

**N° d'ordre**

Ministère de L'enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique  
Université d'Oran  
Faculté des Sciences de la Terre, de Géographie et d'Aménagement du Territoire  
Laboratoire : E.G.E.A.T

## **Mémoire**

Présenté pour l'obtention du magistère

**Géographie et Aménagement**

**Option : villes en développements**

Nouveaux espaces commerciaux analyse des structures commerciales  
et des modes de distribution statistique et spatiale dans la zone  
périurbaine d'Oran. (Algérie)

Par

Oumria Mimouni

Soutenu le / / , devant la commission d'examen :

Noms et prénoms	Grade	Etablissement	Qualité
BEKKOUCHE Ammara	Professeur	Université de M. Boudiaf, Oran	Président
BENDJELID Abed	Professeur	Université d'Oran	Rapporteur
BENCHEHIDA Driss	Maitre de conférences	Université d'Oran	Examineur
HADEID Mohamed	Maitre de conférences	Université d'Oran	Examineur

## **Avant propos**

Je tiens à exprimer mes remerciements en commençant par notre directeur de recherche monsieur le professeur Bendjelid Abed d'avoir accepté de diriger ce modeste travail, à monsieur Benchehida Driss pour ces orientations durant cette étude.

J'exprime également ma gratitude aux enseignants d'I.G.A.T université d'Oran : Mms Hadeid Mohamed, Messahal Abedallah, Tayeb Othman, Trache S. Mohamed et Yousfi Badrdine.

Ce travail n'aurait jamais pris sa forme actuelle sans l'aide de plusieurs services. A cette occasion Je tiens à remercier les directeurs des impôts Bir el-Djir et Es-Sénia la direction du commerce D'Oran le directeur de la Chambre nationale du commerce, l'équipe de l'U.R.S.A Saïda et les commerçants d'Es-Sénia et de Khemisti.

Par ailleurs. Je remercie Mr Noubadji Khaled et Melle Hadjaj Nadjet qui nous ont porté de l'aide durant les enquêtes sur terrain.

Et enfin à tous ceux qui ont participé à l'élaboration de ce travail.

## *Remerciements*

*A ma défunte grand mère.*

*A mes très chers parents qui ont toujours su me donner l'aide et leur patience au cours de ces dernières années.*

*A mes Chers frères Ali et Amine, à mon oncle Mohamed. A mon très cher mari et sa famille.*

*A mes très chères Meriem Fatima pour leurs conseils et encouragements.*

*A mes ami (es).*

## ***INTRODUCTION GENERALE***

Oran ville méditerranéenne, métropole régionale, capitale de l'Ouest algérien, se situe à 432 kms de la capitale. L'agglomération Oranaise s'étale sur une superficie totale de 25057ha, sa population est estimée à plus de 832168 habitants. (Plan directeur d'urbanisme et d'aménagement du groupement d'Oran U.R.S.A, 1995). Au niveau régional, « *Oran rayonne sur une multitude de villes situées dans son arrière pays : Tlemcen 140 km au sud- ouest, Sidi Bel Abbés 80km au sud. Mascara 100 km au sud- est, Mostaganem 90 km à l'est, Relizane à 130 km comme elle rayonne sur d'autres wilayas, des Hautes plaines (Saida, Tiaret, El-Bayadh, Naama) au sud son influence s'étend jusqu'à Bechar Adrar* » (U.R.S.A., 1995).

L'espace urbain s'est étendu démesurément depuis l'indépendance et surtout lors des dernières décennies. « *L'extension démesurée, en tiers de siècle, des grandes villes algériennes qui s'est opérée sous la forme d'un mitage de l'espace agricole pér-urbain (zones résidentielles, zones industrielles, zones à fonction spécifique...) est un fait géographique saillant. Comme pour les autres métropoles, ce mitage de l'espace qui a commencé au cours de la décennie 1970, s'est poursuivi en s'accéléralant durant la décennie 1990, que la naissance des fragments soit légale ou illégale* » (Bendjelid A., 1998).

La croissance démographique durant ces dernières années, l'extension urbaine de la ville et le desserrement de la population ont entraîné un étalement périphérique donnant lieu à l'implantation de zones industrielles (trois à Es-Sénia et une à Bir el Djir), de différents types d'habitats (les zones d'habitats urbaines nouvelles (Z.H.U.N), de grands équipements, d'universités et d'hôpitaux... Les nouvelles extensions urbaines se font sur la zone périurbaine vers le sud « Es-Sénia » et vers l'est » Bir el -Djir.

La forte mobilité occasionnée par l'étalement urbain, le développement des transports urbains et des moyens de communication, la libéralisation depuis les années 1970 et l'introduction du pays dans l'économie mondiale depuis les années 1980 ont donné lieu au développement du commerce dans la zone périurbaine de la ville d'Oran (lieux de stockages, activités commerciales et de services...) qui s'est implanté dans des espaces faciles d'accès. Après l'indépendance, Oran a repris sa vitalité et ses activités et mérite à nouveau sa qualité de ville commerciale qui est devenue

la fonction principale de cette ville. Le commerce est une activité essentielle et vitale, qu'a connu l'homme depuis son existence qui se constitue en troc (échange de marchandises).

Le commerce représente une force importante pour l'économie de la ville d'Oran dont dépend son rayonnement local, régional et même national. L'agglomération oranaise regroupe plus de 33.262 commerces et de services, dont 24.439 dans la commune d'Oran, 2.940 dans la commune de Birel-Djir, 2.514 à Es-Sénia et 1.454 à Sid Chahmi... (C.N.R.C., 2006). Essentielle, fondamentale et mobile, cette activité est en relation avec les autres fonctions urbaines de la ville telles que les fonctions résidentielle, industrielle et touristique... Avec l'étalement de l'habitat au-delà des villes, ce sont les périphéries des grandes agglomérations (première couronnes) qui ont bénéficié le plus des grands équipements et du développement de l'appareil commercial.

L'éclatement du bâti et l'extension de la ville d'Oran qui se fait sur son espace périurbain, a entraîné l'apparition de nouvelles formes de développement du commerce et des services. Pour répondre aux besoins de sa population l'espace périurbain a besoin d'un équipement commercial. Pour cela, notre premier objectif est de localiser et d'analyser la structure commerciale des nouveaux espaces commerciaux dans la zone périurbaine de la ville d'Oran. Ces dernières années ont été marquées par des investissements considérables qui ont donné naissance à de nouveaux types d'implantations commerciales périphériques qui se sont implantés dans des endroits faciles d'accès. Notre deuxième objectif est l'analyse des modes d'implantations commerciales, présenter les éléments et les indices permettant d'analyser et de prouver la formation de nouvelle centralité périphérique.

## ***1- Problématique***

La ville d'Oran a toujours occupé une place très importante dans le pays. Métropole régionale de l'Ouest algérien, centre économique, administratif, commercial et industriel, Oran est aussi une ville intellectuelle ; elle abrite la deuxième grande université algérienne et de nombreux instituts et centres de recherche.

Durant ces dernières décennies les villes algériennes ont connu un développement de leurs espaces par une extension urbaine due à plusieurs facteurs : la croissance démographique et économique, la recherche de meilleures conditions d'habitat, le développement des transports et des différents moyens de communication, l'exode rural...

Oran n'a pas échappé au processus de transformations de l'espace urbain, et a connu une extension rapide dans des conditions très difficiles à contrôler. « *C'est sur les banlieues que porte à peu près tout le poids de la croissance urbaine, puisqu'elles seules ont encore des espaces libres suffisamment étendus pour qu'on y réalise d'importantes opérations de construction* » (Josse R., 1973) c'est le cas d'Oran qui à cause de son degré de saturation connu à l'intérieur de la ville lié à la surconcentration de la population, aux problèmes de logement et à la poussée démographique, la ville s'est orientée vers sa zone périphérique, espace qui peut servir à l'extension de la ville (réalisation de grandes opérations de construction telles que les industries, les lieux de stockages, aéroport, hôpitaux, universités et développement de nouveaux espaces urbains (fragmentation de l'espace et des grands ensembles Z.H.U.N ...).

Le phénomène urbain est souvent défini comme une concentration d'activités et de fonctions qui crée une dynamique urbaine, motrice de croissance et de développement de la ville. Ainsi, l'activité commerciale joue un rôle essentiel dans l'animation et l'organisation urbaine d'une ville. L'activité commerciale s'implante en grande partie dans le centre-ville, cœur de la ville qui se caractérise par un pouvoir, « *une certaine masse de population, une capacité notable de production, un niveau de vie élevé et une ancienneté* »<sup>1</sup>, une concentration du réseau routier, une fréquentation et une forte attraction de la population dûe à la concentration des activités, des services et des établissements. La commune d'Oran regroupe plus de 10560 commerces et de services.

L'espace périphérique est réservé à la fonction d'habitat de type grands ensembles Z.H.U.N, de nouveaux fragments (légaux et illégaux) et de grands équipements. Les quartiers périphériques sont eux aussi dotés d'une activité commerciale et de services. La population de la zone périphérique a besoin d'un minimum d'équipement commercial qui lui faciliterait la vie. Dans la

---

<sup>1</sup> V. Fourault, A.Reynaud., Encyclopédie de Géographie.p. 583-599 .

zone périphérique de la ville d'Oran, on compte plus de 7385 commerces et de services (C.N.R.C., 2006).

L'implantation commerciale est en rapport avec l'espace et la population. La concentration de la population et des activités commerciales dans le centre-ville et les quartiers péricentraux ont poussé l'activité commerciale à s'implanter et à se diversifier dans la zone périurbaine. L'activité commerciale et les services constituent l'élément essentiel pour définir le degré d'une centralité urbaine ou périurbaine.

A partir de l'exemple de la ville d'Oran où l'activité commerciale se développe de plus en plus d'un espace à un autre, notre tâche consiste à identifier les nouveaux espaces commerciaux dans la zone périurbaine de la ville d'Oran. Pour mieux cerner notre sujet, nous posons quelques questions.

L'éclatement du bâti et l'extension de la ville d'Oran qui se fait sur sa zone périurbaine, a provoqué une transformation dans l'espace périphérique et l'évolution de la population périurbaine qui est passée de 18.808 habitants en 1966 à 200.824 habitants en 1998. Cette population périurbaine a besoin d'un équipement commercial et de services afin d'éviter les déplacements vers d'autres quartiers de la ville. Deux questions se posent. En premier lieu quel est le degré et la structure de l'équipement commercial dans la zone périurbaine (nombre, type et nature commerciale) ?

En second lieu, quels sont les modes d'implantation commerciale dans la zone périurbaine ?

Est-ce que les espaces dits périphériques rentrent dans le processus de spécialisation des espaces commerciaux ? Peut-on considérer ces espaces comme de nouvelles centralités périphériques ?

## **2- Méthode et approche de recherche**

Pour atteindre nos objectifs et répondre à toutes les questions posées dans la problématique, nous avons procédé aux différents travaux qui ont une relation avec nos préoccupations, les études déjà faites sur l'activité commerciale dans la ville d'Oran et sa zone périurbaine (Département de géographie de l'université d'Oran) et différents travaux et projets de recherche faits sur les autres villes algériennes.

La démarche adoptée pour l'identification des *Nouveaux espaces commerciaux «analyse des structures commerciales et des modes de distributions statistique et spatiale dans la zone périurbaine d'Oran»*, découle des questions posées dans la problématique. Cette étude est effectuée en trois phases :

1/ Faire le point des différentes études, ouvrages, travaux de recherche d'étudiants, articles, revues...).

2/ Collecte des données. C'est la constitution d'une banque de données concernant notre sujet, pour cela il y a lieu de contacter tous les établissements et les services concernés tels que : A.P.C, U.R.S.A, Services du Commerce, Chambre de commerce, les services d'impôts. Les informations recueillies auprès de l'Office national des statistiques (O.N.S.) résultat du (recensement général de la population et de l'habitat 1998 qui nous ont permis d'étudier l'évolution démographique dans la zone périurbaine et le calcul des taux d'accroissement ...

Notre étude est basée sur une série d'enquêtes, la première enquête a été faite auprès des deux Annexes des impôts d'Es-Sénia et de Birel-Djir ; cette enquête nous permis de faire une comparaison entre le nombre de commerces déclarés aux impôts et le nombre réel existant sur l'espace étudié. La deuxième enquête sur terrain faite auprès des commerçants, afin de constater sur place la véracité des données et de répondre à nos préoccupations (l'implantation commerciale dans la zone d'étude).

On aurait préféré que l'enquête touche tous les commerces et services qui existent dans notre zone d'étude mais en réalité la majorité des commerçants ferme leurs locaux lors de notre enquête ou refuse tout simplement de nous répondre pour des raisons qui seront citées dans les prochains chapitres. Le but de ces enquêtes est de connaître le type, la nature commerciale de chaque établissement enquêté, les caractéristiques des locaux et les motifs d'implantation dans cette zone périurbaine... (Voir la maquette d'enquête).

La troisième phase est consacrée au traitement et à l'analyse quantitative des données acquises auprès des différents services concernant l'activité commerciale dans l'agglomération oranaise (la commune d'Oran et les communes limitrophes), mais malheureusement ces données varient d'une source à l'autre.

L'outil informatique (logiciels de traitement) nous a permis de préparer les tableaux et les graphes. Pour bien exposer notre travail, nous avons eu recours à l'utilisation du système d'information géographique (S.I.G) Mapinfo et du logiciel Autocad 2006 pour l'élaboration d'une série de cartes afin de bien montrer la structure commerciale, la répartition des activités commerciales, la densité et la spécialisation commerciale des deux espaces enquêtés. L'implantation des symboles été difficile surtout sur les grands axes cette implantation en raison du nombre de commerces et service importants.

Notre étude porte sur le thème de *Nouveaux espaces commerciaux «analyse des structures commerciales et des modes de distributions statistique et spatiale dans la zone périurbaine*



**d'Oran»**La méthode utilisée sera tantôt descriptive tantôt explicative, et sera effectuée en trois parties.

La première partie est consacrée à l'analyse de l'espace urbain de la ville. Les étapes d'extension de la ville d'Oran nous permettront de délimiter la zone périurbaine de la ville d'Oran et d'étudier son développement durant ces dernières décennies et de montrer la relation entre le développement urbaine de la ville et la localisation commerciale

La deuxième partie tentera d'identifier les nouveaux espaces commerciaux dans la zone périphérique et d'évaluer le degré de développement de l'équipement commercial, leur aspect quantitatif et qualitatif, leur nature, leur type de commerce et la structure commerciale dans les deux agglomérations Es-Sénia et Bir el- Djir

La troisième partie consiste à étudier la concentration, les localisations, les densités, les spécialisations commerciales dans l'espace périurbain, l'état physique des locaux (la modernité) et les changements de l'activité commerciale dans cette zone... Cette étude nous permettra d'identifier, de localiser et d'analyser les nouvelles implantations commerciales dans la zone périurbaine afin de prouver la formation d'une nouvelle centralité périphérique.

Pour des raisons liées aux différents problèmes vécus sur terrain (l'insécurité, agression, réponses erronées...), notre champ d'étude a été accès sur deux espaces : l'agglomération d'Es-Sénia et celle de Khemisti, pour des raisons bien simple ces deux agglomérations les plus proches d'Oran, plus anciens dans l'évolution spatiale, par commodité (les grands axes de circulation, les grands équipements (université, industries et hôpitaux...) leurs fréquentation et attraction concerne une population qui vient au-delà des limites des deux agglomérations, la sécurité et facilité d'accès.

## *Première partie*

# ***L'ÉVOLUTION SPATIALE DE LA VILLE D'ORAN, L'ACTIVITÉ COMMERCIALE ET SON ÉVOLUTION DANS LA ZONE PÉRIURBAINE.***

## **I- Quelques définitions**

Une analyse historique est primordiale dans une étude d'un espace d'autant plus qu'il s'agit d'une ville ancienne comme la ville d'Oran, en premier lieu on traitera l'évolution spatiale de la ville d'Oran, de sa zone périurbaine et de l'évolution démographique de l'agglomération durant ces dernières années. La ville d'Oran a choisi l'Est et l'Ouest, deux axes principaux pour son urbanisation périphérique. Les communes d'Es-Sénia, et d'El-Kerma au sud, de Sidi-Chahmi au sud-est et de Birel-Djir à l'Est et bien sûr celle d'Oran, constituent l'espace de l'agglomération oranaise. Ce groupement s'étale sur une superficie de 25057 ha dont la surface urbanisée occupe 8800 ha, soit 35% de la superficie totale (Plan directeur d'urbanisme et d'aménagement du groupement d'Oran, URSA, 1995). L'espace périurbain de la ville d'Oran profite le plus de l'évolution de la population et de ainsi de son espace, les grands programmes d'habitat et des équipements projetés pour le développement de la métropole oranaise (Les zones industrielles, l'aéroport, les deux universités d'Es-Sénia et de l'USTO, les hôpitaux et les différents programmes d'habitat...), ont été implantés dans les communes limitrophes (d'Es-Sénia, Birel-Djir et Sidi Chahmi).

Les activités tertiaires se créeront dans des espaces caractérisés par une concentration de population, d'activités industrielles et des équipements ... La population de la zone périurbaine a besoin d'un équipement commerciale dont le but de satisfaire leur besoins, dans cette partie nous allons étudié la structure commerciale et son évolution au sein de la zone périurbaine.

Toute recherche géographique ou urbaine nécessite une multitude de définitions il faut tout d'abord présenter un certains nombre de concepts permettant d'expliquer la notion de centralité périurbaine.

### **1-1- Le Centre**

La notion de centre est plus claire que celle de la centralité périphérique. Considéré comme le noyau central, cœur de la ville où sont concentrés plusieurs fonctions, activités urbaines et les principaux lieux d'activités...« *L'image de l'espace central est naturellement liée aux fonctions accumulées par le centre-ville, parmi laquelle, la plus importante est certainement illustrée par la présence d'une forte concentration commerciale de divers catégories de services culture, loisirs, finances) et rarement le commerce de gros* »(Vant A.,1973). Le centre-ville est défini par ces

critères (constructions, voiries, différentes activités et équipements ...). C'est le lieu de surconcentration des services et de commerces lieu d'investissement caractérisé par, une forte concentration de population, un niveau de vie très élevé, une ancienneté, présence de service et de commerce de luxe et une forte attraction due à la concentration (services, activités commerciales). « Selon la géographe J.B-Garnier, le centre est avant tout caractérisé par des phénomènes d'attraction et de polarisation qui peuvent être soit de l'ordre culturel en lien avec la tradition, l'histoire, soit de l'ordre organisationnel lié à l'accessibilité des sites. Ces phénomènes peuvent être également d'ordre fonctionnel' attachés aux fonctions centrales et dans ce cas leur perception suit l'évolution même du tissu urbain et de la société urbaine » (J.B-Garnier., 1998).

### **1-2-La centralité**

*La centralité qualifie l'action d'un élément central sur la périphérie. Elle a été définie comme une notion hiérarchisée de desserrement et d'attraction pour W.E. Christaller en 1933. Elle dépend du pouvoir d'attraction ou de diffusion de cet élément qui repose à la fois sur l'efficacité du pôle centrale et sur son accessibilité, l'élément peut être un centre urbain, un équipement polarisant plus spécialisé (centre commercial, culturel financière, administratif...). Pour W.E. Christaller l'accessibilité et l'un des éléments essentiels pour évaluer la centralité d'un élément. « En 1930 Lösch a mis en relation interdépendante trois variables, le prix des produits, le prix du transport, la densité commerciale » (P.Merlin., F. Choay.,2000).*

Pour mieux comprendre notre sujet nous avons choisi quelques définitions sur la notion de centralité, « P.LACAZE estime que les phénomènes qui déterminent les centralités sont complexes ; cela tient en particulier au fait que les centres sont créés à des époques différentes, et à l'évolution rapide des fonctions centrales, principalement commerciales .Ainsi en milieu urbain, les fonctions centrales se répartissent dans un espaces aux limites plus au moins nettes, chacune détermine son aire d'attraction propre ne coïncidant pas nécessairement avec celle liée à une autre de ces fonctions »(CERTU.,1999). « La centralité peut être unique (agglomération) ou polynucléaire (conurbation) » La centralité a une relation avec l'évolution de la ville et pour J SCHEIN « La notion de la centralité est liée pour sa part à la vie qui se développe dans certains lieux et implique diffuse, rayonnement, échange, fluidité .... Dans cette perspective sont déterminant la densité du milieu urbain la mixité des fonctions (commerce, équipements, bureaux, ateliers, logements) la présence des transports en communs » CERTU.,1999).

D'après P. SIGNOLES «la centralité urbaine est une notion multiforme qui se manifeste à la fois par la spécialisation plus au moins marquée dans l'usage de l'espace et des bâtiments et par l'existence de flux de fréquentation... » (Signoles P., 2001).

### **1-3-Définition du commerce**

« *Le commerce est à la base de toute société. Il suffit de remonter aux fondations de toute civilisation pour en trouver une trace* » (Rulence D., 2001). Le commerce est une opération qui concerne l'achat ou la vente d'un bien ou de service. Il existe sous plusieurs formes : commerce ambulant, commerce sédentaire, commerce de gros, commerce de détail, Supermarché, superette et centre commercial...

*Le commerce recouvre en fait plusieurs activités.*

*Approvisionnement des détaillants (commerce de gros).*

*Distribution à la clientèle (commerce de détail). ainsi que des activités commerciales moins liées à la distribution (services marchands).*

*Activités commerciales de services dans le secteur de l'hôtellerie, cafés restaurants et dans celui de l'automobile.*

*Services marchands rendus aux particuliers. ( P MERLIN., F. CHOAY.,2000).*

« *Le commerce est un acte (ou fait) juridique soumis aux règles du droit commercial et à l'obtention du registre de commerce qui en autorise l'exercice* » (Amokrane S., 2007)

### **1-4-La Périphérie**

C'est la frange (le bâtie) qui entoure la ville, assure le passage du milieu urbain au milieu rural. Elle se caractérise par un nouveau cadre bâti, une nouvelle population installée dans les grands ensembles implantation de grands équipements...

### **1-5-Périurbain**

*Le terme "périurbain" a fait son apparition pendant les années 80 en Europe ; il signifie aux abords de la périphérie d'une ville, c'est à dire autour de l'urbain. La différence entre les deux notions :*

La périphérie est le premier espace situé autour d'un centre-ville, avec le phénomène de l'extension urbaine elle donne une continuité du bâti.

Le périurbain représente l'espace le plus éloigné de la ville (loin de l'urbain) ou bien les communes limitrophes qui entourent la ville mère.

Pour résoudre les problèmes du logement et des grands équipements qui nécessitent plus d'espace, les villes s'étendent sur leurs espaces périphériques. L'effet de l'extension urbaine d'une ville et son étalement ont donné naissance à de petites centralités périphériques.

Le terme de commerce périphérique vise souvent les supermarchés les galeries commerciales, les carrefours et les supérettes...etc. Ce mode de commerce existe surtout dans les pays développés et nécessite beaucoup d'espace et de parking, généralement il se localise sur les voies de circulation et les carrefours...

La métropole oranaise compte 04 supermarchés implantés dans sa zone périurbaine ainsi qu'une multitude de petits magasins localisés tout au long des axes routiers. Le développement des activités commerciales en périphérie est lié à la forte demande de la population, (ces dernières décennies la ville a perdu une partie de sa population qui s'est installée dans la zone périurbaine).

Les besoins de la population de cette zone, le prix du mètre carré foncier, la location moins chère par rapport à d'autres espaces le centre-ville par exemple, entraînent une évolution rapide du commerce (On assiste chaque jour à l'ouverture de nouveaux magasins).

Le commerce périphérique donne une relative vitalité à ces espaces ; cette nouvelle implantation commerciale doit répondre aux besoins assez divers (consommation quotidienne et occasionnelle) auxquels s'ajoute la clientèle des villes limitrophes. La ville d'Oran a connu des changements au niveau de son espace. Saturé, le centre-ville a donné naissance à de nouvelles implantations commerciales dans sa zone périurbaine. Le développement commercial dans la zone périurbaine de la ville a induit un certain nombre de questions : l'évolution des commerces, les différentes natures commerciales, la qualité des commerces et de services ainsi que leurs organisations et leurs modes d'implantations dans cet espace ...

Pour éviter les déplacements quotidiens vers le centre-ville ou les quartiers péricentraux et fixer la population dans la zone périurbaine il est devenu nécessaire d'implanter un équipement commercial et de service.

L'objectif ici est de faire une corrélation entre l'extension urbaine de la ville d'Oran et l'implantation des activités commerciales et de services et de démontrer que cette activité accompagne le même chemin du développement urbain à chaque période donnée on enregistre une concentration commerciale.

## **II- Oran dans son histoire : L'évolution spatiale de la ville d'Oran**

La naissance d'une ville a toujours besoin d'un site naturel favorisant l'attraction de la population. Pour la ville d'Oran ce facteur favorisant fut le Djebel Mardjadjo et le ravin de Ras el Ain. Sites importants qui attiraient la population des différentes tribus pour son accessibilité facile contrairement aux autres villes. L'occupation Espagnole a favorisé le développement de la ville d'Oran durant le X<sup>ème</sup> siècle et la vaste plaine a favorisé le développement de la ville au-delà de ces premières limites celle du premier noyau d'habitat historique de Sid el Houari. Les colons français

ont eu d'énormes difficultés pour accéder au quartier historique de Sidi el-Houari à cause des contraintes physiques (pentes du Djebel Mardjadjo). Ce qui a incité la ville à s'orienter vers l'Est sur le vaste plateau dont l'accessibilité était plus facile.

