

**Structure commerciale et nouvelle centralité: cas de la ville de Biskra -Algérie-
Bouzahzah Foued
Faculté des sciences de la terre, de la géographie et de l'aménagement du territoire
Université Constantine 1**

Résumé

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 sa dynamique. La répartition spatiale des commerces fixes (commerce de détail) dans la ville de Biskra, répond à des logiques de concentration qu'il serait intéressant d'étudier pour dégager des lieux plus centraux que d'autres. Le présent travail a pour principal objectif, l'analyse de la centralité commerciale dans la ville de Biskra et son impact sur la structuration et l'organisation de l'espace. Il s'agit également de réfléchir sur une stratégie urbaine pour préparer, accompagner et anticiper, au mieux, les évolutions urbaines que connaît la ville de Biskra.

Mots clés : Centralité, commerces, structure, concentration, Biskra.

Abstract

Urban growth has revealed in the modern urban structure cities new attraction points. These new centrality points create effects related to the space gravity pulling on the concentration of economic activities; one of these activities is the commercial function which becomes the beating heart in the structuring and dynamics of space. The spatial distribution of shops (retailing activity) in Biskra is due to concentration factor, so, one can study how to identify more central places than others. 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 future urban development of Biskra.

Keywords: Centrality, commerce, structure, concentration, Biskra.

ملخص

شهدت المدن خلال العقود الماضية توسعا حضريا وتنوعا وظيفيا كبيرين، وهذا ما أدى إلى ظهور نقاط استقطاب جديدة، وهي بهذا قد ابتعدت عن النموذج التقليدي للمدينة، مما جعلنا نقول: إن المركزية الحضرية تتعلق بقوة جذب الوظائف والأنشطة والخدمات، وخصوصا النشاط التجاري، الذي يقوم بدور أساسي في ديناميكية المجال الحضري وهيكلته بصفة عامة و لمدينة بسكرة بصفة خاصة، باعتبارها منطقة الدراسة، حيث أصبحت هذه المدينة في السنوات الأخيرة تتميز بظاهرة الاستقطاب التجاري. فالتوزيع المجالي للوظيفة التجارية الثابتة (تجارة التجزئة) في مدينة بسكرة، يتميز بالتركز الذي يفيدنا -من خلال تحليله- في تحديد القطاعات الأكثر نفوذا واستقطابا للسكان مقارنة بالقطاعات الأخرى. فالهدف الأساسي من هذا البحث هو تقييم البنية والمركزية التجارية بالمدينة، اعتمادا - وبالدرجة الأولى- على التحليل الكمي والنوعي والمجالي للنشاط التجاري داخل المجال الحضري المعني بالدراسة.

الكلمات المفاتيح: المركزية، التجارة، البنية، التركيز، بسكرة.

