

ATTRACTIVITÉ COMMERCIALE ET NOUVELLE CENTRALITÉ DANS LE BAS-SAHARA ALGÉRIEN: CAS DE LA VILLE DE BISKRA

BOUZAHZAH FOUED*, BOUDJABI NAOUEL HANANE**

Key-words: centrality, commerce, structure, concentration, Biskra, Algeria.

Commercial attractiveness and new centrality in the Algerian Lower Sahara: Biskra City case-study. New dynamics affect the contemporary city triggering a real redistribution of the urban functions and redefining of the notion of territory. Indeed, the phenomenon of urban relaxation stimulated the emergence of new points of attractiveness at the periphery, so breaking with the model of the traditional town. These new centrality points generate effects related to the space gravity leading to the concentration of economic activities, among them is the commercial one, which plays a fundamental role in the structuring and dynamics of space. In fact, this was a determining factor in “shaping” the contemporary centrality of the city of Biskra. The spatial distribution of fixed shops (retailing) in the city responds to the concentration factor which is interesting to study in order to identify more central places than others. Thus, our work lies essentially at the crossroads of two approaches: qualitative and quantitative, with emphasis on the commercial activity. The main objective of our research is to assess commercial centrality in the city of Biskra and its impact on the structure and space organization. It is also interesting to envisage an urban strategy able to support and anticipate urban developments at the best in Biskra.

1. INTRODUCTION

L’extension urbaine et la diversification des fonctions que connaissent les villes à l’ère contemporaine ont fait apparaître, au niveau de la trame urbaine, de nouveaux points dotés d’un pouvoir d’attractivité, rompant ainsi avec le modèle et la logique de la ville traditionnelle. Par conséquent, ces nouveaux points, dits de centralité, génèrent des effets liés à la gravité spatiale qui tire sur la concentration des activités économiques dont la fonction commerciale. Cette dernière joue un rôle fondamental dans la structuration de l’espace et ses transformations et représente le secteur le plus dynamique de l’économie urbaine (Diop A, 2008).

En effet, les commerces détiennent une importance capitale par rapport à la dynamique et animation urbaine. Ils font de la ville un espace économique, un espace de vie et de sociabilité (Lebrun N, 2002). Ils représentent également des facteurs de croissance économique parce qu’ils ont le pouvoir de constituer un pôle d’attraction incontournable pour les nombreux usagers de la ville. Ainsi, une place centrale est avant tout un groupement d’établissements et services de commerce de détail localisés dans un endroit qui fournit un point de réunion accessible aux consommateurs (Raham D, 2001). La centralité quant à elle est l’essence même de ce point de réunion (Berry B.J.L, 1971). La production de la centralité est donc basée sur les offres économiques ou commerciales des lieux ou localités, qui peuvent créer des mouvements de population ou des concentrations de multiples activités.

Nous nous sommes penchés, dans cette étude, sur la compréhension du phénomène de l’attractivité commerciale et de ses impacts spatiaux sur la ville de Biskra en Algérie.

* Maître de conférence B, Institut de gestion des techniques urbaines, Université Constantine 3, Ville nouvelle Ali Mendjeli, 25000, Algérie; bouzahzah_f@yahoo.fr, foued.bouzahzah@univ-constantine3.dz.

** Maître assistante A, Institut de gestion des techniques urbaines, Université Constantine 3, Ville nouvelle Ali Mendjeli, 25000, Algérie; boudjabi_nh@yahoo.fr, naouel.boudjabi@univ-constantine3.dz.

Ainsi, un quartier commerçant exerce son pouvoir sur le voisinage immédiat et souvent même au delà. Quand à la rue commerçante, elle représente un véritable spectacle gratuit, grâce à la multiplicité des boutiques qui la composent. Tout cela crée une ambiance urbaine qui attire le flâneur, l'oisif aussi bien que le véritable acheteur. Nous constatons que dans une ville, les rues commerçantes sont beaucoup plus fréquentées que les autres, quand aux centres commerciaux, ils jouent le rôle de véritables pôles d'attraction (Beaujeu-Garnier J& Delobez A, 1977).

Le commerce est donc une fonction clef pour assurer le développement d'une ville, définir la géographie du commerce (particulièrement de détail) permet de dégager des points de réunion et d'attraction, plus accessibles aux consommateurs (Raham D, 2001). Ce sont des centralités éventuelles qui peuvent déterminer l'organisation d'un espace et sa dynamique.

Cette ville du bas Sahara représente un nœud important à la porte du désert algérien, ses nombreux atouts et sa position stratégique lui confèrent un rôle de carrefour d'échange entre le Nord et le Sud du pays. Biskra représente aujourd'hui un centre industriel mais surtout un centre commercial du fait de la dominance du secteur tertiaire, occupant plus de 63% de la population active (Kouzmine Y. 2007) (Fig. 1).

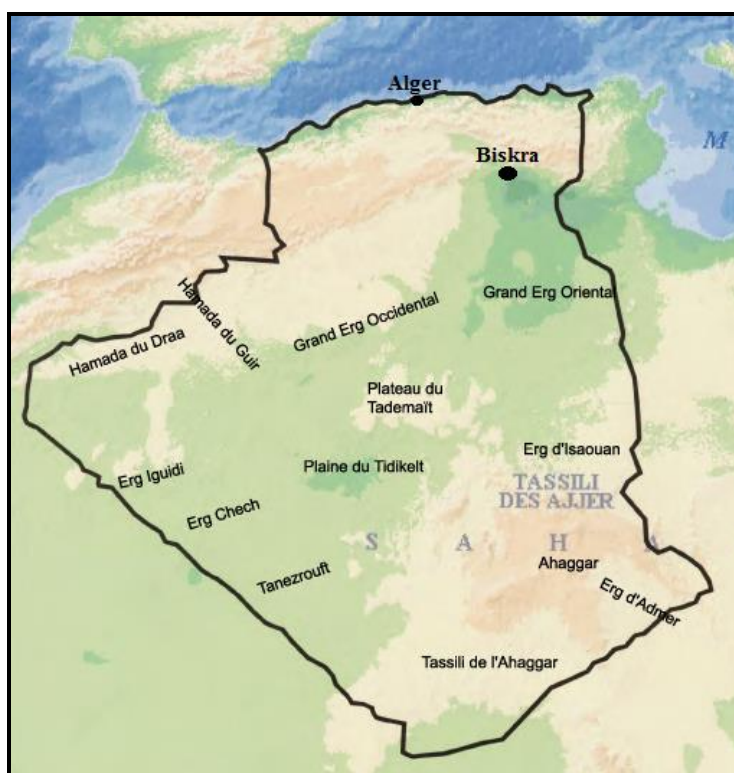


Fig. 1 – La situation géographique de la ville de Biskra.
Source: Atlas Encarta 1998 et M.BEGILLE-G, PAVAUX.

Cette situation reflète l'importance de l'activité commerciale et sa grande expansion dans la ville. La répartition spatiale des commerces fixes dans la ville de Biskra semble répondre à des logiques de concentration, qu'il serait intéressant d'analyser et surtout d'interpréter. En effet, il semblerait qu'un nouveau modèle de centralité se met progressivement en place à Biskra.

L'objectif principal de ce travail est de s'interroger sur cette situation et surtout de mesurer l'importance de ce nouveau "schéma": Quel nouveau fonctionnement, quelle nouvelle structure urbaine pour la ville et quelles nouvelles relations entre la centralité existante et nouvelle ?

2. MÉTHODOLOGIE D'APPROCHE ET SOURCES DES DONNÉES

2.1. Méthodologie d'approche

Pour mieux saisir et cerner l'ensemble de cette situation, nous avons développé deux approches: qualitative et quantitative.

L'objectif de la première approche "qualitative" est de définir la structure commerciale et tenter de mettre en évidence une spatialisation de celle-ci à Biskra. Nous avons donc procédé à la classification des commerces et leur rayonnement, en nous intéressant au nombre d'établissements existants et les différents types de commerce.

