
L'espace marché : mutation ou résurgence ? Le cas d'Oran

Kheira FENINEKH*

Le présent travail est consacré à la problématique de l'espace marché à Oran et constitue une présentation succincte du mémoire de magister¹ dans le domaine de l'urbanisme.

Précisons d'abord que l'échange commercial, qualité intrinsèque chez l'homme, implique un des importants lieux de la ville : le marché. Il est un élément essentiel de la dynamique urbaine et un objet intéressant d'observation. L'étude de son évolution, sa transformation et son fonctionnement permettent d'appréhender un des processus de l'urbanisation, du fait qu'il participe à ce dernier en structurant les flux économiques de la ville et en orientant le développement urbanistique. Son rôle est de commercialiser les produits de consommation, principalement les fruits et légumes, qui représentent une grande part dans l'équilibre de la ration alimentaire.

Problématique

Historiquement, le marché couvert et le souk² ont été des structures d'organisation de l'espace de la société coloniale et pré coloniale en Algérie. Actuellement, ces structures demandent une nouvelle définition

* Architecte-urbaniste, département d'Architecture, U.S.T. Oran / chercheur-associé au CRASC.

¹- Magister en architecture (sous la direction de Bekkouche Ammara), option urbanisme, Université des sciences et de la technologie " Boudiaf Mohamed " d'Oran, 1999.

²- Le souk est l'appellation donnée au marché pré colonial à Oran, d'après Lespès, R. et Derrien, I.. Il s'agissait d'un espace extérieur et non bâti, souvent une place où se tenait le marché quotidien. Le mot souk (souq ou suq) existe aussi dans le monde arabe et remplace le mot marché. Au pluriel, il devient "aswaq". C'est l'endroit où s'opèrent différentes sortes de transactions. Le souq, suivant les contextes dans lesquels il s'inscrit, est constitué de plusieurs rues bordées de boutiques et de magasins. Il est souvent spécialisé et localisé à proximité des grandes mosquées, des grands khans et des grands hammams.

compte tenu des mutations urbaines et des pratiques observées. En effet, le marché de la société pré coloniale, *le souk*, symbole d'appartenance ethnique, a traversé la période coloniale sans coup férir et semble resurgir dans les pratiques urbaines actuelles. C'est ce que l'on constate au niveau du marché quotidien et du marché hebdomadaire de type forain qui ponctuent l'espace et le temps dans différentes zones de la ville d'Oran. L'observation de terrain, montre que les marchés bâtis (couverts ou semi-couverts) de la ville d'Oran sont devenus obsolètes dans la mesure où ils ne fonctionnent plus comme ils l'étaient durant la période coloniale. Ils agonisent et végètent, tandis que les marchés extérieurs de type souk auxquels adhèrent des "clandestins"³, prolifèrent au détriment des espaces publics extérieurs. Le phénomène, se traduit par un déplacement de la marchandise de l'intérieur du marché bâti, vers l'extérieur et à proximité, investissant les trottoirs et les recoins, en créant des espaces anarchiques avec une somme de conflits d'usage où l'espace de la circulation mécanique est devenu un lieu d'étalages et de circulation piétonne. Cette dualité apparente marché couvert/souk est accentuée par l'existence de zones déficitaires en équipements commerciaux, et où le souk hebdomadaire vient combler ce déficit. Le problème est qu'il engendre en même temps des nuisances à l'environnement et aux habitants riverains, de plus les zones où il s'implante n'ont été ni prévues ni conçues pour recevoir cette activité nécessitant une organisation normalisée et des structures techniques (frigorification, assainissement, etc.). Par ailleurs, les commerçants des marchés couverts sont tenus de payer différentes charges, taxes et contributions tandis que le marchand

³-Cette clandestinité est définie par le fait que ces marchands : - ne détiennent aucun document leur permettant d'exercer le métier de commerçant ou d'ambulant, ne sont pas inscrits sur les registres de l'A.P.C., - ne sont pas affiliés à la direction des impôts et par conséquent échappent aux statistiques et aux structures officielles.

