiers de toute sorte, les artisans traditionnels qui ont encore un rôle important dans la production.

J-F. Troin explique que l'apparition de nouveaux produits et de nouvelles fonctions sur les souks de même que la progressive mise hors circuit du secteur de production campagnard ne signalent pas une évolution vers des consommations modernes de type urbain mais plutôt une déruralisation des paysans, J-F. Troin affirme que la vente des produits modernes est un réel signe de dégradation commerciale et donc l'indice d'une société en porte-à-faux

Pourtant, le souk marocain porte en lui assez d'originalité, de force d'organisation et de résistance, de dynamisme économique et social pour être un maillon indispensable dans la chaîne commerciale qui intègre aujourd'hui la compagne au mode de production capitaliste dominant : il a ses structures, sa hiérarchie, son ordre et sa fonction.

Ce travail est tout d'abord remarquable parce que, jusqu'à maintenant les géographes s'étaient peu intéressés au commerce en général et au commerce rural en particulier. Seules quelques publications anglo-saxonnes avaient systématiquement abordé ce sujet surtout pour le pays d'Afrique Noire.

Le plan de l'ouvrage est le suivant :

Dans un premier livre J.F. Troin montre ce qu'est un souk et comment fonctionne

[1] Jacqueline BEAJEU GARNIER, « annales de géographie », p 356

Cet organisme dans un pays resté encore aussi rural que le Maroc. Il représente environ 48 à 75 jours par an de la vie de fellah. Il a une triple fonction : rassembler et redistribuer les produits ruraux, distribuer des produits divers d'origine différente et souvent extérieure, fournir des services et des loisirs à ceux qui le fréquentent, aussi important par les contacts sociaux que par son rôle commercial, le souk appartient à un réseau de marchés : Il est un point de rassemblement central pour la population rurale périphérique mais il est également jalon sur un circuit que fréquentent les marchands forains.

Le livre II étudie les structures commerciales et quantifie de nombreuses données. La répartition des souks, les différents produits qui sont soit concentrés, soit redistribués sont étudiés un à un. L'auteur termine par un classement économique et une typologie des différents organismes.

La troisième partie s'éloigne de l'aspect purement des relations commerciales pour approfondir la notion d'implantation et d'évolution. L'auteur considère alors le souk comme un centre de polarisation.

Enfin, dans un dernier livre, l'auteur montre comment le marché est un élément d'urbanisation. Le rapport entre la ville et le souk semblent obéir à des lois mais se présentent de manière diverse suivant l'importance urbaine et le partage qualificatif des activités entre le souk et la ville.

J.-F. Troin montre bien les caractéristiques des souks marocains qui concernent l'organisation interne et externe. L'organisation interne des souks est très rigoureuse. La disposition des étalages, la hiérarchie des commerces dans l'espace, sont le résultat d'un ordonnancement qui ressemble à ce lui des quartiers d'une ville anciennes. À l'extérieur, ou la région environnante, les souks organisent l'espace en le structurant par leur disposition en réseaux.

Selon Jacqueline Beajeu Garnier « la supériorité des souks est écrasante pour la commercialisation des produits ruraux Ainsi au niveau des fonctions, une nouvelle complémentarité apparaît : souks et villes s'épaulent plus qu'ils ne se combattent».

Cette thèse constitue donc pour ainsi dire un modèle d'étude des phénomènes commerciaux en pays en cours de développement. Elle est apurée sur une extraordinaire documentation et excellemment illustrée.

J.-F. Troin à montré aussi l'importance des souks marocaines toute en étudiant leurs fréquentation qui varie de quelques centaines de personnes dans les régions montagneuses isolées à quelques 40 à 50000 personnes (soit l'équivalant d'une ville moyenne marocaine) dans les souks des régions atlantiques.

Par ces statistiques on peut déduire que le souk comme institution est puissamment enraciné dans la tradition de la société, mais aussi dans la vie économique et sociale du pays où il constitue un élément de ressources financières pour les communes.

3-Les marchés en milieu urbain et périurbain français : des pôles d'animation remarquables, face au commerce en grandes surfaces, selon A. Metton :

En utilisant les travaux d'A Metton sur la banlieue parisienne et de M. Bachelard sur la Touraine. La banlieue parisienne (départements 92, 93, 94, et 91, 95, 77, 78) «totalise 465 lieux de marchés pour 6250000 habitants (1975) soit 1 marché pour 13500 habitants. Il s'agit là d'une implantation exceptionnellement dense. Dans les hauts-de-Seine, tout résidant dispose d'un marché à moins de 700m de chez lui. Ces marchés écoulent 17% de l'ensemble des produits alimentaires distribués en banlieue et restent fort attractifs pour les produits frais»[1]

L'insertion dans le tissu urbain est difficile du fait des contraintes de stationnement et de circulation. De petits marchés de quartiers d'ailleurs été supprimés et regroupés en marchés couverts. Les déplacements des forains sont considérables : A. Metton a calculé qu'ils contribuaient pour 10 à 15000 t à la consommation de carburant dans l'agglomération parisienne.

L'agglomération tourangelle, plus petite (250000 habitants) et moins étendue compte 31 marchés, soit un pour 8060 habitants. Le reste du département en compte 39. En périphérie de la ville, les marchés ont principalement lieu en fin de semaine, avec une large dominance alimentaire. La zone d'attraction moyenne est de 600 à 1000m. L'insertion est plus aisée, car le tissu urbain est plus lâche de la circulation moins dense. Il y aurait plutôt ici éclosion de marchés que regroupements.

Malgré leurs différences de taille et de volume, les deux zones périurbaines de Paris et de Tours ont un point commun important : elles constituent l'auréole spécifique d'implantation des marchés comme des grandes surfaces. Il y a là une ceinture où la concurrence est forte, mais où les marchés ne sont pas forcément vaincus. Dans les banlieues, le nombre des forains augmente et le marché joue un rôle modérateur sur les prix. La sensibilité de la clientèle à l'ambiance chaleureuse des marchés est grande. Enfin, la composition socio-professionnelle hétérogène de ces banlieues permet aux forains de toucher une double population : aisée pour les fruits et légumes, plus modeste pour les produits non alimentaires. Lorsque la population est en transit, comme il est fréquent dans de nombreux grands ensembles, le marché local réagit rapidement en se rétractant ou en disparaissant ; si la population est stable, le quartier bien enraciné, le marché prospère et la clientèle lui est fidèle.

Dans cette étude, l'auteur a décrit les marchés ruraux français autant qu'une meilleure résistance des petites villes et des bourgs. Les campagnes sont beaucoup moins sensibles à l'attraction des grandes surfaces, même à proximité des villes. Marchés et tournées attirent beaucoup plus. Malgré la distribution de nombreux produits fermiers par modernisation, de petits producteurs fréquentent encore le marché, ce qui maintient un système de troc partiel.

[1] Jean François Troin, «les marchés forains : un domaine géographique à explorer et exploiter». Annales de géographie, volume 91, numéro 506, 1982 p 490-498

Les étals de produits alimentaires l'emportent ici, à la différence des zones de banlieues. Il s'établit une compensation du sous équipement des bourgs en magasins d'habillement, de chaussures, d'équipement domestique. La compensation joue même plus largement dans les régions de forte dépopulation où les marchés s'étoffent quand les commerces fixes ferment, phénomène bien observé dans le Sud de l'Inde.

Le degré d'urbanisation des modes de vie va de pair avec le développement de marché de fin de semaine, bien achalandée et à spécialisation alimentaire plus marquée.

4-Les marchés du tiers monde, révélateurs de l'enracinement rural ou de la progression de l'urbanisation, selon l'étude de Jean Jacques Troin :

J F Troin a établit une comparaison à partir de deux pays du Maghreb à évolution différente : l'Algérie avec l'exemple de la Kabylie étudiée par Jacques Fontaine et le Maroc en utilisant une mise au point récente sur les souks.

«Les marchés kabyles témoignent de la profonde évolution des campagnes algériennes. Leur petite taille (250 commerçants au maximum dans la wilaya de Bejaïa)»[1], la faiblesse des apports ruraux, en dehors du bétail, contrastent avec le maintien de l'enracinement campagnard des souks marocains, beaucoup plus gros (taille moyenne : 320 commerçants dans le Nord du pays), conservant une fonction de collecte et constituant des pôles d'artisanat et de services. La desserte des campagnes est, d'ailleurs, plus intense au Maroc (1 marché pour 12400 habitants dans le Nord) qu'en Kabylie (1 marché pour 19950 habitants).

Dans les deux pays, les conséquences des mouvements d'émigration sont très visibles sur les souks : au Maroc, il y a développement des transactions et de la gamme des produits urbains dans les régions de forte émigration en Europe ; en Kabylie, les souks sont de simples distributeurs, de type urbain, vendeurs de surplus, en relation avec les mutations des modes de consommation.

Les Kabylies ne sont pas des régions de grands souks, bien au contraire. Cependant, la vallée de la Soummam a des souks un peu plus importants que les massifs avoisinants.

«La wilaya de Bejaïa compte 29 souks, soit dans la plupart ders communes et quelquefois deux, voire trois (commune dz Beni chabana). Ce sont généralement des petites communes telles Kendira, Akfadou, Taskriout qui ont sont dépourvues»[2]

[1] Jaques Fontaine, « Les relations ville – compagne dans la Wilaya de Bejaia», thèse de 3ème cycle, Tours, 1981, où existe une copieuse étude sur les souks qui paraîtra séparément dans les cahiers géographiques de l'Ouest
[2] Jaques Fontaine, « Les souks de la Wilaya de Bejaia, étude géographique », Université de Constantine, 1984, p 04

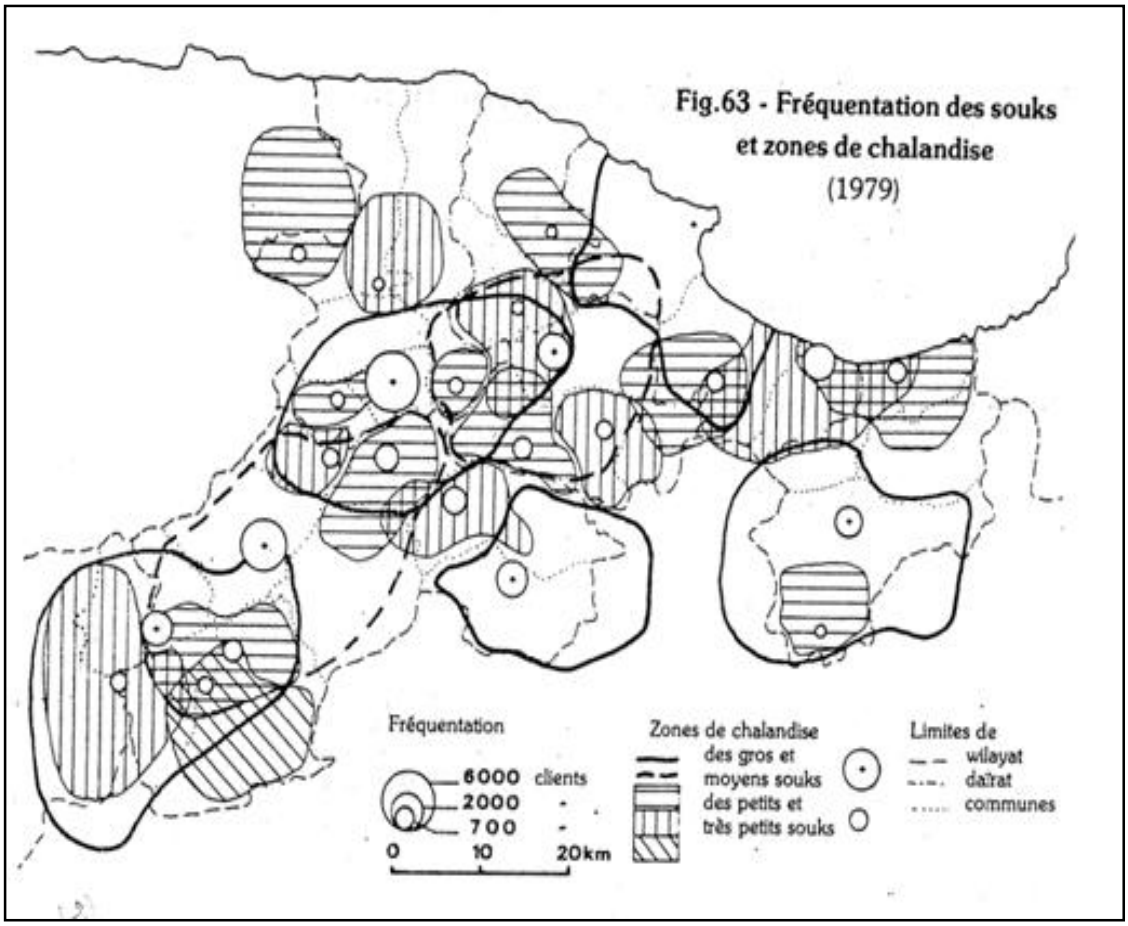
Les souks de la wilaya de Bejaïa ont une importance et une évolution variables selon les régions. L'axe de Soummam domine nettement; les plus importants souks y sont implantés.

Jaques Fontaine montre bien que plusieurs milliers de personnes se rendent chaque semaine à Sidi Aïch et Akbou, 1500 à 2000 dans les souks moyens et à Aokas, Souk el Djemaa, qui bénéficié du changement du jour de repos en 1977, 500 à 1000 dans les petits souks mais seulement 200 à 400 personnes dans les très petites souks.

Jaques Fontaine a pu déterminer les aires de chalandise de ces souks dont il a remarqué deux types :

- Les zones restreintes des petits et très petits souks.
- Les vastes zones des gros et moyens souks.

La carte ci-dessous représente ses types.



Carte n° 9 : Aires de chalandise des souks de Bejaïa Source : Jaques Fontaine

La progression des modes de vie urbains s'accompagne du développement des boutiques autour des souks : au Maroc, le marché se construit et tend à durer et à durcir. Du marché de gros au petit marché alimentaire de quartier, en passant par le marché « aux puces », le marché de producteurs ruraux, les halles, toute ville en croissance élargit le nombre et les types de ces marchés. Ceci traduit un reflux vers le commerce forain, véritable secteur refuge pour les « sans travail », mais aussi une parcellisation des ventes.

Enfin, au fur et à mesure que s'affirme « l'urbanité » d'un centre, le marché hebdomadaire est rejeté en périphérie de la ville. Cet exil du souk est déjà souvent réalisé au Maroc ou prévu dans les plans d'aménagement. Ce rejet contraste le maintien du marché forain, en France, au cœur de la cité, dans la rue principale ou sur une place centrale. La seule ségrégation qui existe ici s'établit entre le marché alimentaire, bien placé, et le marché du non alimentaire, assez souvent excentré par manque de place.

Tableau n° 10 : Comparaison de la structure commerciale des marchés forains

TABLEAU 1

Comparaison de la structure commerciale des marchés forains (en % du nombre d'établissements)

Régions	Alimentation	Habillement	Equipement domestique Produits pour l'agriculture	Produits ruraux bruts	Divers (dont Services)	Observations
Région parisienne .	45	26,6		28,4		Ensemble Paris + proche banlieue et grande couronne. Statistique sur 19 052 forains (INSEE, 1970, A. METTON, 1978)
Touraine (Indre-et-Loire) ...	55	26,4	6,2	—	12,4	Statistique sur 1 748 points de vente et 70 marchés (M. BACHELARD, 1980)
Kabylie	42,9	16,6	14,4	19,4	6,7	Statistique sur 1 535 points de vente et 29 marchés (Wilaya de Béjaïa) (J. FONTAINE, 1980)
Nord Maroc.....	34,6	16,3	8,9	20,1	20,1	Statistique sur 122 000 points de vente et 384 marchés (J.-F. TROIN, 1970)

Source : Jean François Troin

D'après le tableau l'auteur a met une comparaison de la structure commerciale des marchés forains où il a trouvé que la région parisienne, détient des mouvements de sens

opposés : les forains de l'alimentation enregistrés très souvent en banlieue et ceux du secteur non alimentaire enregistrés plutôt à Paris rayonnent sur tout ou partie de la région. La statistique est déjà ancienne et probablement incomplète pour cette région parisienne ; de plus, elle porte sur les forains et non sur les étalages comme dans les autres cas.

- *Le secteur alimentaire :*

En région parisienne et en Kabylie atteint des pourcentages voisins. Il reflète clairement l'importance de la distribution de produits alimentaires, en milieu urbain ou en voie de rapide urbanisation, à des populations à faible production propre et mal desservies par les boutiques. En Touraine, ce secteur est, au contraire, gonflé par l'arrivée de producteurs et par la recherche par la clientèle de produits du terroir dans une région qui se veut « un jardin ». Au Maroc, où l'autoconsommation est plus forte et où de nombreux fellahs vendent sur le marché des produits ruraux aux collecteurs-grossistes, le secteur alimentaire est inversement, affaibli.

- *Le secteur d'habillement :*

Est partout un secteur de compensation par rapport au commerce sédentaire dans la même branche. Les étals sont nombreux en région parisienne et en Touraine, assez développés au Maghreb.

- *Le secteur de l'équipement domestique et des produits pour l'agriculture :*

N'a pu être isolé en région parisienne. En Kabylie, son importance signale bien l'urbanisation des modes de vie et les besoins en équipement. Dans le Maroc rural, les insuffisances de l'équipement campagnard ressortent nettement.

- *Le secteur des produits ruraux* :

N'est extrait que pour les marchés maghrébins. On note des pourcentages voisins qui cachent en réalité deux situations opposées : le fractionnement des apports, très limités, en Kabylie, et la masse des apports de récoltes assez concentrés sur les souks marocains.

- *Le secteur « Divers » :*

Il est difficile à isoler en région parisienne, du fait de la fréquence des marchands dits « volants », irréguliers et malaisés à comptabiliser. En Indre-et-Loire, ce secteur est fourni et participe largement à la desserte des ruraux. En Kabylie, il est en déclin, car les services sont de plus en plus assurés par la ville. Au Maroc, il est essentiel, car le souk est encore un lieu actif de travail pour les artisans et prestataires de services.

Selon Jean-François Troin : « le marché forain est un excellent révélateur du niveau d'intégration des régions è l'économie urbaine.

5-Marchés d'AL-AHSA :

Le chercheur Dr. Mohammed Taher Youssef, professeur assistant au département de Géographie faculté des sciences de lettres, Université de roi Saoud, Riyadh. Son étude était d'identifier les facteurs qui influent sur le mouvement de commerçants et le comportement spatial dans l'oasis d'al-Ahsa et l'analyse des modèles spatiaux résultants. Pour atteindre cet objectif, le chercheur a mis au point un cadre conceptuel et a développé un certain nombre de concepts relatifs à la qualité de la répartition spatiale des commerçants sur les marchés hebdomadaires.

Et sur les origines du souk hebdomadaire dans l'oasis d'Al-Ahsa, Al Youssef dit qu'il n'y a pas de date à être déterminée avec précision sur les débuts de l'émergence de souks hebdomadaires dans l'oasis d'Al-Ahsa. « Il a dit que le Dr Muhammad (Fidel) est le premier qui a cité les noms et les endroits et les moments des souks hebdomadaires, qui les a vu au Oasis en 1955, suivie par la suite par (Al-alaoui) en 1976 et (Al Omair) en 1988 »[1]

Selon certains chercheurs, « le nombre de souks hebdomadaires à Al-Ahsa jusqu'à l'année 1955 n'était que cinq souks qui sont : le mercredi à Lambraz, et le jeudi dans la ville d'Al-Hufuf, et dimanche dans le village d'Al-karra, et souk de lundi dans le village d'Al-Jaffer, un souk de lundi au village d'Al-jacha. Et entre 1975 et 1988, trois nouveaux souks qui s'apparaissent dans l'oasis d'A-Ahsasui son : le souk du samedi dans le village de Halilah, souk de mercredi dans le village de Marah et souk du jeudi dans le village de Al-Jubail. L'augmentation notable du nombre des souks hebdomadaires Al-Ahsa est survenue entre 1988 et 1997, pendant cette période ce nombre à sauter de 9 à 20 souks »[2]

C'est grâce à ce cadre qui a été formulé un certain nombre d'hypothèses de recherche. Cette hypothèse à été testée employant un certain nombre de méthodes de statistiques sur les données obtenues à partir d'un échantillon aléatoire représentant les vendeurs sur les marchés d'al-Ahsa hebdomadaire. Les résultats de l'étude ont été plus conformes aux attentes théoriques, l'auteur a présenté un certain nombre de facteurs qui sont liés à des données ventilées concernant les marchés où les commerçants d'aller chaque semaine.

Ces facteurs sont :[3]

- L'âge des commerçants,
- La durée de la vente dans le marché hebdomadaire,
- La demande sur le temps du vendeur,
- La qualité des produits vendus par des vendeurs sur les marchés hebdomadaires.

Une analyse des tendances spatiales des commerçants dans l'oasis d'al-Ahsa que ces modèles appartiennent à la vente dite vol quotidien, dont le déplacement des vendeurs se fait de leurs foyers par jour vers les marchés hebdomadaires et puis revenir après des heures vers leurs résidences à nouveau. La forme finale de ces modèles est influencé par deux facteurs

[1] Mohammed Ben Tahar El Youcef, « Les rapports spatiaux et temporels des souks hebdomadaires et leurs caractéristiques géographiques d'oasis el Ahsa », recherches géographiques n°31, 1998.
[2] www.aawsat.com/details.asp?section=43& article de Itidal edhikre Allah
[3] www.pubconcil.kuniv.edu.kw/JGAPS/Arabic/showarticle.asp?id=375

sont importants : le nombre de marchés fréquentés par les commerçants hebdomadairement, et le lieu de résidence des marchands par rapport aux sites des marchés.

Sur la base de ces facteurs a été possible pour l'auteur de différencier les deux principaux types de configuration spatiale : « le modèle de rayonnement et de la sous radioactives. Le diagramme de rayonnement est souvent dans les commerçants qui vivent dans les centres urbains situés au sein de l'Oasis qui est entouré par le marché hebdomadaire dans ces différents aspects. L'auteur a établi un autre diagramme propre aux semi-commerçants qui vivent dans les centres urbains à la périphérie de l'Oasis »[1].

Le chercheur a noté l'importance du facteur religieux et week-ends dans la distribution temporelle des souks hebdomadaires. En raison de la possibilité de conflit entre la volonté des gens à accomplir les prières du vendredi et de préoccupation dans le processus d'achat et de vente, les jours de week-end sont les jours de shopping les plus importants dans l'oasis d'Al-Ahsa . Cela prouve l'importance de la journée de repos ou la fin de semaine.

Le vendredi dans l'oasis d'Al-Ahsa est le jour de la semaine le moins nombreux des souks hebdomadaires. Malgré l'augmentation de nombre des souks hebdomadaires durant les autres jours de la semaine, néanmoins le vendredi, est resté sur le souk unique depuis 1957 presque, indiquant l'importance du facteur religieux dans la volonté des gens à ne pas faire son souk hebdomadaire du vendredi, afin de ne pas entrer en conflit avec l'heure des prières .

« Le mardi, vient avec cinq souks, il est le jour le plus nombreux des marchés de la semaine, suivi de quatre souks le lundi, le mercredi et jeudi avec trois souks pour chacun. Le nombre de souks qui sont détenus dans chaque jour de ces quatre jours dépasse la moyenne quotidienne des souks hebdomadaires, qui est trois souks. Pour le reste des jours de la semaine, ont le nombre de souks hebdomadaires pour chacun d'entre eux est inférieure à la valeur moyenne mentionnée, dont deux souks qui ont lieu le samedi et le dimanche, et un souk le vendredi »[183].

Sur les lieux des souks hebdomadaires dans Al-Ahsa, Dr Yousef a déclaré qu'elles se déroulent soit dans les limites des centres urbains ou en périphérie, et donc différer de la sud-région ouest de l'Arabie saoudite et au Yémen et dans certains pays africains, dont elles se déroulent dans les carrefours occupées, ou dans le territoire neutre entre tribus. On peut retourner cette différence principalement à la distinction de oasis d'Al-Ahsa par une population très nombreuse de ces centres urbains, qui contribuent à fournir un volume suffisant de demande pour attirer les souks hebdomadaires, en plus la continuation de la surface agricole dans l'oasis d'une façons qui ne permet pas d'espaces appropriés pour crées des souks hebdomadaires.

Ainsi, le Dr. Youssef insiste l'existence d'une intégration spatiale et temporelle des souks hebdomadaires, ce qui indique qu'il existe une bonne coordination entre les sites des

---

[1] swideg.jeeran.com/geography/archive/2009/3/827767.html

[183] www.aawsat.com/details.asp?section=43& , Journal le Moyen Orient, n°9935 Février 2006, article de Itidal edhikre Allah.

souks hebdomadaires et leurs heures de déroulement. Les souks qui sont détenus dans des lieux proches d'entres eux ne sont pas tenus le même jour, mais séparés par une distance en temps opportun .

Pour la classification de l'actuel des souks hebdomadaires d'Al-Ahsa, Dr. Youssef indique qu'il ya des études antérieures qui ont confirmé la nécessité de distinguer entre les souks, on peut donc classer les souks hebdomadaires actuels dans l'oasis d'Al-Ahsa en deux types : selon les heures de jour sont détenues, et peuvent appeler « le premier type de ces souks, les souks du matin, et se poursuit jusqu'au lever du soleil à midi, et le nombre des souks du matin est vingt , qui sont tenue à 18 centres résidentiels dans les jours de la semaine. Le deuxième type de souks hebdomadaires on peut l'appeler le souk du soir qui prolonge après la prière d'Asr au juste avant la prière du Maghrib, son nombres est 16 souks, dont 11 souks sont distribués dans des différents quartiers des villes de Hofuf et Al-Mabrez , et les cinq autres d'entre eux déroulent dans les trois autres établissements humains ».[1]

Dr. Youcef a conclu cette étude par des recommandations pour futures recherches sur les marchés hebdomadaires. Parmi ceux-ci, l'étude des comportements d'achats et de consommateurs dans ces marchés.

Conclusion :

Chaque chercheur qu'on a cité dans ce présent chapitre à étudié le thème du marché (souk) a caractère traditionnel à partir des exemples existants. Dans chaque étude, le chercheur aboutit à extraire des caractéristiques commune entre les exemples qui se limitent dans le concept de ″la ville″ et de la″ société ″ aussi, ces chercheurs ont démontré la particularité de chaque marché par rapport à l'autre.

Geertz a trouvé que le marché (le bazar) est une institution concrète avec ses héritages historiques, ses réseaux sociaux et ses matrices culturelles. Le bazar comme forme culturelle, et une institution économique.

Dans son analyse, le chercheur se penche sur le système et l'organisation intérieure du bazar en tant qu'une institution.

[1] www.aawsat.com/details.asp?section=43& article de Itidal edhikre Allah

Jean-François Troin, a s'intéressé dans ces études aux exemples des souks marocains et à leur organisation interne et externe. Au niveau interne, à partir de l'organisation de la marchandise dans le souk selon le principe d'hiérarchie. Au niveau extérieur ; le souk organise l'espace dont il le structure par la disposition des réseaux des souks.

Pour les exemples des marchés français, le chercheur A. Metton a trouvé que ces marchés résistent le développement des grands centres commerciaux grâce à la qualité de la marchandise exposée et la fréquentation du client du souk afin d'acheter cette marchandise.

Concernant la région de la Kabylie, Troin a noté que la fondation de ces souks était sur une base de ″tribalité″ et ils se distinguent aussi par la préservation de la population de la culture ″d'aller au souk″ même si on achète rien, cette population est fidèle au souk. Dans son ensemble, ces souks se caractérisent par une complémentarité en matière d'approvisionnement. Mais actuellement leur activité a connue une régression à cause de la faiblesse de l'Artisanat et les apports ruraux.

Les marchés hebdomadaires dans la région du Golf ont été un thème de recherche pour plusieurs chercheurs dont Dr. Yousef a étudié les marchés de l'Oasis El Ahsa où il a s'intéressé à la mobilité des vendeurs et les facteurs qui la régissent. Il a abouti que ces souks populaires d'Al-Ahsa sont intégré à la fois dans le contexte spatio-temporel, et que cette intégration se réfère à l'existence d'une bonne coordination dans la sélection des lieux et heures des souks hebdomadaires.

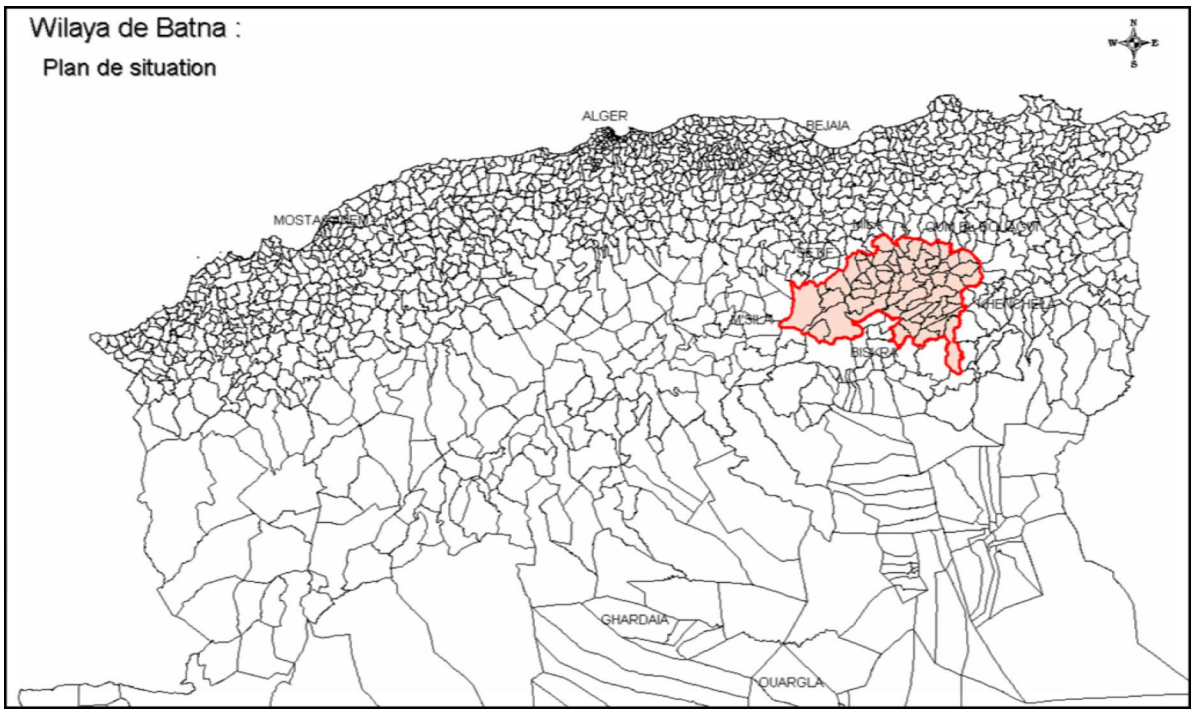
CHAPITRE 05
PRESENTATION DU CAS D'ETUDE

I- PRESENTATION DU CAS D'ETUDE

I-1- Présentation De La Ville De Batna

La wilaya de Batna occupe une situation stratégique dans le territoire national, elle se trouve dans la partie orientale de l'Algérie entre le 4° et 7° de longitude Est et 35° et 36° de latitude Nord. (Voir la carte n° 10)

D'une superficie de 12038,76 Km^2, le territoire de la wilaya de Batna s'inscrit presque entièrement dans l'ensemble physique constitue par la jonction de deux Atlas tellien et Saharien.



Carte n° 10 : La situation de la wilaya de Batna

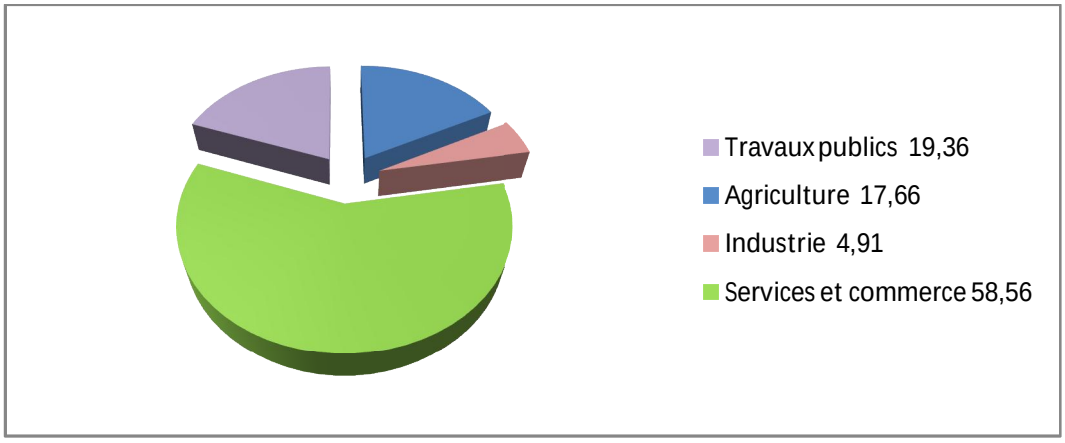
Source monographie de Batna 2009.

Administrativement la wilaya de Batna est composée de (21) Daïra et (61) communes, elle est limitée :

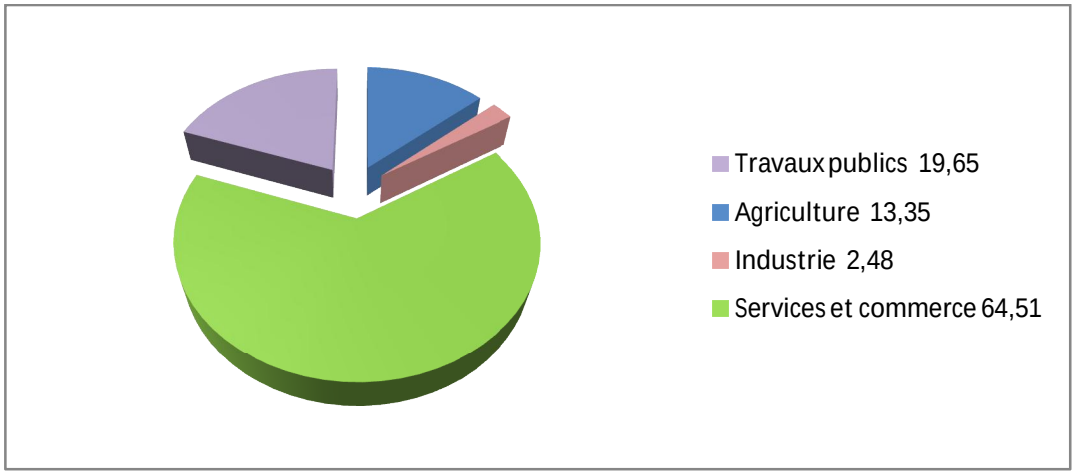
-Au Nord par la wilaya d'Oume El Baouaghi, Mila et Sétif.
-A l'Est par la wilaya de Biskra.
-Au sud par la wilaya de M'sila.
De cette situation on constate que la wilaya de Batna occupe une situation importante entre les marchés nationaux (Tadjenanet, Alma, Ain Beida,….).

I-1-1- Secteurs Des Services Et De Commerces Dans La Wilaya De Batna :

Ce secteur regroupe l'artisanat et les services, et selon le schéma ci-dessus on constatera que ce secteur a attiré un nombre important de main d'œuvre, dont le pourcentage de ses employés s'est développé de 35,56 % en 1966 à 64,51% en 1995 (selon la direction du commerce de la wilaya). On peut expliquer cette augmentation par convergence de la population vers ce secteur et surtout c'était à cause des projets conséquents des flux démographiques des habitants qu'a connu la ville, s'ajoute aussi les mutations politiques, économiques et sociales des dernières années qui ont encouragé l'exploitation d'un grand nombre de la main d'œuvre dans l'activité commerciale qu'a connu à son tour une dynamique accélérée en influençant sur l'espace urbain.



Année 1966



Année 1995

Fig. n° 20 : Evolution de la répartition des populations actives

I-1-1-1-Evolution du nombre des boutiques commerciales dans la ville de Batna :

La naissance de la fonction commerciale dans la ville de Batna s'est déroulée au moment de sa naissance historique, « en 1847, la ville a disposé de 04 boulangeries, 02 Boucheries, moulin, marché ».[1]

Avec le développement démographique accéléré et l'extension urbaine continue, l'activité commerciale s'est évolué et elle a occupé une place importante par rapport aux autres fonctions urbaines, surtout après l'ouverture sur l'économie de marché.

Vu le déficit et le manque de statistiques concernant l'activité commerciale dans la ville de Batna durant la période coloniale, on va se pencher sur l'étude des périodes d'évolution des boutiques commerciales au cours de la période de l'indépendance. On peut distinguer 04 périodes ; comme il est définie dans la figure n°21 .

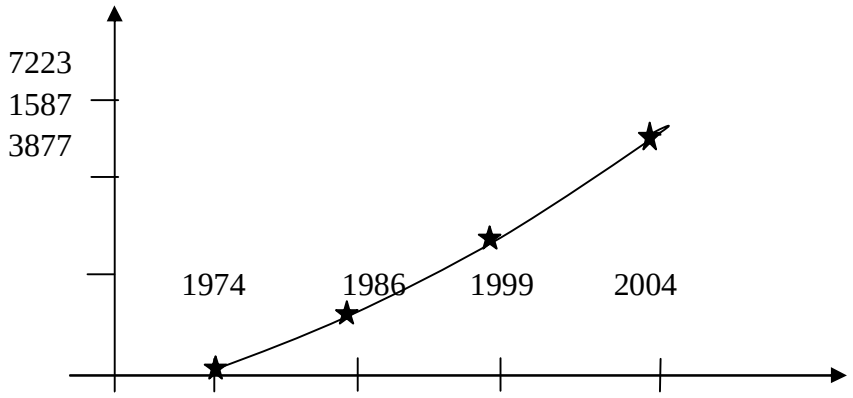


Fig. n° 21 : Evolution du nombre de boutiques dans la ville de Batna

Source : Direction du commerce de la wilaya de Batna

a) La période de 1962 à 1974 :

Le nombre des boutiques à cette période « atteint 1500 boutiques »[2], cette augmentation était à cause de la fonction industrielle de la zone qui a engendré à la création des fonctions complémentaires au commerce. S'ajoute aussi l'exode rural qui avait comme conséquence l'abandonnement de l'agriculture et l'encouragement de la fonction commerciale. Le nombre excessif des habitants a nécessité l'existence d'un nombre important des boutiques commerciales afin de satisfaire leurs besoins.

b) La période de 1974 à 1986 :

Le nombre des boutiques commerciales en 1986 est estimé à « 3877 boutiques »[3] avec une différence de 2377 boutiques commerciales. Cet excès revient à l'immigration d'un grand nombre des habitants à la ville et l'amélioration des conditions de vie et de capacité d'achat, s'ajoute aussi l'extension urbaine de la ville. L'apparition des zones d'habitat urbaines

[1] Fiche technique de Batna 5ème colloque El Hadj Lakhdhar, p 01
[2] Direction du commerce de la wilaya de Batna, 2009
[3] Idem

nouvelles (Z.H .U.N) a contribué aussi à cet excès, tout en réservant les R.D.C aux différentes activités commerciales. (Les galeries, les monoprix, …).

Durant cette période, l'Etat s'est chargé par la mission d'équiper la ville où elle a fondé les espaces commerciaux à caractère public.

c) La période de 1986 à 1999 :

Le nombre des boutiques commerciales en 1998 est estimé à « 5187 boutiques»[2] avec une différence de 602 boutiques commerciales. Durant cette période, l'activité commerciale a connu une large extension à cause des mutations socio-économiques qui ont engendré un taux de chômage élevé et la liquidation des employeurs des entreprises publiques.

Afin de faire face à cette crise, ces employeurs ont utilisé leurs capitaux en investissant dans l'activité commerciale. Autres nouvelles orientations ont apparu c'est bien que l'économie de marché.

d) La période de 1999 à 2004 :

Le nombre des boutiques commerciales en 2004 est estimé à « 7223 boutiques»[1] avec une différence de 2667 boutiques commerciales. Durant 5ans, ce qui égale à 533 boutiques chaque année. Cette augmentation est revenue à la double fonction de l'habitat et de l'activité commerciale. Un nombre important des centres commerciaux est apparu durant cette période. (Voir annexe n° 01 tableau n°03 et 04).

I-1-1-2-Types des marchés dans la wilaya de Batna :

Le marché est un espace public couvert ou en plein air ou semi couvert où se déroule le commerce des marchandises, les marchés restent la forme répondue du lieu d'échange en Algérie vu la grande importance que possède dans la création d'une certaine vitalité et ambiance dans l'agglomération. Il existe des différents types de marchés :

a. Les marchés quotidiens :

Ces marchés existent à travers les différents quartiers de la ville, généralement ils sont en plein air.

Parmi ces marchés en plein air on trouve un marché couvert qui se localise au centre ville prés du Théâtre régional où se vendent les épices et les légumes… etc. Ces marchés sont maintenus dans le tableau n°11.

Tableau n° 11 : La répartition des marchés quotidiens dans la wilaya de Batna

Situation	Forme législative	Mode de gestion	Surface m^2	Nombre de locaux libres ou utilisés	La moyenne de nombre de commerce quotidiennement
Centre ville de Batna (marché couvert)	communal	location	700	122(105 exploités, 17 libre)	105 permanents
Cité Kchida-Batan- (Marché couvert)	//	//	2106	36	Projet réalisé et réceptionné (non exploité)
Rue Bouradi Ismail Commune de Barika	//	//	1200	14	//
Arris (Marché couvert)	//	//	312	23 exploités	23
Batna cité Kchida	//	Enchère	1500	170	128
Batna cité Parc à Forage	//	//	//	185	140
Batna cité gare routière	//	//	700	84	73
Ksar Belazma	//	//	1200	120	13
Ras -Layoune	//	//	5000	500	84
Manaa	//	//	1000	70	17
Chemoura	//	//	900	90	20
Tazoult	//	//	3575	300	33
Arris	//	//	738	84	17
Merouna	//	//	500	62	40
Oued Taga	//	//	50	10	07
N'gaous	//	//	900	110	48
Sériana	//	//	19811	500	15
Ouled Sliman	//	//	300	39	12
Ichemoul	//	Par la APC	1500	25	10

Source : direction du commerce –Batna-2010

b. Les marchés hebdomadaires :

Dans la ville de Batna on peut distinguer deux marchés : (voir le tableau n°11)

- ✓ Marché d'habillement et de chaussures et de quincaillerie au Z'mala.
- ✓ Marché d'oiseaux et de poissons à la place publique Mohamed Harssous.

La plus part de ces marchés sont informels et influent sur le paysage urbain de la ville négativement, car ils sont non planifiés.