La seconde approche "quantitative", permet d'établir une analyse de l'espace commercial à travers des indicateurs quantifiables, l'objectif étant d'utiliser des indices et calculs statistiques afin d'évaluer la centralité commerciale, parvenir à mettre en relief sa prépondérance spatiale et d'élaborer une hiérarchie des lieux. Notre lecture de synthèse s'est appuyée sur un outil technique qu'est l'analyse en composantes principales (ACP) et les résultats matriciels. Cet outil a été retenu parce qu'il permet de synthétiser de vastes ensembles de données, de classer les oppositions et d'ébaucher une hiérarchisation des facteurs de localisation différentielle. L'ACP aide à la simplification de grands tableaux de données en y décrivant les observations par un nombre restreint de nouvelles variables synthétiques. Si les observations sont des lieux et les variables expriment l'importance des différents types de commerce en ces lieux, les nouvelles variables synthétiques représentent les principaux axes de différenciation des paysages commerciaux. Ces axes ont le mérite d'être documentés au travers des corrélations qu'ils ont avec le profil de localisation des variables, c'est-à-dire les types de commerce. Notre Analyse en Composantes Principales (ACP) pour la ville de Biskra a été conçue par l'analyse d'une matrice dont les observations sont les lieux (les 10 secteurs de la ville) et les variables traduisent la présence des différents types de commerce. L'enquête sur terrain a permis de dénombrer 69 types d'activités commerciales (variables).

2.2. Sources des données statistiques et enquêtes

Données statistiques et enquêtes

Les principales sources de données sur lesquelles nous nous sommes appuyés sont les recensements généraux de la population et de l'habitat (RGPH) effectués sur la population algérienne de 1966, 1977, 1987, 1998 et 2008. Nous avons également procédé à l'examen de tous les documents ayant trait aux questions d'aménagement et d'urbanisme, en l'occurrence, le plan d'aménagement de Wilaya (PAW), le plan directeur d'aménagement et d'urbanisme, PDAU (1995) – (2008) et le schéma national d'aménagement du territoire (SNAT 2030).

En plus des statistiques officielles, nous avons effectué une série d'enquêtes et relevés sur terrain, entre autres:

- Dénombrement systématique de tous les types de commerce en 2008, durant une période de plus de 6 mois de travail.
- Relevé des locaux de commerce et de services en 2008.
- Entretiens ouverts avec la population locale
- Nous avons également procédé à une enquête auprès des commerçants de la ville de Biskra, avec plus de 381 enquêtes, soit 10% du nombre total des établissements commerciaux (appareil commercial Biskri).

Données bibliographiques

Le présent travail a nécessité l'utilisation d'une bibliographie riche et variée afin de cerner la problématique traitée. En effet, la compréhension des concepts clés de ce travail (centralité, commerce, concentration...etc.) a été élaboré au carrefour de nombreux travaux entre autre: Ascher, F. 2003; Belamine, M.A. 1995; Bondue, J.P. 2000; Gaschet, F. & Pouyanne, G. 2011; Oueslati Hammami, I. 2010.

3. RÉSULTATS ET DISCUSSION

3.1. Dynamique urbaine et transformations de la centralité à Biskra

Biskra, au début de son développement au 17^{ème} siècle, bénéficiait d'une centralité géographique parfaite et concordante comme le montre la Figure n° 2. Il s'agissait du modèle traditionnel de la centralité (centre/périphérie) sur lequel reposait l'organisation de la plupart des villes islamiques à savoir: la mosquée et le marché. Ce modèle a perduré jusqu'à l'arrivée des français au 19^{ème} siècle (Cote M, 1991). Cette époque fut marquée par la construction en 1850 du Fort Saint Germain, qui représentait le premier noyau de la ville coloniale. Ce dernier fut érigé afin de contrôler les sources d'eau et se détacher physiquement de la ville autochtone. Créant ainsi un territoire réservé uniquement aux européens, une nouvelle forme de centralité est venue se greffer au système préexistant. Les structures de la centralité se transférèrent vers la ville nouvelle (coloniale) et l'ensemble de l'agglomération connut un véritable développement urbain, économique et social. De ce fait, le vieux Biskra a été marginalisé, séparé et isolé par rapport au tissu nouvellement érigé.

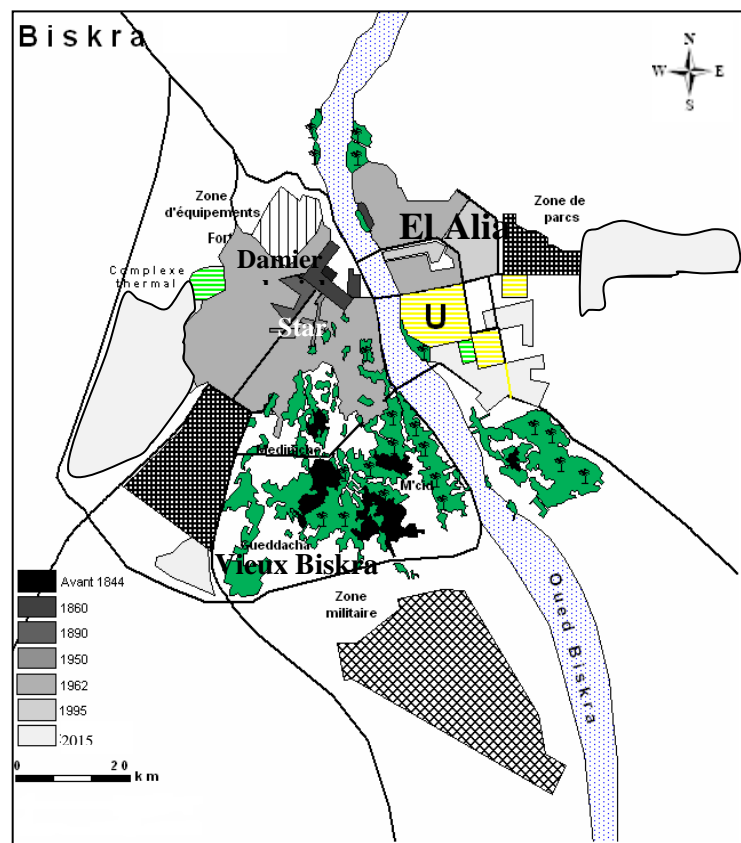


Fig. 2 – Evolution spatiale de l'agglomération de Biskra.

Source: plan de la ville de Biskra; image satellitaire ASTER 2005+ réactualisation auteurs.

Depuis l'indépendance en 1962, l'évolution de la ville de Biskra a connu trois grandes phases d'urbanisation distinctes.

La première (de 1962 à 1977) s'est caractérisée par la lenteur des transformations, la ville a vécu un développement spontané sans véritable organisation urbaine. Elle a également connu un prolongement d'urbanisation de la cité "Star Mlouk" qui abritait la population autochtone en période coloniale, sous

forme de logements individuels et quelques équipements: marchés, hôtels, hammams, etc. Cette dernière a réussi à captiver une attractivité et créer une centralité (surtout commerciale) parallèle à celle du damier colonial. Mais c'est grâce à sa promotion au rang de chef lieu de Wilaya (CLW) au début des années 70, que la ville de Biskra a été marquée par une urbanisation très rapide, basée sur une consommation massive et sans précédant des terres de la palmeraie.

Ce deuxième stade d'urbanisation de 1977 à 1998, s'est caractérisé par un développement soutenu et continu, sur un axe horizontal, se dirigeant vers l'Est et l'Ouest avec le lancement d'un nouveau mode de construction d'habitat collectif établi par l'état algérien à la fin des années 70. La centralité quant à elle, s'étendait dans un prolongement formé par le damier colonial et le quartier star Mlouk.

Durant le dernier stade, de 1998 jusqu'à nos jours, la ville de Biskra s'est caractérisée essentiellement par son extension vers l'Est et l'Ouest, donnant lieu à une conurbation avec les centres péri-urbains de Chetma et d'El Hdjeb.

Ainsi, la ville de Biskra a connu une forte croissance démographique à travers les différentes périodes allant de 1954 à 2008 (année du dernier RGPH). En effet, sa population a presque quadruplé (passant ainsi d'une petite ville de quelques milliers d'habitants en 1845 à la ville moyenne de plus de 200 000 habitants qu'elle est devenue aujourd'hui), elle occupe actuellement le rang de neuvième ville à l'échelle nationale en terme de population (RGPH 2008). Cette explosion démographique est le résultat logique de l'imbrication de trois mécanismes: la croissance naturelle, la migration et la promotion de la ville au rang de (CLW) à partir de 1974.

