

**UNIVERSITE MOULOU D MAMMERI, TIZI-OUZOU**  
**FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, DE GESTION ET DES SCIENCES**  
**COMMERCIALES**  
**DEPARTEMENT DES SCIENCES ECONOMIQUES**



**Mémoire**  
Présenté en vue de l'obtention du diplôme de Master  
en sciences économiques  
**Spécialité**  
Développement local, tourisme et valorisation du patrimoine

**Thème**

**Développement local (urbain) et attractivité : illustration  
par la croissance des services marchands et non  
marchands, publics et privés de la ville de Tizi-Ouzou**

**Présenté par :**

BELABBAS Nesrine  
ZIDELMAL Nacera

**Sous la direction :**

Pr. DAHMANI Mohamed

**Devant le jury:**

AGHARMIOU-RAHMOUN Naïma  
DAHMANI Mohamed  
LAÏCHE Mohamed

UMMTO Présidente  
UMMTO Rapporteur  
UMMTO Examineur

*Soutenu le : 07 -12- 2015*

## ***Remerciements***

*Nos sincères et vifs remerciements vont en premier lieu à Monsieur **DAHMANI Mohamed** de nous avoir encadrées et épaulées. Ses remarques et ses orientations ont été précieuses. Nos discussions et nos échanges ont été pour nous des sources permanentes d'enrichissement et nous tenons à lui témoigner par ces quelques lignes toutes nos reconnaissances.*

*Nous remercions également tous nos enseignants et plus particulièrement Monsieur **ABRIKA Belaid** responsable de ce master.*

*Toutes nos gratitudes vont à toute personne ayant contribué de près ou de loin à l'élaboration de ce travail de recherche et en particulier tous les responsables des établissements en lien avec ce thème, qui ont accepté de nous recevoir et de mettre à notre disposition les informations relatives à ce sujet.*

*Enfin, nous tenons à remercier Madame **AGHARMIOU-RAHMOUN Naïma** et Monsieur **LAÏHE Mohamed**, membres du jury qui ont bien voulu nous honorer de leur présence afin d'évaluer nos efforts.*

## ***Dédicaces***

*Je dédie ce travail à :*

- *Tous mes proches.*

*ZIDELMAL Nacera*

*Je dédie ce travail à :*

- *Mes chers parents, mes deux frères, mon fiancé et ainsi qu'à toute ma famille.*

*BELABBAS Nesrine*

# Sommaire

Remerciements .....	I
Dédicaces .....	II
Sommaire .....	III
<b>Introduction générale</b> .....	1
<b>Chapitre I : L'attractivité territoriale : fondement théorique et indicateurs de mesure</b> .....	4
<b>Introduction</b> .....	4
<b>Section 1 : Attractivité : concepts et définitions</b> .....	5
<b>Section 2 : Le rôle des activités tertiaires dans le renforcement de l'attractivité</b> .....	16
<b>Section 3 : L'urbanisme commercial</b> .....	20
<b>Conclusion</b> .....	26
<b>Chapitre II : Développement local : concepts et politiques publiques</b> .....	27
<b>Introduction</b> .....	27
<b>Section 1 : Généralités sur le développement local</b> .....	28
<b>Section 2: Le rôle des acteurs locaux et le mode de financement du développement local</b> .....	35
<b>Section 3 : L'attractivité un levier du développement local</b> .....	42
<b>Conclusion</b> .....	45
<b>Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services : illustrée par la ville de Tizi-Ouzou</b> .....	46
<b>Introduction</b> .....	46
<b>Section 1 : Présentation de la ville de Tizi-Ouzou</b> .....	47
<b>Section 2 : Caractéristiques du boulevard Krim Belkacem</b> .....	69
Section 3 : Analyse de l'état des lieux du boulevard Krim Belkacem	75

Conclusion	84
Conclusion générale	85
Bibliographie	88
Liste des abréviations	92
Liste des tableaux	94
Liste des figures	94
Liste des photos	95
Les annexes	96
La table des matières .....	105

# *Introduction générale*

### **Introduction générale**

La crise économique vécue à partir des années 1970 a pu montrer l'intérêt croissant porté au local comme niveau important dans l'analyse économique et aux modalités de l'action publique ; il est devenu essentiel de réfléchir aux niveaux et aux modes d'action territoriale les plus pertinents<sup>1</sup>. En réaction à cette crise économique, le développement local, c'est-à-dire la recherche d'un équilibre local par le biais d'une certaine auto-suffisante qui s'appuie sur la diversification et l'intégration des activités, peut être vu comme une réponse efficace.

Par ailleurs, la notion « d'attractivité » relativement absente des débats scientifiques, il y a plus d'une quinzaine d'années, aujourd'hui elle s'affirme comme un véritable objet d'étude. Elle constitue un élément important dans le développement d'un territoire du fait qu'elle contribue à le mettre au-devant sur la scène concurrentielle.

Ainsi, l'enjeu d'un territoire en matière d'attractivité est de mettre en valeur les images capables de renforcer sa notoriété, et donc d'attirer et de retenir les populations et les entreprises. Au regard de la littérature, il apparaît que les images les plus porteuses sont celles étroitement liées à la disponibilité des activités de service.

Plus de la moitié de la population mondiale vit désormais en ville, les êtres humains cherchent les meilleures conditions de vie c'est-à-dire garanties d'emploi, sécurité, accès aux services. La ville est perçue alors comme un lieu attrayant de concentration de richesses et d'emplois. La concentration humaine et la constitution d'une civilisation urbaine permettent de satisfaire le besoin social de vivre ensemble comme la nécessité de concentrer les activités afin d'optimiser la production.

Tizi-Ouzou, une des villes moyennes algériennes, est un exemple intéressant de ville de montagne ; elle est passée au bout d'un siècle et demi d'un simple bourg à une métropole régionale<sup>2</sup>. Son développement urbain est amorcé depuis la période de colonisation et s'est renforcé après l'indépendance à travers les différentes extensions et l'implantation des équipements de grande importance. Sa promotion en Chef de Wilaya de Tizi-Ouzou lui a

---

<sup>1</sup> HAMMOUCHI Sofiane, dialogue Euro Méditerranéen de Management Public-MED6, Culture pour le changement, changement par la culture, Marseille, 6-7-8 Octobre 2013.

<sup>2</sup> AGHARMIOU Naima, la planification urbaine à travers les PDAU-POS et la problématique de la croissance et de l'interaction ville/ villages en Algérie. Référence empirique à la wilaya de Tizi-Ouzou, thèse de doctorat, 2013, p207.

## *Introduction générale*

---

permis de diversifier et de renforcer ses fonctions urbaines : la fonction politique, la fonction de commandement, la fonction commerciale, la fonction culturelle...<sup>3</sup>

Très peu d'études ont porté sur les services publics et privés, marchands et non marchands de la ville de Tizi-Ouzou probablement à cause de l'absence ou l'insuffisance de données sur cette thématique. Pourtant le thème se pose avec acuité et influe directement sur l'attractivité de la ville car la force d'attraction d'un espace tient à son mode de vie mais surtout à son rayonnement économique.

Ainsi, l'objet de notre recherche est d'étudier l'attractivité par rapport aux services publics, privés, marchands et non marchands. D'où notre problématique qui consiste à chercher comment les services publics et privés, marchands et non marchands agissent-ils sur l'attractivité de la ville de Tizi-Ouzou (illustration par le boulevard Krim Belkacem)?

De cette problématique principale découlent les questions subsidiaires suivantes :

- Dans quelle mesure la ville de Tizi-Ouzou est-elle attractive ?
- Quels sont les facteurs d'attractivité de la ville de Tizi-Ouzou ?
- Comment renforcer cette attractivité?

Pour réaliser cette recherche relevant du domaine de la micro-économie urbaine, nous sommes appuyées en partie sur les sources d'information suivantes : ouvrages, mémoires de master, magister et thèses de doctorat, revues, PDAU, annuaires statistiques, articles et recherche sur internet.

Afin de mettre en évidence nos constats et nos observations nous avons eu recours aux supports photographiques.

Enfin, pour donner plus d'enrichissement au contenu du travail, nous avons effectué une enquête par entretien et questionnaire auprès des entreprises, commerçants, cabinets, bureaux et administrations de la zone Krim Belkacem de la ville de Tizi-Ouzou.

Pour répondre aux questions précédentes, nous avons élaboré un plan de travail divisé en trois chapitres. Dans le premier chapitre, nous reviendrons sur les services comme critère d'attraction dans lequel nous cernerons le concept de l'attractivité et le rôle des services dans la construction d'une attractivité territoriale et de l'urbanisation commerciale.

---

<sup>3</sup> Collectif DAHMANI Mohamed, Tizi-Ouzou : fondation, croissance, développement. Aurassi, 1993.

## *Introduction générale*

---

Dans le deuxième chapitre, nous allons présenter la notion du développement local à travers un aperçu général d'une part et nous essaierons d'autre part, de faire un lien entre l'attractivité et le développement local.

Enfin, le troisième chapitre, sera consacré à l'étude de la construction d'une attractivité urbaine par les services dans la ville de Tizi-Ouzou ; nous mettrons l'accent sur l'évolution de son tissu urbain à travers les différentes périodes ayant marqué la ville de Tizi-Ouzou et nous finirons par la présentation des résultats obtenus grâce à notre enquête.

# **Chapitre I**

***L'attractivité territoriale :  
fondement théorique et  
indicateurs de mesure***

# *Chapitre I : L'attractivité territoriale : fondement théorique et indicateurs de mesure*

---

## **Introduction**

La question de l'attractivité a suscité depuis plus d'une quinzaine d'années un intérêt croissant, aussi bien dans le monde des chercheurs en économie, dans les discours des politiques qu'au sein des agences de développement territoriales.

L'usage du terme d'attractivité découle de l'importance accordée à l'impact de la mondialisation. Par la suite son champ d'application s'est élargi vers tous les autres domaines.

Dans notre contexte nous portons un intérêt essentiel à l'attractivité de la ville, cette dernière se présente bien souvent comme la solution face aux défis de l'humanité. Elle permet aux conditions de vie de s'améliorer (donne l'accès à l'éducation, au marché du travail et à des loisirs variés). En effet, les villes attirent en raison des opportunités économiques qu'elles offrent d'une part, le cadre de vie d'une autre part.

Les services sont l'une des opportunités offertes par la ville ; ils jouent un rôle actif dans le développement économique, social et culturel de l'agglomération. Donc ils participent à rendre cette dernière plus au moins attractive.

Ce chapitre est consacré au cadre théorique et conceptuel des notions d'attractivité, de services et d'urbanisme commercial. Il est organisé en trois sections :

- Section 01 : Attractivité : concepts et définitions.
- Section 02 : Le rôle des activités tertiaires dans le renforcement de l'attractivité.
- Section 03 : L'urbanisme commercial.

## **Section 1 : Attractivité : concepts et définitions**

Cette section porte sur la notion d'attractivité. Nous passons en revue les définitions, les évolutions du terme, la politique d'attractivité et les facteurs participant à l'attractivité.

### **1-1 Affirmation du concept d'attractivité**

La notion d'attractivité s'impose progressivement au cours des années 1990 comme un sujet majeur d'étude, de travaux statistiques et de débats politiques.

L'affirmation du concept d'attractivité telle que retenue par HATTAB-CHRISTMANN Malika et MEZOUAGHI Mihoub renvoie à la formulation des politiques économiques depuis la fin des années 1980. Dans un contexte de globalisation, dont la mobilité internationale des facteurs de production s'est fortement accrue (le capital financier, le capital productif et le travail qualifié), et l'évolution des formes d'organisation industrielle ont conduit les firmes multinationales à définir des stratégies globales pour organiser la production sur une base mondiale.<sup>1</sup>

Ainsi le rôle croissant des firmes multinationales dans l'économie mondiale, la diversité croissante des options dont elles disposent pour la localisation de leurs projets, la dépendance croissante des territoires face à leurs décisions d'investissement, ont donné au cours des années récentes une forte actualité à la notion d'attractivité.

### **1-2 Etymologie du terme**

Le terme d'attractivité, par son origine étymologique, emprunté au latin, dérivé du verbe *attrahere* « tirer à soi ». Plus tard, l'attraction a pris un sens plus étendu, au sens du « spectacle », dans sa déclinaison, le mot attraction est emprunté à l'anglais « attraction », qui signifie intérêt<sup>2</sup>.

L'attractivité dans sa définition en français, est une notion issue du phénomène physique gravitationnel. Le mot est d'abord utilisé dans une signification de « force », en sciences et plus tard, il est appliqué par analogie dans le domaine des géographes et des économistes pour « expliquer les flux attirés sur un territoire ». Ceci implique un « désir », dans le domaine des sciences sociales<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup>MEZOUAGHI Mihoub, les localisations industrielles au Maghreb : Attractivité, agglomération et territoires, édition Karthala, 2009, p 37.

<sup>2</sup>ABBACI Samira, les inégalités écologiques en milieu urbain et leur impact sur l'attractivité des quartiers cas d'étude : Annaba, mémoire de magister, 2013, p 14.

<sup>3</sup>Idem, p36.

## **1-3 Définitions de l'attractivité**

La notion d'attractivité présente plusieurs sens donnant de ce fait lieu à une grande diversité d'interprétations. Afin d'illustrer cette conception, nous proposerons quelques définitions simples et intéressantes :

- L'étude publiée en 2001 par la Délégation Interministérielle à l'Aménagement et à la Compétitivité des Territoires (DIACT), l'attractivité est entendue comme « *la capacité à attirer et à retenir les activités, les entreprises et les populations* ».
- Selon le petit Larousse, l'attractivité est le caractère de ce qui est attractif<sup>4</sup>, de ce qui présente certains avantages et qui a la propriété d'exercer une attirance.
- GÉRARDIN Hubert et POIROT Jacques assimilent cette attractivité « *comme la capacité d'un territoire à être choisi par un acteur comme zone de localisation (temporaire ou durable) pour tout ou partie de ses activités ; cette attractivité est une attractivité perçue qui n'implique que des personnes physiques, des individus, des ménages ou des équipes, par exemple des équipes dirigeantes d'une entreprise ou d'une administration publique* »<sup>5</sup>.
- Pour sa part, VELTZ Pierre définit l'attractivité comme une notion complexe qui, appliquée aux territoires, doit tenir compte des interactions entre trois facteurs<sup>6</sup> :
  - ✓ la mondialisation industrielle en parallèle de la globalisation financière, dans un univers d'échanges et de production de plus en plus transnationaux ;
  - ✓ la métropolisation (polarisation de l'économie) ;
  - ✓ le mode d'organisation des firmes (et pas seulement des grandes firmes).

Dans le même sens, l'attractivité peut être définie comme « *la capacité d'attirer de la main-d'œuvre qualifiée et des compétences comme des moyens pour favoriser le développement économique la régénération urbaine* »<sup>7</sup>.

## **1-4 Caractéristiques de l'attractivité**

- Le concept d'attractivité se distingue par son caractère polysémique<sup>8</sup>, une expression qui a plusieurs sens différents, elle est moins simple à définir en raison de son utilisation dans différents domaines (scientifiques, opérationnel,...) ;

---

<sup>4</sup>ABBACI Samira, Op.Cit, p37.

<sup>5</sup> POIROT Jacques, GERARDIN Hubert, l'attractivité des territoires : un concept multidimensionnel, mondes en développement 2010, p 27-41. Article disponible en ligne sur <http://www.cairn.info/revue-mondes-en-developpement-2010-1-page-27.htm>

<sup>6</sup>Idem, p30.

<sup>7</sup> HATEM Fabrice, attractivité : de quoi parlons-nous ?, article, 2004, p01.

<sup>8</sup> MEZOUAGHI Mihoub, Op. Cit, p 38.

## ***Chapitre I : L'attractivité territoriale : fondement théorique et indicateurs de mesure***

---

- L'attractivité est une notion relative<sup>9</sup>, elle ne peut en effet se définir en termes absolus, car il n'existe pas pour un territoire une définition unique de l'attractivité, les critères de localisation diffèrent d'une entreprise à une autre dans le choix de l'implantation de leur projet et enfin, elle est souvent mesurée à travers une comparaison systématique entre territoires concurrents ;
- l'attractivité possède deux notions : *« l'attraction qui s'apparente à une force capable à la fois d'attirer et retenir sur place et l'attrait qui renvoie à l'idée de séduction. Ainsi, pour une ville ou un territoire, l'attractivité devient un concept mêlant :*
  - *la capacité à drainer des flux et à fixer durablement des ressources en un lieu : ce que l'on nomme attraction effective ;*
  - *la capacité à se rendre désirable, qu'elle qu'en soit la raison : ce que l'on nomme attrait ou attraction potentielle.»*<sup>10</sup>
- Le territoire est soumis à deux types d'attractivité que KEMEL Philippe<sup>11</sup> dans son livre « Rapport d'information sur l'investissement étranger en France » présente comme suit : attractivité productive et attractivité résidentielle.
  - Attractivité productive : est la capacité d'un territoire à attirer les activités nouvelles et des facteurs de production. Elle est généralement mesurée par l'apport d'emplois créés par des centres de décision extérieurs au territoire (apport exogène).
  - L'attractivité résidentielle : se constate par la capacité d'un territoire à attirer des revenus. Ainsi les revenus disponibles localement sont en partie importés par la présence temporaire (situation de certaines zones touristiques) ou l'installation durable d'agents économiques extérieurs dont les dépenses et les investissements peuvent constituer un moteur essentiel de l'économie local.

### **1-5 Les enjeux de l'attractivité**

Les préoccupations de l'attractivité sont multiples, il s'agit certes d'attirer et de retenir les facteurs mobiles de production et de population c'est-à-dire que des personnes physiques, des individus, des ménages ou des équipes, par exemple des équipes dirigeantes d'une

---

<sup>9</sup> HATEM Fabrice, Op. Cit, p03.

<sup>10</sup> LESSEPS Ferdinand, l'attractivité des villes, 2010, p07. Article disponible en ligne sur [www.lafabriquedelacite.com](http://www.lafabriquedelacite.com)

<sup>11</sup> KEMEL Philippe, Rapport d'information sur l'investissement étranger en France, édition Assemblée nationale, 2015, p54.

## ***Chapitre I : L'attractivité territoriale : fondement théorique et indicateurs de mesure***

---

entreprise ou d'une administration publique<sup>12</sup>. Bref, tous ceux qui sont susceptibles de stimuler le développement économique local et de participer positivement à l'image de la ville.

Ces enjeux se résument dans les points présentés ci-dessous :

- Retombées économiques (création d'emplois, limitation des départs des intellectuels, maintien et développement des services publics, etc.) ;
- Retombées sociales (amélioration de la qualité de vie, diversité et la qualité des offres de formation, création de services de proximité...);
- Retombées culturelles (partage de culture et ouverture sur le monde, acquisition de connaissances et de savoir-faire...).

### **1-6 Les politiques d'attractivité**

A l'ère de la montée en puissance de la tendance concurrentielle des territoires, l'intervention des pouvoirs publics est devenue plus qu'une nécessité, leur rôle consiste à construire des avantages au-delà de ceux liés aux ressources naturelles. Il s'agit de mettre en œuvre une bonne politique fondée sur des instruments pratiques pour l'attraction des investissements.

#### **1-6-1 Définition de la politique d'attractivité**

La politique d'attractivité est un ensemble d'actions menées par l'Etat, pour attirer des entreprises capables de créer une dynamique économique par la création d'emplois et de richesse. MICHALET Charles-Albert intervient dans ce sens pour éclairer que la politique d'attractivité vise à renforcer les conditions qui influencent les décisions d'investissement sur un espace donné. Il ajoute, dans la même perspective, que cet environnement favorable créé pour recevoir un investissement national est également favorable pour recevoir l'investissement étranger et vice-versa<sup>13</sup>.

Quant à CHARLES Jean, PRIGENT Lionel et THOUEMENT Hervé, ils ont abordé la notion des politiques d'attractivité qui est apparue comme outil de développement local. Ces

---

<sup>12</sup>POIROT Jacques, JERARDIN Hubert, Op.Cit, p01.

<sup>13</sup>MICHALET Charles-Albert, globalisation, attractivité et politique industrielle, p17. Article disponible [http://www.gemdev.org/publications/cahiers/pdf/20/Cah\\_20\\_Michalet.pdf](http://www.gemdev.org/publications/cahiers/pdf/20/Cah_20_Michalet.pdf)

## *Chapitre I : L'attractivité territoriale : fondement théorique et indicateurs de mesure*

---

auteurs affirment que ces politiques sont indispensables pour le développement des technopoles pour renforcer la pérennité de l'activité économique régionale<sup>14</sup>.

De nos jours, les politiques d'attractivité ont subi des évolutions récentes visant à anticiper les demandes spécifiques des investisseurs ; c'est dans ce contexte que MICHALET Charles-Albert affirme que « *pour être efficace, la politique d'attractivité doit être conçue par rapport aux demandes prioritaires des investisseurs* »<sup>15</sup>.

### **1-6-2 Les instruments de la politique d'attractivité**

L'objectif de ces instruments de la politique d'attractivité est de peser sur le comportement de la localisation du capital productif à travers des mesures réglementaires et fiscales qu'on peut regrouper sous deux volets essentiels :

#### **a. Les incitations financières et l'offre de biens publics**

Les incitations sont des avantages économiques mesurables accordés par l'Etat ou par une de ces entités publiques aux entreprises pour exercer une influence sur leurs décisions d'implantation. Ces systèmes d'incitation peuvent prendre la nature fiscale et financière ou la construction des infrastructures.

- Les incitations financières et fiscales<sup>16</sup>

C'est la contribution des pouvoirs publics, pendant une période déterminée, aux charges fixes des entreprises dans l'objectif de diminuer leur coût d'implantation. Cette opération peut prendre la nature fiscale, comme par exemple, l'exonération temporaire de taxes, la réduction du taux de base de l'impôt sur le bénéfice des sociétés, réduction de droits de douane, ou financières comme les subventions, les primes,...

Les pays en développement recourent à la technique de réduction des charges fiscales des entreprises pour permettre de rendre leurs territoires attractifs sans engager des fonds publics, contrairement aux pays de l'OCDE qui disposent des ressources permettant d'octroyer des aides financières. En effet, les incitations financières constituent un moyen très fréquent en vue d'attirer les investissements.

---

<sup>14</sup>CHARLES Jean, PRIGENT Lionel et THOUEMENT Hervé, les nouveaux facteurs d'attractivité dans le jeu de la mondialisation, article, p8.

<sup>15</sup>MEZOUAGHI Mihoub, Op. Cit, p 57.

<sup>16</sup> YANNICK FELIX Pegui, gouvernance locale et attractivité territoriales des entreprises : cas de la ville Douala, mémoire de Master II en sciences économiques, Université de Yaounde II, 2012. Disponible sur <http://www.institut-numerique.org/section-ii-territoires-et-offre-de-facteurs-de-localisation-5201ed2192707>

## *Chapitre I : L'attractivité territoriale : fondement théorique et indicateurs de mesure*

---

- L'offre de biens publics

Les entreprises dans la détermination de leurs choix de localisation se tendent vers les sites permettant la possibilité d'un profit accru. Il s'agit des territoires présentant les meilleurs équipements publics, un bon réseau d'infrastructures de transport et de communication, la main-d'œuvre qualifiée et aussi la qualité de vie qu'est un critère influant dans le choix d'implantation.<sup>17</sup>

De ce fait, l'aménagement de territoire constitue l'élément déclencheur de toute installation d'activité économique tel qu'il permet d'améliorer les conditions dont lesquels s'exercent les activités économiques, comme il est un levier important pour se délivrer à la concurrence des territoires et en effet de renforcer l'attractivité de ces territoires et les rendre une destination privilégiée.

A cela, s'ajoutent les institutions et la qualité des institutions qui reste au cœur des politiques d'attractivité du fait que la croissance des revenus est directement liée à la capacité des institutions à instaurer un Etat de droit, à protéger le droit de propriété, à réduire la corruption, à réglementer de manière transparente et efficace les marchés et à assurer la stabilité politique qui est le premier déterminant des investissements.<sup>18</sup>

### **b. Le marketing territorial**

Le marketing territorial, est une discipline récente issue du monde de l'entreprise, pour devenir aujourd'hui un outil indispensable au service de l'action publique afin de mettre en valeur les atouts de leur territoire et de le rendre attractif dans un environnement marqué par une forte concurrence<sup>19</sup>.

Plusieurs auteurs ont tenté de définir la notion de marketing territorial ; nous allons présenter trois définitions de trois auteurs différents.

GOLLAIN Vincent définit le marketing territorial comme : « *l'effort de valorisation des territoires à des marchés concurrentiels pour influencer, en leur faveur, le comportement de leurs publics par une offre dont la valeur perçue est durablement supérieure à celle des concurrents. Cette activité est généralement pilotée par des agences de développement pour le compte d'autorités publiques ou d'acteurs privés* ». <sup>20</sup>.

---

<sup>17</sup>YANNICK FELIX Pegui, Op.Cit.

<sup>18</sup> CHARLES Jean, PRIGENT Lionel et THOUEMENT Hervé, Op.Cit, p15.

<sup>19</sup>GUERBOUB Djahida, dialogue Euro Méditerranéen de Management Public-MED6, Culture pour le changement, changement par la culture, Marseille, 6-7-8, p07, 2013.

<sup>20</sup> YANNICK FELIX Pegui, Op, Cit.

## ***Chapitre I : L'attractivité territoriale : fondement théorique et indicateurs de mesure***

---

HATEM Fabrice intervient pour définir cette technique moderne de l'attractivité et il écrit : « *le marketing territorial consiste à inciter des acteurs économiques extérieurs au territoire à nouer avec celui-ci des relations de coopération et d'échange de toutes natures : investissements productifs, immobilier ou financiers, mais aussi, achat de produits et de services fabriqués sur ce territoire, accueil de touristes, d'étudiants, ou de personnels qualifiés, etc.* ».<sup>21</sup>

Pour ROSEMBERG-LASORNE Muriel, le marketing territorial apparaît comme : « l'ensemble des moyens mis en œuvre pour promouvoir l'image de la ville, comme une démarche stratégique et comme le résultat de cette démarche, c'est-à-dire ce que produit le marketing : les images publicitaires, les textes promotionnels, les événements médiatisés »<sup>22</sup>.