Tableau n° 12 : La répartition des marchés hebdomadaires dans la wilaya de Batna

Situation	Forme législative	Mode de gestion	Surface m^2	Nombre de locaux libres ou utilisés	La moyenne de nombre de commerce quotidiennement
Thniet el Abed	communal	Par la APC	5150	620	537
Chir	//	//	1500	148	42
Oued El Ma	//	Enchère	2000	275	215
Imedoukel	//	//	10000	765	37
Timgad	//	//	10000	1000	530
Ain Djesser	//	//	27000	1050	340
El Djezar	//	//	38640	1250	247
Arris	//	//	6300	535	247
Merouana	//	//	5000	482	390
Ras-Layoune	//	//	10140	730	435
Talkhemt	//	//	3539,50	245	102
Oued Taga	//	//	500	75	42
Bouzina	//	//	1000	535	35
N'gaous	//	//	1000	885	156
Sériana	//	//	19811	500	211
Ouled-Salem	//	//	9800	554	150
T'kout	//	//	1000	181	22
Ichemoul	//	Par la APC	2075	181	113
Foum Toub	//	Enchère	10000	845	83
Ghassira	//	//	2000	500	55

Ain Touta	//	//	1000	130	109
Tazoult	//	//	4000	600	395
Manaâ	//	//	100	205	87

Source : direction du commerce –Batna-2010

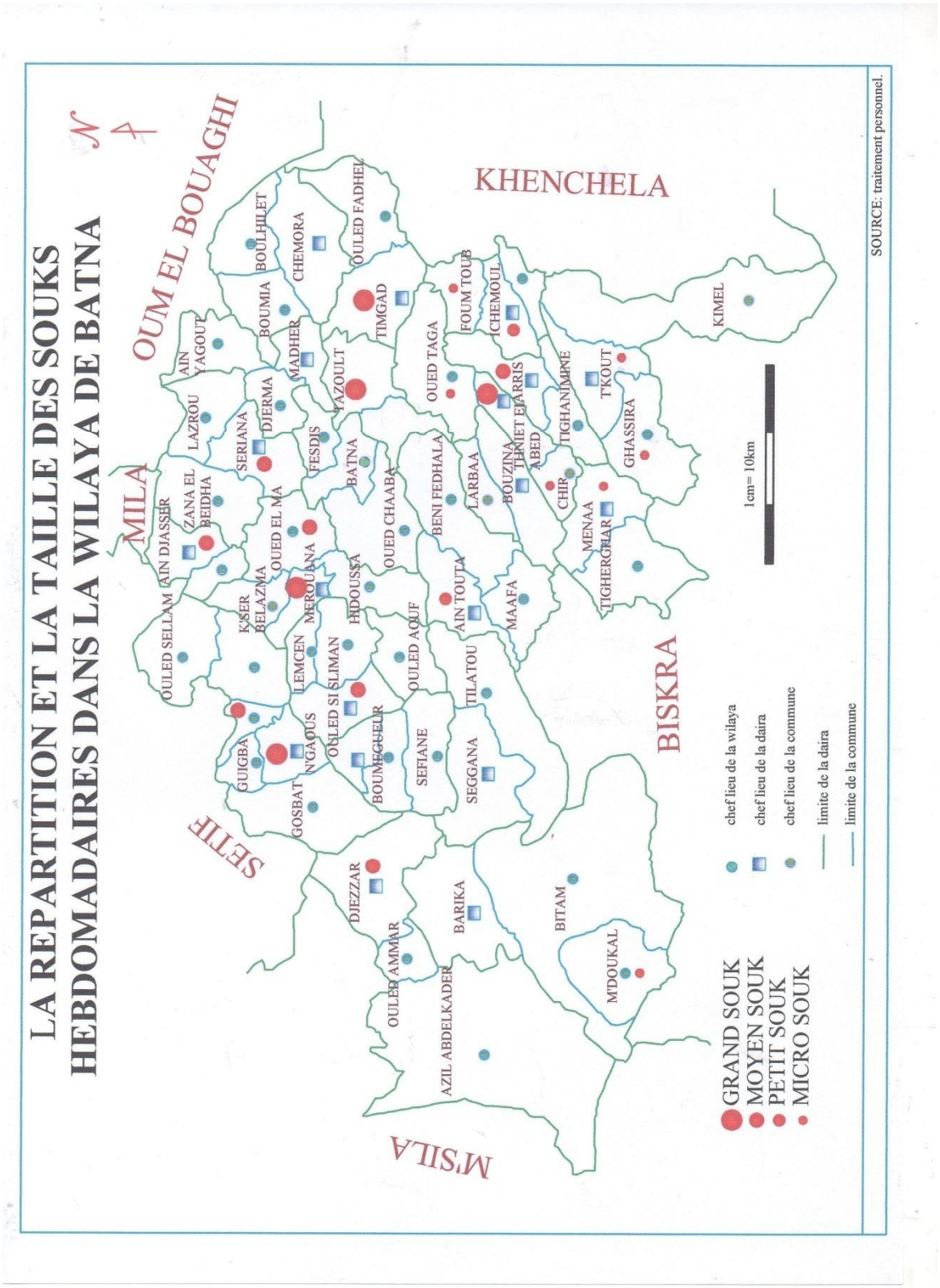
Selon les données fournies par la direction du commerce de la wilaya de Batna qui sont présentées dans le tableau n°11, on peut établir une certaine classification des souks hebdomadaires qui existent au niveau du territoire de la wilaya selon le critère du nombre des commerçants actifs dans ces souks. Cela permet d'identifier l'importance de ces souks et de leur taille.

Récemment, la direction du commerce de la wilaya de Batna a lancé des journées de réunion consacrées à la lutte contre les marchés informels et leur remplacement par des espaces aménagés. A ce titre, le Directeur du commerce et le directeur de la direction régionale du commerce ont préparé pour le déroulement "des assises locales du commerce en Avril 2011" et "des assises régionales en Mai 2011", le but c'était de résoudre les problèmes que souffre le secteur du commerce de l'Est algérien et notamment la wilaya de Batna. Ces assises vont constituer une occasion d'évaluation des situations du commerce, tout en incluant des différents partenariats en rapport avec le secteur du commerce afin de résoudre les problèmes d'une manière générale. Elles vont aussi permettre d'élaborer une nomenclature de réformes et de solutions pour les questions du commerce d'une manière générale et unie au niveau de l'Est algérien, en prenant en compte les spécificités naturelles et commerciales des différentes région de la région ».[184]

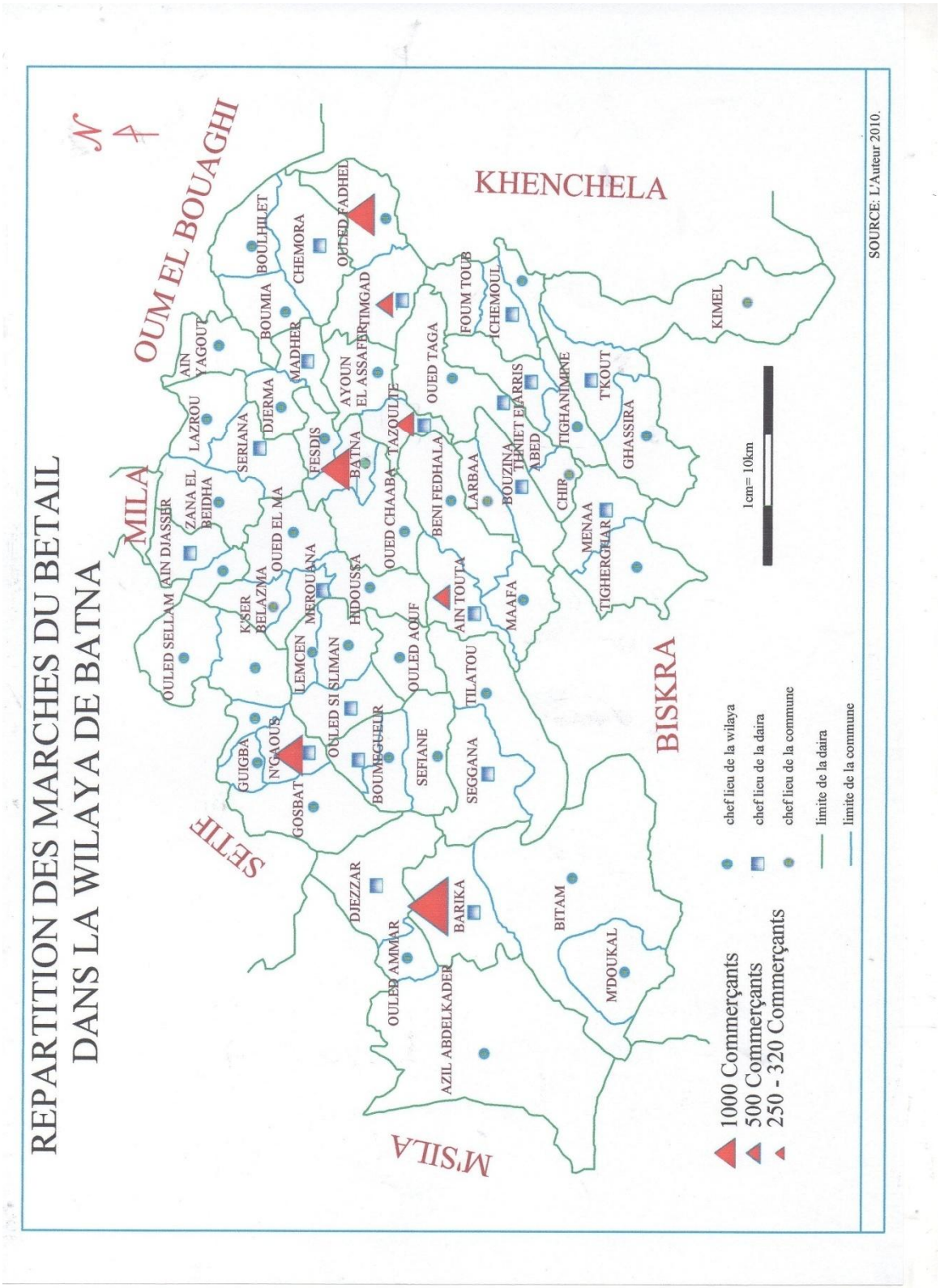
Les participants dans ces assises ont établi des recommandations qui proposent des mécanismes de modernisation du secteur commercial à partir des projets et des programmes qui visent à l'amélioration des pratiques commerciales à l'Est algérien.

[184] Participation personnelle aux « assises locales du commerce à Batna », 24 Avril 2011

Carte n° 11 : La répartition et la taille des marchés à Batna



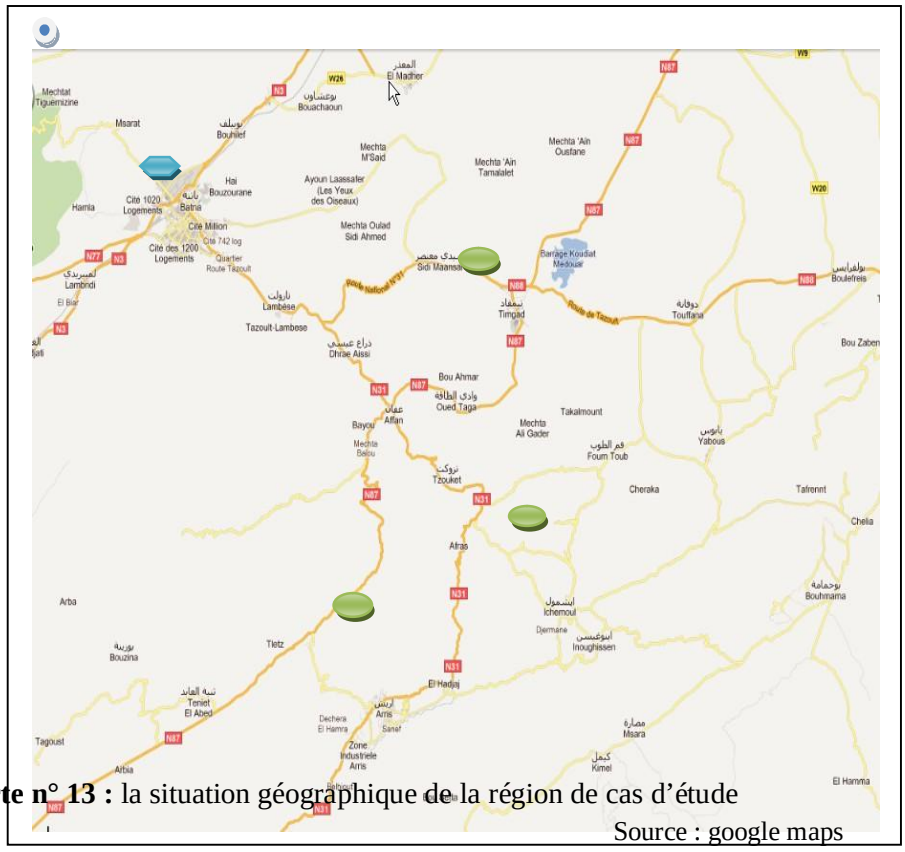
Carte n° 12 : La répartition des souks du bétail



I-2- Présentation De la Région (Arris, Ichemoul, Timgad) :

On a choisi trois agglomérations d'habitation pour notre cas d'étude, où ils se déroulent au sein d'elles des marchés (souks) hebdomadaires avec un rythme périodique. Ces agglomérations sont : Arris avec son souk hebdomadaire du Lundi, Ichemoul où on souk hebdomadaire se tient le Mardi, et Timgad avec son souk hebdomadaire de Mercredi.

Cette région se situe au Sud et au Sud-Est de la ville de Batna au sein des monts de l'Aurès, les localités d'Arris et d'Ichemoul sont montagneuses, alors que Timgad se trouve dans un site de plaines. La région se distingue par son caractère agro-pastoral où elle existe l'agriculture maraîchère et l'élevage. (Voir carte n° 13)



Carte n° 13 : la situation géographique de la région de cas d'étude

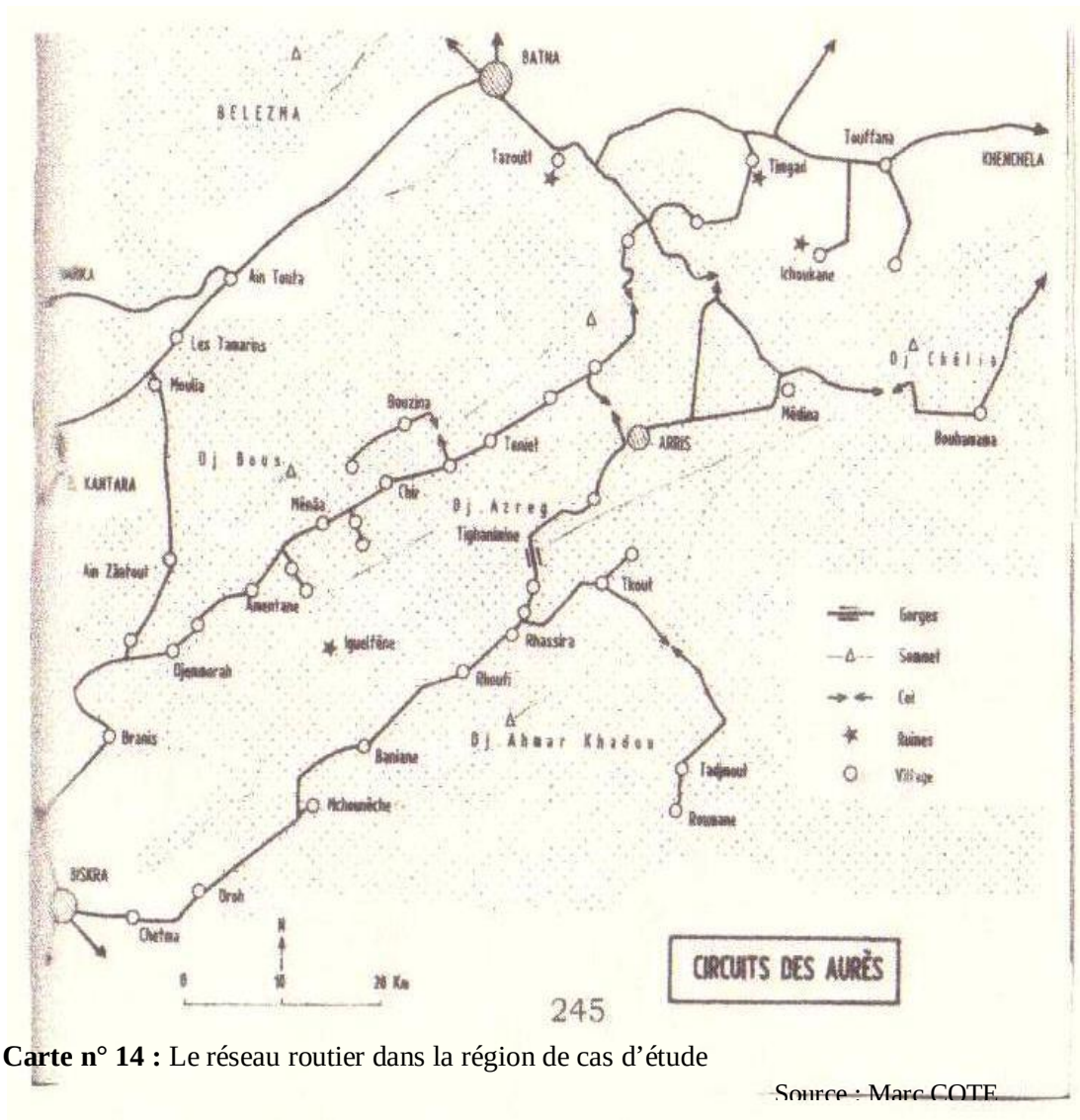
Source : google maps

Timgad se situe à l'Est de la ville de Batna à distance de 35 Km

Ichemoul se situe au Sud-Est de la ville de Batna à distance de 48 Km

Arris se situe au Sud de la ville de Batna à distance de 61Km

Ces agglomérations se relient par un réseau routier des axes mécaniques, le plus important est celui de la route nationale N31 qui relie Batna et Arris. (Voir la carte n°14)



Carte n° 14 : Le réseau routier dans la région de cas d'étude

Source : Marc COTE

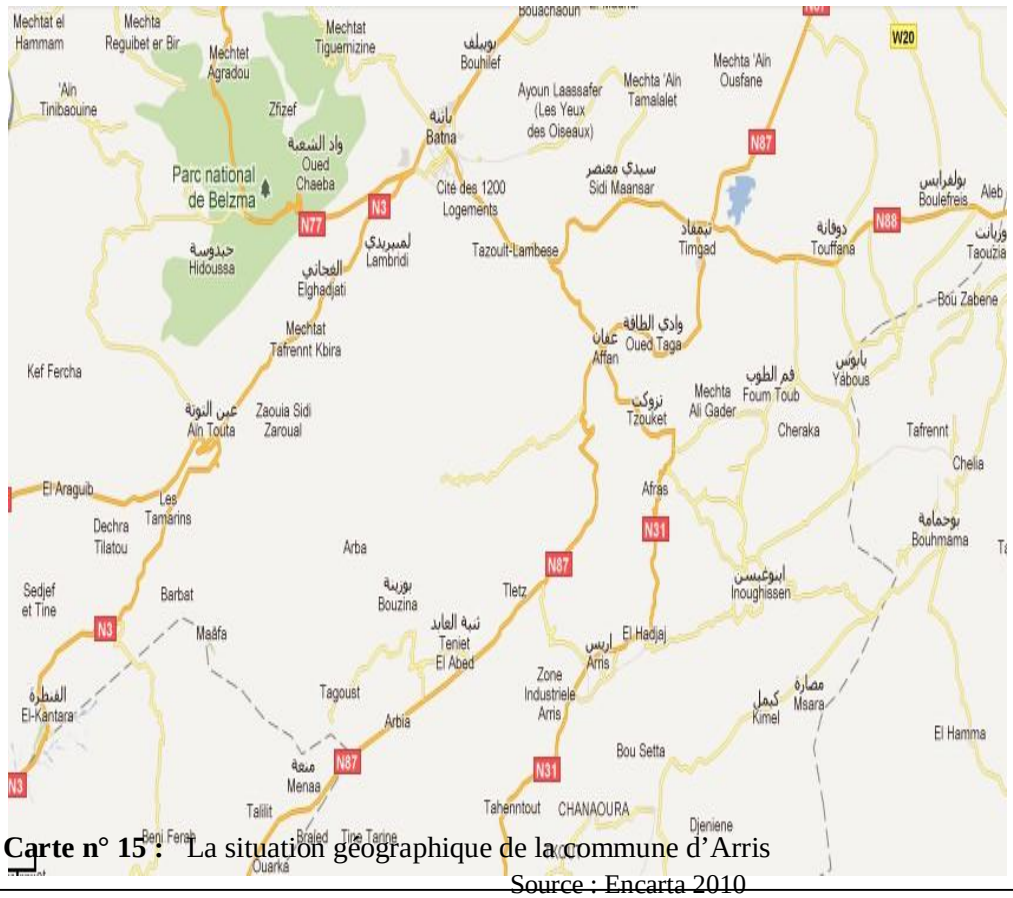
I-3- PRESENTATION DE LA VILLE D'ARRIS

I-3-1- Contexte Géographique

I-3-1-1- La situation Géographique

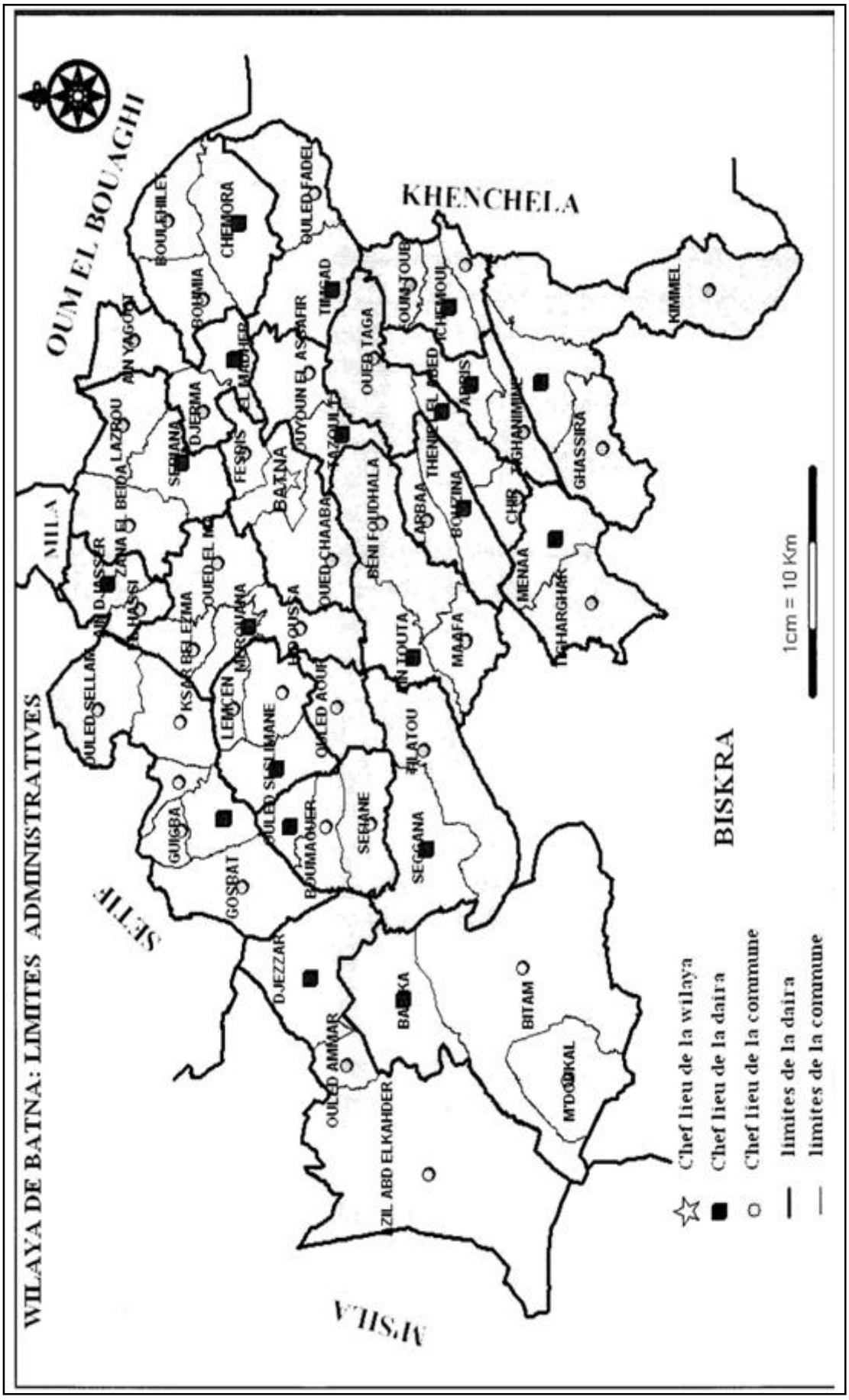
La région d'Arris est une daïra de la wilaya de Batna, elle regroupe deux communes : la commune d'Arris chef lieu de Daïra et la commune de Tighanimine. Elle est située au Sud Est de la wilaya à une soixantaine de Km, (voir carte n°15), elle s'étend sur une superficie de 151,78 km^2.
Elle est limitée : (voir carte n° 16)

- Au Nord par la commune de Oued Taga.
- Au Sud par la commune de Tighanimine.
- A l'Est par la commune de Foum Toub et d'Ichemoul.
- A l'ouest par la commune de Thniet El Abed.



Carte n° 15 : La situation géographique de la commune d'Arris

Source : Encarta 2010



Carte n° 16 : La localisation Administrative de la ville d'Arris

Source : Monographie de Batna 2009

La situation d'Arris lui confère un rôle de desserte des zones montagneuses volumineuses dont l'altitude varie de 900 m à 2328 m.

Arris se situe entre deux axes montagneux au Nord le Djbel Taguechrit et au Sud le Djbel Zellatou qui correspond au prolongement méridional au djbel Chélia. Entre ces deux axes se situe la vallée d'Oued Labiod.

I-3-1-2- Le climat

La région d'Arris jouie d'un climat de type méditerranéen de type continental et montagnard. Elle est caractérisée par une saison hivernale rigoureuse avec chute de neige et de fréquentes gelées d'Octobre à Mai et une saison chaude caractérisée par d'importants écarts de température (32°c le jour et 16°c la nuit, voir fig. 23). « La pluviométrie moyenne est de 345 mm/an répartie sur environ 70 jours, le maximum de précipitations se concentre au printemps et en hiver sur les relief. La neige dure en moyenne deux mois ». [185] (Voir tableau n° 13 et figure n°22)

Tableau n° 13: Tableau des moyennes pluviométriques

Mois	Sept	Oct	Nov	Dec	Jan	Fév	Mar	Avr	Mai	Jui	Jui	Out
Hauteurs des précipitations	28	36	42	38	28	29	40	22	37	19	11	15
Nombres de jours	5	6	7	7	7	6	7	5	6	4	2	3

Source :P.D.A.U Arris 2010

La courbe des précipitations a un tracé irrégulier mais de manière générale la période humide se localise dans celle dite froide.

Les vents dominants sont de deux types :

- Les vents de Sud Ouest : il s'agit de vents chauds, ils soufflent pendant 20 jours en moyenne avec des périodes de 2 à 5 jours entrainant des tempêtes de sable, c'est le Sirocco très rependu en Afrique du Nord.
- Les vents du Nord : sont au contraire humides et frais et adoucissent, ils soufflent surtout pendant la saison des pluies.

En moyenne, les précipitations sont de l'ordre de 30 mm /moi, et restent la principale source d'irrigation de l'agriculture.

185 P.D .A.U Arris 2010

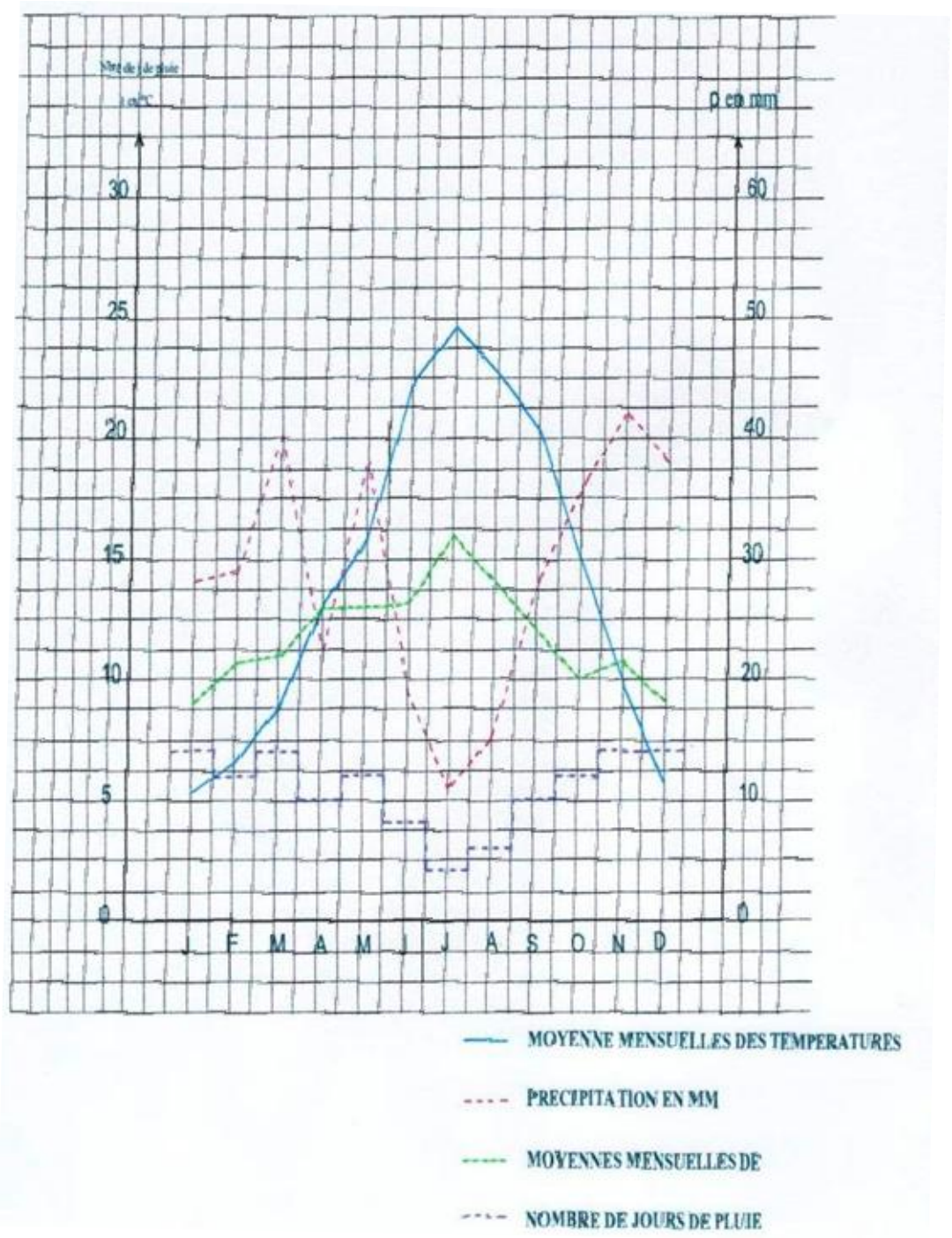


Fig. n° 22 : Jours de pluie à Arris

Source : P.D.A.U Arris 2010

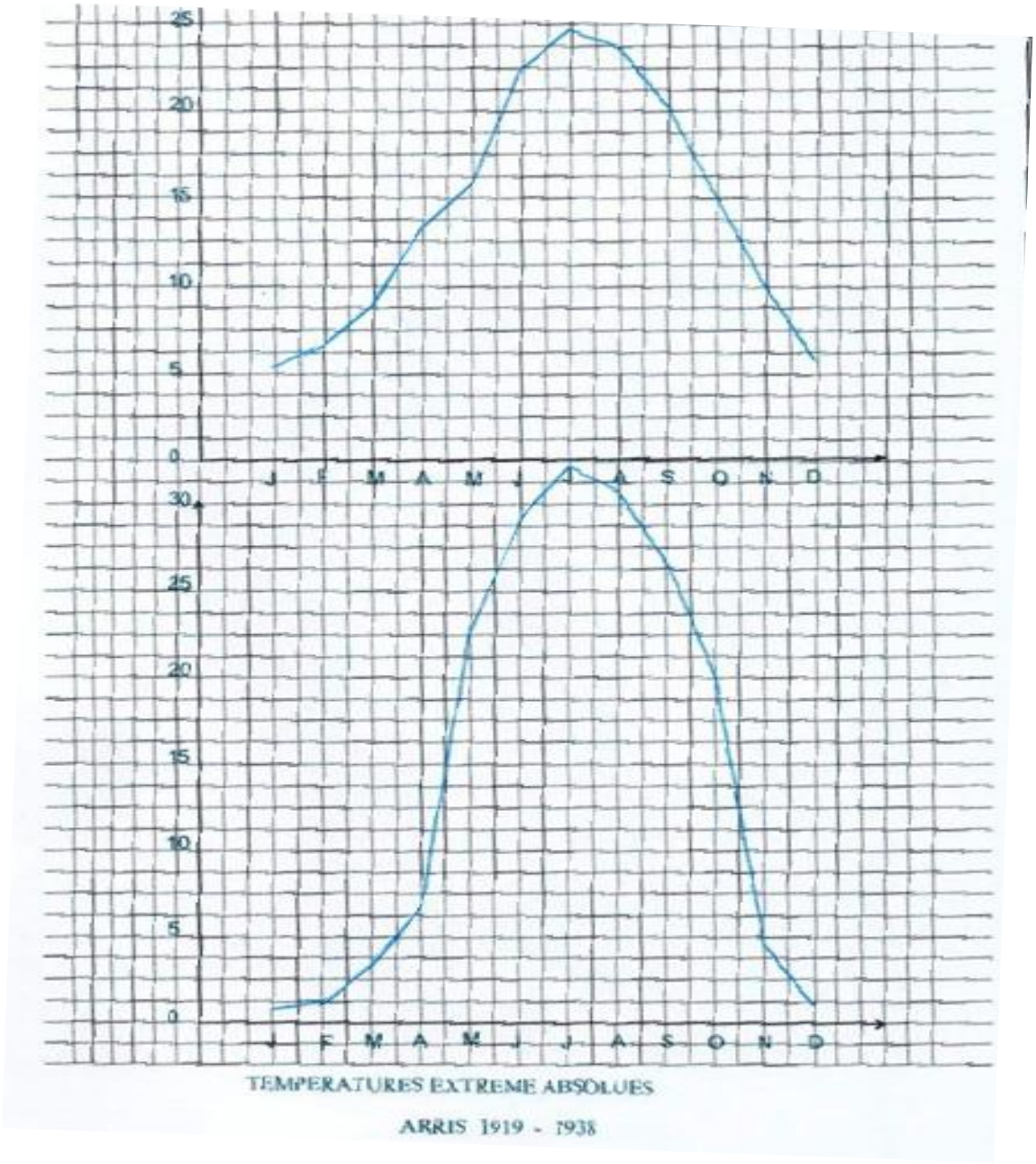


Fig. n° 23 : Températures extrêmes absolues –Arris 1919 -1938.

Source : P.D.A.U Arris 2010

I-3-2- Le contexte démographique :

L'évolution de la population d'Arris entre 1977 et 1987 était faite sur la base d'un taux d'accroissement de 4,12 % pour l'ensemble communal, ceci semble d'être un accroissement un peu accéléré.

I-3-2-1- Evolution de la population entre 1998 – 2008 :

Tableau n°14 : Evolution de la population entre 1998 – 2008

Période / désignation	RGPH 1998	RGPH 2008	Taux d'accroissement	Evolution en valeur absolue
ACL Arris	17981	21333	1,12%	3352
AS T'zouket	4394	7431	5,39%	3037
Zonz eparse	2049	2208	0,75%	159
TOTAL	24364	30972	2,42%	6608

Source : PDAU Arris

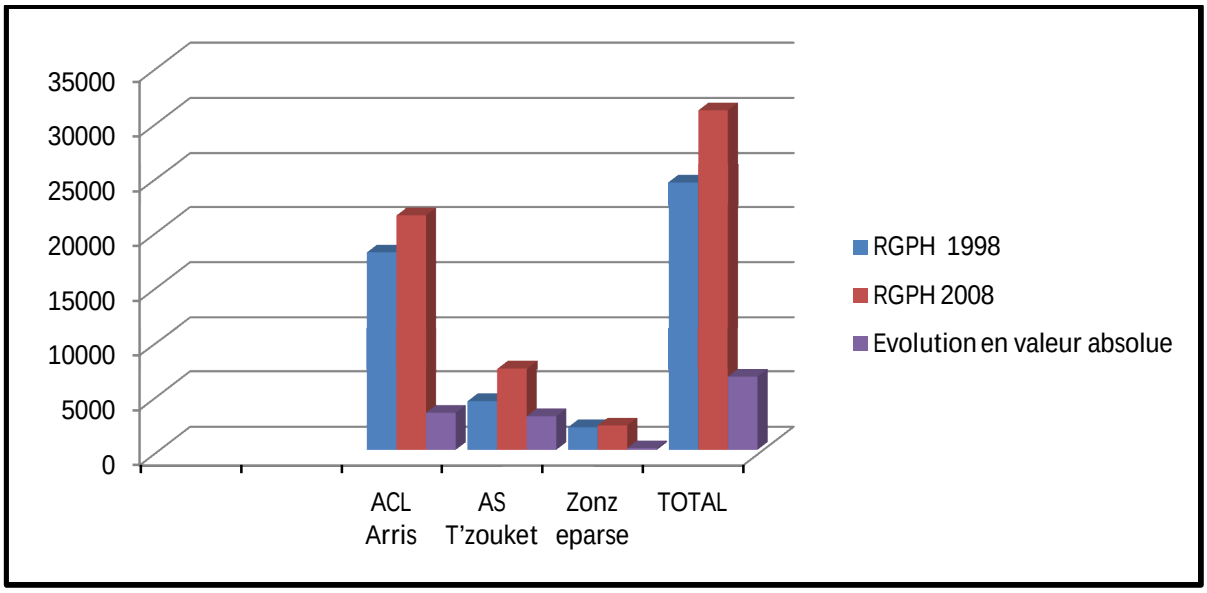


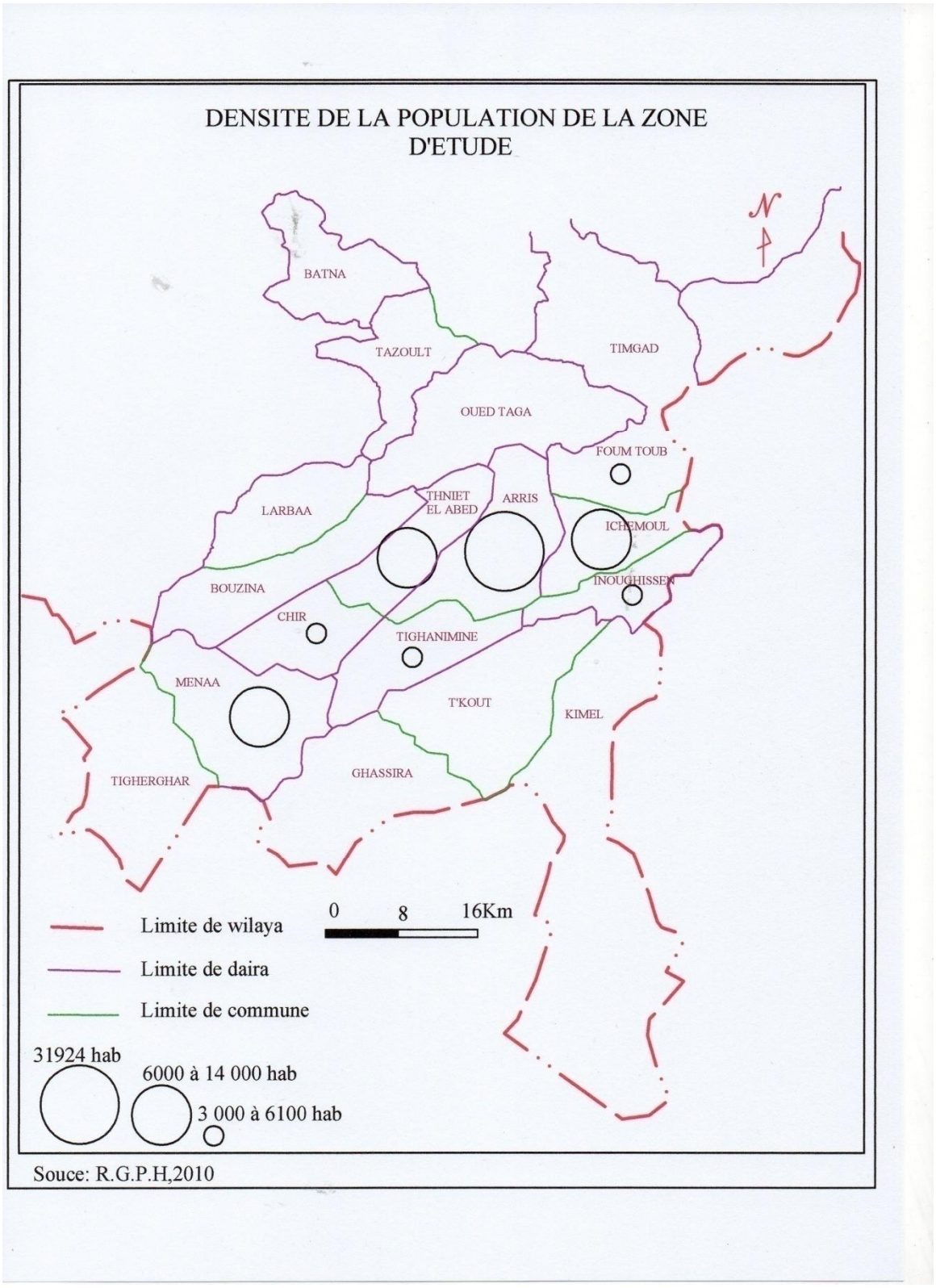
Fig. n° 24 : Evolution de la population entre 1998 – 2008

De la lecture du tableau ci-dessus, on peut déduire que l'évolution démographique de la commune d'Arris était marquée par un taux d'accroissent de 2,42% pour toute la commune ce qui nous incite à dire qu'il est parmi les plus taux élevés au niveau de la wilaya, on permettant à cette dernière d'être classée à la cinquième position après le chef lieu de wilaya, Barika, Aïn Touta… etc.

La carte n°17 représente la densité de la population de la zone d'étude et l'environnement immédiat, sur la base des données (RGPH 2008) fournies par le bureau de recensement d'Arris, d'Ichemoul et de Timgad.

La ville d'Arris est la plus peuplée par rapport à son environnement immédiat avec un nombre de population de **21333** habitants.

Carte n° 17 : La densité de la population de la zone d'étude



I-3-2-2- Répartition spatiale de la population :

La population est concentrée fortement aux dachra d'Arris, Dachra el Beida, centre ville et il existe une importante masse populaire à la Z.H.U.N. La population dans les autres Dachrats : Mzata, Sanef est représentée sur l'espace par une densité moyenne. Dont la densité de la population se diminue à Taghrout Ghassira, Laarara et la zone industrielle. (Voir la carte n°18).

On rencontre un habitat aggloméré dense représenté par le chef lieu et faiblement pour l'agglomération de T'zouket. La population de la zone éparse se regroupe en petits villages important sur les rives de l'Oued et sur piémonts.

On remarquera que cette répartition spatiale est conditionnée par les conditions naturelles tel que : le relief, les terrains agricoles, les sources d'eau, la desserte, s'ajoute aussi la propriété foncière (les terrains privés qui appartiennent aux différentes tribus qu'on va expliquer dans l'étude des tribus).