Durant la période coloniale l'extension urbaine de la ville a eu lieu en trois périodes

### **I1-1 Période de densification du noyau historique 1830 –1930**

L'occupation espagnole suivi par les français ont fait de la ville d'Oran une ville à caractère européen, d'un réseau urbain typiquement européen ou Choles Apulie Julien considère que .... « *C'était la ville d'Algérie qui avait l'apparence le plus européenne...* » (Benkada S.,2005). Durant cette période la ville se limitait à l'actuel quartier historique de Sid El Houari. Suite à la densification de l'ancien noyau la ville avait la possibilité d'étendre son espace urbain au delà de son premier noyau historique. Cette période le quartier périphérique de Médina Jedida occupé par les habitants musulmans « *comptait déjà 126 commerçants dont 22 musulmans, 14 israélites et 90 européens* » (Mokrane S., 2007).

**Carte N° « 02 » : Les étapes d'extension de la ville d'Oran.**

## **I1-2 Une nouvelle extension sur le Plateau de la ville « 1930 – 1948 »**

Suite à une surconcentration et à une densification de son premier noyau, la ville a commencé à sentir le poids démographique. Sa seule possibilité d'extension s'offrait vers l'Est de la ville sur le plateau (terrains de faibles pentes facile à urbaniser) implantation des casernes militaires : « place d'Armes » pour un meilleur contrôle de la ville. Avec le temps les fermes situées le long des principaux axes routiers reliant Oran aux autres villes de la région sont devenus des villages périurbains, ces axes routiers se sont transformés en artères principales de la ville (boulevard Mascara, rue de Mostaganem, rue de Tlemcen, rue d'Arzew).

Une ville a toujours besoin d'orientations pour son développement et son extension urbaine. Durant cette période la ville d'Oran a établi un plan d'extension qui fut révisé en 1934 et approuvé en 1942 sur insistance du maire Vichyste Lveque.

Cependant le premier boulevard périphérique fut réalisé suite à la démolition des remparts de la ville pour relier les quartiers intra muros et les franges de la ville. Cette période d'extension a connu d'autre forme d'habitat tel que les bidonvilles implantés sur les Franges de la ville et à l'intérieur des quartiers pauvres. (Habitat pour les musulmans comme Ras El Aine et les planteurs ...) Cette même période à connu une implantation commerciale concentrer sur le long des grandes voies de circulation, les axes routiers de l'ancien noyau historique « Sid el Houari » ont été délaissées aux petits commerce, le quartier de Médina Jedida à connu un commerce spécialisé dans l'artisanat traditionnelle.

## **I1- 3 la croissance spatiale durant l'après guerre 1948 – 1962**

A la fin de la guerre, plusieurs projets d'aménagement urbain ont eu naissance. Un plan d'aménagement régional est venu fixer le sens d'extension de la ville vers le Sud ou plusieurs nouveaux quartiers viennent s'y greffer (Saint Hubert , Victor Hugo, Petit Lac, Les Castors ...). En 1953 la ville a connu d'autre forme de construction et la réalisation des cités de type habitat à loyer modéré pour les algériens de souche arabe, habitat de types coopératifs immobiliers... en vue de l'éradication des bidonvilles.

## **I1-4 La ville après l'indépendance**

Au lendemain de l'indépendance, la population est estimée à 340.000 habitants et le parc immobilier à 16.000 logements vides (recensement de 1966 O.N.S). Le problème de logement ne se posait pas durant cette période qui a été marquée par un ralentissement de la croissance urbaine. C'est durant le deuxième plan quadriennal (1974-1977) et le PUD en 1976 que l'urbanisation a connu un autre sens de développement tout en gardant le même axe tracé par la colonisation



(implantation de grands projets de construction tel que les projets d'urbanisation planifiée les Z.H.U.N et les zones industrielles).

A partir des années 90 la croissance urbaine atteint la zone périphérique (le troisième boulevard). Avec cette extension urbaine accélérée la ville vit le phénomène de conurbation avec les agglomérations limitrophes Birel-Djir Es-Sénia...«*La périphérie est née des successives volontés politiques de desserrement des quartiers centraux par des projets urbanistiques habitats, infrastructures de base assainissement etc.* » (Benkada S. ,2005).

### **I1-5 Les différentes étapes de croissances de l'espace périphérique de la ville d'Oran**

Durant la période coloniale, la ville d'Oran a connu une croissance urbaine sur le plateau. Ce n'est qu'à partir de 1924 que les faubourgs ont commencé à apparaître au delà des murailles qui entouraient la ville. Cette croissance a donné naissance à de nouveaux quartiers de types habitat à bon marché (H.B.M) et à l'implantation des coopératives ouvrières tout au long des axes routiers (Mascara et Tlemcen...). Un autre type d'habitat s'installe en périphérie (les bidonvilles occupés par les algériens).

En 1931 les autorités ont décidé d'établir un plan d'aménagement et un plan topographique portant la création de plusieurs lotissements privés, de grandes voies de circulation, des placettes et des espaces verts... dans la zone périphérique. L'opération de démolition des remparts qui a eu lieu a donné naissance au premier boulevard périphérique de 3 kilomètres qui relie la ville aux différents faubourgs (Saint-Eugene, Victor Hugo, Gambetta...). A l'heure actuelle, ses quartiers péricentraux regroupent une grande partie des activités commerciales et de services qui occupent les artères principales et les axes secondaires.

La ville d'Oran a bénéficié d'autres projets celui de l'implantation d'un quartier industriel à Saint- Huber. En 1951 elle a été dotée d'un projet d'habitat de type collectif, création de deux cites de recasement pour la population algérienne (les bidonvilles). Pour les européens l'habitat pavillonnaire (cite des H.L.M Gambetta Maravale...) et l'individuel (Castors, Saint-Hubert, Les Palmiers). En 1958, dans le cadre du Plan de Constantine et au même titre que toutes les villes algériennes, Oran a été doté de nombreux projets de construction extension de la ville vers le sud (Maraval Saint-Hubert, Dar el-Beida). Durant cette même période la ville a connu un exode rural intense qui a provoqué un surpeuplement des faubourgs et la naissance d'autres bidonvilles; cette population s'est installée sur les terrains vides des quartiers de Mediouni, Victor Hugo et Petit Lac).

L'activité commerciale et de service se concentre dans le centre ville et les quartiers péricentraux. Le centre-ville à lui seul regroupe plus de 2916 commerces (C.N.R.C., 2006) il

représente un espace à forte concentration commerciale, présence d'une structure commerciale diversifiée, une spécialisation commerciale axiale et une grande centralité.

Les quartiers péricentraux eux aussi regroupent un nombre important d'activité commerciale (En Nasr, El Karma, Médina Jdida...) à l'exemple de Médina Jdida qui comptait 5700 commerces et de services (Mokrane S., 2007) et « *En Nasr qui se spécialise dans le commerce de gros il compte 416 commerces* » (Bendjelid A. Trache S M., 2008).

Les anciens faubourgs « *ont vu leur appareil commercial reprendre de l'ampleur durant ces dernières années. Ces quartiers se caractérisent par un profil commercial intermédiaire entre le centre-ville et les nouveaux quartiers périphériques* » (Bendjelid A. Trache S M., 2008).

Les nouveaux quartiers périphériques comme El Othmania (ex Maraval) Ibn Rochd (ex Gambetta) En Nakhil (ex les Palmiers)... sont dominés par l'activité à fréquentation courante et de quelques services de proximité. Citons à titre d'exemple le quartier d'El Othmania (ex Maraval) un espace qui comptait en 2004 562 commerces dominés par la consommation quotidienne (le commerce alimentaire 205 commerces et les services 175). Ces commerces ont une relation avec les besoins quotidiens de la population.

### **I1-5-1 La période post coloniale : une croissance urbaine accélérée et naissance de nouveaux quartiers périphériques**

La croissance spatiale post coloniale est passée par deux étapes la première se caractérise par un ralentissement de construction et la deuxième celle de l'éclatement du bâti. Durant cette période la ville est passée par trois étapes de croissances spatiales.

La concentration et l'entassement dans le tissu déjà existant, étalement vers sa zone périurbaine de la ville, et Une suburbanisation et éclatement du bâti ou une partie de la population la ville a été transférée vers sa zone périphérique. Au lendemain de l'indépendance la ville ressemblait à un immense chantier de construction en arrêt et n'avait nullement besoin de logement ce n'est qu'à partir des années 70 qu'elle a commencé à s'orienter vers l'Est et l'Ouest pour ces nouvelles extensions urbaines. « *A la fin des années 70 l'image de la ville se voit nette un centre-ville et une périphérie éloignée* » (U.R.S.A, 1995).

L'espace périphérique peut servir aux nouvelles extensions urbaines de la ville d'Oran (la saturation du noyau central, une croissance démographique, problème de logement), c'est à la fin des années 70 que l'état a commencé à résoudre ce problème par l'implantation des différents projets de programmes de logement telles que les coopératives immobilières et le programme planifié des ZHUN. Oran s'est doté de six ZHUN, un programme de 14030 logements implantés sur une superficie totale de 140 hectares (voir tableau n°01).

**Tableau N° 01 : Les Zones d'habitats urbaines nouvelles d'Oran.**

Z.H.U.N	Date d'installation	Superficie en hectares	Nombre de Logements
<b>Dar El Beida</b>	1980	150	1440
<b>El Othmania</b>	1984	254	3350
<b>Kmisti</b>	/	112	6000
<b>USTO</b>	/	150	6000
<b>Sedikia</b>	1985	35	1240

Source : U.R.S.A, 1995.

Durant cette même période l'espace périphérique a connu d'autres grandes infrastructures et équipements telles que les universités d'Es- Sénia et celle de Birel-Djir, les hôpitaux, la continuité du tissu central et de nombreuses industries celle d'Es-Sénia( la zone industrielle I, II et III ). « Cette période ressemble à une tache d'huile sur un bout de tissu et c'est comme cela que la ville a commencé à se ramifier sur son espace » (U.R.S.A., 1995). La localisation des commerces résulte d'un héritage historique et de la proximité de grands équipements, d'une masse de population...

Cette urbanisation massive a provoqué une consommation de l'espace à grande potentialité agricole. « Au cours des années quatre vingt, la ville d'Oran a subi des mutations de son espace une croissance spatiale ; au contact de la ville ; sont localisés dans cette zone des unités industrielles, des cités de logement, des équipements d'importance nationale ou régionale... » (Bendjelid A.,1984). Un autre type d'habitat individuel pavillonnaire a été réalisé dans le cadre des coopératives immobilières celles de Khemisti, Emir Abdelkader et les lotissements militaires de Chérif Yahia et la LOFA à Es- Sénia (près de 1300 lots implantés à Bir El djir, 900 lots à Sidi Chahmi, 1000 lots à Es-Sénia et 2000 lots à El Kerma. Cette même période a connu une fragmentation de l'espace, l'apparition de douars et les greffes de tissu urbain à Kristel, Birel-Djir et Sidi Chahmi.

### **11-5-2 La fragmentation de l'espace**

Plusieurs fragments son nées sur les franges de la ville « en 1987, le recensement a permis de mettre en évidence l'émergence de onze nouvelles agglomérations périphériques réparties comme suit : quatre dans la commune de Birel-Djir, trois dans celle d'Es-Sénia, deux dans celle de Misserguin et une dans celle de Hassi Bounif et Oran » (Bendjelid A., 1998).

Les années quatre vingt dix fut une période marquée par une croissance spectaculaire de l'espace « l'espace urbanisé intérieur au 3eme circuit périphérique arrive à partir de l'année 1990 à saturation et en déborde même au point qu'on est actuellement presque arrives à la conurbation entre Oran et les agglomérations limitrophes » (U.R.S.A., 1995).

### **I1-5-3 Evolution et accroissement de la population de l'agglomération oranaise**

La zone périurbaine a connu une mobilité résidentielle due à l'exode rural et au problème de logement. Une très grande partie de la population de la ville d'Oran et des villes avoisinantes vient s'installer dans la zone périurbaine de la ville d'Oran. Le tableau ci-dessous nous montre l'évolution de la population nous sommes contents des résultats du R.G.P.H recensement général de la population et de l'habitat (les résultats des services D.P.A.T. et C.N.R.C centre national du registre de commerce ne sont pas fiables) seuls les résultats du R.G.P.H nous permettront d'évaluer l'évolution de la population de l'agglomération oranaise.

**Tableau N° 02 :** Evolution de la population à travers les différents recensements

Dispersion	1977		T.A.G 77- 87	1987		TAG 87- 98	1998	
	Pop	%		Pop	%		Pop	%
<b>Oran</b>	504000	91.96	1.88	504609	91.79	0.35	634112	75.1
<b>Birel-Djir</b>	22600	4.12	4.02	22937	4.17	5.95	64797	7.7
<b>Es-Sénia</b>	6700	1.22	11.61	6905	1.25	11.95	73029	8.6
<b>Sidi Chahmi</b>	6523	1.19	9.8	6692	1.21	11.7	58857	7.0
<b>El-Kerma</b>	7600	1.38	2.3	8568	1.55	3.8	13634	1.6
<b>Total</b>	<b>548016</b>	<b>100%</b>	<b>2.3</b>	<b>549711</b>	<b>100%</b>	<b>1.81</b>	<b>844429</b>	<b>100%</b>

Source : - R.G.P.H19 77/1987/1998.collections statistiques, n° 22, O.N.S.

-U.R.S.A., 1995-p 46

La population de la couronne périurbaine est passée de 43.423 habitants en 1977 à 210.317 habitants en 1998 avec un ( T.A.A.M) taux d'accroissement annuel qui varie d'une période à une autre et d'un espace à un autre.La commune d'Oran a toujours abrité une part très importante de la population. Ces dernières décennies on a enregistré une diminution du taux d'accroissement, qui a chuté de 1.88% en 87/88 à 0.35% en 88/98 due à l'exode de la population de la ville d'Oran vers ces communes limitrophes.

Cette croissance démographique de la zone périurbaine est due à plusieurs facteurs

- \* les différents programmes d'habitat.
- \* les grands équipements inscrits dans la zone périurbaine.
- \* le transfert de la population de la ville d'Oran.
- \* l'exode rural durant la décennie noire...

Le taux d'accroissement annuel de la population de la commune d'Oran a régressé en faveur de sa zone périurbaine. En 1987/1998 nous avons constaté que les taux d'accroissements annuels sont très élevés pour les communes limitrophes de la ville d'Oran (11% pour la commune d'Es-Sénia et de Sidi Chahmi, 5.95% pour Birel-Djir et 3.8% à El Kerma).

### **III- Les structures commerciales au sein de la zone périurbaine**

Oran, capitale régionale de l'Ouest algérien en 1998 sa population est estimée 705000 habitants et un équipement commerciale de 22915 commerces (C.N.R.C., 2006). « *La structure commerciale ou composition commerciale la proportion de chaque catégorie de commerce et (ou) de services par rapport au nombre totale de commerce et (ou) de services* » (Mokrane S., 2007).

L'activité commerciale est un élément très important dans la structure d'un espace urbain et de son développement.

*Si toutes les villes ne sont pas, selon l'expression d'Henri Pirenne « fille du commerce », car il y a aussi les villes administratives, des cités industrielles..., en tout les cas aucune ne peut se targuer d'échapper à sa présence et son influence .Aucune ne peut se passer d'échanges et cette activité a été souvent créatrice et moteur de croissance urbaine »* (J .B-Garnier.,1995). Suite à une croissance spatiale accélérée et au développement des moyens de communication une nouvelle implantation commerciale s'est développée dans la zone périurbaine; chaque jour on assiste à l'ouverture régulière de commerces et de services dues à plusieurs facteurs tel que la facilité d'accessibilité, les grandes voies de circulation, les parkings et le prix du mètre carré foncier qui est toujours moins cher par rapport au centre-ville. L'espace périurbain oranais compte plus de 2413 commerces et services (Direction des Impôt, 2005-2006).

#### **III-1 L'analyse des activités commerciales par type dans l'agglomération Oranaise**

L'activité commerciale est la fonction principale structurante, elle joue un rôle essentiel dans le développement et l'organisation de la ville, cette activité se diffuse sur tout l'espace de la ville le tableau n° 03 montre la répartition des activités commerciales et de services à Oran et couronne périurbaine ( Es- Sénia, Bir el Djir, Sidi Chahmi et El Kerma). L'analyse du commerce d'une ville importante comme la ville d'Oran qui comptait 634112 habitants en 1998 et plus de 10560 commerces et de services nous permet d'identifier et de localiser les espaces à forte concentration commerciale.

### III-1-1 Répartition des activités commerciales par type dans l'agglomération Oranaise

**Tableau N° 03:** Commerce de gros et de détail dans l'agglomération Oranaise

Commune Activité	Commune d'Oran		Commune d'Es-Sénia		Commune de Bir el Djir		Commune Sidi Ghahmi		Commune d'el Kerma		Total	
	Nbre	%	Nbre	%	Nbre	%	Nbre	%	Nbre	%	Nbre	%
Commerce de détail	9108	60	2109	13.9	2447	16.1	1208	7.9	308	2.0	15180	100
Commerce de gros	563	89.9	25	3.9	20	3.2	11	1.8	07	0.1	626	100
Services	889	41.6	380	17.8	437	20.4	235	1.3	198	4.7	2139	100
<b>Total</b>	<b>10560</b>	<b>58.8%</b>	<b>2514</b>	<b>14%</b>	<b>2904</b>	<b>16.2%</b>	<b>1454</b>	<b>8.1%</b>	<b>513</b>	<b>2.9%</b>	<b>17945</b>	<b>100</b>

Source : Direction du commerce et de contrôle, Oran 2005

#### a) Commerce de détail : une forte présence de commerce de détail

Le commerce de détail forme le réseau des ramifications qui permettent d'atteindre la population et de mettre à sa portée les produits dont elle a besoin. « *Le commerce, et tout particulièrement le commerce de détail, joue un rôle plus important dans notre civilisation de « consommation* » (J.A Sporck ) Ce type de commerce est très développé dans la ville d'Oran avec 15180 points de vente, en évolution très rapide. Les résultats du tableau n° (03) nous montrent l'importance que revêt le commerce de détail par rapport à celui du gros dans les communes limitrophes de la ville d'Oran.

La commune d'Oran regroupe à elle seule près de 60% des commerces de détail suivi de Bir el Djir 16.1% et Es-Sénia 13.89%. Les autres communes regroupent moins de 8%.

#### b) Le commerce de gros dans la zone périurbaine

Ce commerce est effectué par des établissements dont l'activité principale consiste à vendre en gros des produits aux détaillants et aux entreprises (c'est une activité intermédiaire entre les produits industriels et la vente en détail). Le commerce de gros est souvent localisé dans la ville, il occupe la position centrale regroupée, cette activité nécessite plus d'espace, les grandes voies de circulation pour le transport des produits (le chargement et le déchargement de la marchandise).

Ce type de commerce ne trouve pas sa place dans la zone périurbaine qui regroupe 63 commerces et représente 10 % du commerce de gros dans la ville d'Oran. Cette activité se localise sur les marges du centre-ville Derb, Médine Jdida avec 260 commerces en 2004 (Mokrane S., 2007). Avec la croissance spatiale de la ville ce type de commerce s'est concentré dans les quartiers péricentraux.

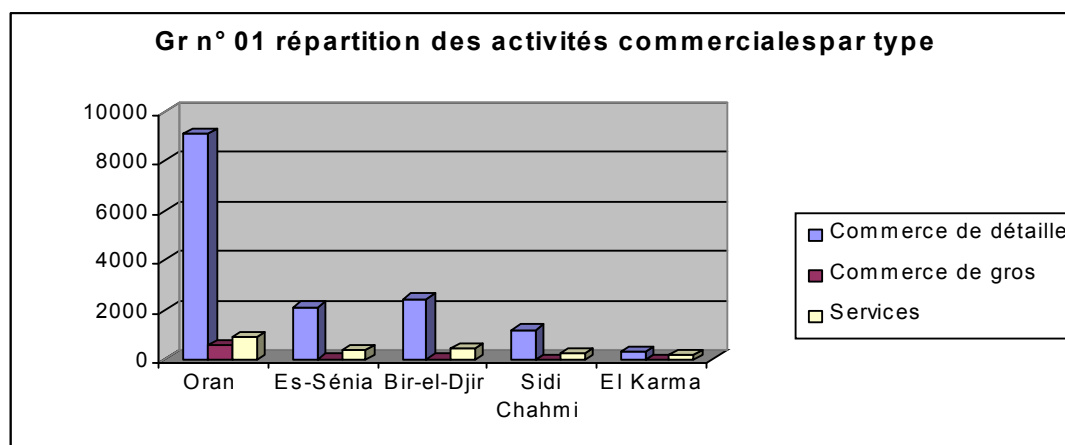
La commune d'Es-Sénia regroupe 25 commerces de gros ; l'enquête a identifié des établissements spécialisés dans la vente en gros des matériaux de construction, le commerce

alimentaire, la vente des pièces d'agriculture et les articles de sport. L'implantation du commerce de gros dans les communes les plus proches de la ville d'Oran (Es-Sénia et Bir el-Djir) est due à la présence des unités industrielles et de lieux de stockage.

### c) Les services

Dans la zone périurbaines de la ville d'Oran, l'activité de service est quantitativement plus importante que le commerce de gros. 1250 points de vente dont 437 de services à Bir-el- Djir, 380 à Es-Sénia, 235 à Sidi Chahmi et 198 à El Kerma, cette activité est demandée par la population.

**Grphe N° 01 : Le commerce de gros, de détail et de service dans l'agglomération oranaise.**



### III-1-2 Relation entre le commerce dans la couronne périurbaine et la population

Pour mettre en évidence la relation entre la population et l'activité commerciale nous avons calculé des ratios nombre de commerce pour 1000 habitants, les résultats du tableau n° 04 fait nettement ressortir les résultats suivants.

**Tableau N° 04 : Rapport commerce habitant**

Communes	Commune d'Oran	Commune d'Es-Sénia	Commune de Bir el -Djir	Commune Sidi Ghahmi	Commune d'el Kerma
<b>Population</b>	634112	64797	73029	84915	13634
<b>Commerce</b>	10560	2514	2904	1454	513
<b>Com/1000habt</b>	<b>17</b>	<b>36</b>	<b>40</b>	<b>17</b>	<b>38</b>

Source : - R.G.P.H19 77/1987/1998.collections statistiques, n° 22, O.N.S.

-Direction du commerce et de contrôle, Oran 2005

D'après ces ratios on remarque que les commune les plus proches de la ville d'Oran et les plus peuplés (Es-Sénia, Bir el-Djir et El Karma) ont presque les mêmes ratios et compte plus de 36

commerces pour 1000 habitants ce qui signifie qu'il y-a une forte implantation commerciale qui répond à des besoins assez diversifiés.

### **III-1-3 L'évolution de l'activité commerciale dans la zone périurbaine d'Oran entre 2001 et 2006**

L'approche quantitative et statistique des activités nous permet de déterminer l'augmentation ou la diminution de l'équipement commercial entre 2001-2006 dans la zone périurbaine de la ville d'Oran. Cette analyse de comparaison est primordiale. Elle nous permet de vérifier si cette activité est en évolution avec l'extension spatiale de la zone d'étude.

L'enquête menée auprès des différentes annexes des impôts nous a permis d'établir le tableau n° 04 qui nous fournit des informations sur l'évolution des commerces et services dans la zone périurbaine de la ville d'Oran, Une comparaison entre la situation en 2001 et celle de mars 2006 a été réalisée fait nettement ressortir les résultats suivants :

Le nombre de commerce et de service dans les zones enquêtées (Es-Sénia, Khemisti, Ain-el-Beida Sid el -Bachir) a progressé. L'analyse de la structure commerciale dans la zone périurbaine selon les différentes catégories commerciales (l'activité d'accueil, activité courante, activité de loisir et de divertissement ...) montre le changement dans la structure commerciale entre 2001 et 2006 et l'évolution de 1162 locaux commerciaux. Il y a une forte corrélation entre la concentration et l'évolution des établissements commerciaux et celle de la population, ces dernières années la zone périurbaine a connue une forte croissance démographique.



**Tableau N° (5)** l'évolution de la structure commerciale dans la zone périurbaine entre 2001-2006

### **a) Le commerce alimentaire : Domination des commerces alimentaires dans la zone périurbaine**

Cette activité tient bien sa part dans la zone périurbain, le nombre de locaux commerciaux spécialisés dans l'alimentaire a connu une augmentation de 327 commerces, activité est nécessaire et dominante dans tout l'espace périurbain. Activité de première nécessité (consommation quotidienne) qui est directement lié à la demande et la satisfaction des besoins des habitants.

### **b) Les services : une faible augmentation des services dans la zone périurbaine**

Es-Sénia seule a connu une augmentation de 45 commerces de service, les autres centres urbains (Haï Khemisti, Ain-el-Beida Sid el Bachir) sont en diminution ; ce qui s'explique par une activité de moindre consommation et d'une demande occasionnelle. La population périurbaine se déplace vers d'autres quartiers pour s'approvisionner.

L'agglomération d'Es-Sénia a connu une évolution de 139 commerces et de services, cette augmentation s'explique par la forte demande de cette catégorie commerciale ; commune la plus proche de la ville d'Oran, elle regroupe de grands équipements telles que les zones industrielles, une des plus grandes universités et l'aéroport... Les services sont devenus des commerces d'accompagnement.