Enfin, nous notons que l'application du marketing territorial ne se limite pas au pays mais il concerne également les différentes échelles géographiques (wilaya, commune, village...) et il se présente comme un outil d'informations pour les responsables territoriaux, afin d'attirer et de retenir le maximum d'entreprises.

### **1-7 Les différentes approches de l'attractivité**

Afin d'apporter plus de précision à la notion d'attractivité, il nous semble nécessaire d'exposer les trois types d'approches complémentaires d'attractivité que HATEM Fabrice a présentés de la manière suivante<sup>23</sup>:

#### **1-7-1 L'approche macro-économique**

Elle a pour objectif de déterminer un ensemble de critères globaux de localisation retenus par les entreprises telles que : disponibilité, qualité et coût des facteurs, marchés, infrastructures...ces facteurs permettent une comparaison entre les territoires concernés afin d'évaluer le degré de leur attractivité. Même si ces comparaisons peuvent concerner le niveau subnational (région, ville...), elles sont dans la majeure partie des cas mise en œuvre au niveau national.

#### **1-7-2 L'approche méso-économique**

Elle consiste à recenser tous les facteurs présents sur le territoire et susceptibles de lui donner une attractivité particulière pour l'activité concernée (entreprises spécialisées, centres

---

<sup>21</sup> HATEM Fabrice, Le marketing territorial : principes, méthodes et pratiques, article EMS, 2007, p16.

<sup>22</sup> YANNICK FELIX Pegui, Op, Cit.

<sup>23</sup> HATEM Fabrice, attractivité : de quoi parlons-nous ?, article, 2004, p05.

## Chapitre I : L'attractivité territoriale : fondement théorique et indicateurs de mesure

de recherche et de formation, infrastructures dédiées, offre immobilière, ressources humaines, réseaux de coopération...). Le but est de permettre la concentration sur une zone géographique donnée d'activités complémentaires ou similaires (cluster, district industriel, etc.).

Ces analyses concernent en général le niveau local (région, agglomération urbaine..), même si rien n'empêche en principe de les mener au niveau national.

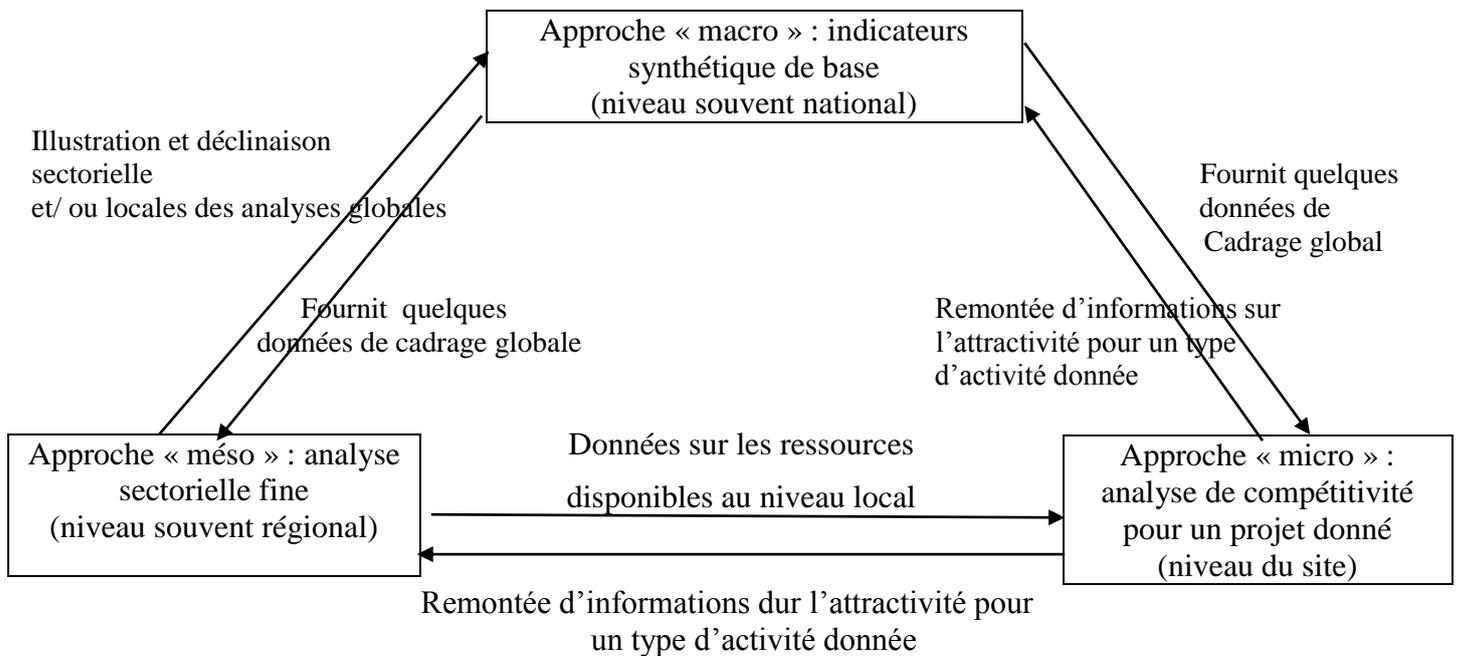
### 1-7-3 L'approche micro-économique

Elle s'intéresse à la manière dont le processus de décision de l'entreprise se déroule dans la localisation de son projet sur le territoire considéré. Elle conduit à définir l'attractivité comme la capacité à répondre à un grand nombre de projets individuels d'investissement par une offre territoriale (site, main-d'œuvre, infrastructures, etc.) suffisamment compétitive aux spécifications exigées par les entreprises visant à reconstituer la logique de choix de l'investisseur entre plusieurs sites concurrents pour un projet donné.

Les sites sont alors classés selon le degré de rentabilité qu'ils peuvent offrir pour la même entreprise ou le même projet.

Figure n°01 :

#### Complémentarités entre trois approches de l'attractivité



Source : élaboré à partir de HATEM Fabrice, 2004.

## *Chapitre I : L'attractivité territoriale : fondement théorique et indicateurs de mesure*

Nous remarquons, à travers le schéma ci-dessus que les trois approches qui viennent d'être présentées doivent être utilisées de manière complémentaire pour évaluer l'attractivité territoriale dans ses différentes dimensions.

### **1-8 Les indicateurs de mesure de l'attractivité**

Nous avons défini l'attractivité d'un territoire comme étant sa capacité à attirer des investissements et à retenir ceux déjà existants. Cependant, comment peut-on mesurer l'attractivité et sur quelle base peut-on dire qu'un territoire est attractif ou qu'il est plus attractif qu'un autre?

Pour répondre à ces questions, des institutions régionales, internationales et des bureaux d'études ont établi plusieurs indicateurs de mesure de l'attractivité, permettant ainsi de classer les territoires selon leur degré d'attractivité des entreprises.

Nous citerons dans le tableau ci-dessous, quelques indicateurs de mesure présentés par HATEM Fabrice<sup>24</sup>.

Tableau n°01 : Les indicateurs de mesure de l'attractivité

Indicateurs	Méthodes
AT Kearney « Confidence Index, 2003 »	Résultats d'une enquête d'opinion auprès des décideurs privés sur l'image du pays concerné.
ONU « Human Development Index, 2003 »	Indice composite basé sur quelques indicateurs concernant la santé, l'éducation et le revenu par tête.
Heritage Foundation Economic Freedom Index, 2003)	Indice composite basé sur quelques dizaines d'indicateurs mesurant l'intervention de l'État dans l'économie (fiscalité, dépenses publiques, interventions réglementaires, etc.)
World Economic Forum Growth Competitiveness Index, 2003)	Indice composite basé sur quelques dizaines d'indicateurs mesurant les facteurs globaux de croissance (environnement macroéconomique, politique, technologique).
Banque Mondiale « Doing Business Data Base »	Mesure des conditions de l'environnement réglementaire des affaires à partir d'une centaine d'indicateurs concernant le cadre juridique contractuel, la création d'entreprise, l'accès au crédit, la cessation d'activité, l'environnement juridico-administratif.

Source : établi à partir de HATEM, 2004.

<sup>24</sup> HATEM Fabrice, attractivité : de quoi parlons-nous ?, article, 2004, p15.

## ***Chapitre I : L'attractivité territoriale : fondement théorique et indicateurs de mesure***

---

Les indicateurs suscités permettent de classer et d'appréhender le degré d'attractivité des territoires. A présent, il ya lieu d'analyser la structuration des territoires en matière d'offre de facteurs de localisation. Ceci constitue l'objectif du titre suivant.

### **1-9 Les facteurs déterminants de l'attractivité**

L'attractivité d'un territoire se construit à la fois sur la composante géographique (ressources naturelles, climat, voies de communication...), organique (services publics, services privés...), économique et infrastructurelle (infrastructure de transport, entreprises spécialisées...).

Par cette définition « *l'attractivité est la capacité pour un territoire d'offrir aux investisseurs des conditions d'accueil suffisamment intéressantes pour les inciter à y localiser leurs projets de préférence à un autre territoire* »<sup>25</sup>, nous retiendrons que l'attractivité permet à un territoire de bénéficier des avantages spécifiques de localisation.

HATTAB-CHRISTMANN Malika et MEZOUAGHI Mihoub présentent les variables les plus significatives dans le choix de localisation comme suit<sup>26</sup>:

#### **1-9-1 Environnement politique**

La contrainte politique est inéluctablement parmi les facteurs qui peuvent restreindre l'activité des entreprises. En revanche, sa stabilité est une capacité qui favorise la localisation des activités économiques.

#### **1-9-2 Stabilité macroéconomique**

Le macroéconomique regroupe les facteurs sociaux, économiques, environnementaux et démographiques qui influencent la situation de l'entreprise sur son marché.

L'existence d'un ensemble de conditions économiques et financières saines pour assurer la pérennité de l'activité, système bancaire et financier efficace pour assurer le financement, taux de change favorable aux exportations.

#### **1-9-3 Bassin d'emploi**

La productivité et la qualité de la main-d'œuvre restent un facteur de compétitivité pour les entreprises. Celle-ci est favorisée par l'attachement des salariés au travail bien fait, à leur métier, à leur entreprise et à leur région<sup>27</sup>. Réduction du coût salarial, le développement

---

<sup>25</sup> HATEM Fabrice, attractivité : de quoi parlons-nous ?, article, 2004, p01.

<sup>26</sup> MEZOUAGHI Mihoub, Op. Cit, p49.

<sup>27</sup> ABBACI Samira, Op. Cit, p57.

## ***Chapitre I : L'attractivité territoriale : fondement théorique et indicateurs de mesure***

---

professionnel et une offre d'emploi plus variée sont aussi des facteurs déterminants le choix de localisation des entreprises et de population.

### **1-9-4 Le nombre de services disponibles**

Les services, notamment urbains sont des activités qui jouent un rôle prédominant dans le développement économique. La présence de ces services publics et privés qui incluent différents domaines (la santé, la culture, les loisirs, les commerces et les finances) permet d'assurer l'attractivité de la ville.

### **1-9-5 La présence des infrastructures de transports et de télécommunications**

L'accessibilité des infrastructures permet de participer à l'amélioration de l'attractivité d'une ville et donc à favoriser une meilleure capacité à attirer voire même à maintenir les populations sur place.

La dotation des territoires en infrastructures de transports et de télécommunications est l'un des facteurs essentiels de l'attractivité<sup>28</sup>.

### **1-9-6 Climat des affaires**

Le climat des affaires peut être compris comme étant l'ensemble des facteurs politiques, juridiques, économiques, sociaux et même culturels qui poussent un investisseur à décider d'installer dans un milieu ou dans un pays donné pour faire ses affaires<sup>29</sup>.

Ces facteurs sont multiples, qu'il s'agisse des incitations fiscales, la disponibilité de ressources naturelles, facilités de création d'entreprises, potentielles d'innovation technologique (recherche, université) disponibilité de compétences spécifiques.

Cependant, les avantages spécifiques de localisation dans la ville renvoient surtout à la qualité de vie, aux réseaux d'accessibilité, à la qualité de l'environnement naturel, au prix de l'immobilier et principalement à l'activité tertiaire, cette dernière constituera l'objet de la section suivante.

---

<sup>28</sup> ABBACI Samira, Op. Cit, p57.

<sup>29</sup>Idem.

## **Section 2 : Le rôle des activités tertiaires dans le renforcement de l'attractivité**

L'activité tertiaire est un facteur déterminant pour un territoire, au même titre que la qualité de vie et la disponibilité des infrastructures. Elle permet de créer un dynamisme économique sur le territoire et elle constitue de nos jours, un paramètre important à prendre en considération dans le cadre d'une démarche visant à renforcer l'attractivité d'un territoire donné.

Ainsi, dans cette présente section, nous donnerons la définition d'un service, les types de services et leur importance dans le développement de la ville.

### **2-1 Définition d'un service**

Le service de territoire est plus complexe à définir, car il est immatériel. Il s'agit de services publics ou privés, marchands ou non marchands. Autrement dit, le tertiaire regroupe les activités de commerce (échange de marchandises), de transports et de services (échange de biens non matériels, comme le savoir).

On appelle service, « *une activité ou prestation soumise à l'échange essentiellement intangible qui ne donne lieu à aucun transfert de propriété.*<sup>30</sup> ».

### **2-2 Typologie des services**

Les services sont généralement classés en plusieurs catégories qui sont :

#### **2-2-1 Service marchand et service non marchand**

##### **a. les services marchands**

Ils sont des services payants, généralement produits par les entreprises privées. Ils sont facilement procurables sur le marché<sup>31</sup>, comme par exemple: professions libérales (avocat, médecin), coiffeur pour particuliers, spectacles, tourisme, assurances, banques, gestion, conseil, transport et télécommunication.

##### **b. les services non marchands**

Ils sont gratuits ou quasi gratuits, ils sont fournis généralement par l'État ou les collectivités locales dans le but non lucratif<sup>32</sup> tel que (Education nationale et l'Université, défense nationale, santé publique...).

---

<sup>30</sup>WALID BEN CHEIKH AHMED, les services, les produits et les attraits touristiques, article, 2007, p01.

<sup>31</sup> [https://fr.wikipedia.org/wiki/Biens\\_et\\_services\\_marchands](https://fr.wikipedia.org/wiki/Biens_et_services_marchands).

<sup>32</sup>[https://fr.wikipedia.org/wiki/Biens\\_et\\_services\\_marchands#Distinction\\_services\\_marchands\\_.2F\\_services\\_non\\_marchands](https://fr.wikipedia.org/wiki/Biens_et_services_marchands#Distinction_services_marchands_.2F_services_non_marchands)

## **2-2-2 Service public et service privé**

### **a. Les services publics**

Ensemble des activités, dites régaliennes, dont la réalisation est prise en charge directement ou indirectement par les autorités publiques (gouvernement, Wilaya, Daïra, APC). Ils sont définis comme : « *toute activité considérée comme d'intérêt général et, à ce titre, prise en charge par les autorités publiques, directement ou indirectement, selon un certain régime.* »<sup>33</sup>.

Les services publics sont caractérisés par certains éléments tels que : égalité du traitement des usagers, continuité et adaptation du service, transparence et facilité d'accessibilité.

Le secteur public comprend : les administrations publiques, les institutions publiques (sécurité sociale, trésor public...), les entreprises publiques.

### **b. Les services privés**

Toute autre activité de service qui ne relève pas de l'exception définie par la catégorie précédente doit être considérée comme une activité de nature privée. Il correspond généralement aux services réalisés par les entreprises privées n'appartenant pas à l'Etat et étant géré par des particuliers et dont la raison d'être est le profit<sup>34</sup>.

Le secteur privé est principalement constitué: des entreprises, des organisations non gouvernementales, des banques et fonds d'investissements à capitaux privés.

## **2-3 La place des activités de service dans les villes**

L'essor des activités de service a été considérable, elles affectent de manière croissante notre vie quotidienne, en permettant d'offrir des prestations de plus en plus variées aux ménages et aux entreprises. Les services sont présents partout mais particulièrement nombreux et variés dans les grandes agglomérations.

Le poids des activités de service s'est largement accru dans la population active mais aussi dans la croissance économique des pays développés. De nouvelles entreprises apparaissent pour satisfaire les besoins des ménages et répondre à la demande des autres entreprises tandis que l'État et les collectivités locales interviennent, sous de multiples

---

<sup>33</sup><http://www.esc-alger.dz/contribution%20ensgnt/hemissi/SUPPORT-DE-COURS-DOMAINES-DE-LA-SPHERE-PUBLIQUE.pdf>

<sup>34</sup>[https://fr.wikipedia.org/wiki/Secteur\\_priv%C3%A9](https://fr.wikipedia.org/wiki/Secteur_priv%C3%A9)

## ***Chapitre I : L'attractivité territoriale : fondement théorique et indicateurs de mesure***

---

formes, pour répartir de nombreux services sociaux<sup>35</sup>. Aussi, l'intervention de l'Etat permet d'offrir des services de qualité et d'accéder au service de base telle l'éducation ou la santé, à un moindre coût.

La complémentarité entre le secteur privé et le secteur public est essentielle pour la croissance et la création de richesses dans une ville. Elle permet de créer des emplois dans plusieurs secteurs d'activité et contribue au développement social et technologique ainsi qu'à l'innovation.

### **2-4 L'aménagement urbain pour renforcer le développement des services**

Afin d'assurer leur bon fonctionnement, les activités de service ont besoin d'un environnement favorable tel que : disponibilité des infrastructures, notamment de transport et de communication, qualité de vie, sécurité, accès à une main-d'œuvre qualifiée, accès à l'information et développement de nouvelles technologies...

Dans ce même contexte PHILIPPE Jean et YVES LEO Pierre notent : *« Contrairement à une idée reçue, les activités de service ne peuvent se localiser n'importe où. Comme toutes les activités productives, elles connaissent des contraintes de production et de fonctionnement et elles sont soumises à la pression d'un univers concurrentiel. Leur site d'implantation doit donc être choisi de manière à leur permettre la meilleure efficacité. »*<sup>36</sup>.

Par cette définition, nous remarquons, que les villes peuvent favoriser la localisation de ces activités en offrant des infrastructures humaines (formation) et matérielles (transports et télécommunications), voire immatérielles (image) de qualité.

Ainsi, le succès des activités de service dépend des facteurs d'attractivité mais principalement de l'aménagement urbain qui permet la mise en valeur de l'environnement et le développement de la ville à travers l'ensemble d'actions menées par les acteurs publics. En cela, les mêmes auteurs ajoutent: *« l'aménagement urbain doit être considéré comme une fonction opérationnelle dans la mesure où il permet un fonctionnement efficace pour les services : des équipements satisfaisants, des accès faciles, une circulation fluide, une bonne image de marque de la ville ou du quartier. L'aménagement des villes doit aussi offrir aux entreprises des repères géographiques »*<sup>37</sup>.

---

<sup>35</sup> PHILIPPE Jean et YVES LEO Pierre, activités de services et métropoles : constats et interrogations, Revue canadienne des sciences régionales, 1999, p01.

<sup>36</sup>Idem, p10.

<sup>37</sup>Idem.

## *Chapitre I : L'attractivité territoriale : fondement théorique et indicateurs de mesure*

---

L'aménagement urbain revêt donc une importance primordiale car les lieux proposés aux entreprises doivent réunir des concentrations efficaces d'activités, mais aussi être très accessible, tant de l'intérieur de l'agglomération que de l'extérieur et offrir une image correspondant à celle que les entreprises veulent donner d'elle-même.

En outre, les services publics et privés participent au développement de la ville et contribuent plus généralement à la structuration des dynamiques territoriales. Ils permettent également de satisfaire les besoins des ménages à travers leur intervention dans différents domaines (santé, éducation, sécurité...). Cependant, pour la résolution des problèmes d'organisation spatiale et de gestion urbaine, les responsables urbains sont amenés à définir des stratégies de développement qui doivent tenir compte des spécificités de ces nouvelles activités tel que : l'urbanisme commercial qui constituera l'objet de la section suivante.

### **Section 3 : L'urbanisme commercial**

Au cours du temps, la demande des consommateurs s'est modifiée. De nouvelles formes de commerce sont apparues ce qui a provoqué une prolifération anarchique qui a eu un impact négatif sur la structure urbaine de la ville.

Face à ces défis de développement économique et commercial : les phénomènes d'étalement commercial et urbain, déstructuration du commerce de proximité au profit du commerce de masse, la dégradation des espaces construits et naturels et sur la qualité de l'environnement<sup>38</sup>. De nouvelles lois sont apparues, un ensemble de mesures administratives, techniques, économiques et sociales ont été prises par les responsables urbains donnant naissance à l'urbanisme commercial. Ce dernier ayant pour objectif d'harmoniser le développement des ensembles commerciaux, à la fois au centre des villes et à leurs périphéries.

#### **3-1 Définition de l'urbanisme commercial**

L'urbanisme commercial peut être défini : « *comme l'ensemble des techniques et méthodes mises en œuvre pour adapter la structure commerciale à la structure urbaine en veillant à dynamiser l'activité commerciale locale, à assurer la vitalité des centres-villes et cœurs de villages et à maintenir un maillage de proximité. Il doit encourager une concentration des activités qui favorisent une rationalisation des infrastructures publiques existantes et limite l'étalement urbain.* »<sup>39</sup>.

Dans le même sens « *L'urbanisme commercial est l'ensemble des mesures qui visent à permettre un développement des activités commerciales à la fois harmonieux, efficace et cohérent avec les autres mesures dans l'urbanisme* »<sup>40</sup>.

A travers ces définitions, nous retiendrons que l'urbanisme commercial vise à répartir au mieux les équipements commerciaux urbains tout en limitant éventuellement les éventuelles nuisances associées à ces équipements (pollution visuelle, concurrence envers le petit commerce, circulation, etc).

#### **3-2 Les objectifs de l'urbanisme commercial**

- Identifier les outils efficaces pour recentrer l'activité commerciale, et favoriser et encourager une activité équilibrée, moteur d'un développement durable<sup>41</sup> ;

---

<sup>38</sup>Fondation Rues principales, l'urbanisme commercial dans le contexte du développement durable, article, 2007, p06.

<sup>39</sup> Idem, p07.

<sup>40</sup> [https://fr.wikipedia.org/wiki/Urbanisme\\_commercial](https://fr.wikipedia.org/wiki/Urbanisme_commercial)

- Inscrire le développement commercial dans une optique de durabilité et d'amélioration de la qualité de vie ;
- La mise en œuvre d'actions qui favorisent une activité commerciale dynamique et profitable aux diverses agglomérations ;
- La création de grandes surfaces, de zones et centres commerciaux et de zones piétonnes ;
- Créer des quartiers attrayants où il est agréable de se promener.

### **3-3 Les acteurs de l'urbanisme commercial**

L'urbanisme commercial est une préoccupation importante des pouvoirs publics, car le commerce est un facteur essentiel pour le développement équilibré des villes. L'État peut intervenir à travers des lois, des aides, des subventions. Les administrations publiques sont chargées de la mise en œuvre des différentes mesures prises.

D'autres acteurs (entités régionales, communes, entreprises privées...) soutiennent l'activité commerciale par différentes actions et démarches. Nous présenterons là-dessous leur rôle dans la contribution dans le développement commercial<sup>42</sup>:

- L'Etat et les administrations publiques: ils établissent les lois, les autorisations, les règlements, les mesures d'aide aux entreprises, etc ;
- Les collectivités locales (communes, régions) : elles définissent les plans de circulation et de stationnement, les possibilités d'implantation ;
- Les commerçants (indépendants ou regroupés) : ils contribuent par leurs choix et leurs actions à dynamiser le commerce de centre-ville ou de périphérie tout en respectant l'environnement naturel ;
- Les promoteurs immobiliers: Ils conçoivent et financent des projets commerciaux ;
- Les grandes entreprises de la distribution (associée ou intégrée) : l'implantation de ces commerces modifie le paysage commercial (et par conséquent urbain) d'une commune et d'une région.

Ainsi, l'ensemble de ces acteurs ont entrepris des actions pour rééquilibrer les fonctions commerciales sur leur territoire. Ces interventions sont également motivées par une volonté de limiter les impacts négatifs des grands développements commerciaux sur l'environnement, l'utilisation des infrastructures ou encore le tissu social.

---

<sup>41</sup>Fondation Rues principales, Op, Cit, p11.

<sup>42</sup><http://lpstpierre.pagesperso-orange.fr/mercatique/urbanisme%20commercial.doc>

### **3-4 Les domaines d'intervention de l'urbanisme commercial**

Nous citerons quelques actions peuvent être entreprises dans le cadre de l'urbanisme commercial pour aider à renforcer l'attractivité d'un territoire.

#### **3-4-1 L'équilibre des fonctions commerciales**

Réguler l'équilibre entre les fonctions commerciales sur le territoire. La diversité des activités commerciales permettant de répondre aux besoins de la population et de satisfaire la demande locale.

Ces interventions sont également incitées pour limiter les impacts négatifs des grands développements commerciaux sur l'environnement<sup>43</sup>.

#### **3-4-2 L'aménagement d'établissements commerciaux**

L'apparence physique des commerces est essentielle au renforcement de l'attractivité d'un milieu. Par exemple inciter les commerçants pour l'aménagement de vitrines de qualité permet de créer un lieu de magasinage agréable et attractif<sup>44</sup>.

La cohérence de la trame urbaine, ainsi que la qualité architecturale et paysagère sont des composantes importantes de l'image que projette un commerce.

#### **3-4-3 L'accessibilité des rues commerciales**

La dotation d'une infrastructure de transport permet une connexion efficace avec l'ensemble du tissu urbain. Cette accessibilité comprend la facilité de se rendre dans les rues et les espaces commerciaux, grâce aux différents modes de transport, à une signalisation claire, à la mise en place d'une gestion efficace du stationnement<sup>45</sup>.

#### **3-4-4 La participation de l'activité commerciale aux efforts environnementaux**

L'activité commerciale a aussi sa part de responsabilité dans la dégradation de l'environnement, que ce soit par l'étalement urbain et l'urbanisation de zones agricoles qu'entraînent les développements commerciaux actuels, ou encore l'utilisation massive d'emballages et les déchets que cette activité génère.

Pour limiter ces dégâts, plusieurs actions peuvent être menées telles que : intégrer les différents enjeux environnementaux locaux dans la planification stratégique du

---

<sup>43</sup>Fondation Rues principales, Op, Cit, p13.