Le marché clandestin est aussi appelé marché parallèle, informel, ou illégal. Les marchés des fruits et légumes de la ville d'Oran regroupent généralement trois types de marchands :

- ceux qui travaillent légalement à l'intérieur des marchés (boutique ou stand) ou qui sont locataires ou propriétaires de locaux commerciaux et y exercent, comme à la rue des Aurès. Ce sont des commerçants qui sont inscrits sur le registre des marchés de l'A.P.C. ou détiennent des registres de commerce.

- ceux qui détiennent un document officiel mais n'exercent pas dans les locaux prévus. Nous les trouvons généralement à l'extérieur des marchés.

- ceux qui ne détiennent aucun document et viennent se greffer aux marchés extérieurs et exercer le métier de marchand.

Selon notre enquête auprès des commerçants ambulants des marchés hebdomadaires, 95% d'entre eux ne payent pas de droits. Ceux qui détiennent des autorisations ont payé depuis cinq ans une somme de 2500 DA et depuis, ils exercent sans aucune autre contribution.

clandestin en est exempt. Cette irrégularité vécue comme une concurrence déloyale, est facteur de conflits dont les formes d'expression restent imprévisibles (répression surprise par les forces de l'ordre). A partir de ces données, des problèmes de différents ordres sont relevés :

- Problème de gestion : Incapacité de l'administration communale à maintenir une structure stable du marché malgré les différentes mesures prises par cette dernière : intervention des services de sécurité, régulation des loyers dans les marchés bâtis, transfert des lieux de divers marchés, opérations de réfections de certains marchés, nouvelle organisation des services d'hygiène et de collecte des ordures, ... etc.

- Problèmes d'ordre économique : Existence d'un marché parallèle, dont la logique de fonctionnement échappe à l'organisation fiscale- Circulation d'argent, sans passer par le circuit réglementaire (banques, impôts,). Cet argent constitue un investissement au "marché noir" dont l'Etat ne profite pas.

- Problèmes d'ordre environnemental : Manque d'hygiène alimentaire (aliments étalés à ras le sol sur les chaussées) engendrant des problèmes de santé publique et manque de salubrité des marchés (déchets abandonnés et non nettoyés). Vente de produits exportés ou locaux périmés non contrôlés par les services sanitaires.

- Dégradation de la voirie et des réseaux urbains devenus défaillants (assainissement, A. E. P., ...) par la pratique du marché sur des espaces qui ne lui sont pas réservés. Dans le marché extérieur des HLM par exemple, la chaussée a été creusée pour permettre l'évacuation et la circulation des eaux provenant du nettoyage des marchandises, ceci provoque des problèmes pour les véhicules empruntant cette voie. Par ailleurs, divers marchés extérieurs engendrent des difficultés dans le fonctionnement des égouts et partant la dégradation de l'environnement urbain. Source de nuisance aux populations riveraines, surtout il s'agit des établissements scolaires, situés aux alentours immédiats d'un marché.

- Problèmes d'ordre spatial pour les marchés hebdomadaires : Problèmes de stationnement des véhicules des consommateurs et des marchands apportant leurs marchandises.

- Les accès aux immeubles d'habitation situés à proximité d'un marché, sont pour ainsi dire, bloqués et fermés par la foule.

- Agression de l'espace par le piétinement des espaces verts, des stades et espaces de jeux pour enfants, la dégradation du mobilier urbain (par exemple, l'utilisation des blocs indiquant l'interdiction de stationner comme supports aux étalages).

- Problèmes d'ordre spatial pour les marchés bâtis :

- Locaux et espaces bâtis devenus obsolètes, d'où gaspillage considérable d'espace et de potentialités des locaux déjà bâtis et aménagés d'une structure complète.- Appropriation des artères extérieures de ces marchés couverts (appropriation des artères).

- Problèmes d'ordre réglementaire :- Sur les trente deux marchés implantés dans la ville d'Oran, vingt sont devenus désuets ou ne fonctionnent plus, et sur les quelques 250 marchés (tous types confondus), localisés dans le groupement d'Oran, à savoir Bir El Djir, Es-Sénia, Sidi Chami et la commune d'Oran, une centaine seulement, selon les services de l'A.P.C., bénéficient de l'autorisation.