### **c) Les équipements : augmentation des commerces d'équipement dans la zone périurbaine d'Oran**

En ce qui concerne cette catégorie commerciale a connu une augmentation de 181 commerces d'équipement qui a touché toute la zone sauf à Ain-el-Beida. On a enregistré 158 commerces à Es Sénia, 68 commerces à Sid el Bachir et 54 à Khemisti, cette importante catégorie qui est très demandée par les habitants de la zone permet d'éviter les déplacements vers les quartiers centraux ou péricentraux.

### **d) La progression des métiers de l'artisanat lié au bâtiment**

L'artisanat est « *l'ensemble des activités de production et de commercialisation exercées par des travailleurs manuels l'artisanat est un élément important d'animation d'un village ou d'un quartier par sa double fonction de production et de commercialisation* » (Merlin P. Choay F., 2000).

En 2006, L'artisanat est quantitativement plus important qu'en 2001. Cette catégorie est composée de l'artisanat de production et de réparation. Au cours des dernières années, la zone

périurbaine a connu une croissance urbaine accélérée est sa population a besoin d'encourir à l'artisanat liés à la construction (ferronnerie, menuiserie, vitrier, soudeur ...).

#### **e) croissance de la profession libérale**

Profession intellectuelle indépendante non salariée et non commerciale, « *La profession libérale est : « Position d'une personne qui occupe un emploi, c'est-à-dire exerce une profession libérale »* (Merlin P. Choay F., 2000).

En 2006, Le commerce spécialisé dans la profession libérale on zone périurbaine a enregistré une augmentation de 56 locaux par rapport à l'année 2001. Inexistante en 2001 dans le centre urbain Khemisti, la profession libérale a connu l'implantation de 23 commerces en 2006.

Es-Sénia a connu une augmentation de 21 commerces, qui est à cause de l'ancienneté de l'agglomération, la présence d'un tribunal (commerce de proximité les avocats et les notaires...) et de la réalisation de nouvelles extensions urbaines (implantation des bureaux d'études...).

#### **f) Les services**

Selon les données du tableau n° 04, on constate que Seul Es-Sénia regroupe cette catégorie commerciale. La population des autres centres urbains se déplace vers les quartiers voisins ou vers la ville mère Oran.

#### **g) Les commerces d'entretien de la personne**

En 2006 64 commerces ont été recensé (38 à Es-Sénia, 10 à Sid el Bachir, 08 à Hai Khemisti et 08 à Ain el Baidha), faute de chiffres, la comparaison entre 2001 et 2006 n'a pu se faire.

#### **h) Les grandes surfaces et superettes**

C'est une nouvelle pratique, ces dernières années on assiste à l'ouverture de nouveaux commerces de type grande surface, magasin à rayons multiples, superettes... Les grandes surfaces qui sont implantées dans la zone périurbaine sur les grandes voies de circulation et les carrefours... nécessitent de grands espaces et des parkings pour le stationnement des voitures « *La fermeture liée à la dissolution des grandes surfaces appartenant au secteur publique (Galeries algériennes, souks el fellah) et la libéralisation économique ont entraîné l'émergence de nombreux magasins à rayons multiples au sein du centre-ville d'Oran ...»* (Bendjelid A. Trache S M., 2008.. en 2000 l'espace périphérique de la ville comptait cinq nouvelles structures. En 2006 la zone d'étude disposait de 02 grandes surfaces celles de « Acyl » à Khemisti et de « Piazza el Kassr » à Es-Sénia.

Il nous a été très difficile d'obtenir des détails sur ces deux établissements commerciaux les seuls entretiens ont eu lieu avec les clients sur le parking de Piazza el Kassr , l'échantillon est réduit à 58 voir tableau n° 33.

## **Conclusion**

Durant sa croissance spatiale la ville d'Oran a suivi un schéma radio concentrique dont les étapes se définissent comme suit :

Le noyau historique s'est développé vers le plateau de la ville. Dans le cadre du plan de Constantine Oran a été dotée de nombreux projets de construction, les grands ensembles (Z.H.U.N), les grands projets à vocation nationale, les équipements et les activités...qui se sont implantées à l'extérieur du tissu urbain et qui ont constitué le paysage de la périphérie de la ville d'Oran.

A partir des années 70, Oran s'est orientée vers l'Est et l'Ouest pour ces nouvelles extensions urbaines, implantation de trois zones industrielles à Es-Sénia, deux zones d'équipements universitaires à l'ENSET et à l'USTO. Un autre type d'habitat individuel pavillonnaire et des opérations de lotissements ont été réalisés dans le cadre des coopératives immobilières dans les communes limitrophes de la ville d'Oran tel qu'Es-Sénia, Sidi-Chahmi, Birel-Djir. Les années quatre vingt dix furent une période marquée par une croissance spectaculaire de l'espace ou Plusieurs fragments son nées sur les franges de la ville (fragments légaux ou illégaux).

Chaque période d'extension urbaine la ville a connu une implantation commerciale, une grande part de l'activité commerciale et de service s'est implantée dans le centre ville et les quartiers péricentraux .le centre-ville à lui seul regroupe plus de 2916 commerces (C.N.R.C., 2006). A l'heure actuelle, les quartiers péricentraux regroupent la grande part des activités commerciales et de services, elle occupe les artères principales et les axes secondaires.

L'éloignement de ces espaces périphériques, la croissance spatiale et les besoins de la population ont poussé les investisseurs et les commerçants à s'implanter dans cette zone, dont 2.940 commerces dans la commune de Birel-Djir, 2.514 à Es-Sénia et 1.454 à Sidi Chahmi...(C.N.R.C.,2006). L'activité commerciale dans la couronne périurbaine de la ville est dominée par le commerce de détail, l'implantation du commerce de gros dans les communes les plus proches de la ville d'Oran (Es-Sénia et Bir el Djir) et due à la présence des unités industrielles et de lieux de stockage.

L'activité commerciale est en relation avec les autres fonctions urbaines de la ville telles que les fonctions résidentielle et industrielle ... D'après l'analyse chronologique de la période entre 2001 et 2006 de la zone périurbaine d'Oran, nous constatons un changement et une augmentation du nombre de commerces et de services dont le nombre est passé de 1353 locaux à 2515

(augmentation du nombre de locaux de l'alimentation suivi par l'artisanat, les équipements et les activités d'accueil, de loisir et de divertissement). Le commerce des loisirs et de culture et les services à caractères commerciaux sont de faible importance. On constate une baisse de locaux de services dans tous les centres urbains à l'exception d'Es-Sénia qui a connu une augmentation de 45 locaux durant une période de cinq ans. En 2006 la zone d'étude disposait de 02 grandes surfaces celles de « Acyl » à Khemisti et de « Plazza el Kassr » à Es-Sénia.

## ***Deuxième partie :***

### ***LA STRUCTURE COMMERCIALE DANS LA ZONE PÉRIURBAINE DE LA VILLE D'ORAN (Es-Sénia et Khemisti)***

Cette deuxième partie sera consacrée à l'étude des activités commerciales et de services dans notre zone d'étude et s'effectuera sur deux espaces : l'agglomération "d'Es-Sénia" et "Khemisti" (quartier situé dans la commune de Birel-Djir). Durant ces dernières décennies la zone périurbaine de la ville a subi une croissance démographique. La population nécessite un besoin d'équipement commercial pour satisfaire ses besoins et évite les déplacements vers d'autres espaces.

« Il existe autant de classifications commerciales que d'auteurs qui ont écrit sur le commerce (Bendjelid A. Trache S.M., 2008). Dont on peut citer quelques-unes, celle de la commission Française des activités commerciales qui compte neuf catégories et celle de Sporck J.A à six catégories commerciales.

La classification élaborée par Trache S.M et Bendjelid.A, nous a permis d'identifier 07 catégories commerciales. « La classification que nous proposons ici s'inspire, certes des précédentes, mais elle a été adaptée à la réalité Algérienne actuelle » cette classification comporte sept catégories et chacune regroupe des natures commerciales.

A l'aide de l'outil informatique on a établi une série de cartes pour montrer les différents modes d'implantation commerciale et de service dans la zone d'étude.

## **I-La diversité et la concentration des activités commerciales dans la zone périurbaine**

### **I-1 Un équipement commercial diversifié**

L'équipement et la structure commerciale sont en relation avec la population on peut dire que : plus le poids démographique d'une ville est important, plus son volume commercial est conséquent. La comparaison des activités commerciales entre les deux années « 2001-2006 » prouve que le nombre des locaux commerciaux a augmenté de 1041 points de ventes. Les résultats du tableau N°(05) nous montrent qu'un nombre limité d'agglomérations disposent d'un appareil commercial important, c'est le cas des anciennes agglomérations tel que Es-Sénia, avec 1332 points de vente et Sidi el Bachir 547 commerces. Les agglomérations les plus récentes Ain el-Beida et Khemisti regroupent plus de 300 commerces.

**Tableau N° 06 :** Quelques données sur l'activité commerciale dans la zone périurbaine.

Catégorie	Es-Sénia		Sidi el Bachir		Khemisti		Ain el-Beida	
	Nbre	%	Nbre	%	Nbre	%	Nbre	%
<b>Alimentation</b>	338	25.2%	217	39.7%	122	38.1%	108	33.8%
<b>Equipement Individuel</b>	158	11.8%	68	12.4%	54	17.2%	33	10.3%
<b>Loisir et culture</b>	202	15.2%	83	15.2%	26	8.4%	60	18.7%
<b>Services</b>	333	25 %	89	16.3%	42	13.3%	59	18.4%
<b>Artisanat</b>	141	10.5%	67	12.2%	40	12.8%	36	11.3%
<b>Service à caractère Commercial</b>	10	1.3%	00	00%	00	00%	00	00%
<b>Profession libérale</b>	111	8.2%	13	2.4%	23	7.3%	16	05%
<b>Entretien de la personne</b>	38	2.7%	10	1.8%	08	2.5%	08	2.5%
<b>Grandes surfaces</b>	01	0.1%	00	00%	01	0.4%	00	00%
<b>Total</b>	<b>1332</b>	<b>100%</b>	<b>547</b>	<b>100%</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>	<b>320</b>	<b>100%</b>

Source : Direction des impôts « Es-Sénia, Birel-Djir».2006.

## **I-2-Commerces tournés essentiellement vers l'activité courante**

Le commerce courant représente toute les activités dont la fréquentation et quotidienne ou courante. L'analyse du tableau n° 06 nous montre que la nature commerciale est dominée par le commerce de fréquentation courante (commerces alimentaires) dans toute la zone périurbaine 39.7 % à Sid el Bachir, 38.1 % à Khemisti et Ain el-Beida ; cette même catégorie commerciale est dominante à Es-Sénia avec 25.2%. Les services et les commerces de services et de loisirs, occupent le deuxième rang.

Es-Sénia enregistre 25% de service dû à la présence des grands équipements, la population qui travaille à besoin de cette catégorie commerciale ; elle joue le rôle d'accompagnement. Sid el Bachir compte 15% et Khemisti 13.3%. Par ailleurs le centre urbain Khemisti dispose d'activités commerciales qui sont en rapport avec la consommation de sa population et celle qui vient d'ailleurs, tels que les équipements (17.2%).

Notre enquête devait toucher toute la zone périurbaine d'Oran. Vu les problèmes rencontrés, on s'est contenté dans cette partie d'analyser les statistiques et les données communiquées par la direction des impôts (annexes d'Es –Sénia et de Bir -el- Djir). Un commerçant cherche toujours l'accès le plus facile, la rentabilité, le prix du mètre carré foncier et la location la moins chère. Ceci a été vérifié lors des enquêtes menées sur terrain dans la zone d'étude.

## II- L'activité commerciale et de services à Es-Sénia et Kemisti

### II- 1 L'agglomération d'Es-Sénia

#### a) Situation de la zone d'étude

« Le village de la sénia, fut crée sur le territoire civil d'Oran le 10 juillet 1844, avec l'installation de 48 famille de colons... La Sénia fut considérée comme le premier village de colonisation crée en Oranie » (U.R.S.A,1995).

Es-Sénia regroupe 04 agglomérations secondaires (Ain el Beida, cité des 04 Chemins, lotissement stade LOFA et Cdt Cherif Yahia) dont la population est estimée à 129.272 habitants en 2005, parmi les communes limitrophes de la ville d'Oran desservie par le chemin de fer, la RN 06 et l'aéroport ; ses activités industrielles sont diversifiées. Elle abrite la deuxième grande université algérienne, de nombreux instituts et centres de recherche, et un important appareil commercial qui se développe jour après jour.

La commune d'Es-Sénia s'étend sur une superficie total de 178.6 Km<sup>2</sup> ses limites géographique sont : au nord Oran, au sud la sebkha à l'ouest Misserghin et à l'est Sidi Chahmi et El Kerma.

### II- 2 L'activité commerciale et de services à Es-Sénia

L'agglomération d'Es-Sénia occupe une position stratégique. C'est la commune la plus proche de la ville d'Oran. Durant ces dernières décennies Es-Sénia à connu une croissance démographique telle que sa population a doublé et nécessite un besoin d'équipement commercial pour satisfaire ses besoins.

### II- 3 L'évolution des commerces à Es-Sénia

**Tableau N° 07 : L'évolution des activités commerciales à Es-Sénia entre 1966-2006.**

Date Commerce	Avant 1966	1966-1970	1970-1980	1980-2001	2006	Total
Alimentaire	30	06	30	136	338	540
Autres	18	05	29	332	408	792
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>11</b>	<b>59</b>	<b>468</b>	<b>746</b>	<b>1332</b>

Source : - DerrouicheB,1979.

- Enquête terrain 2001(Bendjelid ,Hadeid ,Messahel ,Trache).

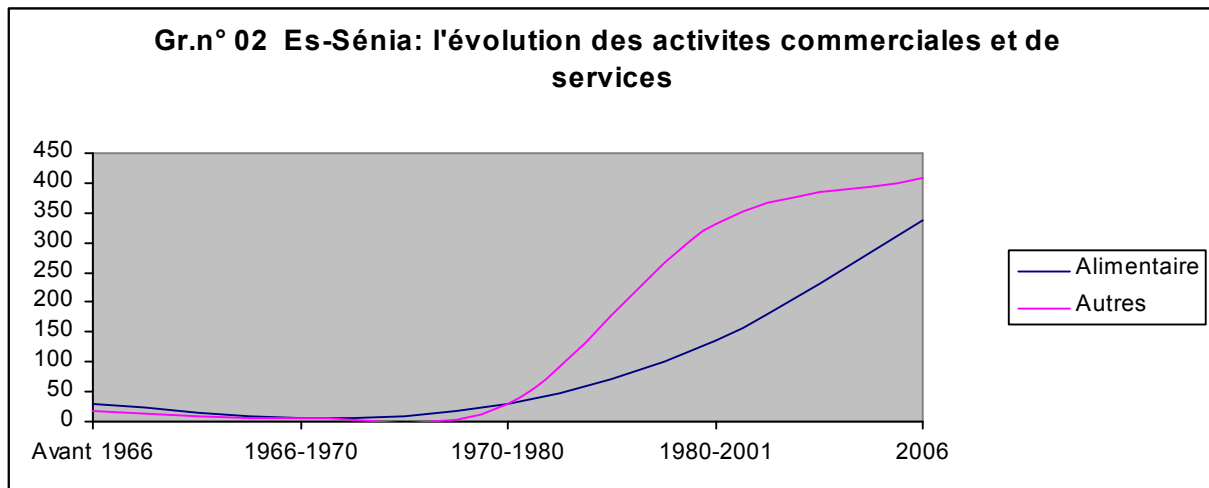
- Direction des impôts « Es-Sénia, Birel-Djir». 2006.

Le tableau n° 07 montre qu'avant 1966, Es-Sénia comptait 48 commerces dominés par l'alimentaire, un commerce à fréquentation courante (journalière). La période 1970-1980 à connu l'ouverture de 59 commerces et de services dont 30 dans l'alimentaire. L'activité commerciale à Es-Sénia a connue une période d'accroissement lente entre 1966-1980, cette dernière n'a pris



d'essor qu'à partir des années 80 où le nombre de commerces est passé de 59 à 468. La période entre 1980-2001 fut une période de croissance démographique et urbaine (conférer première partie) ou les grands projets tel que l'habitat et les équipements... ont trouvé leur place dans la zone périurbaine ce qui a quadruplé l'activité commerciale. Cinq ans après on a enregistré une augmentation importante des activités commerciales et des services d'où l'ouverture de 746 points de vente.

**Graphe N° (02)** L'évolution des activités commerciales et de services à Es-Sénia



Le graphe n° 02 indique deux périodes de croissance (lente et accélérée) l'activité commerciale durant la période 1966-1970 cette dernière n'a pas dépassé le seuil de 50 points de vente, ce n'est qu'à partir de l'an 1970 qu'on enregistre une nette croissance du commerce et principalement le commerce alimentaire nécessaire à la vie quotidienne de la population.

## II-4 Les catégories commerciales à Es-Sénia et Othmania

A partir des deux enquêtes exhaustives effectuées en 2000 par les étudiants sous la direction de Mrs Bendjlid .A et Trache S.M et enquête terrain à Es-Sénia en 2006 fait ressortir les résultats du tableau n°08.

**Tableau N° 08 :** La comparaison des commerces et des services entre Es-Sénia et Othmania

Catégorie	Alimentation		Equi		Equ Individuel		Services		S à car commercial		Artisanat		Loisir et culture		Total
<b>Es-Sénia</b>	338	25.4	148	11.9	81	6	291	21.8	121	9.1	141	10.6	202	15.2	1332
<b>El Othmania</b>	205	36.2	34	6	36	6.3	175	31.6	10	1.7	57	10	45	8	562

Source - Enquête terrain 2001(Bendjelid ,Trache).  
- Direction des impôts « Es-Sénia, Birel-Djir». 2006.

La comparaison entre les deux espaces Es-Sénia situé en zone périurbaine et un quartier périphérique El Othmania (ex Maraval) un quartier suffisamment équipés sur 562 commerces et services l'activité dominante est (36.2% commerce alimentaire et 31.6 % des services la même chose remarque à Es- Sénia qui regroupe 1332 commerces et de services dominé par le commerce alimentaire 25.4%. On constate que l'activité courante domine dans les deux espaces.

### III- présence de toutes les natures commerciale dans l'agglomération d'Es-Sénia

#### III- 1 Répartition des activités commerciales et de services à Es-Sénia

On a procédé a la classification du commerce en 08 catégories, le tableau n° 09 va nous présenter les différentes catégories et natures commerciales à Es-Sénia, en plus des 1332 commerces on a constaté que 35 commerçants ont changé d'activité et 65 ont fermé leurs commerces (les impôts 2006 Es-Sénia).

**Tableau N° (09) : Répartition des activités commerciales et de services à Es-Sénia.**

Les natures commerciales		Es-Sénia	
		Nbre	%
<b>Alimentation</b>		338	25.4%
<b>Entretien de la personne</b>		38	2.8%
<b>Commerce de loisir et culture</b>		202	15.2%
<b>Habillement</b>		43	3.2%
<b>Services</b>	S. Entretien de la personne	52	21.8%
	Culture	00	
	Sport	08	
	Divers	123	
	HO.RE.CA	108	
	<b>Total</b>	<b>291</b>	
<b>Service à caractère commercial</b>	À caractères financiers	10	9.1%
	Profession libérale	111	
	<b>Total</b>	<b>121</b>	
<b>Equipement</b>	E. ménage	117	11.9%
	E.profession	17	
	E. transport	24	
	<b>Total</b>	<b>148</b>	
<b>Artisanat</b>	A. production	85	10.6%
	A. réparation	56	
	<b>Total</b>	<b>141</b>	
<b>Total</b>		<b>1332</b>	<b>100%</b>

Source : Direction des impôts «Es-Sénia»,2006.

L'analyse par grandes catégories commerciales donne :

L'agglomération d'Es-Sénia regroupe plus de 34% commerces du commerce de la couronne périurbaine ou l'alimentaire domine 25.4% activité demandée par la population (consommation journalière).

La catégorie de services vient en deuxième position avec 21.8% suivi par les commerces de luxe et de culture 15.2%. Pour les autres catégories, les pourcentages varient entre les 2% et 10%, les plus faibles pourcentages sont enregistrés au niveau de l'habillement 3.2% et l'entretien de la personne 2.8%.

#### III- 1- 1 Une forte présence des commerces alimentaires à Es-Sénia

Le commerce alimentaire et le commerce le plus demandé par la population dont la fréquentation est quotidienne. La catégorie d'alimentation regroupe trois natures commerciales l'alimentation générale (alimentation générale, fruits et légumes, boucheries poissonneries et produits surgelés...), pain et sucreries (boulangeries, pâtisseries et crémeries ...) et les produits divers (boissons, café torréfaction ...).

**Tableau N° 10 : L'activité commerciale d'alimentation dans l'agglomération d'Es-Sénia.**

Alimentation	L'agglomération d'Es-Sénia		
	Natures commerciales	Nbre	%
<b>Alimentation Générale</b>	Alimentations générales	226	66.8
	Fruits et légumes	07	2.1
	Boucheries volailles oeufs	15	4.4
	Poissonneries surgelés	06	1.8
	Produits laitiers	07	2.1
	Superettes alimentaires	01	0.3
	<b>Total</b>	<b>262</b>	<b>77.5%</b>
<b>Pain et Sucreries</b>	Boulonneries	24	7.1
	Pâtisseries croissanteries	12	3.6
	Pâtisseries traditionnelles confiseries	11	3.2
	Dépôts de pain	02	0.6
	Crémeries	02	0.6
	<b>Total</b>	<b>51</b>	<b>15.1%</b>
<b>Divers</b>	Vins et boissons alcoolisées	03	0.9
	Boissons non alcoolisées	11	0.3
	Café torréfaction	06	1.8
	Épiceries	05	1.5
	<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>7.4%</b>
<b>T o t a l</b>		<b>338</b>	<b>100%</b>

Source : Direction des impôts "Es-Sénia", 2006.

Selon les données présentées dans le tableau ci dessus, la sous catégorie d'alimentation générale occupe la première place avec un pourcentage de 77.5% dont 66.8% représente les locaux d'alimentation générale (commerce de proximité). La faible présence des commerces de fruits et légumes s'explique par l'existence d'un marché de fruits et légumes. Les 15 commerces de boucheries et volailles de l'agglomération se localisent près du marché de la ville et tout au long de la rue Med Khemisti.

Dans la deuxième nature commerciale (pain et sucreries), la boulangerie domine avec 24 unités de point de vente suivie par la pâtisserie et la pâtisserie traditionnelle ; dans un temps passé la pâtisserie faisait partie intégrante de la boulangerie. Par la suite, elle est devenue un commerce de

passage qui se localise sur les voies de circulation. En plus des 02 crémeries figurant sur le tableau n°10, cette catégorie est disponible dans les salons de thé et les pâtisseries. La troisième catégorie (produits divers), enregistre une localisation de 11 locaux de boisson et 6 locaux de café et torréfaction à proximité du marché et à l'intérieur des autres quartiers de la ville.

Suivant cette analyse statistique on peut déduire que le commerce alimentaire tien bien sa part dans l'agglomération d'Es-Sénia notamment au niveau du centre de l'agglomération. La carte n°02 représente la répartition spatiale des commerces alimentaires et fait apparaître une diffusion spatiale de ce commerce qui se concentre en majorité à proximités du marché (10 commerces) et 13 commerces le long de la Rue Med Khemisti (pâtisseries, boulangeries et fruits et légumes). Cette implantation axiale est due à la demande d'une clientèle de passage. La catégorie alimentaire ne rencontre pas de contrainte dans son implantation.

**Carte N° « 02 » La répartition des commerces alimentaire à Es-Sénia**

### III- 1- 2 Concentration des services à Es-Sénia

Le tableau n° 11 représente le commerce de service et ces quatre natures commerciales : Entretien de la personne (coiffeurs, coiffeuses, bains et douches), les services (services de sports, cinémas et salles de sports...) les HO.RE.CA (cafés, restaurants, hôtels et fast food ...) et les services divers (dégraissages, photographes, vente d'appareils téléphoniques et les kiosques multi services...).

**Tableau N° 11:** Les commerces de services dans l'agglomération d'Es-Sénia.

Services	L'agglomération d'Es-Sénia		
	Natures commerciales	Nbre	%
<b>Entretien de la Personne</b>	Coiffeurs hommes	08	2.7
	Coiffeuses et esthéticiennes	20	6.9
	Bains et douches	24	8.2
	<b>Total</b>	<b>52</b>	<b>17.8%</b>
<b>Services de Sport</b>	Salle de jeux	06	2.1
	Salles de sport	02	0.6
	<b>Total</b>	<b>08</b>	<b>2.7%</b>
<b>Divers</b>	Dégraissage	03	1.1
	Photographe	04	1.3
	Vente appareils téléphoniques	09	3.1
	Services informatiques	06	2.1
	Photocopies et tirage de plans	04	1.3
	Kiosque multi services	81	27.9
	Auto école	04	1.3
	Location de voitures	02	0.7
	Lavages autos	04	1.3
	Station de services	03	1.1
	Dépannage	01	0.3
	Garage autos	02	0.7
	<b>Total</b>	<b>123</b>	<b>42.3%</b>
<b>Hôtellerie Restaurant Café</b>	Cafés et salon de thé	33	11.3
	Bars	02	0.7
	Bars et restaurants	01	0.3
	Restaurants	05	1.7
	Hôtels	02	0.7
	Pizzerias	06	2.1
	Gargotiers	03	1.1
	Fast-food	56	25.5
	<b>Total</b>	<b>108</b>	<b>37.1%</b>
<b>T o t a l</b>	<b>291</b>	<b>100%</b>	

Source : Direction des impôts "Es-Sénia", 2006.