Aujourd'hui, elle semble s'inscrire puissamment dans une nouvelle forme de territorialité marquante des processus d'urbanisation contemporaine, avec des différences évidentes liées à son contexte local ou encore à ses spécificités régionales. En effet, la ville connaît des recompositions actives de ses centralités urbaines et ce, à fur et à mesure qu'elles s'étendent et se transforment. Les mutations des centralités relèvent de logiques bien particulières; certaines centralités sont anciennes, leur rayonnement va parfois de plus en plus loin (en dehors de la ville) d'autres sont récentes et souvent liées à l'extension spatiale du bâti, qui coïncide avec une modification des attentes sociales, ou alors des nouveaux usages et pratiques. Une réalité est pourtant sûre, l'effigie de la ville n'est plus celle qui prédominait avant: avec un centre originel en possession de toutes les fonctions et activités. Bien au contraire, celle-ci est en mutations rapides puisque sa périphérie symbolisée par de nouvelles constructions à vocation résidentielle d'abord est en voie d'attirer de nombreuses activités (notamment commerciales) de type anormal, dont l'acquisition provoque de longs déplacements au sein de la population. De plus, Biskra de par sa position géographique et stratégique (porte du désert) se caractérise par son héritage commercial riche et fort, d'autres facteurs ont participé à l'évolution de l'appareil commercial et ainsi à développer une centralité dynamique à Biskra.

Notre travail tente d'apposer une lecture synthétique à la croisée des deux approches précédemment citées, de mettre en évidence les lieux les plus centraux par rapport à d'autres dans la ville et d'évaluer le rôle dominant que joue aujourd'hui le commerce dans la dynamique urbaine et l'organisation globale des structures de Biskra.

3.2. Commerces et attractivité à Biskra: l'approche qualitative

Dans cette approche, nous avons d'abord procédé à la répartition spatiale et la concentration des commerces à travers toute la ville, ensuite à leur classification selon leur rayonnement. Nous avons donc recensé les établissements commerciaux par classe, en plus de leur répartition spatiale.

La répartition spatiale des commerces et leur concentration dans la ville de Biskra

Biskra compte plus de 3813 établissements de plusieurs types (selon une enquête de terrain effectuée en 2008). La Figure n° 3, représente la répartition spatiale des établissements commerciaux à Biskra, elle démontre l'existence de certaines logiques de concentration. Deux facteurs primordiaux

ont guidé l'évolution de l'appareil commercial de la ville. D'une part, un héritage historique et culturel riche et fort, qui a donné lieu à une concentration commerciale au niveau des anciens tissus urbains et d'autre part, une position géographique stratégique, qui a participé à la consolidation de la fonction commerciale et à l'expansion des commerces au niveau de la périphérie. Ceci nous a permis de dégager, dans un premier temps, des « secteurs » ou des « lieux » plus centraux que d'autres (Fig. 3).

Par ailleurs, la forte concentration du commerce dans la ville de Biskra est enregistrée au niveau de deux unités urbaines principales à savoir: Le secteur N°5 (s'y ajoute des petites parties des secteurs N°1, 2, 6 et 4) et le secteur N°8, autrement dit, au niveau des zones à fortes densité de peuplement:

- La première unité de concentration dégagée représente le cœur même de la ville, il s'agit du damier colonial (centre ville) et du quartier Star Mlouk.
- La deuxième unité correspond à la nouvelle extension de la ville du côté Est, c'est-à-dire El Alia Nord.

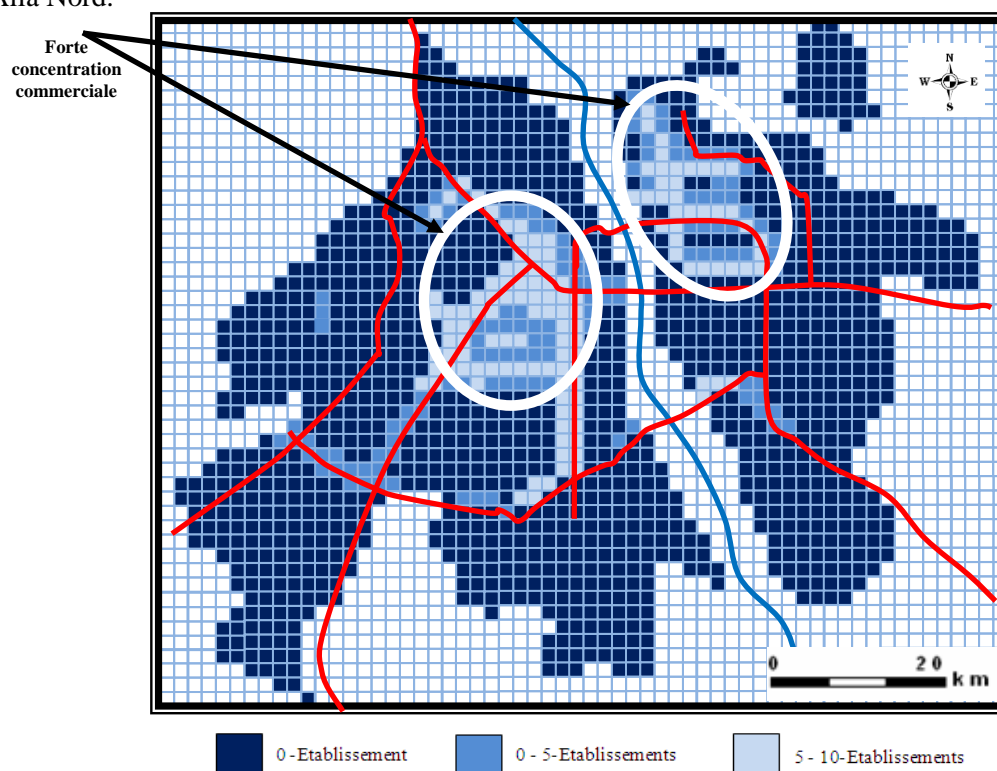


Fig. 3 – La ville de Biskra: Concentration commerciale.
(Source : Enquête sur terrain en 2008).

Classification des types de commerce selon le rayonnement des lieux d'implantation dans la ville

Nous avons procédé, au niveau de ce point, au classement des différents types de commerce selon le rayonnement des secteurs ou noyaux dans lesquels ils sont implantés (Wayens B. 2006). Notre objectif serait de faire ressortir les secteurs ayant un fort rayonnement par rapport aux secteurs de faible rayonnement, en nous basant sur la relation entre les différents types de commerce existants à Biskra et leur implantation à travers les secteurs urbains.

Pour ce faire, nous avons d'abord effectué un classement général des types de commerces fondé essentiellement sur des résultats obtenus (Lekehal A., 1996) et selon 5 principales catégories de rayonnement, comme l'illustre le tableau 1. Cette attribution de différentes valeurs aux commerces existants à Biskra, nous a été inspirée par les différentes méthodes de classification existantes.

Tableau 1

Classement des types de commerces selon le niveau de rayonnement et le nombre des localités desservies

	I (0–2000hab)	II (2000–3500 hab)	III (3500–8000 hab)	IV (8000–35000 hab)	V (+ 35000 hab)
Alimentation	– Alimentation générale	– Boulangerie – Boucherie – Pâtisserie – Fruits et légumes – Produits laitiers – Vente semoule – Grossiste alimentation générale			
Equipement de la personne			– Cosmétique – Articles scolaires	– Mercerie	– Habillement – Chaussures – Vente tissu
Equipement de la maison			– Produits domestiques	– Tapisserie – Electroménager – Ameublement – Fleuriste/décors maison	– Mobilier de bureau
Equipement de la profession	– Quincaillerie	– Droguerie&peinture – Librairie	– Vente cassette & cassette vidéo	– Produits de la pâtisserie – Vente matériel électronique/informatique/appareil téléphonique/matériel frigorifique – Pièces détachées/ – peinture automobile	– Vente matériels plomberie & chauffage – Vente matériaux de construction – Vente véhicule
Artisanat	– Coiffeur – Tailleur, teinturier – Cordonnier	– Tôlier – Electricien – Vulcanisateur – Soudeur – Réparateur TV – Réparateur appareil électroménager – Réparateur motocycle – Lavage et graissage – Tourneur – Mécanicien	– Menuiserie – Vitrier	– Réparateur montre	– Bijouterie
Services	– Pharmacie – Cybercafé/bureau d'informatique – Cafés – Taxi phone	– Pizzeria – Restaurant – Douche – Hammam – Photographe	– Dégraissage – Dentiste – Clet minute	– Auto-école – Bureau d'étude d'architecture – Agence immobilière – Opticien – Assurances – Imprimerie	– Comptables – Location de voiture – Expertise et contrôle de voiture

Source: D'après les résultats de la Figure n° 3 & traitement personnel 2010.