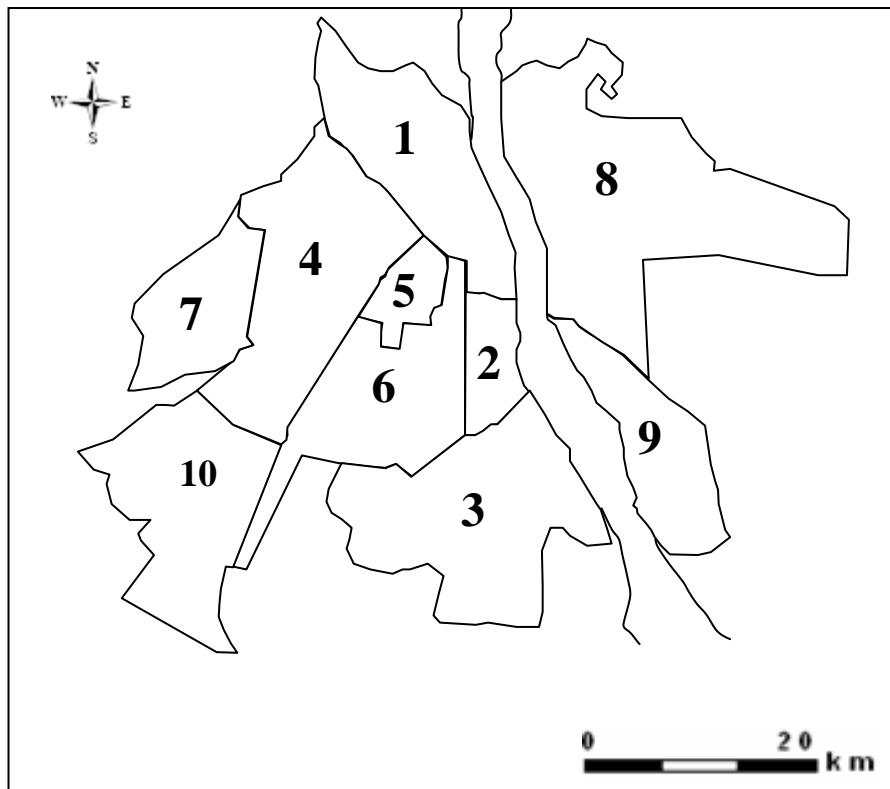
1. INTRODUCTION

La ville est un lieu d'échange et de travail, elle est donc un enjeu économique et de pouvoir et ce sont les commerces qui font d'elle un espace de vie et de sociabilité⁽¹⁾. Les recherches sur le commerce évoquent la naissance de l'urbanisme commercial qui est significatif de l'intérêt que représente le secteur commercial aux yeux des urbanistes et aménageurs dans l'organisation de la trame urbaine⁽²⁾. Définir la géographie du commerce (particulièrement de détail) permet de dégager des points de réunion et d'attraction, plus accessibles aux consommateurs⁽³⁾. Ce sont des centralités éventuelles qui jouent un rôle fondamental dans la structuration de l'espace, mais également, par rapport à son organisation et sa dynamique. En effet, la centralité, comme définie par H. Lefèvre, résulterait d'une forte concentration du pouvoir, des richesses, de la culture, de l'information et de la connaissance⁽⁴⁾. Elle serait une forme, celle du rassemblement, de la rencontre, de la simultanéité; elle renferme donc une dynamique qui la fait évoluer. La tendance, aujourd'hui est à l'interpénétration et l'imbrication entre le centre, dans son acceptation traditionnelle et sa périphérie.

Nous nous sommes penchés sur le cas de Biskra, à travers ces aspects, en

se focalisant sur le phénomène de centralité commerciale et de ses impacts spatiaux. Ainsi, nous avons procédé à un dénombrement systématique de tous les types de commerce, mais également, leur répartition spatiale à travers les différents secteurs de la ville qui sont illustrés sur la figure 1.

Cette opération a nécessité un comptage direct sur le terrain d'étude qui a duré six (06) mois. Nous avons tenté d'appréhender notre étude selon deux approches : la première, étant qualitative, elle tend à définir la structure commerciale à Biskra en matière de classification, de localisation et de concentration. Quand à la seconde qui est quantitative, elle utilise des indices et calculs statistiques afin de délimiter la centralité et d'élaborer une hiérarchie des lieux. Notre lecture de synthèse s'est appuyée sur un outil technique, à savoir, 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. Tout cela, nous permettra d'explorer les complémentarités et /ou les oppositions entre le centre et les centralités émergentes et aussi l'interprétation de l'organisation urbaine actuelle et future de la ville, en tenant compte de différents facteurs interactifs.

Figure 1 : La ville de Biskra : découpage en secteurs

Source: PDAU de la commune de Biskra 1998

2. STRUCTURE COMMERCIALE DANS LA VILLE DE BISKRA: L'APPROCHE QUALITATIVE

L'objet de cette approche serait une spatialisation de la structure commerciale de Biskra. Pour ce faire, nous avons procédé à la classification des types de commerce et leur rayonnement ainsi que l'identification des facteurs de localisation, aussi bien historique, de spécialisation et de concentration.

2.1. Classification des commerces

Le commerce de détail et de services est destiné à la fourniture des biens et des services aux consommateurs, dès lors, il crée une grande attractivité. Le recensement des établissements commerciaux et leur classification permet de délimiter la ou les centralités et d'élaborer une hiérarchisation des lieux. Il existe trois approches

principales de classification des activités commerciales :

- L'approche géographique qui distingue le commerce alimentaire du non alimentaire et classe les activités sensibles aux variations démographiques⁽⁵⁾.
- L'approche géoéconomique qui classe trois types : le commerce pur, l'artisanat, et les services⁽⁶⁾.
- La classification des types de commerces selon le rayonnement des lieux et des différents niveaux de polarisation⁽⁷⁾.

Le présent travail est fondé sur une classification au carrefour des deux approches géographique et géoéconomique.

2.2. Facteurs de localisation commerciale à Biskra

L'usage des facteurs de localisation permettra d'effectuer une sorte de classement des lieux analysés selon

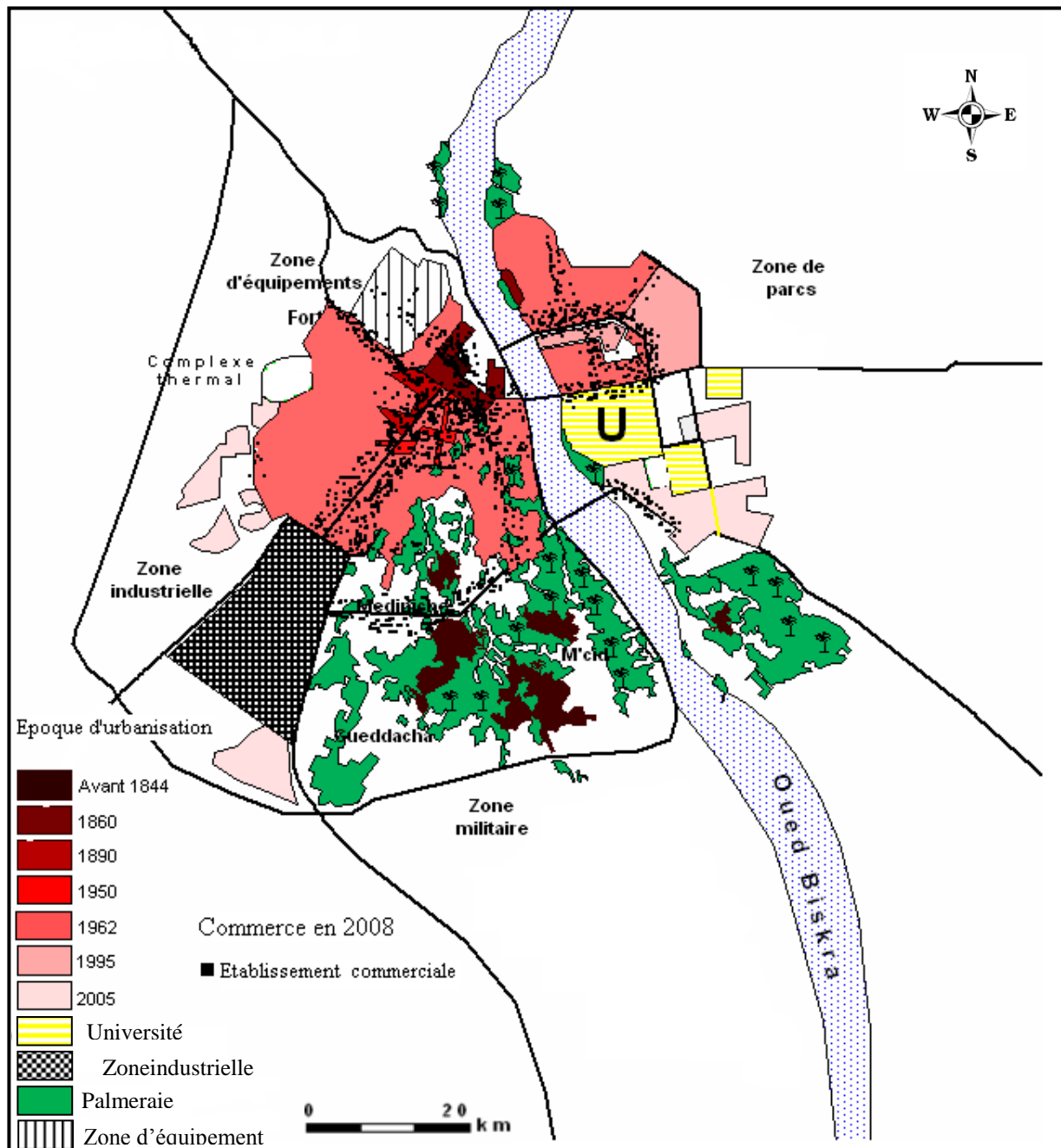
leurs propriétés vis-à-vis du facteur considéré.