291 établissements de service ont été recensés, dominés par 42.3% pour la sous catégorie des services divers qui est elle aussi dominée par 81 kiosques multi services se répartissant dans tout l'espace de l'agglomération. Ce type de commerce ne cherche la proximité de la clientèle locale. Les 09 commerces spécialisés en Vente d'appareils téléphoniques sont implantés sur les grands

axes de circulation à cause de l'attraction de la clientèle qui est de passage. 06 services d'informatiques (commerce d'accompagnement) se trouvent généralement à proximité de l'université et des équipements tel que la daïra ... Les 04 locaux de la photocopie et tirage de plans sont implantés à proximité des bureaux d'études et d'architectures et de l'université.

La nature HO.RE.CA (hôtellerie, restaurant et café) qui joue le rôle important d'animation et de divertissement elle regroupe (09) classes : les hôtels, les restaurant, fast food, pizzerias, cafés et salons de thé... Cette nature représente 123 du total de la catégorie de service, qui s'avère indispensable bon fonctionnement de l'université, des zones industrielles et des entreprises de production ...

Nous avons établi une carte de localisation de cette sous catégorie qui représente la forte implantation axiale des HO.RE.CA sur les grands axes routiers tels que la Rue Med Khemisti (RN 06) et Bahi Amar. Les autres commerces représentent 2%, on enregistre 02 hôtels (commerce qui cherche une position centrale) ce type de service et en relation avec la présence de l'aéroport d'Es-Sénia. Les services d'entretiens de la personne représentent 17.8%, chiffre loin de la réalité, étant donné qu'un nombre important de coiffeuses n'est pas déclaré.



**Carte N° « 04 » La répartition des commerces de services à Es-Sénia**

**Carte N° « 05 » La répartition des commerces HO.RE.CA à Es-Sénia**

### III- 1- 3 Un appareil de commerce d'équipement diversifié

Le Commerce d'équipement regroupe trois natures commerciales l'équipement ménager, l'équipement de la profession et l'équipement de transport. Le tableau suivant présentera les équipements et leurs natures commerciales dans l'agglomération d'Es-Sénia.

**Tableau N° 12 :** La répartition des natures commerciales d'équipement dans l'agglomération d'Es-Sénia.

Les équipements	L'agglomération d'Es-Sénia		
	Natures commerciales	Nbre	%
<b>Equipement Ménager</b>	Meubles	09	5.1
	Articles de ménage	17	10.6
	Electroménager	03	1.9
	Vente de matelas	02	1.3
	Quincailleries, drogueries	41	25.8
	Matériel agricole	01	0.6
	Miroiterie et vitrier	04	2.5
	Vente matériel d'informatiques	07	4.4
	Brocanteur	30	19.0
	Matériaux de construction	02	1.3
	Vente de matériel médical et chimique	01	0.6
	<b>Total</b>	<b>117</b>	<b>74.1%</b>
<b>Equipement de la Profession</b>	Meubles de bureaux	14	8.9
	Vente de machines à coudre	01	0.6
	Article électroniques et pièces de T.V	01	0.6
	Vente de matériel frigorifique	01	0.6
	<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>10.7%</b>
<b>Equipement de Transport</b>	Pièces détachés	19	12.0
	Accessoires autos	03	1.9
	Vente de voitures	02	1.3
	<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>15.2%</b>
<b>T o t a l</b>	<b>158</b>	<b>100%</b>	

Source : Direction des impôts, Es-Sénia, 2006.

La catégorie d'équipement est devisée en trois natures commerciales: Equipements ménagers (meubles de maisons, articles de ménages, quincailleries et drogueries...), équipements de la profession (meubles de bureaux, articles électroniques et pièces de T.V ...) et Equipements de transport (pièces détachés et accessoires autos...)

Avec 74.1% l'équipement ménager domine toutes les autres natures commerciales, les quincailleries 41 commerces, 30 brocanteurs et 17 locaux d'articles de ménage.

L'équipement de transport représente 15.2 % dont 19 locaux vendent des pièces détachées.

Les équipements de la profession (10.7% de l'ensemble) sont dominés par les meubles de bureaux dues à la présence d'une entreprise de fabrication de meubles. L'implantation axiale de ces natures commerciales est due à la présence d'une clientèle de passage

**Carte N° « 06 » La répartition des commerces d'équipements à Es-Sénia**

### III- 1- 4 Une importante localisation du commerce de loisir et culture

Les commerces anomaux représentent les activités commerciales dont la fréquentation est occasionnelle comme le commerce de loisirs et cultures. Il est reparti en trois natures commerciales, les commerces de loisir et culture (librairies, vidéothèques, tabacs et journaux...), les commerces d'articles de sport et le commerce de luxe (bijouteries).

**Tableau N° 13 :** La répartition des natures commerciales des commerces de loisir et culture dans l'agglomération d'Es-Sénia.

Commerce de Loisir et culture	L'agglomération d'Es-Sénia		
	Natures commerciales	Nbre	%
Loisir et Culture	Librairies	28	13.9
	Vidéothèques	02	1
	Vente de jouets	02	1
	Tabacs et journaux	149	73.7
	Cybercafé	08	4
	<b>Total</b>	<b>189</b>	<b>93.6%</b>
Sport	Articles de sport	02	0.9
	<b>Total</b>	<b>02</b>	<b>0.9%</b>
Luxe	Bijouteries	11	5.4
	<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>5.4%</b>
<b>T o t a l</b>		<b>202</b>	<b>100%</b>

Source : Direction des impôts «Es-Sénia»,2006.

On constate que cette catégorie est dominée par les commerces de loisirs et de culture (93.6%) dont 73.7% représentent le commerce de tabacs et journaux, cette nature est demandée par une clientèle locale, c'est une activité de proximité qui se diffuse sur tout l'espace de l'agglomération. La carte n° 07 montre une forte présence des librairies aux alentours des établissements scolaires (commerce de proximité).

L'agglomération d'Es-Sénia regroupe certaines activités commerciales centrales, les commerces de luxe se localisent en grande partie dans le centre-ville d'Oran et les quartiers péricentraux. 11 bijouteries ont été recensées ; cette activité cherche la position centrale le long des axes routiers pour attirer plus de clientèle.

**Carte N° « 07 » La répartition des commerces de loisirs et cultures à Es-Sénia**

### III- 1- 5 Le commerce d'artisanats lié aux nouvelles constructions

Le commerce d'artisanat regroupe deux natures commerciales, l'artisanat de production regroupe tout ce qui peut être produit tel que la menuiserie, l'artisanat de bijouterie, la soudure, la ferronnerie et atelier de coutures. L'artisanat de réparation regroupe (les tailleurs, les cordonniers et la mécanique générale...).

**Tableau N° 14 :** La répartition des natures commerciales du commerce d'artisanat dans l'agglomération d'Es-Sénia.

L'artisanat de	L'agglomération d'Es-Sénia		
	Natures commerciales	Nbre	%
<b>Production</b>	Menuisiers	34	24.1
	Ferronneries	11	7.8
	Artisanat de bijouteries	07	4.9
	Plâtres	02	1.5
	Confection	26	18.4
	Tapiserie	02	1.4
	Cuire	01	0.7
	Soudurs	02	1.4
	<b>Total</b>	<b>85</b>	<b>60.2%</b>
<b>Réparation</b>	Tailleurs	09	6.4
	Cordonniers	02	1.4
	Plombiers	02	1.4
	Tôliers et peinture	10	7.1
	Réparation des motos vélos...	06	4.3
	Mécanique générale	10	7.1
	Vulgarisateurs	06	4.3
	Réparation d'électroménager	06	4.3
	Electriciens	04	2.8
	Clé minutes	01	0.7
<b>Total</b>	<b>56</b>	<b>39.8%</b>	
<b>T o t a l</b>	<b>141</b>	<b>100%</b>	

Source : Direction des impôts «Es-Sénia»,2006.

Il y a plus d'artisanat de production que de réparation, le tableau n° 14 nous indique que les 60.2% de l'artisanat de production sont dominés par la menuiserie 24.1% suivi par la confection (18.4%) et la ferronnerie (7.8%). Généralement cette activité s'implante à proximité des chantiers (espace en croissance urbaine). 56 locaux de l'artisanat dominés par la tôlerie et peinture (10 unités de repartiions), la mécanique générale (10commerces) et la réparation de motos et de vélos (06), ces activités s'implantent sur les grands axes routiers tel que la rue du 08 Mars et à proximité de la zone industrielle (plus de circulation des poids lourds...). Les activités artisanales s'implantent d'avantage en zone périphérique où le prix du mètre carré et la location sont moins chers, elle exige plus d'espace, vu les nuisances et le bruit qu'elle cause cette catégorie s'implante plus à



l'intérieur des quartiers. Sur les 141 commerces d'artisanat 16 locaux sont implantés le long des axes de circulation voir carte n°7.

**Carte N° « 08 » La répartition des commerces de loisirs et cultures à Es-Sénia**

### III-1-6 Commerce d'habillement dominé par la nature commerciale d'habillement, chaussures, tissus

D'après le tableau n° 15, nous constatons que le commerce d'habillement est dominé par la première nature commerciale (30 locaux commerciaux) qui regroupe les habits et la chaussure suivie par 08 commerces de chaussures des articles de cuir.

**Tableau N° 15 :** La répartition des natures commerciales du commerce d'habillement dans l'agglomération d'Es-Sénia.

Habillement	L'agglomération d'Es-Sénia		
	Natures commerciales	Nbre	%
Habillement	Habilllements Chaussures Tissus.	30	71.4
	Chaussures et articles de cuirs	08	18.6
	Tissu en gros	02	4.7
	Friperie	02	4.7
<b>T o t a l</b>		<b>42</b>	<b>100%</b>

Source : Direction des impôts «Es-Sénia»,2006.

La carte 08 fait ressortir la localisation des 09 commerces d'habillements situent le long de la rue Med Khemisti et la rue Bahi Ammar, axes très animés par la présence d'une clientèle de passage.

**Carte N° « 09 » La répartition des commerces d'habillement à Es-Sénia**

### III-1-7 La répartition des commerces d'entretien de la personne dans l'agglomération d'Es-Sénia

Le commerce d'entretien de la personne ne représente que 2.8% de l'ensemble des commerces de l'agglomération dont la plus grande part sont des pharmacies (21 points de ventes) suivis par les parfumeries et cosmétiques (12 points de ventes), les autres activités sont d'une faible présence.

**Tableau N° 16 :** La répartition des natures commerciales du commerce d'habillement dans l'agglomération d'Es-Sénia.

Entretien de la personne	L'agglomération d'Es-Sénia		
	Natures commerciales	Nbre	%
Entretien de la Personne	Optique	02	5.3
	Pharmacie	21	55.3
	Parfumerie et cosmétique	12	31.5
	Prothésiste	02	5.3
	Produit pharmaceutique	01	2.6
<b>T o t a l</b>		<b>38</b>	<b>100%</b>

Source : Direction des impôts «Es-Sénia»,2006.

Les axes enquêtés regroupent 09 commerces d'entretien de la personne cette localisation qui a une forte relation avec l'animation et a position centrale.

Carte N° « 10 » La répartition des commerces d'entretien de la personne à Es-Séni

### III-1- 8 Les services à caractère commercial dominés par les professions libérales

Cette activité commerciale regroupe deux natures commerciales celle des services à caractères fonciers (8.26 %) et les professions libérales (91.73%).

La profession libérale regroupe 15 natures commerciales, 33 bureaux d'études, 20 avocats et 06 notaires cette forte concentration est due à la présence d'un tribunal conféré carte N° (12).

**Tableau N° 17** : La répartition des services à caractère commercial à Es-Sénia.

Les services à caractères commerciaux	L'agglomération d'Es-Sénia		
	Nature commerciale	Nbre	%
<b>Services Financiers</b>	Assurance	04	3.3
	Banc	03	2.5
	CNEP	01	0.7
	Sonal gaz	01	0.7
	Poste et télé communication	01	0.7
	<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>7.9%</b>
<b>Professions Libérales</b>	Médecins	09	7.43
	Vétérinaires	05	4.13
	Dentistes	09	7.43
	Ecole d'informatique	07	5.78
	Avocats	20	9.43
	Notaires	06	4.95
	Laboratoires	01	0.70
	Bureaux d'études et d'architectures	33	27.27
	Comptables	09	7.43
	Ecrivains publics	01	0.70
	Agences de publicités	03	2.47
	Agence de communication	02	1.65
	Agences immobilières	01	0.70
	Sages femmes	02	1.65
	Crèches et garderie d'enfants	03	2.47
	<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>91.73%</b>
<b>T o t a l</b>	<b>121</b>	<b>100%</b>	

Source : Direction des impôts «Es-Sénia»,2006.

L'espace enquêté ne regroupe que deux services financiers localisés le long de la rue Med Khmisti. La carte n° 11 fait nettement ressortir l'implantation de la profession libérale. Elle se regroupe dans le centre de l'agglomération et l'artère principale Med Khmisti, cette concentration est en relation avec les équipements implantés (le tribunal, les impôts ...

Carte N° « 11» La répartition les services à caractères financiers à Es-Sénia



Carte N° « 12» La répartition des professions libérales à Es-Sénia

### **III-1- 9 Les structures commerciales intra urbaines**

Plusieurs théories concernant la structure et l'implantation des activités commerciales dans un espace, montre que généralement l'activité commerciale (commerce de gros, de détail et les services) se localise dans le centre-ville. C'est le premier noyau de développement de la ville, lieux de concentration des activités, fréquentation de population et facilité d'accessibilité ... Avec la croissance spatiale de la ville l'activité commerciale s'étend et suit le même chemin que l'extension urbaine, elle se localise sur les grandes voies de circulation. *« À partir d'une certaine dimension, la structure mononucléaire du commerce urbain n'est plus suffisante. Il se produit un essaimage de la fonction commerciale et plusieurs noyaux peuvent apparaître, reconstitue plus au moins l'image polynucléaire du schéma de Mackenzie »* (J .B.Garnier ;A.DElobez.,1977). L'implantation commerciale dans l'espace périurbain se développe souvent tout au long des axes de circulations, des carrefours et des croisements... *« La distribution des activités en périphérie prend deux formes : le groupement en un noyau commerciale secondaire et la distribution sur les axes privilégiés du quartier »* (S.M.Trache.,1991).

### **IV-Les modes d'implantations des activités commerciales et de services dans la zone enquêtée (Es-Sénia)**

L'activité commerciale cherche en premier lieu une position centrale (le centre-ville), comme elle s'implante aussi sur les grands axes routiers les quartiers spécialisés et les grandes surfaces... L'activité commerciale est nombreuse et diversifiée Comparée à d'autres quartiers périphériques de la ville d'Oran l'agglomération d'Es-Sénia regroupe un nombre qualitativement important vu sa taille et son poids démographique le tableau n° 18 et le graphe n° 03 montrent que cette agglomération regroupe toutes les catégories commerciales. On compte plus de 1332 commerces en 2006, ces activités sont implantées dans toute l'agglomération et varient d'un quartier à un autre et d'une rue à l'autre, elles s'implantent en grande partie dans le centre de l'agglomération et sur les grandes voies de circulation. Notre choix d'étude a porté sur les quatre grands axes de circulation rue Mohamed Khemisti, rue Bahi Amar, rue de Tlemcen et en dernier la rue du 08 Mars. Pour l'implantation commerciale zonale on a choisi deux quartiers 17 octobre et coopérative Enasser, les résultats de l'enquête sont enregistrés sur le tableau si dessous (voir cartes).

#### IV-1- La structure commerciale des axes enquêtés (Es-sénia)

Tableau N° 18 : La structure commerciale dans la zone enquêtée.

Type	Med Khemisti		Bahi Amar		Rue de Tlemcen		La rue 17 Octobre		Rue 8 Mars		coopérative Ennasr	
	Nbre	%	Nbre	%	Nbre	%	Nbre	%	Nbre	%	Nbre	%
<b>Alimentation</b>	16	14.9	09	14.1	02	11.1	12	22.2	04	10.5	06	42.8
<b>Artisanat</b>	07	6.5	02	3.1	02	11.1	08	14.8	06	15.8	00	00
<b>Services</b>	15	14.1	12	18.8	03	16.6	04	7.4	11	28.9	05	35.7
<b>S.à.Caractère commercial</b>	02	1.8	00	00	00	00	02	3.7	00	00	00	00
<b>HO.RE.CA</b>	23	21.5	12	18.8	02	11.1	06	11.1	02	5.3	00	00
<b>Profession libérale</b>	09	8.4	04	6.3	00	00	07	12.9	00	00	01	7.1
<b>Habillement</b>	06	5.6	07	10.9	02	11.1	08	14.8	00	00	00	00
<b>Entretien de la personne</b>	03	2.8	04	6.3	02	11.1	01	1.9	00	00	01	7.1
<b>Commerce de loisir et culture</b>	08	7.5	08	12.5	02	11.1	06	11.1	04	10.5	01	7.1
<b>Equipement</b>	18	16.8	06	9.4	03	16.6	04	7.4	09	23.7	00	00
<b>Total</b>	107	100	64	100	18	100	54	100	38	100	14	100

Source : Enquête terrain Février -Mai 2006

**IV-1-1 La rue Med Khemisti :** Regroupe le plus grand nombre de commerces constitués de 107 locaux et une grande surface celle de « Piazza el Ksar ».

Les 107 commerces sont dominés par les services de Hôtellerie, Restaurant et Café (21.5%) voir carte N° (05) cette dominance s'explique par :

\* La RN 06 qui relie la ville d'Oran avec les autres villes de la région.

\* Axe d'animation et présence d'une clientèle de passage.

\*Présence de l'université et l'aéroport.

Les équipements constitués par les quincailleries, les commerces de meuble et les équipements de transport... occupent le deuxième rang avec 16.8%. Le commerce alimentaire est représenté par 16 points de ventes. La présence du tribunal a fait que les professions libérales (avocats, notaires et huissier) s'y installent.

#### IV-1-2 La rue Bahi Amar

Il résulte de l'enquête que cette rue est en deuxième position avec 64 commerces dominée par la catégorie des services spécialement les HO.RE.CA (18.8%) suivi par les commerces alimentaires (14.1%) et le commerce de loisir et de culture (12.5%) les autres catégories commerciales enregistrent des pourcentages sensiblement équivalents.

### **IV-1-3 Le centre de l'agglomération et la rue du 17 Octobre**

Les 54 commerces recensés sont dominés par 12 commerces alimentaires repartis entre les produits de consommation journalière (l'alimentation générale et les produits laitiers) et les Produits réguliers tel que les boucheries et produits surgelés... Cette forte concentration est due à la présence d'un marché de fruits et légumes, où les habitants viennent s'approvisionner. Les produits occasionnels tel que L'habillement et l'artisanat occupent le deuxième rang avec 08 commerces chacun. Les professions libérales (12.1%) sont occupées par les avocats et les notaires (proximité du tribunal).

La présence d'activité diversifiée dans ces quartiers s'explique par l'ancienneté du noyau. Es-Sénia abrite de grands équipements (aéroport, université et zone industrielle...) qui ont besoin d'un équipement commercial diversifié.

### **IV-1-4 La rue du 08 mars**

Est le troisième axe principal qui regroupe 38 locaux, on compte plus de 11 commerces de services, 09 commerces d'équipements et 06 commerces d'artisanat de réparation tel que (les réparateurs de radiateurs, les vulcanisateurs et les mécaniciens) qui se sont implantés sur cet axe très animé qui sert de voie d'évitement pour ce rendre à la ville d'Oran.

### **IV-1- 5 La rue de Tlemcen**

Cette rue ne compte que 18 commerces, répartie entre 02 et 03 commerces par nature.

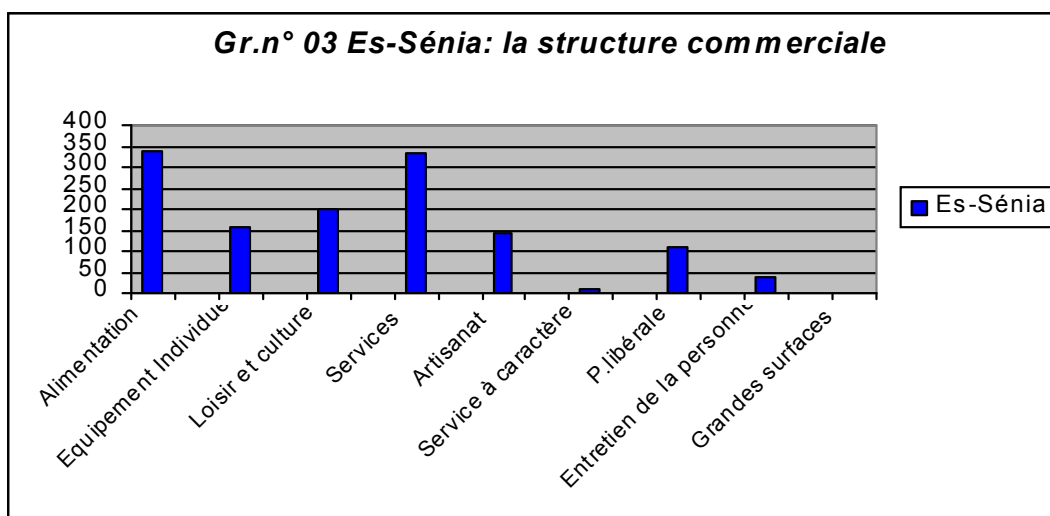
### **IV-1- 5 La rue de Tlemcen**

Dans le cadre de l'implantation commerciale zonale, les enquêtes ont eu lieu dans un quartier situé dans la partie Sud- Ouest de l'agglomération. Lors de notre enquête sur terrain on a recensé 14 commerces et de services de proximité dont 06 commerces alimentaires et 05 commerces de services (douches, kiosque multi service et coiffeuses...).

En conclusion l'activité commerciale dans l'espace périurbain ne s'implante pas n'importe où et n'importe comment, elle choisit une position centrale (surconcentration de population et d'équipements). Sur les axes de circulation et à l'intérieur du tissu urbain on trouve les commerces journaliers et les services kiosque multi service (commerce et service de proximité)...

Le graphe n°03 commerces montre une forte concentration des commerces à consommation quotidienne et les services.

**Grphe N° (03) : la structure commerciale dans l'agglomération d'Es-Sénia**



### **VII- L'implantation des commerces se fait d'une manière ordonnée**

Sur les grandes voies de circulation : on trouve les services tel que, les hôtels, restaurant et café, commerces de luxes, les équipements, les professions libérales des commerces de passages ainsi qu'une grande surface dotée de parkings de stationnement. On note une faible présence de commerce à l'intérieur des quartiers et des nouvelles extensions, présence de quelques commerces de proximités tel que le commerce de consommation journalière et les services (taxiphones, douches, coiffeurs et le commerce d'artisanat...

Le service de hôtellerie, restaurant et café et une activité d'accompagnement liée à une clientèle qui exerce dans la zone périurbaine, et qui comprend les administrations, le tribunal, l'université et les chantiers ...

## I- L'agglomération de Khemisti

### a) Situation de Khemisti

Khemisti se situ à la périphérie Est de la ville d'Oran elle est limitée au nord la commune d'Oran, au sud les 2000logts, à l'est la commune de Bir -el-Djir et a l'ouest la Z.H.U.N Haï Khemisti. L'agglomération de Khemisti est encadrée par deux axes routiers très importants :

Le CW 75 qui relie la ville d'Oran à Canestel.

Le CW 74 qui relie le quartier avec Birel-Djir (Rue de l'Est).

En 1989 Khemisti disposait de 95 commerces, dont 08 localisés dans la rue de l'Est (04 commerces d'alimentation, un restaurant et 03 d'équipements ménagers). La rue qui mène à Canestel regroupait 02 commerces d'équipement ménagers et 06 unités de productions (textile, alimentation générale, et alimentation de bétail).

## II- l'activité commerciale et de services à Khemisti

### II-1-L'évolution des activités commerciales à Khemisti entre (1997-2006)

La population de l'agglomération de khemisti nécessite un équipement commercial pour la satisfaction des besoins quotidiens ainsi que occasionnelles. Au cours d'une période de neuf ans, l'activité commerciale a connu une évolution très importante. En 2006 on a enregistré 315 commerces.