Les différentes catégories commerciales, associées au plus faible rayonnement (groupe I moins de 2000 hab), correspondent à des commerces de première nécessité, elles sont donc plutôt de rareté faible. Le deuxième groupe comprend la plupart des commerces et services de base, essentiellement issus de l'alimentation spécialisée, des services et de l'artisanat. Quand au groupe III (3500–8000 hab), il traduit un rayonnement plus étendu que les deux premiers et comprend les commerces de l'équipement de la personne, de l'artisanat et des services. Le groupe IV (8000–35000 hab) qui se caractérise par un fort rayonnement, correspondant à des besoins plus spécifiques ou exceptionnels dont l'acquisition nécessiterait de longs déplacements au sein de la population. Enfin, le groupe V (+35000 hab), regroupe des commerces ayant un large éventail d'attraction, tels que: habillement, chaussures, bijouterie, vente de véhicules, etc. De ce fait, un secteur urbain regroupant un taux élevé des commerces du niveau V, sera logiquement doté d'une très forte attractivité au niveau de la ville, cela n'empêche qu'il peut également comprendre des commerces de niveau I et ainsi de suite.

Rayonnement des secteurs de la ville de Biskra

Sur la base de la classification en 5 groupes présentée précédemment (Tab. 1), nous pouvons attribuer une cote de 1 (très faible rayonnement) jusqu'à 5 (très fort rayonnement) à tous les types de commerce. Cette cote informe sur le niveau de rayonnement des secteurs, là où s'installe de manière préférentielle le type de commerce considéré.

Pour les secteurs urbains de Biskra et à partir de l'inventaire des commerces existants, nous avons pu produire une idée sur le rayonnement probable, en se référant à la grille de lecture préalablement proposée (rayonnement des types de commerce). Nous avons pu distinguer la part de commerce ayant un très faible rayonnement (ceux dont l'activité relève du groupe I) de ceux possédant un rayonnement important (c'est à dire appartenant aux groupes IV, V).

Par conséquent, les secteurs N° 05, 01, 04 et 08 se caractérisent par un fort rayonnement, qui traduit la concentration et la diversité des commerces des groupes V et IV. Par contre, les secteurs N° 02, 09, 03, 07 et 10 se définissent, plutôt, par un faible rayonnement (Fig. 4).

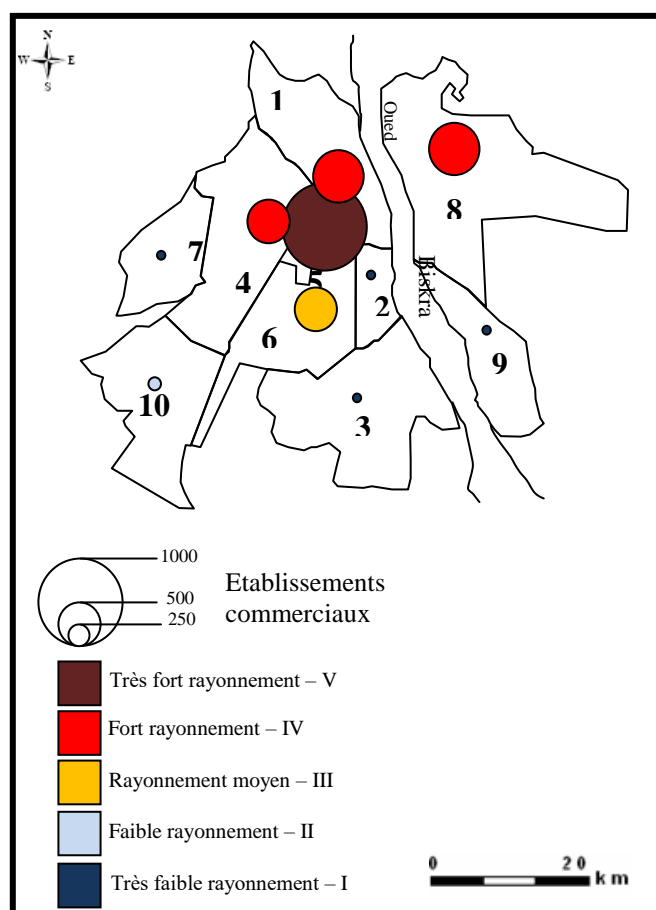


Fig. 4 – Le rayonnement des secteurs de la ville de Biskra (2010).
(Source: Conception personnelle 2010).

La lecture de la Fig. n° 4 nous permet d'établir une certaine concordance avec les résultats dégagés à partir de l'analyse de la concentration des commerces. En effet, les secteurs dotés d'un rayonnement important correspondent aux deux unités précédemment ressorties. Nous parvenons à déduire à partir de cette première approche que la ville de Biskra se structure désormais autour de deux points de concentration commerciale.

3.3. Commerces et attractivité à Biskra: l'approche quantitative

Cette seconde approche vient compléter la précédente en abordant la structure commerciale de Biskra à travers des indices et calculs statistiques afin de délimiter réellement la centralité, faire ressortir les polarisations existantes par secteur et selon leur spécialité et d'élaborer ainsi une hiérarchie des lieux centraux de la ville. A ce stade nous avons pu effectuer une lecture de synthèse qui s'est appuyée sur un outil technique: l'analyse en composantes principales (ACP) et les résultats matriciels.

Les polarisations des secteurs selon leur spécialité

Pour parvenir à déterminer la fonction commerciale principale des secteurs urbains selon leur spécialité, nous avons étudié la structure d'activité de chacun d'eux en se référant à une méthode mathématique. Nous avons donc procédé à la comparaison de la structure d'activité à deux structures différentes: la structure moyenne de la ville de Biskra – et la moyenne des structures de chaque secteur. Les écarts observés par rapport à ces deux structures nous ont permis de dégager deux types de secteurs, les uns spécialisés, les autres plutôt multifonctionnels (tableau 2).

Tableau 2

Typologie commerciale des secteurs en 2008.

Secteurs	Etablissement des commerces purs	Etablissement des commerces de l'Artisanat	Etablissement des commerces de services	Total	Part commerces purs	Part commerces de l'Artisanat	Part commerces de services
Secteur 1	415	81	166	662	62.68	12.23	25.07
Secteur 2	53	26	27	106	50	24.52	25.47
Secteur 3	47	22	22	91	51.64	24.17	24.17
Secteur 4	271	69	145	485	55.87	14.22	29.89
Secteur 5	815	167	142	1124	72.50	14.85	12.63
Secteur 6	254	96	87	437	58.12	21.96	19.90
Secteur 7	10	10	14	34	29.41	29.41	41.17
Secteur 8	347	113	201	661	52.49	17.09	30.40
Secteur 9	22	11	17	50	44	22	34
Secteur 10	62	43	58	163	38.03	26.38	35.58
Total	2296	638	879	3813	60.22	16.73	23.05

Secteurs	Ecart / moyenne des secteurs			Typologie
	commerces purs	Artisanat	Services	
Secteur 1	+2.46	-4.5	+2.02	
Secteur 2	-10.22	+7.79	+2.42	
Secteur 3	-8.58	+7.44	+1.12	
Secteur 4	-4.35	-2.51	+6.84	
Secteur 5	+12.28	-1.88	-10.42	
Secteur 6	-2.1	+5.23	-3.15	
Secteur 7	-30.81	+12.68	+18.12	
Secteur 8	-7.73	+0.36	+7.35	
Secteur 9	-16.22	+5.27	+10.95	
Secteur 10	-22.19	+9.65	+12.53	
Total	60.22	16.73	23.05	

	Pôle de commerce pur		Pôle de Service
	Pôle de l'Artisanat		Pôle multifonctionnel

Source: Enquête sur terrain en 2008.

Les pôles multifonctionnels

Ils sont représentés par les secteurs N° 01, 02, 03, 07, 08, 09, 10. Cet ensemble détient 46,34% de l'appareil commercial de la ville de Biskra qui se répartit de façon inégale entre le commerce pur (54.10%), le commerce de l'artisanat (17.31%) et le commerce de service (28.58%).