- Problèmes d'ordre social :- Travail de mineurs et de jeunes enfants dans les marchés, comme main d'œuvre bon marché. Fléau social difficile à maîtriser par les autorités, malgré les diverses poursuites des agents de la police contre les jeunes revendeurs clandestins.

Par ailleurs, l'observation a montré que certains marchés à Oran, se particularisent par une organisation apparente des fonctions qui les composent. S'agit-il d'exception ou constituent-ils les indices de l'existence de paramètres favorisant un meilleur fonctionnement de l'espace marché ?

Devant ce constat et la rareté des études sur le marché, des réflexions ont été engagées visant à comprendre l'importance des problèmes et leur impact sur le développement de la société. Dans ce sens, une série de questions relatives aux problèmes observés se posent : Comment les marchés sont - ils considérés dans les différentes cultures des sociétés ? Comment se situent - ils dans l'évolution d'une ville et à quelle logique répondent - ils ? Comment apparaissent - ils dans les systèmes urbains et comment sont - ils localisés par rapport à une ville ? Que traduisent les pratiques observées à Oran ? S'agit - il de l'émergence d'un nouveau type de marché ? Sur quelles normes et sur quelles bases doit se faire la programmation d'un marché ? Quels sont les critères qui doivent être pris en considération ?

Hypothèses de l'étude

Un certain nombre d'hypothèses sont avancées :

1- Le déplacement de l'activité de certains marchés, l'obsolescence du marché couvert et l'existence d'espaces commerciaux « anarchiques » à Oran sont les conséquences de l'existence d'une trame des marchés⁴ qui

⁴ - La trame : « *tracé de la division géométrique de l'espace ; support de toute localisation d'éléments ; principe de repérage des unités, les unes par rapport aux autres ; support de conception, de lecture, de réalisation, d'évolution,...., de communication* », Claire

ne satisfait pas les normes théoriques d'aménagement et les principes de localisation.

2- Cette trame serait due à l'organisation coloniale de l'espace, basée sur une forme de ségrégation sociale. Une partie des problèmes actuels des marchés trouvent leur origine à l'époque coloniale.

3- La répartition des marchés dans le tissu de la ville est faite de manière à générer des zones déficitaires en commerces de type alimentaire, quantitativement et qualitativement. Ce qui a favorisé l'installation d'un nouveau réseau de distribution complémentaire matérialisé par les extensions de marchés existants et les marchés forains hebdomadaires.

4- Le problème des marchés est l'expression d'une dimension sociale, traduite par une forte tendance à la recherche d'un nouveau type d'espace qui soit plus approprié aux pratiques du citoyen algérien et aux particularités du contexte de la ville. Le problème des marchés en tant que dimension sociale affectant le système urbain est une réponse positive (création d'emplois, disponibilité de produits de consommation dans certaines zones de la ville) à une population à la recherche d'identités culturelles nouvelles.

Objectifs de la recherche

Les principaux objectifs de cette étude visent à :

- Comprendre la logique de localisation et de répartition des marchés à Oran.
- Révéler le processus de création des marchés dans la ville.
- Repérer les signes transmis par les pratiques sociales des marchés

et Duplay, Michèle : Méthode illustrée de création architecturale.- Paris, Ed. du Moniteur, 1982.- p. 400.

La marque de l'activité humaine se traduit par une répartition géométrique de l'espace, ainsi, les groupes humains structurent de façon géométrique l'ensemble de l'espace qu'ils occupent, lui appliquant une logique de division, avant d'y transcrire la diversité des activités.

La trame est la base sur laquelle un certain système prend forme. La trame des marchés est par conséquent, la répartition logique de cet équipement dans la ville ou la zone considérée, par rapport : aux données de distances (distances à parcourir par le consommateur pour arriver au marché) ; aux aires d'attraction ou de chalandises d'un marché ou encore "hinterland" ; aux normes (grille théorique des équipements que l'on analysera dans un autre chapitre).

Cette notion de trame rejoint celle de maillage puisque ce dernier est le support géométrique du système urbain

Nous nous limitons dans le cadre de ce magister d'utiliser la notion de trame des marchés ou trame commerciale telle que vue par les spécialistes des activités commerciales qui parlent de trame serrée ou trame lâche, comme Metton, Alain.

ainsi que des comportements pouvant influencer sur la conception des marchés.