**Tableau N° 19 : L'évolution des activités commerciales à Khemisti entre (1997-2006).**

Les Natures commerciales	Khemisti			
	1997		2006	
	Nbre	%	Nbre	%
<b>Alimentation</b>	61	32.8	122	38.7%
<b>Entretien de la personne</b>	/	/	08	02.5%
<b>Commerce de loisir et culture</b>	12	06.5	26	08.3%
<b>Services</b>	52	27.9	36	11.4%
<b>Service à Caractère commercial</b>	/	/	23	7.3%
<b>Equipement</b>	22	11.8	54	17.1%
<b>Artisanat</b>	35	18.8	40	12.7%
<b>Habillement</b>	04	02.2	06	01.9%
<b>T o t a l</b>	186	100%	315	100%

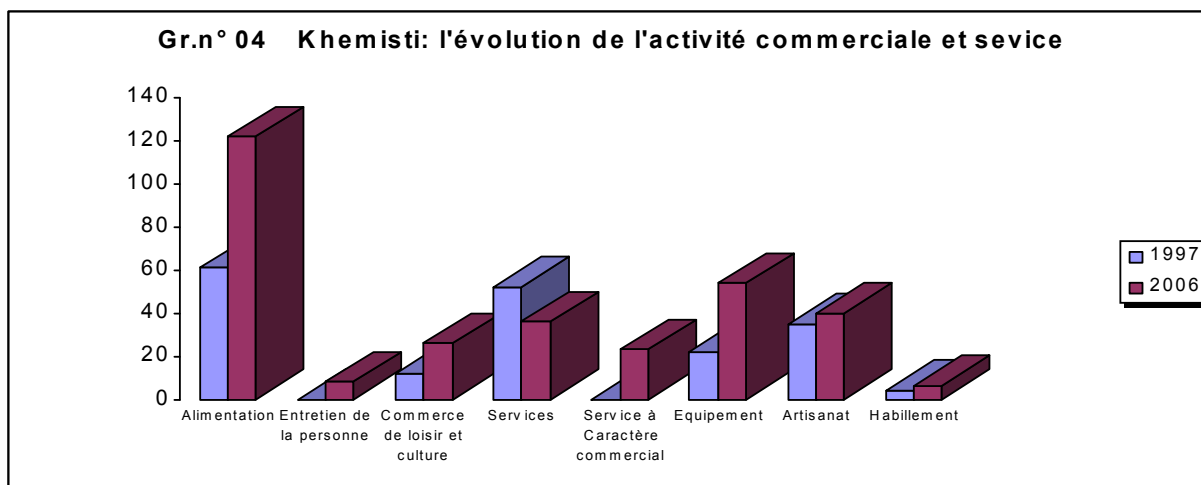
Source: - Hdad,D Bougra.M. 1997-1998.

-Direction des impôts, annexede Bir el- Djir,2006.

Durant une période chronologique de neuf ans (1997/2006) le volume commercial de Khemisti a doublé. Augmentation dans toutes les natures sauf les services, où une baisse sensible (16

services) a été enregistrée. Ce qui explique que la population se dirige vers d'autres quartiers ou bien que le nombre existant subviennent aux besoins de la population du quartier.

**Gr.n° (04) : L'évolution commerciale de l'activité commerciale et de service**



Le graphe ci-dessus nous permet de constater une nette croissance des activités commerciales à l'inverse des services qui sont en régression.

## II-2-La Répartition des activités commerciales et de services à Khemisti

D'après la première lecture du tableau n° 19 sur l'ensemble des activités, le commerce à consommation courante (l'alimentaire) domine avec 38.737% suivi par le commerce d'équipement (17.1%) et l'artisanat (12.7%). Ce qu'on a remarqué lors de notre enquête sur terrain, Haï Khemisti contient de nouveaux programmes d'habitats ce qui nous explique qu'il y a une forte demande de commerce d'équipement et d'artisanat se qu'on va le montrer dans le tableau N° (18), pour les autres natures leurs pourcentage varie entre 2% et 11%.

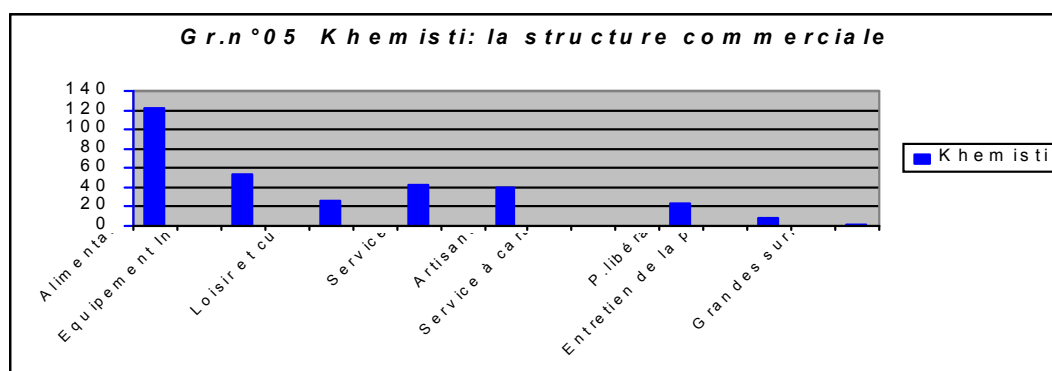
**Tableau N° 20:** Répartition des activités commerciales et de services à Khemisti.

Les natures commerciales		Khemisti	
		Nbre	%
<b>Alimentation</b>		122	38.7%
<b>Entretien de la personne</b>		08	2.5%
<b>Commerce de loisir et culture</b>		26	8.3%
<b>Habillement</b>		06	1.9%
<b>Services</b>	S. Entretien de la personne	10	
	Culture	00	
	Sport	01	
	Divers	13	
	Hôtellerie, Restaurant et Café	12	
	<b>Total</b>	36	
<b>Service à Caractère commercial</b>	À caractères fonciers	05	
	Profession libérale	18	
	<b>Total</b>	23	
<b>Equipement</b>	E. ménage	49	
	E.profession	00	
	E. transport	05	
	<b>Total</b>	54	
<b>Artisanat</b>	A. production	28	
	A. réparation	12	
	<b>Total</b>	40	
<b>T o t a l</b>		<b>315</b>	<b>100%</b>

Source : Direction des impôts, Bir el -Djir,2006.

Le tableau n° 20 et le Graphe n°05 indiquent une forte présence de commerce alimentaire, et vu que cette agglomération et en voie de développement urbaine (nouvelles constructions) en note une concentration des commerces d'équipements et de l'artisanat de production.

**Graphe N° (05) :** la structure commerciale à Khemisti



La comparaison entre Khemisti et d'autres quartiers de l'agglomération d'Oran dont le volume commerciale est presque pareil, tel que Ras El Aïn, El Badr, Ibn Sina et El Hameri ... on constate l'activité commerciale est nettement dominé par l'activité courante l'alimentation et les services en



plus l'activité artisanale qui regroupe un nombre important plus de 40 établissements dans chaque espace (voir annexe).

### II-3 Forte présence de la sous catégorie Alimentation générale

**Tableau N° 21** : L'activité commerciale d'alimentation dans l'agglomération à Khemisti.

Alimentation	L'agglomération Khemisti		
	Natures commerciales	Nbre	%
<b>Alimentation Générale</b>	Alimentations générales	67	54.9
	Fruits et légumes	01	0.8
	Boucheries volailles œufs	19	15.6
	Poissonneries surgelés	07	5.7
	Superettes alimentaires	00	00
	Produits laitiers	07	5.7
	<b>Total</b>	<b>101</b>	<b>82.8</b>
<b>Pain et Sucreries</b>	Boulonneries	16	13.1
	Pâtisseries croissanteries	03	2.4
	Pâtisseries traditionnelles confiseries	00	00
	Dépôts de pain	00	00
	Crémeries	01	0.8
	<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>16.4</b>
<b>Divers</b>	Vins et boissons alcoolisés	00	00
	Boissons non alcoolisés	01	0.8
	Café torréfaction	00	00
	Total	01	0.8 %
<b>T o t a l</b>		<b>122</b>	<b>100</b>

Source : Direction des impôts, Bir el -Djir,2006.

A travers ce tableau on remarque que la sous catégorie d'alimentation générale à Khemisti compte un nombre de 67 magasins sur 101 représentant un taux de l'ordre de 54.9% suivi par 19 boucheries avec un taux de 15.6% ce qui explique que se sont des produits à consommation courante. Concernant l'activité pain et sucrerie, on constate que les boulangeries prennent une grande part soit un nombre de 16 sur 20 représentant un taux de 13.1%. Le commerce des produits divers est presque absent le long des axes enquêtés, généralement ces natures commerciales sont annexées à l'alimentation générale. On conclut, qu'il y a une forte demande de produits de premières nécessités. Activités résidentielles qui sont directement liées à la demande des besoins de la population locale.

Carte N° « 13 » La répartition des commerces alimentaire à Khemisti

## II-4 Les commerces de services à Khemisti

**Tableau N° 22 :** La répartition des natures commerciales du commerce de service dans l'agglomération à Khemisti.

Services	L'agglomération Khemisti		
	Natures commerciales	Nbre	%
<b>Entretien de la Personne</b>	Coiffeurs hommes	02	5.6
	Coiffeuses et esthéticiennes	03	8.3
	Bains et douches	05	13.9
	<b>Total</b>	10	27.78%
<b>Services de Sport</b>	Sales de jeux	01	2.7
	<b>Total</b>	01	2.7%
<b>Divers</b>	Dégraissages	02	5.6
	Vente appareils téléphoniques	01	2.8
	Services informatiques	01	2.5
	Photocopies et tirage de plans	00	00
	KMS	08	22.2
	Lavages autos	00	00
	Station de services	01	2.78
	Dépannage	00	00
	Garage parc autos	00	00
	<b>Total</b>	13	36.11%
<b>Hôtellerie Restaurant et Café</b>	Cafés et salon de thé	04	11.1
	Bars	00	00
	Bars et restaurants	00	00
	Restaurants	00	00
	Hôtels	00	00
	Fast-food	07	19.4
	Pizzerias	01	2.8
	<b>Total</b>	12	33.3%
<b>T o t a l</b>		36	100%

Source : Direction des impôts, Bir el -Djir,2006.

A travers ce tableau on remarque que sur les 291 activités commerciales 36.1% représentent les services divers tel que les kiosques multi services et dégraissage...

33.3% de service de l'hôtellerie, restaurant et café dominé par 19.4% de services de fast-food suivi par les cafés 11.1%, ceci est due à la présence d'une clientèle de passage et celle qui travaille dans la zone (ouvrier...). Sur un totale de 36 services 12 sont localisés le long du CW 75 qui relie la ville d'Oran à Canestel et Le CW 74 reliant le quartier avec Birel-Djir (Rue de l'Est).

**Carte N° « 14 »** La répartition des commerces de services à Khemisti

**Carte N° « 15 »** La répartition des HO.RE.CA à Khemist

## II-5 Forte présence des commerces d'équipement à Khemisti

Tableau N° 23 : La répartition des natures commerciales du commerce d'équipement dans à Khemisti.

Les équipements	L'agglomération Khemisti		
	Natures commerciales	Nbre	%
Equipement Ménager	Meuble de maison	01	1.9
	Article de ménage	00	00
	Electroménager	01	1.9
	Vente de matela	01	1.9
	Quincaillerie droguerie	15	27.7
	Matérielle agricole	01	1.9
	Miroiterie et vitrier	02	3.7
	Vente matériel d'informatique	00	00
	Brocanteur	01	1.9
	Matériaux de construction	26	48.1
	Vente de matériel médicale et chimique	00	00
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>88.8</b>	
Equipement de la Profession	Meuble de bureaux	00	00
	Vente de machine à coudre	00	00
	Article électronique et pièce de T.V	00	00
	Vente de matériel frigorifié	00	00
	<b>Total</b>	<b>00</b>	<b>00%</b>
Equipement de Transport	Pièces détaché	04	7.4
	Accessoire auto	01	1.9
	Vente de voiture	01	1.9
	<b>Total</b>	<b>06</b>	<b>11.1 %</b>
<b>T o t a l</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>	

Source : Direction des impôts, Bir el- Djir,2006.

Concernant le commerce des équipements ménagers, seuls les matériaux de constructions (48.1%) et la quincaillerie (27.7%) sont beaucoup demandés, ce qui prouve que Khemisti est en voie de développement urbain. Le commerce d'équipement de la profession est inexistant. L'équipement de transport représente 11.1% dont 04 locaux de pièces détachées. Les autres natures commerciales ne représentent que 1.9%.

**Carte N° « 16 »** La répartition des commerces d'équipements à Khemisti

## II-6 L'artisanat de production est dominant dans la zone d'étude

L'analyse du tableau n° 24 et la carte n°16 donnent un aperçu sur la répartition des commerces artisanale à Khmisti.

**Tableau N° 24 :** La répartition des natures commerciales du commerce d'artisanat dans à Khemisti.

L'artisanat	L'agglomération Khemisti		
	Natures commerciales	Nbre	%
Artisanat de Production	Menuisier	12	30.0
	Ferronnerie	11	27.5
	Artisanat de bijouterie	02	5.0
	Plâtre	02	5.0
	Confection	00	00
	Tapiserie	00	00
	Cuire	00	00
	Soudeur	01	2.5
	<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>70%</b>
Artisanat de Réparation	Tailleur	02	5.0
	Cordonnier	01	2.5
	Plombier	00	00
	Tôliers et peinture	02	5.0
	Réparation des motos vélos...	03	7.5
	Mécanique générale	01	2.5
	Vulgarisateur	00	00
	Réparation d'électroménager	01	2.5
	Electricien	02	5.0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>30%</b>	
<b>T o t a l</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	

Source : Direction des impôts, de Bir el- Djir,2006.

Sur un total de 40 commerces, l'artisanat de production s'accapare la plus grande part avec un taux de l'ordre de 70% (12 menuiseries et 11 ferronneries). Cette catégorie de commerce est très demandée par les investissements en matière de construction. L'artisanat de réparation est représenté par 12 commerces avec un taux de 30%. Sur les 48 commerces artisanaux 07 établissements sont localisés le long des axes routiers.



**Carte N° « 17 »** La répartition des commerces d'équipements à Khemisti

## II-7 Le commerce d'habillement à Khemisti

**Tableau N° 25** : La répartition des natures commerciales du commerce d'habillement à Khemisti.

Habillements	L'agglomération Khemisti		
	Natures commerciales	Nbre	%
Habillements	Habillement, Chaussure, Tissu	05	83.3
	Chaussures et articles de cuir	01	16.7
	Friperie	00	00
<b>T o t a l</b>		<b>06</b>	<b>100%</b>

Source : Direction des impôts, Bir el- Djir,2006.

D'après les résultats du tableau n° 25 on déduit que la nature commerciale d'habillement chaussures, est en première position soit un nombre de 05 magasins sur un total de 06. Vu la distance entre Khemisti et la ville d'Oran la population s'oriente vers d'autres quartiers tel que le centre-ville Medina Jdida... pour leurs besoins de rare consommation. La carte fait apparaître 04 commerces d'habillements dont deux commerces spécialisés dans la vente et la location de trousseau de mariée (présence de deux salles des fêtes).

**Carte N° « 18 »** La répartition des commerces d'habillements à Khemisti

## II-8 Le commerce d'entretien de la personne à Khemisti

**Tableau N° 26 :** La répartition des natures commerciales du commerce d'entretien de la Personne dans l'agglomération de Khemisti.

Entretien de la la personne	L'agglomération Khemisti		
	Natures commerciales	Nbre	%
Entretien de la Personne	Optique	01	12.5
	Pharmacie	03	37.5
	Parfumerie et cosmétique	04	50.00
	Prothésiste	00	00
	Produit pharmaceutique	00	00
<b>T o t a l</b>		<b>08</b>	<b>100%</b>

Source : Direction des impôts, de Bir el Djir,2006.

Le tableau n° 26 : Bien que nécessaire pour la population périurbaine les commerces d'entretien de la personne sont d'une faible présence, implantation axiale de deux pharmacies et trois parfumerie et cosmétique sur le CW74 et le CW 75 très sollicités par une forte clientèle.

**Carte N° « 19 »** La répartition des commerces d'entretien de la personne à Khemisti

## II-9 La Répartition du commerce de loisir et culture à Khemisti

Tableau N° 27 : La répartition des natures commerciales des commerces de loisir et culture à Khemisti

Commerce de Loisir et culture	L'agglomération de Khemisti		
	Natures commerciales	Nbre	%
<b>C. de Loisir et Culture</b>	Librairie	07	26.9
	Vidéotheque	02	7.7
	Vente de jouet	01	3.8
	Tabacs et journaux	08	30.8
	Cybercafé	03	11.5
	<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>80.7</b>
<b>de Sport</b>	Articles de sport	02	7.6
	<b>Total</b>	<b>02</b>	<b>7.6</b>
<b>de Luxe</b>	Bijouterie	03	11.5
	<b>Total</b>	<b>03</b>	<b>11.5</b>
<b>T o t a l</b>		<b>26</b>	<b>100%</b>

Source : Direction des impôts, Bir el- Djir,2006.

On constate qu cette catégories est dominée par les commerces de loisirs et de culture (80.7%) dont 08 commerces de tabacs et journaux et 07 librairies... Pour les commerces de luxe, 03 bijouteries ont été recensées et 02 commerces de sport, cette faible implantation commerciale est due au fait que la population s'oriente vers d'autres quartiers spécialisés dans la vente des articles de luxe et de sport. Ces natures commerciales optent pour la position centrale dont l'aire de rayonnement dépasse les limites urbaines de la ville d'Oran. Les 38 % de cette catégorie se concentrent sur les deux grands axes de circulation.

**Carte N° « 20 »** La répartition des commerces loisirs et de culture à Khemisti

## II-10 Une faible présence de services a caractère commercial

**Tableau N° 28 :** La répartition des services à caractère commercial dans l'agglomération à Khemisti.

Les services à caractère commercial	L'agglomération Khemisti		
	Natures commerciales	Nbre	%
<b>Service à caractère financier</b>	<b>Total</b>	<b>00</b>	<b>00</b>
<b>Profession Libérale</b>	Médecin	09	39.2
	Vétérinaire	00	0
	Dentiste	05	21.7
	Ecole d'informatique	00	00
	Avocat	00	00
	Notaire	00	00
	Laboratoires médicaux	00	00
	Bureaux d'études et d'architecture	06	26.1
	Comptable	00	00
	Ecrivain public	01	4.3
	Agence de publicité	00	00
	Agence immobilière	00	00
	Sage femme	01	4.3
	Crèches et garderie d'enfant	01	4.3
	<b>Sous Total</b>	<b>23</b>	<b>100%</b>
<b>T o t a l</b>	<b>23</b>	<b>100%</b>	

Source : Direction des impôts, Bir-el -Djir,2006.

L'implantation de 09 cabinets médicaux et 05 dentistes, prouve que cette agglomération est peuplée et nécessite cette catégorie de profession qui se localise dans le centre de l'agglomération à l'inverse des deux axes (CW74 et CW75) qui ne bénéficie d'un seul cabinet médicale.

L'implantation des 06 bureaux d'études s'explique par la proximité des chantiers de construction. Les autres natures commerciales ne trouvent pas leur place dans cette agglomération, ce qui oblige la population à s'orienter vers les agglomérations les plus proches tel qu'Oran et Bir el Djir... La carte n° 20 fait ressortir la répartition des services à caractères commerciales à Khmisti, sur les 23 établissements recensés en 2006 ; l'enquête effectuée dans le CW 75 fait apparaître 03 agences immobilières non inventorié se qui prouve qu'elle exerce dans le commerce informel à l'encontre des lois et réglementations en vigueur.



**Carte N° « 21 »** La répartition des services à caractères financiers à Khemisti

**Carte N° « 22 »** La répartition des professions libérales à Khemisti

## II-11 La structure commerciale des deux axes le CW74 et le CW75 à Khemisti

Tableau N° 29 : La structure commerciale des deux axes le CW74 et le CW75 à Khemisti.

Type de commerce	Rue de l'Est		Vers canastel	
	Nbre	%	Nbre	%
<b>Alimentation</b>	12	20	14	19.7
<b>Artisanat</b>	04	6.6	03	4.2
<b>Services</b>	08	13.3	04	5.6
<b>Service à Caractère commercial</b>	00	00	04	5.6
<b>HO.RE.CA</b>	02	3.3	07	9.8
<b>Profession libérale</b>	02	3.3	00	00
<b>Habillement</b>	03	5	01	1.5
<b>Entretien de la personne</b>	03	5	02	2.8
<b>Commerce de loisir et culture</b>	03	5	10	14.1
<b>Equipement</b>	10	16.6	18	25.4
<b>Grandes surfaces</b>	00	00	01	1.5
<b>Locaux fermés</b>	13	21.6	7	09.8
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>	<b>71</b>	<b>100%</b>

Source : Enquête sur terrain "Bir el Djir", 2006.

D'après les résultats du tableau n° 29 et l'ensemble des cartes faites sur la répartition des activités commerciales à Khemisti les deux axes routiers choisis sont animés comme suit :

### a) La Rue de l'Est

Parmi les 60 commerces recensés 13 sont fermés et n'ont pu être identifiés (commerces non déclarés). Le commerce alimentaire est dominant, suivi par 10 commerces d'équipements voir carte N° (13), les autres catégories commerciales sont d'une faible présence. Zone en développement urbain, sa population a besoin des commerces de consommation journalière et des commerces de proximité tel que la quincaillerie les matériaux de constructions...

### b) La Rue qui mène vers Canastel

Cet axe routier regroupe 71 commerces dont 25 sont fermés, une grande surface « ASSIL », cette axe est dominé par le commerce d'équipement 25.4% suivi par le commerce alimentaire 19.7% (boucheries et pâtisseries...). S'explique par la proximité des chantiers de construction. Concernant le commerce des équipements ménagers, seuls les matériaux de constructions (48.1%) et la quincaillerie (27.7%) sont.

On enregistre un commerce d'habillement (trousseau de mariée) dû à la présence d'une salle de fête (commerce de proximité).

En conclusion l'activité commerciale dans l'espace périurbain ne s'implante pas n'importe où et n'importe comment, elle choisit une position centrale (surconcentration de population et d'équipements). Sur les axes de circulation et à l'intérieur du tissu urbain on trouve les commerces journaliers et les services kiosque multi service...

## **Conclusion**

Pour répondre aux besoins quotidiens de la population lui éviter les déplacements vers d'autres quartiers de la ville, un équipement commercial s'est développé dans la zone périurbaine de la ville d'Oran. Nous avons constaté que la zone périurbaine regroupe un nombre important de locaux commerciaux en nette progression par rapport aux années précédentes. Le nombre de commerces à Es-Sénia est passé de 48 en 1966 à 1332 commerces et de services en 2006. Durant une période chronologique de neuf ans (1997/2006) le volume commercial de Khemisti a doublé, le commerce périphérique est devenu indispensable.

La population de cette zone en développement urbain a besoin de commerce de consommation journalière fréquentation quotidienne (commerce alimentaire qui est dominant) et de commerce de proximité tel que la quincaillerie les matériaux de constructions très demandés,( espace en voie d'extension urbaine).

L'espace étudié regroupe d'autres natures commerciales dont le rayonnement dépasse les limites de l'agglomération (matériaux de constructions, meubles, matériaux d'agricultures, grandes surfaces et salles de fêtes...). Ces natures commerciales s'implantent sur les grandes voies de circulation dotées d'espace et de parkings.

Les produits de luxe, les services et les professions libérales se localisent dans le centre-ville des agglomérations et sur les grands axes routiers fréquentés et animés par une forte population.

Les services tels que, hôtels, restaurant et café, activités d'accompagnement liée à une clientèle qui travaille dans la zone périurbaine, et qui comprend les administrations, le tribunal, l'université et les chantiers se concentrent sur les grandes voies de circulation.

On note une faible présence de commerce à l'intérieur des quartiers et des nouvelles extensions, à l'exception de quelques commerces de proximités tel que le commerce de consommation journalière et les services (taxiphones, douches, coiffeurs et le commerce d'artisanat...).En conclusion, en zone périurbaine les activités commerciales et de services se localisent et se développent sur les grands axes de circulation.

### Troisième partie

## **LA FORMATION DE NOUVELLES CENTRALITÉS PÉRIPHÉRIQUES ASPECTS, ACTEURS ET MODES D'IMPLANTATION COMMERCIALE**

La zone périurbaine est consacrée aux différents types d'habitat, industries, grands équipements, lieux de stockage et commerces. L'activité commerciale et de service se répartit à travers le centre des agglomérations et le long de quelques rues. Dans cette partie il est nécessaire de rappeler la notion de centralité

« La centralité et avant tout un attribut d'un lieu permettant de mesurer son pouvoir attractif sur les usagers » (Mokrane S., 2007). La centralité d'un espace est le résultat des caractéristiques de son contenu espaces spécialisés, diversifiés, degré de concentration commerciale, la fréquentation et le degré d'attraction ....

### **I- Les raisons d'implantation des commerces et de services dans la zone périurbaine**

#### **I- 1 Les motifs d'implantation commerciale dans la zone périurbaine**

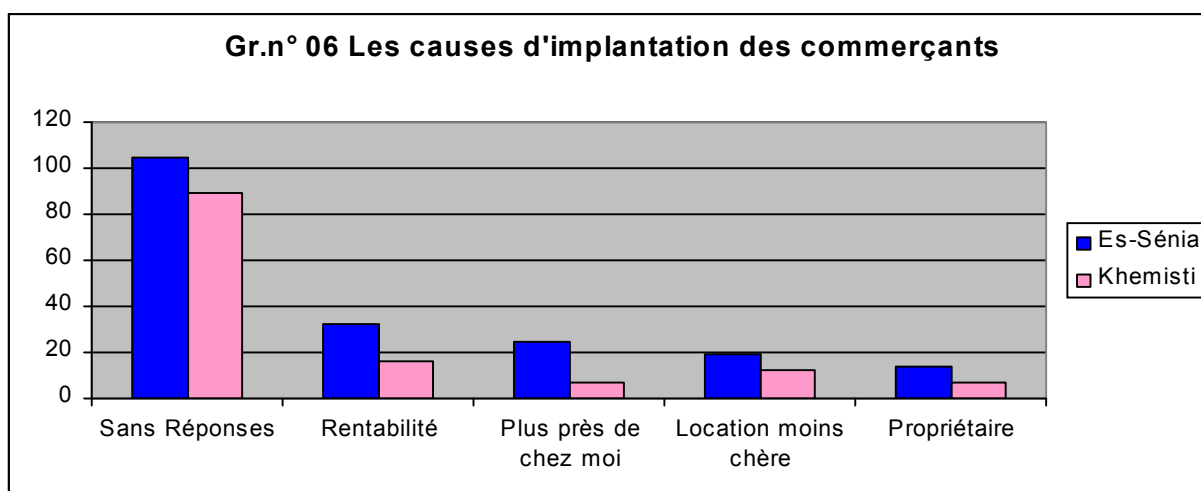
Lors de notre enquête nous avons rencontré quelques problèmes tels que la fermeture des locaux. Sur les 318 enquêtes menées sur les deux espaces, plus de 60% des commerçants ont refusé de nous renseigner. La hausse des prix des loyers dans le centre ville et les quartiers péricentraux et l'absence de contrôle ont encouragé les commerçants à s'installer dans la zone périurbaine.