Le secteur N°01 (Damier colonial et Hart El Oued) peut être considéré comme un pôle particulièrement dynamique, il détient deux atouts majeurs qui ont été à l'origine du développement de l'activité commerciale: tout d'abord son ancien statut de centre ville (ville coloniale, fort turque / facteur historique et culturel), ceci a encouragé plusieurs activités à s'y implanter. Ensuite, il concentre un poids démographique important; de plus, ce secteur est bien équipé, surtout en matière de service tels que: hôtellerie, banques et établissements administratifs. Sa spécialisation est diversifiée et se base essentiellement sur le commerce pur et le commerce de service.

En deuxième position, on retrouve le secteur N°08 (El Alia Nord), il détient plusieurs caractéristiques, nous citerons: un nombre d'établissements commerciaux de 661, un nombre important de la population (plus de 40.000 habitants), ainsi que l'implantation de plusieurs équipements importants de la ville (université, lycées, salle de sport, etc.). Tout ceci a favorisé le développement d'un commerce plus ou moins équilibré, caractérisé par la suprématie du commerce de service et de l'artisanat.

Pour les autres secteurs (secteur N°02, 03, 07 et 09) qui font également partie de ce groupe, leur structure commerciale est moins dense et peu diversifiée. Elle se caractérise par la prédominance du commerce pur, mais avec une spécialisation multifonctionnelle entre le commerce de service et d'artisanat.

Les pôles spécialisés

Ils sont au nombre de trois, parmi lesquels, nous distinguons un pôle de commerce pur (Secteur N°05), un pôle de service (Secteur N°04) et un centre de commerce de l'artisanat (Secteur N°06). Au sein de cet ensemble hétérogène, le pôle de commerce pur est le mieux représenté avec 1124 établissements commerciaux, suivi par le pôle de commerce de service avec 485 établissements, tandis que le pôle de commerce de l'artisanat occupe la dernière place avec 437 établissements. Dans ce qui suit, nous nous sommes focalisé sur le pôle de commerce pur, car il détient une importance particulière dans la structuration et fonctionnement de l'espace Biskri par rapport aux deux autres pôles.

Le pôle de commerce Pur (Un rayonnement non négligeable)

Le secteur N°05 est essentiellement caractérisé par sa fonction dominante de pôle commercial pur. Il monopolise plus de 35% des commerces purs de la ville de Biskra. Dans ce domaine, nous noterons que le secteur N°05 qui est représenté par le quartier Star Mlouk (Est et Ouest), est bien équipé et relativement diversifié, il se spécialise particulièrement dans la catégorie de l'équipement de la personne (habillement avec 312 établissements, et chaussures avec 50 établissements).

Cette activité s'accorde bien avec sa position centrale, car le quartier Star Mlouk est au cœur de la ville, dans le prolongement du damier colonial. Mais elle s'accorde aussi avec les autres quartiers et secteurs de voisinage qui connaissent un mouvement démographique et se caractérisent par un bon niveau d'équipement administratif. En plus des activités commerciales liées à l'équipement de la personne, il a développé d'autres activités, nous citerons essentiellement l'équipement de la maison (tapisserie – 25 établissements, ameublement – 30 établissements, électroménager – 26 établissements – et décors de maison – 32 établissements), ainsi que l'équipement de la profession (quincaillerie et vente matériel électronique, informatique, etc.).

Tout ceci a permis au secteur N°05 d'exercer une forte attraction sur la clientèle de la ville ainsi que sur toute la région des Zibans et du Bas Sahara.

Les niveaux de la hiérarchie

La détermination de la hiérarchie des villes ou des centres se fait selon les étapes suivantes: L'utilisation des activités commerciales selon le type et la rareté des établissements; L'organisation des lieux selon les valeurs de l'indice de Davies (Davies R.L., 1972) pour comprendre l'importance de la centralité commerciale dans les différents secteurs de la ville de Biskra; Enfin, l'organisation des activités commerciales par ordre de fréquence pour obtenir les différents niveaux de la hiérarchisation.

Le tableau n° 3 illustre les résultats obtenus grâce à l'analyse de la matrice dont la lecture nous a permis de dégager six niveaux de hiérarchisation à Biskra:

Tableau 3

Matrice des activités commerciales (Source : Enquête sur terrain en 2008).

Secteurs	1	5	8	6	4	10	2	3	9	7	Rareté d'établissement	
Alimentation générale											10	0,0036
Pièces détachées/											10	0,0061
Cafés											10	0,0082
Pizzeria											10	0,0108
Taxi phone											10	0,0048
Articles scolaires											9	0,0141
Quincaillerie											9	0,0063
Mécanicien											9	0,0159
Boulangerie											8	0,0263
Vente semoule											8	0,0345
Menuiserie											8	0,0222
Coiffeur											8	0,0099
Pharmacie											8	0,0154
Bijouterie											8	0,0083
Vente cassette & cassette vidéo											8	0,0167
Librairie											8	0,0154
Soudeur											8	0,0313
Réparateur appareil électroménager											8	0,0294
Cybercafé/bureau d'informatique											8	0,0132
Restaurant											8	0,0111
Vente matériel électronique/informatique/appareil téléphonique/matériel frigorifique											8	0,0085
Vulcanisateur											8	0,0182
Pâtisserie											7	0,0182
Fruits et légumes											7	0,0303
Photographe											7	0,0667
Cosmétique											7	0,0069
Agence immobilière											7	0,0169
Réparateur motocycle											7	0,0256
Boucherie											7	0,0175
Tailleur, teinturier											7	0,0294
Vente matériaux de construction											7	0,0114
Chaussures											7	0,0128
Ameublement											7	0,0112
Douche											6	0,0435
Clet minute											6	0,0556
Fleuriste/décor maison											6	0,0213
Habillement											6	0,0024
Cordonnier											6	0,0345
Vitrier											6	0,0625
Produits laitiers											5	0,1250
Electroménager											5	0,0122
Opticien											5	0,0667
Produits de la pâtisserie											5	0,0500
Grossiste alimentation générale											5	0,0256
Hamman											5	0,1111
Dégraissage											5	0,1111
Réparateur TV											5	0,0556
Auto-école											5	0,0625
Lavage et graissage											5	0,0714
Bureau d'étude d'architecture											5	0,0500
Dentiste											5	0,0909
Électricien											5	0,0909
Tôlier											5	0,0625
Vente tissu											4	0,0313
Mobilier de bureau											4	0,0833
Comptables											4	0,2000
Expertise et contrôle de voiture											4	0,1667
Imprimerie											4	0,1250
Tapisserie											3	0,0213
Produits domestiques											3	0,1429
Vente véhicule											3	0,1429
Mercurie											3	0,0303
Location de voiture											3	0,1667
Peinture automobile											3	0,2500
Assurances											2	0,2500
Vente matériels plomberie & chauffage											2	0,2500
Tourneur											2	0,1667
Droguerie & peinture											2	0,5000
Réparateur montre											1	0,2500
Indice de Davies	14,4812	13,9661	11,9053	9,7169	9,3543	4,4974	2,1069	1,2477	1,0720	0,6523		
Niveaux		B3		B2		B1	A3		A2		A1	

A partir du tableau 4, nous distinguons des taux de rareté et indice de Davies relativement faibles pour les deux premiers niveaux. Les secteurs représentés dans ces niveaux se localisent à la périphérie de la ville. En ce qui concerne le troisième et quatrième niveau, nous constatons une augmentation assez sensible de ces taux.

Au cinquième niveau, la concentration commerciale représentée par l'indice de Davies a une valeur élevée en comparaison avec les autres secteurs urbains. Nous constatons qu'à ce niveau, un important changement s'est opéré; que ce soit par rapport au nombre d'habitants qui est plus élevé, ou au regard du nombre d'établissements, ou en encore, de la qualité qui demeure de rang supérieur. En effet, il existe des fonctions qui polarisent les habitants et requièrent ainsi un certain nombre de clientèle c'est-à-dire un seuil d'apparition (à titre d'exemple: Clefs minute, fleuristes/décors maison, vitreries, etc. Mais aussi les activités commerciales de couvertures, telles que: dégraissages, hammams). Cette concentration se fait dans les secteurs urbains localisés dans une zone péricentrale de la ville de Biskra et représentent une polarité indispensable au service de la ville.

Tableau 4

Les niveaux de la hiérarchisation des activités commerciales (d'après les résultats matriciels).