Démarche et méthodologie

La démarche adoptée dans le cadre de cette étude consiste à :

- L'exploration et l'exploitation des lectures et leur confrontation au terrain. Ceci permet la construction du modèle d'analyse qui concerne deux formes de marchés : le marché bâti et le marché en plein air.

- L'inscription dans un champ théorique, (la création des marchés, leur localisation, leur développement, ...) dicte les principales orientations de l'étude et éclaire les aspects à approfondir.

- Dans l'étude du cas d'Oran, situer l'évolution des marchés par rapport à la ville, à partir d'une approche historique permettant d'analyser les mécanismes du réseau des marchés et d'en évaluer les conséquences prévisibles sur le système urbain. Car le marché cristallise des dynamiques culturelles et des transformations urbaines.

- L'étude exhaustive de l'ensemble des marchés de détail de fruits et légumes à Oran, nécessite l'existence d'un inventaire complet de ces structures. Il s'agit d'enquêtes basées sur *la méthode qualitative*⁵.

- L'étude de ce thème n'est pas abordée du point de vue économique mais le urbanistique et spatial.

La notion de marché

Le marché est un équipement qui se caractérise par une diversité des types, tant dans les pratiques que dans l'organisation spatiale et a pris, à travers les pays et les civilisations, plusieurs formes d'organisation.

Nous distinguons, dans le monde du commerce, deux grandes formes de pratiques : la pratique commerciale de type sédentaire et celle de type non sédentaire. La première regroupe tous les espaces bâtis tels que : halle, marché, souk, souika, bazar, boutique, etc., avec leurs établissements complémentaires et annexes : caravansérails, funduq, khan ou han, qaisaria ou césariée, bédestan. La seconde concerne les espaces réservés au négoce mais non bâtis tels que : marchés itinérants, forains, saisonniers ou périodiques, marchés à bestiaux, foires, ... etc.

⁵- L'enquête suivant la méthode qualitative systématique est une « stratégie de recherche utilisant des techniques de recueil et d'analyses qualitatives dans le but d'explicitier, en compréhension, un fait humain », Mucchielli, Alex : Les méthodes qualitatives.- Paris, P.U.F., 1991.- p. 91.

L'approche théorique

Le marché n'est pas seulement le centre de l'animation urbaine, il est aussi le cœur qui redistribue argent et marchandises entre les différents acteurs de la société. Dans ce contexte, diverses théories sont développées par des économistes, urbanistes, géographes et sociologues pour expliquer le processus de création et de développement des marchés et révéler les éléments qui déterminent la taille, la nature et la localisation, de cet équipement dans le tissu urbain. Parmi ces théories celle de l'économiste britannique Adam Smith⁶ qui remarquait dans la *Richesse des Nations* (*the wealth of nations*, 1776) que le développement du commerce est essentiel à la modernisation d'un pays. *"Dans les sociétés contemporaines, la production est organisée autour de la spécialisation et de la division du travail ; elle rend le commerce plus efficace, accroît les richesses à échanger et suppose l'accumulation du capital"*⁷.

Dans d'autres théories, on relève une certaine convergence dans les constats effectués. Le processus de répartition des marchés et leur localisation répondent à une logique combinant pratiques sociales et planification urbaine. Une des théories est fondée sur l'hypothèse que le processus de développement urbain et celui des marchés suivent une évolution chronologique identique⁸, plus une ville s'étend, plus le nombre de ses marchés augmente.

Nous trouvons aussi les cas où la localisation des marchés et celle des agglomérations sont différentes : Les marchés sont de vraies places, noeuds de communication et non agglomération de population. Selon Mumford, *"l'installation d'un marché en tant qu'élément permanent de la vie de la cité, est justifiée par l'importance d'une agglomération*

⁶-Smith, Adam. et Young : La raison scientifique du développement des villes et leur rôle économique dans l'état.- In Roncayolo, Marcel et Paquot, Thierry : Villes et civilisation urbaine XVIII^{ème} - XX^{ème} siècles.- Ed Larousse, 1992.- p. 31.