2.2.1. Facteur Historique

Le commerce, en général et le commerce de détail en particulier, reflète l'histoire de la ville et s'adapte à son évolution démographique,

économique et spatiale. De ce fait, la structure actuelle du commerce dans la ville traduit certains héritages historiques mais fonctionne selon des logiques différentes de celles ayant prévalu par le passé.

Figure 2 : Commerce et croissance urbaine



Source: plans de la ville de Biskra 1957-2005; relevé personnel en 2008

Dans la ville de Biskra, la densité commerciale caractérise deux secteurs principaux : le premier représente le noyau de la ville, il s'agit du damier colonial et le quartier Star Mlouk. L'appareil commercial de ce dernier remonte aux années soixante. Cette concentration qui se situe au niveau des plus anciens quartiers de la ville n'a pas empêché l'émergence d'un autre point de densité commerciale. Ainsi le second secteur se situe dans la nouvelle extension à l'est de la ville : El Alia (Figure 2).

2.2.2. La spécialisation commerciale

La notion de spécialisation paraît répondre à plusieurs acceptations : au sens des nomenclatures de types de bien vendus, par spécialisation à l'intérieur d'un même type de biens vendus, à l'échelle des quartiers. Ceci dit, il existe un lien assez fort entre l'émergence des lieux spécialisés et la localisation des établissements dans la hiérarchie commerciale⁽⁸⁾. Généralement, les quartiers très spécialisés se trouvent plus souvent au niveau des centres villes, mais ils peuvent également s'implanter à plusieurs endroits tels que : quartiers périphériques, entrées de villes...etc.

A Biskra, nous avons observé que l'activité commerciale de services vient en première position, avec 879 établissements soit un taux de 23,05% par rapport à tous les secteurs de la ville. En deuxième position, se placent les deux activités commerciales : équipements de la personne et équipements de la profession, avec un nombre d'établissements de 782 et de 693 respectivement, soit un taux de 20,51% et de 18,17% pour chacune d'elles.

En ce qui concerne l'activité équipements de la personne, elle se

localise principalement au niveau du secteur N°5 (noyau de la ville) avec un taux de 42,26% qui est en effet supérieur à la moyenne de la ville. Quand à l'équipement de la profession, nous le retrouvons plutôt au niveau du secteur N°6, avec un taux relativement important de 33,87% par rapport à la ville. Ensuite vient le commerce d'alimentation et l'artisanat de services, où 537 établissements pour l'alimentation et 427 autres pour l'artisanat réalisent des taux respectifs de 14,08% et de 11,20%. Pour ce qui est de l'artisanat, il se localise essentiellement au niveau du secteur N°7 avec un taux de 29,41% par rapport à la ville. Finalement, il existe deux autres activités : l'équipement de la maison et l'artisanat de production, avec des taux moindres, soit 7,45% (284 établissements) pour la première et 5,53% (211 établissements) pour la seconde.

Nous avons relevé une sorte de « multi-spécialisation commerciale » au niveau de plusieurs secteurs urbains (nous citerons particulièrement les secteurs 1, 2, 3, 9 et 10).

2.3. La concentration de commerce

L'analyse de la Figure 3, qui représente la répartition spatiale des établissements commerciaux à Biskra, a démontré l'existence de certaines logiques de concentration. Ceci nous a permis de dégager des « secteurs » ou des « lieux » plus centraux que d'autres.