Niveaux	Activités commerciale	Rareté d'établissement 1/total des établissements	Indice de Davies	Fréquences
Niveau 01 « A1 » (secteur 07)	– Alimentation – Equipement de la profession – Services	[0,0036–0,0108]	0,6523	10
Niveau 02 « A2 » (secteurs 03,09)	– Alimentation – Equipement de la profession – Artisanat	[0,0063–0,0345]	[1,0720– 1,2477]	[8–9]
Niveau 03 « A3 » (secteur 02)	– Alimentation – Service	[0,0069–0,0667]	2,1069	7
Niveau 04 « B1 » (secteur 10)	– Artisanat – Alimentation – Equipement de la profession	[0,0114–0,0294]	4,4974	7
Niveau 05 « B2 » (secteurs 04,06)	– Alimentation – Services – Artisanat – Equipement de la profession	[0,0024–0,1111]	[9,7169– 9,3543]	[5–7]
Niveau 06 « B3 » (secteurs 08, 05,01)	– Alimentation – Equipement de la personne – Equipement de la maison – Equipement de la profession – Artisanat – Services	[0,0213 et 0,5]	[11,9053– 14,4812]	[5–7]

Source: Enquête sur terrain en 2008.

Le dernier niveau (sixième) comprend vingt activités commerciales, avec une fréquence d'apparition entre 5 et 7. Nous avons enregistré un nombre important d'établissements commerciaux, ce qui renseigne sur l'importance commerciale des secteurs urbains N°1, N°5 et N°8 correspondant successivement au damier colonial, au quartier Star Mlouk et à El Alia Nord. Nous avons relevé également, que la majorité des activités, dont il est question, se trouvent dans des secteurs urbains à forte concentration démographique et d'une rareté élevée (entre 0,0213 et 0,5). De plus, la moitié des établissements commerciaux existants possèdent une rareté supérieure à 0,05, tels que: Expertise et contrôle de voitures, imprimeries, concessionnaires de véhicules, produits domestiques, etc.

L'ensemble de ces commerces existe seulement aux secteurs N° 1 et N° 5. Ainsi, la plus importante valeur de l'indice de Davies a été enregistrée au niveau de ces secteurs. Nous pouvons conclure que le secteur N °1 (le damier colonial /et centre ville) reste le plus important lieu commercial de la ville de Biskra.

L'analyse en composantes principales (ACP)

L'Analyse en Composantes Principales (ACP) a été retenue pour notre étude parce qu'elle permet de synthétiser de vastes ensembles de données, en identifiant un petit nombre de facteurs qui décrivent la plupart des oppositions observées dans l'ensemble des variables d'origine. Elle permet donc la simplification de grands tableaux de données en décrivant les observations par un nombre restreint de nouvelles variables synthétiques. Cette technique permet d'ébaucher une hiérarchisation des facteurs de localisation différentielle.

Notre Analyse en Composantes Principales (ACP) a été conçue par l'analyse d'une matrice dont les observations sont les lieux (les 10 secteurs de la ville) et les variables traduisent la présence des différents types de commerces. L'enquête sur terrain, a permis de dénombrer 69 types d'activités commerciales (variables).

Etape I: Identification des variables

L'opération d'identification des variables représente la première étape de l'analyse. Elle est très importante car elle permet de simplifier la lecture et la représentation graphique de l'ACP. Dans un souci de clarté et afin d'obtenir une meilleure interprétation des résultats nous avons procédé à l'identification des variables (différents types de commerces) en utilisant les lettres par ordre alphabétique de A à BQ (tableau 5).

Tableau 5

Identification des variables.

Variabes	Signification
A	Alimentation générale
B	Boulangerie
C	Boucherie
D	Pâtisserie
E	Fruits et légumes
F	Vente semoule
G	Produits laitiers
H	Grossiste alimentation générale
I	Habillement
J	Chaussures
.	.
.	.
BQ (69 variables)	Expertise et contrôle de voiture

(Source: Traitement personnel en 2008).

Etape II: Représentations graphiques et interprétation (Le Diagramme des composantes et le diagramme de dispersion).

Les corrélations entre les variables préalablement identifiées sont établies grâce à la matrice des corrélations (tableau 6). Cette dernière est obtenue par l'usage d'un logiciel statistique spécifique.

Les graphiques sont une représentation schématique de la matrice des corrélations entre les variables et les axes principaux, d'une part et la matrice des coordonnées des lieux sur les axes principaux, d'autre part.

Le diagramme des composantes (Fig. 5) est la représentation graphique de la matrice des composantes, c'est-à-dire la matrice de corrélation entre les types d'activités commerciales. La position des différentes variables sur l'hyperplan permet de constituer des groupes homogènes ayant relativement les plus forts coefficients de corrélation et qui peuvent comporter les mêmes paramètres d'explication. Par ailleurs, la même opération sur le graphique relatif aux lieux (diagramme de dispersion) permet de dégager des groupes partiellement homogènes (Fig. 6).

Tableau 6

Matrice des corrélations des variables.

Variabiles	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	KBQ
A	1,00											
B	0,72	1,00										
C	0,92	0,82	1,00									
D	0,89	0,65	0,78	1,00								
E	0,90	0,56	0,78	0,91	1,00							
F	0,75	0,93	0,78	0,72	0,58	1,00						
G	0,66	0,30	0,45	0,68	0,82	0,23	1,00					
H	0,46	0,27	0,44	0,53	0,73	0,28	0,45	1,00				
I	0,77	0,27	0,70	0,61	0,63	0,28	0,53	0,12	1,00			
J	0,79	0,31	0,73	0,62	0,65	0,32	0,52	0,15	1,00	1,00		
K	0,74	0,26	0,67	0,56	0,57	0,26	0,47	0,05	1,00	0,99	1,00	
.												
.												
.												
BQ												

Source: Enquête sur terrain et analyse statistique en 2008.

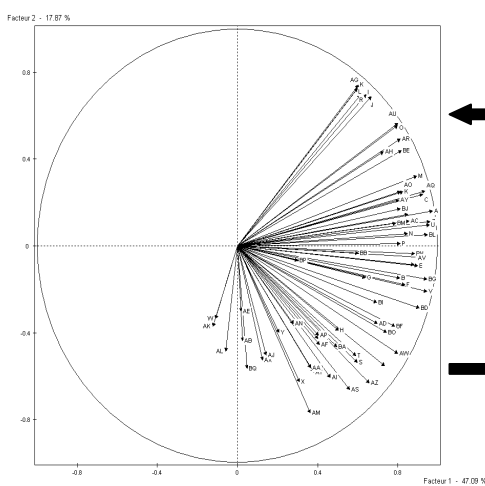


Fig. 5 – Diagramme des composantes (Cercle des corrélations).

Source: Enquête sur terrain et analyse statistique en 2008.

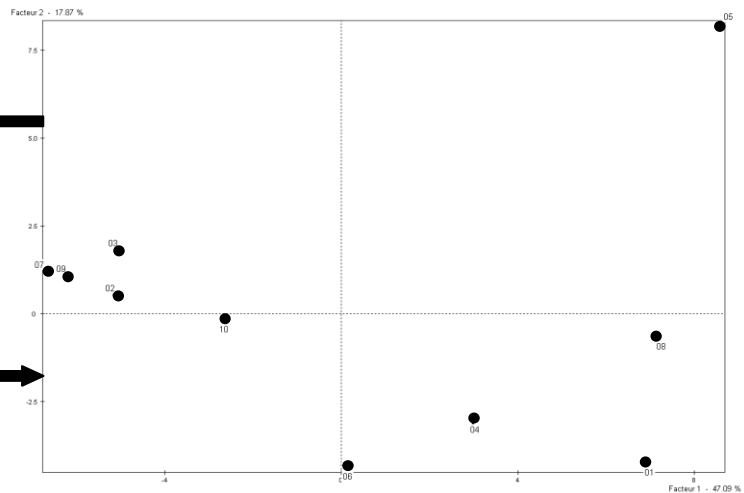


Fig. 6 – Diagramme de dispersion (Représentation des secteurs de la ville de Biskra).