**Tableau N° 30 :** Les causes d'achat et de location des locaux commerciaux.

Causes	Es-Sénia		Khemisti	
	Nbre	%	Nbre	%
<b>Sans Réponses</b>	105	56.1%	89	67.9%
<b>Rentabilité</b>	32	17.1%	16	12.2%
<b>Plus près de chez moi</b>	25	13.4%	07	05.3%
<b>Location moins chère</b>	19	10.2%	12	09.2%
<b>Propriétaire</b>	14	07.5%	07	05.3%
<b>Total</b>	<b>187</b>	<b>100%</b>	<b>131</b>	<b>100%</b>

Source : Enquête terrain, Es-Sénia, Bir el-Djir, 2006.

**Graph N° (06) : Les causes d'implantation commerciale dans la zone périurbaine**



17% des commerçants à Es-Sénia et 12.2% à Khemisti ont choisi d'implanter leurs commerces dans cette zone pour des raisons de rentabilité. Pour éviter les frais et les problèmes de transports 13.4% des commerçants d'Es-Sénia et 5.3% à Khemisti ont choisi de se localiser près de leur résidence. Près de 10% des commerçants d'Es-Sénia et de Khemisti déclarent s'y être installé à cause de la location des locaux s'avère moins chère par rapport à d'autres espaces de la ville (les quartiers centraux ou péri-centraux de la ville d'Oran).

### **I-2 Motifs d'implantation des commerces dans la zone périurbaine (selon le choix de la nature)**

**Tableau N° 31 : Le choix de l'activité commerciale dans la zone périurbaine.**

Causes	Es-Sénia		Khemisti	
	Nbre	%	Nbre	%
<b>Sans réponse</b>	120	64.1	72	54.9
<b>La rareté</b>	34	18.2	50	38.2
<b>Par ancienneté</b>	33	17.6	09	6.9
<b>Total</b>	<b>187</b>	<b>100%</b>	<b>131</b>	<b>100%</b>

Source : Enquête terrain, Es-Sénia, Bir el -Djir, 2006.

Les résultats sont moins explicites à cause des enquêtes sans réponse. D'après les résultats, nous constatons que 34 commerçants d'Es-Sénia et 50 de Khemisti trouvent que l'absence de leur commerce dans la zone périurbaine les a poussés à choisir l'activité et à s'implanter dans la zone. 33 commerçants d'Es-Sénia et 06 de Khemisti ont choisi leur activité commerciale par ancienneté.

### **I-3 La situation géographique joue un rôle très important dans l'implantation et le développement commercial**

La situation géographique joue un rôle très important dans le développement des activités commerciales. Es-Sénia, commune la plus proche de la ville d'Oran, dispose d'un équipement commercial important et diversifié qui répond à des besoins qui dépassent les limites de l'agglomération ; elle est traversée par la RN 06. A partir de l'enquête, un nombre important d'activités commerciales et de services ainsi qu'une grande surface « Plaza el Kasr » se localisent tout au long de la rue principale d'Es-Sénia.

Khemisti, nouvelle extension proche de la ville d'Oran, situé sur l'axe routier qui mène à Canastel (CW) 75, regroupe un nombre conséquent de commerces et d'entreprises et un super marché « Acyl ». La situation géographique, la distance entre les deux espaces enquêtés et la ville d'Oran favorisent l'investissement des commerçants dans la zone périurbaine.

#### **I-4 L'ancienneté des centres urbains et le développement de l'activité commerciale et de service**

L'ancienneté d'un centre urbain et son poids démographique jouent un rôle essentiel dans le développement et la localisation des activités commerciales (présence d'un équipement commercial important numériquement et qualitativement). Les nouveaux centres urbains disposent d'un équipement commercial moins développé qui ne répond pas aux besoins diversifiés, généralement ce sont des activités de consommation journalière.

##### **I-4-1 la densité commerciale dans la zone périurbaine**

La densité commerciale se calcule comme suit : c'est le rapport entre le nombre de commerce dont dispose une agglomération ou un quartier et sa population totale. « *L'indice commerce population doit permettre, théoriquement de vérifier s'il existe réellement un lien entre les niveaux hiérarchiques des centres, leur poids démographique et leur volume commercial* » (S. M. Trache., 1991). Cet indice nous permettra de localiser les espaces à forte concentration de commerce, le suréquipement ou le sous équipement d'un centre urbain et de déterminer les besoins de sa population.

Indice de densité commerciale = le nombre de commerce / la population.

**Tableau N° 32 : La densité commerciale selon les agglomérations.**

Lieu	Pop 1998	Nombre de commerce	Densité commerciale
Oran	603578	24439	40.5
Es-Sénia	29267	1332	45.5
Khemisti	/	315	/
Ain-el-Beida	26726	320	11.9
Sidi el Bachir	37624	547	14.5

Sources :- R.G.P.H 1998, pour la population.

-Directions des impôts (annexes d' Es-Sénia et de Bir el- Djir) 2006; pour les commerces.

On constate que les densités commerciales enregistrées dans la zone périurbaine de la ville d'Oran sont faibles à l'exception de l'agglomération d'Es-Sénia dont le rapport est plus élevé que celui d'Oran avec une densité commerciale de 46 commerces pour 100 habitants. Les nouveaux centres urbains périphériques Sidi el-Bachir (14com/100 habts) et Ain-el-Beida (11com/100habts), de faible localisation de commerce sont dans l'incapacité de satisfaire les besoins de leur population qui se voit obligé de s'orienter vers d'autres espaces Oran, Es- Sénia et Bir el Djir...

## **II- Les modes d'implantations commerciales**

### **II-1 Es-Sénia : Une implantation axiale des commerces**

Selon les données du tableau n° 05 il existe 1332 établissements commerciaux. A Es-Sénia, plus de 295 commerces et services se localisent tout au long des axes routiers, (rue Med Khemisti, rue El Bahi Ammar, la rue du 08 Mars et la Rue de Tlemcen). La majorité des commerces alimentaires se localise autour du marché des fruits et légumes situé au centre d'Es-Sénia.

A l'intérieur des nouvelles extensions la densité commerciale disparaît, présence de quelques commerces et services de proximité telle que l'alimentation générale, les douches les KMS... (Voir cartes).

### **II-2 Khemisti**

A Khemisti les modes d'implantation spatiale des activités commerciales sont à l'image d'Es-Sénia, on constate une forte présence d'activité commerciale et de service sur les deux axes routiers, Rue de l'Est et rue menant à Canastel.



### III-Les critères de la centralité commerciale dans la zone périphérique d'Oran « Es-Sénia et Khemisti

Pour PIERRE SIGNOLES «*la centralité urbaine est une notion multiforme qui se manifeste à la fois par la spécialisation plus au moins marquée dans l'usage de l'espace et des bâtiments et par l'existence de flux de fréquentation ayant chacun leur spécificité temporelle et contribuant à l'animation générale de la ville, passe comme lieu de production et services et de contact (ville transactionnelle au sens de J. Gottman)* » (Signoles., P.,2001). Plus un espace et ancien plus son poids démographique et conséquent plus son appareil commercial est développé, diversifié et même spécialisé

#### III-1-La spécialisation commerciale

La spécialisation d'une rue dans une activité commerciale nous permet d'évaluer l'importance de la rue et la qualité de ses commerces et de repérer les espaces à forte concentration commerciale. L'analyse des activités commerciales et de services au sein des deux espaces enquêtés nous a permis de constater la spécialisation et la diversification commerciale des espaces. L'indice de spécialisation commerciale est calculé comme suit :

$$I.S = \frac{\% \text{ des commerces d'une catégorie dans la rue}}{\% \text{ des commerces de cette catégorie dans le centre}}$$

« *Cet indice a été particulièrement utilisé par B. Mernne-Schumacher en étudiant le centre de Namur* » (Trache S. M.,1991) une rue est spécialisée dans une nature commerciale lorsque l'indice de spécialisation est égal ou supérieur à 1.5.

**I.S ≥ 1.5** la rue est spécialisée.

**I.S =1.5** la diversification du commerce dans la rue.

Les deux cartes N° (23) (24) font apparaitre la spécialisation commerciale des rues enquêtées.

A Es-Sénia nous avons pu identifier quatre rues spécialisées. La rue Med Khemisti et la rue de Bahi Amar sont spécialisées dans le commerce de hôtellerie restaurant et café, la rue du 08Mars dans les services, dans le centre de l'agglomération les rues sont spécialisées dans l'alimentaire (présence du marché des fruits et légumes). La rue du 17 Octobre est dotée d'une diversification commerciale.

A Khemisti l'axe qui mène à Canastel est spécialisé dans le commerce d'équipement, la forte demande de ces produits et la proximité des chantiers de construction (les quincailleries, matériaux de construction cette présence est due au développement urbain de Khemisti. Nous remarquons qu'il n'y a une diversification commerciale dans la rue de l'Est.

**Carte N° « 23 » La spécialisation commerciale à Es-Sénia**

**Carte N° « 24 »** La spécialisation commerciale à Khemisti

### **III-2 La densité commerciale linéaire**

Après avoir localiser les axes spécialisés au sein de la zone d'étude, il nous a paru utile de préciser les axes sur lesquels se concentrent le plus grands nombre d'activité commerciale et de service. « *En 1930 Lösch a mis en relation interdépendante trois variables, le prix des produits, le prix du transport, la densité commerciale* » (Merlin P., Choay F.,2000). « *Elles représentent le nombre de points de vente pour cent mètres de rue ; elles sont calculées dans le but de fixer l'importance et la réalité commerciale des artères du centre-ville et des hiérarchies à l'intérieur du tissu urbain* » (Trache S.M.,1991).

La densité commerciale linéaire nous permet d'identifier les axes à forte concentration commerciale.

#### **a) Es-Sénia**

L'outil cartographique nous a permis d'élaborer des cartes afin de démontrer la densité commerciale linière, la carte 25 fait ressortir plusieurs niveaux de densité commerciale :

Niveau 1 : Plus de 20 commerces par 100m de rue.

Niveau 2 : 15-20 commerces par 100m de rue.

Niveau 3 : 10-15 commerces par 100m de rue.

Niveau 4 : 05-10 commerces par 100m de rue

Niveau 5 : Moins de 05 commerces par 100m de rue.

La densité la plus forte concerne la rue Med Khemisti avec (29com/100m de rue), suivie par la rue Bahi Amar (16com/100m de rue) et la rue de Zaghloul (15com/100m de rue) ce sont de grands axes de circulation. Le troisième niveau regroupe, la rue du 17 Octobre (11com/100m de rue) et la rue de Tlemcen (10com/100m de rue), et enfin dans le quatrième niveau avec (09com/100m de rue) pour la rue du 08 Mars.

#### **b) Khemisti**

La lecture de la carte 26 fait apparaitre la densité commerciale linéaire. A Khemisti elle est représentée sur les deux axes enquêtés, celui qui mène a Canastel et la rue de l'Est avec 08 com/100m.

**Carte N° « 25 »** La densité commerciale à Es-Sénia

**Carte N° « 26 »** La densité commerciale à Khemisti

### III-3 La concentration

L'activité commerciale et de service se concentre au centre des deux agglomérations et le long des grands axes de circulation. Cette localisation est en relation avec la population, l'animation et la fréquentation. « J.C Bréhier *pence que la centralité correspond à une forme d'accumulation de concentration ; elle est le reflet des expériences individuelles et en cela, il y a un rapport d'identification des individus à la centralité* ». <sup>1</sup>

Une forte concentration d'activité commerciale qui répond aux critères de la centralité commerciale. « *La centralité, c'est un lieu où le mouvement est présent ; c'est un lieu qui diffuse, qui rayonne, qui provoque des échanges, qui permet une communication visuelle (on se voit), de parole (on se parle) ou de mouvement (on se rencontre), il ne peut y avoir d'activité sans individus, et pas de centralité son concentration* » <sup>2</sup>

### III-4 La fréquentation

La raison d'être de toute activité commerciale et de service est conditionnée par la fréquentation d'une clientèle, « *La fréquentation d'une implantation commerciale est liée à l'accessibilité, aux aspects financiers et à l'attractivité* » (J.B.Garnier ;.Delobez A.,1977). L'accessibilité s'exprime en distance brute (nombre de kilomètres) mais aussi en distance – temps (qualité de la voie d'accès, degrés d'encombrement). Les grands axes de circulation, l'accessibilité facile, la possibilité de stationnement et la présence de parking jouent un rôle très important dans la localisation et la concentration des activités commerciales et de services. « *La raison d'être de toute activité commerciale est la fréquentation d'une clientèle qui ne peut pas être expliqué sans prendre en considération la localisation ; cette localisation a pour règle la recherche de l'optimum de fréquentation ; pour J. Beaugue Garnier la fréquentation des commerces doit être un rôle de contact facilement accessible, c'est-à-dire que la fréquentation est liée à l'accessibilité* » (Derrouiche B., 1979).

Lors des entretiens, les commerçants nous ont déclaré que la fréquentation de leur commerce dépasse les limites de l'agglomération. A Es-Sénia la fréquentation se fait par la population locale, et les gens de passage dans les rues Med Khemisti, Bahi Amar et du 8 Mars. Fréquentés par une population régionale, ces espaces périurbains disposent d'activités commerciales spécialisées dans la vente des matériaux de construction (la céramique, le marbre etc). Pour la fréquentation de grandes surfaces localisées dans notre zone d'étude nous avons eu recours à des entretiens avec les clients du Plaza el Kassr.

---

<sup>1</sup> CERTU: Nouvelle centralité nouvelle pratique.p. 12

<sup>2</sup>CERTU : Nouvelle centralité. P. 26.



**Tableau N° 33 : Lieu de résidence des clients.**

lieux	Plazza el Kassr.	
	Nbre	%
<b>Oran</b>	24	41.3
<b>Mascara</b>	07	12.1
<b>Mohammedia</b>	03	5.2
<b>Relizane</b>	02	3.4
<b>El Kerma</b>	06	10.3
<b>Es-Sénia</b>	10	17.2
<b>Aine el- Bieda</b>	05	8.6
<b>Oued Tlelat</b>	01	1.7
<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>100%</b>

Source : Enquête terrain, Es-Sénia, Bir el-Djir, 2006.

L'exploitation du tableau des aires de fréquentations du Plazza el Kassr montre que la majorité des clients qui s'approvisionnent auprès de cette grande surface sont de la ville d'Oran et représente un pourcentage de 41%, suivi par des clients résidant à Es-sénia (17%). Les aires d'attractions de cet établissement commercial dépassent les limites de l'agglomération et même les limites de wilaya. Cette attraction commerciale est liée à l'accessibilité, la présence de parking, le modernisme et la façon d'exposer les produits, la clientèle de passage et celle qui travaille dans la zone profitent en s'approvisionnant sur leur lieu de travail.

### **III-5 L'attraction**

Un espace qui dispose d'un équipement commercial important et développé attire une grande clientèle. « *L'attraction commerciale est un concept dérivé de la loi d'attraction universelle présenté par Newton* » (Rulence D.,2001). L'attraction d'une clientèle est conditionnée par certains critères (l'état du local, les façades, les vitrines la manière de disposer les articles le prix des produits...). Le commerçant doit répondre aux besoins et la demande de sa clientèle.

## **IV- Les caractéristiques des locaux commerciaux**

### **IV-1 La nature juridique des locaux commerciaux**

A partir des enquêtes sur les natures juridiques des locaux commerciaux nous avons obtenu les résultats suivants :

**Tableau N° 34 : Nature juridique.**

Nature juridique	Es-Sénia		Khemisti	
	Nbre	%	Nbre	%
Sans Réponse	93	49.7	78	59.5
Propriétaire	61	32.6	31	23.7
Location	33	17.6	22	16.7
<b>Total</b>	<b>187</b>	<b>100%</b>	<b>131</b>	<b>100%</b>

Source : Enquête terrain, Es-Sénia, Bir el- Djir, 2006.

Le tableau si dessus nous montre que le nombre de commerçants propriétaires et bien plus important que les commerçants locataires. Ceci est dû au fait que la majorité des commerçants soient originaires de cette espace.

#### **IV-2 Modernisme et attraction de la population**

Pour déterminer l'état d'un local commercial ont tient compte de leur état de construction (bonne ou mauvaise) les accessoires utilisés sur les façades (les panneaux publicitaires...) les vitrines et l'éclairage utilisé sert à attiré les clients vers les produits vendus. Les deux axes routiers Med Khemisti et Bahi Amar à Es-Sénia et le CW75 à Khemisti disposent d'un équipement commercial plus ou moins modernisé.

##### **a) Les vitrines**

**Tableau N° (35) Les vitrines des locaux commerciaux**

Les vitrines	Es-Sénia		Khemisti	
	Nbre	%	Nbre	%
Non	114	60.9	76	58.1
Oui	73	39.1	55	41.9
<b>Total</b>	<b>187</b>	<b>100%</b>	<b>131</b>	<b>100%</b>

Source : Enquête terrain, Es-Sénia, Bir el- Djir, 2006.

La décoration des vitrines constitue un point d'appel pour l'attraction des clients, la mise en valeur des produits et l'affichage des prix y contribuent d'avantage. A la lumière du tableau n° 35 il ressort que plus de 50% des locaux sont dépourvus de vitrine.

Pour attirer plus de clientèle, les commerces à large fréquentation (commerces de luxe, les services, les boutiques de vêtement etc.) nécessitent une importante décoration des façades et des vitrines, lors de notre enquête nous avons remarqué que la majorité des locaux étaient dotés de vitrine bien exposée et bien entretenue.

## b) Les façades

**Tableau N° (36) :** La qualité des façades des locaux commerciaux.

Les façades	Es-Sénia		Khemisti	
	Nbre	%	Nbre	%
Bonne	84	44.9	75	57.3
Moyenne	103	55.1	56	42.7
<b>Total</b>	<b>187</b>	<b>100%</b>	<b>131</b>	<b>100%</b>

Source : Enquête terrain, Es-Sénia, Bir el -Djir, 2006.

Certains commerces à fréquentation courante tel que l'alimentaires et les fruits et légumes dont rayonnement ne dépasse pas le seuil du quartier n'ont pas besoin de modernisation. Les commerces de quincailleries de matériaux constructions et les commerces d'artisanats en besoin de beaucoup d'espace et d'accessibilité facile. Le tableau ci dessus nous précise l'état des façades.

## c) Les transformations des locaux et leurs rôles dans l'attraction de la population

**Tableau N° 37 :** Les locaux commerciaux ayant subi des transformations.

Plusieurs éléments jouent un rôle important dont l'attractivité des clients surtout lorsqu'elle est animée par de jeunes commerçants.

Les causes		Es-Sénia		Khemisti	
		Nbre	%	Nbre	%
<b>Sans Réponse</b>		93	49.7	78	59.5
<b>Non</b>	Je suis locataire	33	17.6	13	9.9
	Je viens de commencer	25	13.4	05	3.8
	<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>31.0</b>	<b>18</b>	<b>13.7</b>
<b>Oui</b>	Mauvais état	13	6.9	10	7.6
	Attraction de la clientèle	20	10.7	11	8.4
	Concurrence	03	1.6	14	10.7
	<b>Total</b>	<b>36</b>	<b>19.2</b>	<b>35</b>	<b>26.7</b>
<b>Total</b>		<b>187</b>	<b>100%</b>	<b>131</b>	<b>100%</b>

Source : Enquête terrain, Es-Sénia, Bir el- Djir, 2006.

Le tableau n° 37 révèle que les commerçants ayant répondu par « Non » pour les transformations de leurs locaux sont de l'ordre de 31% pour Es-Sénia et 13.7% pour Khemisti. Ceci est dû au fait qu'ils sont locataires ou commerçants nouvellement installés. Pour la réponse « Oui » on a enregistré 19.2% à Es-Sénia et 26.7% à Khemisti. Les causes sont le mauvais état des locaux, l'attraction et la concurrence. Le pourcentage des sans réponses est toujours supérieur à 50%.

#### d) Les surfaces des locaux commerciaux

Les commerçants de la zone périurbaine sont attirés par le prix du mètre carré foncier et les surfaces des locaux.

**Tableau N° 38** : La surface du local.

Superficie	Es-Sénia		Khemisti	
	Nbre	%	Nbre	%
Sans Réponse	99	52.9	34	26
Moins de 60m <sup>2</sup>	73	39	54	41.2
60-120 m <sup>2</sup>	04	2.1	18	13.7
120-180 m <sup>2</sup>	08	4.3	3	2.3
180-240 m <sup>2</sup>	01	0.5	09	6.9
240-300 m <sup>2</sup>	00	00	04	3.1
300-360 m <sup>2</sup>	01	0.5	03	2.3
+360 m <sup>2</sup>	01	0.5	06	4.5
<b>Total</b>	<b>187</b>	<b>100%</b>	<b>131</b>	<b>100%</b>

Source : Enquête terrain, Es-Sénia, Bir el- Djir, 2006.

La surface du point de vente est en relation avec la nature commerciale. Les résultats du tableau n° 38 nous indiquent que la superficie de plus de 35% des locaux ne dépasse pas les 60 m<sup>2</sup> (commerces alimentaires, gargotiers, taxiphones, commerce d'habillement et librairies ...).

La proportion des autres natures commerciales qui demandent plus d'espace varie entre 0.5% et 13% (matériaux de construction, cafés et salons de thé, salles des fêtes, garages et équipements agricoles ...)

#### e) Période d'ouverture des locaux dans la zone périurbaine de la ville d'Oran

L'ouverture économique qu'a connu l'Algérie dès les années quatre-vingt, le changement des lois du marché et la croissance démographique ont poussé l'activité commerciale et de service à ce développer en zone périurbaine de la ville d'Oran.

**Tableau N° 39** : Date d'ouverture des locaux

Lieu / Période	Es-Sénia		Khemisti	
	Nbre	%	Nbre	%
<b>Sans Réponse</b>	93	49.7	46	35.1
<b>1946-1990</b>	06	3.2	08	6.1
<b>1990-2000</b>	20	10.7	20	15.3
<b>2000-2006</b>	68	36.4	57	43.5
<b>Total</b>	<b>187</b>	<b>100%</b>	<b>131</b>	<b>100%</b>

Source : Enquête terrain, Es-Sénia, Bir el -Djir, 2006.

36.4% des locaux commerciaux à Es-Sénia et 43.5% à Khemisti ont ouvert leurs portes durant la période 2000-2006 ; ceci est justifié par les besoins de la population des nouvelles extensions

dans cette zone. Le chômage et la baisse de niveau de vie ont poussé la population à exercer l'activité commerciale qui est plus rentable.

### V-Les origines géographiques des commerçants

L'étude des origines géographiques des commerçants de la zone périurbaine est la meilleure manière de justifier les aires de recrutement des commerçants de cette zone et les critères qui les ont incités à s'implanter dans la zone périurbaine de la ville d'Oran.

**Tableau N° 40** : Les lieux de naissance des commerçants.

Lieu de naissances commerçants	Es-Sénia		Khemisti	
	Nbre	%	Nbre	%
Mascara	06	3.2	06	4.6
Tlemcen	05	2.7	07	5.3
Relizane	05	2.7	07	5.3
Sétif	01	0.5	02	1.5
S.B.Abbes	05	2.7	04	3.1
Bejaia	02	1.1	01	0.8
Tiaret	03	1.6	03	2.3
Msila	01	0.5	00	00
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>15%</b>	<b>30</b>	<b>22.90%</b>
Oran	07	3.7	30	22.9
Bir el djir	02	1.1	04	3.1
Ain Turk	00	00	01	0.8
Es-Sénia	38	20.3	01	0.8
Arzew	01	0.5	01	0.8
Sidi Chahmi	02	1.1	00	00
Hassi Bounif	01	0.5	00	00
El Kerma	01	0.5	02	1.5
Sans Réponse	107	57.2	62	47.3
<b>Total</b>	<b>187</b>	<b>100%</b>	<b>131</b>	<b>100%</b>

Source : Enquête terrain, Es-Sénia, Bir el Djir, 2006.

#### a) lieu de naissances des commerçants d'Es-Sénia

Sur les 187 commerçants enquêtés plus de 50% sans réponse ; 15% sont originaires d'autres wilayas (voir tableau n° 40). La proportion originaire la wilaya d'Oran est de 33.15% dont 20.3 % d'Es-Sénia, 3.7% de la ville mère et 1.1% de Bir el- Djir et Sidi Chahmi. Les autres communes n'enregistrent que 0.5% chacune.

#### b) Lieux de naissances des commerçants de Khemisti

Les résultats de notre enquête révèlent que 22.9% des commerçants sont originaires des différentes wilayas du pays, (07 de la wilaya de Tlemcen et de Relizane et 04 de Sidi Bel-

Abbes...). Environ 23% sont originaires d'Oran, 3% de Bir el Djir. Les autres communes représentent un faible pourcentage.