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 1, 2, 6 et 4) et le secteur N°8, autrement dit, au niveau

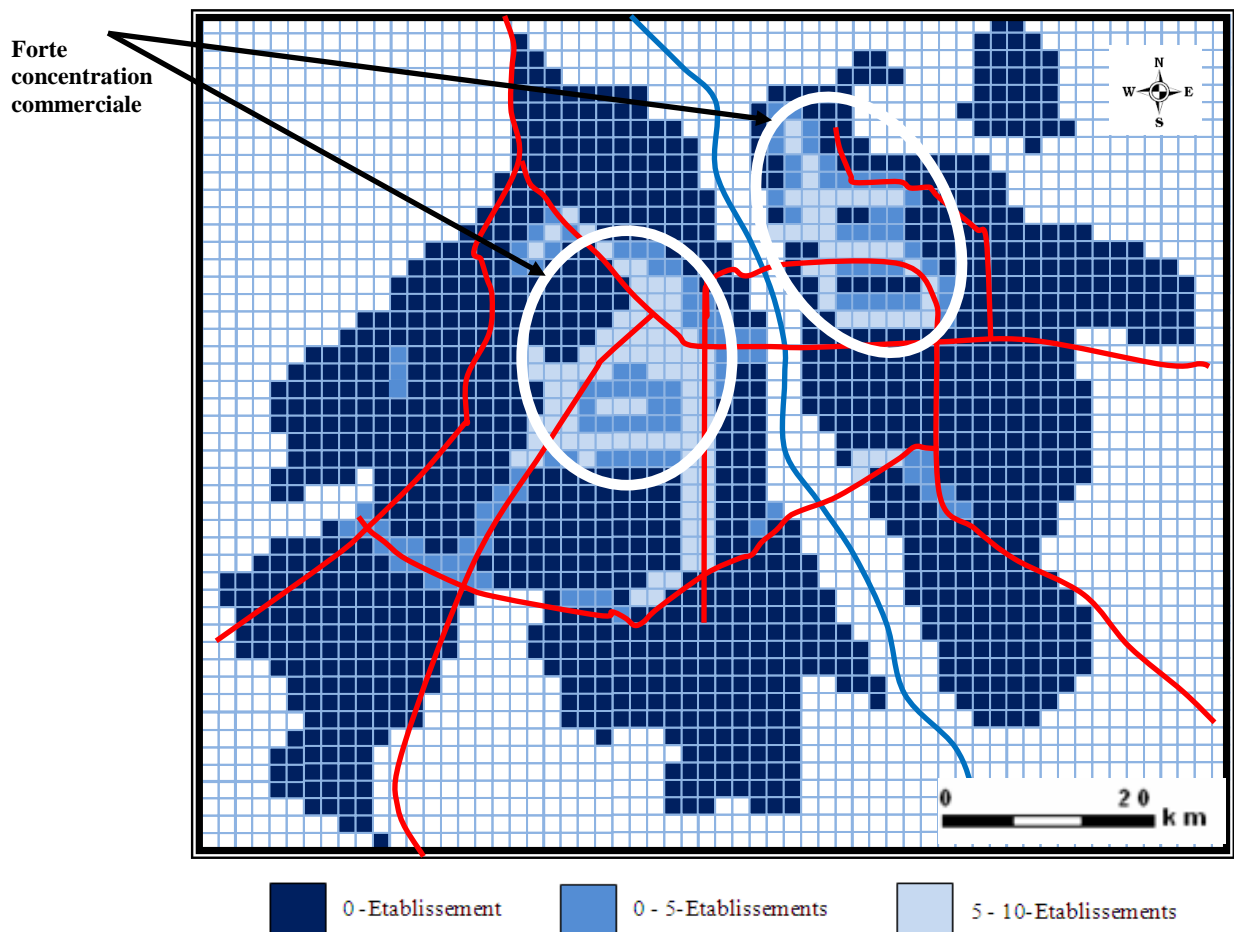
des zones à forte densité de peuplement.

- 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.

Figure 3 : La ville de Biskra : Concentration commerciale



Source : Enquête sur terrain en 2008

3. STRUCTURE COMMERCIALE DANS LA VILLE DE BISKRA: L'APPROCHE QUANTITATIVE

La présente approche s'intéresse à la lecture et l'analyse de l'espace commercial à travers des indicateurs quantifiables. Ainsi, 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⁽⁹⁾ 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.

Tableau 1 : Matrice des activités commerciales

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
Hamam											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
electricien											5	0,0909
tôlier											5	0,0625
Vente tissu											4	0,0313
meublerie de bureau											4	0,0833
Comptables											4	0,2000
Expertise et contrôle de voiture											4	0,1667
Imprimerie											4	0,1250
Tapiserie											3	0,0213
produits domestiques											3	0,1429
Vente véhicule											3	0,1429
Mercerie											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
Toumeur											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		

Source : Enquête sur terrain 2008

3.1. Les niveaux de la hiérarchie

Le tableau illustre les résultats obtenus grâce à l'analyse de la

matrice⁽¹⁰⁾ dont la lecture nous a permis de dégager six niveaux de hiérarchisation à Biskra :

Tableau 2 : Les niveaux de la hiérarchisation des activités commerciales (d'après les résultats matriciels)