I-3-2-3- Mouvements migratoires :

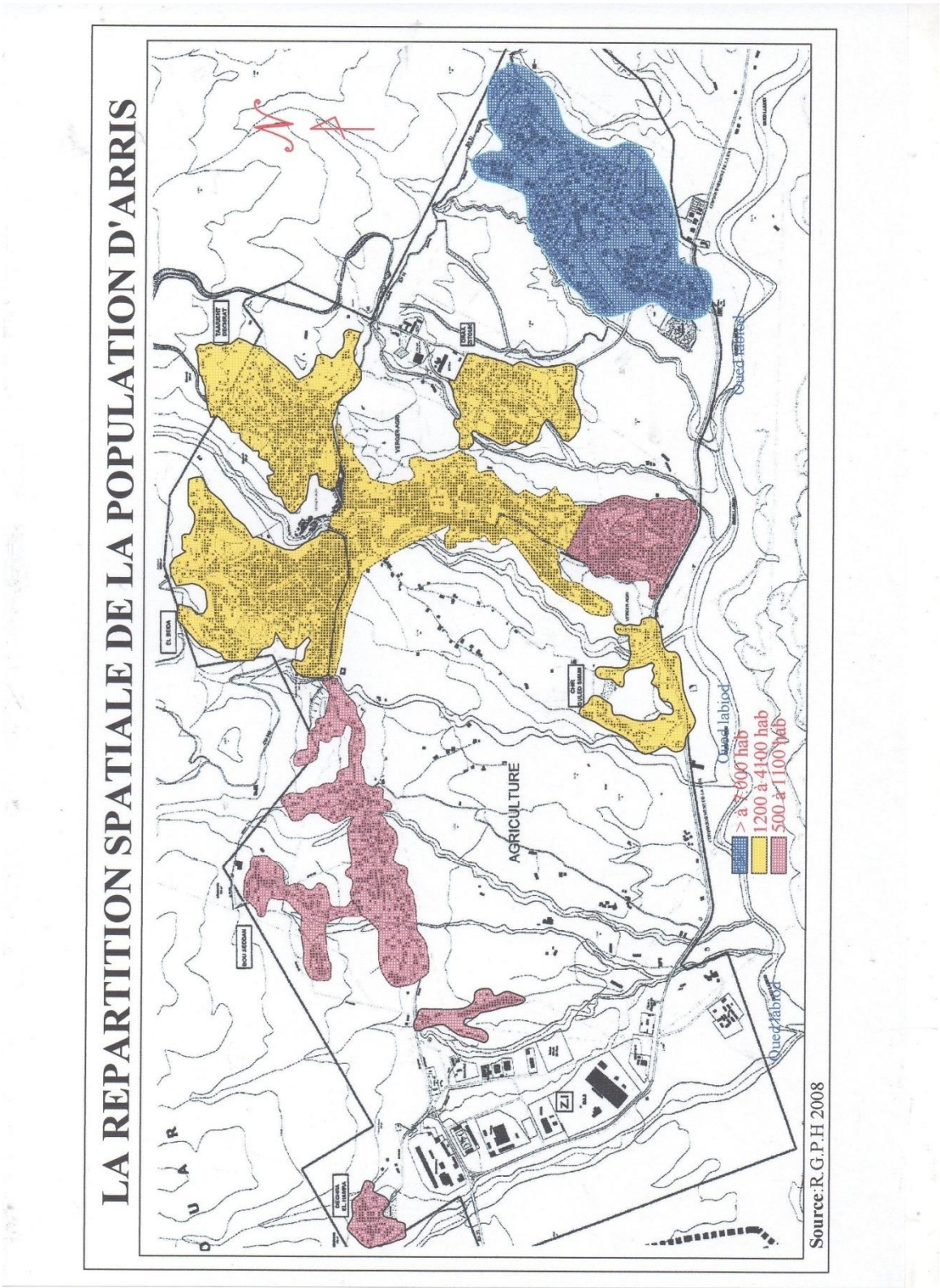
« En 1987, la commune enregistre un solde migratoire de + 0,73% avec +2,83% pour le chef lieu et -8,05% pour la zone éparse, ce qui montre que la commune a reçue une population de 1285 Habitants ».[1]

Actuellement la commune enregistre « un solde migratoire positif de +0,31% c'est-à-dire qu'elle a reçue 508 habitants ».[2]

Les mouvements migratoires se situent à deux niveaux entre les communes et à l'intérieur de la commune même, ce qui signifie que le centre urbain Arris, joue le rôle d'un pole d'attraction possède plusieurs avantages tels que les meilleures conditions de vie, possibilité d'emploi, l'existence de différents équipements et la communication aisée avec l'extérieur.

[1] PDAU Arris 2010.
[2] Idem

La carte n° 18 : La répartition de la population dans les quartiers



I-3-2-4-Répartition de la population par groupe d'âge et sexe :

Tableau n°15 : La répartition de la population par groupe d'âge et sexe

AGE	Masculin		Féminin		Total	
	V.A	V.R	V.A	V.R	V.A	V.R
0-5ans	1371	4,43%	1391	4,49%	2762	8,92%
6-8 ans	1253	4,05%	1223	4,27%	2576	8,32%
9-11 ans	767	2,46%	768	2,48%	1535	4,94%
12-14 ans	678	2,19%	691	2,23%	1369	4,42%
15-17 ans	1585	5,12%	1635	5,28%	3220	10,40%
18-59 ans	8275	26,72%	8449	27,28%	16724	54%
+ de 60 ans	1467	4,74%	1319	4,26%	2786	9%
Total	15396	49,71%	15476	50,29%	30972	100%

Source : PDAU d'Arris

D'après le tableau précédent on peut conclure que :
- La population est extrêmement jeune plus de 37% de la population à moins de 18 ans.
-Une population presque équilibre dans sa répartition par sexe 49,73% masculin contre 50,29% féminin
-Une population très importante susceptible de se présenté sur le marché du travail 54% de la population total.
La population de plus de 60 ans est plus, elle est très faible 9% de la population totale.

I-3-2-5- Les tribus :

Au massif central de l'Aurès ou le " cœur des Aurès ", il existe deux grandes tribus qui l'occupent, celle d'Ouled Abdi et Ouled Daoud. « La tribu d'Ouled Daoud contient diverse sous tribus dont on peut distinguer : »[186]

- Les Halha (famille sainte de marabout) s'établirent en M'zata (lieu de visite et de pèlerinage).
- Les Ah wezza (el Wazne) créèrent ''Tarzout – Tazougaght'' (la colline rouge) ou les grenier est une tombe ancestral situé sur une rocher abrupte, dominant et surveillant les postes venant de Taghit Sidi Belkhir (gorges) et Thniet El Abed.
- Les Izahafen érigent sur une position très forte commandant la passe (Taghit) ''Tabendoute'' (la vierge) et Tighanimine.
- Les Ihaddaden fondent en amont de «'tazrout Tazougaght'', Taghit N'zidane.

[186] Interview faite avec des personnes âgées de la ville d'Arris, 2009

Certain Izahafen se mêlèrent aux Ighausser à ‘’Taghrout Ighoussar’’ et d’autre et d’autres se fusionnèrent avec les M’zata. Certains Ihaddaden joignirent aux habitants de Boussedah. Des Ait Hakhribt fondèrent Thaqueliaath Tamellalt (forteresse blanche).

Les ouled Daoued dans leur conquête continue de la vallée, construisirent ‘Radjou’’ Inerkeb’’, Sanef et Arris. Lors de leurs installation, les Ouled Daoued tendirent du coté de Ouled Abdi Supérieur, vers la passe de Baâli et par conséquent vers les bonnes terres de Mahmel, Oued Taga.

Lors de leur conquête contre les Oudjana, ils construisirent certains villages : Bacha, El masref, El Hadjedj, El hammam

Ils envahirent aussi les pleines de Médina (Ichemoul et de Foum Toub où ils pratiquent l’agriculture par excellence).
« Une arrêté du 18 décembre 1886 a été élaboré pour deviser la commune mixte de l’Aurès en cinq Cheikhate, à savoir :»[187]

- Zehahfa
- Ahwaza
- Haddada et ouled Aicha
- Lehalha et Ouled Smail

Avant d’être divisés en trois Douars territoriaux, qui sont :

1) Ichemoul
2) Oued Labiod
3) Tighanimine

I-3-3- Le contexte physique :

L’objectif de l’étude de cet aspect est de fournir des données concernant le relief, données nécessaires pour connaître l’influence de la nature du site sur le mode de vie des habitants et les principales activités pratiquées.

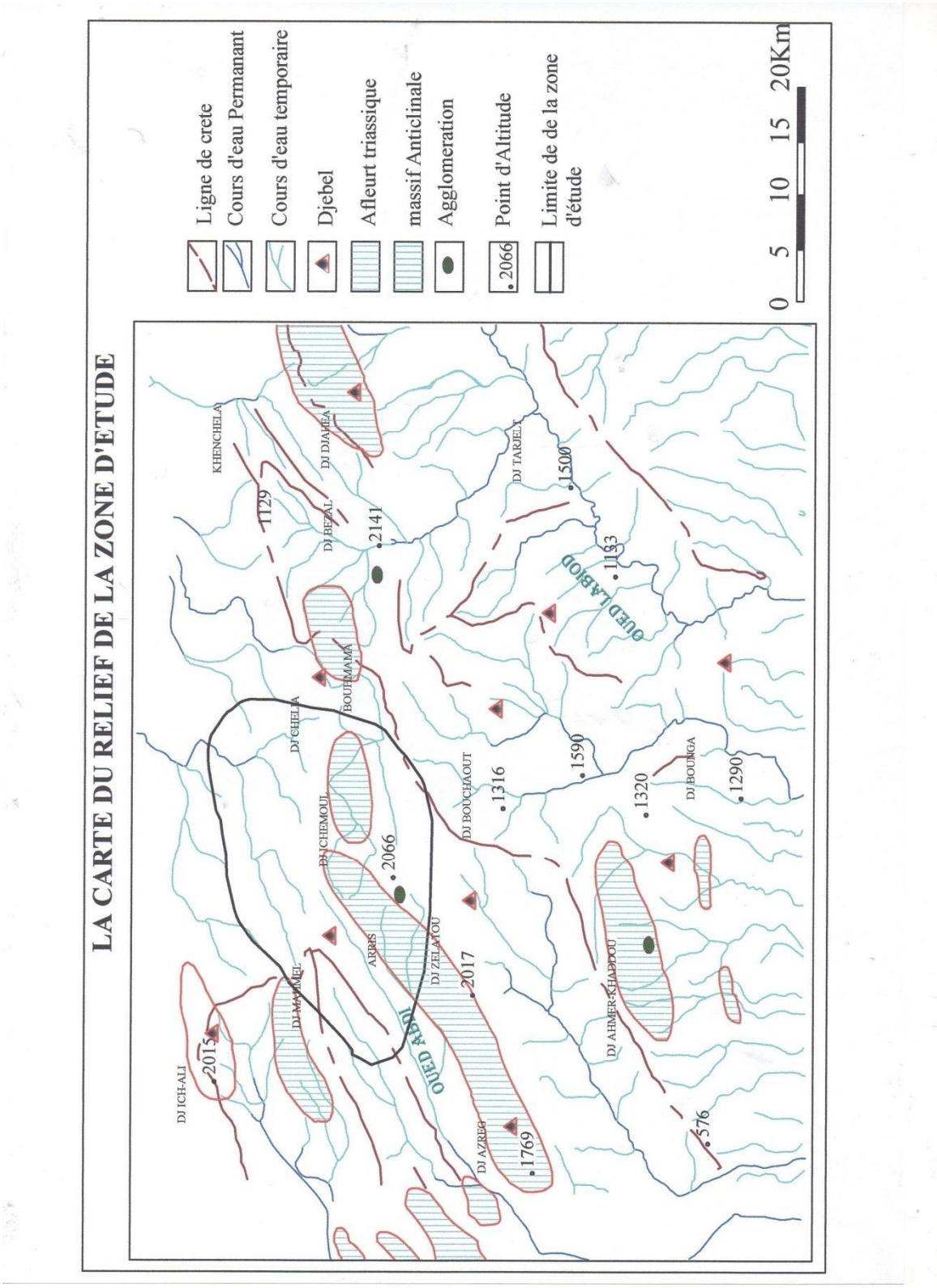
La commune se situe au cœur du massif des Aurès sur une « altitude moyenne de 1500 m. La région se présente généralement comme une région au relief modéré et aux pentes abruptes. Cette région montagneuse présente des altitudes comprises entre 1100 et 2000 m. ».[188] (Voir carte n°19)

L’agglomération d’Arris se situé en bordure de la vallée de l’oued Labiod sur la zone Nord ; d’un piedmont du djebel Taghechrit, l’axe de cette vallée suit une direction Nord-Est sud Ouest.

La caractéristique topographique de la région l’a rendu une région difficile devant l’extension agraire malgré les tentatives qu’ont exercées les anciens habitants de la région, afin de créer des nouvelles surfaces agraires sous différents systèmes parmi eux les gradins.

[187] A. Arrouf, « Vers une phénoménologie de l’habitat urbain, cas de Menaâ ». Mémoire de magister, Biskra 199, p58
[188] P.D.A.U Arris

La carte n° 19 : Le relief de cas d'étude



Les activités pratiquées dans la région, sont liées aux facteurs physiques qui l'entourent dont notamment le climat, la topographie et la disponibilité des eaux. On peut alors distinguer :

I-3-3-1- L'agriculture :

Il existe une stratégie d'occupation du sol et d'organisation de l'espace agricole a également été décrite par S. ADJALI qui prend en considération, la spécificité des vallées dans leur organisation hiérarchique verticale où « la haute vallée est une zone de culture de montagne et de pastoralisme, dont les parcelles sont en priorité des exploitations céréalières à peu de vergers avec la moyenne vallée organisée en vergers groupés composés d'un éventail d'arbres fruitiers varies avec une prédominance pour l'abricotier dans le cas de la vallée de l'oued Abdi. La basse vallée quant elle est une zone de culture de palmier, il existe aussi quelques modestes potagers.

« Dans cette quête de systématisation des stratégies d'occupation du sol, N. Labbaal parle en se basant sur les critères de situation géographique, topographique, altitude, pluviométrie»[189] .

Le paysage agraire est tout d'abord conditionné par la présence d'eau et la majorité des terres irriguées se trouvent soit tout au long des oueds, soit autour des ressources.

La majorité se situent au long des vallées et qui sont irriguées par le système des barrages (ceds, ousars) qui revoient l'eau des raviers vers des canaux d'irrigation, '' les seguias'' dans les quelles elle s'écoule par gravité jusqu'aux jardins où elle est réparties en fonction du temps et à tour de rôle.

Dans le cas des sources, les eaux qui en jaillissent sont conduites par des petites canaux jusqu'à des bassins réservoirs, où elles sont stockées avant d'être utilisées pour l'irrigation des jardins.

I-3-3-2- Commerce :

Les gens de l'Aurès demi-nomades ne s'éloignent généralement pas de leurs montagnes. Le plus grand nombre d'entre eux n'a pas dépassé Biskra, Batna, Aïn Touta ou Khenchela.

« Les transactions commerciales se font à Biskra par des dattes, à Batna et Khenchela pour les achats de céréales dont la production est chez eux inférieure aux besoins de la consommation, pour les denrées alimentaires et autres objets d'approvisionnement ainsi que pour la vente des produits de leurs troupeaux »[190].

La personne interrogée nous a parlé sur le commerce qui consiste dans la vente des fruits frais, des fruits séchés (abricots dit *fermès*) et des bestiaux. Il n'y a pas de marché de tribu ; on peut cependant signaler un marché annuel vers la fin d'Aout à T'Kout chez les Beni Bou Slimane qui est assez fréquenté. Ce marché draine des masses importantes des acheteurs et des marchands qui viennent de la plupart des zones du pays. (Sahara,Tell, Est). Ils

[189] A. Arrouf, « Vers une phénoménologie de l'habitat urbain, cas de Menâa » Mémoire de magister, Biskra 199 , p58

[190] Interview effectuée avec les personnes âgées de la ville d'Arris.

existaient aussi des marchés hebdomadaires ruraux pour servir la population campagnarde et celle de la ville (Arris, Foum Toub, Chèlma…).

I-3-4- Contexte économique :

L'étude de la structure économique est importante pour la limitation du rôle de la population du point de vie économique.

Tableau n° 16 : Répartition de la population selon les domaines de l'emploi par secteur

Année de recensement	L'agriculture	L'industrie	Commerce et services	Total
1997	5085	310	5502	10897
2005	7110	400	7527	15037

Source : bureau de recensement des habitants et des habitats de la commune d'Arris

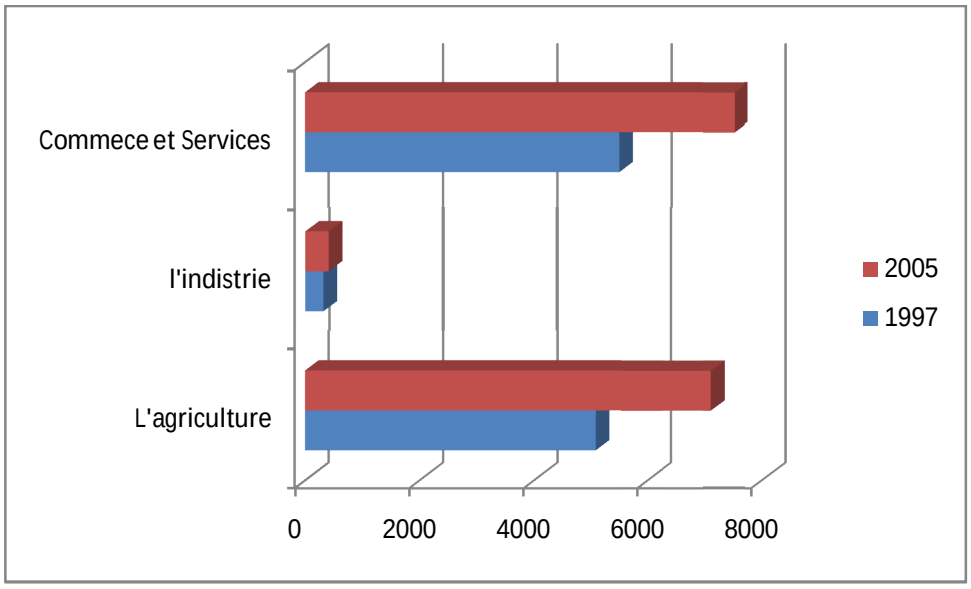


Fig. n° 25 : la répartition de la population Active selon les domaines de l'emploi par secteur

Selon le tableau n°16 et la Fig. n°25, on peut remarquer :

- Une croissance du nombre des travailleurs dans les trois secteurs avec une différence d'un secteur à l'autre.
- Une répartition des travailleurs par secteur présentée par des taux différents en 2005 comme suit :

- ✓ 47% du total de la population active en agriculture.
- ✓ 50% en commerce et services.
- ✓ 3% industrie.

On remarque d'après cette répartition que le secteur du commerce et de services présente un taux élevé par rapport aux autres secteurs car les représentants de ce taux sont des employés dans le secteur administratif. (Voir carte n°20)

Le secteur de l'agriculture présente aussi un taux élevé qui est dû à la disponibilité des terres agricoles cela a permet de classer la commune d'Arris avec les agglomérations rurales malgré que la majorité de ses habitants se concentre dans le chef lieu à cause de leur profession.

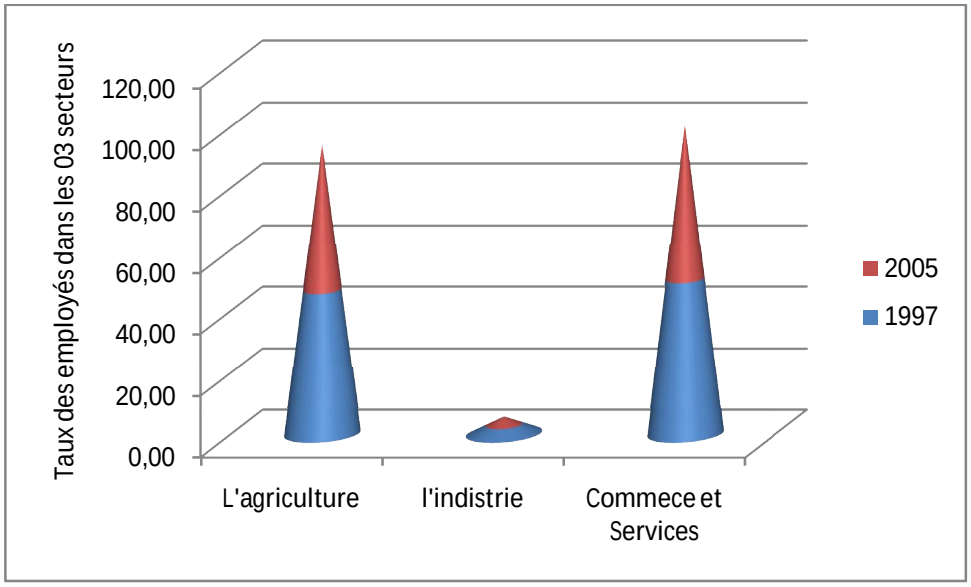


Fig. n° 26 : Le taux des employés dans les trois secteurs

I-3-4-1- Les populations actives et non actives :

D'après le tableau ci-dessous, le taux de la population masculine (63%) est supérieur à celui de la population active et le taux de la population féminine est de (37%) ce qui signifié que la population actives d'Arris est fondée principalement sur les hommes avec la participation des femmes.

Tableau n° 17 : La répartition de la population active et non active

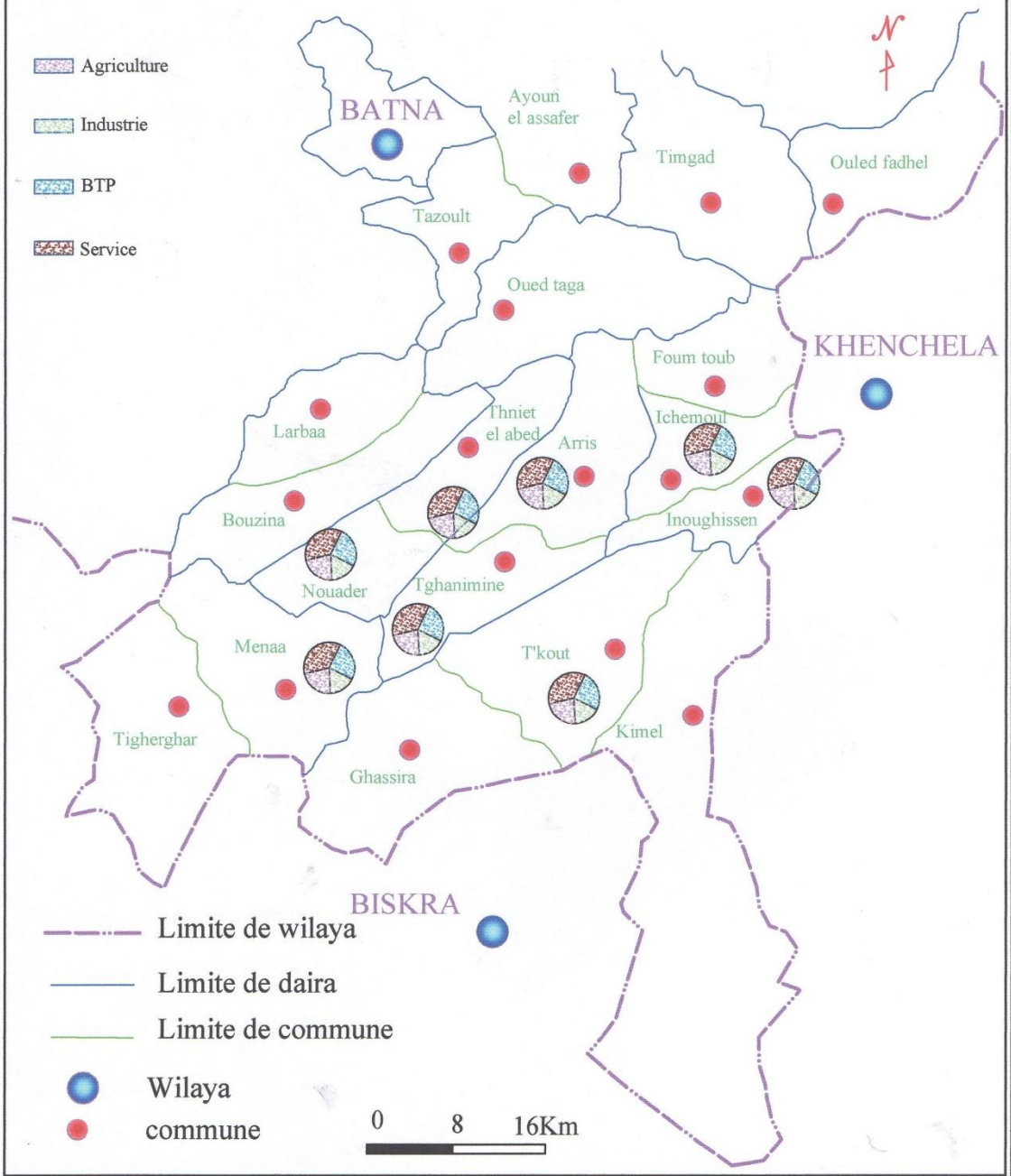
population active		total	population non active		total
M	F		M	F	
9474	5563	15037	8986	5276	14262

Source : Bureau de recensement d'Arris

Le taux de prise en charge se calcule par la division de la population non active sur le nombre de la population active, il est égale à ***1*** ce qui montre que chaque individu actif est opposé à un individu non actif. Celui signifie l'équilibre dynamique de la structure de la population.

La carte n° 20 : La répartition de population par secteur d’activités

REPARTITION DE LA POPULATION PAR SECTEUR D'ACTIVITE ECONOMIQUE



Source:L'Auteur 2010.

I-3-4-2- L'occupation agricole :

En 2009 les informations recueillies auprès des services agricoles de la daïra d'Arris, la superficie agricole utile est estimée à 6466 ha soit 68,06% de la surface agricole totale de la commune qui est de 9500 ha. Cette dernière représente 62,59% de la surface totale de la commune qui est de 15178 ha.

Dans la surface agricole utile, nous relevons une surface irriguée qui est de 700 ha soit 10,82% de SAU. Cette superficie irriguée est principalement localisée sur les berges de l'oued labiod. (Voir tableau n°18)

La SAU est limitée en raison des irrégularités des ressources en eau, et les difficultés de mettre les terrains en production du fait de la présence de forte déclivité des terrains et de l'importance du froid (gelée) notamment durant les périodes hivernales. C'est d'ailleurs, cette situation qui explique le développement d'un certain type d'agriculture notamment orientée vers l'arboriculture et plus particulièrement le ***pommier.***

Les zones agricoles sont caractérisées par le morcellement des parcelles et l'agriculture qui est pratiquement une agriculture intensive. Parmi les cultures pratiquées dans les zones agricoles, l'arboriculture est dominante et diversifiée. Dans ce type de culture on y trouve les pommiers, les poiriers, les abricotiers et les pêches. (Voir tableau n°19).

Ces cultures ce font le long de la vallée de l'oued Labiod en raison de la possibilité d'irrigation. « L'arboriculture pour la saison 2008/2009 couvre une superficie de 350,39 ha, pour les arbres fruitiers »[1]. Les cultures maraichères sont très peu développées et leur production ne représente qu'un faible pourcentage et où celle-ci est orientée particulièrement vers l'autoconsommation. « D'ailleurs, la surface représentant les maraichages n'est que de 48 ha soit 0,7% de la surface agricole utile »[2].

Quant à la céréaliculture qui est une culture extensive exigeant de vastes superficies est très peu utilisée en raison de la rareté des sols cultivables de la topographie de la région qui ne permet pas le labourage mécanique c'est pourquoi la céréaliculture est utilisée dans le cas d'Arris dans des parcelles des terrains très limitées en superficie.

Il ressort du présent tableau n°22 que la céréaliculture est la principale spéculation pratiquée au niveau de la ville d'Arris. Les services agricoles nous ont déterminé la superficie qui lui affectée représente 1200 ha soit 18,56% de la SAU totale de la ville d'Arris. A noter que les emblavures restent étroitement liées à la pluviométrie et sont par conséquent variables d'une année à une autre. Selon les tableaux ci-dessous, la zone d'Ichemoul représente une superficie céréaliculture de 1450 ha tandis que la zone d'Inoughissen ne représente que 450 ha.

[1] Services agricoles de la Daïra d'Arris
[2] Idem

La superficie consacrée aux cultures est très représentante 30% de la SAU totale, soit 9.500 ha où dominent les spéculations telles que la pomme de terre, tomate, l'ail et l'oignon. Quant à l'arboriculture la surface totale s'élève à 11 % de la SAU.

Tableau n°18 : La répartition de la SAU par commune et par habitant

Daïra	Commune	Superficie en Km^2	Population	SAU total (ha)	SAU Irrigué (ha)	SAU total (ha/hab)	SAU Irrigué (ha)
Arris	Arris	151,78	31267	6466	700	0,276	0,0223
	Tighanimine	127,24	4204	3626	227	0,8625	0,539
	Total daïra	**279,02**	**35471**	**10092**	**927**	**0,2845**	**0,0261**
Ichemoul	Ichemoul	123,67	10308	6617	892	0,6419	0,0865
	Inoughissen	72,77	3484	2422	456	0,6951	0,1308
	Foum Toub	108,39	6055	7784	841	1,2855	0,1388
	Total daïra	**304,88**	**19847**	**16823**	**2189**	**0,8476**	**0,1102**
Timgad	Timgad	222,26	11985	11583	201	0,9499	0,0167
	Ouled Fadhel	206,22	11041	15271	502	1,3831	0,454
	Total daïra	**428,48**	**23026**	**26656**	**703**	**1,1576**	**0,0305**

Source : monographie de Batna 2009

Tableau n°19 : La répartition de la Superficie agricole par commune

N°	Commune	Superficie (ha)			
		S.A.T	S.A.U	S.A.U Irriguée	Parcours
01	Arris	9.500	6.466	700	2.500
02	Foum Toub	8.600	7.784	841	186
03	Ichemoul	7.000	6.617	892	
04	Inoughissene	3.000	2.422	456	478
05	Tighanimine	5.776	3.626	227	900
06	Timgad	18.000	11.385	201	3.315
07	ouled fadhel	16.322	15.271	502	841

Source : monographie de Batna 2009

Tableau n°20 : La répartition de la production de l'élevage

N°	Commune	Aviculture chaire (sejet)	Aviculture Ponte (P.pondeuses)	Apiculture (R.Pleines)

01	Arris	222820	2574	1808
02	Foum Toub	129891	0	1245
03	Ichemoul	133264	0	1109
04	Inoughissene	0	0	733
05	Tighanimine	5581	0	671
06	Timgad	30602	6453	520
07	ouled fadhel	10743	0	645

Source : monographie de Batna 2009

Tableau n°21 : La répartition de la production Animale

N°	Commune	PRODUCTION ANIMAL					
		Lait (L)	Viande rouge (q)	Viande blanche (q)	Oeufs (u)	Miel (q)	Laine (q)
01	Arris	430470	2003	4596	458213	11536	4515
02	Foum Toub	622372	466	2679	0	7944	5455
03	Ichemoul	447599	780	2749	0	7077	4233
04	Inoughissene	266038	301	0	0	4675	1881
05	Tighanimine	221251	228	115	0	4279	1223
06	Timgad	1526990	1057	631	1148662	3585	17702
07	ouled fadhel	1026771	1332	853	0	4115	7738

Source : monographie de Batna 2009

I-3-4-3- La répartition de la production Végétale

Tableau n°22 : La répartition de la production Végétale (Céréales-Fourrage-Cultures Industrielles – Maraichage)

Subdivisions	Communes	Céréales		Fourrage		Maraichage	
		Superf, moisson, (ha)	Production obtenue (qx)	Superf, Récoltée (ha)	Production obtenue (qx)	Superf, Récoltée (ha)	Production obtenue (qx)
Arris	Arris	1200	12565	1567	25148	43	2618
	Foum Toub	2700	28290	2059	35029	20	1250
	Ichemoul	1450	15147	2222	35147	24	1368
	Inoughissene	450	4663	775	12149	16	979
	Tighanimine	10	108	661	10222	31	2040
Tazoulte	Timgad	5109	63214	507	18489	26	3449
	ouled fadhel	6049	77441	316	15922	19	2028

Source : monographie de Batna 2009

Tableau n°23 : La répartition de la production Végétale (Arboriculture)

Subdivisions	**Communes**	**viticulture**	**Arbofruitière**	**oléiculture**	**phoeniciculture**

		Superf, Récoltée (ha)	Produc Dégagée (qx)	Superf, Récoltée (ha)	Produc Dégagée (qx)	Superf, Récoltée (ha)	Produc Dégagée (qx)	Superf, Récoltée (ha)	Produc Dégagée (qx)
Arris	Arris	4	343	174,5	31399	18	355	0	0
	Foum Toub	**2**	172	181	34952	4	0	0	0
	Ichemoul	2	171	287	22834	19	0	0	0
	Inoughissene	2	172	143	19004	2	0	0	0
	Tighanimine	4	343	92,5	10890	1	0	0	0
Tazoulte	Timgad	1	64	110	6310	27	154	0	0
	ouled fadhel	1	64	218,5	12800	34	360	0	0

Source : monographie de Batna 2009

Tableau n°24 : La répartition de la production Végétale

N°	Commune	Fellahs déclarés affilies à la C.A.W	Ouvrier Agricoles		vétérinaires
			permanents	saisonniers	
01	Arris	273	1983	39	02
02	Foum Toub	303	2698	34	-
03	Ichemoul	363	2630	47	1
04	Inoughissene	97	1161	17	-
05	Tighanimine	100	1550	10	-
06	Timgad	263	2236	327	1
07	ouled fadhel	564	1906	350	-

Source monographie de Batna 2009

Tableau n°25 : La répartition de la production Végétale

Daïra	Commune	Nombre des entreprises	Nombre de Travailleurs
Arris	Arris	739	1240
	Tighanimine	51	58
	Total daïra	790	1298
Ichemoul	Ichemoul	237	400
	Foum Toub	69	173
	Inoughissen	50	76
	Total daïra	356	649

Timgad	Timgad	259	359
	Ouled Fadhel	211	323
	Total daïra	470	682

Source : monographie de Batna 2009

I-3-4-4- Commerces et services privés :

Les activités marchandes et de services sont omniprésents et marquent profondément le paysage des régions. Rues marchandes, les marchés quotidiens hebdomadaires, le commerce et les services sont présents dans la région à tout les niveaux, mêmes si des hiérarchies spéciales sont évidentes dans leur occupation de l'espace géographique soit intégrés au bâti, surgissant dans les endroits les plus inattendus du tissu: garage au rez-de chaussée de maisons par fois en état inachevé abritant tous types de locaux allant de la petite épicerie jusqu'au grand magazine (meubles, électroménagers, superette…..) en passant par les locaux de réparation, les cafés et restaurants, les librairies et taxiphone.

Cette forte fonction marchande est caractérisée par trois niveaux : le petit commerce, les marchés hebdomadaires et les marchés quotidiens.

Le petit commerce joue un rôle économique mais aussi social ; il représente l'une des fonctions indispensables à la vie des populations de plus en plus nombreuses et en même temps, il participe à la redistribution des richesses. Il participe également à l'animation de la vie sociale locale et contribue à l'entretien des milliers de familles.

Les établissements fixes forment donc l'essentiel de l'armature commerciale de la ville d'Arris. Cette constatation est valable pour les autres villes (Timgad et Ichemoul). Les commerces forains ne prédominent pas dans ces localités.

Les commerces et services traditionnels se sont ajouté de nouveaux services urbains, attestant de l'évolution du mode de vie de ces régions : les librairies, cyber, cafés, taxiphones. (Voir annexe n°01 tableau n°01)

Depuis les années 2000, les superettes se multiplient à Arris, ils attirent un grand nombre de clients à la recherche des produits bien conditionnés, fréquentés par toute la clientèle Arrissoise soit rurale, vu la vision empruntée par eux sur la bonne qualité des produits vendus en superette. Le pouvoir d'achat de la clientèle s'est développés les dernières années vu l'amélioration des conditions de vie et le développement du taux de la population active.

I-3-4-4- Classification et répartition des activités commerciales dans la ville d'Arris:

A partir des données fournées par l'inspection du commerce de la Daïra d'Arris, on peut distinguer différents types d'activités commerciales (alimentaires et non alimentaires) qui sont représentées en annexe n° 01 tableau n°01

a. Les activités de type alimentaire :

Elles consistent en alimentation générale et poissonnerie, boucherie. Elles se localisent au centre ville et le long de l'axe de sa rue principale (Ben Boulaid). Elles attirent des afflux importants des clients vu sa proximité à la majorité des habitations.

Les activités de type alimentaire ont pouvoir d'attraction géographiquement restreinte en comparaison avec celui des activités de type non alimentaire elles sont destinées à satisfaire une demande localisée –le chef lieu-.

Les établissements commerciaux de détail fixes jouent en effet un rôle essentiel dans l'alimentation du circuit de distribution de produit de première nécessité et de service.

b. Les activités de type non alimentaire :

Elles englobent aussi bien les activités artisanales (menuiserie, couture,… avec un faible taux) et les services. Ces activités sont définies par une diversité. Elles sont réparties sur l'ensemble de la ville d'Arris, mais elles se concentrent fortement dans le centre-ville.

La répartition de ces activités est représentée dans la carte n° 21

I-3-5- Historique de l'activité commerciale dans la région

Au temps passé, l'activité commerciale était pratiquée par le système du « troc », c'est une procédure complémentaire entre deux partenariats où chacun d'eux prend la marchandise qu'il dispose à l'autrui.

Les compagnes se situent entre le Sahara et le Tell dont la production principale consistait en trois récoltes : les fruits, les légumes, et les épices consommés par les habitants de Sahara et du Tell.

Les habitants de la région de Oued Labiod ne produisent pas pour échanges commerciaux, si cela existe, ils ne dépassent pas leur environnement. Ces échanges s'effectuent ordinairement entre les individus de la région et quelques individus des régions avoisinantes (Oued Abdi, Oued Chenaoura) dans les places des différentes marchés à l'exception de certains cas où certains individus visitent toutes les régions des Aurès pour exercer le commerce ambulant.

Ces échanges consistent dans la plupart du temps dans l'échange et le choix de certains produits les plus consommés comme les produits alimentaires les habillements et les produits agricoles. Ces échanges sont régis par le système troc, par contre le système monétaire à encourager la propagation du commerce sédentaire.

Les marchés (souks) hebdomadaires et annuels ne sont pas tout à fait touchés à cause de leur double rôle social et commercial qu'ils jouent. Ils existaient plusieurs types des souks :

**Le souk annuel :*

Ce souk a lieu à T'kout .chaque année. On le connaît dans la région sous le nom de (Aïd Lakhrif). Le 26 août du chaque année, cette foire est organisée où les fruits sont mûrs, on profite par la même occasion à exposer des produits d'artisanat local ou des produits importés d'autres région. Après l'indépendance, ce souk a connu un autre commerce, le plastique, l'aluminium, l'électroménager et l'habillement. Ce souk devient de plus en plus immense. Il atteint le M'zab dans le sud et les hauts plateaux (environs de Timgad et Doufana) dans le Nord.

Ce souk est considéré comme foire annuelle de tous les produits de la région et ses environs, il représente un point important de tous les échanges commerciaux dans la région. A ce rôle, s'ajoute le rôle social : cette foire permet la rencontre des individus de diverses régions ce qui leur permet de s'échanger des idées, des avis, de créer de nouvelles relations entre eux ou, de régler des problèmes surtout avec la présence des Chouyoukh.

Commerce des marchés hebdomadaires* **:

Ces marchés sont un nouveau phénomène dans la région qui est apparu avec l'époque coloniale (française). On connaissait deux : le souk de lundi (il a lieu à Arris) et celui de mardi (il a lieu à Ichemoul). Les deux souks sont un petit modèle de souk annuel mai avec plus de caractère commercial et le recul de caractère social.

**Commerce forain*

Ce type de commerce est de petite propagation parce que ses pratiquants sont des gens venus de l'extérieur de la région avec leurs animaux portants des marchandises comme les drogueries et les habilles. Ces derniers se déplacent entre les dechras pour vendre leurs marchandises en échange d'autres produits(les œufs, les peaux, le poil…)

Certains habitants de la région exercent en quelque sorte ce type de commerce en cours de leur chemin pendant leur hivernation avec leur troupeau vers le sud. Ils échangent le blé, l'orge, le maïs… avec les dattes pendant cette époque et jusqu'à la fin des années soixante, un quintal de blé fait trois quintaux de dattes et un quintal d'ogre fait deux quintaux de dattes.

**Commerce sédentaire*

Ce commerce est récent dans la région à l'exception du commerce des forgerons et des bijoutiers qui est ancien.

La plupart des commerces sédentaires sont apparus au début de la présence coloniale dans la région.il est présenté par les boutiques des marchandises les plus consommées.
Le nombre de boutiques sédentaires en 1961 selon les statistiques de la mairie d'Arris est environ 21 boutiques centrées entièrement dans la commune d'Arris, 38٪ de ces derniers est spécialisée dans les produits d'artisanat.

Ce commerce sédentaire a engendré l'apparition de nouveaux commerces dans la région en outre de l'ancien commerce et le recul du système des échanges. Cela nous donne une idée autour du changement économique au sein de nouvelles données sociales et culturelles.

Pendant les années 90, l'Etat s'est préoccupé par l'organisation de la pratique des activités commerciales et artisanales et professionnelles non sédentaires dans les quartiers, tout en délivrant des instructions aux directions du commerce et les directions d'urbanisme dictant les sites des différents marchés et leurs horaires. « Le décret exécutif n°237-93 du 10 octobre 1993 traite la pratique des activités commerciales et artisanales et professionnelles non sédentaires ».[1]

L'arrêté du Wali de Batna n°468, porte sur le choix des quartiers suivants : Draa Zitoun, le centre ville, et la Z.H.U.N, mais seulement la cité Z.H.U.N qui a bénéficié en 2009 d'un marché quotidien dans son arrêté mais qu'il est tri-hebdomadaire en pratique. (Il se tient le Samedi, le Dimanche et le mercredi).

[1] Le contenu du décret exécutif est fourni par le secrétaire général de l'APC d'Arris (voir annexe n° 4)

En 2010, le Wali de la wilaya de Batna a chargé les autorités de la commune d'Arris de choisir les sites pour créer des ‘’marchés de proximités’’. Dans les mêmes quartiers cités en haut et d'insister sur le site du souk Lathnine à M'zata.

I-3-6- Etude de l'espace souk dans la région :

I-3-6-1- Historique de l'espace :

C'était un marché hebdomadaire (Souk) qui se déroulait chaque semaine dans une seule journée de Lundi (Lathnine) à Arris, délimité par une surface clôturée par un mur en pierre, implanté dans un terrain accidenté. C'est un souk ancien à caractère traditionnel et rural dans ses origines.

Les informations historiques concernant Arris et son Souk sont rares, hormis quelques descriptions des personnes très âgées et autres récites des historiens de la région tel que « l'histoire des Aurès »[1]. Tous ces auteurs signalent la présence d'un important réseau de marchés périodiques dans l'agglomération de l'Aurès. **Dans notre cas d'étude, on va s'intéressé aux Souks d'Arris, d'Ichemoul et de Timgad dans le but de comprendre ce réseau relationnel.**

« Le souk d'Arris était au début de sa fondation à l'époque coloniale comme une place (la situation actuel du centre de soin et station de Pompage) qui se nome Taghrout n'souk »[2].

Ces personnes interrogées ont dit qu'auparavant, les autochtones dépossédés de leurs terres allaient se reconvertir en commerçants, notamment écouler les maigres produits agricoles issus du métayer *(Khams)*.

[1] « Histoire de l'Aurès », un document élaboré par Association Rouad Ethoura,
[2] Interview faite avec des personnes très âgées Arrissoises

Photo n° 38 : La première localisation du souk de Lundi (AMG)

Source : Auteur 2010

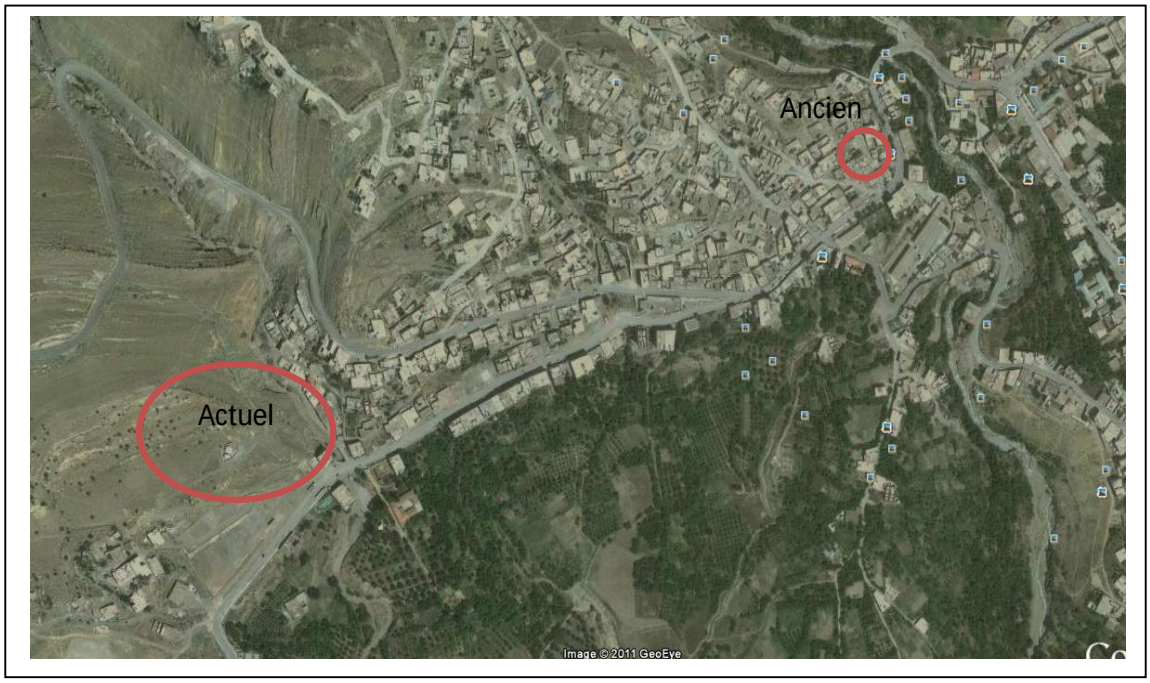


Photo n° 39 : L'emplacement du souk d'Arris (de Lundi)

Source : Google Earth

Actuellement, il se situe à l'agglomération dite ''M'zata'', il porte le nom du jour où il se tient ; c'était un souk notamment à caractère rural, caractérisé par la vente des produits agricoles et réputé comme marché au bétail (Souk El Mâl). Les produits vendus dans ce marché ont des sources différentes (les zones environnantes du Sahara, de la compagne… etc). La photo n°39 montre la situation actuelle du souk de Lundi par rapport à l'ensemble de la ville.