<sup>44</sup>Idem, p12.

<sup>45</sup> Idem, p26.

développement commercial, offrir les services nécessaires pour soutenir et encourager les entreprises dans la protection de l'environnement...

### **3-5 Cadre juridique en Algérie**

Différentes lois ont été promulguées afin d'encadrer et de règlementer la création et l'implantation des différents types de commerce en Algérie.

Nous présenterons là-dessous quelques articles de décret exécutif n° 12-111 du 13 Rabie Ethani 1433correspondants au 6 mars 2012 fixant les conditions et les modalités d'implantation et d'organisation des espaces commerciaux et d'exercice de certaines activités commerciales<sup>46</sup>.

Article 1er : En application des dispositions des articles 26, 27 et 28 de la loi n° 04-08 du 27 Joumada Ethania 1425 correspondants au 14 août 2004, susvisés, le présent décret a pour objet de fixer les conditions et les modalités d'implantation et d'organisation des espaces commerciaux et d'exercice de certaines activités commerciales.

Article.2 : Au sens des dispositions du présent décret, il est entendu par espace commercial tout enceint ou établissement, bâti ou non bâti, aménagé et délimité à l'intérieur duquel s'opèrent des transactions commerciales aux stades de gros ou de détail.

Article.3 : Les espaces commerciaux définis à l'article 2 ci-dessus, sont :

1/ Les marchés :

- de gros des fruits et légumes ;
- de gros des produits de la pêche dits « halles à marées » ;
- de gros des produits agroalimentaires ;
- de gros des produits industriels ;
- couverts et de proximité de détail de fruits et légumes, de viandes et de poissons et crustacés frais et congelés ;
- couverts et de proximité de détail des produits agroalimentaires ;
- couverts et de proximité de détail des produits manufacturés ;
- hebdomadaires ou bihebdomadaires des fruits et légumes, de produits alimentaires de large consommation et des produits manufacturés ;
- hebdomadaires à bestiaux ;
- hebdomadaires de véhicules d'occasion.

---

<sup>46</sup>Journal Officiel de la République Algérienne n° 15. Disponible sur <http://www.mincommerce.gov.dz/fichiers12/textereg/dec12111fr.pdf>

## *Chapitre I : L'attractivité territoriale : fondement théorique et indicateurs de mesure*

---

2/ Les petites surfaces de type supérette :

3/ Les grandes surfaces de types supermarchés et hypermarchés.

4/ Les centres commerciaux.

Article.5 : L'implantation des espaces commerciaux visés ci-dessus doit obéir aux dispositions législatives et réglementaires relatives à la protection de la santé, à la sécurité des consommateurs, à la protection de l'environnement et à la préservation des sites historiques.

Article. 10 : La réalisation d'un espace commercial et des locaux commerciaux annexes obéit, le cas échéant, aux plans d'architecture et d'aménagement définis par les services habilités de la wilaya par référence à des normes préalablement arrêtées en fonction de la vocation de l'espace commercial, de la nature de l'activité à exercer et des spécificités locales.

Article. 12 : Tout espace commercial, tel que défini à l'article 3 ci-dessus, doit disposer, à son entrée, d'un panneau à l'intention des usagers sur lequel sont indiqués le plan détaillé des infrastructures et des équipements qui le composent ainsi que les voies réservées à la circulation.

Article. 19 : L'exercice de toute activité commerciale au stade de gros, à la périphérie du marché de gros et au niveau des travées, est interdit et sanctionné conformément à la législation en vigueur.

Les usagers du marché de gros sont tenus d'assurer, à l'intérieur des locaux, carreaux et espaces qu'ils exploitent, l'hygiène nécessaire et indispensable à l'exercice de leur activité en particulier et au bon fonctionnement du marché en général.

Article. 40 : Au sens des dispositions du présent décret, il est entendu par grande surface : tout magasin de commerce de détail spécialisé ou non spécialisé dans ses activités de vente de tous produits et exploité en libre service.

La grande surface définie ci-dessus comprend deux (2) types de magasins de vente :

- le supermarché ;
- l'hypermarché.

Article. 43 : Le supermarché cité à l'article 40 ci-dessus doit disposer :

- d'une surface de vente supérieure à cinq cents (500) mètres carrés et inférieure à deux mille cinq cents (2500) mètres carrés, cumulables en hauteur ;
- d'aires de stationnement pour les véhicules appropriées, attenantes ou à leur proximité, d'une capacité minimale de cent (100) véhicules.

## *Chapitre I : L'attractivité territoriale : fondement théorique et indicateurs de mesure*

---

Article. 44 : La petite surface de type supérette citée à l'article 3 ci-dessus doit disposer d'une surface de vente comprise entre cent vingt (120) et cinq cents (500) mètres carrés, cumulables en hauteur.

Article. 45 : L'hypermarché cité à l'article 40 ci-dessus, doit disposer :

- D'une surface de vente supérieure à deux mille cinq cents (2500) mètres carrés ;
- D'aires de stationnement pour les véhicules appropriées, attenantes ou à leur proximité, d'une capacité minimale de mille (1.000) véhicules ;
- des aménagements nécessaires à la circulation et à l'accès des personnes et des véhicules ;
- d'aires de jeux surveillées pour les enfants.

Article. 46 : L'implantation des grandes surfaces de type hypermarchés est autorisée uniquement en dehors des zones urbaines, conformément aux instruments d'urbanisme.

### **3-6 Existe-t-il un plan d'urbanisme commercial à Tizi-Ouzou ? S'il existe, est-il respecté ?**

A notre connaissance, la réponse est dans une certaine mesure négative.

a) A l'échelle macro-urbaine : ce plan théorique est partiellement appliqué. Exemples :<sup>47</sup>

- Le souk traditionnel a été délocalisé à Tademaït et Tala-Athmane ;
- Le commerce de gros et demi-gros de produit agroalimentaire est délocalisé au boulevard Anar Amellal (route de tassadort) ;
- L'abattoir de Tizi-Ouzou a été délocalisé à DBK ;
- Les gares routières (services des transports) sont implantées aux portes de la ville;
- Les concessionnaires de voitures sont localisés à la périphérie de la ville ;
- Les matériaux de construction sont délocalisés à la périphérie de Tizi-Ouzou ;
- Certains boulevards se sont spécialisés : intrants de la confection (boulevard Ali Khodja), les banques (boulevard Stiti), électroménager (boulevard des Frères Belhadj), etc.

b) A l'échelle micro-urbaine (rues, boulevards, quartiers,...) : le plan d'urbanisme commercial est inexistant, partout le commerce est polyvalent.

---

<sup>47</sup>DAHMANI Mohamed, séminaire « Connaissances des territoires », faculté des sciences économiques, UMMTO, 2015.

## **Conclusion**

L'attraction sur les investisseurs est la capacité d'un territoire à leur offrir des conditions d'implantation de leurs activités, les incitant à se localiser sur ce territoire. La disponibilité des services notamment publics est l'une de ces conditions qui jouent un rôle fondamental dans l'amélioration et le renforcement de l'attractivité. Ils peuvent, sur la base des économies d'échelle, constituer un catalyseur du développement urbain.

En outre, le respect des règles de l'urbanisme commercial permet à un espace de consommation, un grand pouvoir d'attraction, qui peut créer une nouvelle centralité dans la ville en proposant un nouveau lieu de convivialité.

Enfin, nous pouvons dire que l'attractivité d'une ville dépend donc de sa capacité à coupler deux dimensions : les opportunités économiques d'une part, le cadre de vie d'autre part.

## **Chapitre II**

# ***Comprendre le développement local : concepts et politiques publiques***

## Chapitre II Comprendre le développement local : concepts et politiques publiques

---

### Introduction

Ce chapitre a pour objet de donner un soubassement théorique à notre objet de recherche, de guider notre approche méthodologique et d'éclairer notre pensée.

Le concept de développement local a suscité l'objet de nombreux discours, débats et conférences, particulièrement ces dernières années. Aujourd'hui ce concept est omniprésent, il est également multiforme. Critiqué à cause notamment de sa nature floue et variable, du fait qu'il existe plusieurs définitions de par la diversité d'auteurs et de leur champ disciplinaire.

Le concept de développement local ne fait pas l'unanimité. Mais quoi qu'il en soit, il se répand progressivement, faisant l'objet d'une certaine appropriation par les gouvernements, les municipalités, les entreprises, les institutions, les organisations de toutes sortes.

La multi-dimensionnalité qui est une référence forte du développement local en fait aujourd'hui un concept riche et complexe qu'il convient de cerner.

En effet, ce chapitre présente les différentes contributions conceptuelles se rapportant à la notion de développement local. Il vise à donner un aperçu historique de son apparition et son évolution. L'objectif étant de s'interroger sur les fondements et les caractéristiques de développement local, ainsi les initiatives menées par les responsables politiques locaux dans le but d'inscrire plusieurs projets dans une politique plus large de développement de l'ensemble des territoires.

Ce chapitre est divisé en trois sections :

- Section 1 : Généralités sur la notion du développement local
- Section 2 : Le rôle des acteurs locaux et mode de financement du développement local
- Section 3 : L'attractivité un levier du développement local

## Chapitre II Comprendre le développement local : concepts et politiques publiques

---

### Section1 : Généralités sur le développement local

Cette section porte sur la notion de développement local. Nous passons en revue l'origine et l'émergence du concept, les définitions, les caractéristiques et les objectifs du développement local.

#### 1-1 Origine et émergence du développement local

L'apparition du développement local est due à certains dysfonctionnements dans les démarches de développement antérieurs, il apparaît comme une alternative à l'échec du système fordiste qui avait remis en cause le modèle de la grande entreprise.

Le développement local est d'origine récente en France, où il a dû effectuer un laborieux parcours pour se faire reconnaître. Le concept même de développement local apparaît en 1975 dans les débats sociaux, en 1982 dans les propositions et mesures ministérielles, avant de trouver sa place dans les politiques territoriales en 1995 et en 1999. Mais sa réalité est plus ancienne et plus riche que ces documents officiels<sup>1</sup>.

Selon GREFFE Xavier, les racines de ce concept remontent aux mouvements communaux et régionaux d'avant-guerre. Il note ensuite que cette idée « *perdit beaucoup de son impact lorsqu'au lendemain de la dernière guerre, on identifia le progrès économique de la Nation au seul développement de logiques sectorielles qui, formulées d'en haut, devaient entraîner toute l'économie sur le chemin de la croissance* »<sup>2</sup>.

Pour JOLLIVET Marcel, le développement local est né suite au mouvement du développement régional qui a explosé dans les années 60. « *Ce mouvement s'est exprimé à travers la création de très nombreux «comités d'expansion» ou «d'étude et d'action» qui s'identifiaient à un espace précis et qui se donnaient comme objectif d'impulser et de coordonner les initiatives par la concertation entre tous les partenaires concernés par la vie économique et sociale locale. Ce sont même ces comités qui ont été à l'origine des « Comités d'expansion économiques régionaux» institués par le gouvernement Mendès-France. Ce sont là les premiers embryons de l'institution régionale. Tous ces comités ont préfiguré d'une certaine*

---

<sup>1</sup> HOUÉE Paul, le développement local au défi de la mondialisation, édition l'Harmattan, 2001, p111.

<sup>2</sup> BOUTIN-KUHLMANN Raphaël, qu'est-ce que le développement local?, p04. Article disponible sur : [http://www.devab.org/moodle/pluginfile.php/163/mod\\_resource/content/1/ABILE\\_Synth%C3%A8se\\_developpement\\_local.pdf](http://www.devab.org/moodle/pluginfile.php/163/mod_resource/content/1/ABILE_Synth%C3%A8se_developpement_local.pdf)

## Chapitre II Comprendre le développement local : concepts et politiques publiques

---

*manière le mouvement des « comités de pays », qui débute dans les années 50. Ils se sont même fédérés pour donner naissance au Conseil National des Économies Régionales en 1960 »<sup>3</sup>.*

Mais le tournant majeur dans l'émergence du développement local restera la crise économique des années 1970 qui mettra fin aux Trente glorieuses et qui a aggravé la situation sociale et économique des pays. Pour Xavier Greffe, l'idée de développement local réapparaît logiquement « *dès lors que la crise montrait le risque qu'il y avait à faire dépendre toute notre stratégie économique de transformations imprévisibles sur le marché mondial* »<sup>4</sup>.

### 1-1-1 Aperçu sur le développement local en Algérie

Depuis l'indépendance, l'Algérie ne cesse d'essayer d'amorcer son développement. Des différentes politiques sont adoptées à travers des différents programmes tels que les Programmes Spéciaux à partir de 1966 et les Programmes d'Équipement Local des Communes à partir de 1970<sup>5</sup>, ces politiques servent à substitué à une politique d'aménagement du territoire et de réduction des déséquilibres régionaux. Ce qui est notable ici est que la politique de l'État central s'inscrivait dans une perspective régionale plutôt que locale. Les citoyens et les entreprises, n'avaient aucun pouvoir d'initier des projets de développement, ces actions étaient décidées uniquement par l'État central.

A partir de 1974, une nouvelle orientation vers le développement local, à travers la décentralisation et la promotion des responsabilités des collectivités locales auxquelles sont accordées la gestion et la réalisation du plan communal financé par l'État central. Ce plan comporte les Plans Communaux de Développement (PCD) et les Programmes d'Industries Locales (PIL) destinés à la commune et à la wilaya<sup>6</sup>.

Ce n'est qu'à partir des années 80, que le développement local a émergé, dans un contexte de crise économique mondiale qui a touché le système économique algérien, et qui a remis en cause le rôle de l'État sur le plan économique et politique. Cette période est caractérisée par la promulgation des nouveaux codes de la wilaya et de la commune qui leur permet de se substituer à l'État dans de multiples décisions.

Une fois que les principales variables macroéconomiques ont été stabilisées en l'an 2000, un Plan de Soutien à la Relance Économique (PSRE) a été lancé dont l'objectif consiste

---

<sup>3</sup>BOUTIN-KUHLMANN Raphaël, Op. Cit, p04.

<sup>4</sup> Idem, p05.

<sup>5</sup>SOLTANE Khaled, l'investissement local et dynamique des territoires cas de Constantine, mémoire de post-graduation, université Mentouri Constantine, 2007, p06.

<sup>6</sup> Idem.

## Chapitre II Comprendre le développement local : concepts et politiques publiques

---

à créer et à promouvoir un tissu de PME et de PMI<sup>7</sup>, et à travers ce programme, l'Etat a concrétisé son inscription dans la dynamique de développement local. Une action renforcée par le lancement du Programme Complémentaire de Soutien à la croissance en 2005<sup>8</sup>.

Toutefois, il est à noter que malgré les efforts fournis dans le cadre des différents programmes de développement, la politique de développement local reste difficile à mettre en œuvre efficacement et les résultats au niveau local se font lents à ressentir.

### 1-2 Définition du développement local

Avant de définir la notion de développement local, nous jugeons utile de présenter en premier lieu les deux concepts qui la composent à savoir : le développement et le local.

#### 1-2-1 Le développement

Le terme développement fait l'objet d'une littérature abondante des différentes sciences et il ne doit pas être confondu avec le terme croissance.

PERROUX François définit le développement comme : « *le développement est la combinaison des changements mentaux et sociaux qui rendent la nation apte à faire croître, cumulativement et durablement son produit réel global* »<sup>9</sup>. Ainsi, le développement peut être perçu comme l'amélioration de mode de vie de la population par la satisfaction de leurs besoins fondamentaux.

#### 1-2-2 Le local

Le terme local assemblé à celui de développement est lourd de signification, il repose sur la notion de territoire, et représente trois réalités comme le signale GONTCHOROFF George<sup>10</sup> :

- Il est homogène, c'est une sorte de niche écologique à l'intérieur de laquelle les hommes se sentent chez eux, prêt à se battre pour leur avenir individuel et collectif ;
- C'est un lieu, héritier d'une histoire plus en moins longue, investi des bénéfices de la proximité ;

---

<sup>7</sup>SOLTANE Khaled, Op. Cit, p09.

<sup>8</sup> Idem.

<sup>9</sup> CONTE Bernard, le concept de développement. Article disponible sur : [http://conte.u-bordeaux4.fr/Enseig/Lic-ecod/docs\\_pdf/LeConceptDeDeveloppement.pdf](http://conte.u-bordeaux4.fr/Enseig/Lic-ecod/docs_pdf/LeConceptDeDeveloppement.pdf)

<sup>10</sup>JOYAL André, le développement local : comment stimuler l'économie des régions en difficulté, édition UQRS, 2002, p42.

## Chapitre II Comprendre le développement local : concepts et politiques publiques

---

- Chacun connaît chacun pour le meilleur (solidarité) et pour le pire (conflit de voisinage) ;
- Enfin le local représente l'espace des élus locaux dont la consécration est assurée par l'Etat.

### 1-2-3 Définition du développement local

Le développement local peut être vu, comme une démarche menée par les acteurs locaux à l'échelle d'un territoire donné, visant l'amélioration du mode de vie et la satisfaction des besoins de la population par le façonnement de leur propre environnement, la valorisation des potentiels locaux et la mobilisation des ressources matérielles et immatérielles.

L'Etat a également un rôle majeur dans le processus de développement local. Il est un acteur clé dans le sens où il a une volonté sans failles de créer des avantages publics nécessaires par l'utilisation des procédures d'aménagement urbain et de développement, d'attribuer des aides et donner des conseils aux acteurs locaux, enfin, encourager par les différents moyens l'ensemble des individus de se développer et développer leur communauté<sup>11</sup>.

Ainsi, nous remarquons que le développement local est la recherche d'un équilibre local, par la mobilisation des acteurs publics et privés qui visent à assurer les besoins essentiels ; c'est-à-dire une certaine auto-suffisance qui s'appuie sur la diversification et l'intégration des activités.

La réussite d'un tel équilibre en dépend et implique forcément l'harmonisation des composantes économique, sociale, culturelle, politique et environnementale. La prise en compte de ces parties est non seulement nécessaire, mais absolument fondamentale à tout processus de développement local<sup>12</sup>.

En Europe, le développement local, aussi appelé développement à la base, ou développement endogène qui consiste à créer une dynamique territoriale en se basant sur les ressources et les capacités propres<sup>13</sup>. Une stratégie qui vise à élargir le champ d'action des acteurs locaux dans la mise en place des plans de développement.

---

<sup>11</sup>Direction générale de la veille stratégique, des études économiques et des statistiques. Développement local : concepts, stratégies et benchmarking, rapport n°1, 2011, p07.

<sup>12</sup>Idem, p08.

<sup>13</sup>Idem, p09.

## Chapitre II Comprendre le développement local : concepts et politiques publiques

---

Par contre, aux États-Unis et au Canada l'approche du développement local est appelée Développement Economique Communautaire (DÉC), ce dernier est défini comme une vision qui englobe la dimension socio-économique des régions marginalisées. L'expression « développement communautaire » fait référence à la création d'emplois pour une meilleure maîtrise de l'économie locale<sup>14</sup>.

La polysémie du concept « développement local » fait appel à de multiples définitions. Cependant, afin d'illustrer cette conception, nous présenterons les plus célèbres :

- Selon GREFFE Xavier, « *Le développement local est un processus de diversification et d'enrichissement des activités économiques et sociales sur un territoire à partir de la mobilisation et de la coordination de ses ressources et de ses énergies. Il sera donc le produit des efforts de sa population, il mettra en cause l'existence d'un projet de développement intégrant ses composantes économiques, sociales et culturelles, il fera d'un espace de contiguïté un espace de solidarité active.* »<sup>15</sup>.
- De son côté, PECQUEUR Bernard, « *Le développement local peut se définir à la fois comme « un processus, une démarche, une méthode ». Un « processus », car la construction par les acteurs s'inscrit dans le temps. Elle est spécifique à chaque territoire et, de ce fait, n'est jamais reproductible à l'identique. Une « démarche », car le processus ne s'enclenche jamais mécaniquement de toutes parts. Il existe une part importante de stratégie volontaire, et donc une place pour les politiques publiques. Il s'agit de capitaliser l'apprentissage collectif et de valoriser le savoir-faire collectif. Une « méthode », car, sur un plan plus abstrait, le développement local n'est pas seulement un phénomène observable, il est aussi la méthode d'observation des relations de coordination entre les acteurs de l'économie, et plus généralement de la société.* »<sup>16</sup>.
- Quant à BENKO Georges, « *Le développement local, c'est une stratégie de diversification et d'enrichissement des activités sur un territoire donné à partir de la mobilisation de ses ressources (naturelles, humaines et économiques) et de ses énergies s'opposant aux stratégies d'aménagement du territoire centralisées.* »<sup>17</sup>.

Peu importe la définition retenue, comme la note GUIGOU Jean-Louis, la notion de

---

<sup>14</sup>Direction générale de la veille stratégique, des études économiques et des statistiques, Op.Cit, p09.

<sup>15</sup>TOURJANSKY Laure, le développement économique local, édition l'Harmattan, 1996, p 4-5.

<sup>16</sup>BOUTIN-KUHLMANN Raphaël, Op.Cit, p14.

<sup>17</sup>Idem, p11.

## Chapitre II Comprendre le développement local : concepts et politiques publiques

---

développement local est devenue un mode d'approche, une méthode d'appréhension globale des problèmes locaux<sup>18</sup>.

### 1-3 Les caractéristiques du développement local

A travers l'ensemble des définitions citées ci-dessus, nous pouvons ressortir quelques caractéristiques fortes du processus du développement local:

- Il est fondé sur une base territoriale : selon LAZAREV Grigori et ARAB Mouloud, le programme d'action du développement local s'opère à l'intérieur d'une organisation territoriale, où s'établissent les relations entre les hommes pour valoriser les richesses dont ils disposent, constituant ainsi un tissu socio-économique<sup>19</sup> ;
- Multiplicité des niveaux d'action et de décision: qui sont principalement menées par des communautés, des institutions, des organisations de la société civile, celui, enfin des pouvoirs publics. Les mêmes auteurs notent que cette pluralité des niveaux d'action représente une caractéristique primordiale du développement local<sup>20</sup>;
- Partenariat actif : reposant sur une meilleure complémentarité entre les acteurs et les réseaux aux positions et aux fonctions différentes<sup>21</sup>. Aussi le développement local implique un processus de décentralisation qui n'est possible que dans le cadre d'unités politiques démocratiques<sup>22</sup> ;
- « Ni mode ni modèle »<sup>23</sup> : aucun développement local ne ressemble à un autre, il n'y a pas de vision unique et il n'existe pas un modèle qu'on pourrait adapter à toutes les situations ;
- Le développement local s'appuie sur la notion de participation et de responsabilisation : il existe une capacité locale de gestion des ressources financière et d'exécution de programme d'action et de décision.

### 1-4 Les objectifs du développement local

Plusieurs objectifs sont assignés au développement local, que ce soit sur le plan économique ou social<sup>24</sup>.

---

<sup>18</sup> BOUTIN-KUHLMANN Raphaël, Op.Cit, p06.

<sup>19</sup>LAZAREV Grigori et ARAB Mouloud, développement local et communautés rurales : Approches et instruments pour une dynamique de concertation, édition Karthala, 2002, p 38.

<sup>20</sup> Idem.

<sup>21</sup> HOUEE Paul, Op.Cit, p108.

<sup>22</sup>LAZAREV Grigori et ARAB Mouloud, Op. Cit, p 38.

<sup>23</sup>TOURJANSKY-CBART Laure, Op.Cit, p 4.

<sup>24</sup>SMATI Abdelbaki, nature du développement local et rôle des collectivités locales dans son financement, recherche économique et managériale n°5, 2008, p85-86.

## **Chapitre II Comprendre le développement local : concepts et politiques publiques**

---

### **1-4-1 Sur le plan économique**

- Aboutir une bonne coordination et coopération entre les acteurs locaux ce qui facilite la mobilisation autour d'un projet commun ;
- Accroître et diversifier les activités créatrices de la richesse permettant de satisfaire les besoins des marchés locaux et des marchés étrangers (nationaux et internationaux) ;
- Une meilleure valorisation et exploitation des richesses existantes matérielles et immatérielles, génériques ou spécifiques ;
- La mobilisation des ressources financières nécessaires privées ou publiques pour la réalisation des projets de développement.

### **1-4-2 Sur le plan social**

- Satisfaire le besoin en emploi durable pour assurer un revenu stable et améliorer le pouvoir d'achat ;
- Renforcer l'esprit de solidarité ;
- La sensibilisation de la population de l'importance de préserver l'identité territoriale qui permet la construction d'une image territoriale et par conséquent une attractivité ;
- Répondre aux besoins de la population en infrastructures : logement, santé, éducation, routes...

Il reste que l'objectif principal du développement local est la mobilisation des acteurs locaux, qui constitue une condition incontournable pour la mise en place d'un projet de développement local. C'est ce que nous allons développer dans la section suivante.

## Chapitre II Comprendre le développement local : concepts et politiques publiques

---

### Section 2: Le rôle des acteurs locaux et le mode de financement du développement local

Dans cette section, nous présenterons, les acteurs locaux, les outils et le mode de financement du développement local.

#### 2-1 La dynamique d'acteurs dans le processus de mobilisation

La notion d'acteurs est au cœur d'un mode de développement sur un territoire qui se veut solidaire et partagé. Les responsables sont conscients de mettre en avant, d'abord l'acteur puis l'outil. En effet, dans le cadre d'un renforcement d'une communauté ou pour l'émergence des institutions locales, l'outil ne fonctionne que s'il y a un acteur pour le porter.

Ainsi, nous présenterons là-dessous, les deux catégories d'acteurs locaux qui sont : les acteurs publics et les acteurs privés<sup>25</sup>.

2-1-1 Les acteurs publics : représentent en général les décideurs politiques aux différents niveaux de la hiérarchie spatiale (administrations locales, régionales et nationales) ; les institutions socio économiques : chambre de commerce, sections syndicales locales. Ces agents interviennent à différents niveaux, administratif, financier et infrastructurel.

2-1-2 Les acteurs privés : comme les entrepreneurs locaux qui s'identifient fortement à leur communauté, les mouvements sociaux, les Universités et les agences de développement local gérées en partenariat entre le public et le privé.

L'interaction de ces acteurs ainsi que le renforcement mutuel de leurs stratégies, passe par des relations spécifiques que relie ces acteurs entre eux. C'est la nature de ces mêmes liens qui détermine l'efficacité productive des acteurs et qui permet de reconnaître le caractère local de développement<sup>26</sup>.