### c) Lieux de résidences des commerçants

**Tableau N° 41** : Lieux de résidence des commerçants.

Lieux de résidence		Es-Sénia		Khemisti	
		Nbre	%	Nbre	%
Oran	Centre-ville	05	2.7	14	10.7
	USTO	00	00	03	2.3
	Canastel	01	0.5	07	5.3
	Les Planteurs	00	00	01	0.8
	Maraval	09	4.8	01	0.8
	<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>8</b>	<b>26</b>	<b>19.9</b>
Birr el -Djir	Bir el Djir	03	1.6	20	15.3
	Khemisti	00	00	23	17.6
	<b>Total</b>	<b>03</b>	<b>1.6</b>	<b>43</b>	<b>32.9</b>
Ain el Turk		00	00	02	1.5
Es-Sénia		77	41.2	00	00
Arzew		00	00	02	1.5
Sid Chahmi		07	3.7	00	00
Hassi Bounif		00	00	00	00
El Kerma		04	2.1	00	00
Sans réponse		81	43.3	58	44.3
<b>Total</b>		<b>187</b>	<b>100</b>	<b>131</b>	<b>100</b>

Source : Enquête terrain, Es-Sénia, Bir el Djir, 2006.

### d) La plupart des commerçants résident à Es-Sénia

Sur les 187 commerçants enquêtés, plus de 40% sont sans réponse. 41.2% résident à Es-Sénia, 8% à Oran dont 09 à Maraval, 05 dans le Centre-ville et 01 à Canastel.

### e) Lieu de résidence des commerçants de Khemisti

Les résultats du tableau n° 41 et la carte 27 montre que sur les 43 commerçants qui exercent à Khemisti, 20 résident dans la commune de Bir el- Djir et 23 à Khemisti. 30 commerçants résident en dehors de Khemisti, (26 à Oran et 04 à Arzew et Ain Turk).

**Carte N° « 27 »** Le lieu de résidences des commerçants

**Carte N° « 28 »** Le lieu de residences des commerçants



## VI- La ville d'Oran est le lieu d'approvisionnement de la zone périurbaine

La majorité des commerçants de la zone périurbaine s'approvisionne auprès des commerces (gros et demi gros) de la ville d'Oran dans les quartiers spécialisés. 19 commerçants d'Es-Sénia et 20 de Khemisti déclarent s'approvisionner hors les limites de la wilaya chez les importateurs ('habillement, céramique et véhicules...). Alger (produits et matériaux agricoles, matériel d'informatique...), Mohammedia (électroménager), Sétif (matériaux de construction et marbre...). Les résultats du tableau n° 38 montrent que tous les commerçants (fast-food et gargotiers...) s'approvisionnent en produits de consommation courante (produits alimentaires) auprès des commerçants d'Es-Sénia et de Khemisti. Quand aux commerçants de pièces détachées et accessoires mobiles, ils préfèrent s'orienter vers le quartier des Castors. Un grand nombre de commerçants s'approvisionne à Médina Jadida (présence de commerce de gros et diversité commerciale) et Maraval (produits alimentaires).

**Tableau N° 42 : Lieu d'approvisionnement des commerçants de'Es-Sénia et Khemisti.**

Lieu		Es-Sénia		Khemisti	
		Nbre	%	Nbre	%
Importation		06	3.2	08	6.1
Alger		08	4.3	07	5.3
Sétif		02	1.1	02	1.5
Djelfa		01	0.5	00	00
Mohammedia		02	1.1	03	2.3
<b>Total</b>		<b>19</b>	<b>10.2</b>	<b>20</b>	<b>15.3</b>
Oran	Mdina Jedida	09	4.8	12	9.2
	Maraval	04	2.2	00	00
	Les Castors	02	1.1	04	3.8
	Sidi el- Hasni	01	0.5	05	3.1
	Centre-ville	01	0.5	15	11.5
	Saint Pierre	01	0.5	00	00
	Cite Petit	01	0.5	01	0.8
	Les Planteurs	01	0.5	00	00
	<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>10.6%</b>	<b>37</b>	<b>28.3%</b>
Birr -el-djir	Birr el djir	00	00	00	00
	Khemisti	00	00	05	3.8
	<b>Total</b>	<b>00</b>	<b>00%</b>	<b>05</b>	<b>3.8%</b>
Es-Sénia		06	3.2	03	2.3
S.Chahmi		02	1.1	00	00
Chetaibo		02	1.1	00	00
Sans réponses		<b>140</b>	<b>74.9%</b>	<b>66</b>	<b>50.4%</b>
<b>Total</b>		<b>187</b>	<b>100%</b>	<b>131</b>	<b>100%</b>

Source : Enquête terrain, Es-Sénia, Bir el Djir, 2006.

**Carte N° « 29 »** Le lieu d'approvisionnements des commerçants

Carte N° « 30» Le lieu d'approvisionnements des commerçants Es-Sénia	134
----------------------------------------------------------------------	-----

Carte N° « 30» : Le lieu d'approvisionnements des commerçants  
Khemisti.....135

## VI- 1 L'achat des produits

Les commerçants s'approvisionnent en produits de consommation au jour le jour (cafés, fast-food, gargotiers, boulangeries, fruits et légumes et boucheries...) à savoir 16.6% à Es-Sénia et 22.9% à Khemisti.

**Tableau N° 43):** Planning d'approvisionnement des commerçants.

Période	Es-Sénia		<i>Khemisti</i>	
	Nbre	%	Nbre	%
Sans Réponse	130	69.5	79	60.3
1-2 par an	04	2.1	03	2.3
3-4 par an	03	1.6	00	00
Chaque jour	31	16.6	30	22.9
1-3 par semaine	09	4.8	12	9.2
1-3 par mois	11	5.9	07	5.3
<b>Total</b>	<b>187</b>	<b>100</b>	<b>131</b>	<b>100%</b>

Source : Enquête terrain, Es-Sénia, Bir el- Djir, 2006.

L'approvisionnement des commerces dont la fréquentation est occasionnelle (habillement, bijouterie et la céramique...) représente 2.1% Es-Sénia et 2.3% Khemisti et se fait en fonction des besoins de la clientèle.

## VII- Age des commerçants

**Tableau N° 44 :** L'âge des commerçants.

Tranche d'âge	Es-Sénia		<i>Khemisti</i>	
	Nbre	%	Nbre	%
Sans Réponse	93	49.7	53	40.5
-20	02	1.1	05	3.8
20-30	31	16.6	19	14.5
30-40	34	18.2	36	27.5
40-50	11	5.9	08	6.1
+50	16	8.5	10	7.6
<b>Total</b>	<b>187</b>	<b>100%</b>	<b>131</b>	<b>100%</b>

Source : Enquête terrain, Es-Sénia, Bir el-Djir, 2006.

Le tableau n°44 indique une jeunesse des commerçants, plus de 15% de l'effectif sont âgés de 20-40 ans, suivies par celle des plus de 50 ans les autres tranche d'âge représente moins de 8 pour chacune. Suite à l'entretien qui a eu lieu avec les jeunes commerçants, la majorité déclare préférer cette activité pour sa rentabilité financière et pour fuir le chômage.

## VIII- Changement d'activité

Tableau N° 45 : Changement de l'activité.

Réponse	Es-Sénia		Khemisti	
	Nbre	%	Nbre	%
Sans Réponse	129	69	81	61.8
Oui	51	27.3	30	22.9
Non	07	3.7	20	15.3
<b>Total</b>	<b>187</b>	<b>100%</b>	<b>131</b>	<b>100%</b>

Source : Enquête terrain, Es-Sénia, Bir el -Djir, 2006.

Sur l'ensemble des commerçants enquêtés, nous avons enregistré plus de 60% de sans réponse. Les commerçants désirent le changement d'activité lorsqu'elle n'est plus rentable et n'est plus demandée par la population de la zone périurbaine citons par exemple la bijouterie, la parfumerie et cosmétique...

## IX- Changement de la zone

Tableau N° 46 : Changement de lieu.

Réponse	Es-Sénia		Khemisti	
	Nbre	%	Nbre	%
Sans Réponse	140	74.9	69	52.7
Oui	27	14.4	50	38.2
Non	20	10.7	12	9.2
<b>Total</b>	<b>187</b>	<b>100%</b>	<b>131</b>	<b>100%</b>

Source : Enquête terrain, Es-Sénia, Bir el Djir, 2006.

Concernant le changement du lieu, on remarque que 14.4% des commerçants d'Es-Sénia et 38.2% commerçants de Khemisti souhaiteraient le transfert de leurs commerces vers les espaces disposant de plus de clientèle tel que Médina Jadida et le centre-ville d'Oran ...11% ne souhaitèrent pas changer de lieu, ce qui prouve que les commerçants sont satisfaits de la zone périurbaine et sont généralement propriétaires du fond du commerce (commerce alimentaire, artisanat et services de divertissements).

## **Conclusion**

Pour s'installer dans un espace, un commerçant est avant tout motivé par la rentabilité; la location moins chère par rapport à d'autres espaces (centre-ville, quartiers péricentraux...) et la rareté des produits dans la zone périurbaine. L'implantation commerciale dans cette zone se fait tout au long des axes routiers. La carte de spécialisation commerciale à Es-Sénia et Khemisti fait ressortir que les grands axes routiers sont spécialisés dans les services, d'HO.RE.CA et les équipements...

La carte de densité commerciale linéaire nous a permis de localiser les rues à forte concentration commerciale tels que la rue de Med Khemisti, avec 29 com/100m de rue, Bahi Amar avec 16 com/100m ces densités commerciales sont à l'image des grands axes de circulation du centre-ville d'Oran ainsi que les artères des quartiers péricentraux, les autres rues sont d'une faible densité commerciale. La majorité des commerçants de la zone périurbaine s'approvisionne auprès des commerces (gros et demi gros) de la ville d'Oran dans les quartiers spécialisés. Quelques commerçants désirent le changement d'activité lorsqu'elle n'est plus rentable et n'est plus demandée par la population de la zone périurbaine et d'autres s'intéressent à la décoration des vitrines et des façades qui constituent un point d'appel pour l'attraction des clients.

Enfin, les centres commerciaux périphériques les plus proches de la ville d'Oran disposent d'un équipement commercial important et diversifié qui répond à des besoins qui dépassent les limites de l'agglomération et gèrent la consommation quotidienne de la population, et de clientèle de passage.

## Conclusion générale

Au terme de cette analyse, on peut constater que la métropole oranaise a connu une extension rapide et accélérée de son bâti, sous une forme radioconcentrique. Son développement urbain se fait sur sa zone périurbaine (les communes limitrophes) Es-Sénia, Birel-Djir et Sidi Chahmi ; plusieurs programmes d'habitat et d'équipements d'une importance régionale et nationale ont été implantés dans cette zone (zone d'habitat urbain, grands équipements, universités et hôpitaux...). Ce qui a entraîné une forte croissance de la population durant ces dernières décennies.

L'analyse du commerce d'une ville aussi importante que la ville d'Oran dont la population avoisine les 832168 habitants et qui s'accapare 71.32% du commerce de l'ensemble des catégories professionnelles (Industrie, BTPH, et commerces services), fait ressortir l'importance que revêt l'activité commerciale dans l'organisation et l'animation de l'espace qui se diffuse à travers les agglomérations en particulier l'agglomération oranaise et sa couronne périurbaine.

Pour sa vie quotidienne, la population périurbaine a besoin d'un minimum d'équipement commercial. Cette activité primordiale et essentielle dans un espace joue un rôle important dans l'organisation de la ville, fixe la population dans cet espace et lui évite les déplacements quotidiens.

Le commerce représente une force importante pour l'économie de la ville d'Oran. L'agglomération d'Oran regroupe plus de 33.262 commerces et de services, dont 24.439 à Oran, 2.940 dans la commune de Birel-Djir, 2.514 à Es-Sénia et 1.454 à Sid Chahmi...Durant la période 2000-2006, l'espace périurbain a connu une évolution remarquable de l'activité commerciale ; on a enregistré une forte présence de commerce type détail avec quelques commerces de gros.

L'activité commerciale et de service s'est développée durant la période 2000-2006 ; ceci se justifie par la demande de la population habitant les nouvelles extensions dans cette zone. Le chômage et la baisse de niveau de vie ont poussé la population à exercer l'activité commerciale qui semble plus rentable.

On note la présence de toutes les activités commerciales alimentaires, services, professions libérales (avocats, notaires et médecins...) et l'artisanat dont l'implantation commerciale varie d'un espace à un autre. Le nombre de commerces est plus conséquent dans les espaces les plus anciens et les plus proches de la ville d'Oran tels que Es- Sénia, Bir -el-Djir eu égard aux nouvelles agglomérations tel que Ain el- Beida. L'analyse de la structure commerciale à Es-Sénia et Khemisti



indique la présence d'un nombre important d'activités commerciales et de services qui répond aux besoins quotidiens et occasionnels de la population.

L'appareil commercial est dominé par le commerce alimentaire d'une consommation quotidienne (l'alimentation générale, les produits laitiers et la boucherie ...) cette activité est suivie par les services de consommation courante (douches, salons de coiffures et Kiosque multi services ...) qui ne nécessitent pas de gros investissement et dont le rayonnement est local.

La présence de grands axes de circulation à favorisé l'implantation et la localisation des activités commerciales et de services dont le rayonnement dépasse les limites de l'agglomération (matériaux de construction, salles de fêtes, les services de divertissement et grandes surfaces...).

Notre zone d'étude est dotée d'une forte présence de commerces et de services implantés tout au long des axes routiers et composés en grande partie de (cafés, salons de thé, restauration et pâtisseries ...) Ces activités à forte fréquentation sont destinées à satisfaire les besoins d'une clientèle de passage (les jeunes, employeurs, étudiants...). La forte présence des professions libérales (avocats et notaires...) est en relation avec la présence d'un tribunal à Es-Sénia, à l'inverse de Khemisti ou cette activité est de faible présence.

L'implantation de l'activité commerciale et de service se concentre au centre des deux agglomérations Es-Sénia, Khemisti et tout au long des grands axes de circulation. Cette localisation est en relation avec la population, l'animation et la fréquentation. On note une faible présence de commerce à l'intérieur des quartiers et des nouvelles extensions, présence de quelques commerces de proximité tels que le commerce de consommation journalière et les services (kiosques multi services, douches, coiffeurs et le commerce d'artisanat...).

Les grands axes de circulation, l'accessibilité facile, la possibilité de stationnement et la présence de parking jouent un rôle essentiel dans la localisation et la concentration des activités commerciales et de services. L'indice de densité commerciale nous a permis de localiser les espaces à forte concentration commerciale. La densité linéaire est plus importante sur les grands axes routiers.

Nous avons relevé une spécialisation commerciale dans les deux agglomérations ; à Es-Sénia, la rue Med Khemisti et la rue de Bahi Amar sont spécialisées dans le commerce de restauration et cafés, la rue du 08 Mars dans les services ; dans le centre de l'agglomération les rues sont

spécialisées dans l'alimentaire (présence du marché des fruits et légumes). La rue du 17 Octobre est caractérisée par une diversification commerciale.

A Khemisti, l'axe qui mène à Canastel (CW75) est spécialisé dans le commerce d'équipement (quincailleries, matériaux de constructions...) dû au développement urbain, la forte demande de ces produits et à la proximité des chantiers de construction, par contre la rue d'Est (CW74) est dotée d'une diversification commerciale.

La hausse des prix des loyers dans le centre ville et les quartiers péricentraux ont poussé les commerçants à s'installé dans la zone périurbaine, lors des entretiens et l'enquêtes sur terrain, nous avons relevé que le commerçant est toujours attiré par la location la moins chère, l'animation et la présence d'une clientèle. La majorité des commerçants de la zone périurbaine s'approvisionne auprès des commerces (gros et demi gros) de la ville d'Oran.

Le développement de l'activité commerciale et de services dans la zone périurbaine de la ville d'Oran à été a l'origine de la diversification commerciale et la spécialisation des grands axes de circulation qui a provoqué l'attraction d'une clientèle conditionnée par certains critères (état du locale, façades et vitrines). Les commerces à large fréquentation (commerces de luxe, les services, les boutiques de vêtement etc.) nécessitent une décoration des façades et des vitrines pour attirer plus de clientèle.

Enfin La structure commerciale dans la zone périurbaine diffère d'un espace à un autre, la couronne périurbaine la plus proche de la ville d'Oran dispose d'un équipement commercial très important en l'occurrence Es-Sénia et Bir el- Djir. Durant ces dernières années, le développement de l'activité commerciale et de services, la diversification commerciale et la spécialisation des grands axes de circulation ont fini par former de véritables axes d'attraction très fréquentés par une clientèle de passage et celle qui dépasse les limites du tissu urbain .... Tous ces facteurs et indices prouvent que ces nouveaux espaces commerciaux de la zone périurbaine de la ville d'Oran ont contribué à la formation d'une centralité commerciale.

## ***Bibliographie***

### **Les ouvrages**

- **A BAILLY., R.FERRAS., D.UMAIN.,** Encyclopédie de géographie.
- **A BENDJELID.,** 1986 : Planification et organisation de l'espace algérien, 134p, OPU,Alger.
- **AYDALOT PH.,** 1985 Economie régionale et urbaine .Economica, Paris.
- **CERTU.,**1999 : Nouvelles centralités, nouvelles pratiques : les pratiques sociales dans les centres commerciaux de périphérie : pôles commerciaux ou pôles d'intégration.
- **D RULENCE.,**2001 : Le développement spatial des magasins de commerces détail : fondements théoriques et résultats empiriques C.R.E.R.E.G. Univ de Rennes.
- **J-Beaujeu-Garnier., A.DELOBEZ.,** 1977,Géographie du commerce de détail, Masson, paris.
- **J-BEAUJEU-GARNIER. ,** 1980, Géographie urbaine, Armand .Colin, Paris.
- **J-BEAUJEU-GARNIER., G.CHABOT.,** 1963, Traité de Géographie urbaine, Armand. Colin Paris.
- **LABASS J .,** 1966,Organisation de l'espace , HERMAU.LOSP, Paris.
- **LANOY Pierre.,** 1996, Le village périphérique, un autre visage de la banlieue, spatialisation du quotidien, L'Harmattan, Paris.
- **MARLIN P.,** Méthodes quantitatives et espace urbain, 188. Masson. Paris 1973.
- **J DESPOIS., R.RAYNAL.,** 1975, Géographie de l'Afrique du Nord-Ouest, Payot.
- **P.BRUYELLE.,** 1978, Recherche sur les équipements commerciaux da l'arrondissement de LILLE, Homme et terre du Nord, Lille.
- **P.MERLIN.,** Méthodes quantitatives et espace urbain, 1971, Masson.
- **P.MERLIN., F.CHOAY.,** 2000, Dictionnaire de l'urbanisme et de l'aménagement, PUF.
- **P.GEORGE., F.VERGER.,** 1996, Dictionnaire de géographie, PUF.
- **RAHMANI C.,** 1982, Croissance urbaine en Algérie, OPU, Alger.

### **Liste des thèses et des mémoires**

- A BEDELJALIL R. et KADOURI F.Z.,** 2001, La périphérie oranaise : croissance, mobilité et transport, Mémoire d'ingénieur d'Etat en géographie, mémoire d'ingénieur en géographie, IGAT université d'Oran.
- A BEDELI M.,** Espace périurbain de Tlemcen. Mémoire de DES en géographie univers, IGAT université d'Oran.

- **A LAMI M. et YOUSSEFI Z.E.**, 1989 Etude d'un espace périurbain à l'est d'Oran. Les cas de Hai Khemisti, Emir- Abdelkader et Cite Khemisti. Mémoire de D.E.S géographie, IGAT université d'Oran.
- **A LIET A.**, 1991, La périurbanisation des compagnes d'Oran. Le cas de Sidi-el-Chahmi, mémoire d'ingénieur en géographie, IGAT université d'Oran.
- **AMOKRANE S.**, 2007: Evolution de la structure commerciale dans un quartier ancien d'Oran Medina Jdida, magistère en géographie, aménagement de l'espace, département de géographie, faculté des sciences de la terre, de géographie, et d'aménagement, université d'Oran.
- **BENCHEHIDA D.**, 1980, les activités industrielles dans l'agglomération Oranaise, l'originalité du secteur industriel privé, structures, comportements, et mode d'insertion spatiale, thèse de doctorat 3 ème cycle, département de géographie, institut de biologie et de sciences de la terre, université d'Oran, Oran.
- **BENHAR J. et SIMOHAMED S.**, 1990, Essai d'approche méthodologique du centre-ville d'Oran, mémoire d'ingénieur en géographie, IGAT université d'Oran.
- **BENJEDDOU et BENBADRA.**, 2001, « le commerce à El Kerma (w Oran) », mémoire d'ingénieur en géographie, IGAT université d'Oran.
- **BELKACEMI S. et KHALLAF O.**, 1997, Les activités commerciales, services et habitat à Point du Jour, mémoire d'ingénieur en géographie, IGAT université d'Oran.
- **BOUSSAID M. et MEGRAUI M.**, 1990, Etude et évolution des structures commerciales au centre-ville d'Oran, mémoire d'ingénieur en géographie, IGAT université d'Oran.
- **DRAOU R.**, 1990, Etude d'un noyau suburbain : le cas du douare Ain- el- Beïda (Es- Senia), mémoire d'ingénieur en géographie, IGAT université d'Oran.
- **DERROUCHE B.**, 1979, Es-Senia : Structure urbaine et ses rapports avec la ville d'Oran, mémoire de DES en géographie univers, IGAT université d'Oran.
- **HIMRI F.**, 1995, Les nouveaux espaces résidentielles à Es-Sénia. Le cas de trois lotissements Kara I, K II, et Bahi-Amer, mémoire d'ingénieur en géographie, IGAT, université d'Oran.
- **MAAROUFI F.**, 1991, Evolution de l'habitat périphérique d'Oran. Essai d'expérimentation d'un observatoire de la croissance urbaine, mémoire d'ingénieur en géographie, IGAT université d'Oran.
- **MAGHRAOUI D et MAKLOUFI M.**, 1989, Bir- el- Djir l'urbanisation d'une périphérie oranaise diagnostique des atouts et des contraintes, mémoire de DES en géographie univers, IGAT université d'Oran.
- **MESSAHEL A.**, 2001, Lecture de l'espace périphérique oranais : les lotissements et le recasements, magistère en géographie, aménagement de l'espace, département de géographie, faculté des sciences de la terre, de géographie, et d'aménagement, université d'Oran.

- 
- **MOUSLIM S., BOUZADA F.**, 1999, Analyse de l'espace urbain et périurbain de la ville d'Oran : le cas des coopératives immobilières, mémoire d'ingénieur en géographie, IGAT université d'Oran.
- **TRACHE S.M.**, 1991, Les structures commerciales et la hiérarchie urbaine dans la wilaya de Tlemcen, magistère en géographie, aménagement de l'espace, département de géographie, faculté des sciences de la terre, de géographie, et d'aménagement, université d'Oran.

### **Liste des DEUA**

- **BERRKIA F. et BOUHADJELA H.**, 2000, Les activités commerciales et de service dans les quartiers Si - Redouane et Commandant –Cherif –Yahia, commune D'Es-Sénia, mémoire de D.U.E.A en cartographie, IGAT, université d'Oran.
- **BOUCIF N. et HADDADOU S.**, 2000, Les activités commerciales et de service à Canastel, mémoire de D.U.E.A en cartographie, IGAT, université d'Oran.
- **FOUATIH A. et TEBIB A.**, 2002, Commerces et services à Mazouna, mémoire de D.U.E.A en cartographie, IGAT, université d'Oran.
- **HADDAD D. et BOGRRARA M.**, 1998, Les activités commerciales et de service a Haï Khemisti, Bir el Djir, mémoire de D.U.E.A en cartographie, IGAT, université d'Oran.
- **HAMMA A. et BOUSLAMA A.**, 2002, Les activités commerciales et de service dans l'agglomération de Sidi el Bachir, mémoire de D.U.E.A en cartographie, IGAT, université d'Oran.
- **BELKHITI M. et LARBI M.**, 1995, Les activités commerciales et les services à Oran Haï Echohada – Dar- el- Beïda, mémoire de D.U.E.A en cartographie, IGAT, université d'Oran.
- **IKHELEF M. et SAHOULI A. MESSABIH K.**, 2000, Les activités commerciales et de service dans l'agglomération d'Es-Sénia, mémoire de D.U.E.A en cartographie, IGAT, université d'Oran.
- **ISMAIL M. et KRARAZ H.**, 2000, Les activités commerciales et de service dans l'agglomération de Nedjma, mémoire de D.U.E.A en cartographie, IGAT, université d'Oran.
- **TOUGH H. et AKKALI N.**, activités commerciales à l'USTO Fellaoucène, mémoire de D.U.E.A en cartographie, IGAT, université d'Oran.

### **Articles et Revues**

- **VANT A.**, Centre-ville et antagonismes sociaux « exemple stéphanois ».Revue de géographie, V48, N°01.