I-3-6-2- Taille et extension :

Le Souk allait connaître d'importantes évolutions tant dans son espace que dans son activité économique. Cette évolution se réalisera en trois grandes parties :

- 1ere partie : la création (l'apparition)

  Avec ses débuts d'apparition il était un espace de Troc. Le Souk a pris place dans le lieu où se trouve l'AMG, c'est sa première localisation.
  Une situation qui allait provoquer des difficultés au niveau de son activité commerciale dont la superficie était insuffisante pour accueillir un nombre important des commerçants et des acheteurs.

- 2eme partie : Introduction

L'environ de fin des années 80, le Souk allait être déplacé au sein de l'agglomération de M'zata au bord de la route RN 31 qui mène à Biskra (voir fig.27) A l'année 2000 un arrêté du Wali de Batna n° 468/2000 est délivré pour confirmer le site de M'zta pour le souk de Lundi. Une situation qui allait augmenter son importance mais sans transformer sa vocation principale celle d'un Souk exclusivement rural (traditionnel).

La clientèle du Souk était essentiellement constituée des acheteurs, vendeurs des quartiers et dechrats (Arris, el Baida, Mzata, Sanef,…) de la commune ainsi que les localités environnantes de la ville d'Arris (Tibhirine, Afra, Bacha, Ichemoul, Tighanimine,Dachrat Ouled Moussa).

Les marchands-vendeurs étaient quasiment des détaillants et vendaient toute sorte de produits (alimentaires, non alimentaires, bétail,…). Ce sont les deux acteurs qui assuraient l'activité et l'animation du souk.

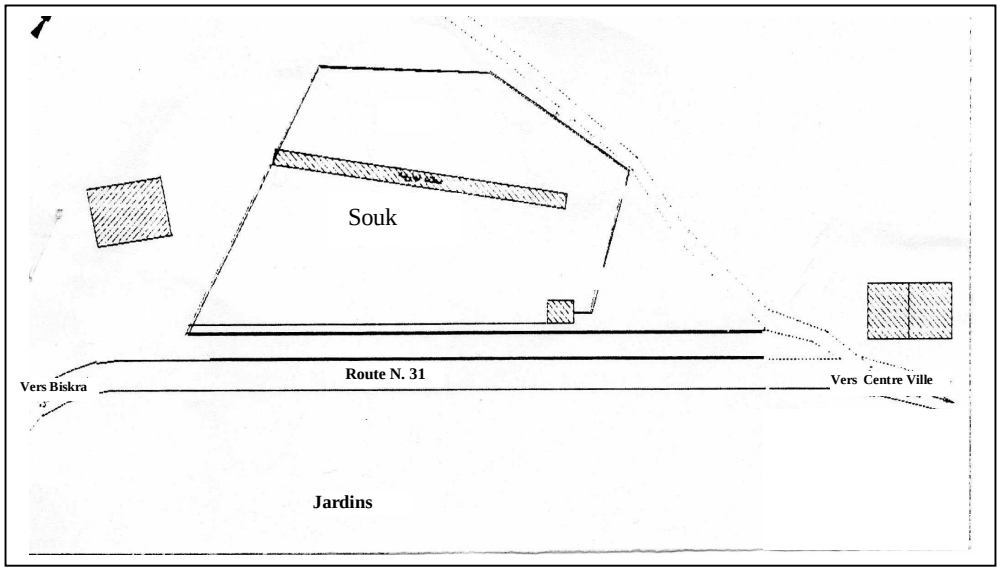


Fig. n° 27 : Le schéma de la configuration spatiale du souk

Source : traitement personnel

- 3eme partie : Aménagement

Durant les années 2000 les collectivités locales ont décédé d'aménager l'espace du Souk tout en proposant la couverture d'une partie de ce souk. Cet aménagement va renforcer son attractivité et donc son importance et diminuer le phénomène des commerçants ambulants dans les différents quartiers d'une façon informelle.

L'évolution spatiale du Souk est aussi importante et caractérisée par ces deux aspects suivants :

- Aspect géographique: la situation du Souk toujours, vers le Sud d'Arris au bord de la RN 31 qui mène à Biskra qui provoque des problèmes de stationnement et de nuisance

- Aspect dimensionnel : une superficie importante par rapport à la superficie du la première situation. Même cette superficie permet d'accueillir un nombre important des commerçants et des clients mais reste le problème de pérennité des équipements et espaces de stationnement.

Présentation de l'enquête :

Objectifs de l'enquête :

L'étude de la zone d'Arris, d'Ichemoul, et de Timgad répondait à trois buts :

- Le premier visait à analyser les natures des liens unissant chaque souk à sa région, l'état de l'activité soukière, sa continuité dans la région.
- A partir des caractéristiques socio-culturelles-économiques, la population. Le second objet de l'enquête était de déterminer l'impact de l'urbanisation, le mode de vie, le développement des pratiques commerciales dans la région sur l'image et l'existence du souk.
- La troisième visait à analyser et identifier le champ relationnel résultant de la syntaxe des trois souks (Arris, Ichemoul, Timgad) sous forme d'un réseau soukier. Et aussi de déterminer la configuration et ses acteurs générateurs.

Délimitation du champ de l'enquête :

Le premier critère retenu pour cette délimitation a été le cadre administratif existant, à savoir l'ensemble des communes environnantes de la ville d'Arris (Afra, Bacha, Tibhirinne) et d'Ichmoul (El Hammam, Ouled Moussa), le deuxième critère était la périodicité des souks hebdomadaires de la wilaya de Batna. On aboutit au choix de trois souks hebdomadaires proches entre eux géographiquement et temporairement. Le premier : Arris (lundi), Ichemoul (mardi), Timgad (mercredi).

Le lieu de l'enquête :

La façon la plus rationnelle d'atteindre le public cible était de s'adresser aux clients sur terrain et dans leurs domiciles. Il était dès lors possible de leur poser des questions sur leur fréquentation du souk ainsi sur leur réaction par rapport à la question de la régression de l'activité du souk. Les lieux d'enquête étaient à priori : le souk, les endroits publics (APC, cadastre, écoles primaires et collèges…). Les réponses qu'on n'a pas reçues auprès de certains individus reviennent à la contrainte de l'analphabète.

Principe de l'enquête :

- Bases de sondage : évidemment n'importe quelle enquête se base sur les recensements généraux (habitants, agriculture, économie) qui constituent la base au premier degré

- La taille de l'échantillon : elle a été dictée par les moyens alloués à l'enquête, la précision et à la capacité de chaque souk. La combinaison de ses critères a fourni une taille de l'ordre approximative de **1700** personnes pour le souk d'Arris et pour le souk d'Ichemoul il est

difficile de délimiter leur capacité, puisqu'il se tient sur le long des différents axes de circulation de la ville. Soit la fraction de sondage de 10%.

Tirage des résultats :

Cette opération est faite à base des calculs manuels et puis on est arrivé à ressortir des pourcentages de réponses sur chaque question de questionnaire.
L'enquête a été réalisée de novembre 2009 à janvier 2011, période qui présente les différentes saisons (hivernales et estivales) afin de comparer l'activité du souk à travers ses saisons et occasions comme celles de l'Aïd el kebir, l'Achoura, le Ramadan.

L'enquête auprès des différents acteurs correspondue aux questionnaires et interviews distribués dans les différentes localités (Arris, Ichemoul, Tighanimine, Afra) et aussi ils sont distribués sur terrain.

Le public-cible concerne les individus s'étant rendus au souk (clients, commerçants, transporteurs) et aussi les différents gérants du souk qui sont les suivants : (P/APC, la police, l'adjudicataire…).

L'enquête a touché 185 citoyens (distribués) à Arris, dont 178 ont répondu. Et 92 commerçants, un adjudicataire, 13 transporteurs de marchandises, 07 conducteurs fraudeurs, 05 restaurants, 09 cafés, 04 boulangeries, 10 kiosques, 02 Ecrivains publics, 07 personnes âgées interviewées de la ville d'Arris.
Les différents acteurs ont été choisis selon leur milieu d'origine (citoyens ou des arrivistes).
Propriétaire de transport commun (lignes) : Batna : 04, T'kout : 02,
Thneyet El Abed : 02, Ichemoul : 05

L'enquête a touché 53 citoyens (distribués) à Ichemoul, dont 50 ont répondu. Et 10 commerçants, 05transporteurs de marchandises, 01 restaurant, 03cafés, 01boulangerie.
La méthode à adopter pour réussir des enquêtes ″sur souk″ et à travers différentes localités part de l'utilisation du formulaire d'un questionnaire qui figure en annexe (Annexe n°3).

L'enquête pilote a été faite durant une journée pour déterminer le nombre d'enquêteurs nécessaires et les endroits d'où ils viennent et aussi avoir un test sur la situation des questions (ajouter des questions, éliminer d'autres.)

Le questionnaire :

Le questionnaire de l'enquête correspond aux clients est composé de 27 questions (cf. annexe 3). Les questions concernent différents types d'informations :

- Un certain nombre de questions concerne des données personnelles de l'individu : question n° 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10.
- Les questions : II 1, II 2, II 3, II 19, II 20 concernent la fréquentation du souk.
- Les questions : II 7, II 8, II 12, II 14 concernent la marchandise.
- Les questions : II 12, II 13, II 26 concernent les Rôles du souk.
- Les questions : II 21, II 22 concernent les réactions déclarées par rapport à la régression de l'activité du souk.

- Les questions : II 9, II 10, II 11, II 25, II 26 concernent le temps- sens du souk.

Le questionnaire concernant les commerçants est composé des informations se rapportant à l'origine, la qualité, type de l'activité…, il est composé de 24 questions (cf. annexe 3) qui concernent différents types d'informations.

- Données personnelles (résidences,…)
- Leurs activités, et fréquentations.
- Acteurs du souk et marchandise.
- Activité du souk.

Autres questionnaires ont été faits auprès des propriétaires des restaurants, cafés, transporteurs, (marchandises et individus...) (cf. annexe 3). On a fait des interviews auprès des personnes âgés, des représentants des communes et des (Annexe 3), l'adjudicataire du souk d'Arris, la sureté,

La relations des interviewés : le public cible de notre étude concerne la population fréquentant le souk et les acteurs gérants de cet espace. La sélection des interviewés s'est donc opéré à deux niveaux

- Tout d'abord en interrogeant les personnes très âgées pour qu'elles nous fournissent des informations sur l'historique du souk et ses origines,…
- En suite en sélectionnant les personnes ayant rapport avec la gestion du souk et notamment le P/ APC d'Arris, d'Ichemoul, de Timgad (Annexe 3), l'inspection du commerce (Annexe 3), l'adjudicataire du souk d'Arris (Annexe 3), la sureté (Annexe 3).

Présentation générale des résultats :

Nous présentons ici les résultats généraux concernant notre échantillon. Il est important de souligner que les résultats décrivent la population de la ville d'Arris et d'Ichemoul et ne se focalisent pas sur la population de la ville de Timgad faute d'insuffisance de temps.

Ainsi, ces pourcentages sont exportés vers une feuille électronique pour leur présentation sous forme de tableaux et de graphiques. Les données sont traitées selon un tri initial qui consiste à séparer les individus qui fréquentent le souk de ceux qui ne le fréquente pas.

Les résultats que l'on peut obtenir de l'analyse des données relevées pendant l'enquête sont reportés aux titres suivant qui représente l'analyse de l'espace et l'activité du souk
Ces résultats peuvent par exemple être utilisés pour obtenir le volume moyen de clients, de commerçants, des marchandises dans le souk.

Structure des visiteurs du souk (motif principal de la venue) :

La quasi- totalité des individus interrogés sont des arrivants des Dechras d'Arris (M'zata, Dechra Arris) et des zones limitrophes (Timgad, Tibhirinne…). Le motif essentiel est celui des achats, ainsi dans la grande majorité des cas, le motif était la rencontre sociale.

Structure des visiteurs du souk (âge, origine):

La grande majorité des personnes interrogées sont des vieux et des campagnards, contre un pourcentage faible des jeunes (02%).

Structure du visiteur du souk (sexe):

Les deux cas d'étude de l'enquête (Arris, Ichemoul) représentent des souks hebdomadaires à caractère masculin, dont 97% des personnes interrogées sont des hommes.

Structure du visiteur du souk (fréquentation) :

Un peu moins de 50% des individus se rendent au souk au moins une fois par mois. Un peu plus de 40% s'y rendent trois fois par mois. Seuls environ de 10% s'y rendent rarement (une fois par an). %)

I- 3- 6- 3- Les facteurs d'activité du souk :

a. Les commerçants :

A Arris comme à Ichemoul et Timgad, le marché constitue une microsociété et les commerçants sont très différents. On distingue les forains, c'est-à-dire les commerçants non sédentaires, vont de marché en marché. Certains sont plus en moins assidus et c'est justement cette rigueur qui permet d'obtenir un emplacement fixe sur tel ou tel marché.

Les commerçants ont déballé leurs marchandises sur des éventaires démontables. Il y a les éventaires des fruits, celles de légumes, étalages des chaussures, habillement,… On circule librement entre ces expositions, mais émerveillées, à onze heure de l'avant midi, le site devient déserté et silencieux jusqu'à la semaine prochaine.

Le Souk de Lathnin, de Thelath et de Larabaâ attirent chaque semaine un nombre un peu important des commerçants (soukiers). Leur nombre est estimé pour les localités précédentes respectivement en moyenne à 247, 113 et à 530 au total.

Les produits proposés à la vente se répartissent principalement en diverses catégories : habillement, produit alimentaires, bétail, outils agricoles, les articles ménagers, menuiserie, aliments pour animaux,… Comme on peut trouver autres produits agraires,….
Les commerçants peuvent être classés selon :

- L'origine géographique
- Type de marchandises
- La sédentarité

Lors de l'enquête, le nombre de commerçants a été de 72. Ils se répartissent comme il est représenté en annexe n°01

Selon le tableau de l'annexe N°01 on peut déduire que l'activité commerciale la plus présente est celle du bétail.

Pour savoir l'importance d'un souk, on doit compter les personnes exerçant une fonction commerciale ou de service sur le Souk. Nous avons donc comptabilisé le nombre de

commerçants présents sur chaque Souk hebdomadaire, reparties en catégories et le nombre de fellahs vendants leur production. (Voir tableau n°26)

Tableau n°26 : La classification par type d'activité des commerçants

Type de commerce	Nombre
Activité sédentaire	10
Ambulant	52
Ocasionnel	04
Informel	06
Total	72

Source : enquête personnelle 2010

Ces résultats ne reflètent peut-être pas exactement la réalité moyenne de chaque Souk tout au long de l'année. Cependant, ces comptages de commerçants sont très voisins des estimations fournies par les adjudicataires. Pour les fellahs le nombre est plus variable et l'estimation est plus difficile.
Des fellahs légèrement moins nombreux que les commerçants. Par exemple lors du Souk Lathnine (Mars 2011).

Nombre de fellahs ont amené plus de 60 caprins est de 20
Nombre de fellahs ont amené plus de 80 ovins est de 41

La différence entre le nombre de Fellahs et celui des commerçants permet de distinguer les zones où les apports ruraux sont notables de celles où ils sont faibles. A partir de l'enquête effectuée sur le souk de Lundi, on a pu interpréter les résultats issus et les représenter chaque résultat sur une carte géographique.

b. La marchandise :

Le souk offre un large éventail d'activités commerciales, on peut acheter ce qu'on aura besoin (produit, service). On trouve dans le Souk les différentes représentations des catégories commerciales, soit disant des commerçants spécialisés en vente des habillements, des légumes,…etc. (Voir photo en annexe 07)

La distribution de l'ensemble des activités par catégories commerciale représentée sur la carte ci-dessous qui montre la part importante des commerces alimentaires 38 % de l'ensemble, l'habillement présente 35 %, le bétail 20% et la faiblesse de l'artisanat traditionnel ou moderne vu l'abondant des ménages de ce métier pratiqué. (Voir photo n°40, n°41).

Le commerce des produits de l'agriculture et de l'élevage a joué un rôle relativement important dans l'économie d'Arris à la période coloniale, bien que très variable selon ses différentes localités et les époques. « Auparavant la marchandise était le moteur de l'activité soukière des souks, les ruraux ramenaient des fruits, des légumes, bétail, du blé…Alors que les gens du Sahara ramenaient tous types des dattes et des plantes médicinales».[1]

Il existe autres activités qui consistent en certains produits (métal, plastique, pain séché,…). On trouve aussi les vendeurs du fumier *(laghbar).* (Voir annexe n° 07)

Photo n° 40 : Souk d'Arris - Légume

Photo n° 41 : Souk d'Arris- plant à repiquer

Source : Auteur 2009

Selon l'enquête effectuée sur le marché de Lundi afin de déterminer les apports, on a pu désigner différentes zones et marchés qui approvisionnent la ville d'Arris en produits agricoles et en produits industriels. (Voir annexe n° 06)

Au souk on peut trouver des légumes et des fruits venant soit à partir des jardins existants à Arris (Tihammamine, Laarara, Ighalèn Imaloudha,…) ou aux zones environnantes (Dachrat Ouled Moussa, Bacha, Tibhirine, Tighanimine,…), soit des marchés de gros (Chelghoum Laid, El Eulma,…). On peut trouver aussi divers types de dattes et plantes médicinales qui viennent du Sahara (M'chounèch surtout).

Concernant les équipements domestiques et les habillements, ce sont les marchés de gros nationaux qui approvisionnent la ville d'Arris. (Eulma, Tadjenanet, Ain Beida,…)

La nature agrico-pastorale des zones environnantes de la ville d'Arris contribue fortement à l'approvisionnement du souk de la ville en produits agricoles et en bétail même avec de modestes pourcentages, s'ajoute aussi l'élevage et l'agriculture pratiqués aussi dans la même ville (Arris) dans ses décheras en particulier. (Voir le tableau n°27)

c. Le bétail :

[1] Interview faite avec les personnes âgées en 2009

Activité fondamentale de la plupart des Souks, le commerce de bétail est un produit de haute valeur par rapport aux autres produits à vendre dans la région.

Les dernières années, la ville d'Arris devient déficitaire en bétail, l'importance du commerce du bétail est directement liée aux importances des autres régions dont la quantité varie selon les saisons. Il existe des périodes de forte vente (Aïd El K'bir), (fin de printemps) où les maquignons amènent des grandes quantités de bêtes. La connaissance des prix est assez délicate. (Voir carte n°22 et photo n°42)

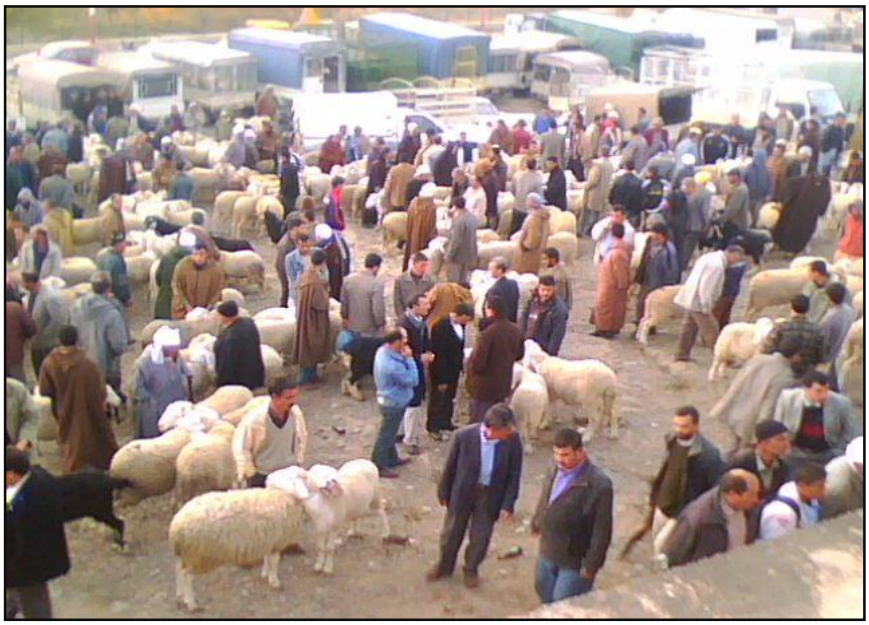


Photo n° 42 : Le souk de Lundi à l'occasion d'El Aid

Source : Auteur 2009

Tableau n°27: Quelques prix approximatifs de bétail en 2010

Espèce	Date	Prix par date (da)
Ovins	Octobre 2010	12000 à 36000
caprins	Octobre 2010	4000 à 18000

Source : Enquête 2010

La répartition des apports de bétail sur les souks ne paraît pas très originale comparativement aux adjudications qui sont liées directement à l'importance du bétail. Ovins et caprins sont présents sur tous les souks, car la plupart des habitants soit d'Arris ou des autres régions voisines pratiquent l'élevage.

L'enquête effectuée sur ce souk nous permet d'établir ces tableaux qui représentent les informations indiquant les taux d'élevage et de travail des champs à Arris et aux autres zones.

On représente aussi les produits vendus sur le souk qui viennent de l'extérieur de la ville. (Voir tableau n°28)

Nous remarquerons que tous les Souks sont situés sur des axes de communication assez importants: les maquignons préfèrent les zones faciles d'accès pour acheter ou vendre le bétail, car ils apportent leur bétail dans des camions et les échanges se font dans ces véhicules dans certains cas.

Tableau n° 28 : Les apports ruraux et urbains du souk

Produit	Source	Taux (%)
Plants à repiquer	Tighanimine	42
	Ghassira	30
	Tkout	16
	Manaâ	12
Pomme	Ichemoul	45
	Inoughissen	35
	Arris	15
	Foum Toub	7
	Tighanimine	5
	Thniet El Abed	3
Légumes	Batna	60
	Chalghoum el Aid	30
	Biskra	15
	Arris	5
Fourrage	Oum El Bouaghi	56
	Khenchela	20
	Ch'mara	14
	Ouled Fadhal	10
Blé	Guelma	45
	Oum Boughi	25
	Kayès	15

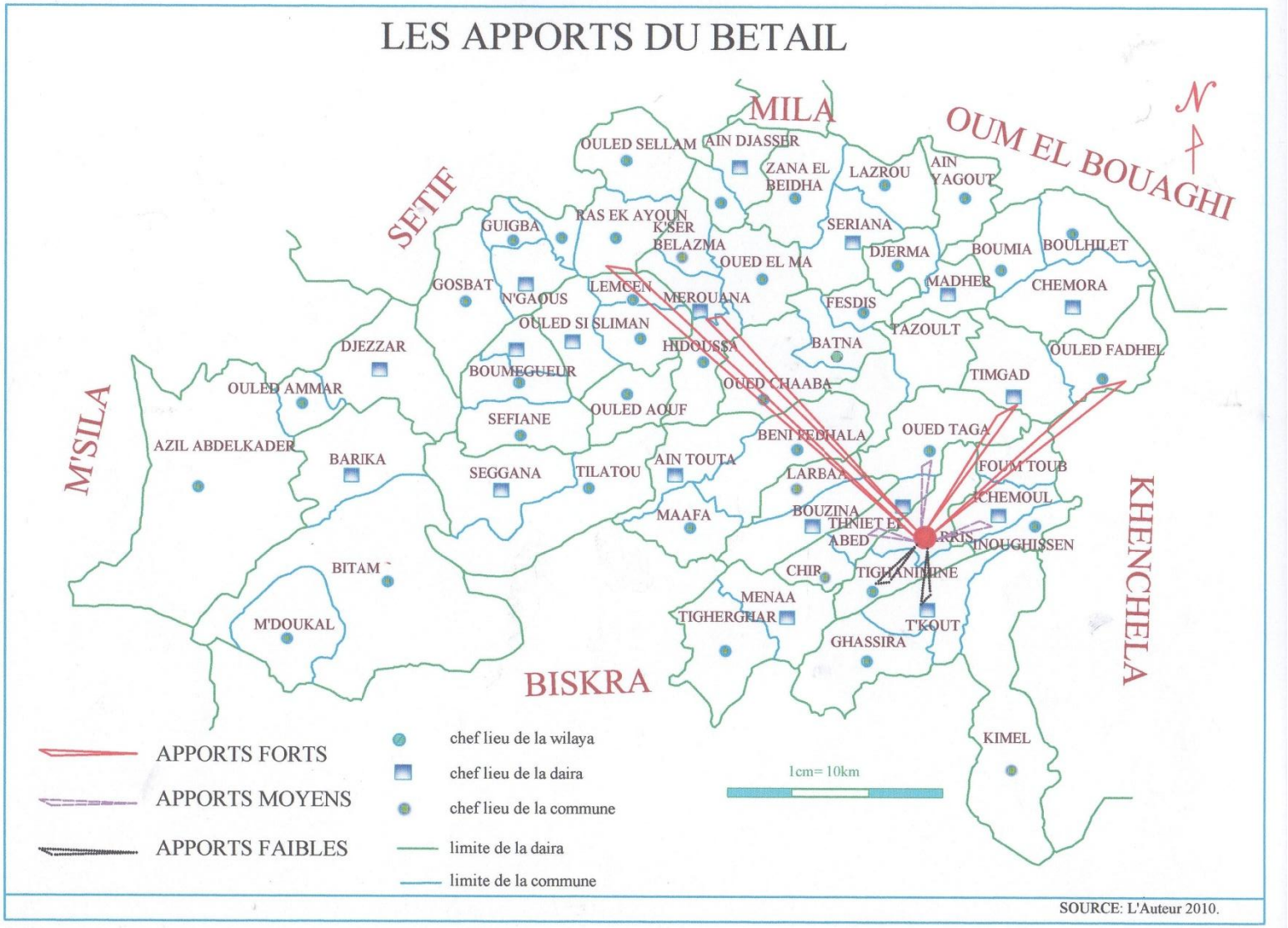
	Timgad	15
Funi	Ch'mara Kayès Arris	80 18 2
Habillement	Batna Ain Fakroun Tadjenanet	15 60 25
Aliments d'animaux	Yabous Bouhmama Ichemoul Arris	70 15 5 10
Volaille	Batna Zones environnantes	65 25
Quincaillerie	Sétif El Alma Borj Bouririj	37 37 26
Menuiserie	Borj Bouririj Sétif	60 40
Matelas	Borj Bouririj	100
Bétail	Arris (Ichemoul, Afra,…) Ouled Jallal Sidi Okba Toulga Tebessa Timgad Chemara	07 28 25 10 05 18 05
Dattes	Toulga M'chounech	40 15

	Baniane Ghassira Biskra	17 8 20
Plantes médicinales	Sétif	90

Source : Enquête personnelle 2010

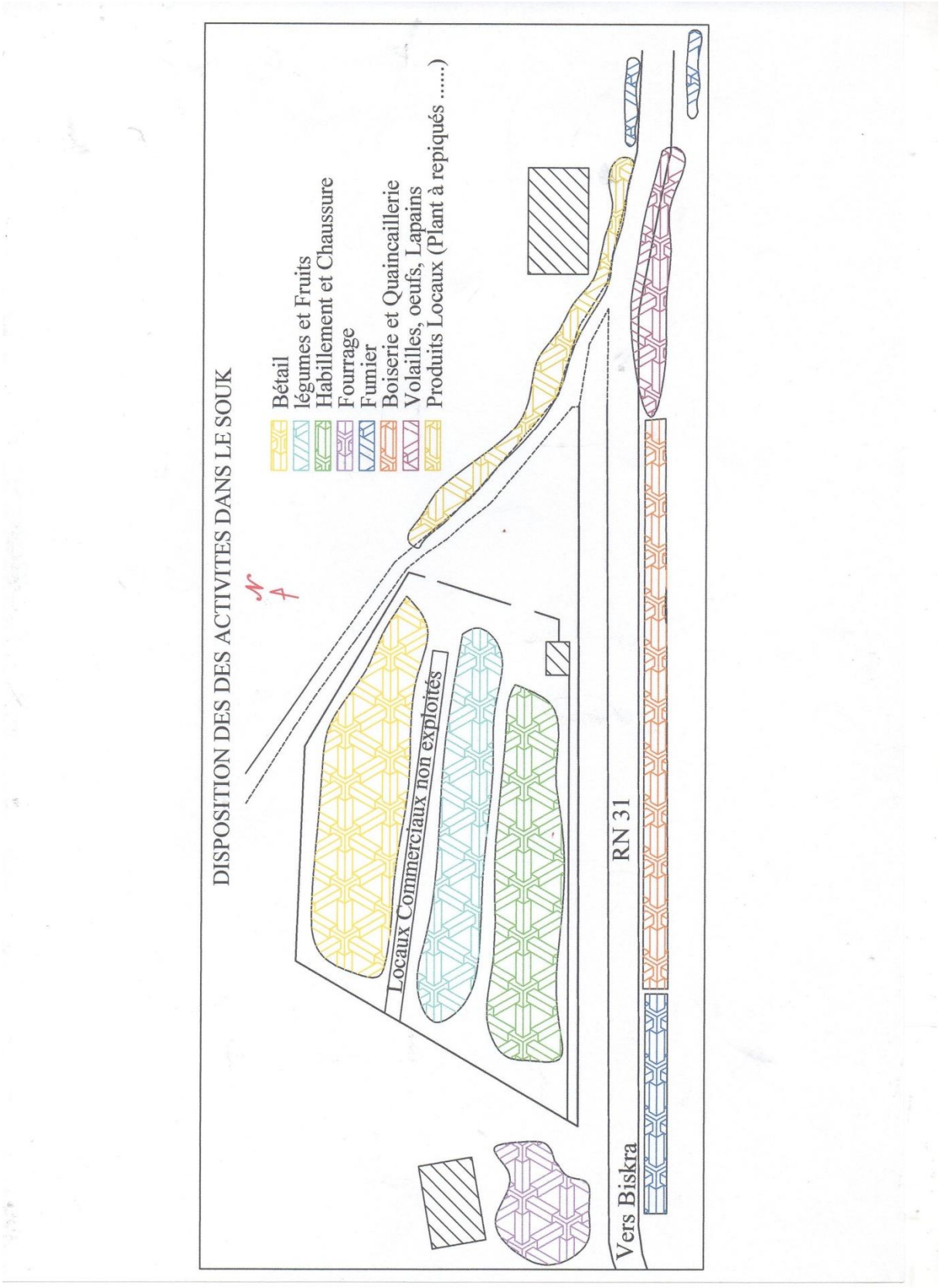
Carte n°22 : Les apports du bétail

LES APPORTS DU BETAIL



SOURCE: L'Auteur 2010.

Fig. n° 28 : Le schéma de répartition des commerces à l'intérieur du souk



On remarquera une certaine séparation entre les activités existantes dans le souk, dont la vente des engrais se fait en dehors de l'espace souk loin des autres activités à caractère alimentaire. Le Bétail occupe la partie supérieure de l'espace souk avec une superficie assez importante (environ de 250 m^2). (Voir photos en annexe 07)

d. L'alimentation :

Pour connaître l'origine des produits alimentaires (et autres produits) nous avons demandés aux commerçants soukiers interrogés lors de notre enquête leurs lieux d'approvisionnement pour savoir l'origine des marchandises. La viande est un important produit pour les boucheries de la ville, des boucheries foraines dans le souk existent rarement (Voir photo n°43). Le circuit de la viande (vendue en boucherie) est fortement lié à celui du bétail qui dépend largement des apports extérieurs de la ville.

Photo n° 43 : La boucherie foraine dans le souk

Source : Auteur 2010

e. Autres produits Alimentaires :

Il s'agit essentiellement d'un petit commerce de fruits et légumes, d'épicerie aussi. (Voir photo annexe n° 07).

Là encore, la dépendance de la ville est importante, 80 % de ces produits viennent de l'extérieure, principalement, les marchés de gros d'où les commerçants amènent des légumes et fruits. Parmi ces marchés, les commerçants nous ont cité quelques uns : Chalghoum Laïd, Batna.

Les apports de fruits et légumes sont très variables selon les saisons, des quantités importantes s'effectuent dans les marchés de 60%. C'est un souk parfaitement polyvalent qui

servent non seulement au ravitaillement de leur région (élevage, viande, animaux de bât), mais aussi au ravitaillement en viande de nombreux bouchers de l'extérieur qui viennent s'approvisionner au souk ''Lathnine''.

f. L'habillement et l'équipement domestique :

Leurs taux de dépendance est de 100 %, la marchandise vient des grands marchés, grands grossistes des autres wilayas vu la faiblesse et l'absence des grossistes arrissois. (Voir tableau n°29 et carte 23)

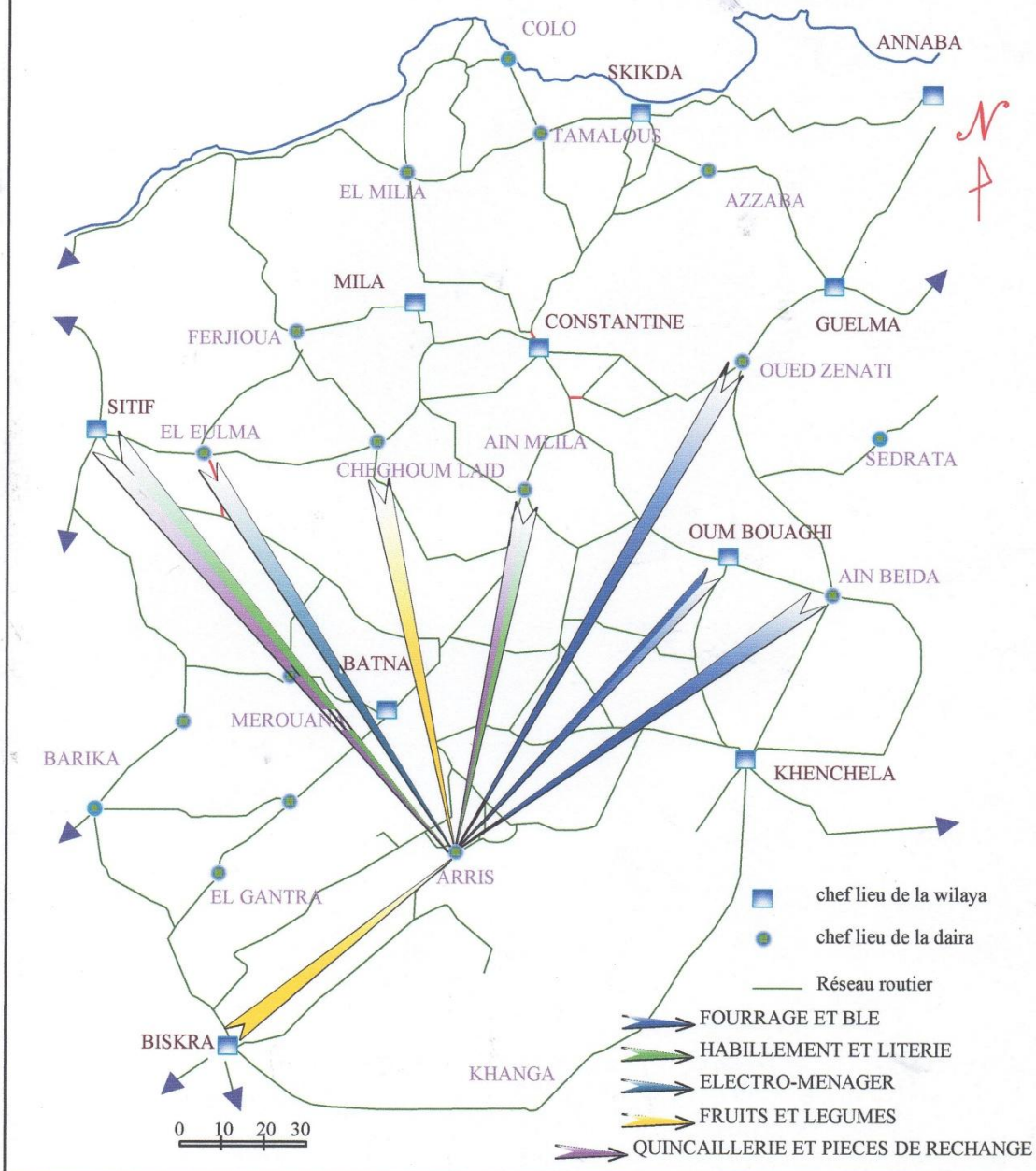
Tableau n° 29 : Les marchés de gros d'habillement et d'équipement domestique :

Nom et lieu du marché	Type de marchandise	Pourcentage d'approvisionnement (%)
Ain Fakroun	Habillement	100
Tadjenanet	Electro ménager	100

Source : Auteur 2010

Carte n° 23 : Approvisionnement de la ville d'Arris par les grands souks

APPROVISIONNEMENT DE LA VILLE D'ARRIS PAR LES GANDS SOUK



Source:l'Auteur 2010

g. Produits ruraux :

Les apports de produits ruraux sont peu variés : plus de 50 % des nombre de Fallahs rencontrés sur le Souk y amenaient du bétail. Peu plus de 20 % apportaient des fruits et légumes, quelques uns des plants à repiquer, de la volaille et des œufs ; exceptionnellement, nous avons rencontré quelques vendeurs de miel de 5%. (Voir photo n° 44 et n°45)

Photo n° 44 : Produits ruraux- Dattes

Photo n° 45 : Produits ruraux - volaille

Source : Auteur 2010

Selon les clients interrogés pendant l'enquête sur leurs achats effectués le jour du souk, on a arrivé à effectuer quelques pourcentages sur les différents types de produits et d'objets achetés :

- Fruits et légumes légumes 35 %
- Equipements domestiques 3 %
- Habillement et chaussures 5%
- Outils d'agriculture 2%
- Aliments agricoles 10%
- Bétail 45%

On remarquera que la marchandise la plus demandée c'est les légumes et les fruits car généralement au souk on ramène les produits naturels soit qu'ils viennent des jardins locaux (production locale) soit des produits qui viennent des grands marchés dans un état frais (neufs).

h. La clientèle :

La capacité des souks (environ de 1700 personnes), pour notre enquête. Ce nombre est constitué d'une très grande diversité de profil, d'âge et de sexe, il ne nous a pas été possible d'apprécier les différentes catégories du fait que l'affluence du souk est importante.

La présence des femmes est moins importante au point qu'elle est considérée négligeable par rapport au caractère masculin du souk. Selon notre enquête, on peut présenter quelques pourcentages concernant.

e) Le sexe : H= 98 %, F= 2%
f) L'âge : Vieux= 45%, Adulte= 31%, Jeune= 19 %, Enfant= 5%
g) Le niveau intellectuel : lettrés= 40 %, illettrés= 60 %
h) La fonction : fonctionnaire= 15%, chômeur= 30%, retraité= 45%, fonction libérale= 10 %

Le souk est fréquenté par la majorité des catégories d'âge mais avec une prédominance vieillarde pour diverses raisons : sa dimension historique du souk (il est ancien), sa dimension culturelle (il est un symbole de la tradition et du patrimoine, et sa dimension sociale (le foyer de contact des vieillards par excellence). (Voir photo n°46 et 47)

Photo n° 46 : La clientèle masculine

Photo n° 47 : la clientèle féminine

Source : Auteur 2010

-Le poids des clientèles :

Les pratiques de mobilité des clientèles en fonction de leur appartenance à l'un de ces groupes, résidents permanents, semi-résidents et touristes. Deux types dominants de mobilité peuvent être identifiés :

Le premier type, placé sous le signe de la mobilité individuelle motorisée, concerne les résidents permanents et semi permanents qui effectuent majoritairement leurs migrations hebdomadaires d'achats.

Le seconde type de mobilité, basé sur le binôme « transport collectifs motorisés de surface-marche à pied » ou « taxi individuels- marche à pied », reste caractéristiques des comportements des arrivistes. (Voir annexe n° 07)

Selon notre enquête, on peut déduire des pourcentages approximatifs des clients qui fréquentent le souk pour voir leur origine, selon le tableau n° 30 et la carte n° 24

Tableau n° 30: Les moyens de déplacement au souk

Moyen de déplacement	Pourcentages
Mécaniques privés	50
Transport commun	70
Pédestre	25

Source : Enquête personnelle 2010

On remarquera que le pourcentage d'utilisation des moyens mécaniques (privés, communs) est élevé par rapport aux autres moyens, cela reflète la provenance de la population des acheteurs des régions environnantes.

Tableau n° 31 : L'aire de chalandise de la ville d'Arris

Lieu de résidence	La provenance %
Arris ville	42
Tighanimine	13
Ichemoul	13
Compagnes d'Arris	20
Ghassira, Tkout, Inoughissen, Foum Toub,	6
Manaâ, Bouzina	3
Batna	1
M'ziraâ	2

Source : Enquête personnelle 2010

On peut aussi déduire certains pourcentages qui concernent ''le lieu de résidence'' des acheteurs, les résultats acquis par l'enquête désignent que 50% des acheteurs viennent de la compagne (Afra, Bacha, Tibhirine, Dachrat Ouled Moussa,…), et 45% des acheteurs viennent des différents quartiers et des Dachrats de la ville d'Arris.

On peut constater que le grand pourcentage de ces derniers concerne la Dachra de M'zata où se tient le souk.

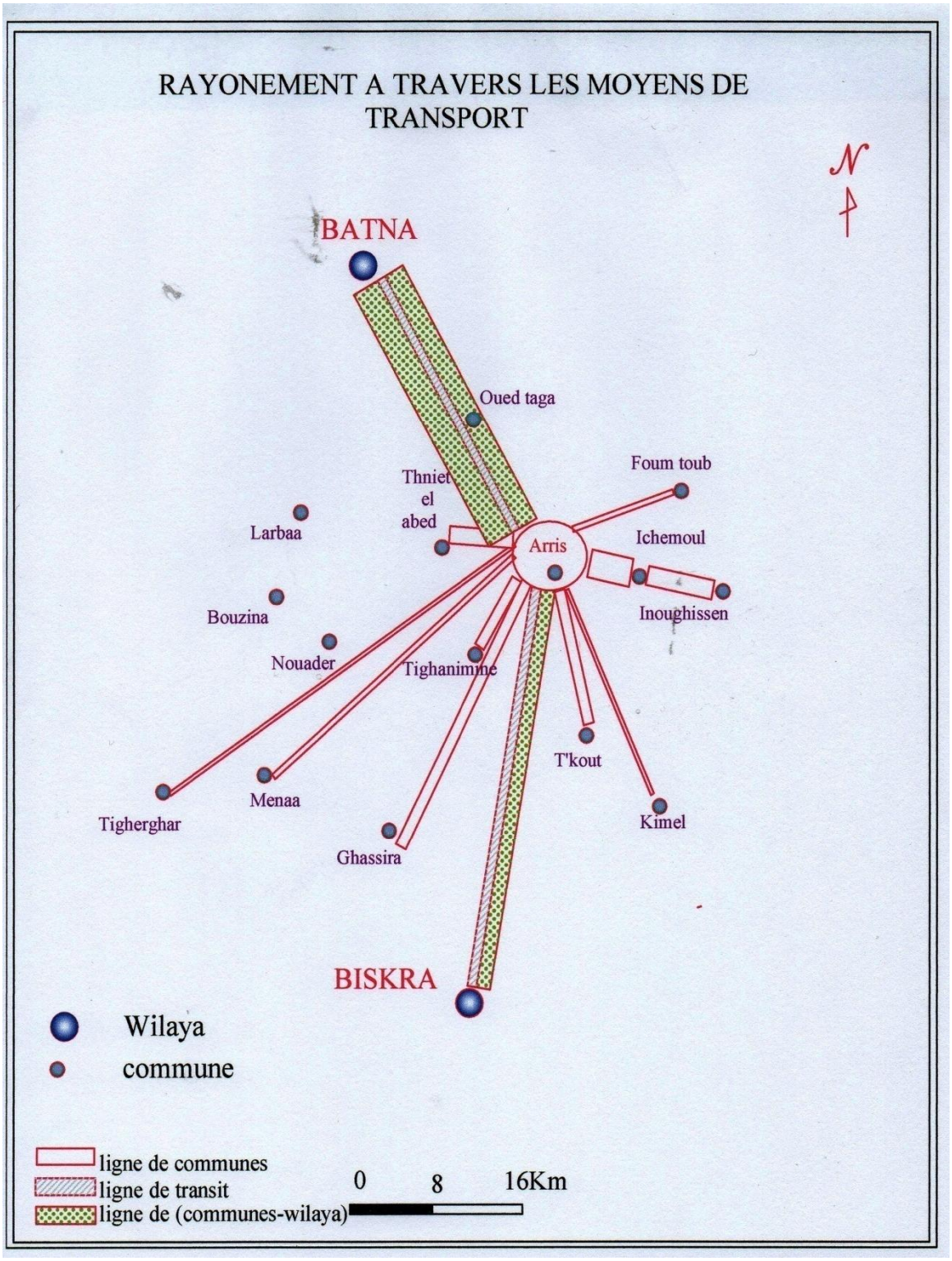
La clientèle des souks permet donc d'appréhender une idée sur la société Arrissoise.