Dans ce cas, les acteurs locaux doivent être conscients de l'intérêt d'une politique de développement et partagent quelques-unes des valeurs sur lesquelles elle s'appuie telle que: la solidarité, l'innovation, l'esprit d'initiative et de création, etc.

Selon TEISSERENC Pierre, « *mobilisation et création d'acteurs sont inhérentes à une politique de développement sur un territoire. La création d'acteurs procède soit par émergence d'acteurs nouveaux, soit par repositionnement d'acteurs traditionnels, dans tous*

---

<sup>25</sup>HAMITI Hamid, la PME facteur de développement local : étude du cas de couloir Est de Sébaou, mémoire de magister, UMMTO, 2013, p77.

<sup>26</sup> Idem, p78.

## Chapitre II Comprendre le développement local : concepts et politiques publiques

---

*les cas, elle met en cause les qualifications acquises, en particulier leurs capacités d'initiatives et de négociation. Chez les élus, cette mutation concerne principalement leur capacité à se distancer de leur territoire d'élection et à participer à l'élaboration de projets collectifs ambitieux et cohérents. »* <sup>27</sup>

Les relations, les négociations se développent à partir d'actions concrètes qui rapprochent les acteurs locaux, leur apprennent à coopérer, et élargissent leur champs de préoccupations, dans le cadre d'une problématique renouvelée de l'intérêt général.

Ainsi, leur sensibilisation, leur implication dans les projets et leur adhésion aux valeurs qui les sous-tendent permettent de répondre aux enjeux de certaines situations et d'anticiper les défis à venir.

De ce fait, la mobilisation des acteurs autour d'une politique de développement passe par trois aspects : culturel, économique et politique<sup>28</sup>.

- ✓ L'aspect culturel : c'est la réhabilitation du passé (la mémoire, le patrimoine, le système de production, la culture locale, le savoir faire, les valeurs,...
- ✓ L'aspect économique : création et émergence de nouveaux acteurs et valorisation des initiatives individuelles et collectives.
- ✓ L'aspect politique : à travers le renouvellement de la démocratie locale qui implique la promotion du processus de décentralisation au profit des collectivités locales.

### 2-2 Les outils du développement local

La réussite des politiques du développement local repose sur la mise en place des outils qui permettent d'associer les partenaires publics et privés. Les responsables locaux procèdent à la création d'outils qui sont indissociables dans la démarche de création institutionnelle capable de légitimer les nouveaux acteurs et faire face aux problèmes et aux changements de la société locale.

Parmi ces principaux outils créés, nous citons : l'aménagement du territoire, les instruments d'urbanisme, la décentralisation et la gouvernance locale.

#### 2-2-1 L'aménagement du territoire<sup>29</sup>

L'aménagement du territoire est un ensemble d'actions, menées par l'Etat dans

---

<sup>27</sup> TEISSERENC Pierre, les politiques de développement local : approche sociologique, édition Economica, 1994, p 57.

<sup>28</sup> Idem, p 80.

<sup>29</sup> AOUINE Leila, SADOK Karima, TOULOUIN Razika et ZERMONT Ratiba, un projet urbain pour une capitale régionale, département d'architecture, mémoire de master, UMMTO, 2006. p21-22.

## **Chapitre II Comprendre le développement local : concepts et politiques publiques**

---

l'objectif de définir les grandes orientations urbaines et de corriger les déséquilibres régionaux dans la répartition des hommes, des activités, les équipements et les moyens de communication, en prenant en considération les contraintes naturelles, humaines et économiques.

L'aménagement du territoire est une forme d'intervention des hommes sur leurs territoires pour la planification de l'utilisation du sol, l'organisation du bâti et ainsi la répartition des équipements et des activités dans l'espace. Il s'agit donc de la définition de vocation de chaque portion du territoire.

L'aménagement du territoire est un levier du développement local, il constitue un facteur attractif aux investisseurs privés et publics qui souhaitent s'installer dans des zones qui offrent des bonnes conditions. Les collectivités se trouvent en concurrence légale pour attirer des projets de développement ayant des retombés sur leurs budgets et ainsi sur le bien-être de la population locale.

### **2-2-2 Les instruments d'urbanisme**

Afin d'éviter des exercices incontrôlés de la part des opérateurs privés, l'Etat procède à l'élaboration des instruments d'urbanisme opposable aux tiers et qui fixent les orientations fondamentales dans la répartition de l'espace et qui permettent la maîtrise des enjeux de développement, ainsi ils définissent les conditions d'aménagement et de constructions en prévention des risques naturels. Il s'agit du Plan d'Occupation du Sol (POS) et le Plan Directeur d'Aménagement et d'Urbanisme (PDAU)<sup>30</sup>.

- Le Plan d'Occupation des Sols (POS) : est un document d'urbanisme juridique, disponible à la commune et il constitue une référence obligatoire au service d'urbanisme lors de l'établissement de diverses demandes d'occupation des sols (les permis de construire, de démolir).

Ce document est établi principalement pour objectif de déterminer et de prévoir l'affectation du sol selon l'usage principal, d'organiser et planifier le développement urbain et de protéger l'espace agricole.

Le POS comporte un document graphique présentant la localisation des zones auxquelles s'appliquent les différents règlements à savoir :

---

<sup>30</sup>AGHARMIOU Naima, la planification urbaine à travers les PDAU-POS et la problématique de la croissance et de l'interaction ville/ villages en Algérie. Référence empirique à la wilaya de Tizi-Ouzou, thèse doctorat, 2013, p213.

## Chapitre II Comprendre le développement local : concepts et politiques publiques

---

- ✓ Les zones urbaines, où l'urbanisation est admise ;
  - ✓ Les zones naturelles, où l'urbanisation est interdite ;
  - ✓ Les zones d'urbanisation future, à devenir urbaine ultérieurement.
- Plan Directeur d'Aménagement et d'Urbanisme (PDAU): est un document complexe qui traduit la politique d'aménagement que les pouvoirs publics se fixent à court, à moyen et long terme, et qui précise les espaces à préserver (agriculture, espaces boisés...) et les espaces destinés à l'urbanisation (habitats, équipements, loisirs, activités...) comme il détermine la localisation des grands équipements publics conforme à l'intérêt général.

### 2-2-3 La décentralisation

La décentralisation est définie comme la volonté de l'Etat de transférer un certain pouvoir et prérogative vers ses institutions territoriales ou non, en leurs accordant sous sa surveillance une autonomie de gestion qui permet de mieux définir et répondre aux besoins locaux<sup>31</sup>.

Nous pouvons distinguer deux types de décentralisation, une décentralisation administrative ou territoriale et une décentralisation technique ou par service<sup>32</sup>.

- La décentralisation territoriale : elle fait référence d'abord à une décentralisation politique entre l'Etat central et les collectivités locales ce qui donne naissance en quelque sorte à une démocratie locale. Ces collectivités locales sont dotées d'une personnalité morale et une certaine autonomie de gestion en matière de charge et de ressource sous le contrôle de l'Etat.

En Algérie, il existe deux échelons territoriaux décentralisés ; à savoir la wilaya et la commune. Cette dernière qui est la commune est considérée comme la collectivité territoriale de base.

- La décentralisation technique : consiste à gérer les services publics par des établissements publics spécialisées et dotées d'une personnalité morale.

---

<sup>31</sup>BEN ABDERRAHMANE, gouvernance locale. Document disponible sur : Sur <http://politics-constantine.yolasite.com/resources/R%C3%A9sum%C3%A9%20Cours%20gouvernance%20locale%202013-2014%20Master%201.doc>

<sup>32</sup>Idem.

## Chapitre II Comprendre le développement local : concepts et politiques publiques

---

La notion de la décentralisation s'oppose à celle de la déconcentration par laquelle des pouvoirs appartenant à une ou plusieurs autorités de l'Etat, délèguent pour la gestion de ses services des autorités locales, dépourvues de toute autonomie et de personnalité morale et qui restent sous le contrôle hiérarchique des autorités centrales.

### 2-2-4 La gouvernance locale

JOYAL André dans son livre sur le développement local évoque le terme de gouvernance, il affirme que ce terme est utilisé pour la première fois au début des années 90, par des auteurs anglais pour désigner les différentes formes de régulation et de coordination des différentes activités économiques d'une région. Aujourd'hui cette notion s'utilise pour désigner la coordination entre les acteurs locaux autour d'un projet local, selon le même auteur, un groupe d'auteurs français définissent la gouvernance locale comme : « *un processus institutionnel de mise en compatibilité des compromis entre acteurs géographiquement proches en vue de résoudre un problème de production* »<sup>33</sup>.

La gouvernance est un processus de décision collective entre les acteurs économiques, institutionnels et sociaux, installés sur le même site géographique en vue de résoudre un problème qui touche l'intérêt général et la mise en place des projets du développement local.

Le processus de décentralisation a mis en valeur la notion de gouvernance locale qui désigne l'ensemble des interactions sociales, économiques et politiques établies entre les acteurs locaux dans le but de développer leur territoire, autrement dit c'est le mode de gestion et de mise en relation des différents acteurs en vue de guider et d'orienter la mise en place d'un projet du développement local le plus adéquat aux maux de la population.

L'évaluation de la gouvernance locale nous permet de distinguer entre la bonne gouvernance, qui est indispensable au processus du développement local, de la mauvaise gouvernance qui est un frein. Cette distinction se fait à travers plusieurs indicateurs à savoir <sup>34</sup>:

- La transparence, c'est la facilité d'accès à l'information ;
- L'efficacité des autorités locales ;
- L'égalité devant la loi ;
- La participation active de la société civile dans les affaires publiques...

---

<sup>33</sup>JOYAL André, Op. Cit, p53

<sup>34</sup>BENABDERRAHMANE, Op.Cit.

## Chapitre II Comprendre le développement local : concepts et politiques publiques

---

### 2-3 Le financement du développement local

Le développement local est une démarche qui permet à une localité ou une région la possibilité de s'adapter, de s'émerger et de se différencier.

Les politique publiques seules ne suffiront pas à remédier au problème de stratification sociale (la mobilité d'une catégorie sociale à une autre), de réduire les inégalités économiques (en matière de patrimoine, de revenu qui s'explique par les différences de niveaux de vie moyens entre régions, d'accès au logement, de scolarisation, etc.). De ce fait, la conception du développement local est un enjeu essentiel, il joue un rôle fondamental dans la réduction de certaines de ces disparités spatiales et sociales généralisées et grandissantes entre régions et localités au sein des pays<sup>35</sup>.

An niveau local, l'augmentation de la productivité, la création de la richesse et de l'emploi, et l'amélioration du niveau des salaires se font par la mobilisation des collectivités locales avec les autres acteurs qui s'efforcent par leur innovation et leurs connaissances d'attirer des investissements qui permettent l'attractivité du territoire et qui sont rentables sur une longue durée.

Cependant, ces investissements coûtent cher et demandent beaucoup de fonds. Les besoins de financement de la réalisation des objectifs tels que la promotion de l'aménagement local, l'amélioration des services, et lutte contre la pauvreté restent immenses. Ainsi, la difficulté du développement local consiste précisément à trouver des mécanismes et moyens de financement pour répondre aux besoins financiers des communautés et collectivités ainsi qu'à ceux des individus.

La mise en œuvre des programmes du développement local nécessite un financement stable, les outils disponibles varient d'une localité à une autre, généralement il existe deux modes de financement local : le financement public et le financement privé<sup>36</sup>.

#### 2-3-1 Le financement public

Il existe différents modes de financement public tel que (les subventions, les aides à l'emploi, les exonérations...). Ces modes de financement peuvent être pris en charge par les structures financières et fiscales des institutions de gouvernement local mais pour en tirer

---

<sup>35</sup> OCDE, financer le développement local, article, 2007, p02.

<sup>36</sup> Idem, p03.

## Chapitre II Comprendre le développement local : concepts et politiques publiques

---

parti, les administrations locales doivent acquérir les compétences financières nécessaires à leur utilisation efficace.

### 2-3-2 Le financement privé

Le financement du développement a été peu à peu délégué au secteur privé qui est le moteur de la croissance économique. Il est destiné aux opérations de crédit qui pourrait être constitué à partir du fonds de roulements financé par l'aide extérieure, à partir des ressources des banques et des dépôts d'épargne de la population.

Selon l'OCDE, « Les financements privés sont essentiels dans toutes les configurations pour assurer un développement économique à long terme qui soit financièrement viable »<sup>37</sup>. Ils peuvent être gérés au niveau des organisations locales et des agences d'incitations à l'investissement visant le secteur privé.

Comme nous l'avons observé jusqu'à présent, le succès du développement local repose sur un financement stable et la mise en place des outils qui permettent la mobilisation des acteurs locaux. Ainsi le mettre en valeur permet son rayonnement et son attractivité, ce dernier constitue l'objet de la section suivante.

---

<sup>37</sup>OCDE, Op.Cit, p03.

## Chapitre II Comprendre le développement local : concepts et politiques publiques

---

### Section 3 : L'attractivité : un levier du développement local

Le double processus de reterritorialisation de l'action publique et de mondialisation des économies a renforcé le rôle de la compétitivité et de l'attractivité dans les politiques de développement local, qui sont apparues récemment pour traduire l'attention portée aux mutations économiques et à la revitalisation des territoires.

#### 3-1 L'attractivité et la compétitivité

DEBONNEUIL et FONTAGNE définissent la compétitivité comme : « *la capacité d'une nation à améliorer durablement le niveau de vie de ses habitants et à leur procurer un haut niveau d'emploi et de cohésion sociale* »<sup>38</sup>. c'est-à-dire qu'un pays est compétitif s'il peut améliorer durablement le niveau de vie de ses habitants et assurer un haut niveau d'emplois et de protection sociale.

Chaque territoire contient un actif propre non transférable qui constitue ses atouts pour l'attraction des entreprises. Ces avantages dont dispose le territoire peuvent être liés aux ressources naturelles, la position géographique, le climat des affaires, à la maîtrise de savoirs et technologies, à une main-d'œuvre qualifiée, ...ainsi, ces avantages comparatifs sont la base de la construction de la compétitivité d'un territoire.

L'analyse de l'attractivité fait appel à un ensemble de facteurs comme la qualification de la main-d'œuvre, la présence d'entreprises complémentaires, la qualité des biens et des services publics, des institutions, des réglementations... Cette notion d'attractivité des sites dépasse largement celle de la simple compétitivité fondée principalement sur les échanges extérieurs.

En outre, ces deux notions de compétitivité et attractivité ont des parties liées, parce que l'image elle-même du territoire influence les décisions d'investissement et d'implantation des entreprises, et aussi les activités de tertiaire sont fondées sur la connaissance et l'innovation, elles nécessitent une forte concentration de main-d'œuvre très qualifiée. Cependant, pour attirer cette main d'œuvre, il ne suffit pas d'offrir des opportunités de gain et de carrière, mais aussi une qualité de vie, l'offre urbaine, le degré d'insertion de la ville dans les réseaux de transport ou encore le dynamisme culturel local.

HERVE Alexandre, CUSIN François et JUILLARD Claire annoncent que l'attractivité apparaît comme une condition nécessaire à la compétitivité et inversement, un territoire qui

---

<sup>38</sup>FRIBOULET Jean-Jacques, la construction de l'attractivité : une analyse en termes de capacité, article, 2010, p11.

## Chapitre II Comprendre le développement local : concepts et politiques publiques

---

n'est plus compétitif s'expose à des pertes de population, à des phénomènes de désinvestissement et de délocalisation des entreprises. Les deux notions apparaissent donc de plus en plus complémentaires dans un univers plus concurrentiel<sup>39</sup>.

Enfin, dans un environnement caractérisé d'une forte concurrence, ces deux notions de compétitivité et attractivité constituent deux facteurs clés de réussite de l'économie des pays.

### 3-2 L'articulation entre l'attractivité et le développement local

LÉON Alain et SAUVIN Thierry abordent l'importance de l'empreinte territoriale de l'entreprise (pression exercée sur les dimensions économiques, sociale et environnementale). L'entreprise porte et véhicule des normes (travail et consommation) et des conventions sociales qui structurent les territoires, mais aussi les acteurs qui y vivent et qui y travaillent<sup>40</sup>.

Les collectivités territoriales définissent des politiques d'attractivité du territoire consistant à adapter l'environnement aux besoins des entreprises. Ces politiques correspondent davantage à l'aménagement du territoire.

La création d'un environnement favorable, permet la naissance d'une force d'attractivité et la naissance d'une multitude d'entreprises qui s'occupent de répondre à des préoccupations majeures (création d'emplois, alimentation du budget par le biais de la fiscalité...).

Les politiques d'attractivités sont mises en œuvre en vue de renforcer l'attractivité du territoire, ces politiques constituent un axe stratégique pour chaque projet du développement économique local.

Tous les facteurs d'attractivité d'un territoire sont regroupés dans un seul point, en général sont considérés comme privilégiés, à côté desquels sont placés d'autres points contenant des actions indirectement liées à l'attractivité, mais contribuant toutes au développement économique local, tel que les grands projets d'infrastructures et de communication, la formation et l'enseignement supérieur...<sup>41</sup>

Cependant, nous pouvons dire que la trajectoire du développement d'un territoire dépend systématiquement de son attractivité.

---

<sup>39</sup>HERVE Alexander, CUSIN François et JUILLARD Claire, l'attractivité résidentielle. Article disponible sur : [http://www.fondation.dauphine.fr/fileadmin/mediatheque/doc\\_pdf/publications/immobilier/rapport\\_attractivite\\_residentielle\\_alexander\\_cusin\\_juillard\\_2010.pdf](http://www.fondation.dauphine.fr/fileadmin/mediatheque/doc_pdf/publications/immobilier/rapport_attractivite_residentielle_alexander_cusin_juillard_2010.pdf)

<sup>40</sup>LEON Alain, SAUVIN Thierry, l'entreprise et son empreinte territoriale : quelle politique d'attractivité ?, 2010.

<sup>41</sup> ADJIOUAT Rezika, l'attractivité territoriale et culturelle de la ville de Tizi-Ouzou dans une problématique de métropole, mémoire de master, UMMTO, 2013, p57.

## Chapitre II Comprendre le développement local : concepts et politiques publiques

HATEM Fabrice, dans son livre sur le marketing territorial, a parlé de lien entre les politiques d'attractivité et les politiques du développement, il a distingué entre deux types d'articulations<sup>42</sup> :

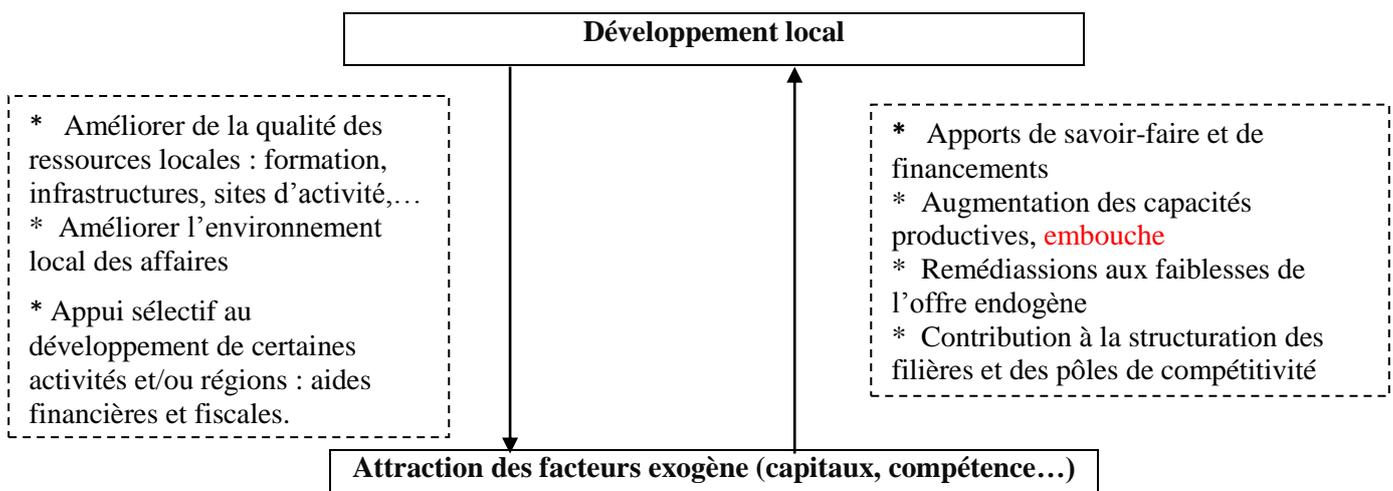
- ✓ Une articulation descendante : il annonce que les objectifs des politiques publiques pour l'attraction des investissements internationaux constituent un aspect des politiques du développement territorial qui sert à réaliser des objectifs larges à savoir :
  - Créer de nouveaux emplois en vue de combattre le chômage ;
  - Stimuler les capacités d'innovation ;
  - Assurer un développement spatialement équilibré du territoire, etc.

Ces objectifs peuvent varier d'un pays à un autre, et dans le même pays, au cours du temps, en fonction de la stratégie globale du développement.

- ✓ Une articulation ascendante : inversement, l'effort mené pour améliorer l'attractivité a des implications sur les politiques publiques dans la mesure où celles-ci contribuent à la création d'un environnement plus ou moins favorable aux affaires :
  - Droit de travail et des sociétés ;
  - Développement des infrastructures ;
  - Développement du système éducatif.

La figure suivante montre le lien à double sens entre les politiques de développement local et les politiques d'attractivité:

Figure n°2: Articulation ascendante et descendante développement local et attractivité



Source : établie par F. HATEM

<sup>42</sup> HATEM Fabrice, le marketing territorial : principes, méthodes et pratiques, article EMS, 2007, P59 et 60.

## Chapitre II Comprendre le développement local : concepts et politiques publiques

---

### Conclusion

Il apparaît, que le socle du développement local réside dans l'existence de relations fortes entre les différents acteurs. Ainsi, la mise en œuvre d'une politique de développement local dépend de la mobilisation des moyens financiers et techniques permettant de multiplier les opportunités de développement et d'aménagement.

La politique d'attractivité constitue un axe important pour le développement local, elle intervient pour renforcer et mettre en valeur les potentialités dont disposent les territoires. Cette dernière est conditionnée par le développement des biens publics et privés (infrastructures routières, foncière, immeubles,...) mais aussi des services publics et privés (la sécurité des personnes et des biens, santé, formation...).

Enfin, la réussite du développement local suppose que le territoire considéré soit vraiment original, attractant et productif.

Dans le chapitre qui suit, nous porterons un intérêt à l'importance des services marchands et non marchands, publics et privés, dans la construction d'une attractivité à travers l'étude de la ville de Tizi-Ouzou.

## **Chapitre III**

***La construction d'une  
attractivité territoriale par les  
services : illustrée par la ville  
de Tizi-Ouzou***

## *Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services : illustrée par la ville de Tizi-Ouzou*

---

### **Introduction**

La ville constitue un moteur de développement ; elle se fabrique généralement par extension, par l'accroissement de la population et la concentration d'un ensemble d'activités de biens et services, commerces, recherches et innovation... L'harmonisation de tous ces éléments dans un système urbain structuré permet son attractivité.

Dans ce travail, nous nous intéressons à la ville de Tizi-Ouzou, plus particulièrement à son processus de formation et transformation de son tissu urbain à travers le temps, d'une part et à l'émergence des services publics et privés, marchands et non marchands qui nous permettrons de savoir la mesure de son attractivité, d'autre part.

Afin de concrétiser notre recherche, nous avons choisi le boulevard Krim Belkacem, comme zone d'intervention qui s'inscrit à l'intérieur du périmètre urbain de la ville de Tizi-Ouzou, c'est ce que nous qualifions de micro-économie urbaine.

De ce fait, notre démarche s'organise autour de trois sections :

- ✓ Section 1 : Présentation de la ville de Tizi-Ouzou.
- ✓ Section 2 : Caractéristiques du boulevard Krim Belkacem.
- ✓ Section 3 : Analyse de l'état des lieux du boulevard Krim Belkacem.

## *Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services : illustrée par la ville de Tizi-Ouzou*

---

### **Section 1 : Présentation de la ville de Tizi-Ouzou**

Dans cette présente section, nous exposerons un aperçu géographique et une lecture diachronique du tissu urbain de la ville de Tizi-Ouzou.

#### **1-1 Le choix du site**

Nous avons choisi la ville de Tizi-Ouzou comme prétexte d'étude, vu sa position stratégique et son rôle important dans la région de la Grande Kabylie ; elle est le Chef-lieu de la wilaya de Tizi-Ouzou.

Elle est considérée comme un pôle démographique ; en effet, elle comptait une population de 104 312 habitants selon le RGPH 2008 et 147711 habitants selon l'annuaire statistique de 2014. C'est l'une des villes algériennes de naissance relativement récente et en pleine extension.

#### **1-2 Toponymie du terme**

La toponymie de la ville de Tizi-Ouzou est traduite en français par le « col des genêts ». Partant de là, la ville doit son origine à un aspect naturel, du fait qu'elle soit construite sur un col ou « TIZI » sur lequel poussent essentiellement des genêts ou « Ouzou » qui veut dire un arbrisseau avec cette plante épineuse sauvage à fleurs jaunes. Cet aspect naturel est dominant et marque tout le territoire de la Grande Kabylie à l'exception des hautes altitudes du massif du Djurdjura, d'où l'appellation « Tizi-Ouzou ».<sup>1</sup>

#### **1-3 Situation géographique : de la wilaya, de la commune et de la ville.**

L'essentiel des informations présentées ci-dessous sont tirées de l'annuaire statistique de la wilaya de Tizi-Ouzou<sup>2</sup>.

##### **1-3-1 Au niveau national**

La wilaya de Tizi-Ouzou est délimitée :

**Au Nord** par la mer Méditerranée

**À l'Ouest** par la wilaya de Boumerdes

**À l'est** par la wilaya de Béjaïa

**Au sud** par la wilaya de Bouira

---

<sup>1</sup> AMROUNI Hassina, la capitale des genêts : Tizi-Ouzou, 2013. Article disponible en ligne sur <http://www.memoria.dz/mar-2013/une-ville-une-histoire/la-capitale-des-gen-ts>

<sup>2</sup> Annuaire statistique de la wilaya de Tizi-Ouzou, 2013.