⁷-En termes de division de travail, trois concepts s'enchaînent : la production, la distribution et la consommation. La distribution des biens produits, destinés à la consommation, est basée sur les échanges, par les transports et par la distribution, à divers niveaux : le gros, le demi - gros et le détail. Les marchés sont de ce fait les lieux où la production et la consommation entrent en contact. C'est dans ces centres, que la demande et l'offre sont mises en équilibre par le mécanisme des prix et des processus d'ajustement. Producteurs (représentés par leurs produits) et consommateurs sont placés face à face dans les marchés. Les détaillants sont à l'extrémité de la chaîne de production et de distribution et au début du processus de consommation.

⁸-Brian, J. et Berry, L. : Géographie des marchés et du commerce de détail.- Paris, Ed. Armand Colin, 1971.- p.316.

*citadine d'où dépendent la circulation des produits et les marges de bénéfice*⁹.

Une autre théorie postule que la distribution des marchés présente des régularités dans l'espace et dans le temps. C'est la théorie des places centrales¹⁰ ou théorie des espaces centraux qui constitue une base déductive pour comprendre ces régularités.

D'autres théories (comme les travaux de H. Pirenne et K. Polanyi)¹¹ montrent que le commerce et notamment le marché, est une activité externe à l'agglomération qui est née des échanges externes des produits.

La localisation des marchés fait l'objet de plusieurs recherches pour expliquer des logiques de création et d'évolution des agglomérations. La théorie des places centrales, stipule que les principaux types d'échanges, dont celui exprimé par le marché, comportent une localisation spécifique. Ils sont localisés à un endroit qui fournit un point de réunion favorable pour les consommateurs et la centralité constitue l'essence de ce point de réunion.

A. Murdie¹² étudie les principaux facteurs qui peuvent influencer les déplacements des consommateurs. Il montre que la taille des centres (soit la variété des biens offerts), les différences socio-économiques déterminant les "*préférences spatiales*" des consommateurs et les différences dans les prix et les moyens de transport jouent le principal rôle.

A. Metton¹³ énonce que l'aire d'attraction théorique d'un marché s'étend sur un rayon variant entre 500 et 700 mètres. Les aires de marchés peuvent se déplacer, glisser, s'étirer ou augmenter de superficie. Tout dépend de la localisation du marché, de sa taille et de sa forme.

Les consommateurs choisissent systématiquement les centres d'achat les plus proches offrant des biens qu'ils désirent, mais des zones principales d'une plus grande accessibilité cumulée peuvent attirer les consommateurs de plus loin.

⁹-Mumford, Lewis : La cité à travers l'histoire.- Paris, Ed. Seuil, 1961.- p. 95.

¹⁰-Une place centrale peut être une métropole, une ville, un village ou un bourg. Cette théorie "*est la base théorique d'une grande partie de la géographie urbaine et de la géographie du commerce de détail et des services*".- In Brian, J. ; Berry, L. : Etudes comparatives des systèmes de places centrales.- Washington, Projet NR 389-126 (Office of naval research, geography branch, 1962).

¹¹-Polanyi, Karl : The great transformation.- New York, Rinehart, 1944.

¹²-Murdie, Robert A.: Cultural differences in consumer travel.- Economic Geography, vol.41, Juillet 1965.- p.p. 211-233.

¹³-Metton, Alain : Le commerce et la ville en banlieue parisienne.- adapté de thèse d'état, université de Paris VIII, 1978.- p. 356.

L'approche théorique et historique de l'organisation du marché dans certains modèles urbains, a montré la diversité des types de marchés et les formes d'intégration à l'espace urbain. Pour ce qui concerne, la localisation, les marchés s'inscrivent dans la logique de recherche d'efficacité d'échange commercial. Les sites choisis peuvent différer d'une culture à l'autre. Le plus souvent les marchés s'installent à des carrefours et, leur emplacement est déterminé par les distances maximales que le consommateur accepte de franchir.