A propos des interactions entre vendeurs et clients, il convient en premier lieu de signaler que dans le souk, les échanges concernent exclusivement de la vente au détail. La vente est

directe, sans utilisation de Dellâl (Vendeur ambulant) et des fois des enchères sont pratiquées. (Voir photo en annexe n° 07)

Un questionnaire auprès des moyens de transport entre communes et entre la commune et autres wilayat a été effectué afin de déterminer les flux des voyageurs vers le souk des régions de résidence.

Carte n° 24 : Rayonnement à travers les moyens de transport



Source : Enquête personnelle 2010

On a constaté que le jour connait une mobilité remarquable des gens qui le fréquentent, notamment ceux venant des zones limitrophes situant sur l'axe Arris/Batna, ainsi que l'axe Arris/Biskra. Le constat est valable pour la ligne intercommunale Arris/Ichemoul. (Voir carte n° 24)

Selon les résultats de l'enquête, on a constaté que le souk de la ville d'Arris desserve une variété de population soit interne ou externe (les zones voisines).

Par l'analyse de l'activité commerciale et l'espace du souk de la ville d'Arris, on peut arriver à déterminer divers indices qui font de l'espace du souk un élément attractif dans la ville.

I-3-6- 4- Les indices de l'attractivité du souk

a. L'historique :

Comme on a montré avant, le souk d'Arris a une épaisseur historique qui s'insère dans l'histoire de la région et dans la mémoire des personne âgées qui ont vécu ses débuts où le souk exprimait réellement l'identité de la société et son mode de vie à partir des produits exposés à la vente, s'ajoute aussi les affaires effectuées pendant le jour du souk. Dont on peut comprendre le système politique et social d'une société.

D'après notre enquête, on a ressorti un pourcentage de 40,5% des personnes qui fréquentent le souk pour des raisons qui ont rapport avec leur caractère traditionnel et historique. Il apparaît que cette structure commerciale constitue dans l'imaginaire du client un centre symbolique de l'histoire et du patrimoine de la région).

b. La position par rapport à la ville

Le souk a une position excentrique par rapport à la ville, il est à distance de 03 Km du centre-ville, mais il s'insère dans un endroit desservi par un important axe mécanique (la route nationale N31) et qui est un point de liaison entre la ville et d'autres communes (Tighanimine, THniet el Abed, Foum Toub, Ichemoul,..) et wilayat (Batna et Biskra). (Voir figure n° 29)

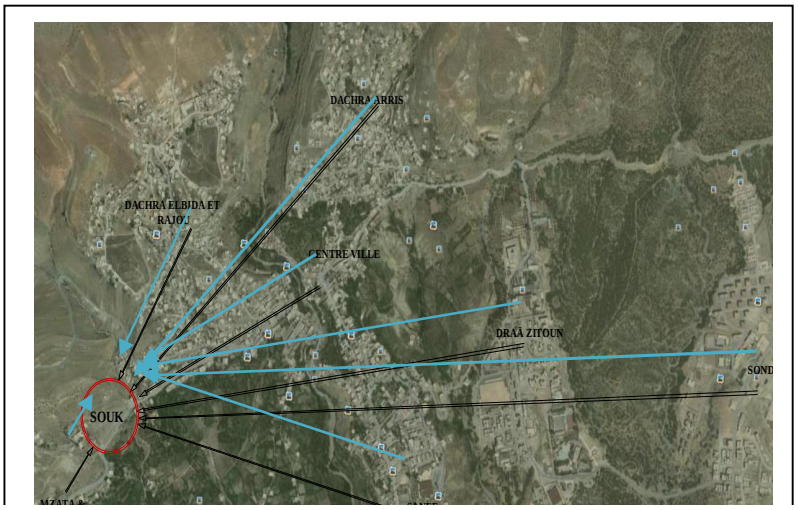
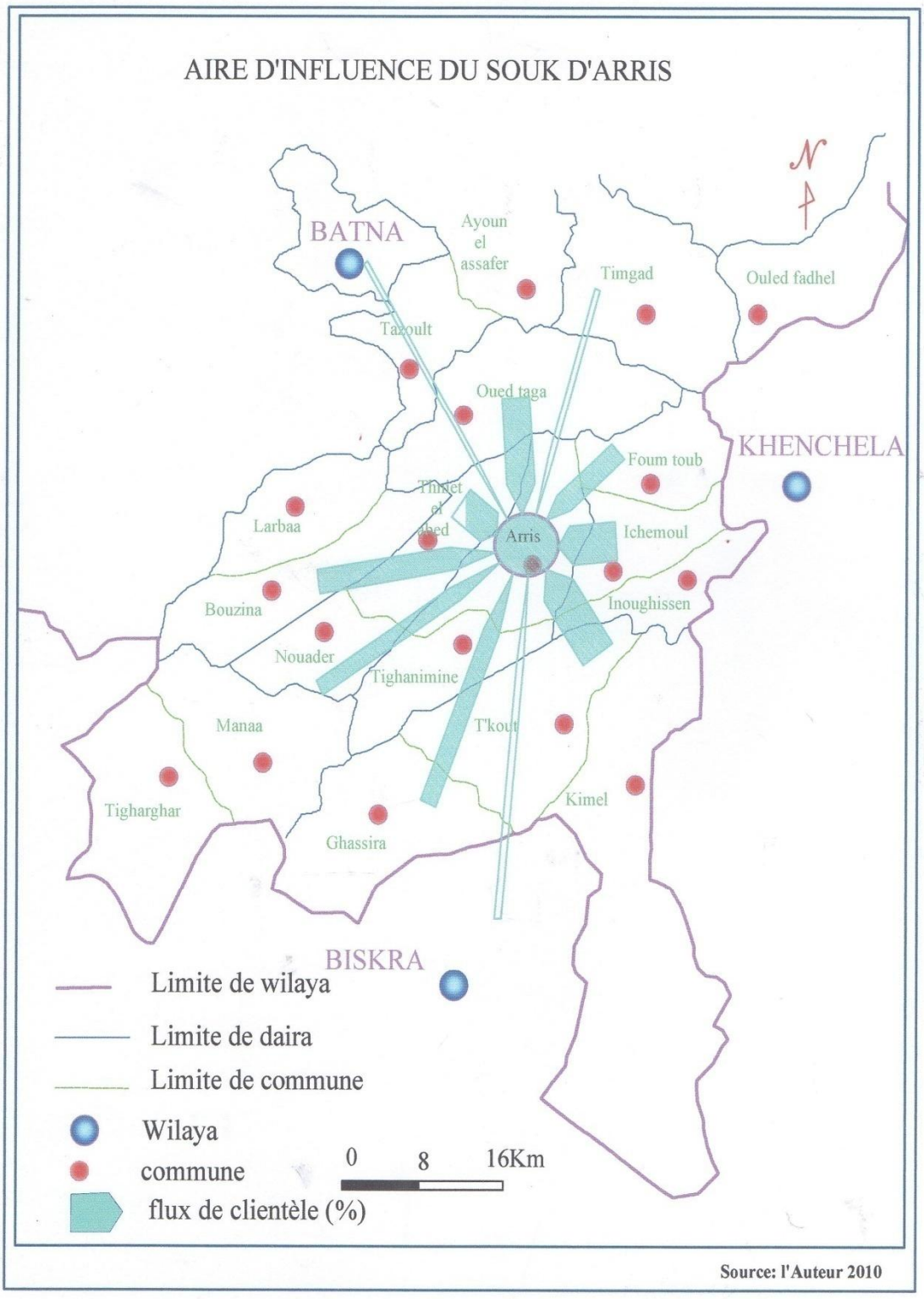


Fig. n° 29 : Schéma de convergence des environs vers la localité de M'zata

Carte n° 25 : L’attractivité de la ville d’Arris des populations avoisine



Source: l'Auteur 2010

Cette situation exprime le même phénomène qui a décrit Jean François Troin dans ses études sur les souks ruraux au Maroc où il a parlé sur le rôle du souk comme « point de rassemblement central pour la population rurale périphérique ».[1]

W. Christaller, dans les années trente a développé une théorie de centralité qui repose sur l'attractivité d'un lieu sur son environnement immédiat. « Le centre doit disposer d'une capacité d'attraction et de rayonnement sur une périphérie, du faite de la forte concentration de fonctions. C'est une théorie qui s'appuie essentiellement sur le faite que la ville constitue un grand centre de tri et de distribution des produits pour une population utilisatrice se trouvant en périphérie ».[2]

Ici les centres sont hiérarchisés par deux facteurs : le facteur distance et le facteur coût. Enfin il faut disposer de biens et services se font de manière à satisfaire le plus de clientèle possible et à moindre coûts. « La distribution des points où se localise l'offre est commandée par l'existence d'une portée limite des biens : voilà les bases de la théorie des lieux centraux établies »[3].

Nicolas Le Brun écrit : « la centralité est une variable continue avec un potentiel mesuré ». Elle est définie par rapport à son apparence, sa capacité, à fédérer un territoire. La centralité prend en compte la dimension spatiale avec un rôle fort de la mobilité mais également les dimensions économiques, politiques, démographiques et culturelle. De la théorie des lieux centraux à celle des noyaux multiples, il existe différents types de centralité allant du commercial à la communication en passant par le symbolique. ».[4]

Selon l'idée de J-F Troin et les théories de Abdoul Aziz Diop sur les centralités de Dakar, on peut comprendre que c'est le règne de *la centralité sociale* qui a comme unique caractéristique et rôle la concentration humaine dans les quartiers ou les villages. (voir carte n° 25)

c. La marchandise :

Dans les souks ruraux en plein air la façon de vente du produit constitue un facteur d'attraction de la clientèle, la marchandise est exposée d'une manière à donner un envie de la toucher, la gouter et puis l'acheter. Sur ces souks, la marchandise est plus valorisée car elle est naturelle, dont on sait d'où elle vient. (Voir photo en annexe n° 07)

On peut rappeler certains résultats de notre enquête qui déterminent le pourcentage des clients qui fréquentent le souk pour des raisons de la qualité naturelle des produits (47%) et de manière de les exposer (75%). Pour cela, le souk constitue pour la population de la ville et les régions environnantes un espace attractif où se rassemble toutes les catégories d'âge, de niveau d'apprentissage,…etc.

---

[1] Jean-François Troin, « L es souks marocains »
[2] Abdoul Aziz Diop, « quelles centralités pour la ville de Dakar, Sénégal »
[3] Idem
[4] Idem

Photo n° 48 : l'exposition de la marchandise

Source : Auteur 2010

d. Les besoins clients/commerçants :

D'après notre enquête effectuée avec les clients et les commerçants, la question qui traite le sens du souk pour chaque acteur a donné des pourcentages approximatifs interprétant les besoins satisfaisants par le souk pour chaque acteur.

Tableau n° 32 : La signification du souk pour les acteurs

	Clients (%)	Commerçants (%)
Revenues	-	98
Espace social	75	03
S'approvisionner	25	-

Source : Enquête personnelle 2010

Le souk est le centre économique et social au même temps et au même endroit dans un seul jour pour la clientèle. Il est la source des revenues indispensables pour les commerçants c'est pour cela il attire tous ces acteurs.

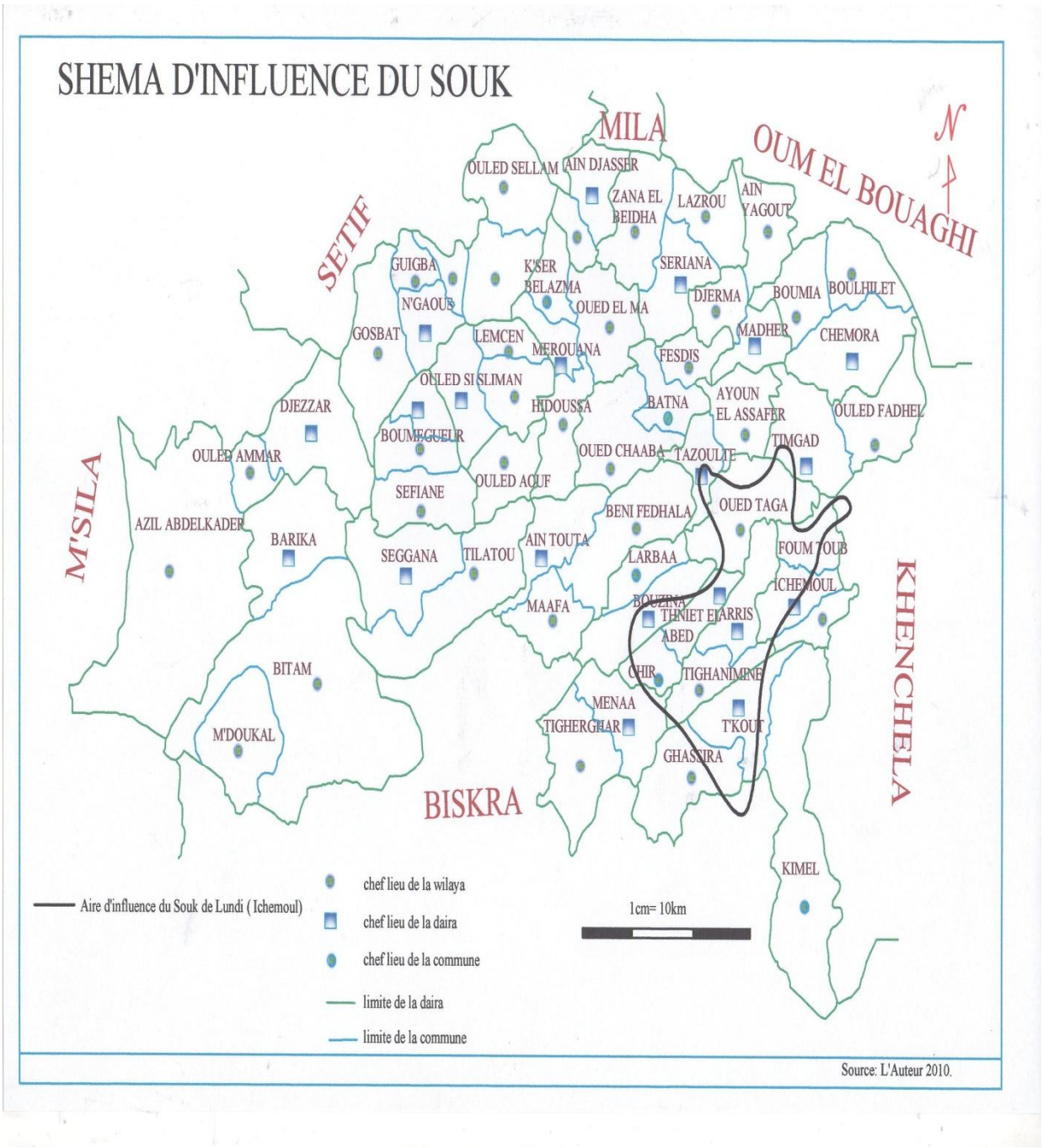
e. Les origines des clients :

D'après les cartes qui représentent la fréquentation du souk par des clients du réseau soukier et l'origine des commerçants, on peut remarquer et tracer les flux qui se convergent vers cet endroit qui se caractérise par une attraction spatiale (regroupe des centaines d'individus et des produits) et fonctionnelle (regroupe les divers rôles du souk)

Selon Jean François Troin, *« le souk est le centre de polarisation »*,[1] où on remarquera la convergence des petits centres (les zones environnantes) surtout les compagnes.

On arrivera à un résultat qui détermine la catégorie à laquelle est destinée la fonction commerciale qui est les ruraux beaucoup plus. On peut aussi faire un schéma d'aire d'influence du souk qui touche plusieurs régions qui ont des limites administratives (Ichemoul, Thniet el Abed, Foum Toub, Oued Taga,). (Voir la carte n°26, et figure n° 30)

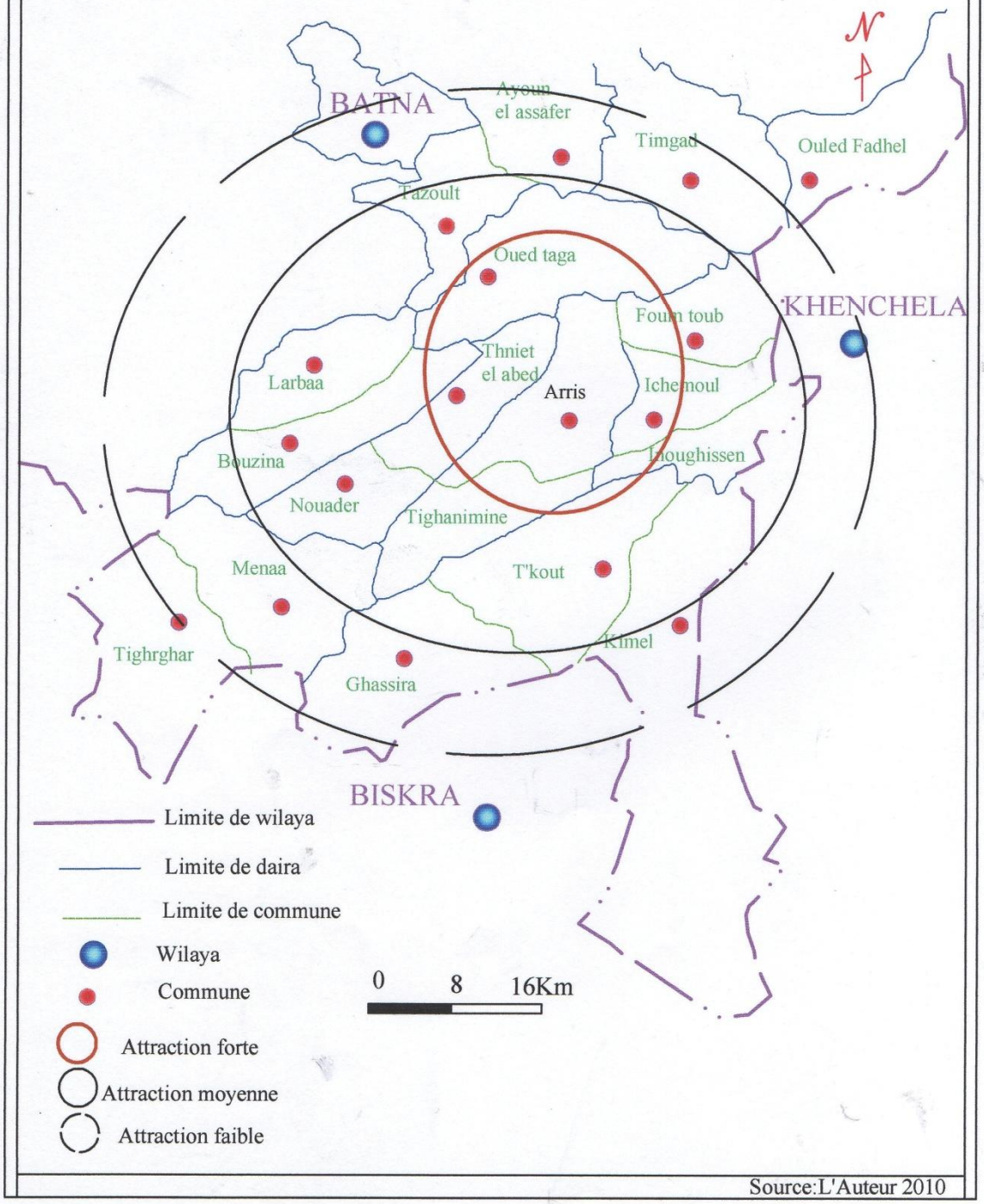
Fig. n° 30 : Schéma d'aire d'influence du souk d'Arris



[1] Jean-François Troin, « L es souks marocains. Marchés ruraux dans la moitié du Nord du Maroc », EDISUD, France, 1975

Carte n°26 : les zones d'influence d'Arris

LES ZONES D'INFLUENCE D'ARRIS



Source:L'Auteur 2010

I- 4- Le réseau soukier :

Notre cas d'étude consiste en un réseau de trois souks situant à Arris, Ichemoul et Timgad. Le marché rural d'Arris s'insère dans un véritable réseau de marchés de tailles très variables qui assurent la commercialisation du bétail, et la desserte des compagnes en produits industriels. Chacun a lieu un jour de la semaine différent du voisin. « Cette périodicité hebdomadaire rythme les compagnes algériennes »[1]. (Voir carte n° 27)

On peut connaître les spécialisations et les caractères originaux de chaque Souk. Nous utilisons également, pour faire cette typologie :

- Le rapport Fellahs commerçants
- Les apports en bétail
- La fréquentation

On peut déterminer 02 types :

- Marchés au bétail (Timgad)
- Petits marchés (Ichemoul, Arris)
- Moyens marchés (Arris)

I- 4- 1- **Rapport Fellah/Commerçants :**

Sur ces marchés, il y a toujours un jour de pointe correspondant au souk hebdomadaire. Les Souks ruraux ont une grande importance dans la vie des compagnes.

Le souk hebdomadaire est un phénomène ancien dans la société arabe et aussi algérienne. Lieu de commerce et d'échanges par excellence, il permet aussi d'assurer la circulation de l'information et d'animer une vie culturelle et sociale.

Les pratiques traditionnelles d'Arris, d'Ichemoul et de Timgad sont l'élevage, l'agriculture, le commerce. L'essentiel des ressources des habitants provenant du commerce, d'emplois salariés, et un peu l'agriculture.

On arrive à trouver que les origines des vendeurs se diffèrent d'un souk à un autre. Timgad et Arris sont assez différents. Le premier doit une grande part de son importance aux ovins qui viennent des montagnes proches et même des hauts plateaux, alors que le seconde est surtout un souk montagneux des caprins et moutons, recevant ce bétail du Sahara, Ouled Fadhal, boulefryes,… Sa position au centre (entre le Sud, l'Est et le Nord) à proximité du carrefour avec la route nationnale RN 31 (Arris-Biskra), (Arris-batna), (Arris-Khenchla) explique l'importance des apports extérieurs. (Voir photo annexe n° 07 : situation/ RN31).

Par contre, à Ichemoul, le souk au bétail connaît un rapide déclin, le marché de distribution des produits industriels le plus important se développe et approvisionne la population de cette agglomération.

[1] Marc COTE, « Pays, Paysage, Paysans d'Algérie », édition Média-Plus, Algérie, p59

Pour arriver aussi à déterminer le caractère de chaque souk, on a opté pour une interview avec les adjudicataires « du souk d'Arris et du Timgad »[1] qui nous ont fournis d'importants renseignements à propos du nombre de billets distribués et le type de l'activité commerciale dominante dans le souk.

Concernant le souk d'Ichemoul on a dépendu sur notre constat sur terrain et les déclarations des responsables de l'APC chargés de la gestion de cet espace de la commune. Le tableau ci-dessous illustre et interprète les informations collectées.

Tableau n° 33 : Le caractère des souks

Souk/caractéristiques	Nbr des commerçants	Légumes (%)	Produits industriels et autres (%)	bétail
Arris	200	70	85	45
Timgad	550	110	160	285
Ichemoul	110	22	83	05

Source : Enquête personnelle 2010

D'après le tableau précédent, on peut trouver que récemment la ville d'Arris est déficitaire en bétail, ce qui influe sur l'activité commerciale du souk où ce type du commerce s'augmente dans certaines occasions (la fête el Aid Kebir, ramadan, Achouraa,…) et pendant certaines saisons (printemps et automne par rapport à l'hiver). Alors que les produits alimentaires (fruits et légumes) existent généralement durant toute l'année, surtout le souk s'approvisionne à partir de diverses sources (les jardins agricoles, les marchés de gros,…).

Le souk d'Arris (le Lundi) tend à être un souk mixte (produits ruraux et industriels), le souk du Timgad (le Mercredi) reste un important souk de bétail dans sa région et même pour les autres agglomérations voisines. On peut trouver d'autres produits ruraux (fruits, légumes, blé, …).

Alors que le souk d'Ichemoul connaît un déclin lent en produits ruraux et tend à être un marché de distribution des produits industriels urbains. Dans les régions à faible densité de population ce n'est pas possible l'existence de grands Souk, ni d'équipement commercial de haut niveau. Dans ces régions l'importance et le privilège de ces Souks continue de jour. Mais la faiblesse des apports ruraux, la concurrence des commerces fixes et des achats à l'extérieur par les habitants et l'apparition d'autres marchés à caractère commercial expliquent leur perte d'importance relative. (Voir les photos annexes N° 07).

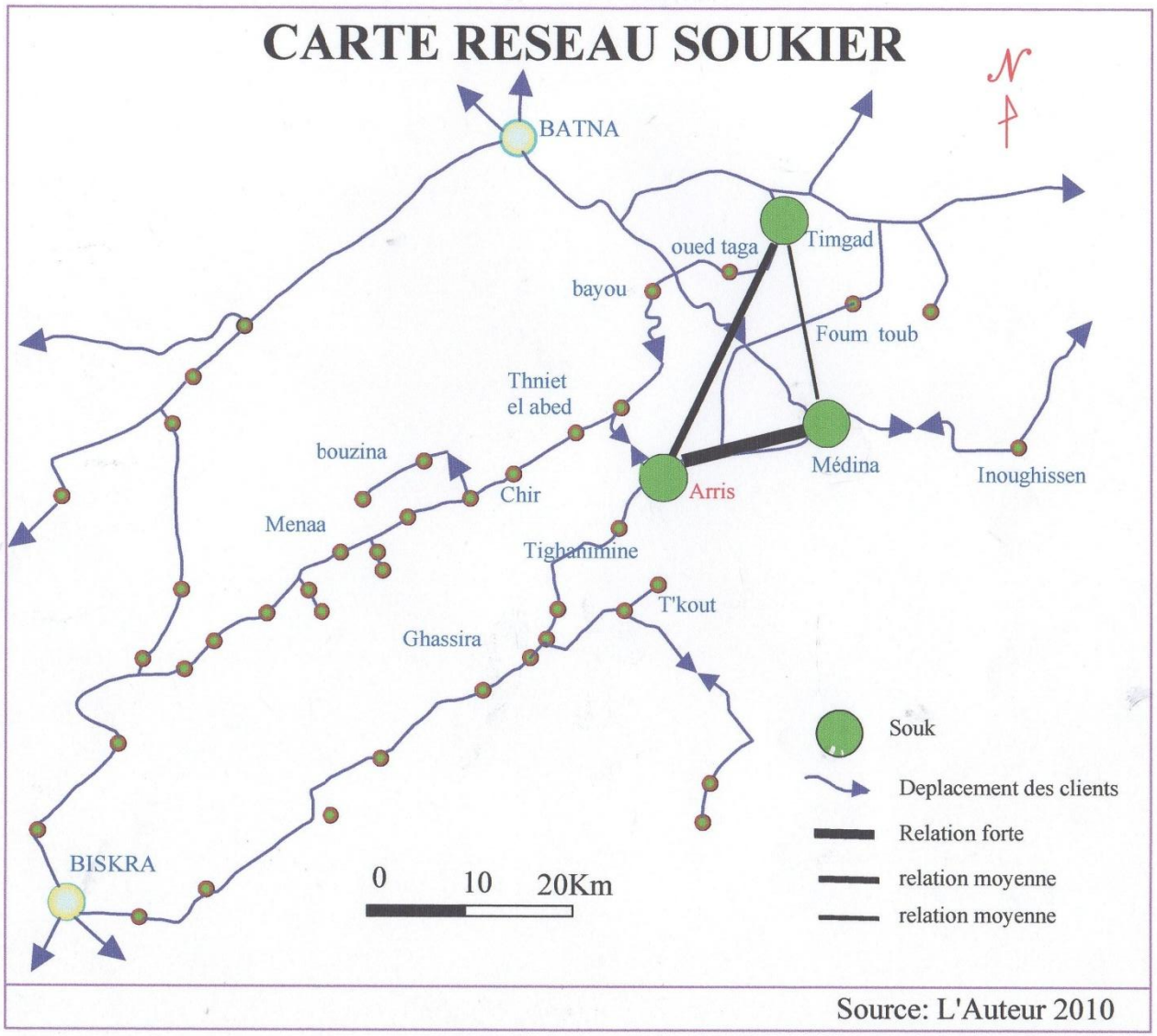
Parmi les causes du déclin on peut citer :

- « La colonisation, la guerre de libération et leur conséquences ont profondément désorganisé les compagnes algériennes »[2].

[1] Le système de gestion du souk d'Ichemoul est effectué par l'APC
[2] Jean Jacque FONTAINE, les souks de Béjaia, p179

- Les revenus extra agricoles se sont donc développés de même que les habitudes de consommation et d'achat ont changé, entraînant donc un déséquilibre entre les besoins. Cependant, les Souks et notamment les plus grands ont un rôle important pour certains créneaux.

Carte n° 27 : Le réseau soukier


CARTE RESEAU SOUKIER
N
BATNA
Timgad
oued taga
bayou
Foum toub
Thniet
el abed
bouzina
Chir
Arris
Médina
Inoughissen
Menaa
Tighanimine
T'kout
Ghassira
BISKRA
0
10
20Km
Souk
Deplacement des clients
Relation forte
relation moyenne
relation moyenne
Source: L'Auteur 2010

La carte n° 27 du réseau soukier représente le champ relationnel des trois souks étudiés. Ce qui crée ces relations c'est les déplacements (la mobilité) des clients et des commerçants entre ces souks dans le contexte spatio-temporel en créant des mouvements récurrents et de va et vient en traçant des trajectoires d'une pendule. On peut les déterminer comme ***des mouvements pendulaires.*** (voir fig. n°31)

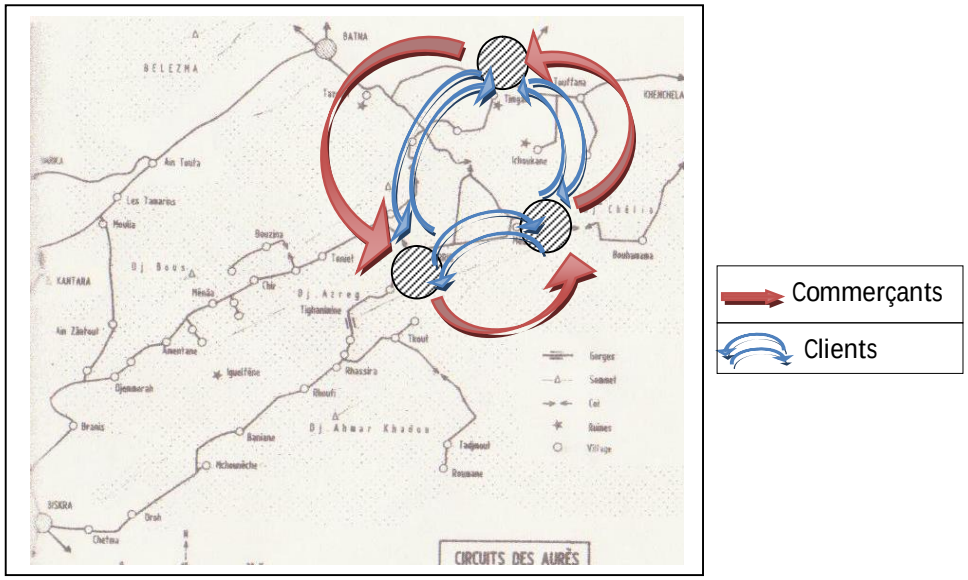


Fig. n° 31 : schéma de la configuration du réseau soukier

Un aperçu sur les déplacements et la mobilité des vendeurs et des marchandises dans les souks de la région à travers le temps, nous permet de constater que ces souks constituent ce qu'on peut appeler "un réseau soukier", où les vendeurs se déplacent d'un souk à un autre durant les jours de la semaine. On trouve ces vendeurs le jour de Lundi au souk d'Arris, le jour du Mardi au souk d'Ichemoul, après il se trouvera au souk du Mercredi à Timgad. Même chose pour la marchandise vendues et notamment la production locale propre à chaque région (spécifique), dont elle se vende par exemple à Arris après elle sera vendue à un autre vendeur au souk du Timgad.

Cette mobilité spécifique aux vendeurs et aux marchandises vise à renforcer la dépendance entre ces souks formant ce réseau. Ce dernier se compense plus par la mobilité des clients supposée entre les souks malgré sa diminution réellement.

I-5-La place du souk d'Arris dans le réseau de marchés environnants :

Le montant de l'adjudication fournit une première approximation de l'importance de souks et permet de situer les marchés les une par rapport aux autres d'en connaître l'évolution.

La ville d'Arris n'a pas de grands souks, le plus important avait une adjudication voisine de **2652500.00 DA en 2011** qui est le souk hebdomadaire du Lundi et le souk quotidien situé à la Z.H.U.N.

I-6-La fréquentation des Souks :

Elles s'étendent généralement sur une commune et ou une portion de commune. Des différences notables existent selon les Souks, les aires de chalandise peuvent être jointive, par contre elles se recoupent par fois de manière assez importante. Cela peut être expliqué par :

- L'infrastructure commerciale (fixe ou foraine)
- La géographie
- La topographie (nature montagnarde) qui commande les liaisons

La facilité des relations avec les communes voisines Tighanimine, oued Abdi…., explique l'attraction que ce Souk sur les populations de ces communes qui par ailleurs n'ont pas de Souk (ou un Souk négligeable comme Tighanimine) et des infrastructures commerciales faibles.

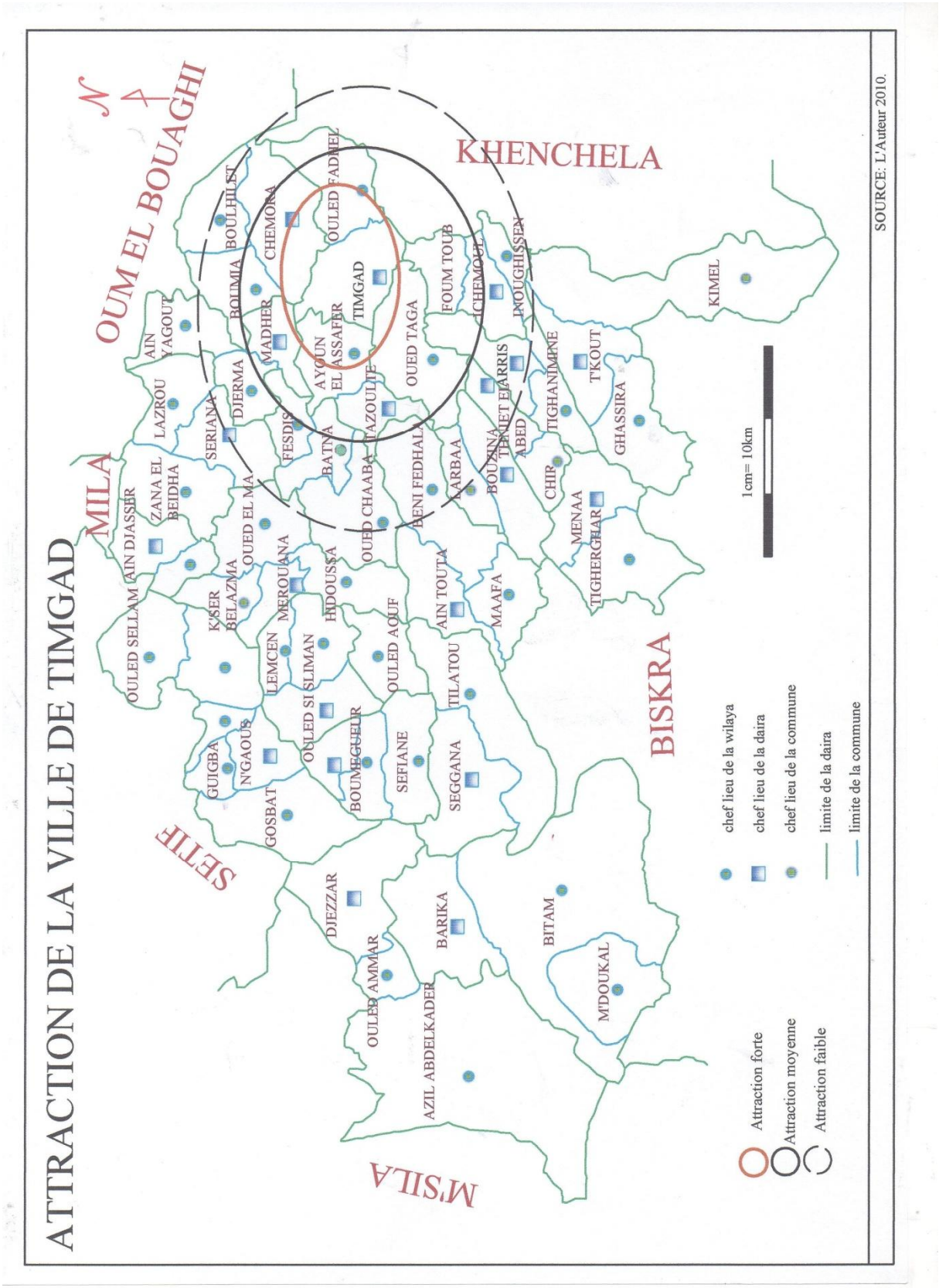
La facilité de communication dans la région d'oued Labiod et la proximité (moins de 20 km) expliquent l'interpénétration des aires de chalandise de Souks d'Arris et Ichemoul.

Le Souk d'Arris en position excentrique par rapport au centre ville attire principalement des habitants des régions proches (Oued Abdi, Tighanimine,Sahara,….), par contre un nombre important des gens d'Arris vont à Ichemoul et dans la commune voisine , Outre des raisons de proximité. Il s'agit avant tout, d'une solidarité ancienne, d'origine traditionnelle qui explique également l'interpénétration des zones de chalandise de ces Souk. On peut dire que les déplacements humains ne sont pas commandés par les limites administratives.

L'aire de chalandise de Souk de Timgad touche la commune et il peut s'étendre sur divers communes sur « plus de 45 km ».[1] (Voir carte n° 28)

[1] Interview avec des personnes âgées de cas d'étude

La carte n° 28 : Les aires d'influence du Timgad



I-7- La desserte des Souks par les commerçants

Pour connaître les déplacements des Soukiers et leur fréquence, nous avons procédé à une enquête auprès de l'ensemble des personnes exerçant une activité sur le Souk. Nous avons pu obtenir 70 % de reponses exploitables pour le nombre des Souks fréquentés et un peu plus pour domicile 15%, nous avons ainsi pu connaître le nombre de marchés fréquentés par chacun des Soukiers et son domicile. (Voir le tableau n° 8 en annexe n° 01)

I-7- 1-La fréquentation des Souk par les commerçants :

Plus de 7 % des commerçants vont qu'à un seul marché mais ils représentent moins de 5% des points de vente Soukiers. Ce sont souvent des commerçants du village même qui installent un étal sur le marché afin d'augmenter leurs ventes.

On trouve également quelques commerçants ambulants occasionnels qui ne fréquentent qu'un seul Souk, ce sont donc les commerçants restants que l'on peut réellement qualifier de « soukiers » car ce sont eux qui se déplacent de marché en marché. En moyenne, chacun fréquente 03ou 04 Souks environs.

Généralement ce sont les commerçants des habillements et des équipements domestiques et les grands maquignons qui fréquentent un nombre important des Souks.

I-7- 2-Le rayonnement des commerçants forains :

Nous avons déterminé le domicile et donc les mouvements de 72 Soukiers.

L'enquête donne la répartition des mouvements issus 23 centres de résidence selon le type de desserte. L'importance de desserte lointaine liée au grand nombre des commerçants résidant à l'extérieur de la région. La desserte à moyenne distance est importante liée à la faiblesse de la desserte locale.

I-8 - La dépendance dans le domaine de l'approvisionnement :

On va s'intéresser aux données des principaux groupes de produits commercialisés par le circuit des Souks.

I-8-1-Le bétail

Selon le service de DDA, la ville d'Arris est un peu déficitaire en bétail. (Voir annexe n° 01)

De nombreux ovins et caprins proviennent de l'extérieur de la ville et quelques chèvres du Sahara renforcent la production locale. La provenance du bétail est variable. Diverses régions semblent s'approvisionner de la ville.

I-8-2-Autres produits ruraux

En matière de fruits et légumes, les différents souks sont approvisionnés par les marchés de gros avec un pourcentage de 95%, alors que la production locale ne suffise pas afin de satisfaire les besoins de chaque souk, car la récolte dépend du climat et de la saison et elle est généralement de petites quantités et par fois rares.

Selon l'enquête effectuée auprès des commerçants, ils ont répondu que la source de l'approvisionnement se diffère entre les marchés de gros et les fellahs. Le tableau ci-dessous montre les sources d'approvisionnement :

Tableau n° 34: Les sources d'approvisionnement du souk d'Arris

Type du commerce	Source (%)	
	Marché	Local
Bétails	70	30
Produits agricoles	65	35
Habillements	100	-
Produits industriels	100	-
Artisanat	82	08

Source : Enquête personnelle 2010

On peut déduire que ces opérations d'échanges (approvisionnement et distribution) permettent une mobilité de marchandises et d'individus, le souk exprime une exceptionnelle interaction entre intérieur et extérieur de telle agglomération (la communication) entre clients et commerçants (échange économique par la monnaie et rarement par le troc) et surtout entre les clients eux-mêmes (échange social) (voir annexe n° 07) où le souk constitue une occasion indispensable des rencontres sociales, des mouvements de marchandises (importées et locales) et des déplacements d'individus vers les zones marchandes.

La dépendance de chaque souk est importante, dont la majorité des produits alimentaires, non alimentaires et le bétail viennent de l'extérieur, principalement de marchés de gros et à partir des serres du Sahara et autres régions qui disposent des jardins agricoles (Tighanimine, Tibhirine, Bacha, Dachrat Ouled Moussa, Inoughissen). On trouvera par fois des camions des légumes et fruits qui viennent des zones lointaines.

Mais il faut noter le rôle de chaque zone (Arris, Ichemoul, Timgad) dans le ravitaillement de leurs souks (surtout les légumes et les fruits locaux, les plants à repiquer et faiblement le bétail).

Ces Souks constituent un réel réseau de distribution des produits agricoles en premier point dans la région d'Arris, Ichemoul, Timgad, et aussi un point de distribution des produits industriels pour chaque population.

Le souk est un espace (équipement) qui appartient à la commune, celle-ci loue le droit de son exploitation annuellement selon une procédure d'adjudication publique au plus disant. Le montant de l'adjudication est l'indicateur fiable qui détermine l'importance des souks de ce fait, l'évolution du montant de l'adjudication est très significative de l'importance de l'activité commerciale.

Le marché de Timgad présente un réel pôle régional quant à la vente aux enchères de bétail et les échanges entre ruraux et sédentaires.