## *Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services : illustrée par la ville de Tizi-Ouzou*

---

### **1-3-2 Au niveau régional**

La commune de Tizi-Ouzou se situe dans la partie centre-Ouest de la wilaya, qui fait partie de la région Nord centre du pays. Elle s'étend sur une superficie de 102.36 Km<sup>2</sup> dont la ville occupe 2155 ha.

Elle est administrativement délimitée :

**Au Nord** par les communes : Sidi Naamane, Djebel Redjaouna, Djebel Aissa Mimoum.

**À l'Est** par les communes : Ouaguenoun, Tizi-Rached.

**À l'Ouest** par les communes : Draa Ben Kheda, Tirmatine.

**Au Sud** par les communes : Maatkas, Beni Zemenzer, Irdjen.

### **1-3-3 Au niveau local**

La ville de Tizi-Ouzou est administrativement délimitée :

**Au Nord** par le village Ardjaouna.

**À l'Ouest** par le bourg de Boukhelfa, Oued-Falli.

**À l'Est** par Oued Aissi, Abid Chemllal, Tala-Athmane.

**Au Sud** par Betrouna, Bouhinoune, Hasnaoua.

### **1-4 Les époques qui ont marqué la structure urbaine de la ville de Tizi-Ouzou**

Pour comprendre la structure urbaine de la ville de Tizi-Ouzou, il est nécessaire de donner un aperçu sur sa dimension historique ; car cette réalité se fonde dans le temps par une succession de réactions et de croissance à partir de l'état antérieur.

Ainsi, la lecture historique se portera sur ces périodes ayant marqué sensiblement la ville dans son processus de formation et de transformation, et cela à travers les périodes allant d'avant 1640 jusqu'à nos jours.

#### **1-4-1 Le col des genêts, avant 1640**

Cette période est caractérisée par quelques événements qui sont :

##### **a. Le passage obligé des Romains**

D'après certains historiens, la ville de Tizi-Ouzou n'était pas occupée par les Romains puisqu'en l'état actuel des données, il n'existe pas de ruines romaines. Cependant, l'existence

### ***Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services : illustrée par la ville de Tizi-Ouzou***

---

de forteresses implantées un peu partout aux alentours de Tizi-Ouzou, montre que celles-ci ont été édifiées pour protéger les Romains qui empruntaient ces routes, des attaques des Kabyles. Néanmoins, elles ne fournissent aucun indice sur un rayonnement civilisationnel.<sup>3</sup>

De ce fait, la vallée du Sébaou servait de passage obligé pour les Romains, vu la position stratégique du col des genêts qui constituait un important relais pour atteindre les villes côtières d'Alger et Bougie.

#### **b. La "principauté" de Koukou**

La " principauté " de Koukou où "principauté du Djurdjura" est située à Aït Yahia, daïra d'Ain-El-Hammam. RINN Louis écrit en 1891 dans son ouvrage sur « l'insurrection de 1871 » que cette principauté est fondée en 1510 par Ben-El-Qadi Ahmed.

Suite aux querelles qui se produisent entre les occupants de la terre de ces plaines, il installe des postes de surveillance pour maintenir l'ordre par des Kabyles qui allaient s'installer définitivement dans cette vallée, avec l'élargissement de nombre de résidents, se créent les premiers noyaux d'habitations dans la vallée du Sébaou, qui donnèrent lieu au nom de « Amraoua » avec la pénétration des Turcs dans cette vallée, le passage de différentes tribus alentour ou autres d'horizons plus lointains, offre la diversité des origines du village Amraoua.<sup>4</sup>

#### **1-4-2 Col des genêts, la période turque : (1640-1844)**

La présence des Turcs à Tizi-Ouzou s'est manifestée par la fondation du bordj en 1720. Il aurait servi comme siège administratif et d'une garnison pour le prélèvement d'impôts sur les revenus de récolte d'olive et figues que l'on cultivait principalement à l'époque.<sup>5</sup>

Ce point stratégique garde son importance en donnant naissance à un pôle commercial « Souk Sebt » et constitue pour les Français un point de départ pour l'installation des colons faisant fuir la population indigène vers les montagnes. Ce bordj était en relation visuelle avec la smala<sup>6</sup> (village traditionnel turc) et permettait le contrôle de la vallée.

---

<sup>3</sup> Rapport Oued Falli, Tizi-Ouzou, 2001, p09.

<sup>4</sup> BENYAHIA Razika et DJOUDER Fahima, une ville nouvelle pour la nouvelle ville de Tizi-Ouzou, mémoire de master, département d'architecture UMMTO, 2000, p23.

<sup>5</sup> AOUINE Leila, SADOK Karima, TOULOUIN Razika et ZERMONT Ratiba, un projet urbain pour une capitale régionale, mémoire de master, département d'architecture UMMTO, 2006, p 11.

<sup>6</sup> La smala : mot arabe zamlle (ami). Utilisé pour désigner le village turc.

### ***Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services : illustrée par la ville de Tizi-Ouzou***

---

Le tissu traditionnel de l'espace turc était structuré autour de certains éléments importants que ce soit dans le domaine des équipements ou du commerce.

#### a. Les équipements

L'espace turc est organisé autour des éléments suivants :

##### 1- Bordj Turc

Il était un poste d'observation pour surveiller les mouvements des habitants. E. Carette en 1840 qui écrit : « *le bordj, qui était solidement construit, refermait un four, un puits et un moulin. Il y avait, près de la porte, une source ombragée de trois trembles.* »<sup>7</sup>.

Photo n° 01 : Bordj Turc



Source : site de la direction de la culture de la wilaya de Tizi-Ouzou

##### 2- Porte

La construction du bordj est ponctuée par deux portes : porte d'Alger et porte de Bejaia.

##### 3- Axe Belloua

L'axe Belloua prend naissance de la place de la mosquée Lala Saïda, ce chemin occupe une position importante car, il relie le village traditionnel au centre-ville et aux villages avoisinants.

---

<sup>7</sup> AMROUNI Hassina, Op.Cit.

### ***Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services : illustrée par la ville de Tizi-Ouzou***

#### **4- Mosquée de Lala Saïda et sa place**

C'est le seul service public qui existait à l'époque, sa place se situe à l'embranchement entre le chemin d'accès au village et la ruelle. Elle est ponctuée par quelques commerces, ceci fait d'elle un espace de rencontre et de convivialité. Comme elle est un espace de choix directionnel.

L'édification de la mosquée Lala Saïda symbole religieux, avec sa place constitue un acte important pour les villageois, elle prend une position centrale et ordonnera le village<sup>8</sup>.

Photo n°02 : Mosquée Lala Saïda (actuelle mosquée Enour) sise sur l'axe-douar Baloua, actuellement à la haute ville.



Source : Studio photographie

#### **5- La place de la fontaine Ain Sultane**

Cette place a été également un élément important dans la croissance du tissu traditionnel, elle constituait un espace public réservé aux femmes.

La place de la fontaine se trouve à l'intersection de deux chemins reliant les villages. Cette place occupe une position importante dans la trame urbaine et fonctionnelle, un café,

quelques équipements de commerces. Cette concentration d'activités lui assure un vécu et fait d'elle un espace de rencontre<sup>9</sup>.

<sup>8</sup> BENYAHIA Razika et DJOUDER Fahima, Op. Cit, p 30.

<sup>9</sup> Idem.

### ***Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services : illustrée par la ville de Tizi-Ouzou***

Photo n°03 : Fontaine Ain Sultane sise sur l'axe-douar Baloua, actuellement à la haute ville.



Lapidus14

www.delcampe.net

Source : Google photos anciennes de la ville de Tizi-Ouzou

#### **b. Les activités commerciales**

À côté des petits commerces, la principale activité qui existait à l'époque est :

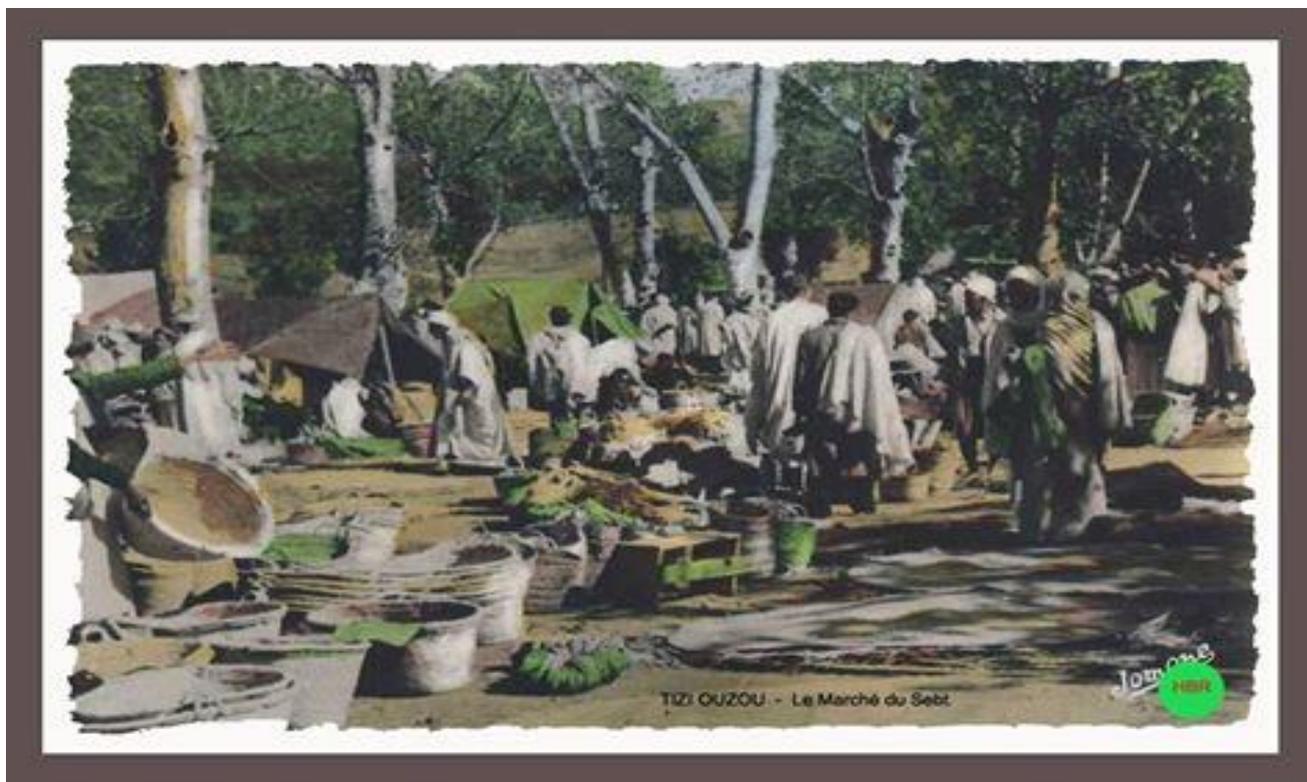
##### **1- Le souk « Sebt » ou souk « Khodja »**

Lieu de rencontre et d'échange par excellence réservé aux hommes. Il est l'élément structurant de l'espace traditionnel, en effet, le souk assurait la vie relationnelle dans le maillage tribal et villageois. Ceci pour répondre aux besoins d'échange et de communication : « *La société pré coloniale sous-équipée et morcelée avait sécrété pour ce faire une institution : le souk qui se tenait une fois par semaine en pleine zone rurale* »<sup>10</sup>, ainsi dire, le souk rythmait l'ensemble de la vie rurale à différentes échelles.

<sup>10</sup> BENYAHIA Razika et DJOUDER Fahima, Op. Cit, p 18.

### *Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services : illustrée par la ville de Tizi-Ouzou*

Photo n°04 : Souk Sebt



Source: Google photos anciennes de la ville de Tizi-Ouzou

#### **1-4-3 Tizi-Ouzou durant la période coloniale Française : (1844-1962)**

Les Français occupèrent d'abord le bordj Ottoman en 1851, le village de fondation coloniale était fondé à partir des infrastructures laissées par les Turcs en entreprenant des travaux d'agrandissement et réaménagement.<sup>11</sup>

L'administration française détermina deux parcellaires : le parcellaire agricole et le parcellaire urbain.

La ville de Tizi-Ouzou naît officiellement le 27 octobre 1858 par décret impérial, après l'installation de plusieurs services publics tels que la juridiction, la poste, les deux écoles...<sup>12</sup>

Également, elle était structurée autour de certains éléments importants à savoir : les deux portes, la grande rue, boulevard du Nord, la rue de la paix, la place de l'église, boulevard Beau Prêtre, cités...

<sup>11</sup> AOUINE Leila, SADOK Karima, TOULOUIN Razika et ZERMONT Ratiba, Op.Cit, p 12.

<sup>12</sup> AMROUNI Hassina, Op. Cit.

### *Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services : illustrée par la ville de Tizi-Ouzou*

---

#### a. Domaines des équipements

Durant cette période, plusieurs services publics et privés ont été réalisés, les plus significatifs sont:

##### 1- Les portes

Après la formation des villages, on assiste au déplacement des portes qui étaient au bordj vers le village. Elles deviennent : porte d'Alger à l'entrée Ouest du nouveau noyau, et la porte de Bejaia à la sortie Est, le déplacement de ces deux portes est suivi par le déplacement du souk vers l'ouest<sup>13</sup>.

Ainsi la porte d'Alger qui représente une limite de croissance se transforme en pôle de croissance portant plusieurs équipements tels que : la gare ferroviaire, l'hôtel de ville et l'agence postale.

##### 2- La grande rue des commerçants :(Avenue Ferdinand-Aillaud)

Actuellement avenue Abane Ramdane, c'est un axe structurant qui relie la ville à son territoire. Cette avenue assure l'articulation entre les différentes entités de la ville grâce à la position qu'elle occupe dans le tissu. Elle relie deux moments importants à l'échelle de la ville place Babouche Said et le nœud de la gendarmerie en passant par un élément fort qui est la place de l'église (mosquée actuelle).

La grande rue est ponctuée par plusieurs équipements et d'activités commerciales qui renforcent son statut d'élément centralisant et lui assurent une animation permanente.

---

<sup>13</sup> BENYAHIA Razika et DJOUDER Fahima, Op. Cit, p 31.

**Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services :  
illustrée par la ville de Tizi-Ouzou**

---

Photo n°05 : La grande Rue



Source : Studio de Photographie

3- Boulevard Beau Prêtre

Actuel boulevard Med Said Ouzeffoun, à l'époque coloniale, il reliait deux moments importants que sont la porte d'Alger et la place du monument, il aboutit à la sous-préfecture au sud et boulevard du Nord.

Photo n°06 : Avenue Beau prêtre



**Tizi-Ouzou. Vue générale - Avenue Beau-prêtre  
(Collection du Dr G. Dubouché)**

Source : Google photos anciennes de la ville de Tizi-Ouzou

### *Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services : illustrée par la ville de Tizi-Ouzou*

#### 4- Boulevard du Nord

L'articulation entre la ville et le village la smala est marquée par une voie horizontale, qui est le boulevard du Nord ponctué par la mosquée et l'école arabo-française.

#### 5- La rue de la paix

Une des plus importantes rues dans le tissu colonial, perpendiculaire à la grande rue, son rez-de-chaussée affecté aux commerces lui assure une grande dynamique urbaine.

Phot n°07 : Rue de la paix



Tizi-ouzou - Rue de la Paix (?)

Source : Studio de photographie

#### 6- Place Babouche Said

Elle occupe une place stratégique dans la trame urbaine, c'est un espace de référence, d'orientation, de repère et un choix directionnel. Cette place est constituée par des équipements : ancienne mairie, le siège de la SONELGAZ, la poste...

### *Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services : illustrée par la ville de Tizi-Ouzou*

#### 7- Mairie

Erigée en commune de plein exercice par le décret du 11 septembre 1873, elle s'étale sur une superficie de 3 059 hectares.<sup>14</sup>

#### 8- Poste

La poste a pris une grande importance dans le premier temps avec les militaires, les colons, commerçants et artisans installés à Tizi-Ouzou en recevant des courriers et mandats en provenance notamment de la région parisienne et des départements du Nord et de l'Est de la France, ainsi que de l'étranger, Belgique, États-Unis, Canada ; avec l'émigration des Kabyles après 1920, c'était une nécessité d'ouvrir un deuxième guichet vu l'importance du courrier et des mandats. En 1908, le déplacement de ce premier bureau en face de la mairie après l'acquisition d'un terrain par l'administration des PTT.<sup>15</sup>

Photo n°08 : La poste



Source : Studio de Photographie

#### 9- Tribunal

Le palais de justice de la période coloniale.

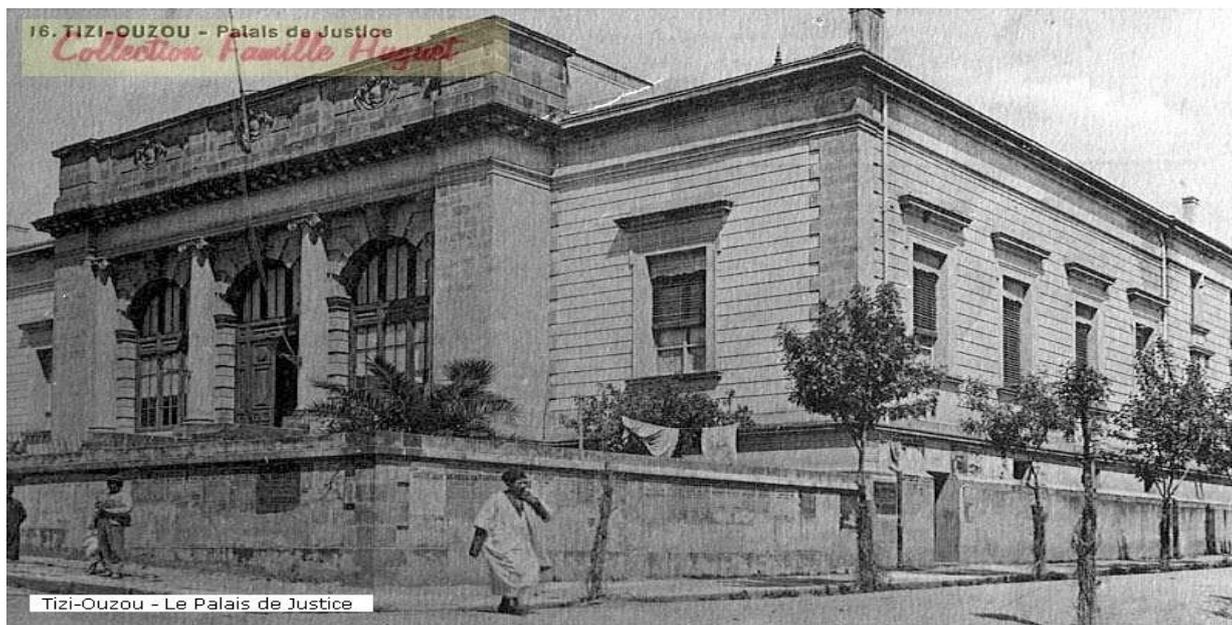
<sup>14</sup> Edgar SCOTTI, Tizi-Ouzou porte et capitale de la grande Kabylie. Article disponible en ligne sur [http://babelouedstory.com/voix\\_du\\_bled/tiziouzou/tiziouzou.html](http://babelouedstory.com/voix_du_bled/tiziouzou/tiziouzou.html)

<sup>15</sup> Idem.

**Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services :  
illustrée par la ville de Tizi-Ouzou**

---

Photo n°09 : Palais de justice



Source : Studio de photographie

**10- Banque du crédit foncier**

Ex-banque du crédit foncier actuellement la BADR sise au boulevard BEAU PETRE  
actuellement boulevard Mohamed Said Ouzefoun (café de l'union) dans les années 50.

Photo n°10 : Banque de crédit foncier



Source : Google photos anciennes de la ville de Tizi-Ouzou

### *Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services : illustrée par la ville de Tizi-Ouzou*

#### 11- Hôtel

Sis à la grande rue, ouvert en 1887 par M<sup>r</sup>. Joseph Tuduri puis repris par M<sup>r</sup>. Joseph Lagarde qui devient propriétaire une année après. Cet hôtel était considéré le centre de l'activité économique, politique et mondaine à travers les réunions électorales, conférences et les concerts qui s'y tiennent. <sup>16</sup>

Photo n° 11: Hôtel du Square



Source : Studio de Photographie

#### 12- Gare

Edgar SCOTTI dans son article « Tizi-Ouzou porte et capitale de la grande Kabylie » note que les services de transport au profit des colons étaient assurés dès 1858, ils utilisaient des diligences tirées par des chevaux pour se déplacer vers Alger. Il ajoute qu'en 1937, la mise en service de la nouvelle gare, les trains de voyageurs arrivent en ville à proximité immédiate de la mairie et des grandes artères du centre-ville. Par la suite, des autobus sont mis en service pour desservir les villages des montagnes.<sup>17</sup>

La voie ferrée a accéléré le développement de Tizi-Ouzou qui devient, alors, la capitale économique et administrative de la région. Elle se voit alors équipée de plusieurs bâtiments tels que : le palais de justice, sous-préfecture, mairie...

<sup>16</sup> Edgar SCOTTI, Op. Cit.

<sup>17</sup>Idem

### *Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services : illustrée par la ville de Tizi-Ouzou*

Photo n°12 : La gare



Source : Studio de photographie

#### 13- Réseaux

Durant cette période la ville de Tizi-Ouzou a bénéficié de la canalisation de l'eau potable, l'installation de bornes fontaines<sup>18</sup>. L'éclairage public de la rue principale (rue Ferdinand Aillaud devenue Grand-rue) à l'aide de lampes à carbure ; cela fût remplacé vers 1917-1918, par l'éclairage électrique<sup>19</sup>.

##### b. Activités commerciales

De nombreux commerces ont été installés, les plus importants sont:

##### 1- Marché

La commercialisation s'effectuait sur le marché du samedi « souk-Sebt », situé près de la gare, il était particulièrement apprécié en raison de sa fréquentation par des commerçants venus de fort loin proposer et échanger leurs marchandises. C'est sur ce marché, que les Kabyles échangent les figes de barbarie, l'huile d'Olive, les grenades, les raisins, la

<sup>18</sup> AGHARMIOU Naima, la planification urbaine à travers les PDAU-POS et la problématique de la croissance et de l'interaction ville/ villages en Algérie. Référence empirique à la wilaya de Tizi-Ouzou, thèse de doctorat, 2013, p213.

<sup>19</sup>DOUMANE Saïd, Tizi-Ouzou: historique d'un col et son urbanisation, p08. Article disponible <http://insaniyat.crasc.dz/pdfs/54-doumane.pdf>

### ***Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services : illustrée par la ville de Tizi-Ouzou***

vannerie, les objets de bois et des poteries,... Contre les dattes, les céréales, les grains de blé, d'orge...venus des hauts plateaux.

À partir de 1920, plusieurs activités viennent s'implanter dans le quartier européen, les principaux commerces étaient constitués d'épiceries, boulangeries, dépôts de céréales et de figues, ...<sup>20</sup>

Photo n°13 : Le marché couvert



Source : Studio de Photographie

#### **c. L'habitat**

En 1958, le plan de Constantine amorce le premier grand déséquilibre et désarticulation de son tissu. Pendant cette période Tizi-Ouzou est dotée d'opérations de développement tel que : la réalisation des premiers logements du type Habitat à Loyer Modéré (HLM) : les genêts, les fonctionnaires et le cadî, les eucalyptus, les palmiers<sup>21</sup>.

#### **❖ La structure spatiale de la ville de Tizi-Ouzou**

Le tissu urbain colonial n'est pas le fruit du hasard, il est planifié, structuré en respectant le plan d'urbanisme comme le précise DAHMANI Mohamed: « *L'urbanisme colonial est calqué sur le modèle de la « mère patrie » ; il est réglementé, organisé, ordonné,*

<sup>20</sup>DOUMANE Said, Op. Cit, p08.

<sup>21</sup> Rapport PDAU de Tizi-Ouzou, 2008, p13.

### ***Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services : illustrée par la ville de Tizi-Ouzou***

---

*géométrique, tiré au cordon, dessiné dans le cadre des lotissements et autour des réseaux collectifs et enfin structuré par un réseau viaire dont la RN 12. »<sup>22</sup>.*

#### **1-4-4 Tizi-Ouzou après l'indépendance**

Pendant cette période plusieurs programmes spéciaux ont été adoptés, qui ont permis l'extension de la ville de Tizi-Ouzou et une croissance urbaine rapide.

##### **a. 1962-1968**

Depuis l'indépendance jusqu'à 1968, la ville de Tizi-Ouzou a connu une période de ralentissement de la croissance urbaine. L'Etat ne fait que continuer le plan de Constantine et la récupération des biens vacants laissés par les colons.

Cette période marquée principalement par la transformation de l'église en mosquée, la construction des bâtiments bleus, la wilaya...

##### **b. 1968-1973 :**

Pendant cette période, Tizi-Ouzou a bénéficié d'un plan spécial (1968-1970) et un plan quadriennal (1970-1973), soutenus par les recettes des hydrocarbures dans le cadre de la politique nationale dite industrie industrialisante, et d'un Plan d'Urbanisme Directeur (PUD) est élaboré en 1971, d'où l'édification de nouveaux équipements et infrastructures de dimension régionale et locale telle que : nouvelle mairie de Tizi-Ouzou, piscine olympique, réseaux d'assainissements, lycée polyvalent, polyclinique, la transformation de la prison en maison de la culture, le théâtre, les instituts ITE et ITHT, stade de 1<sup>er</sup> Novembre, la maison d'artisanat, gare routière, hôtel lala Khadidja, hôtel Belloua, stations d'épuration, abattoir actuel, poste chikhi...<sup>23</sup>

##### **c. 1974-1977 : 2<sup>ème</sup> plan quadriennal**

Il donnera à la ville de Tizi-Ouzou l'envergure d'une capitale régionale et un nouveau statut urbain.

Dans le cadre du PUD, on retiendra l'implantation d'un ensemble d'équipements à vocation régionale : université, Centre Hospitalier-Universitaire, instituts de technologie et centres de formation, ainsi que des sièges d'entreprises régionales.

##### **d. 1978-1990**

---

<sup>22</sup> DAHMANI Mohamed, Tizi-Ouzou: De la ségrégation raciale à « L'émancipation urbaine» (1844-1962), revue campus UMMTO N°3, p08.