Processus d'évolution des marchés à Oran

Oran, ville méditerranéenne, capitale de l'ouest algérien et pôle d'échange a une fonction commerciale qui apparaît à travers de nombreuses zones actives de la ville où les marchés jouent le rôle de régulateur économique. Actuellement, ils subissent des transformations de tout ordre qui se traduisent par de nouvelles formes d'appropriation et se manifestent tant au niveau spatial et fonctionnel qu'au niveau des pratiques sociales.

De même les marchés assurent le rôle de distribution et de commercialisation des produits dans la ville d'Oran où marché du quartier Médina El Djedida est connu à l'échelle nationale.

L'étude du processus d'évolution des marchés à Oran a montré que la période précoloniale, chez les Espagnols et les Turcs, le marché est d'abord un espace extérieur. Il est principalement une place : la place de marché, élément structurant du tissu urbain.

Durant l'occupation française à partir de 1830, la ville est remodelée et organisée pour accueillir les structures urbaines coloniales où le marché se distingue par son emplacement et son architecture. Plusieurs étapes sont mises en évidence :

- Transformation des marchés pré coloniaux des anciens tissus de la ville en marchés couverts.

- Augmentation du nombre de marchés à Oran qui prennent l'aspect forain sur des espaces qui leur sont réservés mais qui ne sont pas forcément des places urbaines.

- Apparition des premiers marchés construits de type couvert.

- Le marché de type souk de la société pré coloniale se voit concurrencé par le marché couvert nouvellement introduit par les français.

- Les deux structures de marchés, forain et couvert, fonctionnent simultanément puis le marché de type souk n'existe plus c'est à dire que la majorité des marchés forains se construisent.

- Ils se localisent sur des lieux, selon deux modèles :

- couvert (monumental ou non), situé dans les quartiers européens et semi-couvert, situé dans les quartiers musulmans.
- Apparition de nouveaux marchés alors que d'autres disparaissent ou sont transformés.
- Construction de marchés semi couverts.
- Ralentissement dans les réalisations de marchés.
- Les marchés existant débordent ou leur activité se déplace sur les rues et espaces extérieurs.
- Apparition du marché forain hebdomadaire, qui constitue une résurgence des anciennes pratiques sociales.

La localisation des marchés à Oran

La localisation des marchés est un critère majeur dans le processus de structuration d'un territoire. Elle permet d'assurer les caractéristiques nécessaires d'organisation et de fonctionnement de l'espace d'une part, et de garantir les services de manière régulière et satisfaisante, d'autre part.

Les marchés à Oran ne sont pas disposés de façon indépendante, leurs distributions sont en relation les unes avec les autres. Ceci est apparu dans l'étude des aires de chalandise qui a montré que la ville d'Oran est couverte par un réseau de marchés quotidiens, selon une trame relativement serrée, (chevauchement ou interpénétration des aires de chalandise). Ce réseau est complété par les marchés hebdomadaires. La logique de localisation des marchés à Oran est une logique en étroite relation avec celle de la ville et ceci s'est reflété par rapport aux types de tissus urbains¹⁴, aux types de marchés et leurs types de fonctionnement.

- le type de tissu « *alignement économique* » renferme divers types de marchés, le couvert datant de l'époque coloniale, le semi couvert et le non couvert, mais l'activité marchande se pratique sur rues selon une dominance. Ces rues conçues mécaniques et devenues piétonnes, créent des conflits entre usagers.

¹⁴-Oran renferme neuf types de tissus urbains étudiés par Guerroudj, Toufik : dans « Oran, ville moderne », Université des sciences et de la technologie d'Oran, 1980. Sept types de tissus renferment des marchés quotidiens. Les caractéristiques de ces tissus diffèrent sur plusieurs points. Ils diffèrent dans le type de construction, dans l'emprise au sol, dans la dynamique c'est-à-dire s'ils se dégradent, se densifient, ou s'ils sont stables. Ils diffèrent aussi dans leur densité, la nature de leur bâti, les hauteurs des constructions. Certains tissus sont très anciens alors que d'autres peuvent être encore en construction. Ce sont donc divers critères qui distinguent chaque tissu urbain d'un autre. Mais, il est à noter que la fonction principale des tissus possédant un marché est l'habitat.