Niveaux	Populations	Activités commerciale	Rareté d'établissement	Indice de Davies	fréquences
			$\frac{1}{Total\ établissements}$		
Niveau 01 « A1 » (secteur 07)	19958	- Alimentation - Equipement de la profession - Services	[0,0036-0,0108]	0,6523	10
Niveau 02 « A2 » (secteurs 03,09)	[17019-2158]	- Alimentation - Equipement de la profession - Artisanat	[0,0063-0,0345]	[1,0720-1,2477]	[8-9]
Niveau 03 « A3 » (secteur 02)	9773	- Alimentation - Service	[0,0069-0,0667]	2,1069	7
Niveau 04 « B1 » (secteur 10)	9215	- Artisanat - Alimentation - Equipement de la profession.	[0,0114-0,0294]	4,4974	7
Niveau 05 « B2 » (secteurs 04,06)	[13591-23105]	- Alimentation - Services - Artisanat - Equipement de la profession.	[0,0024-0,1111]	[9,7169-9,3543]	[5-7]
Niveau 06 « B3 » (secteurs 08, 05,01)	[8789-40226]	- 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

A partir du tableau 2, nous distinguons des taux de rareté et indice de Davies relativement faibles pour les deux premiers niveaux. Les secteurs représentés dans ces niveaux se trouvent à la périphérie de la ville. En ce qui concerne les troisième et quatrième niveaux, 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.

Le dernier niveau (le sixième) comprend vingt activités commerciales, avec une fréquence d'apparition entre 5 et 7. Nous avons enregistré un nombre conséquent 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 voiture, 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) reste le plus important lieu commercial de la ville de Biskra.

3.2. L'attraction commerciale

L'indice d'attractivité est calculé selon la formule suivante⁽¹¹⁾ :

$$\text{Exemple : Pouvoir d'attractivité} = \frac{\text{Nbr d'établissement du commerce Non Alimentaire}}{\text{Nbr d'établissement du commerce Alimentaire}}$$

$$\text{Pouvoir d'attractivité(Secteur 9)} = \frac{47}{3} = 15,66$$

Cet indice permet de connaître le pouvoir d'attraction que possède une localité ou un groupement urbain donné s'il se révèle supérieur à 1.

Le pouvoir d'attractivité calculé au niveau des secteurs de la ville de Biskra illustré par la Figure 5 a atteint les valeurs suivantes :

Le secteur N° 9 détient la première position, nous y comptons 47 établissements de type non alimentaire soit en valeur relative près de 94% du total, contre 03 établissements de type alimentaire soit près de 6%.Ce secteur enregistre donc un pouvoir attractif

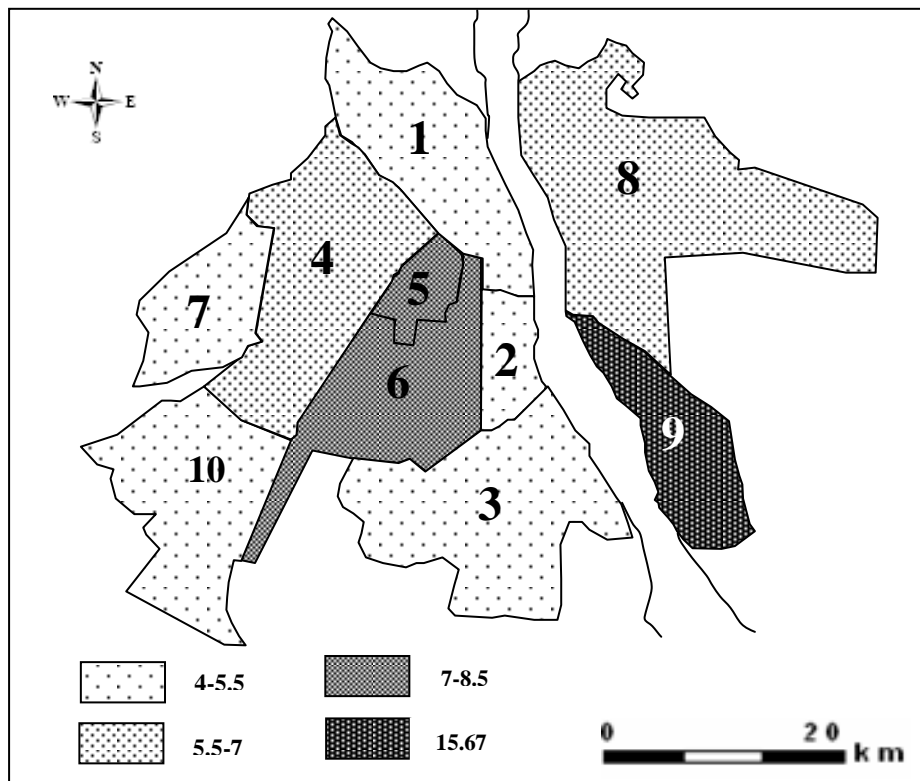
conséquent de 15,67, dû à l'écart important entre les deux types de commerce.

En deuxième position se place le secteur N°5 où 1003 établissements de type non alimentaire sont enregistrés, soit en valeur relative près de 89,23% du total, contre 121 établissements de type alimentaire soit environ 10,77%.Ce secteur enregistre un indice d'attractivité égal à 8,29.Nous remarquons que ce dernier est le secteur le plus dense par rapport au nombre d'établissements. Les autres secteurs viennent en troisième position avec un

pouvoir attractif relativement faible, variant entre 4.2 et 7.5. Il traduit les écarts entre les deux catégories de commerce : la valeur moyenne d'établissements de type non alimentaire qui est de 83.43% et la

valeur moyenne de type alimentaire qui est d'environ 16.57%.