L'analyse factorielle permet de créer deux nouvelles variables. En effet, en plus des observations qui sont les lieux (10 secteurs) et les variables qui expriment l'importance des différents types de commerces en ces lieux, les nouvelles variables synthétiques représentent les principaux axes de différenciation des paysages commerciaux. Ces axes ont le mérite d'être documentés au travers des corrélations qu'ils ont avec le profil de localisation des variables c'est-à-dire des types de commerces. Bien que fondée sur l'analyse de la composition de l'offre des lieux, cette méthode met clairement l'accent dans ses résultats sur le profil de localisation des types de commerces, ce qui rencontre la volonté de caractériser les distributions spatiales plutôt que de documenter les lieux. Une fois les deux diagrammes obtenus, il s'agit de faire ressortir les corrélations entre les lieux (les 10 secteurs) et les variables (les 69 types d'activités commerciales).

Enfin, la superposition des deux plans (Fig. 7) permet de dégager des groupes d'individus pouvant avoir relativement les mêmes caractéristiques et constituer des groupes homogènes.

La typologie commerciale obtenue par l'utilisation de l'analyse factorielle fait apparaître quatre groupes de circonscriptions (tableau 7).

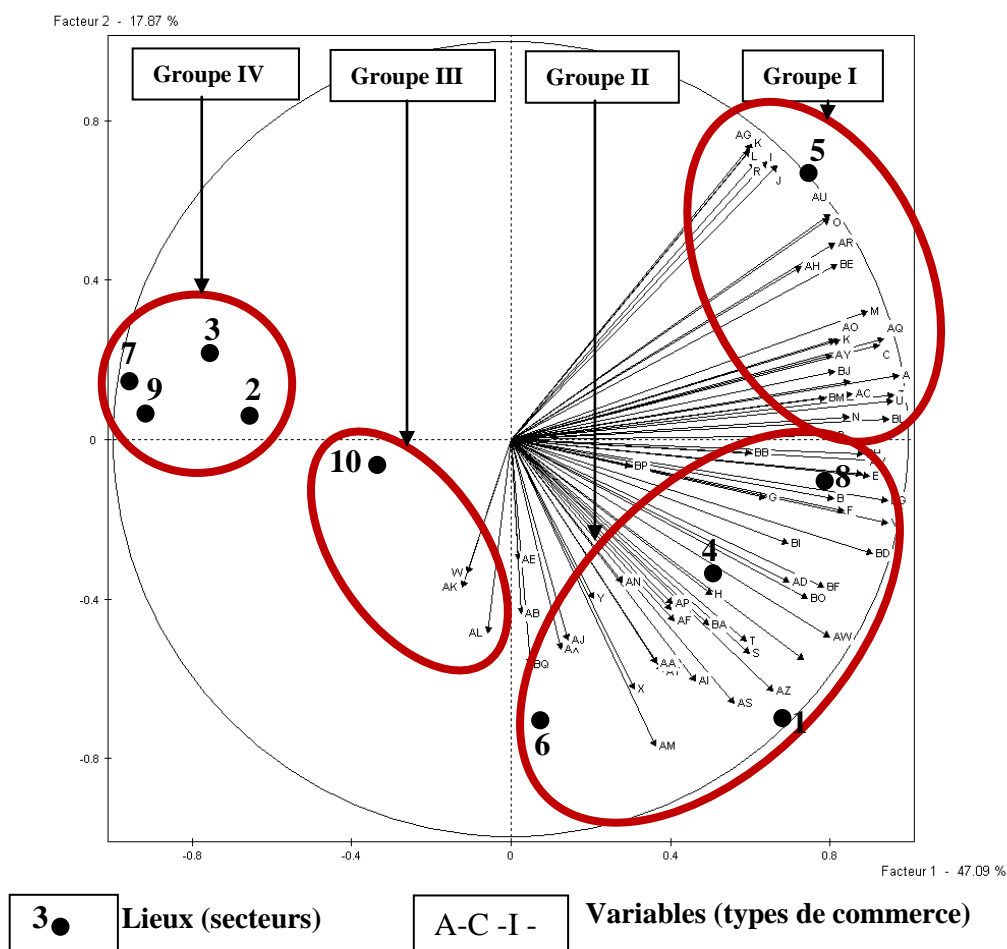


Fig. 7 – Les grands groupes de la typologie commerciale.
Source: Traitement personnel par superposition des 2 diagrammes précédents.

Tableau 7

Les correspondances.

Groupes	Variables	Lieux (secteurs)
I	A-C-I-J-K-L-M-N-O-P-R-U-AC-AG-AH-AO-AQ-AR-AU-AY-BE-BJ-BK-BL-BM	5
II	B-D-E-F-G-H-Q-S-T-V-X-Y-Z-AA-AB-AD-AE-AF-AI-AJ-AM-AN-AP-AS-AT-AV-AW-AX-AZ-BA-BB-BC-BD-BF-BG-BH-BI-BN-BO-BP-BQ	8-4-1-6
III	W-AK-AL	10
IV		2-3-9-7

Source: Enquête sur terrain et analyse mathématique en 2008.

- **Le groupe I.**

Ce groupe est représenté par le secteur N° 5 qui se singularise par 25 variables, soit un taux de 36,23%. Il se caractérise par une dominance du commerce de l'équipement de la personne, de l'équipement de la maison et de l'artisanat de production. Le nombre d'établissements en ce secteur est égal à 1124 soit un taux de 29,47%, ce qui traduit la forte densité et diversité commerciales. Nous parvenons à conclure que le secteur N° 5 est le centre géométrique et le cœur de la ville de Biskra (Fig. 6).

- **Le groupe II.**

Cet ensemble de secteurs se singularise par 41 variables, soit un taux de 59,42%. Il se caractérise par une forte diversité et densité commerciales. Il comprend les secteurs N° 1, 4, 6 et 8 (Fig. 6), avec une dominance du commerce de service, de l'artisanat de service, de l'équipement de la profession et de l'alimentation. La densité et la diversité des établissements commerciaux dans ce groupe sont relativement importantes, car leur nombre est égal à 2245 soit un taux de 58,87%.

- **Le groupe III.**

Ce groupe est représenté uniquement par le secteur N° 10. Il est défini par un ensemble de 03 variables: drogueries, électriciens et tôliers, le nombre des établissements dans ce groupe est égal à 163 soit un taux de 4,27%. Ce dernier se traduit par une densité moyenne et l'absence de la diversité commerciale.

- **Le groupe IV.**

C'est un groupe qui se compose des secteurs N° 2, 3, 7 et 9 et se singularise par de très faibles densité et diversité commerciales, le nombre des établissements est égal à 281 soit un taux de 7,36%.

La méthode de l'ACP a permis de mettre en relief les nuances essentielles qui existent entre les différents secteurs qui constituent la ville de Biskra. Il s'avère donc, que le secteur N° 5 reste le plus dense du point de vue nombre d'établissements commerciaux malgré que les secteurs N°8, 4, 1 et 6 se caractérisent également par une forte densité commerciale (Fig. 6).

4. CONCLUSIONS

A la fin de notre travail de recherche, nous avons pu constater que, d'une manière générale, le profil de la structure commerciale de la ville de Biskra présente différentes caractéristiques et particularités.

D'abord, sur le plan qualitatif, la ville de Biskra enregistre la présence de plusieurs catégories commerciales; lesquelles répondent à différents facteurs de localisation et de concentration, ils obéissent à des logiques particulières d'agencement. Ainsi, l'appareil commercial a été façonné principalement par l'aspect historique et culturel, par un glissement de centralité qui s'est opéré entre le vieux Biskra (noyau initial formé par les 7 villages autochtones) et le damier colonial avec son prolongement immédiat, le quartier Star Mlouk. La structure et l'attractivité commerciale de la ville, illustrent une certaine évolution historique, le vieux Biskra a été dans la phase pré-coloniale le "souk de la ville". La colonisation a complètement changé le pôle d'attraction du Sud au Nord, par la création du marché couvert, ce dernier monopolisait toutes les activités commerciales (Bakhouche Z, 2002). Par la suite de nouveaux éléments ont caractérisé la ville contemporaine (croissance, extension, nouveaux besoins...) poussant la structuration d'un autre lieux d'attractivité commerciale, qui s'est matérialisé par une centralité périphérique émergente.