<sup>23</sup> AGHARMIOU Naima, Op. Cit, p221.

### ***Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services : illustrée par la ville de Tizi-Ouzou***

---

Cette période est caractérisée par l'extension de la ville vers le côté Sud ; en effet, dans le cadre de son PUD, Tizi-Ouzou bénéficie en matière d'habitat d'un vaste programme concentré au Sud du bordj, « ZHUN Sud » connue sous le nom de « Nouvelle ville ». Elle est conçue pour régler le problème du logement.

C'est une excroissance composée de plusieurs cités dont la cité Salah Louanchi, cité Med Boudiaf, cité Djurdjura et autres lotissements tels Amirouche, Amyoud, Bouzar...

#### e. 1990- à ce jour

Elle correspond à la promulgation des textes de référence suivants<sup>24</sup> :

- ✓ La constitution de 1989 qui reconnaît et garantit la propriété privée
- ✓ La loi 90-25, dite loi d'orientation foncière va libéraliser le marché des transactions foncières suivie par la loi 90-29 relative à l'aménagement et à l'urbanisme qui introduit une nouvelle politique en matière de gestion et d'utilisation de l'espace à travers deux instruments d'urbanisme (PDAU et POS).

Cette période est marquée par l'émergence d'une pléthore de lotissements publics et privés et la prolifération de coopératives immobilières constituant l'essentiel du parc logement réalisé. Aussi la ville de Tizi-Ouzou est dotée d'un important réseau routier et de nouvelle infrastructure de transports que nous présenterons ci-dessous.

#### ➤ Infrastructures routières et transport

La ville est le lieu d'aboutissement de 04 routes nationales (RN 12, RN 72, RN 30 et RN 15) et de 05 chemins de wilaya (CW 128, CW 100, CW 147, CW02 et CW 174) qui convergent vers la ville ainsi que deux rocade (Nord, Sud).

#### a) Les gares

En dehors de la gare routière réalisée dans les années 1970, à l'Ouest de la ville. Il y a eu la réalisation de cinq gares intermédiaires localisées à la périphérie urbaine (gare intermédiaire Boukhalfa, gare intermédiaire Bouhinoun, la gare d'Oued Aissi, gare de Beni Douala et la gare du pont de Bougie).

---

<sup>24</sup> Rapport Oued Falli, Tizi-Ouzou, 2001, p06.

### **Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services : illustrée par la ville de Tizi-Ouzou**

#### b) Boulevards, avenues et rues

Tizi-Ouzou est constituée d'un nombre important de boulevards, d'avenues et de rues ; qui jouent un rôle important dans la croissance et la dynamique urbaine de la ville, majoritairement se sont ponctués par plusieurs équipements publics, privés permettant de ce fait leurs rayonnements.

#### ❖ Boulevards

La ville de Tizi-Ouzou est constituée d'une dizaine de boulevards, nous présenterons dans le tableau ci-dessous quelques boulevards et les caractéristiques de chacun d'eux en matière de services publics et privés.

Tableau n°02 : Les boulevards de la ville de Tizi-Ouzou

Boulevard	Situation	Services concentrés		Caractéristiques
		Services publics	Services privés	
Colonel Melah	Boulevard Capitaine Nouri Moustapha- au Carrefour du centre ville	L'artisanat, le musée, la daïra de Tizi-Ouzou, la direction des travaux publiques, la direction de distribution de l'eau, la grande poste, tribunal administratif, union générale des travailleurs Algériens	Habillement traditionnel et moderne, station de service, restaurant, cafétéria	A caractère administratif et socio-culturel
M <sup>ed</sup> said Ouzefoun	Boulevard Capitaine Nouri Moustapha- Avenue Abane Ramdane	Direction de la santé et de la population, la BADR, la douane, Algérie télécom.	Marché noire de devise, les écrivains publics, cafétéria, vente de chaussures, habillement...	A caractère commercial
Stiti Ali	Boulevard des Frères Makhlouf- route d'Alger	banque développement local, Crédit Populaire d'Algérie, la direction générale ENIEM, abattoir communal	Banque NATIXIS, banque Société Générale, hôtel Concorde, concessionnaire Renault	A caractère institutionnel et commercial
Frères Belhadj	Carrefour 20 Avril- rue Outaleb Amar	CNR, les assurances, la direction régionale SAA.	Pièces détachés, Electroménager,	A caractère commercial

**Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services :  
illustrée par la ville de Tizi-Ouzou**

			restauration, hôpital Mahmoudi, centre commercial Yennayer	
Ali Khodja	Rue des Frères Bouzidi- rue Outaleb Amar	ANEM, direction de la pêche, CTC, prison.	Médecins, fast food, textile, commerce de mercerie	A caractère commercial
Houari Boumediane	Rue Kerrad Rachid- rue Chekini Amar	Cinéma Djurdjura, CFPA Kerrad Rachid	Bijouteries, parfumeries, confiserie, habillements	A caractère culturel et commercial
Krim Belkacem	rond-point du 20 Avril jusqu'au carrefour de l'habitat.	CASNOS, SONELGZ, CNL, Banque CNEP	Centre commercial, Hôpital Mahmoudi	A caractère commercial
Chabane Ahcene	Avenue Terbouche Mourad- RN12	Inspection de travail, gendarmerie, ADE	Stations de service, pièces détachées, marché de proximité	A caractère commercial

Source : établi à partir des résultats de l'enquête

❖ Avenues et rues

Nous présenterons dans le tableau ci-dessous, deux avenues et certaines routes constituant la ville de Tizi-Ouzou.

Tableau n°03: Les avenues et rues

Avenues et rues	Situation	Services concentrés		Caractéristiques
		Services publics	Services privés	
Rue Frères BLHOCINE	Rue Kerrad Rachid- rue Tala Allam	Direction Cadastre, l'Académie, école El-Khenessa, résidence Universitaire, lycée Amirouche, maison de Presse	Agence de voyage, restaurant, station Boukhelfa, habillements traditionnels	A caractère éducatif
Rue Frères	Boulevard colonel	APC, direction du Tourisme,	Les Assurances,	A caractère

**Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services :  
illustrée par la ville de Tizi-Ouzou**

Slimani	Mellah- Carrefour du centre ville	chambre de l'Artisanat et des métiers	restauration	culturel
Avenue Larbi Ben M'hidi	Carrefour centre ville- route d'Alger	ONAT tourisme, la cour, commissariat central,	Habilllements, restauration, bijouteries	A caractère commercial
Avenue Abane Ramdane	Avenue Terbouche Mourad- Carrefour du centre ville	CNEP banque, CHU, OPGI, BNA	Centre commercial Djurdjura, station de service, marché fruits et légumes	A caractère commercial
CW100	Carrefour de l'habitat- rue Tala Bounane		Matériaux de construction	A caractère commercial
Rue Frères Ouamrane	Bd Krim Belkacem- rue Lamali Ahmed	Université Hasnaoua I, faculté de médecine	Ecole Ecomode, agence Aigle Azur, marché 1 <sup>er</sup> Novembre, restauration, Iris	A caractère éducatif et commercial
Rue Lamali Ahmed	Avenue Abane Ramdane- rue Frères Ouamrane	CHU, stade 1 <sup>er</sup> Novembre, CNAS, DJS	Professions libérales, fast food, commerces de détail	A caractère commercial

Source : établi à partir des résultats de l'enquête

La lecture des données représentées dans les deux tableaux ci-dessus nous montre :

- L'animation permanente de chaque axe, dépend principalement de sa position dans la trame urbaine et par le nombre d'équipements publics et d'activités commerciales qui renforcent son statut, exemple du boulevard Colonel Melah qui est en plein cœur de la ville, ponctuée par plusieurs services publics et privés ;

### ***Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services : illustrée par la ville de Tizi-Ouzou***

---

- Les infrastructures routières qui datent de la période de colonisation assurent à ce jour une grande dynamique urbaine, le cas de la grande rue qui reste la principale artère marchande de la ville ;
- Les routes sont étroites en général. Les boulevards de la ville de Tizi-Ouzou sont tracés sur deux voies au maximum : ceux de la période coloniale sont construits sur une seule voie, à l'inverse de nouveaux axes tels que le boulevard Krim Belkacem et boulevard Frères Belhadj qui sont tracés sur deux voies ;
- Les infrastructures routières de la ville de Tizi-Ouzou sont mal aménagées (inexistence sur certaines rues d'éclairage public, de trottoirs en mauvais état et mal entretenus, inondations dans la ville en période d'hiver faute de construction des routes..) ;
- La ville de Tizi-Ouzou souffre du problème de la dénomination des rues, exemple "boulevard des douze salopards" mais le nom officiel donné à cet important axe est « boulevard Frères Belhadj » ;
- L'absence d'une politique de la toponymie, d'où plusieurs rues de la ville n'ont pas eu le privilège de recevoir une identité. Pourtant comme le précise BOUDARENE Mahmoud : « *une politique toponymique invite à construire la mémoire collective et à écrire l'histoire. Des composants importants pour la promotion de la culture et de l'identité nationales.* »<sup>25</sup>.

La hiérarchie des boulevards, rues et avenues suivant leur degré d'attractivité dans l'ordre décroissant et intuitivement, nous pouvons classer ces axes de la façon suivante :

- Avenue Abane Ramdane;
- Boulevard Colonel Melah;
- Boulevard M<sup>ed</sup> Said Ouzefoun;
- Boulevard des Frères Belhadj ;
- Rue Frères Ouamrane ;
- Rue Lamali Ahmed ;
- Boulevard Stiti Ali ;

---

<sup>25</sup> BOUDARENE Mahmoud, le boulevard des "12 salopards" de Tizi-Ouzou : Une conséquence de la désastreuse politique publique de la toponymie en Algérie, 2013. Article de presse disponible en ligne sur <http://docteurboudarene.unblog.fr/2015/06/19/le-boulevard-des-12-salopards-de-tizi-ouzou-une-consequence-de-la-desastreuse-politique-publique-de-la-toponymie-en-algerie/>

### *Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services : illustrée par la ville de Tizi-Ouzou*

---

- Boulevard Houari Boumediane ;
- Rue Frères BLHOCINE;
- Boulevard Ali Khodja ;
- Rue Frères Slimani ;
- Avenue Larbi Ben M'hidi ;
- Boulevard Chabane Ahcene ;
- CW100.

Enfin, la lecture des différents tissus de la ville de Tizi-Ouzou depuis sa formation jusqu'à l'état actuel nous permet de déduire que l'ancienne ville se caractérise par sa poly-fonctionnalité, elle a regroupé durant longtemps toutes les fonctions de la ville : commandement administratif, socio-économique et financier.

À partir des années 1960, les plans d'urbanisme ont tenté de décongestionner ce tissu par l'adoption du principe de la séparation des fonctions en affectant à chacune d'elles une zone distincte ; c'est le cas de la nouvelle ville avec l'installation de nombreuses infrastructures (cliniques, directions et antennes administratives), et l'apparition de nouveaux axes marchands tels le boulevard des Frères Belhadj et le boulevard Krim Belkacem ; ce dernier constitue l'objet de la section suivante.

## *Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services : illustrée par la ville de Tizi-Ouzou*

### **Section 2 : Caractéristiques du boulevard Krim Belkacem**

Cette section illustre les principaux éléments qui caractérisent le boulevard Krim Belkacem.

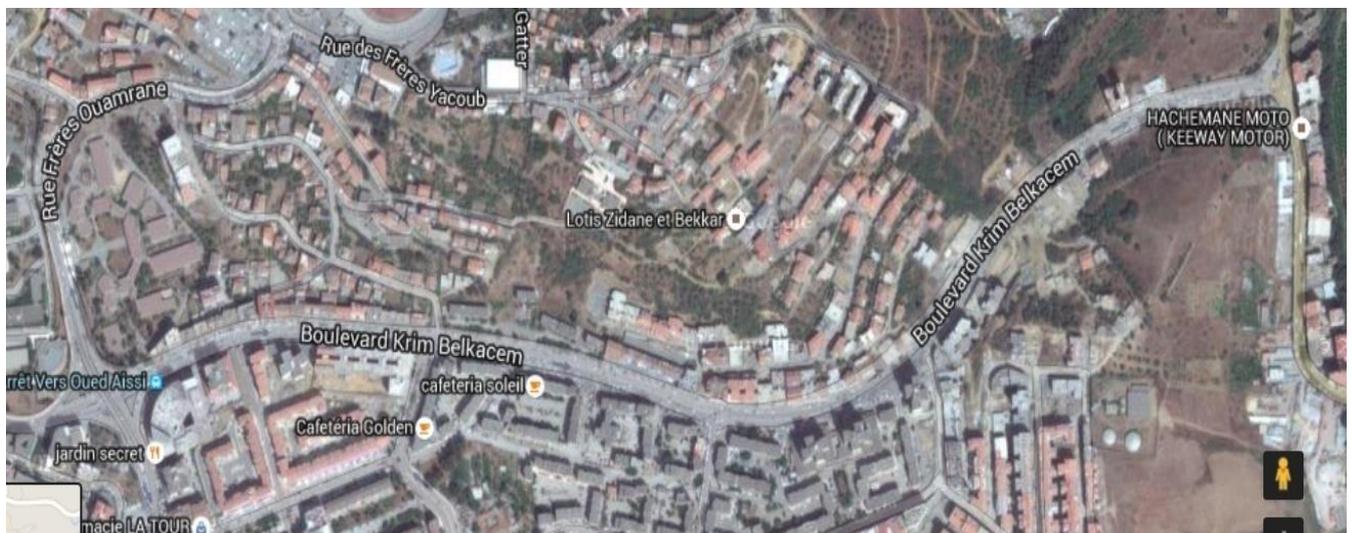
#### **2-1 Choix de la zone d'étude**

Un nouvel axe urbain à caractère commercial et résidentiel, il occupe une place stratégique dans le fonctionnement général, ainsi que dans le développement et dans l'extension de la ville de Tizi-Ouzou et ceci par sa position dans la trame urbaine, l'afflux important de population, vu l'importance du programme de logement de forte densité et déjà par la présence d'un équipement important qui est l'université.

#### **2-2 Situation géographique**

Le boulevard Krim Belkacem est situé au sud- Est du tissu urbain de la nouvelle ville de Tizi-Ouzou. Il relie l'axe transversal des Frères Belhadj et la rue des Frères Ouamrane. Il prend naissance du rond-point de l'Université jusqu'au carrefour de l'habitat.

Figure n°03 : Image numérique du boulevard Krim BelKacem



Source : Google Maps

#### **2-3 Création du boulevard Krim Belkacem**

Durant notre enquête, nous avons eu l'occasion de rencontrer le responsable de la direction de travaux publics et l'écrivain ATTAF Mohammed.

Le responsable de la direction de travaux publics nous a précisé que le boulevard Krim Belkacem était construit durant la période 1985-1986.

### **Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services : illustrée par la ville de Tizi-Ouzou**

Pour sa part, l'écrivain ATTAF Mohammed a mentionné : « dans les temps anciens, il y avait une petite rivière qui coulait à l'emplacement actuel du boulevard Krim Belkacem. Durant la période coloniale, toutes les terres bordant le boulevard Krim Belkacem, y compris le terrain où a été réalisée l'Université appelée de nos jours « Université Bastos » étaient la propriété de la ferme Bastos, du nom d'un célèbre colon résident à Tizi-Ouzou. ».

Il ajoute que « pendant la guerre de libération nationale, une partie de la ferme de Bastos était transformée en champ de tir où s'exerçaient les militaires de l'armée française. Dans les années 1980, il y avait une simple voie goudronnée qu'on appelait « la route d'évitement », parce qu'elle évitait aux automobilistes, qui allaient vers les villes de la Kabylie, de traverser le centre-ville de Tizi-Ouzou. ».

Ainsi, plus tard, avec l'extension de la ville, on fit un grand boulevard, à double voies qui vont du rond-point de l'Université jusqu'au carrefour de l'habitat.

#### **2-4 Réseaux et infrastructures**

La zone Krim Belkacem est dotée d'un ensemble d'infrastructures routières, de réseaux d'alimentation en eau potable et d'assainissement et d'un vaste programme d'habitat.

##### **2-4-1 Voirie**

La zone Krim Belkacem englobe l'axe principal (le boulevard Krim Belkacem) et des rues de desserte, permettant les liaisons internes et la circulation.

###### **a. Description du réseau**

La principale fonction des voies est la distribution et l'évacuation du trafic vers l'intérieur du périmètre d'étude.

Tableau n°04: Classification de la voirie

Désignation	Longueur du tronçon (ml)	Largeur de la chaussée (m)	État physique
Bd Krim Belkacem	1640	07 à 20 m	Goudronnée
Voie primaire	3625	08 à 10 m	Goudronnée
Voie secondaire		05 à 08 m	Goudronnée et en état de piste

Source : étude du plan d'occupation du sol zone Krim Belkacem POS U8/5, U8/6 et U8/7 commune de Tizi-Ouzou, 2005.

## *Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services : illustrée par la ville de Tizi-Ouzou*

---

### b. Les nœuds

Notre site d'étude est caractérisé par la présence de deux nœuds formés par le croisement au moins de deux voies.

#### 1. Nœud du 20 Avril

Il s'agit de la porte de l'extension Sud (nouvelle ville), c'est un nœud important matérialisé par un pont, car c'est l'intersection de trois voies qui sont : rue des Frères Ouamrane, Boulevard Krim Belkacem et rue des Frères Belhadj. Le pont a un caractère culturel avec des peintures représentant l'habitat kabyle.

#### 2. Nœud de la zone d'habitat

Cette place se trouve dans une position de liaison entre plusieurs axes (boulevard Krim Belkacem, Chemin de Wilaya 100 qui mène vers Béni Douala et vers d'autres régions et la rue Chabane). Cette place est ponctuée par quelques commerces, notamment commerce de matériaux de construction et elle constitue aussi une césure dans la continuité des masses bâties.

### **2-4-2 Réseau d'alimentation en eau potable**

Dans le POS Krim Belkacem (Nouvelle ville de TIZI OUZOU), nous retiendrons que le réseau de distribution en eau potable est alimenté à partir de la station de pompage BASTOS gérée par l'A.D.E. de Tizi-Ouzou. Les réservoirs existants, dans la station de pompage, desservent la nouvelle ville. Vu que la capacité de stockage des réservoirs existants, ne suffit pas à couvrir les besoins de la zone Krim Belkacem, un autre réservoir est projeté à une cote  $332.00 + 30 = 362.00$  m afin d'avoir des pressions convenables en n'importe quel point du réseau<sup>26</sup>.

### **2-4-3 Réseau d'assainissement**

Le POS Krim Belkacem porte aussi sur la collecte de toutes les eaux usées qui est d'origine domestique vers un seul point (Regard R8), qui à son tour ira va se raccorder sur le collecteur principal Est de Tizi-Ouzou déjà réalisé par la DHW en DN 1500 mm, entre le campus universitaire de l'habitat et la station-service Chabane. Ce collecteur principal se déverse directement dans la station d'épuration du pont de bougie (STEP 120 000 eq/hab)<sup>27</sup>.

---

<sup>26</sup> DUC Tizi-Ouzou, POS\_Krim Belkacem, 2005, P78.

<sup>27</sup> Idem, p104.

### **Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services : illustrée par la ville de Tizi-Ouzou**

En outre, une station d'épuration des eaux usées a été réalisée durant les années 1980, mais qui n'a jamais fonctionné.

#### **2-5 L'habitat**

La zone Krim Belkacem est destinée à recevoir un nombre important de logements. Selon l'écrivain ATTAF Mohammed « au 1989, la SONITEX (actuelle COTEX) de Draa Ben kheda a réalisé les premiers immeubles sur le boulevard Krim Belkacem pour loger une partie de son personnel ». Par la suite, il y a eu la réalisation de l'habitat collectif EPLF et OPGI, la création de lotissements tels que : Touat, Bouzar et Ameyoud.

Nous constatons également, l'apparition d'un nombre considérable de résidences privées telles que : résidence Izem, résidence Telleli, résidence Slimane Azem, résidence Thafsuth, résidence Ifri, résidence Chikh Al Hasnaoui...ces dernières sont réalisées par la volonté et la collaboration des habitants de ses localités OPGI, EPLF,...

Tableau n°05: Répartition du nombre de logements par typologie

Type de l'habitat	Nombre de Logements	Surface bâtie (m <sup>2</sup> )	Statut juridique
Habitat collectif à moyenne densité	380	20277	EPLF- OPGI
Les tours	331	4298	EPLF – Géni Sider
Habitat promotionnel	303	21772	Privé Ameyoud-promoteur Géni Sider
Les lotissements	394 (dont 22 existants)		Privé : Touat-Bouzar-Ameyoud

Source : étude du plan d'occupation du sol zone Krim Belkacem POS U8/5, U8/6 et U8/7 commune de Tizi-Ouzou, 2005.

#### **2-6 Les entreprises publiques et privées**

D'après l'inspection des impôts Colonel Ouamrane et celle de Krim Belkacem de la ville de Tizi-Ouzou, en 2015 le nombre de commerçants et d'entreprises qui existent sur la zone Krim Belkacem est de 725 à approximativement.

Sur le côté droit venant du carrefour 20 avril, il existe 665 activités, alors que sur le côté gauche il y a création d'environ 60 activités. Un chiffre qui nous apparaît faible mais qui peut s'expliquer par ce relief accidenté qui caractérise cet endroit et qui rend l'utilisation du terrain plus difficile et aussi par la concentration de villas à usage d'habitation.

### *Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services : illustrée par la ville de Tizi-Ouzou*

#### **2-6-1 Services publics**

La zone Krim Belkacem est dotée d'un ensemble d'équipements publics qui sont : l'Université Bastos, la poste, CASNOS, SONELGAZ, les domaines, commissariat de police, les inspections des impôts, CNL, mosquée, Mobilis, école primaire et CEM. D'autres projets en cours de réalisation tels que : la CNEP banque et la BADR.

#### **2-6-2 Services Privés**

Il existe une diversité de services privés mais les plus importants sont : le centre commercial Ali Ouarab, hôpital Chahid Mahmoudi, station de service, Djezzy, Ooredoo et AXA assurance...

- ❖ Dans le tableau ci-dessous, nous présenterons le nombre d'activités créées et d'activités fermées sur le côté droit allant du 20 Avril jusqu'à l'Habitat du boulevard Krim Belkacem entre l'année 2010-2015.

Tableau n°06: Nombre d'activités créées et fermées entre 2010-2015

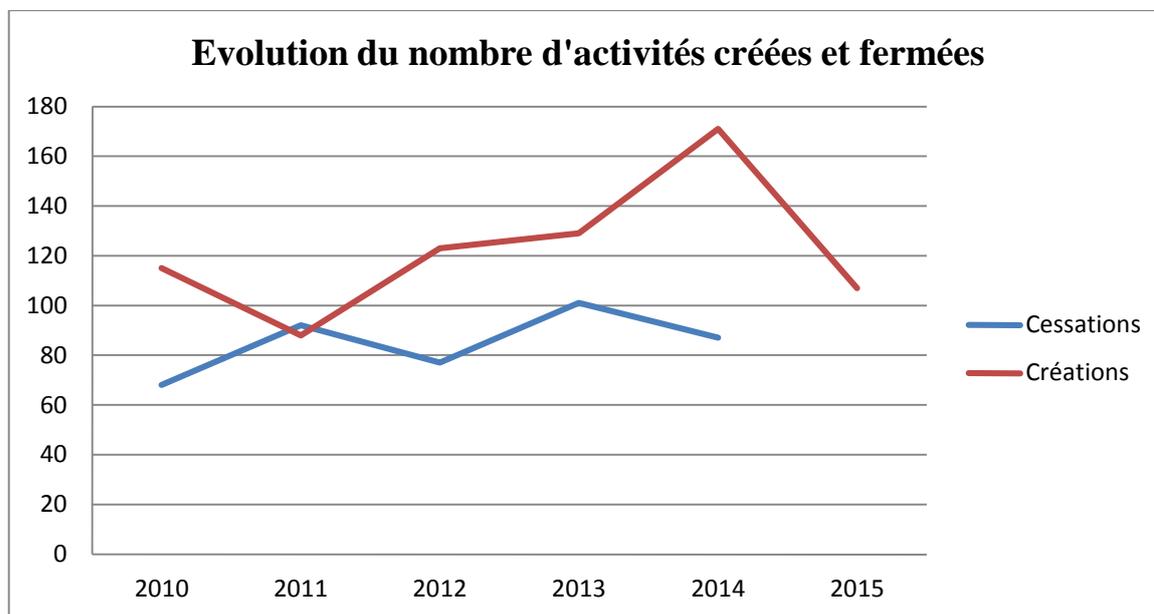
Année	Activités créées	Activités fermées
2010	115	68
2011	88	92
2012	123	77
2013	129	101
2014	171	87
2015(trois 1 <sup>er</sup> trimestres)	107	/

Source : l'inspection des impôts Colonel Ouamrane

Afin, de voir l'évolution du nombre d'activités créées et fermées nous présenterons le graphe suivant.

### Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services : illustrée par la ville de Tizi-Ouzou

Figure n°04 : Evolution du nombre d'activités créées et fermées entre 2010-2015



Source : l'inspection des impôts Colonel Ouamrane

Nous observons une évolution continue du nombre d'activités créées, en effet, la croissance enregistrée en 2014 atteint 171, en outre le nombre de fermetures est aussi considérable, en effet en 2013 il atteint 101 activités. Ces fluctuations dépendent de plusieurs facteurs que nous évoquerons dans la section suivante.

## *Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services : illustrée par la ville de Tizi-Ouzou*

---

### **Section 3 : Analyse de l'état des lieux du boulevard Krim Belkacem**

Dans la présente section, nous allons dégager les diverses observations développées à partir de l'enquête de terrain afin de la déceler pour obtenir des éléments de réponse, concernant la question relative à l'attractivité de la ville de Tizi-Ouzou (à travers le cas du boulevard Krim Belkacem).

#### **3-1 Méthodologie de l'enquête**

Notre enquête s'est déroulée sur la zone Krim Belkacem. Dans ce cas, nous avons opté pour une enquête par entretien et par questionnaire touchant différents acteurs (entreprises, commerçants, administrations, bureaux et cabinets).