Figure 4 : Pouvoir d'attractivité commerciale par secteur



Source : Enquête sur terrain 2008

3.3. L'analyse en composantes principales (ACP)

L'Analyse en Composantes Principales (ACP), a été retenue 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 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 à Biskra, a permis de dénombrer 69 types d'activités commerciales (variables).

Étape 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 3).

Tableau 3 : Identification des variables

Variables	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 4). Cette dernière est obtenue par l'usage d'un logiciel statistique spécifique.

Tableau 4 : Matrice des corrélations des variables

Variables	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	
L	0,74	0,26	0,66	0,54	0,55	0,26	0,50	0,00	0,99	0,98	0,99	
M	0,96	0,61	0,85	0,83	0,83	0,63	0,71	0,28	0,88	0,89	0,86	
N	0,80	0,80	0,84	0,68	0,60	0,86	0,29	0,27	0,48	0,51	0,47	
O	0,89	0,55	0,89	0,66	0,68	0,56	0,40	0,25	0,90	0,92	0,90	
P	0,83	0,40	0,71	0,88	0,96	0,44	0,79	0,74	0,67	0,69	0,61	
•												
•												
•												
•												
BQ												

Source : Enquête sur terrain et analyse statistique en 2008

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.

Figure 5 : Diagramme des composantes (Cercle des corrélations)

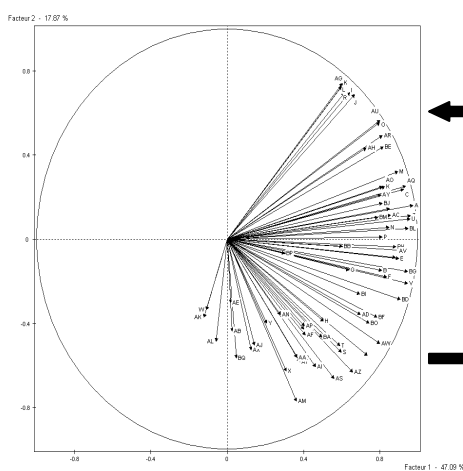
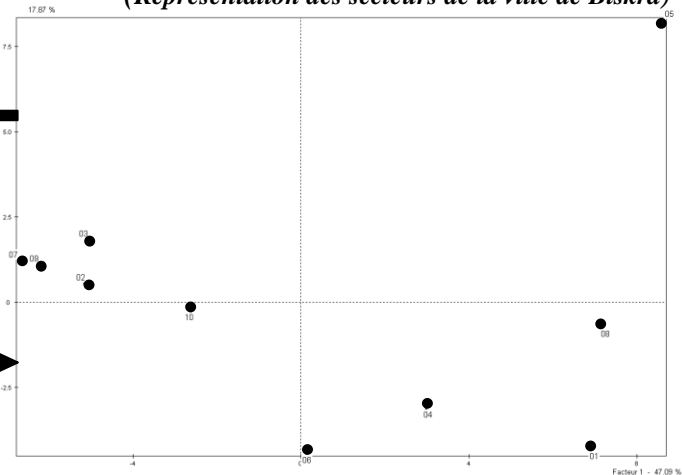


Figure 6 : Diagramme de dispersion (Représentation des secteurs de la ville de Biskra)



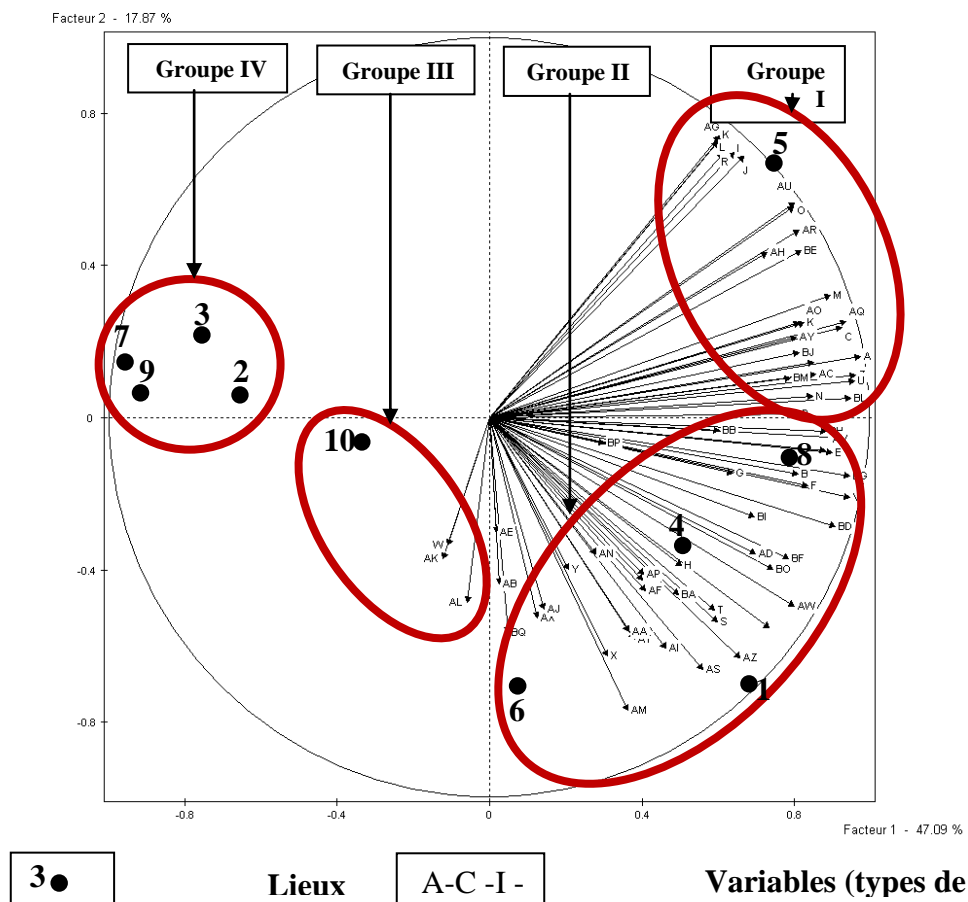
Source : Enquête sur terrain et analyse statistique en 2008

Le diagramme des composantes (Figure 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 (Figure 6).