La valeur de l'adjudication nous permet de déterminer trois niveaux de souks :

- Le grand souk (le mentant de l'adjudication est compris entre (932.000 DA en 1987 et 9.000.000 DA en 2010).
- Le souk moyen (le montant de l'adjudication est compris entre (675.000.00 DA en 1993 et 2.152.500.00DA en 2011).

La variation du montant de l'adjudication entre l'année 1993 et 2011 fait apparaître des évolutions différentes. Dont on peut classer ces souks en deux groupes :

-les souks dont la valeur de l'adjudication a nettement augmenté.

- les souks dont la valeur de l'adjudication a faiblement augmenté.

Tableau n° 35 : L'évolution de l'adjudication du souk d'Arris

Année	Prix de location du souk	Prix de location d'abattoir	Prix de location du souk+abattoir
1993	675.000.00DA		
1994	533.400.00DA	266.700.00DA	800.100.00DA
1995	553.333.00DA	322.778.16DA	830.000.00DA
1996	710.000.00DA	170.000.00DA	880.000.00DA
1997	740.000.00DA	170.000.00DA	910.000.00DA
1998	1.095.000.00DA	210.000.00DA	
1999	820.000.00DA		1200.000.00DA
2005	2.200.000.00DA	500.000.00DA	
2006	1.890.000.00DA	350.000.00DA	
2007	1.930.000.00DA	370.000.00DA	
2008	1.960.000.00DA	380.000.00DA	
2011	2.152.500.00DA	400.000.00DA	

Source : Service des Finances de l'APC-Arris

Le tableau indique clairement une progression peu importante du montant d'adjudication. Ceci traduit la concurrence entre les adjudicataires.

I-9- Développement l'activité commerciale du Souk actuellement :

L'activité commerciale du souk Lathnine a devenu moins importante par rapport au passé (les premiers temps de son activité) pour mieux comprendre et confirmer ce constat signalé en hypothèse nous avons mené une enquête sur terrain afin de connaître les acteurs du Souk (commerçants, clientèle, marchandises et leurs origines).

Cette enquête un peu difficile, ne peut être réellement exhaustive, vue la sensibilité de l'activité du souk due aux variations climatiques, saisonnières qui stimulent la fréquentation du souk et la consommation (rentrée scolaire, fêtes religieuses, saison de labour, fruits….), mais ces évènements restent sporadiques, (quelques semaines par an)

L'une des explications de la régression de l'activité des Souk de la région (Arris, Ichemoul, Timgad) c'est la faiblesse des apports ruraux, et l'apparition de nouveaux marchés à caractère commercial urbain qui est en état de concurrence avec les souks anciens existants. Ces souks anciens sont avant tout des marchés d'approvisionnement où une population nombreuse, vient de faire ses courses ou tout au moins de ses courses, le reste se faisant au centre ville.

I-10-Facteurs de régression de l'activité de souk Lathnin :

Initialement le souk est hebdomadaire, il se déroule chaque lundi, il est le lieu où se rencontrent les ruraux et les citadins La marchandise principale qui mobilise le marché c'est bien que le bétail, vue la dominance de l'élevage dans les Dechrat et autres agglomérations environnantes de la ville d'Arris (Tighanimine, Afra, Tibhirine, Bacha,...).

Mais on constate un recul et une décroissance de l'activité de ce marché par rapport au début, cela s'explique par :

- La régression de la production et aussi de la population qui pratique l'agriculture et l'élevage.
- Existence et propagation rapide des boutiques commerciales qui offrent aux habitants les produits de consommation divers (vêtements, meubles,..)
- Apparition des Souks à caractères commercial dans la ville (marché Arbaâ) qui attire un nombre plus de clientèle et de commerçants.
- La régression du produit de bétail dont il reste quelques marchés de gros et certaines compagnes qui fournissent ce marché en bétail (boulafrayes, Timgad,..)

La faiblesse de la branche artisanale rurale ne signifie pas son inexistence, l'artisanat subsiste pour la production des éléments et d'objet usuels (poterie, sparterie, tissage), mais seule une petite partie négligeable est commercialisée en dehors de la famille.

Aux environ de l'année 2003, les endroits sur lesquels le marché Larbaâ s'implante est un site public qui accueille généralement des marchés spontanés. Cela a constitué une garantie pour l'APC qui considère l'emplacement du marché un lieu stratégique s'il existe un marché spontané, c'est qu'il y'a une demande et donc une clientèle. Les commerçants sont relogés sur un autre site qui est déterminée par l'APC et retiré moyennement par rapport aux logements.

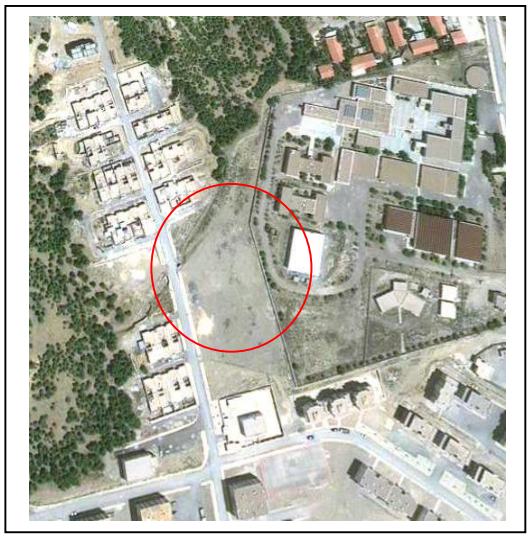


Photo n° 49 : La 1ère localisation du marché

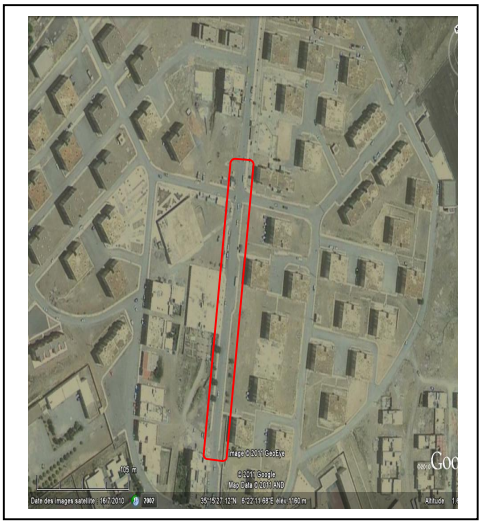


Photo n° 50:La 2ème localisation du marché

Source : google earth

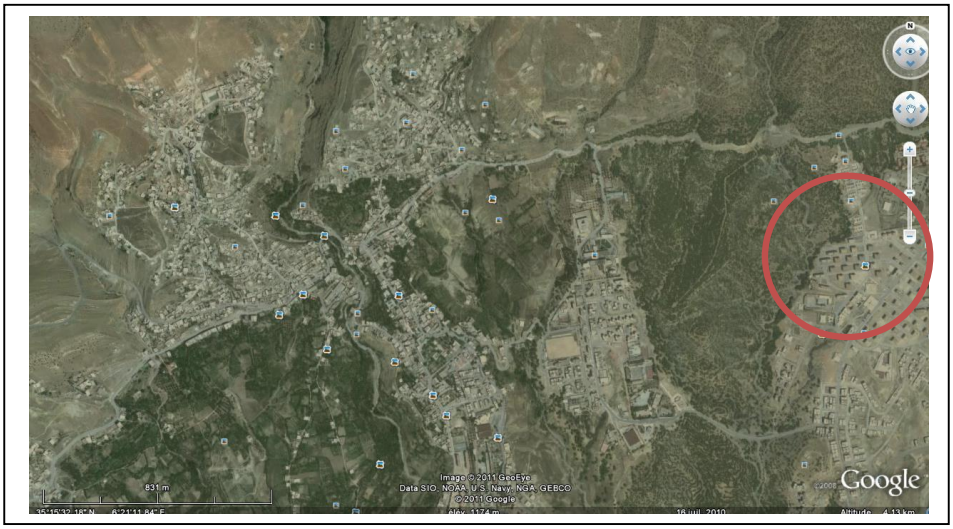


Photo n°51 : L'implantation actuelle du marché de Mercredi (à la Z.U.H.N)

Source : google earth

A Arris le marché Larbaâ pourrait devenir le concurrent d'après l'enquête établie sur Souk Lathnin 70 % préfère d'allait au marché Larbaâ, cette concurrence permet une redynamisation du quartier et des territoires environnants.

On connaît les relations complexes entre les caractéristiques urbains et les caractéristiques sociales, elles sont étroitement imbriquées, il faut donc développer des réels partenariats, favoriser une démarche participative autour du projet du marché et coordonner les actions partenaires.

La municipalité a soulevé les problèmes provoqués par l'emplacement du souk au milieu des logements de la cité 1er Novembre 1954. Elle a procédé à des correspondances par le Wali et le directeur du commerce de Batna en demandant le transfert du site de l'espace du souk vu les problèmes sociaux et ceux de la circulation mécanique qu'elle provoque l'activité du souk.

En 2005, les autorités de l'APC ont décédé de transférer l'endroit du souk vers la partie Ouest du lycée technique de la Z.H.U.N.

Les procédures d'élaborer l'arrêté du transfert et d'aménager le nouveau endroit du souk ont pris une longue durée. C'est jusqu'à l'année 2009 que le souk avait son nouvel emplacement.

Photo n° 52 : Vue sur le marché de Mercredi à Arris

Source : Auteur 2010

Depuis e la clientèle que se soit locale ou celle qui vient des autres agglomérations voisines. Ce nouveau souk a devenu le concurrent par excellence de l'ancien souk (Lathnine).[1] Il se tient tous les Samedi, Dimanche, Mercredi[2], c'est un souk mixte qui regroupe une large gamme de produits industriels, alimentaires, il est d'un caractère commercial, il est destinée à toutes les catégories (enfants, jeunes, adultes, vieux) que se soit hommes (40%) ou femmes (60%). (Voir photo annexe N° O7)

[1] Enquête effectuée auprès des transporteurs des clients au niveau urbain.

[2] Il est défini dans l'arrêté du Wali de Batna en 2000 comme un marché quotidien mais les commerçants le fréquentent uniquement trois fois par semaine.

Même pour les commerçants, ils sont de diverses origines (Batna, Ferjioua, Sahara, Ain Fakroun,…), et ils pratiquent des différentes activités commerciales (vente des produits alimentaires, de vêtements, d'ustensiles). La marchandise vient des autres gros marchés nationaux (Tajenanet, Eulma, Ain Beida,…).

Ce souk constitue une autre véritable centralité pour la zone d'habitat urbaine nouvelle et pour la ville d'Arris, car il regroupe les gens et les marchandises venant des différents lieux dans un seul espace et un seul moment.

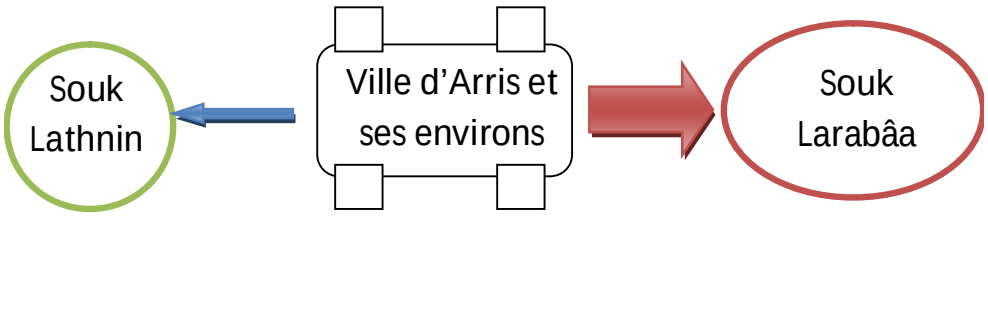


Fig. n° 32 : La comparaison des flux des deux souk

Vu les problèmes qui a provoqué le souk sur le paysage urbain (déchets, circulation encombrée) et sur le côté social (nuisances, agression, éthique), s'ajoute aussi son caractère commercial qui le délaisse son identité. Cet espace ne se dispose pas aux valeurs qui touchent la durabilité (sociales, culturelles, éthique).

I-11- Continuité du commerce soukier (à caractère traditionnel) dans la ville d'Arris :

Le souk était autrefois le seul lieu privilégié des échanges entre ruraux et entre citadins et ruraux. Le souk est une réalité complexe mouvante, difficile à saisir, dont les sources de connaissance sont rare fragmentaires, voire discutables, d'autre part. Ces marchés ont une taille et une activité très variable (de quelques commerçants à plusieurs centaines, de quelques têtes de bétail à plusieurs milliers).

L'importance du marché, du point de vue du nombre de commerçants est donc à géométrie variable du fait de la présence des commerçants informels, mais aussi du point de vue de l'organisation spatiale. En effet, certains jours de la semaine, les marchés peuvent agrandir l'espace de vente initial. C'est le cas du marché de Lundi aux occasions de l'Aaid Lakbir.

L'enquête nous a offert des importantes informations d'une réalité concernant la continuité de l'activité soukière dans une agglomération. Dont plus de 50% des personnes interrogées ont exprimé leur espérance et leur besoin de continuité de cette activité, et de la nécessité d'existence de cet espace dans la ville et/ou la société.

D'après l'interview fait avec certaines personnes très âgées, on peut ressortir quelques facteurs de continuité de cette activité soukière dans la société. Parmi ces facteurs : le poids et la fidélité de la clientèle, et aussi le produit qui identifie le patrimoine

I-12- La dynamique de Souk :

Afin de montrer cette nécessité, on peut déterminer certaines interactions entre le souk et les différents agents (individu, société, ville et administration).

I-12-1-Souk société :

L'institution du marché chez le Chaoui de l'Aurès ne remplissait pas seulement, la fonction commerciale, mais constituait également et surtout un endroit de rencontre pour les montagnards séquestrés le reste du temps dans leurs hameaux. Ceci était rendu possible grâce au souk généralement hebdomadaire se tenant en un point situé à égale distance d'un certain nombre de hameaux ou prés d'une agglomération assez importante, pour pouvoir attirer les gens de la région.

Il permettait non seulement les échanges de biens mais aussi de nouvelles et le jour du marché devenait un *événement* social que l'on préparait à l'avance et auquel on tenait à participer.

D'après l'enquête effectuée, on a trouvé que **45 %** des clients qui fréquentent le souk représentent la dominance de catégorie vieillarde, **31%** des adultes et **19 %** des jeunes et **5%** des enfants, cela explique que l'activité soukière a été remplacé par les services des autres formes des commerces (boutiques, superettes,…), « alors que les vieux et surtout durant mon discours avec ces gens, on a compris et confirmé que ces gens ne ratent pas l'occasion de ce jour et l'attend avec impatience et portent une image symbolique dans leur imaginaire sur l'espace ''Souk'' et l'activité ''soukière'' où plusieurs actions de plaisir sont offertes, se déplacer, se communiquer, se rencontrer, se transmettre les nouvelles et s'échanger des produits, se régler des affaires. Le Souk est surtout le foyer politique par excellence et le lieu de sociabilité »[1].

Chaque lundi se tient le souk hebdomadaire de la ville d'Arris, l'occasion pour les gens du village et des alentours d'y faire les courses pour la semaine. Il s'agit d'un Souk ancien à caractère traditionnel et rural. Des cars entiers arrivent, des taxis, on trouve tout : légumes, fruits, habillement,…on peut y manger la viande grillée.

Il y a beaucoup de monde, mais l'ambiance est chaleureuse et c'est un plaisir d'ouvrir ses yeux sur tous ces trésors. En zone rurale, le souk est le marché hebdomadaire qui regroupe les membres de diverses agglomérations et tribus pour peindre cet important rendez-vous.

I-12-2 Souk et Ville :

[1] Interview avec Ammi Guerza (habité à M'zata, âgé de 88 ans)

Le souk, est la structure commerciale aussi importante pour la ville d'Arris, d'Ichemoul, et Timgad, il joue différents rôles soient économiques (rentabilité pour la recette, mouvements de marchandises), sociaux (il est le lieu de rencontre entre ville et compagne), culturels (lieux d'échange de tradition, son caractère traditionnel qui garde l'identité de la région.). Il exerce une influence aussi importante sur la ville soit :

- Au niveau commercial (source de richesse et moteur de mobilité des personnes et de marchandises,….)
- Au niveau urbain spatial (organisateur du tissu urbain, point d'attraction de constructions, régler le commerce dans la ville).

Au passé, le souk a été durant une période importante le seul lieu réellement du commerce de la ville. Il se fait que certains commerçants de la ville ont activé dans le souk. On peut dire qu'il existe une certaine complémentarité entre le souk et la boutique, dont les boutiques peuvent exploiter le jour de l'activité du souk pour soit vendre ou s'approvisionner du souk. Le souk a des effets sur d'autres activités commerciales et de services (restaurants, taxi phone, transport,…). (Voir annexe n° 03)

La localisation actuelle du souk a une influence appréciable sur l'espace urbain et la structure même de la ville

- Il est un facteur du sens d'extension des habitations
- Il gêne la circulation

En effet, le souk étant situé sur un axe routier important pour la ville d'Arris, il a mis en évidence l'intérêt de ce lieu pour le commerce. Dont il forme spatialement le lieu de rencontre des différentes localités environnantes de la ville d'Arris.

***Au niveau urbain :**

On peut déduire ce rôle à partir de l'enquête effectuée dont le champ d'attraction du Souk atteint les régions proches et lointaines, il constitue le point de rassemblement de toutes ses populations.

Selon Lakehal (1996), « A fin d'apprécier l'attraction commerciale propre à chaque petite ville nous avons calculé un coefficient issus du rapport entre le nombre d'établissement commerciaux non alimentaires et le nombre d'établissement alimentaires. Plus ce coefficient est supérieur à 1 plus la ville joue en principe un rôle actif dans sa région, dans le cas inverse, cela suppose qu'elle ne rempli qu'une tache de desserte réduite».

Dans les petites villes situées dans la partie centrale et occidentale du tell l'attraction commerciale est plutôt marquée car il s'agit de localité urbaine dont la diversité commerciale est plutôt reposée essentiellement sur les commerces de type non alimentaire. On peut citer la petite Kabylie. L'espace du marché ou le souk s'insère bien dans le tissu urbain dont le marché peut jouer dans l'agglomération le rôle d'un repère dans l'espace et le temps.

***Au niveau de la dynamique des structures commerciales :**

Les marchés ne sont pas les seuls éléments dynamiques de la trame commerciale urbaine, il existe d'autres formes qui sont attractives. L'environnement commercial est diversifié et spécialisé. Les lieux d'échanges dépassent largement les fonctions qui leurs sont ordinairement affectées et la pratique commerciale n'est pas la seule caractéristique des structures commerciale. Le marché est considéré un élément structurant de l'espace géographique (urbain) pour les politiques d'aménagement pour qu'il devient structuré à son tour.

I-12-3- Souk et administration :

La gestion publique des marchés reste la forme la plus commune, que ce soit à Arris, à Timgad ou à Ichemoul. La municipalité taxe les commerçants, ce qui n'est pas négligeable en terme de recettes (2152500.00 DA à Arris en 2010). Dans le cadre d'une gestion publique, c'est la collectivité publique, avec ses propres moyens en personnel et financier, qui gère le marché.

Selon l'enquête effectuée concernant les commerçants, un pourcentage **de 90%** annoncent que le déficit du souk en matière des équipements et des aménagements et assurent leur responsabilité d'entretenir l'espace occupé par chacun d'eux.

La gestion de la circulation publique constitue la préoccupation majeure de l'autorité locale et notamment la sécurité chargée «d'organiser les flux de circulations. Dont le jour du souk des procédures spéciales seront effectuées afin d'assurer la bonne gestion de l'activité »[1]
La gestion des déchets (selon l'interview et le questionnaire auprès des commerçants) les activités au sein du souk préservent la propreté de l'endroit et l'aspect agréable de l'espace souk tout en répondant à la dimension environnementale du développement durable. (Voir l'annexe n° 03).

I-12-4- Souk et individu :

A fin de mettre et comprendre la relation entre l'individu et son espace de souk, en se référant toujours à l'enquête effectuée avec les clients des deux localités d'Arris et d'Ichemoul.

La diversité de la gamme des produits que les souks offrent sur le marché à leur clientèle qui leur est toujours fidèle, a fait que les populations de revenues très bas attendent le jour du souk pour s'approvisionner en tout produit susceptible d'être exposé et que les soukiers veillent chaque semaine sur les lieux des souks. Dans la ville, le rendez-vous avec le souk n'est jamais manqué, au contraire il est attendu impatiemment pour les approvisionnements exigés par la célébration d'un mariage ou d'une quelconque fête ou cérémonie familiale, ou même le ravitaillement des collectivités.

Concernant les facteurs déterminants de la nature des relations intrinsèques et extrinsèques qu'on peut les diviser en 03 éléments :

[1] Interview avec la sureté de la Daïra d'Arris.

I-12-4-1- L'utilisation de l'espace :

L'utilisation de l'espace souk se diffère selon la personne physique (commerçant ou client) ou l'origine (les gens d'Arris ou d'Ichemoul) et selon l'âge, on a établi le tableau ci-dessous afin de mettre les pourcentages exprimant cette utilisation. (Voir tableau n°36)

Tableau n° 36 : L'utilisation de l'espace du souk par les acteurs

Catégories / Localité	Commerçants (%)	Clients (%)			
		Enfant	Jeunes	Moyen âge	Vieux
Arris	90	2	12	40	65
Ichemoul	92	30	25	48	70

Source : Enquête personnelle 2010

D'après le tableau, on peut constater que la catégorie vieillarde et commerçante est la plus consommatrice de l'espace du souk. Les vieux considèrent que l'espace souk est leur institution et leur foyer social principal, tandis que les commerçants l'estiment comme la seule source de revenue.

Durant notre interview avec les personnes très âgée, on a rencontré ***Ammi Guerza***, le client fidèle des souks de la région (Arris, Ichemoul, Toulga, Sidi Okba, Chèlma, …). Il n'a pas toujours produits à vendre ou acheter. Il est portant au souk Lathnine tous les lundis, car le souk lui offre une occasion de rencontres humaines par excellence. Tous habitants de M'zata, et le reste de la ville, s'ajoute aussi les ruraux des compagnes voisines viennent là pour se retrouver. Ammi Guerza y rencontre des amis, la famille, y échange des nouvelles, se tient au courant des rumeurs locales et achète des produits qu'ils ne disposent pas les boutiques (plantes médicinales, les instruments d'agriculture,…).

Le souk Lathnine est le marché habituel de Ammi. Mais lorsqu'il a une affaire importante à traiter (achat ou vente par fois des montons), il n'hésite pas à se déplacer sur d'autres marchés, afin de comparer les prix et négocier.

A certaine époque (où Ammi Guerza a été adulte), le besoin est, Ammi Guerza n'hésitera pas à se rendre à de très grande marchés plus éloignée (Sahara, Djalfa…) qui brassent des effectifs énormes de bétail.

Le souk dans l'imaginaire d'Ammi… et certes autres personnes âgés des changements remarquables dans la société : flux, circulation, rendez-vous au sein du souk avec les vieux qui fréquentent ces souks, il est un évènement incontournable, une fête hebdomadaire, aussi importante qu'Al Aide Al Kebir. Avec cet imaginaire qu'on peut considérer et voir l'activité marchande d'un souk comme une composante essentielle de l'activité sociale qui a sa dimension événementielle surtout pour la catégorie vieillarde. Alors qu'on constatera que ce

caractère événementiel a régressé surtout pour les nouvelles générations, et d'après l'enquête plus de 70% des clients estiment la régression de cette activité soukière.

I-12-4-2- La consommation du temps :

D'après l'enquête effectuée sur le souk d'Arris et d'Ichemoul, ou peut tirer certains pourcentages qui déterminent la façon de consommer le temps pour les clients. (Voir tableau 37).

Tableau n° 37 : La consommation de temps par les acteurs

	Moins de durée du souk (%)	Le temps du souk (%)	Courte durée (%)	Durée de faire courses (%)
Arris	23,23	13.7	6,15	56,92
Ichemoul	10	60	17	13

Source : Enquête personnelle 2010

Ces résultats expriment la mutation de rôle du souk par apport à ses débuts, dont il a devenu une source de s'approvisionner plus qu'un lieu de rencontre, de communication et d'échanges culturel. Mais on remarquera aussi que c'est la catégorie vieillarde qui continue à considérer le souk son foyer social indispensable où elle passe la totalité de son temps le jour du souk.

I-12-4-3- La dimension événementielle :

« Le souk se déroule sur deux plans : le temps et l'espace même si les installations fixes demeurent une fois les transactions terminées ; l'activité économique n'a été modifié que temporairement».[1]

De cette citation, il apparait que la fonction marchande des souks est une fonction temporaire qui ne dure pas mais qui se répète hebdomadairement, c'est le cas courant de tous les souks de la région d'étude. Sur les mêmes espaces et durant le même laps de temps. Autre de ces caractéristiques, la qualification de ponctuel lui est attribuée aussi parce qu'il occupe un espace souvent distingué par une aire libre, dans un lieu donné.

Le marché il a sans aucun doute leur place dans le monde agricole, dans la valorisation économique des produits et qu'il contribue à un échange nécessaire entre monde agricole et monde citadin qui sont de plus en plus souvent amenés à partager un même territoire.

I-13- Facteurs d'impact du souk :

[1] Jean-François Troin, « les souks marocains. Marchés ruraux et l'organisation de l'espace dans la moitié Nord du Maroc », EDISUD, France 1975

I-13-1-Le site :

D'après l'étude faite en partie théorique sur les marchés et aussi d'après les cas d'étude, on remarquera que le facteur du site est très important en matière de mobilité de ces espaces. Les souks situant dans les points stratégiques (axes de communication, zones de carrefours, zones de passage,…) bénéficient d'une mobilité de marchandises et d'individus, tout en traçant un circuit bien déterminé d'approvisionnement et de distribution et aussi de l'aire de chalandise.

Le souk d'Arris répond à cette réalité de puissance du site (au bord de la RN 31 et aussi la ville d'Arris est le point de rencontre et de liaison d'un nombre important de communes). Mais on peut percevoir un aspect négatif de cette position spatiale c'est bien que le conflit de la circulation mécanique sur la RN 31 dont les flux piétons et mécaniques viennent le jour du souk à embouchure la circulation.

I-13-2-Le temps

Le souk du Lundi (Lathnine) s'insère dans le calendrier d'un réseau des souks qui se tiennent dans la région de Oued Labiod et la région d' Oued Abdi, et aussi les environs de ces régions (Timgad). Depuis sa fondation, le souk a pris le jour de Lundi où il se tient différemment des autres souks :
Ichemoul : Le Mardi
Timgad : Le Mercredi
Boulefrayes : Dimanche
Chèlma : Le Vendredi

La temporalité de chaque souk revient aux origines historiques (le jour choisi depuis sa fondation à l'époque coloniale). Actuellement, la temporalité du souk influe la fréquentation du souk par les gens. Dont on remarquera une présence dominante des vieux et des retraités ou ceux qui pratiquent une fonction libérale, aussi les chômeurs, dont les fonctionnaires trouvaient des difficultés pour aller au souk le jour de travail sauf en période estivale où le souk commence tôt (avant l'heure de travail)[1].

I-13-3- Produit :

Ce sont les producteurs qui vont à la rencontre des consommateurs. Ensuite, les produits sont particulièrement mis en valeur. Le produit est en effet présenté de manière à le rendre ***attractif,*** d'aviver le sens, de donner envie de le toucher, le goûter et l'acheter.

Michèle de la Pradelle explique dans son ouvrage incontournable *les vendredis de Carpentras* que les marchés en soi modifient le regard que l'on porte sur les produits, c'est-à-dire qu'ils viennent du marché.

Les consommateurs rencontrés sur les places marchandes disent par ailleurs rechercher des produits naturels, « authentiques » et qui ont du goût. Pour eux, ce doit être des produits issus de méthodes artisanales, traditionnelles et respectueuses de l'environnement, par

[1] Selon l'enquête et l'adjudicataire le souk commence son activité en été à 5 :00h

opposition à ce qui peut être artificiel et industriel. Ces produits ont une identité, on sait d'où ils viennent.

I-13-4-La culture d'aller au souk :

La popularité d'un souk est réussie en raison de leur aptitude à faible revenu et à la diversité des marchandises qui y sont dispensés avec des prix modestes par rapport aux boutiques et superette.
D'après l'enquête on peut déduire des résultats des facteurs attractifs du souk, dont ces facteurs établis dans l'enquête à partir de la question n°12 déterminent les critères de la culture d'aller au souk. Le tableau ci-dessous montre les résultats suivants :

Tableau n° 38 : Les motivations d'aller au souk

Critères	Pourcentages
Temps/ jour	26,15
Caractère traditionnel	36,92
produit	34,92
Façon d'acheter	20
participation	25
Distance	35,38
Promenade	21,54
Contact	53,85
Autres	18,46

Source : Enquête personnelle 2010

On peut trouver que le caractère du souk (ancien traditionnel), le type du produit et son prix et sa façon de vendre et la possibilité de se rencontrer et se communiquer constituent les aspects et les déterminants d'une culture claire dans la société qui s'insère dans les pratiques de cette société surtout pour la catégorie vieillarde qui fait du "shopping au souk" l'une de ses nécessités et de ses priorités dans le programme des pratiques quotidiennes.

I-13-5-Culture de consommation :

Les marchés anciens (à caractère traditionnel) jouent un rôle important dans la vie sociale et économique de la région, ils sont l'emplacement de circulation des biens et des marchandises, les centres pour l'échange des nouvelles.

Les marchandises les plus importantes à échanger sont : le bétail, les fruits et les légumes et les produits animaux, le miel et certaines céréales et aussi les articles de maisons et

l’habillement. Mais la prolifération des échanges d’un traducteur de magasins modernes réduit de manière significative l’importance des marchandises.

Le changement de mode de vie et la nouvelle culturelle commerciale ont influencé négativement sur l’activité de ces marchés qui ont connu un recul remarquable par rapport au passé. D’après notre enquête, on a trouvé que plus de 50 % des clients préfèrent les nouveaux souks à caractère purement commercial qui offrent une large gamme de produits industriels et urbains.

Cette nouvelle culture de consommation (consommer le nouveau à la mode importé) tente à laisser les anciens marchés (traditionnels) à s’effondre. Cette culture ne dispose pas aux valeurs de sociabilité, d’identité et d’éthique qui renforce une activité marchande et une culture consommatrice.

L’aspect attractif du souk le fait un centre polyvalent (social, culturel, fonctionnel, géométrique). Cette centralité dans sa totalité conduit à une certaine dynamique de l’activité soukière même reculée dans les dernières années mais qui marque ses effets sur la dynamique de la région en matière :

-économique
-sociale
-culturelle
-environnementale
Ces critères répondent plus aux exigences de la durabilité d’une ville ou d’une agglomération.

La qualité de la vie sociale d’une agglomération, ou d’une ville, ou d’un village, dépendent de la présence périodique du marché en plein air dans l’espace public. Lieux de spectacle, de marchandises permettant la rencontre entre les habitants et les marchands, ils contribuent à l’animation urbaine le long du temps de leur activité.

II- Vérification des hypothèses et synthèse des résultats :

A travers de ce travail, nous avons tenté d'évaluer la régression de l'activité soukière à l'égard de la concurrence des autres formes du commerce.

Rappelons que la question sous-jacente à cette problématique était la suivante :

Est-ce que ce type de l'activité commerciale continue à jouer un rôle remarquable dans cette région actuellement ?

Pour répondre à cette question nous avons abordé plusieurs aspects qui avaient soit trait où l'activité soukière elle même soit aux nouvelles formes du commerce.

- La dimension événementielle du souk (cf. hypothèse $n^0$1).
- Les formes traditionnelles de la pratique du commerce (cf. hypothèse $n^0$2).
- L'évolution de la ville (cf. hypothèse $n^0$3).

En ce qui concerne la concurrence des autres formes de la pratique commerciale, nous avons pu mettre en évidence que le souk à caractère traditionnel avait perdu d'importance d'attractivité au profit des zones avoisinantes.

Rappelons qu'entre 2003 et 2010, le souk de Lathnine a commencé de perdre son importance et sa dynamique, alors que le nouveau marché dans la Z.H.U.N n'a pas cessé de croitre. En terme de réparation, le « poids » de marché Lathnine n'a pas cessé de diminuer par rapport au marché Larabâa (Z.H.U.N) et aux boutiques. Cette tendance de transfert de la valeur et de l'attractivité du souk traditionnel vers le marché nouvel constitue un phénomène qui consiste en une nouvelle centralité commerciale et urbaine qui influe sur la centralité qu'elle résulte du souk Lathnine. Les raisons structurelles de cette déperdition ont été mises en évidence dans le point (cf. I-10) (facteurs de régression).

- La régression de la production locale
- La propagation rapide des boutiques commerciales
- La concurrence de marché Larbaâ vis-à-vis au souk Lathnine.
- La régression du produit de bétail.

En conséquence, nous pouvons présumer que la régénération et la revalorisation de cette activité de nouveau dans son contexte géographique serait susceptible renforcée de cette tendance et de préserver ce type de commerce et de marché dans la région.

Au niveau de la fréquentation du souk, nos conclusions sont ressorties.

Commençons par rappeler que le souk dans la ville d'Arris ou d'Ichemoul attire encore un volume important des clients et des commerçants (cf. sous point I-3-6-3-a) (cf. sous point I-3-6-3-h).

L'importance de cet espace constitue par lui-même un avantage car il implique une offre et une attractivité certaine. D'autre part, le souk à caractère traditionnel présente une variété importante au niveau de son offre (c'est une occasion de rencontre social, c'est un lieu de

distribution des produit ruraux et urbains). Rappelons que cet aspect constitue la véritable force du souk.

Au niveau des différents indicateurs de centralité (marchandises, fréquentation, la dimension historique). Le souk présente tout à fait les caractéristiques attendues d'un souk. Rappelons que 58 % sont des clients qui viennent de loin (environs, dont le rayon d'influence arrive au 50 km) et aussi viennent des différents quartiers (cf. Carte n° 24)

Du côté de l'importance de continuité de cette activité dans la ville à travers le temps, nous avons l'impression lors de notre enquête, qu'un bon nombre d'individus semblaient fortement attachés à l'existence de cet espace dans leur ville et leur vie.

Concernant la relation souk individus, on a confirmé que seulement la catégorie vieillarde à rester fidèle au souk tout en le considère un ″évènement ″important dans leur mémoire. Autrement la plupart des autres catégories fréquente le souk pour des raisons de se commercialiser en premier degré, cela exprime le recul de la dimension événementielle du souk à caractère traditionnel.

Pour l'évolution de la ville et son image urbaine actuelle, on a pu constater que ce changement a engendré la régression de l'activité commerciale périodique, de ce fait le déclin du souk à caractère traditionnel.

Enfin, en ce qui concerne le réseau soukier, nous avons pu constater que le rôle et l'importance des souks étaient très différenciés selon les régions. On a trouvé une diversité de taille et de fonction (le petit souk d'Ichemoul pour la marchandise industrielle, le moyen souk d'Arris qui tente à être mixte, le marché de Timgad, il est grand pour le bétail). Même s'il existe cette variabilité mais ce type des souks hebdomadaires constitue un moteur efficace de la dynamique de la région (social, économique, culturelle) car ces structures sont le distributeur des produits, ruraux, et agricoles, bétail. Elles participent au renforcement des liens sociaux entre différentes localités.

Conclusion :

L'activité commerciale dans la wilaya de Batna prend des formes divers sur la base des données historiques et l'aspect montagneux de la région, ajoutant la dominance du caractère agricole sur ses activités ; les souks hebdomadaires à caractère traditionnel prend une place considérable au sein de l'activité commerciale dans la région. Parmi ces souks et qui gardent plus au moins le caractère traditionnel rural en cite : le souk de lundi à Arris, souk du Mardi à Ichemoul et souk Mercredi à Timgad.

Ce qui est constaté cependant, ces souks objet de recherche, commencent à perdre leur importance et leur fréquentation diminue avec le temps au détriment d'autres types d'exercice de l'activité commerciale.

L'étude effectuée nous a permis alors de dégager les résultats suivants :

Les souks à caractère traditionnel dans la région d'étude fonctionnent dans le cadre d'un réseau soukier ayant pour pilier principal le vendeur et les marchandises locales.

- On peut renforcer ce réseau par la réactivation du mouvement et le déplacement des clients entre les marchés à travers l'extension de l'aire d'influence de chaque marché.
- Le mouvement des moyens de transport s'active plus le jour du souk au niveau urbain et entre les communes et avec le chef lieu de la wilaya.
- La cadence des activités et les autres services dans la ville s'évolue le jour du souk avec plus de consommation et de demande sur les services que la ville présente.
- Le souk attire la population consommatrice venant de l'intérieur de la ville ou des régions avoisinantes, favorisant ainsi la centralité.

Ce concept s'accorde avec le principe de la dynamique au niveau de la ville.

- Le souk procure au producteur local (souvent fellah) d'évacuer son produit et d'obtenir des revenus à partir de cette activité. Nous constatons que la plupart des vendeurs ne sont pas des commerçants mais des propriétaires du produit.
- La fréquentation des souks traditionnels diminue surtout avec l'apparition des souks modernes comme le cas du souk du Mercredi et du Dimanche (Arris) qui a influé sur celui du lundi. Le caractère traditionnel des souks hebdomadaires disparait peu à peu à travers les marchandises exposées à la vente d'où la plupart

des produits sont importés c'est le cas du marché de Mardi (Ichemoul) qui ne se différencie pas beaucoup dans son aspect du marché du Mercredi (Arris)

- La catégorie vieillarde et rurale continue à fréquenter ces souks.
- Le souk doit son existence jusqu'à notre temps :

-A la catégorie vieillarde et rurale, qui fréquente davantage les souks traditionnels parce qu'elle voit son histoire et son appartenance à traves ces souks.

-Au caractère agricole de la région.

CONCLUSION GENERALE

CONCLUSION GENERALE :

Grâce à ses rôles multiples, le marché est un élément indispensable à l'appareil commercial, non seulement en milieu rural où sa présence est vitale, mais aussi en milieu urbain.

Le marché dans la ville joue un rôle non négligeable pour les populations : c'est un lieu de vente et d'échanges qui permet aux habitants de s'approvisionner tant en produits frais qu'en produits manufacturés ; c'est également un équipement structurant de la ville qui possède une place déterminante dans la dynamique des structures commerciales, il est porteur de centralité et constitue un haut lieu de sociabilité.

C'est pourquoi le marché ne doit plus être seulement considéré par les collectivités locales comme un simple équipement rentable, produisant des recettes, mais comme un enjeu d'urbanisme, un outil du projet urbain. Le marché devrait donc d'avantage retenir l'attention des pouvoirs publics comme un outil d'aménagement d'une grande souplesse s'adaptant aux caractéristiques socio-économiques de chaque région.

Les exemples des souks à caractère traditionnel existants dans le monde et notamment dans le monde arabo musulman partagent tous un ensemble de spécificités qui caractérisent le souk traditionnel. Chaque souk se distingue par des spécificités propres.

-Le souk comme espace dans la ville a sa configuration, il peut être une place ou un espace couvert ou des ruelles, il peut occuper un site distinct dans la ville dans le centre ville ou en périphérie.

-Le souk comme activité commerciale où se déroulent les échanges commerciaux et l'exposition des différentes marchandises, mais ce qui le caractérise plus c'est la nature de la marchandise exposée dont elle est locale à caractère traditionnel et notamment agricole.

-Les acteurs du souk : on veut dire les vendeurs et les acheteurs. Le vendeur dans ce cas peut être un commerçant et aussi un fellah qui vend lui même sa production au consommateur. La plupart des acheteurs (clients) sont de la catégorie campagnarde qui fréquente plus le souk hebdomadaire. On peut trouver aussi la catégorie des touristes surtout dans certains souks fameux (Maroc, Istanbul,…).

L'ensemble des marchés traditionnels de toute l'Algérie (connus souks), donne l'impression d'une réelle dégradation beaucoup plus au niveau de son caractère traditionnel. En effet, le souk était dans la vie indigène un phénomène capitale, non seulement au niveau économique, mais encore au point de vue social et politique à une époque marquée par l'instabilité, le manque de moyens de transport est marquée aussi par un mode de vie modeste.

Vu sous l'angle économique, le souk était le moyen par lequel s'effectuait l'échange entre les collectivités voisines et le monde extérieur. Le paysan "fellah" en particulier, y trouvait à satisfaire tous ses besoins en consommation courante. La présence des commerçants

citadins permettait au fellah d'observer la société sous ses diverses facettes, le souk de ce point de vue constitue le point de contact majeur avec l'extérieur.

Les caractéristiques du souk à caractère traditionnel demeurent encore dans certains souks des agglomérations dans la région de l'Aurès, on cite en particulier le souk hebdomadaire d'Arris, souk d'Ichemoul et souk de Timgad qui constituent notre thème de recherche actuel. Ces souks fonctionnent d'une manière périodique selon un réseau bien tracé ; le Lundi à Arris, le Mardi à Ichemoul et le Mercredi à Timgad.

Malgré que la population fréquente encore ces souks hebdomadaires, mais avec un rythme différent au passé, ce qui engendre un recul de leur importance. Ces souks préservent certaines caractéristiques du souk à caractère traditionnel, malgré que ce caractère soit en voie de déclin en matière de configuration du souk hebdomadaire étudié.

Ces souks jouent encore leurs rôles dans la région à partir de leur fonctionnement comme réseau soukier qui mobilise la région en transport et en circulation de la marchandise et aussi à partir de la communication entre les populations des agglomérations.

Du point de vue dynamique de la ville, le souk hebdomadaire contribue d'une grande partie dans cette action et ceci sur tous les niveaux : mobilité remarquable des moyens de transport soit à l'intérieur ou à l'extérieur de la ville, l'épanouissement des services et des commerces de la ville le jour du souk dont leur rythme et ses revenus s'augmentent.

Du côté social, le souk atteint encore ses objectifs attendus mais avec un faible rythme et notamment chez la catégorie campagnarde qui le fréquente plus.

En revanche, ce rôle est en diminution continue et il a connu un recul dans son rôle qu'a joué depuis longtemps sur tous les niveaux. Cela revient :

-à la propagation de nouveaux types de l'activité commerciale et notamment le commerce de proximité (boutiques, points de vente…) dans les divers quartiers, et l'apparition des marchés à caractère commercial qui offrent un produit commercial moderne importé à moindre coût favorisent la démunissions du rôle essentiel de ce type de marché.

-au recul de la production locale : notamment agricole à cause du recul de la pratique des habitants de l'agriculture et de l'élevage, s'ajoute aussi la dominance des produits prêt à porter soit alimentaires ou légumes et fruits distribués par les marchés de gros et offerts par les magasins.

-à la régression de la dimension événementielle du souk hebdomadaire : dont il n'a pas devenu comme il a été au passé un repère dans l'espace et dans le temps et il a perdu le caractère de la particularité surtout avec l'évolution de l'actuelle image des agglomérations dans la région du fait qu'elles sont devenues urbaines, ce qui a délaissé l'importance et la centralité du souk en tant qu'élément d'attraction de fréquentation. Dans ce cas, d'autres structures ont apparu dans la ville qui ont absorbé ces flux.

Cette réelle image des souks hebdomadaires étudiés portent certains traits de développement durable dans la région à partir d'un ensemble de points :

-du côté économique, le souk hebdomadaire permet d'évacuer la production locale et notamment agricole ce qui constitue une source supplémentaire aux revenus des familles, et fait de l'agriculture un absorbant du chômage. Il permet aussi aux commerçants à partir de leurs déplacements continus entre les souks d'évacuer leurs marchandises rapidement tout en changeant les clients à chaque fois.

Pour les collectivités locales, le souk contribue également à l'alimentation des budgets communaux à partir de la collection des adjudications.

-du côté environnemental, le souk par son caractère traditionnel ne provoque pas des déchets considérables, même si ils existent, ils ne dégradent pas l'environnement. Sa configuration comme espace découvert le fait un espace non consommateur de l'énergie.

-du côté social et culturel, le souk permet à partir des rencontres la communication entre les individus et les groupes et la diffusion des cultures locales et sa préservation. Par son caractère traditionnel, il permet de préserver le patrimoine local de la région, et son déroulement entre les générations.