Afin de déterminer la population mère retenue, nous avons eu recours aux informations fournies par l'inspection des impôts Krim Belkacem et celle de Colonel Ouamrane de la ville de Tizi-Ouzou, qui nous ont renseignés sur l'existence d'environ 725 activités de service (au 31/08/2015). Nous avons choisi de limiter la taille de notre échantillon à 55 acteurs, pour cela il nous est paru que la méthode "aléatoire" est la plus judicieuse à suivre ; cette méthode consiste à cibler un ensemble d'acteurs d'une manière aléatoire, sans tenir compte d'un critère particulier.

Cependant, vu les contraintes rencontrées sur le terrain concernant la non-coopération des acteurs enquêtés, nous avons dû restreindre notre enquête finale à 50 acteurs dont 24 commerçants, 22 entreprises, 2 cabinets et 2 bureaux. Ce chiffre représente 6.89% de l'échantillon total. Pour le traitement de ces données recueillies, nous avons utilisé le logiciel des enquêtes « sphinx plus<sup>2</sup> ».

Concernant les administrations publiques, en raison de la spécificité de leurs critères de localisation nous avons préféré faire un entretien direct avec les responsables de chaque direction concernée.

#### **3-2 Présentation du questionnaire**

Notre questionnaire d'enquête vise à structurer des réponses autour de l'attractivité du boulevard Krim Belkacem de la ville de Tizi-Ouzou et son apport au développement. Pour ce faire, nous avons structuré notre questionnaire en deux parties :

- ✓ La première partie : englobe les informations relatives à l'activité. Cette phase est une collection de données de base qui nous donne un aperçu sur les caractéristiques de

### *Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services : illustrée par la ville de Tizi-Ouzou*

l'activité qui nous permettront d'opérer une certaine classification pour les besoins de l'analyse.

- ✓ La deuxième partie : son objectif est de déceler la perception des acteurs par rapport à leur choix de localisation. Nous visons également à avoir le point de vue des acteurs quant à l'apport concret des projets dans la satisfaction de leurs besoins et leur attitude par rapport aux preneurs de décision. Nous les interrogeons dans cette partie sur ce qu'ils pensent être l'attractivité.

#### **3-3 Résultats de l'enquête**

Les résultats de notre enquête auprès des acteurs concernés après le traitement des questionnaires récupérés sont les suivants.

- **Informations relatives à l'activité**

Tableau n° 07 : Répartition des activités selon la qualité des enquêtés

<b>Qualité</b>	<b>Nb. cit.</b>	<b>Fréq.</b>
Entreprises	22	44,0%
Commerçants	24	48,0%
Cabinets	2	4,0%
Bureaux	2	4,0%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Source : établi par les résultats de l'enquête

Notre échantillon est composé de 50 activités dont la majorité est composée d'entreprises, avec 48.0% et les commerces avec 44% du total du résultat final.

Tableau n° 08 : Origine villageoise/régionale

<b>Origine</b>	<b>Nb. cit.</b>	<b>Fréq.</b>
Non réponse	2	4,0%
Internationale	3	6,0%
Nationale	7	14,0%
Régionale	38	76,0%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Source : établi à partir du résultat de l'enquête

### *Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services : illustrée par la ville de Tizi-Ouzou*

À partir de ces résultats, nous déduisons que la majorité des acteurs installés sur la zone Krim Belkacem sont originaires de la wilaya de Tizi-Ouzou avec un pourcentage de 76%, les nationaux sont de 14% et seulement 6% sont venus de l'étranger.

Tableau n° 09 : Nature juridique du bien immobilier

<b>Nature juridique</b>	Nb. cit.	Fréq.
Hérité	0	0,0%
acquis	9	18,0%
loué	41	82,0%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Source : établi à partir du résultat de l'enquête.

L'enquête révèle que 82.0% des acteurs sont des locataires du bien immobilier dans lequel ils exercent leur activité, contre 18.0% qui sont des propriétaires.

- **Informations relatives à l'attractivité du boulevard**

Tableau n° 10: L'activité exercée avant de s'installer au boulevard Krim Belkacem

<b>l'activité exercée ailleurs</b>	Nb. cit.	Fréq.
Non réponse	2	4,0%
1ère installation	24	48,0%
délocalisation vers le boulevard Krim Belkacem	13	26,0%
extention sur le boulevard Krim Belkacem	11	22,0%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Source : établi à partir de résultat de l'enquête.

Le tableau ci-dessus nous informe, que 48% des acteurs n'ont jamais exercé une activité commerciale auparavant, 26% d'entre eux ont délocalisé leurs activités et décidé de s'installer sur le boulevard Krim Belkacem et 11% ont choisi de faire une extension.

Tableau n° 11 : Attractivité du boulevard

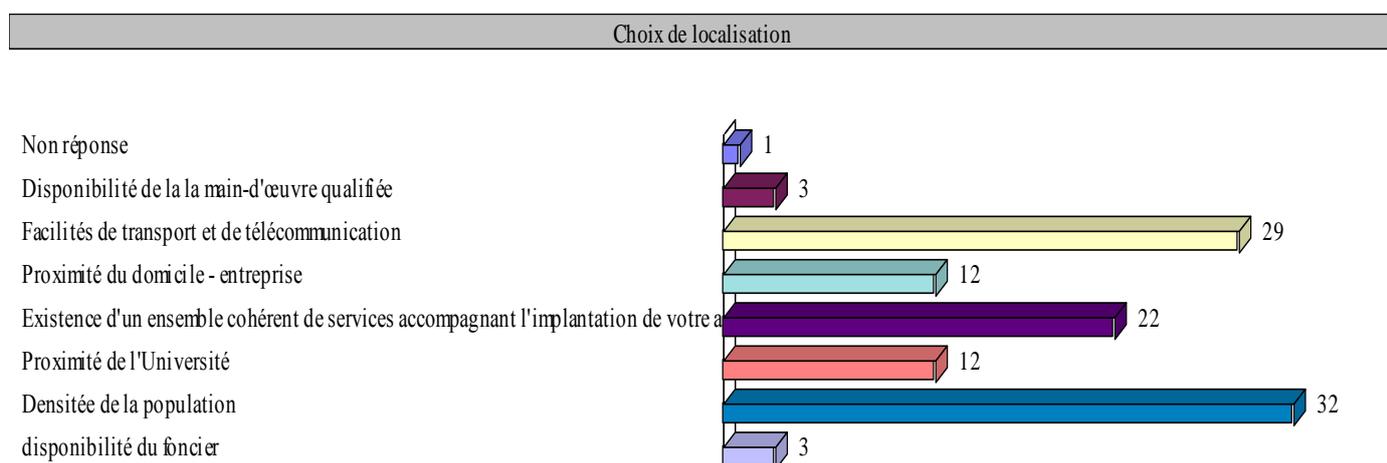
<b>Boulevard attractif</b>	Nb. cit.	Fréq.
Oui	40	80,0%
Non	10	20,0%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Source : établi à partir de résultat de l'enquête.

### *Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services : illustrée par la ville de Tizi-Ouzou*

La lecture des données représentées dans le tableau n° 11 nous montre, la majorité des acteurs soit 80% trouvent que le boulevard Krim Belkacem est attractif, et seulement 20% estiment que le boulevard n'est pas attractif.

Figure n° 05 : Les raisons du choix de localisation



Source : établi à partir de résultat de l'enquête.

La figure ci-dessus nous permet d'avoir les résultats de notre préoccupation concernant les facteurs d'attractivité du boulevard ; elle montre en effet que pour la plupart des interrogés soit 64% sont installés à cause de la densité de la population, 58% pour la facilité de transport et de télécommunication et 44% pour l'existence d'un ensemble cohérent de services accompagnant l'implantation de l'activité.

Ajoutant aussi la moindre importance donnée par les acteurs à la disponibilité de la main-d'œuvre qualifiée qui représente seulement 6%.

Tableau n° 12 : Motivation de l'installation

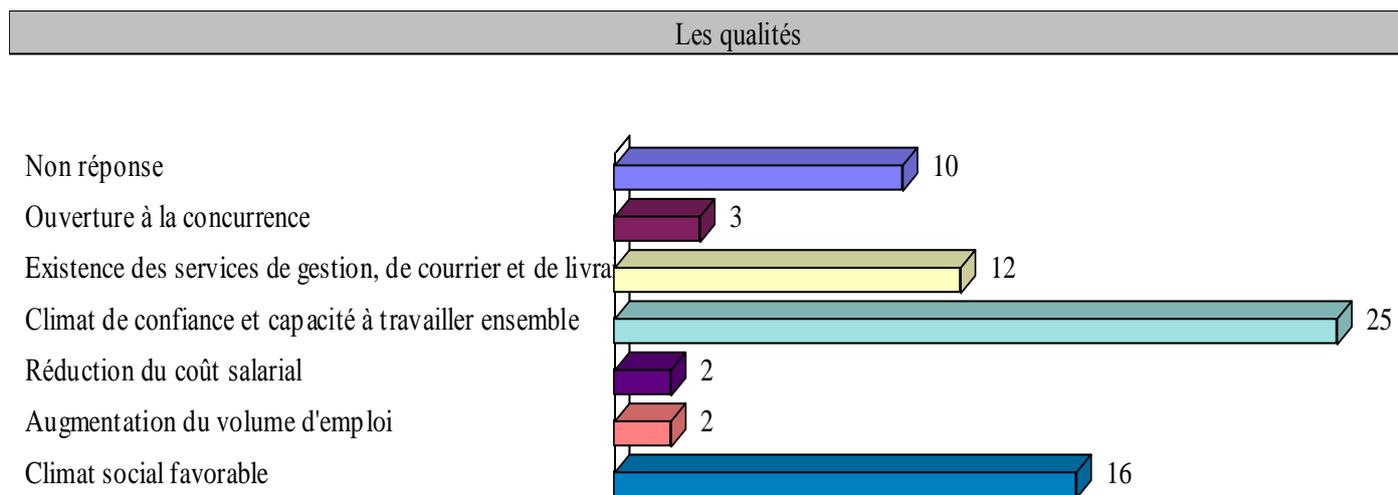
Motivation de votre installation	Nb. cit.	Fréq.
Non réponse	1	2,0%
opportunité	38	76,0%
conseil d'un ami/ un proche	3	6,0%
acquisition d'un local puis développement d'une activité	8	16,0%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Source : établi à partir de résultat de l'enquête.

### *Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services : illustrée par la ville de Tizi-Ouzou*

Le tableau ci-dessus, nous renseigne sur les éléments déclencheurs du choix de localisation. Soit 76.0% des interrogés cherchent l'opportunité et 16% s'y sont installés après l'acquisition du local.

**Figure n°06 :** les qualités nécessaires dont dispose le boulevard Krim Belkacem pour promouvoir l'activité.



Source : établi à partir du résultat de l'enquête.

À partir de ces résultats, nous pouvons dire que les principales qualités du boulevard Krim Belkacem selon les acteurs sont :

- Climat de confiance et capacité à travailler ensemble avec un taux de 50% ;
- Climat social favorable avec un taux de 32% ;
- Existence des services de gestion, de courrier et de livraison avec un taux de 24%.

**Tableau n° 13 :** Satisfaction du choix de localisation

Satisfaction du choix de localisation	Nb. cit.	Fréq.
Peu satisfait	9	18,0%
Moyennement satisfait	9	18,0%
Satisfait	32	64,0%
Très satisfait	0	0,0%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Source : établi à partir du résultat de l'enquête.

### *Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services : illustrée par la ville de Tizi-Ouzou*

Le tableau ci-dessus, nous indique que 64% des acteurs installés au boulevard Krim Belkacem sont satisfaits de leurs choix de localisation ; les 36% restants sont répartis entre peu et moyennement satisfaits.

Tableau n°14 : L'intension de changer le lieu d'activité

<b>Changement de lieu d'activité</b>	<b>Nb. cit.</b>	<b>Fréq.</b>
Oui	5	10,0%
Non	45	90,0%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Source : établi à partir du résultat de l'enquête.

D'après les résultats du tableau ci-dessus, il ressort que 90% des enquêtés ne cherchent pas à délocaliser du boulevard Krim Belkacem, contrairement à 10% qui veulent quitter et se relocaliser dans un autre endroit.

Tableau n°15 : La fluidité de circulation des personnes

<b>Niveau de fréquentation de personnes</b>	<b>Nb. cit.</b>	<b>Fréq.</b>
Non réponse	1	2,0%
Peu satisfaisant	11	22,0%
Moyennement satisfaisant	19	38,0%
Satisfaisant	19	38,0%
très satisfait	0	0,0%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Source : établi à partir du résultat de l'enquête.

La lecture des données représentées dans le tableau n°15 nous montre que, 38% des acteurs sont satisfaits et moyennement satisfaits du niveau de fréquentation de personnes.

#### **3-4 Analyse et discussion**

Les résultats de notre analyse globale ont démontré que la majorité des acteurs considèrent que le boulevard Krim Belkacem est attractif. Ces résultats s'expliquent par le fait que c'est un axe marchand en pleine expansion avec de nombreuses réalisations immobilières, infrastructures de services et de commerce qui permettent son animation continue.

En revanche, d'autres acteurs voient que ce boulevard n'est pas attractif en raison de son urbanisation anarchique, absence d'espaces verts, manque de sécurité et par la concentration ; auparavant, des activités illicites ont contribué à freiner son expansion.

### ***Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services : illustrée par la ville de Tizi-Ouzou***

---

Afin de bien mener notre analyse, nous avons pensé à diviser le boulevard Krim Belkacem selon le nombre de services concentrés et le niveau de fréquentation de la population en trois zones distinctes, qui sont :

#### Zone 01 (carrefour de l'habitat- immeuble Bekard)

Cette partie du boulevard n'y attire que peu de monde, occupée par deux ou trois immeubles et quelques activités de commerce de gros et demi-gros telle que : concessionnaire Hyundai, vente de matériel électrique, fabrication de portes en bois et importation de blocs portes techniques , ...ces derniers, leur niveau de loyer varient entre (20000.00-35000.00)Da/mois.

Cette zone n'est pas complètement aménagée et à part la circulation automobile, elle est presque toujours déserte.

#### Zone 02 : (immeuble Bekard- immeubles COTEX)

Entourée de bâtiments à usage d'habitation et commercial tout au long de cette partie du boulevard, sur les deux côtés le rez-de-chaussée est destiné aux surfaces commerciales et le 1<sup>er</sup> étage utilisé pour bureaux de toute fonction libérale.

La diversité des services et la concentration de certaines activités telles que (vente de pièces détachées, boiserie, électroménager et peinture) permettent à cette zone sa dynamique et son animation continue.

En outre, le niveau de loyer se situe entre (30000.00-50000.00) Da/mois.

#### Zone 03 : (immeubles COTEX- carrefour 20 Avril)

C'est la partie la plus dynamique et fréquentée du boulevard Krim Belkacem, vu sa position dans la trame urbaine, le niveau du loyer des locaux est très élevé (45000.00-100000.00) Da comparativement aux zones précédentes.

Les deux côtés du boulevard sont occupés par des immeubles à usage d'habitation et commercial ou seulement à caractère commercial, cette zone est caractérisée par la diversité de services publics et privés d'où la concentration de commerce de détail, ainsi, l'Université, la station d'Oued Aissi et le centre commercial sont les principaux facteurs qui ont fait son mouvement permanent.

### *Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services : illustrée par la ville de Tizi-Ouzou*

---

Nous tenons à préciser que le niveau du loyer dans les trois zones, est déterminé selon la superficie du local et son emplacement mais aussi se diffère d'un immeuble à un autre selon la volonté du propriétaire.

Aussi, nous notons que dans la majorité des cas, le loyer mensuel payé par les locataires est différent de celui indiqué dans leur contrat de location. En effet, ce dernier est beaucoup inférieur et il se situe entre (7000.00-9000.00) Da/mois.

Cependant, pour répondre à la question de l'attractivité du boulevard Krim Belkacem, en comparant les résultats de notre enquête, nous arrivons à déterminer deux points essentiels qui sont : les facteurs qui menacent l'attractivité et les facteurs qui favorisent l'attractivité du boulevard.

#### 1) Les facteurs qui menacent l'attractivité du boulevard Krim Belkacem :

- L'inexistence d'une stratégie de marketing territorial réside essentiellement dans le manque d'une culture d'ouverture et de partage des informations de la part des acteurs locaux;
- Absence d'une collaboration entre les acteurs locaux en vue d'améliorer leur mode de vie et de satisfaire leurs besoins ;
- Le boulevard n'est pas très agréable pendant la nuit. Tout est fermé et le silence est bien plus profond ;
- A travers le tableau d'évolution du nombre d'entreprises créées et fermées entre 2010-2015 que nous avons présenté dans la section deux, nous déduisons que le boulevard Krim Belkacem a une force capable d'attirer de nouvelles activités mais il n'a pas la capacité de les retenir sur une longue durée. Autrement dit, le boulevard Krim Belkacem ne dispose pas de certains facteurs comme (manque de sécurité, la cherté du loyer, manque d'équilibre entre les activités...) qui permettent le maintien et le bon fonctionnement de ces activités ;
- Pénurie de main d'œuvre qualifiée qui est souvent suivie par une mauvaise qualité de services offerts ;
- Trente ans après, le boulevard n'est pas complètement aménagé et il est toujours en pleine expansion ;
- Aucune réglementation en vigueur ne permet de délimiter pour chaque zone le niveau du loyer à appliquer aux locaux à usage commercial. De ce fait, certaines inspections des impôts déterminent une fourchette, en se référant aux normes établies par une

### ***Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services : illustrée par la ville de Tizi-Ouzou***

---

analyse du terrain. A titre d'exemple, le niveau du loyer selon le responsable de l'inspection des impôts Krim Belkacem se varie entre (10000.00- 50000.00) Da/mois ;

- Seulement 14% des acteurs installés sur le boulevard Krim Belkacem sont hors wilaya venus généralement de Sétif, Alger, Blida en vue de l'extension de leurs activités ;
- Sur 725 activités, il n'existe que trois firmes multinationales (deux agences de télécommunications : Djazzy, Ooredoo et l'agence Française des assurances AXA).

#### 2) Les facteurs qui favorisent l'attractivité du boulevard

- Dotation de réseau d'accessibilité, infrastructures de transports et de télécommunications ;
- Il attire un nombre considérable d'investisseurs, du fait que 26% des acteurs ont choisi de se délocaliser d'un endroit (boulevard, ville, région) pour s'installer sur la zone Krim Belkacem. D'autres acteurs, soit 22% ont choisi de faire l'extension de leur activité ;
- Densité de population importante et climat social favorable ;
- Disponibilité d'un grand nombre de services diversifiés. ;
- Le boulevard se présente comme une des entrées principales à la ville de Tizi-Ouzou ;
- Nouvelles bâtisses à caractère résidentiel et commercial sont en cours de réalisation, vont permettre la naissance et l'émergence de nouvelles activités.

### *Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services : illustrée par la ville de Tizi-Ouzou*

---

#### **Conclusion**

La ville de Tizi-Ouzou est relativement récente, son développement est dû à l'augmentation de la population urbaine d'une part et à la croissance économique, d'autre part.

Depuis l'indépendance, la ville de Tizi-Ouzou a connu une croissance très rapide ; cela a engendré une urbanisation anarchique d'une architecture réduite en matière de fonction et de forme, n'ayant aucun rapport avec l'urbain.

Par ailleurs, l'enquête menée nous a permis de dégager, les véritables prétextes qui influencent l'attractivité du boulevard Krim Belkacem.

A travers l'analyse des résultats obtenus, il en ressort que le boulevard Krim Belkacem est attractif vu les nouvelles réalisations résidentielles et commerciales dans les deux côtés du boulevard et la concentration d'un grand nombre de services publics et privés. Précisément il attire les acteurs locaux c'est-à-dire ceux qui habitent ou qui sont d'origine de la wilaya de Tizi-Ouzou, mais il ne dispose pas de critères nécessaires permettant d'attirer et de retenir les investisseurs nationaux et étrangers. En effet, la situation géographique, l'offre urbaine (espaces publics, équipements, services, commerces, etc.), le cadre de vie, la sécurité, constituent des éléments décisifs dans les choix de localisation des entreprises.

Enfin, le boulevard Krim Belkacem a un potentiel d'attractivité qu'il vaudrait la peine de considérer et de mettre en valeur. Aussi, ce lieu, une fois rendu plus attractif, sera capable de rayonner à une échelle plus vaste que celle du quartier.

# *Conclusion générale*

### **Conclusion générale**

L'objectif initial de cette recherche était de comprendre si les services publics et privés, marchands et non marchands à Tizi-Ouzou agissent sur l'attractivité de ses quartiers, puis de voir ce que cela peut impliquer au niveau du fonctionnement de la ville. Nous avons dû pour cela développer une méthodologie d'étude, à partir des données disponibles à Tizi-Ouzou. Nous sommes partis des définitions d'attractivité, des activités de service, de l'urbanisme commercial et du développement local pour mettre en place une méthode inductive.

Lors de notre recherche théorique, il ressort que la question de l'attractivité apparaît comme une piste féconde pour le développement des villes. Pour renforcer l'attractivité, il faut insister sur l'offre territoriale et les attentes des populations. Pour cela, les collectivités locales doivent mettre en œuvre un réel effort lié au maintien des équipements et services publics et privés, à l'amélioration du cadre de vie, à la réorganisation de l'accessibilité avec le développement des transports en commun. Ainsi nous pouvons ajouter d'autres actions très concrètes telles que : la valorisation des composantes paysagères de l'espace qui permet l'amélioration de l'image de la ville.

L'activité tertiaire est porteuse de dynamisme pour les villes. Principale source d'emplois, elle est facteur de bien-être social et de création de revenu. Elle contribue aussi au maillage du tissu économique et social et renforce la solidarité des acteurs économiques urbains. Cependant, son rayonnement dépend de certains facteurs tels que : accès à la main d'œuvre qualifiée, amélioration de l'information, disponibilité de l'infrastructure routière et communication, développement de nouvelles technologies...

Par rapport à l'urbanisme commercial nous concluons, que celui-ci a pour vocation de créer un aménagement commercial harmonieux sur le territoire. Les espaces commerciaux sont ainsi mieux définis et réglementés, en limitant notamment d'éventuelles nuisances (pollution visuelle, concurrence envers le petit commerce, difficulté de circulation, etc).

En outre, le développement local est un processus utilisant les initiatives locales, à travers la mobilisation des acteurs publics et privés qui visent à améliorer leur mode de vie et assurer leurs besoins essentiels. Cependant avec la concurrence exacerbée entre les territoires, la capacité à faire venir et à retenir hommes et entreprises apparaît désormais comme un enjeu primordial dans les stratégies de développement local.

## *Conclusion générale*

---

Dans le cadre de notre recherche, Tizi-Ouzou, en tant que ville, joue bien un rôle fondamental dans l'organisation et l'encadrement de sa région, car, elle offre, outre l'habitat, divers types d'emplois et de services indispensables aussi bien pour ses propres habitants que pour ceux de sa périphérie au sens large.

Par ses différentes vocations (commandement, universitaire, politique, culturelle...), la ville de Tizi-Ouzou est caractérisée par un grand flux migratoire pendulaire et elle est dotée d'une immense population estudiantine.

Suite à notre recherche, nous sommes en mesure de conclure que le boulevard Krim Belkacem permet une attractivité locale, du fait que la majorité des investisseurs installés viennent de la région, cela va de même pour le reste de la ville de Tizi-Ouzou. Ce boulevard rentre en concurrence avec les autres boulevards tels que : boulevards Stiti, boulevard des Frères Belhadj, boulevard Annar Amellal, avenue Abane Ramdane, rue des Frères Beggaz, etc.

L'handicap majeur qui freine la ville de Tizi-Ouzou réside dans les difficultés à attirer des investissements nationaux et étrangers. Cela est dû à l'absence de certains facteurs d'attractivité qui favorisent l'implantation de ces investisseurs (sécurité, foncier industriel...).

Dans plusieurs pays en développement, ce qui est le cas de Tizi-Ouzou, les villes moyennes ont pour fonction de jouer le rôle de filtre des flux de ruraux vers la métropole, d'où leur difficulté d'accès au processus de mondialisation<sup>1</sup>.

En guise de conclusion, l'activité tertiaire est un élément-clé dans l'attractivité régionale de la ville de Tizi-Ouzou.

Ce n'est pas un master professionnel, mais pour bien agir et dans le but de renforcer cette attractivité, nous nous permettons de formuler quelques propositions :

### ✓ **Le développement du transport en commun**

Pour renforcer l'attractivité, le transport en commun est une solution durable permettant de concilier les besoins de déplacement. Il contribue donc au dynamisme et au

---

<sup>1</sup> TEMMAR.A, Tizi-Ouzou à l'heure de la mondialisation. Article de presse disponible sur, <http://www.depechedekabylie.com/evenement/47306-tizi-ouzou-a-lheure-de-la-mondialisation.html#kwb4HyZU8Hqwm5jx.99>

## ***Conclusion générale***

---

développement de la ville et ce, pour plusieurs raisons. D'abord, il permet d'améliorer la qualité de l'environnement et de préserver les ressources énergétiques. Il contribue à la réduction de la pollution de l'air.

✓ **Développement de l'infrastructure routière et de communication, y compris les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC)**

L'Etat doit favoriser le développement de l'infrastructure routière, et acquérir de nouvelles technologies (NTIC) par la mobilisation de capitaux pour permettre aux investisseurs privés, nationaux et étrangers de venir s'y installer.

✓ **Encourager la politique de renouvellement urbain tout en respectant l'identité de la ville**

La rénovation urbaine permet d'améliorer l'image de la ville. Elle se fait par le renouvellement du patrimoine bâti le plus dégradé pour lui substituer des constructions neuves tout en respectant l'histoire, la culture et l'identité de sa population.

✓ **Rendre la ville durable pour qu'elle devienne plus attractive**

Respecter l'environnement naturel, à travers par exemple, la création d'un système de transport durable, ainsi qu'un système de collecte des déchets et de gestion du cycle de l'eau.

✓ **La promotion de l'attractivité par les médias**

Les medias sont des partenaires privés importants dans la construction de l'attractivité, en effet, ils peuvent attirer l'attention du public vers un lieu plutôt vers un autre endroit.