Sur un plan quantitatif, nous avons remarqué l'importance numérique des établissements commerciaux, ainsi la ville jouit d'un nombre conséquent de commerces qui font d'elle une zone

commerciale incontournable dans toute la région. L'analyse de La structure commerciale de Biskra, par le biais de l'approche quantitative, a confirmé l'existence d'une forte centralité commerciale dans trois secteurs principaux: le secteur N° 1 (damier colonial), le secteur N° 5 (le quartier Star Mlouk, il est la première extension du damier colonial) et enfin le secteur N° 8 (quartier d'El Alia Nord) qui représente une nouvelle centralité dans la ville.

La superposition des données issues des approches établis et des éléments analysés ont démontré l'existence d'une forte attractivité au niveau de deux points de concentration commerciales. Cette structuration de l'espace Biskri, a été porteuse d'une nouvelle logique urbaine et productrice d'une fréquentation soutenue au niveau de ces deux pôles. Elle a conduit à la naissance d'une sorte de complémentarité entre le centre ancien et la centralité émergente

Nous sommes parvenus à conclure qu'une véritable redistribution des fonctions urbaines s'est opérée à Biskra, la ville connaît une redéfinition de son "territoire" urbain qui se structure désormais autour de deux pôles majeurs, deux centralités, l'une principale centrale, géographique; et l'autre périphérique, émergente et secondaire.

Ainsi, de nouvelles relations se mettent en place, le centre ne détient plus à lui seul les fonctions majeures et attractives de la ville et n'est plus opposé à la périphérie, de nouveaux lieux sont apparus au niveau de la zone périphérique d'El Alia, ils devront désormais compléter et valoriser le rôle du centre principal, dans une logique de poly-centralité, On devra:

- Redynamiser le centre ancien qui connaît de multiples difficultés liées à la dégradation et congestion (en rapport avec la centralisation d'importantes fonctions à son niveau);
- Maîtriser le nouveau pôle qui a émergé en périphérie et essayer de préserver l'ensemble de la ville à travers une vision stratégique cohérente à même d'impulser un développement local complémentaire et équilibré.

BIBLIOGRAPHIE

- Ascher, F. (2003), *En finir avec la notion de centralité ? in Centralités dans la ville en mutation*, CERTU, coll: Aménagement et urbanisme, **39**, Paris, pp. 22–30.
- Baggio, S., Renaud, O. (2015), *Détecter la centralité des éléments d'une représentation sociale: un indice alternatif de mesure*, Edit. Presses universitaires de Liège, **1**, 105, pp. 33–52.
- Bakhouch, Z. (2002), *Structures commerciales et dynamique urbaine: cas de Biskra*, Thèse de Doctorat, Université de Provence, Marseille, 428 p.
- Beaujeu-Garnier, J.& Delobez, A. (1977), *Géographie du commerce*, Masson, Paris, 283 p.
- Belamine, M.A. (1995), *Les activités tertiaires dans la ville nouvelle de Fès, aspects spatiaux et socio-économiques*, Thèse de Doctorat, Université de Tours, 517 p.
- Berry, B.J.L. (1971), *Géographie des marchés et du commerce de détail*, Edit. Armand Colin, Paris, 255 p.
- Bondue, J.P. (2000), *Le commerce dans la géographie humaine*, in Annales de Géographie, Edit. Armand Colin, **109**, 611, pp. 94–102.
- Bourdeau-Lepage, L., Huriot, J., Perreur, J. (2009), *A la recherche de la centralité perdue*, Edit. Armand Colin, Revue d'Économie Régionale & Urbaine, **3**, pp. 549–572.
- Cercle, Mont Cameroun (2009), *De la centralité du principe politique: Manifeste*, Edit. Karthala, Paris, 24 p.
- Certu, (2003), *Centralités dans la ville en mutation: Quelles perspectives d'action pour les pouvoirs publics*, Certu, coll: Aménagement et urbanisme, **39**, Lyon, 214 p.
- Cote, M. (1991), *Biskra, encyclopédie berbère*, Edit. Peeters Publishers, **10**, Aix-Marseille, pp. 01–06.
- Davies, R.L. (1972), *The retail pattern of the central area in Coventry*, in Institute of British Geographers, Occasional publication of the urban study group, **1**, pp. 1–32.
- Diop, A. (2008), *Quelles centralités pour la ville de Dakar, Sénégal ?*, in Rives nord-méditerranéennes, Centralités en mouvement, pp. 75–92.
- Dris, N. (1999), *Espaces publics et centralité à Alger, entre logique urbanistique et mémoire urbaine*, Thèse de Doctorat, Université Paris X, 451 p.
- Fleury, A. (2003), *De la rue-faubourg à la rue « branchée »: Oberkampf ou l'émergence d'une centralité des loisirs à paris*, Edit, L'Espace géographique, **3**, 32, pp. 239–252.

- Fray, J.L. (2007), *Villes et bourgs de Lorraine: réseaux urbains et centralité au Moyen Âge*, Presses Universitaires Blaise-Pascal, France, 551 p.
- Gaschet, F., Pouyane, G. (2011), *Nouvelles centralités et valeurs immobilières: vers un découplage des centralités résidentielles et économiques ?*, Edit. Armand Colin, Revue d'Économie Régionale & Urbaine /, **3**, pp. 499–525.
- Gasnier, A. (1949), *Centre ville, urbanité et jeunes: de la conception à l'aménagement à son usage spatial*, Thèse de Doctorat, Université Le Mans, 371 p.
- Gasnier, A. (1991), *Centralité urbaine et recompositions spatiales: l'exemple du Mans*, in Revue Géographique de l'ouest et des pays de l'Atlantique nord, In: *Norois /*, **151**, *1*, Poitiers, pp. 269–278.
- Gaschet, F., Lacour, C. (2002), *Métropolisation, centre et centralité*, Edit. Armand Colin, Revue d'Économie Régionale & Urbaine /, **1**, pp. 49–72.
- Jari, D. (1999), *Dynamique et croissance urbaine de la ville de Khénifra*, Thèse de Doctorat, Université de Poitiers, 463 p.
- Kouzmine, Y. (2007), *Dynamiques et mutations territoriales du sahara Algérien: vers de nouvelles approches fondées sur l'observation*, Thèse de Doctorat, Université de Franche-Comté, 424 p.
- Lebrun, N. (2002), *Centralités urbaines et concentrations de commerces*, Thèse de Doctorat, Institut de Géographie, Université de Reims-Champagne Ardenne, 479 p.
- Lekehal, A. (1996), *Bases économiques et rôle spatiale des petites villes dans l'Est algérien: essai de typologie*, Thèse de Doctorat, Université Mentouri-Constantine, 372 p.
- Lemarchand, N. (2009), *Géographie du commerce et de la consommation: les territoires du commerce distractif*, Partie 1, Habilitation à Diriger des Recherches. Université Paris-Sorbonne, 220 p.
- Marchal, H., Stébé, J.M. (2015), *La multiplication des centralités à l'heure de la périurbanisation*, Edit. Presses Universitaires de France/, **1**, *65*, pp. 239–252.
- Marchand, D. (2005), *Le centre-ville est-il le noyau central de la représentation sociale de la ville ?*, Edit. Presses Universitaires de Liège, Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale /, **2**, *66*, pp. 55–64.
- Merenne Schoumaker, B. (2001), *Evolution des accessibilités et des mobilités et dynamiques des localisations commerciales*, In: *Travaux de l'Institut Géographique de Reims/*, **27**, *107*, Reims, pp. 7–23.
- Nouralichahi, D. (1994), *Le centre et la centralité: le cas de la ville de Téhéran*, Thèse de Doctorat, Université Paris XII, 333 p.
- Oueslati Hammami, I. (2010), *Les centralités du grand Tunis acteurs, représentations et pratiques urbaines*, Thèse de Doctorat, Université Toulouse-le Mirail, 640 p.
- Raham, D. (2001), *Les structures spatiales de l'Est algérien Les maillages territoriaux, urbains et routiers*, Thèse de Doctorat, Université Mentouri, Constantine, 276 p.
- Riquet, P. (1976), *Secteur tertiaire et métiers tertiaire, approche statistiques des activités de services en Allemagne Fédérale*, in *Annales de géographie/*, **467**, pp.1–33.
- Wayens, B. (2006), *Structure et dynamique du commerce de détail bruxellois*, Thèse de Doctorat, Université Libre de Bruxelles, 242 p.
- Zadi, E. H. (2003), *Alger, une centralité éclatée: crise du centre et nouvelles tendances urbaines*, Thèse de Doctorat, Université Montpellier III, 512 p.

Reçu 3 Mars 2017