Importance du souk hebdomadaire dans la région comme moyen de dynamique de la ville. Ainsi une pratique sociale enracinée dans les traditions et l'histoire des habitants. Il est préférable de revaloriser cette activité urbaine est sociale par :

- Consolidation du réseau soukier dans la région par la création de nouveaux souks.

- Réaménagement de l'espace réservé au souk et assurer une forte liaison avec la ville.

- Valoriser cet espace par présence de différents services accompagnant l'activité du marché.

- Encouragement de la production local notamment agraire.

-Sensibilisation des clients et des commerçants sur l'importance du souk comme moyen efficace pour préserver l'identité de la région.

Le souk hebdomadaire à caractère traditionnel comme toutes les formes caractérisant l'exercice de l'activité commerciale en Algérie, doit doter à l'espace d'un circuit commercial organisé, cohérent et dynamique indispensable à la promotion de la production nationale et à l'épanouissement du commerce intérieur ainsi qu'au développement économique du pays.

Se préoccuper du commerce doit se dérouler notamment sur certains points importants : la prise en compte du commerce dans les documents d'urbanisme de chaque commune, la sauvegarde de l'environnement urbain et de l'esthétique urbaine par le commerce, et la protection des commerçants et des clients par des opérations d'aménagement.

Résumé :

Les marchés hebdomadaires à caractère traditionnel est l'une des plus importantes formes de pratique d'activité commerciale dans la région des Aurès depuis longtemps. Ce patrimoine économique social, cultuel qui se trouve un espace dans les agglomérations (Arris, Ichmoul, Timguad…) régresse avec l'apparition de nouveau types des souks, et récentes formes d'activité commerciale dans la région.

Cette étude recherche la réalité des souks l'impact des changements économiques, sociaux, culturels que connaît la région, et la préservation des traditions soit selon leur attraction humaine et leur efficacité ou selon leur participation à l'économie locale et sa durabilité.

Les résultats sont démontré l'attachement de la catégorie rurale des habitants de la région de ce type d'activité commerciale vu sa dépendance entière avec leur principale activité (agriculture), elle montre l'impact de ce genre de commerce avec toute ces nouvelles formes d'activité commerciale qui apparaissent dans les souks informels et la propagation du commerce de proximité et tout ce qui l'accompagne de produit importe qui a influé sur le produit local.

L'étude à abouti à des résultats et des recommandations qui visent à revaloriser ce type d'activité commerciale dans la région et le mobiliser pour lui permettre de participer la dynamique de la ville, et son intégration dans son on environnement social et culturel et régénérer sa mémoire, et ouvre de nouveaux horizons à la recherche et enrichit les côtés théoriques et pratiques des disciplines des marchés à caractère traditionnel.

Mots clés :

souk hebdomadaire- commerce- agglomération- ville- dynamique- tradition- pratiques sociales- patrimoine- société- durabilité – évènement- économie – culture – rayonnement- chalandise- aire d'influence- rural- urbain- forain- sociabilité- animation- centre ville- centralité- périphérie- appareil commercial- urbanisme commercial- développement durable- clientèle- marchandise- commerçants- attraction…

Bibliographie

OUVRAGES :

- ADEME , « Réussir un projet d'urbanisme durable : Méthode en 100 fiches pour une approche environnementale de l'urbanisme (AEU) (Broché) », édition le Moniteur, Paris.

- ANTNIO DA CUNHA, Peter Knoepfel, Jean-Philippe Leresche , Stéphane Nahrath, « Enjeux du développement urbain durable. Transformations urbaine, gestion des ressources et gouvernance », édition presses polytechniques et universitaires Romandes, 2005.

- ARIELLA MASBOUNGI, « Breda - Faire la ville durable », édition le Moniteur, Paris, 2008.

- F. BENET , « Les marchés explosifs dans les montagnes berbères » Paris, Larousse,1975.

- BOURY PAUL, « Comprendre l'urbanisme », édition le Moniteur, Paris, 1977.

- BRAHIM BENYOUCEF, « Le M'zab, les pratiques de l'espace », édition Entreprise Nationale du Livre, Algérie, 1983.

- CAROLINE GAULTIER KURHUN, « Patrimoine culturel marocain », Edit. Maison neuve et La Rose, Paris, 2003.

- CATHERINE CHARLOT-VALDIEU; PHILIPPE Outrequin, « L'urbanisme durable », édition le Moniteur, Paris, 2009.

- CLIFFORD Geertz, « Le Souk de Sefrou sur l'économie du bazar », éditions Bouchene, 2003.

- EBE RHARDUZ.Z, « Architecture multi fonctionnelle », édition le Moniteur, Paris, 1983.

- GEORGES Duby, « Histoire de la France urbaine. La ville médiévale », Tome2, édition SEUIL, 1985.

- GERMAINE Tillion, « L'Algérie Aurésienne », édition de La Martiniére, Perrin, 2001.

- GIBBERD. F, « Les éléments de la composition urbaine », édition Dunod, Paris, 1972

- J.W.GILBART, FR.S. « Lectures sur l'histoire et les principes du commerce chez les anciens » édition GUILLAUMIN, Paris, 1857.

- JACQUELINE BEAUJEU-GARNIER ET ANNIE Delobez, «La géographie du commerce », édition Masson Paris New York Barcelone Milan, 1977.

- JACQUES Borge, NICOLAS Viasnoff, « L'archives de l'Algérie », édition MICHELE TRINCKVEL.

- JEAN- FRANÇOIS Troin, « les souks marocains. Marchés ruraux, et organisation de l'espace dans la moitié nord du Maroc », EDISUD, France, 1975.

- JEAN- FRANÇOIS Troin, « Maroc. Régions, pays, territoires », édition Maison neuve et la Rose, France.2002.

- JEAN- FRANÇOIS Troin, « Atlas des souks marocains etude cartographie des marchés ruraux, 1974 », Tome2.

- LEONARDO Benevolo, «Histoire de la ville», éditions Parenthèses. Marseille, 1994.

- LACAZE. J., « Introduction à la planification urbaine », édition le Moniteur, Paris, 1979.

- LEWIS Mumford, « La cité a travers l'histoire », édition du Seuil, France, 1964.

- A. MAHE, « Anthropologie historique de kabylie », Paris, Bouchène , 2000,

- MARC Cote, « L'Algérie ou l'espace retourné », édition Media-plus, Constantine, 1993

- MARC Cote, « Pays, paysages, paysans d'Algérie», édition Media-plus, Constantine, 2008.

- MARC Cote, « Guide d'Algérie paysage et patrimoine », édition Media-plus, Constantine, 2006.

- MARC Cote, « La ville et le désert, le bas Sahara algérien », IREMAM KATHALA, 2005.

- MARC Cote, « Répertoire des Souks de l'est algérien », OPD.

- MAROUF Nadir, « La relation ville campagne dans la théorie et la pratique », édition Office Des Publications Universitaires, Algérie, 1981.

- MAUGER, « Centres commerciaux », édition le Moniteur, Paris, 1991.

- PIERRE Letange, « urbanisme commercial», édition le Moniteur, Paris 2010.

- PLANEL Alomee, « La commune et l'aménagement des sites », édition Berger-Levrault, Paris, 1980

- RENE –PAUL Desse, « Le nouveau commerce urbain », édition les PUR presses universitaires Rennes, 2001.

- RENE-PAUL Desse, FOURNIE Anne, GASNIER Arnaud, LEMARCHAND Nathalie, METTON Alian, SOUMAGNE Jean, « Dictionnaire du commerce et de l'aménagement », édition presses universitaires de Rennes, 2001.

- RICHARD Rogers, « Des villes pour une petite planète », édition le Moniteur, Paris, 2000.

- ROBERT-MAX Antoni, Séminaire ROBERT AUZELLE, « vocabulaire illustré de l'Art urbain, chapitre II : des espaces publics. Marché, place marchande », RMA/Octobre 2006, Paris.

- SAIDOUNI Maouia, « Eléments d'introduction à l'urbanisme ; histoire, méthodologie, réglementation », édition CASBAH, Alger, 2000

- SALEM LAMIAI. M, « Architecture des anciennes civilisations », Beiyrout, 1983.

- H.SCERER, « histoire du commerce de toutes les nations, depuis les temps anciens jusqu'à nos jours », Tome II, CAPELLE, Paris, 1857.

- SLAHEDDINE Jemmali « Les souks hebdomadaires du Cap Bon, étude sociale et économique », édition Maison tunisienne, 1986.

- TAGHBALOUTE Aziz, « Le fellah marocain, l'exemple d'une tribu berbère : les beni Mtir, du XIXe siècle jusqu'à nos jours », université de Saint Etienne, 1994.

THESES, MEMOIRES, ARTICLES ET REVUES :

- ALKAMA Dj. et al, (2001), « Essai d'analyse typo-morphologique des noyaux urbains traditionnels dans la région des Ziban », Courrier du savoir n°1, Université Mohamed Khider Biskra.

- ALKAMA Dj. (2005), « pour une nouvelle approche d'urbanisation dans les zones arides cas du Bas Sahara », thèse de Doctorat, Université de Biskra

- ARROUF N., (2001). « Mode de production d'un outil d'aide à la décision et à la conception destiné aux auto constructeurs », Mémoire de magister, Université de Biskra.

- CHIBANE Nacerdine, (1987), « Le rôle du commerce dans l'organisation de l'armature urbaine en Algérie », Thèse de Doctorat, Université de Paris.

- CLAIRE Beaudevin, «souks féminins en Oman : Séparatisme commercial ou renforcement d'une "culture de genre" ? », thèse de doctorat, 2004.

- DEBORAH **A.** Kapchan département d'anthropologie, université du Texas paroles de femmes, paroles volées :Les souks au Maghreb hermès 22, 1998.

- JACQUES Fontaine, (1983), « Village kabyle et nouveau réseau urbain en Algérie, cas de Bejaïa », Fascicule de recherches n°12, Tour.

- LEKEHAL Abdel Ouahab, (1996), « Base économique et rôle spatial des petites villes dans l'Est algérien, Essai de typologie », Thèse de Doctorat, Université de Constantine,

- MARC Cote, « L''espace Algérien – les prémices d'un aménagement réseau urbains, réseaux soukiers Chapitre 8», OPU, Algérie, 1983,

- RONAN Marjolet, « La notion de développement durable dans les projets urbains français », mémoire, Université Paris 8, 2004-2005.

- WYSSEM Abderrahmane Meziane, (2005), « Impact du commerce sur l'urbanisation des petites villes : cas de Tadjenanet », Mémoire de magister, Université de Constantine.

- SANDRINE Lo Ricco, « Cité de l'énergie et Agenda 21 : deux démarches de développement durable, le cas de Neuchâtel », mémoire de Licence, université Neuchâtel, 2005.

- ZERAIB Saleh, (2000), « L'héritage et l'aménagement dans le bassin de Oued Lobiod (L'Aurès) », Mémoire de magister, Université de Batna.

- MOHAMMED Larbi Zoubeiri, « le commerce dans l'Est Algérien dans la période 1792 – 1830 », en arabe, SNED, 1982.

- "Urbanisme", revue n°164

- "Urbanisme", revue n°185

- "Urbanisme", revue n°261

- "Urbanisme", revue 2001 n°321

- " Fetna Meriem ", revue africaine, mai- juin 1874, XVIII J. N. Robin,

DOCUMENTS DIVERS :

Revue Culture et conflit numéro 33-34 (printemps-été 1999)

Debora A. Kapchan, « Parole de femmes, Parole volées : Les souks Maghreb »

« Le commerce et la ville en Europe. Le droit des implantations commerciales. » Colloques, 28/29 septembre 2001

Natalie Petiteau, Article, « commerce et développement durable », Toulouse 30 septembre 2004.http://Calenda.revues.org.

« Le commerce équitable et l'environnement : quel modèle de développement durable ? », colloque,Paris 18,France ,19 Mai 2009. (Site Actu-envirennement.com).

Colloque arts et territoires : vers une nouvelle économie culturelle ? Dans le cadre du 76e Congrès de l'ACFAS, Québec, 6 et 7 mai 2008.

« Commerce et ville ou commerce sans la ville ? », Article DELPHINE Cavalio du Mans, les 19, 20 novembre 2009.

Alain Metton, « Le commerce dans la ville durable : politiques territoriales du commerce et développement durable », colloque, 2007, ARAUC Université Paris 12.

Armand Hatchuel, Olivier Favereau, Frank Aggeri, « Le marché, une notion si équivoque… », Colloque.

Fédération Nationale des Agences d'Urbanisme, « le commerce et la ville », N°1 Juin 1999.

Jean- François Troin, « les marchés forains : un domaine géographique à explorer et exploiter », annales de géographie, 1982, volume 91, N° 506.

Manuel de planification de marché de vente au détail, bulletin des services agricoles de la FAO/121.

-Marc Sauvez, « La ville et l'enjeu du développement durable », rapport au ministre de l'aménagement du territoire et de l'environnement, France, Collection des rapports officiels, 2003.

Rapport : « Pour réforme de l'urbanisme commercial », SFD-OA-FFP signé 05 février 2007, Paris.

Rapport de Chemonics, Inc sur «quelques éléments sur la grande distribution au Maroc », USAID/MOROCCO Mission, U.S Agency for international Developpment, Janvier 2006.

www.viesdevilles.net,Article de Abd el Krim BITAM : «L'architecture commerciale en Algérie : qu'en est-il au juste ? », université Blida

<<UN COMMERCE POUR LA VILLE

SYNTHESE DU RAPPORT>>

Robert Rochefort

Rapport au Ministre du Logement et de la Ville

Février 2008

Août 2008

<<Le droit de l'urbanisme,

outil de politique commerciale

des collectivités locales>>

RAPPORT DE STAGE

AU SEIN DE LA DIRECTION DU DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE

ET DE L'EMPLOI DE LA VILLE DE PARIS **Tiphaine Rich** Master 2 construction, urbanisme, contrats – Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne Aout 2008.

Nathalie HOLEC

Jean-Pierre PIECHAUD

<<Politique de la ville

et développement urbain durable>>

Mars 2003

Rapport rédigé à la demande de

La Délégation Interministérielle à la Ville

<<Développement durable : tendances et perspectives mondiales>>, rapport établit Mme Clare Cocault, 07 /2001

Abdoul Aziz Dior, « Quelles centralités pour la ville de Dakar, Sénégal ? »

José Alberto Rio Fernandes, « L'urbanisme commercial et la crise du commerce indépendant et du centre ville ».

Yves GUILLERMOD « Marché, Etat et logique paysannes en Algérie » cahiers sociaux humains. 30 (1-2) 1994, p179-190

Jacques Fontaine, « Villages kabyles et nouveau réseau urbain en Algérie, le cas de Béjaïa », fascicule de recherches n°12, TOURS, 1983,

www.viesdevilles.net, Nadjia BENALI-NOUANI, « A propos de l'urbanisme commercial », université Alger, 2007.

www.viesdevilles.net, Amel DJELLATI, « L'urbanisme commercial face à la reconquête des friches urbaines», université Alger, 2007.

WAT Workshop_atelier/terrain Mahdia 2005. Chaire UNISCO- paysage et environnement-université de Montréal.

La grande Encyclopédie de Maroc -géographie humaine-Aspects sociogéographiques des activités artisanales au Maroc.

Investir magazine, **JUIL/AOUT 08**

Bimestriel

OJD : 98316

14ème Colloque AIM - 10-12 juin 2009 - Marrakech, Maroc AIM

Dictionnaire vocabulaire illustré de l'Art urbain.

- PRATS.Y,«Dictionnaire de l'urbanisme et de l'aménagement », édition Presse Universitaire de France, Paris, 1988

- MERLIN. P, « Dictionnaire de l'urbanisme et de l'aménagement », édition Presse Universitaire de France, Paris, 1988.

Encyclopédie OXFORD arabique, édition Maison el Fiqr, Beyrout, volume1, 1999.

Revue Atisreal, octobre 2007

Journal el khabar, édition 4 Novembre 2004

Journal el khabar, édition 25 Juin 2005

Journal el khabar, édition 29 Juin 2005

Journal el khabar, édition 1 Mars 2005

Journal el khabar, édition 17 Mars 2007

Journal el khabar, édition 20 Mars 2008

Journal el khabar, édition 2 Février 2009

Journal El Watan 25Juin 2005 par M.BOUMELIH

www.elwatan.com. Edition du 14 mars 2007, « Gestion des espaces Commerciaux », Par R. E.
www.elkhabar.com , « Les assises nationales du commerce », n° 6396, Soufiane Bou Iyad, édition 25-06-2011

www.aawsat.com/details.asp?section=43&article...

Encarta 2010

SITES D'INTERNET :

http://www.marocantan.com/2007/07/souk-de-berre-1.html

www. Le souk de marrakech.fr

www.couleurmarrakech.fr

www.azureva.com/maroc/magazine/souk.php3 par Devis Groupes

www.nouvellesfrontieres.fr, par Phillipe Charollois, 2006

http://www.aujourd'huit.ma/magazine.détails405734.html

www.presee.fr/web/revues/home/prescript/article/hom 0439

www.rives.revues.org/1503. « Marché au Nord, marchés au sud par Aurélie, p69-88

www.marchélauhans.fr

www.souk.tunisia.com/fr/pages/array-pv-co-2.html
http://www.harissa.com/D_Communautes/Tunisie/lessouksdetunisvictorcohen.htm

www.azureva.com/Tunisie/Magazine/tunis -médina par Fabio Benedetti-Valentini

www.esyria.sy/ehoms/index.php, « Nessrine Ahmed, 22 Juin 2009, « souk El Farw ».

www.travel.maktoub.com/vb/travel85666/, site du club des voyageurs arabes

http://rahhalturkey.com/links.php?mid

http://www.esyria.sy/ehoms/index.php?p=stories&category=places&filename=2009062223002510

TEXTES LEGISLATIFS ET REGLEMENTAIRES:

- Loi n° 02-06 du 06 février 2006, relative à la loi de l'orientation de la ville
- Loi relative au développement durable

DOCUMENT OFFICIELS :

PDAU d’Arris

PDAU d’Ichemoul

"MONOGRAPHIE DE L'AURES"

PAR LE LT. COLONEL DELARTIGUE,

DU 3° ZOUAVES

CONSTANTINE 19O4

مراجع باللغةالعربية:

محمد بن طاهر اليوسف‘ " العلاقات المكانية والزمانية للأسواق الأسبوعية و خصائصها الجغرافية في واحة الأحساء"، بحوث جغرافية رقم 31 ، 1998

قاسم عبده قاسم، " أسواق مصر في عصر السلاطين "، القاهرة، 1978

محمد بن عبد الكريم حبيب،" الأسواق الدورية في منطقة جازان: دراسة تحليلية عن التنظيم المكاني و الدور الإقتصادي" بحوث جغرافية رقم 35 ، 1999

-Mohammed Abd essatar Otman, « La ville Islamique », édition l’assemblé national de la culture et des arts et des lettres-Kuwait, 1988.

-Ahmed Mohammed Taaleb, « la ville Islamique », édition younisco-sicomore, 1983.

Annexe

Statistiques de L’Agriculture

Tableau n°01

COMMUNE	SUPERFICIE AGRICOLE TOTAL (Ha)				
	2005/2006	2006/2007	2007/2008	2008/2009	2009/2010
ARRIS	11007	9500	9500	9500	9500
ICHEMOUL	7438	7000	7000	7000	7000
FOUM TOUB	9610	8600	8600	8600	8600
INOUGHISSENE	4785	3000	3000	3000	3000
TIGHANIMINE	7177	5776	5776	5776	5776
TOTAL	40017	33876	33876	33876	33876

Tableau n°02

COMMUNE	SUPERFICIE AGRICOLE UTILE (Ha)				
	2005/2006	2006/2007	2007/2008	2008/2009	2009/2010
ARRIS	6466	6466	6466	6466	6466
ICHEMOUL	6617	6617	6617	6617	6617
FOUM TOUB	7584	7784	7784	7784	7784
INOUGHISSENE	2322	2422	2422	2422	2422
TIGHANIMINE	3626	3626	3626	3626	3626
TOTAL	26635	26915	26915	26915	26915

Tableau n°03

COMMUNE	SUPERFICIE IRRIGUE A PARTIR DES FORAGES ET DES PUITS (Ha)									
	2005/2006		2006/2007		2007/2008		2008/2009		2009/2010	
	PUITS	FORAGES	PUITS	FORAGES	PUITS	FORAGES	PUITS	FORAGES	PUITS	FORAGES
ARRIS	220	180	540,8	80	540,8	80	540,8	100	546	150
ICHEMOUL	360	240	496	287	496	371	496	392	552	504
FOUM TOUB	223	150	398,4	299	398,4	390	398,4	793	402	508
INOUGHISSENE	150	120	237	178	237	168	237	168	240	182
TIGHANIMINE	58	21	115,2	48	115,2	112	115,2	112	126	112
TOTAL	1011	711	1787,4	892	1787,4	1121	1787,4	1565	1860	1456

Tableau n°04

COMMUNE	SUPERFICIE IRRIGUE A DES SOURCES (Ha)				
	2005/2006	2006/2007	2007/2008	2008/2009	2009/2010
ARRIS	200	228	228	228	300
ICHEMOUL	200	200	200	200	250
FOUM TOUB	216	47,2	47,2	47,2	50
INOUGHISSENE	100	100	100	100	200
TIGHANIMINE	/	/	/	/	/
TOTAL	616	575,2	575,2	575,2	800

Tableau n°05

COMMUNE	**SUPERFICIE DE TERRAINS AGRICOLE PREVUE (Ha) (*)**					
	2005/2006	2006/2007	2007/2008	2008/2009	2009/2010	2010/2011
ARRIS	/	/	/	/	/	/
ICHEMOUL	/	/	/	/	/	/
FOUM TOUB	/	/	/	/	/	/
INOUGHISSENE	/	/	/	/	/	/
TIGHANIMINE	/	/	/	/	/	/
TOTAL	/	/	/	/	/	/

(*) Manque de données.

Tableau n°06

COMMUNE	LA REPARTION DES SURFACES S.A.U (Ha)						
			2005/2006	2006/2007	2007/2008	2008/2009	2009/2010
ARRIS	TERRES LAOURABLES	CULTURES HERABACEES	3447	1818	1818	1262,5	1487
		TERRES AU REPOS	2646,50	4305,77	4305,77	4857,11	4625,65
	TERRES DES CULTURES PERMANANTES	FRAIRIES NATURELLES	09	09	09	09	09
		VIGNOBLES	05	04	04	04	04
		PLANTATION FRUITIERES	358,5	329,23	329,23	333,39	340,35
ICHEMOUL	TERRES LAOURABLES	CULTURES HERABACEES	3892	1875	1875	1493,5	1561
		TERRES AU REPOS	2322,8	4366,03	4366,03	4712,23	4640,78
	TERRES DES CULTURES PERMANANTES	FRAIRIES NATURELLES	08	08	08	08	08
		VIGNOBLES	02	02	02	02	02
		PLANTATION FRUITIERES	392,2	365,97	365,97	401,27	405,22
FOUM TOUB	TERRES LAOURABLES	CULTURES HERABACEES	4673	2673	2673	2779,5	2588
		TERRES AU REPOS	2643,77	4831,84	4831,84	4754,26	4926,24
	TERRES DES CULTURES PERMANANTES	FRAIRIES NATURELLES	12	12	12	12	12
		VIGNOBLES	02	02	02	02	02
		PLANTATION FRUITIERES	253,23	265,16	265,16	236,24	255,76
INOUGHISSENE	TERRES LAOURABLES	CULTURES HERABACEES	1477	797	797	471	636,5
		TERRES AU REPOS	663,18	1430,97	1430,97	1739,33	1573,83
	TERRES DES CULTURES PERMANANTES	FRAIRIES NATURELLES	03	03	03	03	03
		VIGNOBLES	02	02	02	02	02
		PLANTATION FRUITIERES	196,82	189,03	189,03	206,67	206,67
TIGHANIMINE	TERRES LAOURABLES	CULTURES HERABACEES	195	140	140	43	84
		TERRES AU REPOS	3273	3371,5	3371,5	3463,25	3422,25
	TERRES DES CULTURES PERMANANTES	FRAIRIES NATURELLES	02	02	02	02	02
		VIGNOBLES	05	04	04	04	04
		TERRES AU REPOS	151	108,5	108,5	113,75	113,75

Tableau n°07

LA PRODUCTION AGRICOLE ET LE RENDEMENT :

COMMUNE ARRIS	CULTURES MARAICHERES														
	2005/2006			2006/2007			2007/2008			2008/2009			2009/2010		
	Super - ficie (ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S
Pomme de Terre (Toutes les saisons)	100	6570	65,70	63,61	4488,8	70,57	15,20	1189,5	78,26	10,5	840	80	16	2600	162,5
CAROTES	02	60	30	01	30	30	0,5	15	30	01	30	30	01	100	100
TOMATES	09	630	70	05	350	70	02	100	50	02	140	70	02	600	300
OIGNIONS	25	1250	50	25	1200	48	14	700	50	10	480	48	10	1080	108
MELONS - PASTEQUES	02	80	40	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
PIEMENTS	06	120	20	04	80	20	02	40	20	02	40	20	02	112,5	56,25
POIVRONS	03	6O	20	02	40	20	01	20	10	01	20	10	01	61,25	61,25
CONCOMBRES	02	60	30	02	60	30	01	30	30	01	30	30	01	192,5	192,5
COURGETTES	04	200	50	02	100	50	01	50	50	01	50	50	01	100	100
NAVETS	02	60	30	01	30	30	0,5	15	30	01	30	30	01	100	100
AILS	35	1400	40	20	800	40	10	400	40	10	400	40	10	400	40
FEVES VERTES	12	360	30	06	180	30	02	60	30	01	30	30	01	50	50
AUTRE LEGUMES	08	380	47,5	06	360	60	2,5	145	58	02	130	75			

Tableau n°08

LA PRODUCTION AGRICOLE ET LE RENDEMENT :

COMMUNE	CULTURES MARAICHERES														
	2005/2006			2006/2007			2007/2008			2008/2009			2009/2010		
	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S
Pomme de Terre (Toutes les saisons)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
CAROTES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
TOMATES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
OIGNIONS	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
MELONS - PASTEQUES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
PIEMENTS	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
POIVRONS	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
CONCOMBRES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
COURGETTES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
NAVETS	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
AILS	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
FEVES VERTES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
AUTRE LEGUMES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/

(*) Manque de données.

Tableau n°09

LA PRODUCTION AGRICOLE ET LE RENDEMENT :

COMMUNE FOUM TOUB	CULTURES MARAICHERES														
	2005/2006			2006/2007			2007/2008			2008/2009			2009/2010		
	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S
Pomme de Terre (Toutes les saisons)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
CAROTES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
TOMATES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
OIGNIONS	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
MELONS - PASTEQUES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
PIEMENTS	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
POIVRONS	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
CONCOMBRES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
COURGETTES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
NAVETS	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
AILS	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
FEVES VERTES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
AUTRE LEGUMES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/

(*) Manque de données.

Tableau n°09

LA PRODUCTION AGRICOLE ET LE RENDEMENT :

COMMUNE INOUGHISSEN	CULTURES MARAICHERES														
	2005/2006			2006/2007			2007/2008			2008/2009			2009/2010		
	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S
Pomme de Terre (Toutes les saisons)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
CAROTES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
TOMATES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
OIGNIONS	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
MELONS - PASTEQUES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
PIEMENTS	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
POIVRONS	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
CONCOMBRES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
COURGETTES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
NAVETS	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
AILS	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
FEVES VERTES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
AUTRE LEGUMES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/

(*) Manque de données.

Tableau n°10

LA PRODUCTION AGRICOLE ET LE RENDEMENT :

COMMUNE TIGHANIMINE	CULTURES MARAICHERES														
	2005/2006			2006/2007			2007/2008			2008/2009			2009/2010		
	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S
Pomme de Terre (Toutes les saisons)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
CAROTES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
TOMATES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
OIGNIONS	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
MELONS - PASTEQUES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
PIEMENTS	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
POIVRONS	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
CONCOMBRES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
COURGETTES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
NAVETS	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
AILS	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
FEVES VERTES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
AUTRE LEGUMES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/

(*) Manque de données.

Tableau n°11

LA PRODUCTION AGRICOLE ET LE RENDEMENT :

COMMUNE ARRIS	CULTURES HERBACEES															
	2005/2006			2006/2007			2007/2008			2008/2009			2009/2010			
	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	
CERIALES D'HIVER	3200	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	
CERIALES D'ETE	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	
FOURRAGES ARTIFICIELS	90	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	
	CULTURES VIGNOBLES															
VIGNES A RAISINS DE TABLE	05	900	180	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	
	CULTURES FEGUIERS															
FEGUIERS CONSOMMEA L'ETE	1300/1800	650	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	
	CULTURES FRUITIERS															
ABRICOTS	91/95	5095,20	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	
AMANDES			/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	
CERISES			/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	
GRENADES	13/15	1300	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	
PECHES	11,75/12	587,50	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	
POIRES	21,77/22	2394,70	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	
POMMES	90,48/115	25334,4	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	
PRUNES	11,5/12	874	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	
NOYER	33/36	165	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	

(/) Manque de données.

Tableau n°12

COMMUNE ICHEMOUL	CULTURES HERBACEES														
	2005/2006			2006/2007			2007/2008			2008/2009			2009/2010		
	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S
CERIALES D'HIVER	3700	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
CERIALES D'ETE	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
FOURRAGES ARTIFICIELS	60	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
	CULTURES VIGNOBLES														
VIGNES A RAISINS DE TABLE	02	360	180	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
	CULTURES FEGUIERS														
FEGUIERS CONSOMME A L'ETE	1300/1800	650	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
	CULTURES FRUITIERS														
ABRICOTS	22/24	2640	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
AMANDES	01	08	08	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
CERISES	01	60	60	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
GRENADES	02	200	100	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
PECHES	05	250	05	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
POIRES	10	1100	110	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
POMMES	207,70/240	58156	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
PRUNES	04	304	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
NOYER	31	155	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/

(/) Manque de données.

Tableau n°13

COMMUNE FOUM TOUB	CULTURES HERBACEES														
	2005/2006			2006/2007			2007/2008			2008/2009			2009/2010		
	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S
CERIALES D'HIVER	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
CERIALES D'ETE	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
FOURRAGES ARTIFICIELS	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
	CULTURES VIGNOBLES														
VIGNES A RAISINS DE TABLE	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
	CULTURES FEGUIERS														
FEGUIERS CONSOMME A L'ETE	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
	CULTURES FRUITIERS														
ABRICOTS	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
AMANDES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
CERISES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
GRENADES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
PECHES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
POIRES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
POMMES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
PRUNES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
NOYER	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/

(/) Manque de données.

Tableau n°14

COMMUNE INOUGHISSEN	CULTURES HERBACEES														
	2005/2006			2006/2007			2007/2008			2008/2009			2009/2010		
	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S
CERIALES D'HIVER	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
CERIALES D'ETE	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
FOURRAGES ARTIFICIELS	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	
	CULTURES VIGNOBLES														
VIGNES A RAISINS DE TABLE	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
	CULTURES FEGUIERS														
FEGUIERS CONSOMME A L'ETE	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
	CULTURES FRUITIERS														
ABRICOTS	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
AMANDES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
CERISES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
GRENADES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
PECHES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
POIRES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
POMMES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
PRUNES	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
NOYER	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/

(/) Manque de données.

Tableau n°15

COMMUNE TIGHANIMINE	CULTURES HERBACEES														
	2005/2006			2006/2007			2007/2008			2008/2009			2009/2010		
	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCTION Qx	RENDEMENT PR /S
CERIALES D'HIVER	3200	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
CERIALES D'ETE	/														
FOURRAGES ARTIFICIELS	90	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
	CULTURES VIGNOBLES														
VIGNES A RAISINS DE TABLE	05	900	180	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
	CULTURES FEGUIERS														
FEGUIERS CONSOMMEA L'ETE	1300/1800	650	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
	CULTURES FRUITIERS														
ABRICOTS	91/95	5095,20	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
AMANDES			/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
CERISES			/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
GRENADES	13/15	1300	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
PECHES	11,75/12	587,50	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
POIRES	21,77/22	2394,70	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
POMMES	90,48/115	25334,4	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
PRUNES	11,5/12	874	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
NOYER	33/36	165	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/

(/) Manque de données

Tableau n°16

LA PRODUCTION ANIMALE ET PASTORALE :

COMMUNE		UNITE : TETE				
		2005/2006	2006/2007	2007/2008	2008/2009	2009/2010
ARRIS	CHEPTEL BOVIN	154	130	121	/	/
	CHEPTEL OVIN	4160	3605	3503	/	/
	CHEPTEL CAPRIN	3832	4022	3904	/	/
	ESPECE CHEVALINE	03	03	03	/	/
	ESPECE MULASSIERE	12	08	03	/	/
	ESPECES ASINE	45	47	37	/	/
ICHEMOUL	CHEPTEL BOVIN	236	198	363	/	/
	CHEPTEL OVIN	3840	3349	3329	/	/
	CHEPTEL CAPRIN	3431	3602	3508	/	/
	ESPECE CHEVALINE	03	03	03	/	/
	ESPECE MULASSIERE	32	25	25	/	/
	ESPECES ASINE	55	60	50	/	/
FOUM TOUB	CHEPTEL BOVIN	179	148	140	/	/
	CHEPTEL OVIN	4835	4330	4365	/	/
	CHEPTEL CAPRIN	3584	4763	3775	/	/
	ESPECE CHEVALINE	--	--	--	/	/
	ESPECE MULASSIERE	20	17	17	/	/
	ESPECES ASINE	45	48	35	/	/
INOUGHISSENE	CHEPTEL BOVIN	21	16	17	/	/
	CHEPTEL OVIN	1785	1535	1530	/	/
	CHEPTEL CAPRIN	4430	3651	4658	/	/
	ESPECE CHEVALINE	01	01	01	/	/
	ESPECE MULASSIERE	04	03	03	/	/
	ESPECES ASINE	42	50	30	/	/
TIGHANIMINE	CHEPTEL BOVIN	05	05	04	/	/
	CHEPTEL OVIN	1213	1238	1090	/	/
	CHEPTEL CAPRIN	4180	4389	4402	/	/
	ESPECE CHEVALINE	--	--	--	/	/
	ESPECE MULASSIERE	02	02	02	/	/
	ESPECES ASINE	08	08	08	/	/

(/) Manque de données

Tableau n°17 :ELVAGE AVICOLE:

COMMUNE		2005/2006	2006/2007	2007/2008	2008/2009	2009/2010
ARRIS	PONTE	900000	900000	1179300	517000	2140000
	CHAIR	168000	63900	117000	78400	91500
	DINDE	26748	20100	34200	26200	27300
ICHEMOUL	PONTE	--	--	--	--	--
	CHAIR	360000	102000	117000	68500	88000
	DINDE	12256	7500	27000	13700	6700
FOUM TOUB	PONTE	--	--	--	--	--
	CHAIR	168000	126000	54000	91000	103000
	DINDE	6000	5530	18000	10500	2000
INOUGHISSENE	PONTE	--	--	--	--	--
	CHAIR	32700	11550	18000		4000
	DINDE	--	--	--	--	--
TIGHANIMINE	PONTE	--	--	--	--	--
	CHAIR	24000	12000	9000	5500	5500
	DINDE	49596	--	18000	--	--

Tableau n°18 : ELVAGE APICULTURE :

COMMUNE		2005/2006	2006/2007	2007/2008	2008/2009	2009/2010
ARRIS	Nbr de Ruches modernes	/	2000	1400	1420	490
	Nbr De ruches traditionneles	/	600	420	420	420
	Production miel (kg)	/	3600	455	3726	1820
ICHEMOUL	Nbr de Ruches modernes	/	1300	910	940	385
	Nbr De ruches traditionneles	/	200	140	140	140
	Production miel (kg)	/	1800	263	2286	1050
FOUM TOUB	Nbr de Ruches modernes	/	1700	980	1030	385
	Nbr De ruches traditionneles	/	300	210	210	210
	Production miel (kg)	/	2160	298	2566	1190
INOUGHISSENE	Nbr de Ruches modernes	/	900	630	630	245
	Nbr De ruches traditionneles	/	200	140	140	140
	Production miel (kg)	/	1260	193	1590	770
TIGHANIMINE	Nbr de Ruches modernes	/	750	525	525	193
	Nbr De ruches traditionneles	/	200	140	140	140
	Production miel (kg)	/	390	167	1382	660

(/) Manque de données

Annexe:

Enquête Sociale

Ministère de l'enseignement supérieur et la recherche scientifique

Fiche spéciale

Remarque : cette fiche est destinée uniquement pour la recherche scientifique avec l'assurance de la discrétion des renseignements "prière de nous aider " mettez une croix (X) dans la case qui convient.

Activités commerciales en dehors du marché

1-Qualité de l'activité commerciale que vous exercez ?

-Propriétaire d'une boulangerie ☐ -propriétaire d'un restaurant ☐ -propriétaire d'un café ☐ -Propriétaire d'un magasin d'alimentation générale ☐

Autres (citez)
……
……..

2- Revenu journalier du souk en comparaison avec les autres jours ?

-Equivalent ☐

-Moins ☐

-Plus ☐

3-Votre situation par rapport au souk ?

-A coté ☐

-Loin ☐

4-source de vos approvisionnements en marchandises

-le SOUK ☐

-Autre source
……
…….....

Ministère de l’enseignement supérieur et la recherche scientifique

Fiche spéciale

Remarque : cette fiche est destinée uniquement pour la recherche scientifique avec l’assurance de la discrétion des renseignements "prière de nous aider" mettez une croix (X) dans la case qui convient.

Moyens de transport

1-Le revenu journalier du souk en comparaison avec les autres jours ?

Equivalent☐ inférieur ☐ supérieur☐

2-Quel est l’heure du commencement du travail ?

Heure du début de l’activité du souk☐ heure tardive ☐

Autres……
…….

3- A quelle heure vous terminez le travail ?

Heure de la fin de l’activité du souk ☐ avant la fin de l’activité du souk ☐

Autres……
……..

4- Quels sont les endroits aux quels vous faites vous transports ?

Mechtas ☐ centre ville ☐ quartiers☐

Autres……
……..

5- Quelles sont les marchandises que vous transportez le plus ?

Bétail☐ fruits et légumes☐ alimentation de bétail☐ menuiseries et meubles☐

Autres……
……..…….

6- Quels est la majorité de vos clients ?

Sexe : masculin☐ féminin☐

Age : enfant ☐ jeune☐ vieillissant☐ vieux☐

7- Quelles est la distance la plus lointaine à laquelle vous pouvez vous déplacez le jour du SOUK ?……
……
……...……
……
…...……
……

Ministère de l'enseignement supérieur et la recherche scientifique

Indicateurs individuelles

Remarque : cette fiche est destinée uniquement pour la recherche scientifique avec l'assurance de la discrétion des renseignements "prière de nous aider " mettez une croix (X) dans la case qui convient.

I - **INDICATEURS INDIVIDUELLES** :

1- Sexe :

Masculin ☐ Féminin☐

2- L'âge :

Enfant ☐ Jeune ☐ Vieillissant☐ Vieux☐

3- Lieu d'habitat :

Centre ville ☐

Quartier (citez-le)
……
…….

Déchera (citez là)
……..……..……
……

Région rural (citez)
……..……
……..

Autre (citez)
……..……
…….....

4- Niveau culturel :

Instruit ☐ Non instruit ☐

5- Fonction :

Fonction publique ☐ Fonction libérale ☐ Sans fonction ☐ Retraité ☐

6- Disponibilité de la propriété agricole :

Oui ☐ Non ☐ Employé ☐ Partenaire ☐

Où ?.....
.....

7- Pratique de l'activité agricole :

Elevage bétail ☐ Elevage de volaille ☐ Pâturé ☐ Agriculteur ☐

Autres (citez)
……
……

8- Pratique d'activité domestique sociale dans votre maison :

Tricotage ☐ ☐ Poterie Plats traditionnels ☐

Autres (citez)
……
……

9- L'origine :

Campagne ☐ La ville ☐

Autres (citez)
……..……
…….

10- Présence de parents en compagne

Oui ☐ Non ☐

II-LE SOUK :

1- Est ce que vous allez au SOUK LETHENEYN ?

Non ☐ Oui (quand ?) ☐ Souvent ☐ de temps à autre ☐ ☐ occasionnellement

Autres (citez)
……
……

2- Depuis quand vous allez au souk ?

……
……..

3- Dans votre famille quel est celui qui fréquente le plus le souk ?

Père de famille ☐ Les enfants ☐ Mère de famille ☐ Les vieillards ☐

4- Moyens de déplacement pour aller au SOUK :

Primitifs ☐ Mécaniques : privés ☐ La marche ☐ Transport commun ☐

Autres (citez)
……..……
……..

5- Est ce que vous trouvez des difficultés quand vous pressez le transport commun (vers le souk)

Oui ☐ Non ☐

6- Quels sont les animateurs du souk ?

Agriculteur s ☐ Commerçants ☐ Clients ☐ Adjudicataire ☐

Autres (citez)
……
……..

7- Mmarchandises locales de la région d'Arris que vous trouvez au souk

Légumes et fruits ☐ Céréales ☐ Bétail ☐ Alimentation bétail ☐ ☐
Viande ☐ Foie Grains ☐ Produits traditionnels

Autres (citez-les)
……
……

8- Marchandises arrivants des régions limitrophes à la région d'Arris que vous trouvez dans le souk

☐ Arbres (nom de la source)
……
……

☐ Pommes (nom de la source)
……..……
……..

☐ Dates (nom de la source)
……
……

☐ Menuiseries (nom de la source)
……..……
……

☐ Produits traditionnels (nom de la source)
……..……..

☐ Vaisselle (nom de la source)
……..……
……..

☐ Literie (nom de la source)
……
……

☐ Paille (nom de la source)
……
……..

Autres…….nom de la région

……..…..……
…….……

…….……..
…….…….

…….……..
……...……..

…….……..
…….……...

9- Période temporelle du SOUK ?

Hiver : l'heure du début de l'activité
……..……
……

L'heure de la fin de l'activité
……
……

Eté : l'heure du début d'activité
……
……

L'heure de la fin de l'activité
……
……

10- Durée temporelle que vous posez au SOUK ?

Moins que l'activité du SOUK ☐ Tous le temps de l'activité du SOUK ☐

Petite durée ☐ Duré nécessaire pour satisfaire ses besoins ☐

11- Cette durée vous convient

Que pour acheter ☐ Promenade ☐ Découvrir de nouveaux produits ☐ ☐ Communication

Autres……
……..

12- Qu'est ce qui vous attire au souk ?

Le jour et la durée sont convenables☐

Son aspect traditionnelle (vous rappelle la vie traditionnelle, le passé, la présence d'une majorité rurale et marchandises traditionnelles) ☐

Souk à l'air libre ☐

Caractéristiques du produit : disponibilité ☐ Diversité ☐ Qualité (locale et naturelle) ☐
Prix de la marchandise : bas ☐ Possibilité de négociations ☐

Autres……
……

Méthodes d'achat : vente avec le meilleurs prix ☐ Troc ☐ Exposition de marchandise ☐

Autres……
……..

Contribution à l'activité du souk (vente d'un produit propre à vous et l'achat d'un autre) ☐

Souk prés de chez vous ☐

Promenade ☐

Communication (rencontre, connaissance avec d'autre, les nouvelles,… ☐…)

D'autres courses dehors du souk (médecin, administration…… ☐…….)

Autres……
……..

13- Est-ce que vous profitez le jour du souk pour régler d'autres affaires dans la ville

Oui ☐ Non ☐

14- Qu'est ce que vous achetez du souk ?

Fruits et légumes ☐ Besoins ménagers (vaisselle, habil, chaussures….) ☐

Besoins agricoles (outils, graines, médicaments)☐ Besoins occasionnelles (l'aide, ☐ ramadan) ☐ produits traditionnels

Autres……
……

15- Comment vous transportez vos achats vers votre maison

Manuellement☐ Véhicule spéciale☐ Location d'un véhicule☐
Moyen primitif (charrette, animaux) ☐ Location d'un voiture☐

16- Comment vous estimez la distance ?
Proche☐ Lointaine☐

17- Est-ce que vous fréquentez d'autres souks (en dehors de la ville d'Arris) ?