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)

Figure 7 : Les grands groupes de la typologie commerciale



Source : Traitement personnel par superposition des 02 diagrammes précédents

Enfin, la superposition des deux plans (Figure 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 5).

Tableau 5 : 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 (Figure 7).

•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 (Figure 7), 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.

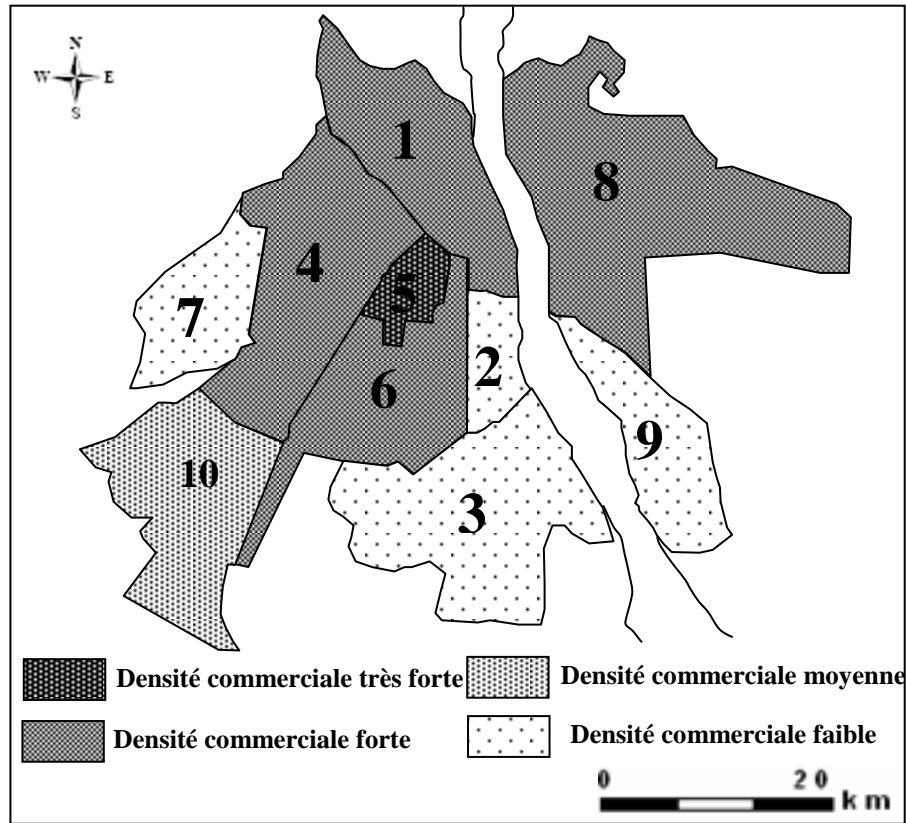
C'est un groupe qui se compose des secteurs N° 2, 3, 7 et 9 et se singularise par de très faibles densité et diversité commerciales, car le nombre des établissements est égal à 281 soit un taux de 7,36%.

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(Figure7).

Figure 8 : La ville de Biskra : la densité commerciale selon les types de commerce par secteur



Source : Enquête sur terrain en 2008

L'analyse de la carte de densité commerciale par types de commerce issue de l'analyse en composantes principales, fait ressortir deux grands ensembles (Figure8) :

Le premier ensemble correspond aux cinq secteurs : centre ville – secteur1, le quartier Star Mlouk – secteur 5, et El Alia Nord– secteur 8, en plus des secteurs 4 et 6. Cet ensemble forme un groupe relativement cohérent sur le plan spatial, il s'agit du cœur de la ville et correspond aux quartiers où la densité commerciale reste parmi les plus fortes de la ville.

Le second ensemble est représenté par la partie sud de la ville de Biskra

correspondant aux secteurs 2, 3,7, 9 et 10 et où la densité commerciale reste parmi les plus faibles.

4. INTERPRETATION ET LECTURES CROISEES

Notre analyse de la structure commerciale de la ville de Biskra, effectuée à la croisée des approches qualitative et quantitative, a démontré l'existence d'une forte concentration commerciale dans trois secteurs : le secteur N°1 qui n'est autre que le damier colonial et noyau historique de la ville, le secteur N°5représenté par le quartier Star Mlouk qui est le plus dense du point de vue nombre d'établissements et finalement le

secteur N °8 ZHUN El Alia Nord, nouvelle extension périphérique. Il en ressort que la ville de Biskra se structure désormais autour de deux pôles:

- Une centralité principale “initiale” qui regroupe le noyau colonial et sa première extension (quartier Star Mlouk). Cette centralité répond à une logique de stratification historique, elle se caractérise par une forte attractivité commerciale pour l’ensemble de la population située dans sa zone d’attraction, dépassant largement le périmètre de la ville.
- Une centralité secondaire en périphérie nord-est (ZHUN El Alia), grâce à un poids démographique important et dont l’attraction et la spécialisation demeurent moins importantes que celles du noyau principal. Ce type de centralité témoigne en effet de l’émergence effective de nouvelles polarités en périphérie qui peuvent désormais constituer un contre poids au noyau central pour l’acquisition de biens commerciaux et autres.