- **BENDJELID A.**, 1984 : La planification urbaine et la question urbaine en Algérie. Politique dans le Monde Arabe. Lyon.
- **BENDJELID A. et BENCHEHIDA D.**, 2002, Elément de dysfonctionnement urbain au sein de d'une métropole algérienne, In Insanyat n°-16, 2002, CRASC, Oran, p.09 à p.25.
- **BENDJELID A.**, 1998, Fragmentation de l'espace urbain Oranais, Insanyat, n5, Mai Août, 012, CRASC, Oran.
- **RULENCE D.**, 2001. Le développement spatial des magasins de commerces détail : fondements théoriques et résultats empiriques C.R.E.R.E.G. Univ de Rennes I.
- **SEMMOUD B.**, 1995, Croissance urbaine, aménagement mobilité sociale dans l'agglomération oranaise (Algérie), CREMAMO n 12, université de Paris VII, Paris.
- **ROSSE J.**, 1973, Nouveaux foyer de desserrement à la périphérie de FRANCFORT-SUR-LE-MAIN, revue de géographie de l'Est, n; 1-2, pp .429-435.
- **SPORCK J.A.**, Qualité du commerce et valeur du paysage urbain, séminaire de géographie économique.
- **SPORCK J.A.**, Juin 1975, Le commerce de détail à Liège ville, évolution qualitative et quantitative 1964/1974, Buletin de la société Géographique de Liège N° 11.
- **MERENNE-SCHOMAKER.B.**, 1978, L'évolution de la distribution périphérique en Europe depuis 1960, bulletin de société Belge d'étude géographique, n; 2, pp. 117-137.
- **TRACHE S.M., BENDJELID A.**, 2001, Structure commerciales à Oran, projet de recherche non publié, Oran.
- **TRACHE S.M., BENDJELID A.**, 2008, Les structures commerciales et les dysfonctionnements intra urbains dans la ville d'Oran, Revue de géographie et d'aménagement d'Oran, n°-02, E.G.E.A.T, universités d'Oran.
- **SIGNOLES P.**, 2001, La centralité des médinas magrébines quel enjeu pour les politiques d'aménagements urbain?. Insanyat, N° 13, Oran, p.13,14.
- **ANAT**, juin 1996, Maîtrise de la croissance de la métropole d'Oran, dossier préliminaire.
- **CNRC.**, 2005, 2006, Centre nationale du registre de commerce.
- **DPAT**, 1998, la monographie de la wilaya d'Oran.
- **ECOTEC**, 1975, PUD du groupement d'Oran.
- **O.N.S.**, RGPH 1966, 1977, 1987, 1998.
- **O.N.S.**, 1991, Collection statistique n° 22
- **U.R.S.A.**, 1997 Plan Directeur d'Aménagement et d'Urbanisme du groupement d'Oran, 3 Volumes, Oran.

**ANNEXE**

*Université d'Oran*

*Faculté de science de la terre géographie et d'aménagement*

*Département de géographie et d'aménagement urbain*

Fiches d'enquête sur les nouvelles implantations commerciales dans la zone périurbaine de la ville d'Oran :

Commune..... Localité..... Quartier..... Rue.....

**Rubrique de l'établissement :**

Date d'installation ..... Surface en m<sup>2</sup>.....

Date de réalisation.....

Type du commerce Gros .... Détail .... Demi gros...

Nature première du commerce .....

Magasin .... Galerie.... super marché ... siège social .... Autres ....

Localisation du local Sous-sol ... RDC ... RDC +1....

Niveau du local RDC.... RDC +1.... RDC +2....

Nature juridique du local -Achat Particulier ..... État .....

-location particulier ..... État (organisme) .....

- Héritage .....

Façade du local bonne .... Moyenne.... autres .... Vitrine.....

Le local a-t-il subi des transformations ? Oui pourquoi.....

Non pourquoi.....

**Rubrique du commerçant :**

Age.... lieu de naissance..... lieu de résidence .....Niveau scolaire.....

Pourquoi vous avez choisi cette zone pour votre commerce ?

Pourquoi ce commerce .....

Pourquoi dans ce lieu .....

Pourquoi

Etes vous ? ..... Propriétaire .... Locataire .... Autres.....

Quelle commerce aviez vous déjà ?..... Et ou quartier.....commune.....

Voulez- vous changer d'activité Oui..... Non

..... laquelle .....

Voulez- vous transférer votre établissement Oui.... Non ..... ou .....

Achats de vos produits ou ..... Combien de fois.....

**Liste des tableaux**

Tableau N° (01) : Les Zones d'habitat urbaines nouvelles d'Oran.....16



Tableau N° (02) : Evolution de la population à travers les différents recensements .....	17
Tableau N° (03) : Commerce de gros et de détaille dans l'agglomération.....	19
Tableau N° (04) : Rapport commerce habitant.....	20
Tableau N° (05) : l'évolution de la structure commerciale dans la zone périurbaine entre 2001-2006.....	22
Tableau N° (06) : Quelques données sur l'activité commerciale dans la zone périurbaine .....	28
Tableau N° (07) : L'évolution des activités commerciales a Es-Sénia entre 1966-2006.....	29
Tableau N° (08) : la comparaison des commerces et des services entre Es-Sénia et Othmania.....	31
Tableau N° (09) : Répartition des activités commerciales et de services à Es-Sénia.....	32
Tableau N° (10) : L'activité commerciale d'alimentation dans l'agglomération d'Es-Sénia.....	33
Tableau N° (11) : Les commerces de services dans l'agglomération d'Es-Sénia.....	36
Tableau N°(12) : La répartition des natures commerciales d'équipement dans l'agglomération d'Es-Sénia.....	40
Tableau N° (13) : La répartition des natures commerciales des commerces de loisir et culture dans l'agglomération d'Es-Sénia.....	43
Tableau N° (14) : La répartition des natures commerciales du commerce d'artisanat dans l'agglomération d'Es-Sénia.....	45
Tableau N° (15) : La répartition des natures commerciales du commerce d'habillement dans l'agglomération d'Es-Sénia.....	48
Tableau N° (16) : La répartition des natures commerciales du commerce d'habillement dans l'agglomération d'Es-Sénia.....	50
Tableau N° (17) La répartition des services à caractère commercial à Es-Sénia.....	52
Tableau N° (18) : La structure commerciale dans la zone enquêtée.....	56
Tableau N° (19) : L'évolution des activités commerciales à Khemisti entre (1997-2006).....	59
Tableau N° (20) : Répartition des activités commerciales et de services à Khemisti.....	61
Tableau N° (21) : L'activité commerciale d'alimentation dans l'agglomération à Khemisti.....	62
Tableau N° (22) : La répartition des natures commerciales du commerce de service dans l'agglomération à Khemisti.....	64
Tableau N° (23) : La répartition des natures commerciales du commerce d'équipement dans à Khemisti.....	67
Tableau N° (24) : La répartition des natures commerciales du commerce d'artisanat dans à Khemisti.....	69
Tableau N° (25) : La répartition des natures commerciales du commerce d'habillement à Khemisti.....	71

Tableau N°(26) : La répartition des natures commerciales du commerce d'entretien de la personne dans l'agglomération de Khemisti.....	73
Tableau N° (27) : La répartition des natures commerciales des commerces de loisir et culture à Khemisti.....	75
Tableau N° (28) : La répartition des services à caractère commercial dans l'agglomération à Khemisti.....	77
Tableau N° (29) : La structure commerciale des deux axes le CW74 et le CW75 à Khemisti.....	80
Tableau N° (30) : Les causes d'achat et de location des locaux commerciaux. ....	82
Tableau N° (31) : Le choix de l'activité commerciale dans la zone périurbaine.....	83
Tableau N° (32) : La densité commerciale selon les agglomérations.....	85
Tableau N° (33) : Lieu de résidence des clients.....	94
Tableau N° (34) : Nature juridique.....	95
Tableau N° (35) : Les vitrines des locaux commerciaux.....	95
Tableau N° (36) : La qualité des façades des locaux commerciaux.....	96
Tableau N° (37) Les locaux commerciaux ayant subi des transformations.....	96
Tableau N° (38) : La surface du local.....	97
Tableau N° (39) : Date d'ouverture des locaux .....	97
Tableau N° (40) : Les lieux de naissance des commerçants.....	98
Tableau N° (41) : Lieux de résidence des commerçants.....	99
Tableau N° (42) : Lieu d'approvisionnement des commerçants d'Es-Sénia et Khemisti.....	102
Tableau N° (43) : L'achat des produits.....	106
Tableau N° (44) : L'âge des commerçants.....	106
Tableau N° (45) : Changement de l'activité.....	107
Tableau N° (46) : Changement de lieu.....	107

**Listes des cartes :**

Carte N° « 01 » : Les étapes d'extensions de la ville d'Oran.....	12
Carte N° « 02 » : Distribution spatiale des commerces alimentaires à Es-Sénia.....	35
Carte N° « 03 » : Distribution spatiale des commerces de services à Es-Sénia.....	38
Carte N° « 04 » : Distribution spatiale des commerces HO.RE.CA à Es-Sénia.....	39
Carte N° « 05 » : Distribution spatiale des commerces d'équipements à Es-Sénia.....	42
Carte N° « 06 » : Distribution spatiale des commerces de loisirs et cultures à Es-Sénia .....	44
Carte N° « 07 » : Distribution spatiale des commerces de loisirs et cultures à Es-Sénia.....	47
Carte N° « 08 » : Distribution spatiale des commerces d'habillement à Es-Sénia.....	49
Carte N° « 09 » : Distribution spatiale des commerces d'entretien de la personne à Es-Sénia.....	51

Carte N° « 10 » : Distribution spatiale les services à caractères financiers à Es-Sénia.....	53
Carte N° « 11 » : Distribution spatiale des professions libérales à Es-Sénia.....	54
Carte N° « 12 » : Distribution spatiale des commerces alimentaires à Khemisti.....	63
Carte N° « 13 » : Distribution spatiale des commerces de services à Khemisti.....	65
Carte N° « 14 » : Distribution spatiale des HO.RE.CA à Khemisti.....	66
Carte N° « 15 » : Distribution spatiale des commerces d'équipements à Khemisti.....	68
Carte N° « 16 » : Distribution spatiale des commerces d'équipements à Khemisti.....	70
Carte N° « 17 » : Distribution spatiale des commerces d'habillements à Khemisti.....	72
Carte N° « 18 » : Distribution spatiale des commerces d'entretien de la personne à Khemisti .....	74
Carte N° « 19 » : Distribution spatiale des commerces loisirs et de culture à Khemisti .....	76
Carte N° « 20 » : Distribution spatiale des services à caractères financiers à Khemisti .....	78
Carte N° « 21 » : Distribution spatiale des professions libérales à Khemisti.....	79
Carte N° « 22 » : La spécialisation commerciale à Es-Sénia.....	89
Carte N° « 23 » : La spécialisation commerciale à Khemisti.....	90
Carte N° « 24 » : La densité commerciale à Es-Sénia .....	92
Carte N° « 25 » : La densité commerciale à Khemisti.....	93
Carte N° « 26 » : Les origines géographiques des commerçants (lieu de résidence) .....	101
Carte N° « 27 » : Les origines géographiques des commerçants (lieu de résidence) .....	102
Carte N° « 28 » : Le lieu d'approvisionnements des commerçants.....	104
Carte N° « 29 » : Le lieu d'approvisionnements des commerçants Es-Sénia .....	105
Carte N° « 30 » : Le lieu d'approvisionnements des commerçants Khemisti.....	106

### **Liste des graphes**

Grappe N° 01 : Le commerce de gros, de détail et de service dans l'agglomération oranaise.....	20
Grappe N° (02) L'évolution des activités commerciales et de services à Es-Sénia.....	30
Grappe N° (03) : la structure commerciale dans l'agglomération d'Es-Sénia.....	58
Grappe N° (04) : L'évolution commerciale de l'activité commerciale et de service .....	60
Grappe N° (05) : la structure commerciale à Khemisti.....	61
Grappe N° (06) : Les causes d'implantation commerciale dans la zone périurbaine.....	83

**Table des matières**

**Introduction générale.....01**  
**1- Problématique.....03**  
**2- Méthode et approche de recherche .....04**

*Première partie*

*L'évolution spatiale de la ville d'Oran, l'activité commerciale et son évolution dans la zone périurbaine.....07*  
**I-Quelques définitions.....07**  
**I-1- Le Centre.....07**  
**I-2-La centralité.....08**

I-3-Définition du commerce .....	09
I-4-La Périphérie .....	09
I-5-Périurbain.....	09
II- Oran dans son histoire : L'évolution spatiale de la ville d'Oran .....	11
II-1 Période de densification du noyau historique 1830 –1930.....	11
II-2 Une nouvelle extension sur le Plateau de la ville « 1930 – 1948 ».....	13
II- 3 la croissance spatiale durant l'après guerre 1948 – 1962.....	13
II-4 La ville après l'indépendance.....	13
II-5 Les différentes étapes de croissances de l'espace périphérique de la ville d'Oran.....	14
II-5-1 La période post coloniale : une croissance urbaine accélérée et naissance de nouveaux quartiers périphériques .....	15
II-5-2 La fragmentation de l'espace .....	16
II-5-3 Evolution et accroissement de la population de l'agglomération oranaise .....	17
III- Les structures commerciales au sein de la zone périurbaine.....	18
III-1 L'analyse des activités commerciales par type dans l'agglomération Oranaise .....	18
III-1-1 Répartition des activités commerciales par type dans l'agglomération Oranaise .....	19
a) Commerce de détail : une forte présence de commerce de détail.....	19
b) Le commerce de gros dans la zone périurbaine.....	19
c) Les services.....	20
III-1-2 Relation entre le commerce dans la couronne périurbaine et la population....	20
III-1-3 L'évolution de l'activité commerciale dans la zone périurbaine d'Oran entre 2001 et 2006.....	21
a)Le commerce alimentaire : Domination des commerces alimentaires dans la zone périurbaine .....	23
b) Les services : une faible augmentation des services dans la zone périurbaine.....	23
c) Les équipements : augmentation des commerces d'équipement dans la zone périurbaine d'Oran .....	23
d) La progression des métiers de l'artisanat lié au bâtiment .....	24
e) croissance de la profession libérale.....	24
f) Les services .....	24
g) Les commerces d'entretien de la personne.....	24
h) Les grandes surfaces et superettes .....	25

**Conclusion 25**

*Deuxième partie :*

<b><i>L'ACTIVITÉ COMMERCIALE ET SA DIVERSITÉ AU SEIN DE LA ZONE PÉRIURBAINE</i></b> .....	<b>27</b>
<b>I- la diversité et la concentration des activités commerciales dans la zone périurbaine</b> .....	<b>27</b>
<b>I-1 Un équipement commercial diversifié</b> .....	<b>27</b>
<b>I-2-Commerces tournés essentiellement vers l'activité courante</b> .....	<b>28</b>
<b>II- L'activité commerciale et de services à Es-Sénia et Kemisti</b> .....	<b>29</b>
<b>II- 1 L'agglomération d'Es-Sénia</b> .....	<b>29</b>
<b>a)Situation de la zone d'étude</b> .....	<b>29</b>
<b>II- 2 L'activité commerciale et de services à Es-Sénia</b> .....	<b>29</b>
<b>II- 3 L'évolution des commerces à Es-Sénia</b> .....	<b>29</b>
<b>II-4 Les catégories commerciales à Es-Sénia et Othmania</b> .....	<b>31</b>
<b>III- présence de toutes les natures commerciale dans l'agglomération d'Es-Sénia</b> .....	<b>32</b>
<b>III- 1 Répartition des activités commerciales et de services à Es-Sénia</b> .....	<b>32</b>
<b>III- 1- 1 Une forte présence des commerces alimentaires à Es-Sénia</b> .....	<b>33</b>
<b>III- 1- 2 Concentration des services à Es-Sénia</b> .....	<b>36</b>
<b>III- 1- 3 Un appareil de commerce d'équipement diversifié</b> .....	<b>40</b>
<b>III- 1- 4 Commerce de Loisir et culture</b> .....	<b>43</b>
<b>III- 1- 5 Le commerce d'artisanats lié aux nouvelles constructions</b> .....	<b>45</b>
<b>III-1-6 Commerce d'habillement dominé par la nature commerciale d'habillement, chaussures, tissus</b> .....	<b>48</b>
<b>III-1-7 La répartition des commerces d'entretien de la personne dans l'agglomération d'Es-Sénia</b> .....	<b>50</b>
<b>III-1- 8 Les services à caractère commercial dominés par les professions libérales</b> .....	<b>52</b>
<b>III-1- 9 Les structures commerciales intra urbaines</b> .....	<b>55</b>
<b>IV-Les modes d'implantations des activités commerciales et de services dans la zone enquêtée (Es-Sénia)</b> .....	<b>55</b>
<b>IV-1- La structure commerciale des axes enquêtés (Es-sénia)</b> .....	<b>56</b>
<b>IV-1-1 La rue Med Khemisti</b> .....	<b>56</b>
<b>IV-1-2 La rue Bahi Amar</b> .....	<b>56</b>
<b>IV-1-3 Le centre de l'agglomération et la rue du 17 Octobre</b> .....	<b>57</b>
<b>IV-1-4 La rue du 08 mars</b> .....	<b>57</b>
<b>IV-1- 5 La rue de Tlemcen</b> .....	<b>57</b>
<b>VII- L'implantation des commerces se fait d'une manière ordonnée</b> .....	<b>58</b>

I- L'agglomération de Khemisti.....	59
II- l'activité commerciale et de services à Khemisti.....	59
II-1 L'évolution des activités commerciales à Khemisti entre (1997-2006) .....	59
a) Situation de Khemisti .....	59
II-2-La Répartition des activités commerciales et de services à Khemisti.....	60
II-3 Forte présence de la sous catégorie Alimentation générale .....	62
II-4 Les commerces de services à Khemisti.....	64
II-5 Forte présence des commerces d'équipement à Khemisti.....	67
II-6 L'artisanat de production est dominant dans la zone d'étude.....	69
II-7 Le commerce d'habillement dans l'agglomération à Khemisti.....	71
II-8 Le commerce d'entretien de la personne dans l'agglomération à Khemisti.....	73
II-9 La Répartition du commerce de loisir et culture à Khemisti	75
II-10 Une faible présence de services a caractère commercial.....	77
II-11 La structure commerciale des deux axes le CW74 et le CW75 à Khemisti.....	80
a) La Rue de l'Est .....	80
b) La Rue qui mène vers Canastel .....	80
Conclusion.....	81

### *Troisième partie*

## ***LA FORMATION DE NOUVELLES CENTRALITÉS PÉRIPHÉRIQUES ASPECTS, ACTEURS ET MODES D'IMPLANTATION COMMERCIALE***

I- Les raisons d'implantation des commerces et de services dans la zone périurbaine.....	82
I- 1 Les motifs d'implantation commerciale dans la zone périurbaine.....	82
I-2 Motifs d'implantation des commerces dans la zone périurbaine (selon le choix de la nature).....	83
I-3 La situation géographique joue un rôle très important dans l'implantation et le développement commercial.....	84
I-4 L'ancienneté des centres urbains et le développement de l'activité commerciale et de service.....	84
I-4-1 la densité commerciale dans la zone périurbaine.....	84
II- Les modes d'implantations commerciales.....	85
II-1 Es-Sénia : Une implantation axiale des commerces.....	85

II-2 Khemisti.....	85
III-Les critères de la centralité commerciale dans la zone périphérique d’Oran « Es-Sénia et Khemisti.....	86
III-1 La spécialisation commerciale.....	86
III-2 La densité commerciale linéaire.....	90
a) Es-Sénia.....	90
b) Khemisti.....	90
III-3 La concentration.....	93
III-4 La fréquentation.....	93
III-5 L’attraction .....	94
IV- Les caractéristiques des locaux commerciaux.....	94
IV-1 La nature juridique des locaux commerciaux.....	94
IV-2 Modernisme et attraction de la population.....	95
a) Les vitrines.....	95
b) Les façades.....	96
c) Les transformations des locaux et leurs rôles dans l’attraction de la population.....	96
d) Les surfaces des locaux commerciaux.....	97
e) Période d’ouverture des locaux dans la zone périurbaine de la ville d’Oran.....	97
V-Les origines géographiques des commerçants.....	98
a) lieu de naissances des commerçants d’Es-Sénia .....	98
b) Lieux de naissances des commerçants de Khemisti.....	99
c) Lieux de résidences des commerçants.....	99
d) La plupart des commerçants résident à ’Es-Sénia.....	99
V lieu de naissances des commerçants d’Es-Sénia.....	98
a) -Les origines géographiques des commerçants.....	98
b) Lieux de naissances des commerçants de Khemisti.....	99
c) Lieux de résidences des commerçants.....	99
d) La plupart des commerçants résident à Es-Sénia.....	99
e) Lieu de résidence des commerçants de Khemisti.....	99
VI- 1 La ville d’Oran est le lieu d’approvisionnement de la zone périurbaine.....	102
VII- Age des commerçants.....	106
VIII- Changement d’activité.....	107
IX- Changement de la zone.....	107
Conclusion.....	108



<b>Conclusion générale.....</b>	<b>108</b>
<b>Bibliographie.....</b>	<b>112</b>
<b>Les ouvrages.....</b>	<b>112</b>
<b>Liste des thèses et des mémoires.....</b>	<b>112</b>
<b>Liste des DEUA.....</b>	<b>114</b>
<i>Articles et Revues</i> .....	<b>115</b>
<b>Annexe.....</b>	<b>117</b>
<b>Liste des tableaux .....</b>	<b>118</b>
<b>Liste des cartes .....</b>	<b>120</b>
<b>Liste des graphes .....</b>	<b>121</b>
<b>Table des matières.....</b>	<b>122</b>

## ملخص:

وهران مدينة ميترابولية، عاصمة الغرب الجزائري تقع على بعد 432 كم من العاصمة الأم الجزائر. شهدت هذه العشرية الأخيرة بعض التطورات في شتى الميادين بلغ عدد سكانها 832168 ساكن هذه الزيادة السكانية والنزوح الريفي المتواصل أدى بالمدينة إلى توسع عمراني بالجهة الشرقية وبالجهة الجنوبية على حساب البلديات المجاورة لها. بئر الجير، السانيا ... هذه الضواحي القديمة النشأة شهدت نمو ديموغرافي سريع، تضم مجموعة من التجهيزات الكبيرة، كالجامة، المناطق الصناعية، المطار و المستشفى بالجامعي ببئر الجير والسانيا.

تطور وسائل النقل والاتصال، مشاركة الدولة في الاقتصاد العالمي منذ سنوات 1980 النمو الديموغرافي أدى إلى زيادة في طلب التجارة التي تعد شرط مهم في استقرار السكان، و سد حاجيتهم اليومية والأسبوعية . مدينة وهران تضم 33262 تجارة وخدمات تتوزع كما يلي 24439 بمدينة وهران، بلدية السانيا 2544، بئر الجير 2940 و 1454 بسيدي الشحي. المجمعات الحضرية القريبة من وهران تضم عدد هام من التجارة إن الهدف من هذه الدراسة إبراز أهمية التجارة والخدمات في الحياة السكان وكيف يتم توزيعها في الوسط الحضري للأحياء المحيطة.

من خلال دراستنا وجدنا أن التجارة والخدمات تتركز بمراكز التجمعات السكانية وعلى طول الطرق الرئيسية والثانوية خاصة الطرق التي تصل وهران بالولايات المجاورة لها. تركز النشاط التجاري اليومي بقوة (مواد غذائية عامة، الخبز والحلويات و الخدمات ...). تشهد مناطق التوسع العمراني تركز النشاطات التجارية الخاصة بالبناء (مواد البناء، البلاط...)، تركز بعض الأنشطة المركزية ذات الاستهلاك والتي نجدها في المدينة الأم أو الأحياء المركزية خاصة ، فيما يخص الكثافة التجارية تختلف من وسط إلى آخر وهذا على حسب عدد نقاط البيع في 100 م من الطريق. النقص في الكراء والمساحة الكبيرة للمحلات التجارية أدى لاستقرار التجار بمنطقة الدراسة.

الهدف من هذه الدراسة إبراز أنواع التركز التجاري حيث تحصلنا على أن الطرق الرئيسية تضم عدد كبير من التجارة والخدمات وهذا راجع للتحركات اليومية في الأخير توصلنا أن هذه التجمعات الحضرية تشهد مركزية جديدة.

## **Abstract**

Oran is a metropolitan city and the capital of the West Algerian. It is located in some 432 km from the capital Algiers. It has a population of 85000 inhabitants. She saw some also a continuation of rural shift towards the urban region. The city's urban region of Eastern and Western region at the expense of neighboring municipalities Senia and Bir El Djir. Then saw other rapid demographic growth. Nor are these phenomena have created an old set of fixtures large industrial zones university, teaching hospital, Bir El Djir and Senia.

The evolution of means of transport and communication; the state entered into the world economy since the year 1980 and demographic growth has led to the request Vudajin trade, which is an important condition to the stability of the population and billing belongings daily and weekly...

The city of Oran includes 33262 trade and services are divided as follows; 24439 city of Oran, municipality Senia 2544 Bir El Djir 2940 insid shahmi 1154. It is here that the neighboring municipalities which are near Oran includes a number of important trade and services to the populations and how it is distributed in the central surrounding.

From this Jount, we found that the trade and services stationed populations centers along major wads and the collateral roads, that reach Oran neighboring states as a centre of commercial activity daily(materials generally lunch of bread and success...) the places heritage witnessing urban EX passion, which led to the stationing commercial activities of construction (building materials, tiles...) How we found the presence of some of the activities places which we find in the city centre and central neighborhoods Es-Senia one of the earliest municipalities and civil old set. In regarding commercial density is different from the centre to another, depending on the number of selling points in 100m of the road, there are a large number of requests for trade on the surrounding area and this lack of leasing space and less valuable space in the city centre.

The Objective of this study, which is positioning types of trade so that he could get to the main roads with a large number of trade and services.