Non ☐ Oui ☐
(lesquels)……
……..

Pourquoi ?

La distance est convenable☐ Moyen de transport disponible ☐ Autres produits☐

Autres……
……

Quand ?

Tous le temps☐ De temps à autre ☐ ☐ Occasionnellement

Autres……
…….

18- Est-ce que vous fréquentez d'autres SOUKS dans la ville d'Arris ? (autre que SOUK LETHENEYNE)

Oui ☐ Non ☐

Lesquels ?.....
.....

Pourquoi ?

La distance ☐ Marchandises (disponibles, diversifiées, moins couteux….) ☐ Moyens de ☐ transport

Autres……..
……

19- Préférez-vous aller au SOUK ?

Allée : Seul ☐ Accompagné ☐

Retour : Seul ☐ Accompagné ☐

20- Est ce que vous fréquentez toujours SOUK LETHENEYNE ?

Oui ☐ Non ☐ Pourquoi ?

L'heure ☐ L'incapacité ☐ Présence d'un autre lieu pour faire vos courses ☐ Recul de son ☐ activité

Autres causes
……..……
……

21- Quel est votre avis sur l'activité du souk ?

En diminution ☐ En augmentation ☐ Constant par rapport au passé ☐ Selon les ☐ saisons

22- En cas de diminutions de son activité quelles sont les causes selon vous ?

Disparition de quelques activités ☐ Présence de souks parallèles ☐
résence de locaux commerciaux à proximité ☐

Qualités des marchandises ☐ La diminution du nombre de commerçants ☐
Recul de son caractère traditionnel ☐

Autres……
……..

23- A votre avis quelles sont ses effets négatifs (sur l'environnement)

Mouvements des piétons ☐ Source de bruits ☐ Source de pollution ☐ Présence ☐ d'étrangers Source de dé☐gement pour les logements proches

Autres……
……

24- En cas de changement de l'emplacement du SOUK quel est le lieu que vous proposez ?

……
……...……

25- En cas de changement du jour de SOUK quel est le jour que vous proposez ?

……
……

26- Que présente le SOUK le souk pour vous ?

.....
……
……..
……
……..

27- Pourquoi le SOUK est hebdomadaire ?

……
…….
……
……
……
……..

Ministère de l’enseignement supérieur et la recherche scientifique

Indicateurs individuelles

Remarque : cette fiche est destinée uniquement pour la recherche scientifique avec l’assurance de la discrétion des renseignements "prière de nous aider " mettez une croix (X) dans la case qui convient.

QUESTIONS SPECIALES POUR LES COMMERÇANTS :

1- quel genre d’activité pratiquez-vous dans le souk ?
……

2- depuis quand vous pratiquez votre activité ?
.....

3- depuis quand fréquentez-vous ce souk ?

.....

4- D'où venez-vous ?

.....

5- Quelles sont les causes de votre avènement à ce souk ?

Le plus proche ☐ disponibilité des clients ☐ coût adjudication ☐

Autres causes

……
……..

6- Quand est ce que vous venez à la ville d'Arris ?

Avant le jour du souk ☐ le jour du souk ☐

7- A quelle heure vous rentrez dans le souk ?

L'heure d'ouverture du souk ☐ avant l'heure d'ouverture du souk ☐ heure tardive ☐

L'heure de votre départ du souk ?

L'heure de la fin de l'activité du souk ☐ avant la fin de l'activité du souk ☐

Autres……
……

8- Quels sont les souks que vous fréquentez dans la ville d'Arris ?

.....……
……
……..

Quels sont vos préférés ?

.....

Pourquoi ?

Le plus proche ☐ disponibilité des clients ☐ coût d'adjudication ☐

9- Quels sont les souks que vous fréquentez en dehors de la ville d'Arris ?

.....……
……
……
……..

10- Quels sont vos préférés ?

.....

Pourquoi ?

Plus proche ☐ disponibilité des climats ☐ coût d'adjudication ☐

Autres……
……

11- les moyens de transport de vos marchandises ?

Véhicules privé ☐ location de véhicule ☐ transport en commun ☐

12- source d'achat de vos marchandises :

Marché des grossistes ☐ producteur direct ☐ produit privée ☐

Autres……
……

13- est ce que les services propres à vous (sanitaires, salle de prière, boissons, nourriture……..) sont disponibles au niveau du souk ?

Oui ☐ Non ☐

14- quels sont la majorité des clients ?

Agriculteur ☐ citadins ☐ rural ☐ vieux ☐ femmes ☐

Autres (citez)
……
……

15- Comment vous participez à la maintenance du souk (endroit propre à vous) ?
……..……
……
……
…

16- Qui est le responsable de la maintenance et de la propreté du souk ?
……
……
……

17- comment choisir le commerçant sa place ?
.....

18- En cas de litige entre commerçants qui intervient ?

……
……..

19- Quel est votre opinion sur l'activité du souk ?

En diminution ☐ en augmentation☐ stable par rapport au passé☐ selon la saison ☐

20- en cas de diminution de son activité, à ton avis quelles sont les causes ?

Disparition de quelques activités☐ présence de souks parallèles☐ présence de locaux commerciaux à proximité ☐ qualité de la marchandise ☐ le nombre décroissant des commerçants ☐

Autres……
……

21- quels sont les insuffisances existantes dans le souk ?
.....……
……
…….Que proposez vous ?
……. ……
.....
……
……

22- en cas de changement du lieu de souk quel est l'emplacement que vous allez choisir ?.

……
…….....
...

23- en cas changement de jour du souk, quel jour proposez - vous ?
.....

24- Que représente le souk pour vous ?
..... ……
…….....……
……..

Ministère de l'enseignement supérieur et la recherche scientifique

Indicateurs individuelles

Remarque : cette fiche est destinée uniquement pour la recherche scientifique avec l'assurance de la discrétion des renseignements.

Dialogue avec les gens âgés

1- Quand est ce qu'a commencé l'activité du souk ?
Avant la colonisation☐ durant la colonisation☐ après la colonisation ☐
Autres……
……

2- Situation original du souk ?
MEZATA ☐ en dehors de la ville☐
Autres situation (citez)
……
……..

3- Quelles sont les causes de la création du souk dans cet endroit ?
Lieu de rencontre des groupes ☐ arrêté communal ☐
Autres (citez)
……
……

4- Quelles sont les causes de la création du souk pendant cette période ?
L'isolement (situation d'Arris dans la région)☐ arrêté communale ☐
situation par rapport à d'autres région☐ disponibilité des marchandises☐
Autres……
……

5- L'origine des commerçants durant cette période ?
ARRIS ☐ campagne ☐
Autres (citez)
……
……

6- Qui va au souk ?
Sexe : masculin☐ féminin ☐

L'âge : enfant ☐ jeune☐ vieillissant☐ vieux☐

L'origine de l'acheteur dans cette période ?

ARRIS ☐ campagne☐

Autres (citez)

……
……..…….

7- L'origine des marchandises à cette période ?

Arris ☐ ☐campagne

Autres régions

……
……..……..

8- Quelles sont les marchandises qui mouvementaient le souk dans le passé ?

.....
.....

9- Période temporelle du souk ?

Hiver : moment du début de l'activité

……
……

Moment de la fin de l'activité

……
…….

Eté : moment du début de l'activité

……
……

Moment de la fin de l'activité

……
……..

10- Quels sont les souks à proximité du SOUK LETHENEYNE qui existaient dans cette période ?

……
……

11- Comment étaient les relations commerciales entre elles (approvisionnement, commercialisation, commerçants) ?

……
……..

12- Comment se déplaçaient les clients entre elles ?

……
……..

13- Quel été le comportement colonial vis-à-vis de ce souk ?

.....
.....

Pourquoi le colonialisme n'a pas éliminé ce souk ?

……

……..

14- Quels sont les périodes d'activités ?

……

……..……..

15- Quels sont les périodes de stagnation ?

.....

.....

16- Que pensez-vous de l'activité du souk actuellement ?

En diminution☐ en augmentation ☐ constant (en comparaison avec le ☐ passé) ☐on les saisons

17- A votre avis Est-ce que le souk garde son caractère traditionnel vous rappel la vie traditionnelle, le passé, présence d'une majorité rural et des marchandises traditionnel) ?

.....

.....

18- Que représente pour vous le souk ?

.....

.....

19- Qui est ce qui aide à la continuité de l'activité du souk dans la ville ?

.....

.....

Annexe:

Développement durable

01-LOI D'ORIENTATION DE LA VILLE

Loi n° 06-06 du 21 Moharram 1427 correspondant au 20 février 2006 portant loi d'orientation de la ville.

Le Président de la République,

Vu la Constitution, notamment ses articles 119, 120, 122, 126, 127 et 180;
Vu l'ordonnance n° 75-58 du 26 septembre 1975, modifiée et complétée, portant code civil;
Vu l'ordonnance n° 75-74 du 12 novembre 1975 portant établissement du cadastre général et institution du livre foncier;
Vu la loi n° 84-17 du 7 Juillet 1984, modifiée et complétée, relative aux lois de finances;
Vu la loi n° 85-05 du 16 février 1985, modifiée et complétée, relative à la protection et à la promotion de la santé;
Vu la loi n° 88-02 du 12 janvier 1988 relative à la planification;
Vu la loi n° 90-08 du 7 avril 1990, modifiée et complétée, relative à la commune;
Vu la loi n° 90-09 du 7 avril 1990, modifiée et complétée, relative à la wilaya;
Vu fa loi n° 90-21 du 15 août 1990, modifiée et complétée, relative à la comptabilité publique;
Vu la loi n° 90-25 du 18 novembre 1990, modifiée et complétée, portant orientation foncière;
Vu la loi n° 90-29 du 1er décembre 1990, modifiée et complétée, relative à l'aménagement et l'urbanisme;
Vu la loi n° 90-30 du 1er décembre 1990 portant loi domaniale;
Vu la loi n° 90-31 du 4 décembre 1990 relative aux associations;
Vu la loi n° 91-11 du 27 avril 1991, complétée, -fixant les règles relatives à l'expropriation pour cause d'utilité publique;

Vu ta loi n° 98-04 du 20 Safar 1419 correspondant au 15 juin 1998 relative à la protection du patrimoine culturel;
Vu la loi n° 01-03 du Aouel Joumada Ethania 1422 correspondant au 20 août 2001 relative au développement de 'investissement;
Vu l'ordonnance n° 01-04 du Aouel Joumada Ethania 1422 correspondant au 20 août 2001 relative à l'organisation, au fonctionnement et à la privatisation des entreprises publiques économiques;
Vu la loi n° 01-13 du 17 Joumada El Oula 1422 correspondant au 7 août 2001 portant orientation et organisation des transports terrestres;
Vu la toi n° 01-14 du 29 Joumada El Oula 1422 correspondant au 19 août 2001, modifiée et complétée, relative à l'organisation, la sécurité et la police de la circulation routière;
Vu la loi n° 01-18 du 27 Ramadhan 1422 correspondant au 12 décembre 2001 relative à la loi d'orientation sur la promotion de la petite et moyenne entreprise;
Vu la loi n° 01-19 du 27 Ramadhan 1422 correspondant au 12 décembre 2001 relative à la gestion, au contrôle et à l'élimination des déchets;
Vu la loi n° 01-20 du 27 Ramadhan 1422 correspondant au 12 décembre 2001 relative à l'aménagement et au développement durable du territoire;
Vu la loi n° 02-02 du 22 Dhou El Kaada 1422 correspondant au 5 février 2002 relative à la protection et à la valorisation du littoral;
Vu la Idi n° 02-08 du 25 Safar 1423 correspondant au 8 mai 2002 relative aux conditions de création des villes nouvelles et de leur aménagement;

Vu la loi n° 03-10 du 19 Joumada El Oula 1424 correspondant au 19 juillet 2003 relative à la protection de l'environnement dans le cadre du développement durable;
Vu la loi n° 04-20 du 13 Dhou El Kaada 142 correspondant au 25 décembre 2004 relative à la prévention des risques majeurs et à la gestion des catastrophes dans le cadre du développement durable;
Après adoption par le Parlement,
Promulgue la loi dont la teneur suit :

Article 1er. — La présente loi a pour objet de fixer les dispositions particulières visant à définir les éléments de la politique de la ville dans le cadre de la politique de l'aménagement du territoire et du développement durable. La politique de la ville est conçue et élaborée suivant un processus concerté et coordonné. Elle est mise en oeuvre dans le cadre de la déconcentration, de la décentralisation et de la gestion de proximité.

CHAPITRE 1

DES PRINCIPES GENERAUX

Art. 2. — Les principes généraux de la politique de la ville sont:

La coordination et la concertation : selon lesquelles les différents secteurs et acteurs concernés oeuvrent ensemble pour la réalisation d'une politique de la ville organisée de manière cohérente et optimale, à partir des choix arrêtés par l'Etat et des arbitrages communs.

La déconcentration : selon laquelle des missions et attributions sectorielles sont confiées au niveau local aux représentants de l'Etat.

La décentralisation : selon laquelle les collectivités locales disposent de pouvoirs et d'attributions qui leur sont dévolues par la loi.

La gestion de proximité : selon laquelle sont recherchés et mis en place les supports et procédés destinés à associer, directement ou par le biais du mouvement associatif, le citoyen à la gestion des programmes et actions concernant son cadre de vie et d'en apprécier et évaluer les effets engend

Le développement humain : selon lequel l'Homme est considéré comme la principale richesse et la finalité de tout développement,

Le développement durable : selon lequel la politique de la ville contribue au développement qui satisfait les besoins actuels, sans compromettre les besoins des générations futures.

La bonne gouvernance : selon laquelle l'administration est à l'écoute du citoyen et agit dans l'intérêt général dans un cadre transparent.

L'information : selon laquelle les citoyens sont informés, de manière permanente, sur la situation de leur ville, sur son évolution et sur ses perspectives.

La culture : selon laquelle la ville représente un espace de création, d'expression culturelle, dans le cadre des valeurs nationales.

La préservation : selon laquelle le patrimoine matériel et immatériel de la ville doit être sauvegardé, préservé, protégé et valorisé.

L'équité sociale : selon laquelle la cohérence, la solidarité et la cohésion sociale constituent des éléments essentiels de la politique de la ville.

CHAPITRE II

DES DEFINITIONS ET DE LA CLASSIFICATION

Art. 3. — Il est entendu au sens de la présente loi par : **Ville** : toute agglomération urbaine ayant une taille de population et disposant de fonctions administratives, économiques, sociales et culturelles.

Economie urbaine : toutes activités de production de biens et de services localisées dans le milieu urbain ou dans son aire d'influence-

Contrat de développement de la ville ; une convention souscrite par une ou plusieurs collectivités territoriales, et un ou plusieurs acteurs ou partenaires économiques, dans le cadre des actions et programmes réalisés au titre de la politique de la ville.

Art. 4. — Outre la métropole, l'aire métropolitaine, la grande ville, la ville nouvelle et la zone urbaine sensible, définies par la législation en vigueur, il est entendu au sens de la présente loi par :

Une ville moyenne : l'agglomération urbaine dont la population est comprise entre cinquante mille (50.000) et cent mille (100.000) habitants.

Une petite ville : l'agglomération urbaine dont la population est comprise entre vingt mille (20.000) et cinquante mille (50.000) habitants. Les modalités d'application du présent article sont, en tant que de besoin, précisées par voie réglementaire.

Art. 5. — Outre leur classement selon la taille de leur population, les villes sont classées selon leurs fonctions et leur rayonnement au niveau local, régional, national et international particulièrement leur patrimoine historique culturel et architectural,
Les modalités d'application du présent article sont fixées par voie réglementaire.

CHAPITRE III

DU CADRE ET DES OBJECTIFS

Art. 6. — La politique de la ville vise à orienter et à coordonner toutes les interventions, particulièrement celles relatives aux domaines suivants :

— la réduction des disparités inter-quartiers et la promotion de la cohésion sociale;

— la résorption de l'habitat précaire ou insalubre;

— la maîtrise des plans de transport, de déplacement et de circulation dans et autour des villes;

— le renforcement des voiries et réseaux divers;

— la garantie et la généralisation des services publics, particulièrement ceux chargés de la santé, de l'éducation, de la formation, du tourisme, de la culture, du sport et des loisirs;

— la protection de l'environnement;

— la prévention des risques majeurs et la protection des populations;

— la lutte contre les fléaux sociaux, la marginalisation, Ja délinquance, la pauvreté et le chômage;

— la promotion du partenariat et de la coopération entre les villes;

— l'intégration des grandes villes aux réseaux régionaux et internationaux*

Art. 7. — La politique de la ville, conçue comme ,un ensemble pluridimensionnel, plurisectoriel et multilatéral vise à réaliser le développement durable et se concrétise à travers plusieurs volets : le volet du développement durable, l'économie urbaine, l'urbain, la culture, le social, la gestion et l'institutionnel. Chaque volet susvisé comporte des objectifs précis intégrés à l'action globale à mettre en œuvre.
L'ensemble de ces volets est mis en œuvre en conformité avec les modalités fixées à l'article 13 ci-dessous.

Art. 8. — Le volet du développement durable et de l'économie urbaine a pour objectifs :

— la sauvegarde de l'environnement naturel et culturel;
— l'exploitation rationnelle des ressources naturelles;
— la promotion de la fonction économique de la ville;
— la promotion des nouvelles technologies de l'information et de la communication.

Art. 9. — Le volet urbain et culturel a pour objectif de maîtriser la croissance de la ville en préservant les terres agricoles, les zones du littoral et les zones protégées, en assurant ;
— la correction des déséquilibres urbains;
— la restructuration, la réhabilitation et la modernisation du tissu urbain pour le rendre fonctionnel;
— la préservation et la valorisation du patrimoine culturel, historique et architectural de la ville;
— la promotion et la préservation des espaces publics et des espaces verts;
— le renforcement et le développement des équipements urbains;
— la promotion des moyens de transport en vue de faciliter la mobilité urbaine;
— la mise en œuvre d'actions foncières prenant en compte la fonctionnalité de la ville;
— la promotion et le développement du cadastre.

Art. 10. — Le volet social a pour objectif l'amélioration des conditions et du cadre de vie de la population en assurant :
— la lutte contre la dégradation des conditions de vie dans les quartiers;
— la promotion de la solidarité urbaine et la cohésion sociale;
— la promotion et le développement des activités touristiques, culturelles, sportives et de loisirs;
— la promotion et la préservation de l'hygiène et la santé publiques;
— la prévention de la délinquance urbaine;
— le renforcement des équipements sociaux et collectifs.

Art. 11. — Le volet de la gestion a pour objectif de promouvoir (a bonne gouvernance à travers ;
— le développement des modes de gestion rationnelle en utilisant des moyens et procédés modernes,

— le renforcement et l'amélioration de la qualité des prestations de service public;

— la réaffirmation de la responsabilité des pouvoirs publics et la participation du mouvement associatif et du citoyen dans la gestion de la ville;

— le renforcement de la coopération intervilles.

Art. 12. — Le volet institutionnel a pour objectif ;

— la mise en place d'un cadre national d'observation, d'analyse et de proposition dans le domaine de la politique de la , ville;

—" la promotion du financement de la politique de la ville dans le cadre du concours du budget national, des finances locales et de mécanismes novateurs tels que l'investissement et

— le crédit, conformément à la politique économique nationale

— le renforcement du suivi et du contrôle, par les instances compétentes, de l'exécution de la politique de la ville et des programmes et actions arrêtés dans ce cadre.

CHAPITRE IV

DES ACTEURS ET DES COMPETENCES

Art. 13. — La politique de ta ville est initiée et conduite par l'Etat qui en définit les objectifs, le cadre et les instruments en concertation avec les collectivités territoriales.

Art. 14. — Conformément aux dispositions de l'article 13 ci-dessus, les pouvoirs publics définissent la politique de la ville en :

— arrêtant une stratégie tout en fixant les priorités pour le développement durable de la ville;

réunissant les conditions de concertation et de débat entre les différents intervenants dans la politique de la ville;

— arrêtant les normes et les indicateurs urbains ainsi que les éléments d'encadrement, d'évaluation et de correction des programmes et actions arrêtés;

— trouvant des solutions pour la réhabilitation de la ville, la requalification de ses ensembles immobiliers et la restructuration des zones urbaines sensibles;

concevant et en mettant en œuvre des politiques de sensibilisation et d'information destinées aux citoyens; mettant en place les instruments d'intervention et d'aide à la prise de décision pour la promotion de la ville;

favorisant le partenariat entre l'Etat, les collectivités territoriales et les opérateurs économiques et sociaux pour lai mise en œuvre des programmes de la politique de la ville; veillant à la cohérence des instruments liés à la politique de la ville et en assurant le contrôle et l'évaluation de sa mise en œuvre.

Art. 15. — Les programmes et les actions arrêtés dans le cadre de la politique de la ville sont mis en œuvre par les collectivités territoriales qui doivent prendre en charge la gestion de leurs villes respectives pour tout ce qui concerne leur évolution, la préservation de leur patrimoine bâti,

leur fonctionnement et les qualités et conditions de vie de leurs habitants, dans le respect des compétences qui leur sont dévolues par la loi.

Art. 16. — Dans le cadre des lois et règlements en vigueur, les investisseurs et les agents opérateurs économiques participent à la réalisation des objectifs inscrits dans le cadre de
la politique de la ville, notamment en matière de promotion immobilière ainsi que de développement de l'économie urbaine et de compétitivité des villes.

Art. 17. — Conformément à la législation en vigueur, les citoyens sont associés aux programmes relatifs à la gestion de leur cadre de vie, notamment leur quartier.
L'Etat veille à réunir les conditions et les mécanismes permettant d'associer effectivement le citoyen aux programmes et actions concernant la politique de la ville.

CHAPITRE V

DES INSTRUMENTS ET DES ORGANES

Art. 18. — Les instruments et organes de la politique de la ville sont :

- les instruments de planification spatiale et urbaine;
- les instruments de planification et d'orientation sectoriels;
- les instruments de partenariat;

• les instruments d'information, de suivi et d'évaluation;
• les instruments de financement;
• le cadre national d'observation, d'analyse et de proposition dans le domaine de la politique de la ville.

Section 1
Instruments de planification spatiale et urbaine

Art. 19. — Les instruments de planification spatiale et urbaine sont :
— le schéma national d'aménagement du territoire;
— le schéma régional de la région programme;
— le schéma directeur d'aménagement d'aires métropolitaines;
— le plan d'aménagement de la wilaya;
— le plan directeur d'aménagement et d'urbanisme;
— le plan d'occupation des sols;
— le plan d'aménagement de la ville nouvelle;
— le plan permanent de sauvegarde et de mise en valeur des secteurs;
— le plan de protection et de mise en valeur des sites archéologiques et leur zone de protection;
— le plan généra! d'aménagement des parcs nationaux.

Section 2
Instruments de planification et d'orientation sectoriels

Art. 20. — Un cadre de concertation et de coordination est mis en place pour assurer aux instruments de planification el d'orientation sectoriels au niveau de la ville, notamment ceuï relatifs à la protection de l'environnement et du patrimoine culturel, de l'urbanisme, du transport, de l'eau et des équipements et infrastructures, une mise en oeuvre concertée, cohérente et optimale. Ce cadre est chargé de proposer des mesures non prévues par les instruments de planification el
d'orientation sectoriels.
Les modalités d'application du présent article sont fixées par voie réglementaire.

Section 3
Instruments de partenariat

Art. 21. — Conformément aux articles 13 et 14 ci-dessus, les programmes et les actions entrant dans le cadre de la politique de la ville sont, le cas échéant, mis en oeuvre suivant
Les modalités d'application du présent article sont fixées par voie réglementaire.
Art. 22. — Des actions de partenariat entre deux ou plusieurs villes pour la réalisation d'équipements et infrastructures urbains structurants peuvent êtres initiés dans le cadre de conventions conclues entre les collectivités territoriales responsables des villes concernées.
Les modalités d'application du présent article sont fixées par voie réglementaire.
Section 4
Instruments d'information, de suivi et d'évaluation

Art. 23. — Dans le cadre d'une politique adaptée de la ville, des instruments d'évaluation et d'information socio-économique et géographique doivent être identifiés et mis en place.
Doivent être également identifiés et mis en place des instruments d'intervention et de suivi pour faciliter l'évaluation et l'intervention des ajustements appropriés.
Les modalités d'application du présent article sont fixées par voie réglementaire.
Art. 24. — Chaque année une journée est consacrée et appelé "Journée de la ville". Un prix annuel intitule "Prix de la République" est décerné à la plus belle ville d'Algérie.
Les modalités d'application du présent article sont fixées par voie réglementaire.

Section 5

Instruments de financement

Art. 25. — Sont financés par les ressources publiques locales avec le concours du budget de l'Etat, toutes les études et actions engagées par les pouvoirs publics compétente;
conformément aux articles 13 et 14 ci-dessus, dans le cadre dsf la politique de la ville.
Des mesures financières incitatives ou dissuasives;
peuvent être prises, en vertu de la loi, pour la conduite de la politique de la ville.

Section 6
L'observatoire national de la ville

Art. 26. — II est créé un observatoire national de la ville, ci-dessous dénommé "l'observatoire national".
L'observatoire national est rattaché au ministère chargé de- la ville et a pour missions :

— le suivi de la mise en œuvre de la politique delà ville;
— l'élaboration d'études sur le développement des villes dans le cadre de la politique nationale d'aménagement du' territoire ;
— la production et la tenue à jour d'une nomenclature des' villes ;
— la proposition, au Gouvernement, de toutes mesures de' nature à promouvoir la politique nationale de la ville;
— la participation à la promotion de la coopération internationale dans le domaine de la ville
— la proposition, au Gouvernement, d'un cadre d'actions permettant de promouvoir la participation et la consultation des citoyens;
— le suivi de toute mesure prise par le Gouvernement dans le cadre de la promotion de la politique nationale de la ville.

La composition, l'organisation et le fonctionnement de l'observatoire national sont fixés par voie réglementaire.

CHAPITRE VI

DISPOSITIONS FINALES

Art. 27. — Outre les dispositions prévues par la présente loi, des mesures spécifiques peuvent être arrêtées pour la métropole d'Alger par le Gouvernement, en coordination avec les collectivités territorialement compétentes.
Art. 28. — Dans le cadre de la politique nationale d'aménagement du territoire, et outre les dispositions de la présente loi, des mesures incitatives particulières peuvent être prises au bénéfice des villes et notamment celles implantées dans des zones à promouvoir, dans les régions du Sud et des Hauts Plateaux.
Art. 29. — La présente loi sera publiée au Journal officiel de la République algérienne démocratique et populaire.
Fait à Alger, le 21 Moharram 1427 correspondant au 20 février 2006.
Abdetaziz BOUTEFLIKA.

02- Développement durable :

Déclaration de Rio sur l'environnement et le développement

La Conférence des Nations Unies sur l'Environnement et le Développement, réunie à

Rio de Janeiro du 3 au 14 juin 1992.

Réaffirmant la Déclaration de la Conférence des Nations Unies sur l'environnement adoptée à

Stockholm le 16 juin 1972, et cherchant à en assurer le prolongement ;

Dans le but d'établir un partenariat mondial sur une base nouvelle et équitable en créant des niveaux de coopération nouveaux entre les Etats, les secteurs clefs de la société et les peuples;

Œuvrant en vue d'accords internationaux qui respectent les intérêts de tous et protègent l'intégrité du système mondial de l'environnement et du développement ;

Reconnaissant que la Terre, foyer de l'humanité, constitue un tout marqué par l'interdépendance ;

Proclame ce qui suit :

Principe 1

Les êtres humains sont au centre des préoccupations relatives au développement durable. Ils ont droit à une vie saine et productive en harmonie avec la nature.

Principe 2

Conformément à la Charte des Nations Unies et aux principes du droit international, les Etats ont le droit souverain d'exploiter leurs propres ressources selon leur politique d'environnement et de développement, et ils ont le devoir de faire en sorte que les activités exercées dans les limites de leur juridiction ou sous leur contrôle ne causent pas de dommages à l'environnement dans d'autres Etats ou dans des zones ne relevant d'aucune juridiction nationale.

Principe 3

Le droit au développement doit être réalisé de façon à satisfaire équitablement les besoins relatifs au développement et à l'environnement des générations présentes et futures.

Principe 4

Pour parvenir à un développement durable, la protection de l'environnement doit faire partie intégrante du processus de développement et ne peut être considérée isolément.

Principe 5

Tous les Etats et tous les peuples doivent coopérer à la tâche essentielle de l'élimination de la pauvreté, qui constitue une condition indispensable du développement durable, afin de réduire les différences de niveaux de vie et de mieux répondre aux besoins de la majorité des peuples du monde.

Principe 6

La situation et les besoins particuliers des pays en développement, en particulier des pays les moins avancés et des pays les plus vulnérables sur le plan de l'environnement, doivent se voir accorder une priorité spéciale. Les actions internationales entreprises en matière

d'environnement et de développement devraient également prendre en considération les intérêts et les besoins de tous les pays.

Principe 7

Les Etats doivent coopérer dans un esprit de partenariat mondial en vue de conserver, de protéger et de rétablir la santé et l'intégrité de l'écosystème terrestre. Etant donné la diversité des rôles joués dans la dégradation de l'environnement mondial, les Etats ont des responsabilités communes mais différenciées. Les pays développés admettent la responsabilité qui leur incombe dans l'effort international en faveur du développement durable, compte tenu des pressions que leurs sociétés exercent sur l'environnement mondial et des techniques et des ressources financières dont ils disposent.

Principe 8

Afin de parvenir à un développement durable et à une meilleure qualité de vie pour tous les peuples, les Etats devraient réduire et éliminer les modes de production et de consommation non viables et promouvoir des politiques démographiques appropriées.

Principe 9

Les Etats devraient coopérer ou intensifier le renforcement des capacités endogènes en matière de développement durable en améliorant la compréhension scientifique par des échanges de connaissances scientifiques et techniques et en facilitant la mise au point, l'adaptation, la diffusion et le transfert de techniques, y compris de techniques nouvelles et novatrices.

Principe 10

La meilleure façon de traiter les questions d'environnement est d'assurer la participation de tous les citoyens concernés, au niveau qui convient. Au niveau national, chaque individu doit avoir dûment accès aux informations relatives à l'environnement que détiennent les autorités publiques, y compris aux informations relatives aux substances et activités dangereuses dans leurs collectivités, et avoir la possibilité de participer aux processus de prise de décision. Les Etats doivent faciliter et encourager la sensibilisation et la participation du public en mettant les informations à la disposition de celui-ci. Un accès effectif à des actions judiciaires et

administratives, notamment des réparations et des recours, doit être assuré.

Principe 11

Les Etats doivent promulguer des mesures législatives efficaces en matière d'environnement. Les normes écologiques et les objectifs et priorités pour la gestion de l'environnement devraient être adaptés à la situation en matière d'environnement et de développement à laquelle ils s'appliquent. Les normes appliquées par certains pays peuvent ne pas convenir à d'autres pays, en particulier à des pays en développement, et leur imposer un coût économique et social injustifié.

Principe 12

Les Etats devraient coopérer pour promouvoir un système économique international ouvert et favorable, propre à engendrer une croissance économique et un développement durable dans tous les pays, qui permettrait de mieux lutter contre les problèmes de dégradation de l'environnement. Les mesures de politique commerciale motivées par des considérations relatives à l'environnement ne devraient pas constituer un moyen de discrimination arbitraire ou injustifiable, ni une restriction déguisée aux échanges internationaux. Toute action unilatérale visant à résoudre les grands problèmes écologiques au-delà de la juridiction du pays importateur devrait être évitée. Les mesures de lutte contre les problèmes écologiques transfrontières ou mondiaux devraient, autant que possible, être fondées sur un consensus international.

Principe 13

Les Etats doivent élaborer une législation nationale concernant la responsabilité de la pollution et d'autres dommages à l'environnement et l'indemnisation de leurs victimes. Ils doivent aussi coopérer diligemment et plus résolument pour développer davantage le droit international concernant la responsabilité et l'indemnisation en cas d'effets néfastes de dommages causés à l'environnement dans des zones situées au-delà des limites de leur juridiction par des activités menées dans les limites de leur juridiction ou sous leur contrôle.

Principe 14

Les Etats devraient concerter efficacement leurs efforts pour décourager ou prévenir les déplacements et les transferts dans d'autres Etats de toutes activités et substances qui provoquent une grave détérioration de l'environnement ou dont on a constaté qu'elles étaient nocives pour la santé de l'homme.

Principe 15

Pour protéger l'environnement, des mesures de précaution doivent être largement appliquées par les Etats selon leurs capacités. En cas de risque de dommages graves ou irréversibles, l'absence de certitude scientifique absolue ne doit pas servir de prétexte pour remettre à plus tard l'adoption de mesures effectives visant à prévenir la dégradation de l'environnement.

Principe 16

Les autorités nationales devraient s'efforcer de promouvoir l'internationalisation des coûts de protection de l'environnement et l'utilisation d'instruments économiques, en vertu du principe selon lequel c'est le pollueur qui doit, en principe, assumer le coût de la pollution, dans le souci de l'intérêt public et sans fausser le jeu du commerce international et de l'investissement.

Principe 17

Une étude d'impact sur l'environnement, en tant qu'instrument national, doit être entreprise dans le cas des activités envisagées qui risquent d'avoir des effets nocifs importants sur l'environnement et dépendent de la décision d'une autorité nationale compétente.

Principe 18

Les Etats doivent notifier immédiatement aux autres Etats toute catastrophe naturelle ou toute autre situation d'urgence qui risque d'avoir des effets néfastes soudains sur l'environnement de ces derniers. La communauté internationale doit faire son possible pour aider les Etats sinistrés.

Principe 19

Les Etats doivent prévenir suffisamment à l'avance les Etats susceptibles d'être affectés et leur communiquer toutes informations pertinentes sur les activités qui peuvent avoir des effets transfrontières sérieusement nocifs sur l'environnement et mener des consultations avec ces Etats rapidement et de bonne foi.

Principe 20

Les femmes ont un rôle vital dans la gestion de l'environnement et le développement. Leur pleine participation est donc essentielle à la réalisation d'un développement durable.

Principe 21

Il faut mobiliser la créativité, les idéaux et le courage des jeunes du monde entier afin de forger un partenariat mondial, de manière à assurer un développement durable et à garantir à chacun un avenir meilleur.

Principe 22

Les populations et communautés autochtones et les autres collectivités locales ont un rôle vital à jouer dans la gestion de l'environnement et le développement du fait de leurs connaissances du milieu et de leurs pratiques traditionnelles. Les Etats devraient reconnaître leur identité, leur culture et leurs intérêts, leur accorder tout l'appui nécessaire et leur permettre de participer efficacement à la réalisation d'un développement durable.

Principe 23

L'environnement et les ressources naturelles des peuples soumis à oppression, domination, et occupation doivent être protégés.

Principe 24

La guerre exerce une action intrinsèquement destructrice sur le développement durable. Les Etats doivent donc respecter le droit international relatif à la protection de l'environnement en temps de conflit armé et participer à son développement, selon que de besoin.

Principe 25

La paix, le développement et la protection de l'environnement sont interdépendants et indissociables.

Principe 26

Les Etats doivent résoudre pacifiquement tous leurs différends en matière d'environnement, en employant des moyens appropriés conformément à la Charte des Nations Unies.

Principe 27

Les Etats et les peuples doivent coopérer de bonne foi et dans un esprit de solidarité à l'application des principes consacrés dans la présente Déclaration et au développement du droit international dans le domaine du développement durable

Les principes du développement durable :

Le développement durable peut également se définir par une série de grands principes qui constituent sa charte :

• la gestion intégrée : gestion globale qui tient compte de toutes les relations et interactions existant entre les systèmes. Elle se traduit par l'adoption d'une démarche transversale (plutôt que sectorielle), multipartenariale et interdisciplinaire ;
• la gouvernance : elle implique des approches rationnelles de la décision, basées sur des indicateurs et des évaluations ;
• le long terme : réflexion des actions et projets sur une échéance supérieure à 4 ou 5 ans ;
• la précaution : maintien d'un certain nombre d'options possibles ouvertes lorsque subsiste un doute ou une incertitude ;
• la prévention : choix des solutions limitant au minimum les impacts, afin de réduire les actions correctives après la mise en œuvre des projets ;
• la responsabilité : engagement global et universel qui renvoie à la responsabilité individuelle et locale. Elle débouche sur le principe de pollueur-payeur qui stipule que les responsables des pollutions et nuisances sont ceux qui assument les coûts ;
• la subsidiarité : principe de travail à l'échelon de décision le mieux approprié pour agir efficacement en faveur de l'intérêt général ;
• la solidarité : notion de reconnaissance d'intérêts communs entre personnes, entreprises, États, etc., impliquant pour les uns l'obligation morale de ne pas desservir les autres et de leur porter assistance.

Annexe :

Photos

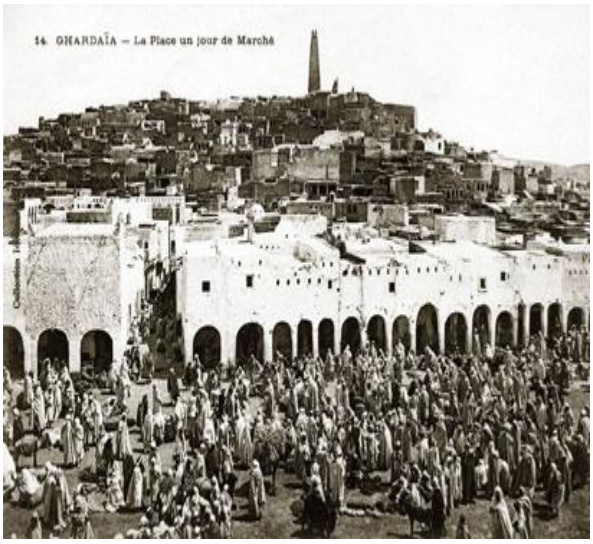


Photo n°1 : place de marché de Ghardaïa avant l'indépendance

Photo n°2 : souk Lathnin-vente du fumier

Photo n°3 : souk Lathnin-vente d'aliments d'animaux (RN31)

Photo n°4 : situation du souk Lathnin

Photo n°5 : souk Lathnin-locaux commerciaux

Photo n°6 : souk Lathnin-le stationnement

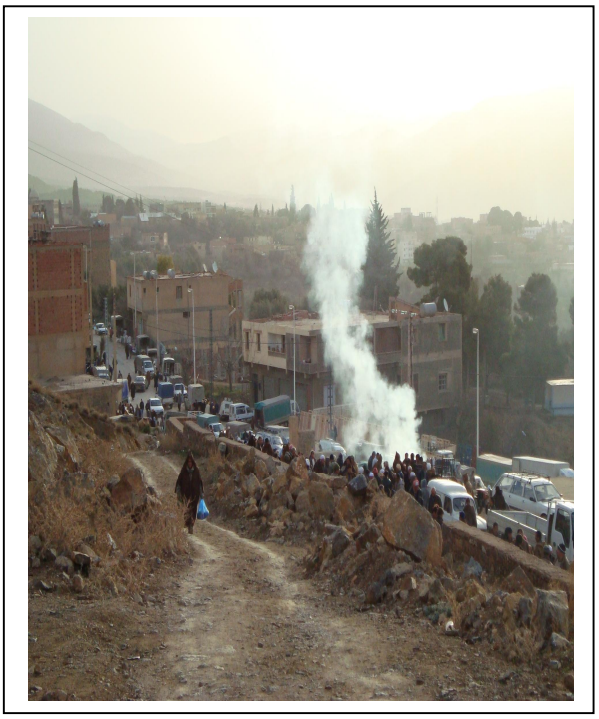


Photo n°7: souk Lthnin-la rentrée d'un client

Photo n°8 : souk Lathnin- la rentrée d'un client

Photo n°9 : souk Lathnin-vente des plantes

Photo n°10 : souk Lathnin-espace de récréation et discours

Photo n°11 : souk Lathnin-le négoce(ahachène)

Photo n°12 : transport par l'enchère

Photo n°13 : souk thlath-produit industriel

Photo n°14 : souk thlath-

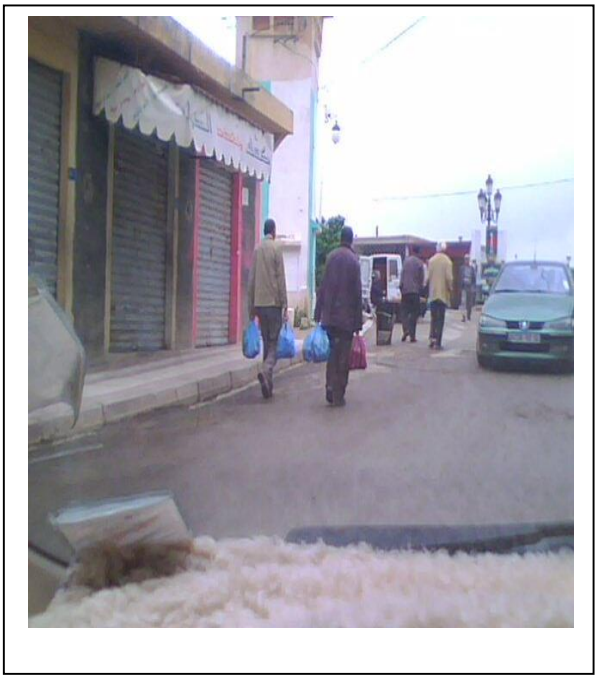


Photo n°15 : souk thlath- la portée des achats

Photo n°16 : souk de Timgad

Photo n°17 : souk Lathnin-vendeur du bétail

Photo n°18 : souk Lathnin-le fourrage

Photo n°21 : souk Lathnin-la viande gréée

Photo n°22 : souk Lathnin-l'aller au souk à pied

Photo n°23 : souk Larabâa ZHUN

Photo n°24 : le site du souk Larabâa ZHUN

Abstract

The weekly (Souq) of the traditional character are the most important froms of doing business in the aures region, at one time in the past. But this social, economic and urban inheritance is now disappearing leaving place for other patterns and froms of trade in the region..

The study is coming to review the reality of thise markets and their vulnerability to economic and social changes that have defined the region as well as the preservation of their traditional character both in terms of demand for them or its contribution to the local economy.

The results show olso the adherence of rural population of the region with thise type of trade that is related to the essential primary activities (agriculture). The results olso have show the effect of this trade type by other new ones ; the emergence of parallel markets and the spead of the neighbourhood trade, as well as the invasion of the imported products to the markets of the region at the expence of the local ones.

This study concluted whith recommendations for reabilitation of these markets in the region and the activation of its contribution in movig the city and incorporated in its history and its surrounding , and as well as open doors for euture researchs to enrich both the theoritical practical sides of thes traditional markets.

ملخـــــــص

تعد الأسواق الأسبوعية ذات الطابع التقليدي من أهم أشكال ممارسة النشاط التجاري في منطقة الأوراس منذ وقت طويل لكن هذا الإرث الاجتماعي والاقتصادي و كذا العمراني أصبح خاليا في طريق الزوال لفائدة أنماط وأشكال أخرى من ممارسة التجارة في المنطقة.

جاءت هذه الدراسة إذا لمراجعة واقع هذه الأسواق و تأثرها بالتغيرات الاقتصادية والاجتماعية التي عرفتها المنطقة، وكذا مدى محافظتها على طابعها التقليدي سواء من حيث الإقبال عليها أو من حيث مساهمتها في الاقتصاد المحلي.

كما بينت النتائج كذالك تمسك الفئة الريفية من سكان المنطقة بهذا النمط من ممارسة التجارة لارتباطه الوثيق بنشاطهم الرئيسي (الفلاحة)، كما أظهرت النتائج تأثر هذا النوع من التجارة بأشكال جديدة للممارسة ظهورأسوق موازية وانتشار التجارة الجوارية وكذا غزو المنتوج المستورد لأسواق المنطقة على حساب المنتوج المحلي.

وانتهت الدراسة بتوصيات لإعادة الاعتبار لهذه الأسواق في المنطقة وتفعيل مساهمتها في تحريك المدينة، وإدماجها في تاريخها و محيطها الاجتماعي، وكذا فتح أبواب بحوث مستقبلية لإثراء الجوانب النظرية و التطبيقية لأدبيات الأسواق التقليدية.