5. CONCLUSION

La notion de centralité associe forcément celle de densité et de diversité⁽¹²⁾. Ainsi, l’émergence de “nouveaux lieux” dotés d’une concentration et d’une diversité commerciale au niveau d’un ou de plusieurs pôles d’une agglomération participe à transformer la configuration spatiale et la logique fonctionnelle de cette dernière. En effet, l’évolution de la structure commerciale à Biskra, analysée à travers ce travail, a eu un impact important sur son organisation spatiale. Notre analyse s’est essentiellement basée sur deux approches. La première étant qualitative nous a permis d’appréhender la

structure commerciale en matière de classification des commerces, de leur localisation et spécialisation à travers les secteurs de la ville et aussi de leurs concentrations. La seconde approche qui est quantitative a d’abord mis en évidence 06 niveaux de hiérarchisation, ces derniers ont été obtenus grâce à la matrice des activités commerciales. Ensuite, le calcul du pouvoir d’attraction commerciale a permis la constitution d’une carte d’attractivité commerciale par secteur urbain. Enfin, l’analyse en composantes principales (ACP) qui est une méthode d’analyse de données variées, nous a permis de décrire et d’explorer les relations entre les différents types d’activités commerciales existantes à Biskra, et leurs profils de localisations à travers les secteurs urbains.

La procédure qui est essentiellement statistique, a été établie par l’usage et la lecture des données de l’enquête sur terrain à travers des tableaux d’identification des variables, de matrices de corrélations et de leur représentation graphique. Cette analyse factorielle a permis de dégager 04 grands groupes de typologie commerciale.

Il en ressort des résultats obtenus au carrefour des deux approches que la ville de Biskra se structure désormais autour de deux principaux pôles : une centralité initiale marquée par le facteur et poids commercial historique et une autre centralité, cette fois si secondaire et périphérique. Cette structuration de l’espace Biskri, a été porteuse d’une nouvelle dynamique urbaine et productrice d’une fréquentation soutenue au niveau de ces deux pôles. Ceci ouvre la possibilité d’agencement et de complémentarité de ces centralités.

Le présent travail nous amène à penser que ces concentrations rendent plus lisible la structure spatiale de Biskra. A notre sens, il serait intéressant de développer une vision stratégique à l'échelle de l'agglomération pour préparer, accompagner et / ou anticiper les futures évolutions urbaines de la ville. Cette stratégie devra repenser et renforcer la nouvelle centralité émergente au nord-est et s'interroger sur la qualité urbaine et architecturale à produire.

Cela suppose également l'introduction de nouvelles fonctions, activités et services en concordance avec les besoins de la société. Elle permettra aussi de revaloriser la centralité de l'ancien noyau pour qu'il continue à véhiculer son image et symbolique historique. La construction de cette stratégie d'ensemble est à même d'offrir des possibilités d'action et de gestion pour les collectivités locales et les divers acteurs concernés à travers une logique de complémentarité entre les centralités existante et nouvelle.

References bibliographiques :

- 1-N.LEBRUN, *Centralités urbaines et concentrations de commerces*, Université de Reims-Champagne Ardenne, Thèse de Doctorat, Institut de Géographie, 2002-p479.
- 2-A.METTON, *L'urbanisme commercial en France*, in la grande ville : enjeu du XXI siècle, Paris, PUE, 1991-p337.
- 3-D. RAHAM, *Les structures spatiales de l'Est algérien Les maillages territoriaux, urbains et routiers*, Thèse de Doctorat, Université Mentouri-Constantine, 2001-p276.
- 4-H. LEFEBVRE, *Le droit à la ville, suivi de L'espace politique*, édit anthropos Paris, 1972-p238.
- 5-B.MERENNE-SCHOUMAKER, *La géographie du commerce : un savoir utile aux professionnels*, Actes du colloque international, Liège (BELGIUM), 1987-p95.
- 6-N.CHIBANE, *Le rôle du commerce dans l'organisation de l'armature urbaine en Algérie : Le cas de la Wilaya d'Oum el Bouaghi*, Thèse de Doctorat de troisième cycle, Paris, 1987-p3.
- 7-J.C.THILL, *La correspondance entre le comportement spatial du consommateur et la structure commerciale d'une ville : Théorie et test empirique*, Actes du colloque international, Liège (BELGIUM), 1987-p202.
- 8-B.WAYENS, *structure et dynamique du commerce de détail bruxellois*, Thèse de Doctorat, Université Libre de Bruxelles, 2006-p77.
- 9-B. BERRY, *Géographie des marchés et du commerce de détail*, Paris, Armand Colin, 1971-p95.
- 10-A.LEKEHAL, *Basse économique et rôle spatial des petites villes Algériennes*, Thèse de Doctorat, Université Mentouri-Constantine, 1996-p40.
- 11-J.C.THILL, *op.cit.*p203
- 12-A.DA CUNHA et col, *Enjeux du développement urbain durable « Transformations urbaines »*, Presses polytechniques et universitaires romandes, CH-1015 Lausanne, Italie,2005-p180