# *Bibliographie*

## Bibliographie

### • Les Ouvrages

1. ATTAF Mohammed, « Tizi-Ouzou à travers les âges », édition DALIMEN, 2014.
2. Collectif DAHMANI, « Tizi-Ouzou : fondation, croissance, développement », édition AURASSI, DBK Tizi-Ouzou, 1993.
3. DIOP Amadou, « Développement local, gouvernance territoriale : enjeux et perspectives », édition Karthala, 2008.
4. Fabrice HATEM, « Le marketing territorial : principes, méthodes et pratiques », EMS, 2007.
5. FEREDJ Mohamed Seghir, « Histoire de Tizi-Ouzou (histoire de la ville et de sa région) des origines à 1954 », édition Entreprise Algérienne de presse, 1990.
6. HOUEE Paul, « Le développement local au défi de la mondialisation », édition l'Harmattan, 2002.
7. JOYAL André, « Le développement local : comment stimuler l'économie des régions en difficulté », édition UQRS, 2002.
8. KEMEL Philippe, « Rapport d'information sur l'investissement étranger en France », édition Assemblée nationale, 2015
9. LAZAREV Grigori et ARAB Mouloud, « Développement local et communautés rurales : Approches et instruments pour une dynamique de concertation », édition Karthala, 2002.
10. MEZOUAGHI Mihoub, « Les localisations industrielles au Maghreb : Attractivité, agglomération et territoires », édition Karthala, 2009.
11. TEISSERENC Pierre, « Les politiques de développement local : approche sociologique », édition Economica, 1994.
12. TOURJANSKY-CBART Laure, « Le développement économique local, presse universitaire de France », édition l'Harmattan, 1996.

### • Thèses et mémoires

13. ABBACI Samira, « Les inégalités écologiques en milieu urbain et leur impact sur l'attractivité des quartiers cas d'étude : Annaba », mémoire de magister, 2013.
14. ADJIOUAT Rezika, « L'attractivité territoriale et culturelle de la ville de Tizi-Ouzou dans une problématique de métropole », mémoire de master, UMMTO, 2013.
15. AGHARMIOU-RAHMOUN Naïma, « La planification urbaine à travers les PDAU-POS et la problématique de la croissance et de l'interaction ville/ villages en Algérie. Référence empirique à la wilaya de Tizi-Ouzou », thèse de doctorat, UMMTO, 2013.
16. AOUINE Leila, SADOK Karima, TOULOUIN Razika et ZERMONT Ratiba, « Un projet urbain pour une capitale régionale », département d'architecture, mémoire de master, UMMTO, 2006.
17. BENYAHIA Razika, DJOUDER Fahima, « Une ville nouvelle pour la nouvelle ville de Tizi-Ouzou », département d'architecture, mémoire de master, UMMTO, 2000.

18. Boudiaf Amina, « Le marketing au service des collectivités territoriales pour un développement local », mémoire de magister, UMMTO, 2014.
19. HAMITI Hamid, « La PME facteur de développement local : étude du cas de couloir Est de Sébaou », mémoire de magister, UMMTO, 2013.
20. MAACHA Dehbia, « Emergence d'un réseau et d'un pôle urbains régionaux : Référence empirique à la Grande-Kabylie », thèse de doctorat, UMMTO, 2013.
21. OUALIKENE Slim, « Urbanisation, migrations et formes nouvelles d'organisation de l'espace économique : le cas d'une région d'Algérie : la wilaya de Tizi-Ouzou », thèse de doctorat, Université de Paris I Panthéon-Sorbonne, 1987.
22. SOLTANE Khaled, « L'investissement local et dynamique des territoires cas de Constantine », mémoire de poste-graduation, université Mentouri Constantine, 2007.
23. SI MOHAMMED Djamel, « La croissance urbaine d'une ville d'Algérie : Tizi-Ouzou », thèse de doctorat, Université de Bordeaux, 1987.
24. YANNICK FELIX Pegui, « Gouvernance locale et attractivité territoriales des entreprises : cas de la ville Douala », mémoire de Master II en sciences économiques, Université de Yaounde II, 2012.

- **Revues**

25. DAHMANI Mohamed, « Tizi-Ouzou: De la ségrégation raciale à «L'émancipation urbaine» (1844-1962) », revue campus UMMTO N°3.
26. PHILIPPE Jean et YVES LEO Pierre, « Activités de services et métropoles : constats et interrogations, Revue canadienne des sciences régionales », 1999.

- **Articles et rapports**

27. AMROUNI Hassina, « La capitale des genêts : Tizi-Ouzou », 2013.
28. BEN ABDERRAHMANE, « Gouvernance locale ». Sur <http://politics-constantine.yolasite.com/resources/R%C3%A9sum%C3%A9%20Cours%20gouvernance%20locale%202013-2014%20Master%201.doc>
29. BOUDARENE Mahmoud, « Le boulevard des "12 salopards" de Tizi Ouzou : Une conséquence de la désastreuse politique publique de la toponymie en Algérie », 2013.
30. BOUTIN-KUHLMANN Raphaël, « Qu'est ce que le développement local ? ». Disponible sur : [http://www.devab.org/moodle/pluginfile.php/163/mod\\_resource/content/1/ABILE\\_Synth%C3%A8se\\_developpement\\_local.pdf](http://www.devab.org/moodle/pluginfile.php/163/mod_resource/content/1/ABILE_Synth%C3%A8se_developpement_local.pdf)
31. CHARLES Jean, PRIGENT Lionel et THOUMENT Hervé, « Les nouveaux facteurs d'attractivité dans le jeu de la mondialisation ». Disponible [http://www.gemdev.org/publications/cahiers/pdf/20/Cah\\_20\\_Michalet.pdf](http://www.gemdev.org/publications/cahiers/pdf/20/Cah_20_Michalet.pdf)
32. CONTE Bernard, « le concept de développement ». Disponible sur : [http://conte.u-bordeaux4.fr/Enseig/Lic-ecod/docs\\_pdf/LeConceptDeDeveloppement.pdf](http://conte.u-bordeaux4.fr/Enseig/Lic-ecod/docs_pdf/LeConceptDeDeveloppement.pdf)
33. Direction générale de la veille stratégique, des études économiques et des statistiques, « Développement local : concepts, stratégies et benchmarking », rapport n°1, 2011.

34. DOUMANE Said, «Tizi-Ouzou: historique d'un col et son urbanisation ». Disponible sur <http://insaniyat.crascdz/pdfs/54-doumane.pdf>
  35. Fondation Rues principales, « L'urbanisme commercial dans le contexte du développement durable », 2007.
  36. FRIBOULET Jean-Jacques, « La construction de l'attractivité : une analyse en termes de capacité », 2010.
  37. HATEM Fabrice, « Attractivité : de quoi parlons-nous ? », 2004.
  38. HERVE Alexander, CUSIN François et JUILLARD Claire, « L'attractivité résidentielle ». Disponible sur [http://www.fondation.dauphine.fr/fileadmin/mediatheque/doc\\_pdf/publications/immobilier/rapport\\_attractivite\\_residentielle\\_alexander\\_cusin\\_juillard\\_2010.pdf](http://www.fondation.dauphine.fr/fileadmin/mediatheque/doc_pdf/publications/immobilier/rapport_attractivite_residentielle_alexander_cusin_juillard_2010.pdf)
  39. LEON Alain, SAUVIN Thierry, « L'entreprise et son empreinte territoriale : quelle politique d'attractivité ? », 2010.
  40. LESSEPS Ferdinand, « L'attractivité des villes », 2010.
  41. MICHALET Charles-Albert, « Globalisation, attractivité et politique industrielle ».
  42. OCDE, « Financer le développement local », 2007.
  43. POIROT Jacques, GERARDIN Hubert, « L'attractivité des territoires : un concept multidimensionnel », Mondes en développement 2010.
  44. SCOTTI Edgar, « Tizi-Ouzou porte et capitale de la grande Kabylie ». Disponible [http://babelouedstory.com/voix\\_du\\_bled/tiziouzou/tiziouzou.html](http://babelouedstory.com/voix_du_bled/tiziouzou/tiziouzou.html)
  45. TEMMAR.A, « Tizi-Ouzou à l'heure de la mondialisation », 2015.
  46. Rapport Oued Falli, Tizi-Ouzou, 2001.
  47. WALID BEN CHEIKH AHMED, les services, les produits et les attraits touristiques, 2007.
- **Autres documents**
    48. Annuaire statistique de la wilaya de Tizi-Ouzou, 2013.
    49. DAHMANI Mohamed, séminaire « Connaissances des territoires », faculté des sciences économiques, UMMTO, 2015.
    50. HAMMOUCHI Sofiane, dialogue Euro Méditerranéen de Management Public-MED6, Culture pour le changement, changement par la culture, Marseille, 6-7-8 Octobre 2013, gouvernance territoriale et développement local dans la wilaya de BEJAIA : quel état des lieux ?, Université A. Mira- Bejaia.
    51. GUERBOUB Djahida, dialogue Euro Méditerranéen de Management Public-MED6, Culture pour le changement, changement par la culture, Marseille, 2013.
    52. Journal Officiel de la République Algérienne n° 15.
    53. Plan d'Occupation des Sols (POS) Krim Belkacem, DUC Tizi-Ouzou, 2005.
    54. Plan Directeur d'Aménagement et d'Urbanisme de Tizi-Ouzou (PDAU, 2008.
    55. SMATI Abdelbaki, « Nature du développement local et rôle des collectivités locales dans son financement », recherche économique et managériale n°5, 2008.

- **Sites internet**

- <https://fr.wikipedia.org>
- <http://www.esc-alger.dz/contribution%20ensgnt/hemissi/SUPPORT-DE-COURS-DOMAINES-DE-LA-SPHERE-PUBLIQUE.pdf>
- <http://lpstpierre.pagesperso-orange.fr/mercatique/urbanisme%20commercial.doc>
- [http://www.vitamedz.com/anciennes-photos-tizi-ouzou-avant-1962/Articles\\_20155\\_2287190\\_15\\_1.html](http://www.vitamedz.com/anciennes-photos-tizi-ouzou-avant-1962/Articles_20155_2287190_15_1.html)

## Liste des abréviations

ADE: Algérienne Des Eaux

ANEM: Agence Nationale de l'Emploi

APC: Assemblée Populaire Communale

BADR : Banque d'Agriculture et de Développement Rural

BNA : Banque Nationale d'Algérie

CASNOS : Caisse Nationale de Sécurité Sociale des Non Salariés

CEM : Collège d'Enseignement Moyen

CFPA: Centre de Formation Professionnelle et Apprentissage

CHU: Centre Hospitalier Universitaire

CNEP : Caisse Nationale d'Epargne et de Prévoyance

CNL : Caisse Nationale du Logement

CNR : Caisse Nationale des Retraites

CTC : Contrôle Technique de la Construction

DÉC : Développement Economique Communautaire

DHW : Direction Hydraulique de la Wilaya

DIACT : Délégation Interministérielle à l'Aménagement et à la Compétitivité des Territoires

DN : Distribution Numérique

ENIEM : Entreprise Nationale des Industries et d'Electroménager

EPLF : Entreprise Promotionnelle des Logements Familials

FDL : Fond de Développement Local

HLM : Habitat à Loyer Modéré

ITE : Institue of Transportation Engineers

ITHT : Institue de Technologie Hôtelière et Touristique

OCDE : Organisation de Coopération et de Développement Economiques

OPGI: Office de Promotion et de Gestion Immobilière

ONAT : Office National Algérien du Tourisme

PCD : Plans Communaux de Développement

PDAU : Plan Directeur d'Aménagement et d'Urbanisme

PIL : Programmes d'Industries Locales

PME : Petite et Moyenne Entreprise

PMI : Petite et Moyenne Industrie

POS : Plan d'Occupation du Sol

PTT : Postes, Télégraphes et Téléphones

PSRE : Plan de Soutien à la Relance Economique

PUD : Plan d'Urbanisme Directeur

RGPH : Recensement Global Population et Habitat

SAA : Société Nationale d'Assurance

SONELGZ: Société Nationale de l'Electricité et du Gaz

STEP: Station d'Epuration des eaux usées

ZHUN: Zones d'Habitat Urbain Nouvelle

## Liste des tableaux

Tableau n°0 1 : Les indicateurs de mesure de l'attractivité.....	13
Tableau n°0 2 : Les boulevards de la ville de Tizi-Ouzou.....	64
Tableau n°03 : Les avenues et rues .....	65
Tableau n°04 : Classification de voirie.....	70
Tableau n°05 : Répartition du nombre de logements par typologie.....	72
Tableau n°06 : Nombre d'entreprises créées et fermées entre 2010-2015.....	73
Tableau n°07 : Répartition des activités selon qualité.....	76
Tableau n°0 8: Origine villageoise/régionale.....	76
Tableau n° 09 : Nature juridique du bien immobilier.....	77
Tableau n° 10 : L'activité exercée avant de s'installer au boulevard Krim Belkacem.....	77
Tableau n° 11 : Attractivité du boulevard.....	77
Tableau n° 12 : Motivation de l'installation.....	78
Tableau n° 13: Satisfaction du choix de localisation .....	79
Tableau n° 14: L'intension de changer le lieu d'activité.....	80
Tableau n° 15 : La fluidité de circulation des personnes.....	80

## Liste des figures

Figure n°01: Complémentarités entre trois approches de l'attractivité.....	12
Figure n°0 2 : Articulation ascendante et descendante développement local et attractivité.....	44
Figure n°03 : Image numérique du boulevard Krim BelKacem.....	69
Figure n°04 : Evolution du nombre d'entreprises créées et fermées entre 2010-2015.....	74
Figure n°05 : Les raisons de choix de localisation.....	78
Figure n°06 : les qualités nécessaires que dispose le boulevard Krim Belkacem pour promouvoir l'activité.....	79

## Liste des photos

Photo n°01 : Bordj Turc .....	50
Photo n°02 : Mosquée Lala Saïda .....	51
Photo n°03 : Fontaine Ain Sultane .....	52
Photo n°04 : Souk Sebt .....	53
Photo n°05 : La grande Rue .....	55
Photo n°06: Avenue Beau prêtre.....	55
Photo n° 07 : Rue de la paix .....	56
Photo n° 08 : La poste .....	57
Photo n° 09 : Palais de justice .....	58
Photo n°10: Banque de crédit foncier .....	58
Photo n° 11 : Hôtel du Square .....	59
Photo n° 12 : La gare .....	60
Photo n°13 : Le marché couvert.....	61

# *Annexes*





## Enquête sur l'attractivité de la ville de Tizi-Ouzou

Août 2015, Université Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou  
Master: Développement local, tourisme et valorisation du patrimoine

Votre avis nous intéresse !

*L'attractivité d'un territoire est sa capacité à attirer à un moment donné l'implantation d'entreprises, d'habitants ou de touristes.*

*Pour savoir dans quelle mesure le Boulevard Krim Belkacem est il attractif, nous vous prions de nous accorder quelques minutes de votre temps pour répondre à ce questionnaire.*

### Informations relatives à l'attractivité du boulevard

#### 8. Le Boulevard Krim Belkacem est-il selon vous un territoire attractif ?

- 1.Oui  2.Non

#### 9. Précisez (si possible):

#### 10. Pour quelles raisons avez-vous choisi cet endroit pour vous localiser ?

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1.Disponibilité de la main-d'œuvre qualifiée | <input type="checkbox"/> 2.Facilités de transport et de télécommunication   |
| <input type="checkbox"/> 3.Proximité du domicile - entreprise         | <input type="checkbox"/> 4.Existence d'un ensemble cohérent de services accompagnant l'implantation de votre activité |
| <input type="checkbox"/> 5.Proximité de l'Université                  | <input type="checkbox"/> 6.Densité de la population   |
| <input type="checkbox"/> 7.disponibilité du foncier                   |   |

#### 11. Qu'est ce qui a motivé votre installation ?

- 1.opportunité  2.conseil d'un ami/ un proche  
 3.acquisition d'un local puis développement d'une activité

#### 12. Selon vous, est ce que le Boulevard Krim Belkacem dispose des qualités nécessaires suivantes, pour promouvoir votre activité?

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1.Ouverture à la concurrence                            | <input type="checkbox"/> 2.Existence des services de gestion, de courrier et de livraison |
| <input type="checkbox"/> 3.Climat de confiance et capacité à travailler ensemble | <input type="checkbox"/> 4.Réduction du coût salarial                                     |
| <input type="checkbox"/> 5.Augmentation du volume d'emploi                       | <input type="checkbox"/> 6.Climat social favorable  |

#### 13. Etes-vous satisfait de votre choix de localisation ?

- 1.Peu satisfait  2.Moyennement satisfait  
 3.Satisfait  4.Très satisfait

#### 14. Expliquez pourquoi



**Enquête sur l'attractivité de la ville de Tizi-Ouzou**

*Août 2015, Université Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou  
Master: Développement local, tourisme et valorisation du patrimoine*

*Votre avis nous intéresse !*

*L'attractivité d'un territoire est sa capacité à attirer à un moment donné l'implantation d'entreprises, d'habitants ou de touristes.*

*Pour savoir dans quelle mesure le Boulevard Krim Belkacem est il attractif, nous vous prions de nous accorder quelques minutes de votre temps pour répondre à ce questionnaire.*

**15. Avez-vous l'intention de changer de lieu d'activité ?**

1.Oui

2.Non

**16. Si 'Oui', pourquoi?**

**17. Quel est l'effectif de votre activité ?**

Niveau des charges parafiscales

**18. comment appréciez-vous la fluidité de fréquentation des personnes?**

1.Peu satisfaisant

2.Moyennement satisfaisant

3.Satisfaisant

4.très satisfait

**19. Expliquez pourquoi.**

**Merci pour votre collaboration**

Annexe N°03

Tizi-Ouzou en 1935



Tizi-Ouzou - Visite du Prefet (Decembre 1935)

Vue aérienne du Bordj



Tizi-Ouzou - Vue aérienne du Bordj

Boulevard Krim Belkacem



Boulevard Krim Belkacem en Octobre 2015



# Table des matières

Remerciements .....	I
Dédicace .....	II
Sommaire.....	III
<b>Introduction générale.....</b>	<b>1</b>

## **Chapitre I : L'attractivité territoriale : fondement théorique et indicateurs de mesure.....4**

Introduction.....	4
Section 1 : Attractivité : concepts et définitions.....	5
1-1 Affirmation du concept d'attractivité.....	5
1-2 Etymologie du terme .....	5
1-3 Définition de l'attractivité.....	6
1-4 Caractéristiques de l'attractivité.....	6
1-5 Les enjeux de l'attractivité.....	7
1-6 Les politiques d'attractivité.....	8
1-6-1 Définition de la politique d'attractivité.....	8
1-6-2 Les instruments de la politique d'attractivité.....	9
a. Les incitations financières et l'offre de biens publics.....	9
b. Le marketing territorial.....	10
1-7 Les différentes approches de l'attractivité.....	11
1-7-1 L'approche macro-économique.....	11
1-7-2 L'approche méso-économique.....	11
1-7-3 L'approche micro-économique.....	12
1-8 Les indicateurs de mesure de l'attractivité.....	13
1-9 Les facteurs déterminants de l'attractivité.....	14
1-9-1 Environnement politique.....	14
1-9-2 Stabilité macro économique.....	14
1-9-3 Bassin d'emploi.....	14
1-9-4 Le nombre de services disponibles.....	15
1-9-5 La présence des infrastructures de transports et de télécommunications.....	15
1-9-6 Climat des affaires.....	15
Section 2 : le rôle des activités tertiaires dans le renforcement de l'attractivité.....	16
2-1 Définition d'un service.....	16
2-2 Typologie des services.....	16

2-2-1 Service marchand et service non marchand.....	16
a. Les services marchands.....	16
b. Les services non marchands.....	16
2-2-2 Service public et service privé.....	17
a. Les services publics.....	17
b. Les services privés.....	17
2-3 La place des activités de service dans les villes.....	17
2-4 L'aménagement urbain pour renforcer le développement des services.....	18
Section 3: L'urbanisme commercial.....	20
3-1 Définition de l'urbanisme commercial.....	20
3-2 Les objectifs de l'urbanisme commercial.....	20
3-3 Les acteurs de l'urbanisme commercial.....	21
3-4 Les domaines d'intervention de l'urbanisme commercial.....	22
3-4-1 L'équilibre des fonctions commerciales.....	22
3-4-2 L'aménagement d'établissements commerciaux.....	22
3-4-3 L'accessibilité des rues commerciales.....	22
3-4-4 La participation de l'activité commerciale aux efforts environnementaux.....	22
3-5 Cadre juridique en Algérie.....	23
3-6 Existe-t-il un plan d'urbanisme commercial à Tizi-Ouzou ? S'il existe, est-il respecté ? .....	25
Conclusion.....	26
<b>Chapitre II : Développement local : concepts et politiques publiques.....</b>	<b>27</b>
Introduction.....	27
Section 1 : Généralités sur le développement local.....	28
1-1 Origine et émergence du développement local.....	28
1-1-1 Aperçu sur le développement local en Algérie.....	29
1-2 Définition du développement local.....	30
1-2-1 Le développement.....	30

1-2-2 Le local.....	30
2-2-3 Définition du développement local .....	31
1-3 Les caractéristiques du développement local.....	33
1-4 Les objectifs du développement local.....	33
1-4-1 Sur le plan économique .....	34
1-4-2 Sur le plan social.....	34
Section 2: Le rôle des acteurs locaux et le mode de financement du développement local..	35
2-1 La dynamique d'acteurs dans le processus de mobilisation.....	35
2-1-1 Les acteurs publics.....	35
2-1-2 Les acteurs privés.....	35
2-2 Les outils du développement local.....	36
2-2-1 L'aménagement du territoire.....	36
2-2-2 Les instruments d'urbanisme.....	37
2-2-3 La décentralisation.....	38
2-2-4 La gouvernance locale.....	39
2-3 Le financement du développement local.....	40
2-3-1 Le financement public.....	40
2-3-2 Le financement privé.....	41
Section 3 : l'attractivité : un levier du développement local.....	42
3-1 L'attractivité et la compétitivité.....	42
3-2 L'articulation entre l'attractivité et le développement.....	43
Conclusion.....	45

**Chapitre III : La construction d'une attractivité urbaine par les services : illustrée par la ville de Tizi-Ouzou.....** 46

Introduction.....	46
Section 1 : Présentation de la ville de Tizi-Ouzou.....	47
1-1 Le choix du site.....	47
1-2 Toponymie du terme.....	47
1-3 Situation géographique.....	47
1-3-1 Au niveau national.....	47

1-3-2 Au niveau régional.....	48
1-3-3 Au niveau local.....	48
1-4 Les époques qui ont marqué la structure urbaine de la ville de Tizi-Ouzou.....	48
1-4-1 Le col des genêts, avant 1640.....	48
a. Le passage obligé des romains.....	48
b. La principauté de koukou.....	49
1-4-2 Col des genêts période turque :( 1640-1844) .....	49
a. Les équipements.....	50
b. Les activités commerciales.....	52
1-4-3 Tizi-Ouzou durant la période coloniale Française :( 1844-1962).....	53
a. Domaines des équipements.....	54
b. Activités commerciales.....	60
c. L’habitat.....	61
1-4-4 Tizi-Ouzou après l’indépendance.....	62
a. 1962-1968.....	62
b. 1968-1973.....	62
c. 1974- 1977 : 2 <sup>ème</sup> plan quadriennal.....	62
d. 1978-1990.....	62
e. 1990-à ce jour.....	63
Section 2 : Caractéristiques du boulevard Krim Belkacem.....	69
2-1 Choix de la zone d’étude.....	69
2-2 Situation géographique.....	69
2-3 Création du boulevard Krim Belkacem.....	69
2-4 Réseaux et infrastructures.....	70
2-4-1 Voirie.....	70
a. Description du réseau.....	70
b. Les nœuds.....	71
2-4-2 Réseau d’alimentation en eau potable.....	71
2-4-3 Réseau d’assainissement.....	71
2-5 L’habitat.....	72
2-6 Les entreprises publiques et privées .....	72
2-6-1 Services publics.....	73

2-6-2 Services privés.....	73
Section 3 : Analyse de l'état des lieux du boulevard Krim Belkacem.....	75
3-1 Méthodologie de l'enquête.....	75
3-2 Présentation du questionnaire.....	75
3-3 Résultats de l'enquête.....	76
3-4 Analyse et discussion.....	80
Conclusion.....	84
<b>Conclusion générale</b> .....	85
Bibliographie.....	88
Liste des abréviations.....	92
Liste des tableaux.....	94
Liste des figures.....	94
Liste des photos.....	95
Les annexes.....	96
La table des matières.....	105

## Résumé

Les territoires sont confrontés à la mobilité croissante des activités et des populations ainsi qu'à la concurrence entre eux. La capacité à attirer, mais aussi à maintenir, les populations et les entreprises apparaît désormais comme un enjeu des stratégies du développement local.

En effet, l'attractivité est un élément important dans le développement d'un territoire, du fait qu'elle contribue à le mettre au-devant sur la scène concurrentielle, elle le rend comme un produit qui doit se vendre pour se développer.

Notre recherche porte essentiellement sur la ville de Tizi-Ouzou, d'où il ressort que les services publics et privés, marchands et non marchands constituent un paramètre important à prendre en considération dans le cadre d'une démarche visant à renforcer son attractivité, du fait qu'ils réussissent à attirer un grand nombre de consommateurs et d'offres, à améliorer le paysage urbain et à stimuler la dynamique économique.

## Mots clés

Attractivité, service, développement local, ville de Tizi-Ouzou, boulevard Krim Belkacem, micro-économie urbaine.

## ملخص

الاقاليم تواجه مع التنقل المتزايد للأنشطة والسكان, المنافسة بينما. القدرة على الجذب ولكن ايضا للحفاظ على السكان والشركات في الظهور كقضية استراتيجية للتنمية المحلية. في الواقع الجاذبية عنصر هام في تطوير الاقاليم, لأنه يساهم على وضعه في الساحة التنافسية ولأنه يجعله كالمنتجات التي يتم بيعه امن اجل التنمية ويركز بحثنا على مدينة تيزي وزو (التوضيح من جانب شارع كريم بلقاسم) والتي اظهرت ان الخدمات العامة والخاصة وغير السوقية تشكل معيارا هاما للنظر في سياقه تعزيز جاذبيتها, لأنها تمكن من استقطاب عدد كبير من المستهلكين و تحسين المشهد الحضري و تنشيط الحركة الاقتصادية

## كلمات البحث

الجاذبية, الخدمات, التنمية المحلية, مدينة تيزي وزو, نهج كريم بلقاسم, الاقتصاد الحضري الصغير