- Le tissu urbain de type « *alignement* » regroupe des marchés intégrés dans les quartiers centraux de la ville d'Oran. Ils sont fonctionnels avec extension de leur activité marchande qui concentre un ensemble varié de produits alimentaires et autres.

Ces marchés centraux (la rue des Aurès, Sidi Okba, Michelet) sont l'échelle de la ville. Ils desservent, non seulement leurs quartiers mais attirent une population toujours nombreuse et rayonnent sur une hinterland dépassant celle définie par la théorie. La centralité de ces marchés est favorisée par divers facteurs mis en jeu dont le type de tissu urbain ainsi que sa signification sociale et symbolique.

- Le type de tissu « *alignement bas* » regroupe le plus grand nombre de marchés de la ville d'Oran, qui présentent des aspects analogues dans leurs modes de fonctionnement. Ce sont pour leur majorité des marchés de quartier, spécialisés dans le secteur alimentaire courant. Ce tissu englobe les divers types de marchés (couvert, semi couvert, non couvert) ainsi que le marché de gros (les Halles Centrales). Le marché bâti (couvert ou semi couvert) étant obsolète et non fonctionnel, l'activité marchande se déroule le long de rues, (attendant au marché bâti) où cohabitent le piéton, le marchand avec sa marchandise, et la voiture. Ces marchés polarisent une grande activité marchande qui est prise en charge par la rue. Ainsi, ce tissu urbain concentre et favorise la pratique sociale de la rue marché. Il s'agit, rappelons-le, d'un tissu qui renferme des constructions très variées, sur de petites parcelles, où la rue marché est devenue un espace qui s'adapte à la fonction commerciale. En outre, ce tissu est en densification et les besoins en produits sont plus grands.

- Le tissu de type « *lotissement* », ne renferme pas le marché de type couvert, mais seulement le semi couvert, dont un non fonctionnel, et le non couvert hebdomadaire.

- Les marchés du type de tissu « *plan de masse* » [collectif et individuel], sont généralement situés entre des blocs d'habitation, et forment avec d'autres équipements un ensemble de services. Ils ont une activité qui se développe par la greffe de nouveaux commerces et nouvelles activités, aux alentours immédiats du marché. Ils ont des portées économiques qui dépassent celles définies par la théorie de fait qu'il n'existe pas de marchés assez proches à ceux là. Ils assurent, par conséquent, un rôle et une concentration commerciale qui dépasse leur capacité d'accueil et débordent sur les rues.

Le marché hebdomadaire assure un approvisionnement en divers produits, complémentaire à ce type de tissu,

- Le type de tissu ZHUN, possède de grands espaces extérieurs libres qui permettent temporairement l'insertion du marché hebdomadaire.

Cette insertion engendre des aspects négatifs sur le plan spatial et du paysage urbain.

Son lieu d'implantation étant souvent déplacé, il suppose une absence d'étude de localisation dans le tissu urbain.

Par ailleurs, le marché hebdomadaire, présente une part du secteur alimentaire assez élevée par rapport aux divers articles proposés au consommateur.

- Le type de tissu « *emprises diverses* » renferme un seul marché qui est hebdomadaire et qui s'implante à proximité des zones centrales de la ville.

Les marchés sont aussi liés aux diverses infrastructures de la ville telles que le réseau de voirie. Ils sont situés sur des points stratégiques des réseaux de circulation, sur les routes nationales, les chemins de Wilaya, les boulevards périphériques et les dessertes de quartier. Ils s'inscrivent de ce fait, dans la logique de recherche d'efficacité, de régularité et de rapidité d'échange commercial. Avec les extensions récentes de la ville, d'autres structures complémentaires de marchés, spécialement les marchés de gros, s'avèrent nécessaires, pour prendre en charge la distribution des marchandises sur l'ensemble des marchés de la ville d'Oran.

La répartition des marchés en fonction de la distance à parcourir par le consommateur, a montré que la zone centrale de la ville d'Oran est la mieux achalandée. La prise en charge des distances à parcourir dans les zones péri - centrale et périphérique, nécessite le développement de certaines structures de la ville telles que le transport en commun.

La pratique des marchés

Le marché est un équipement public où se tissent des rapports sociaux. Il est un lieu d'expression d'une culture, un lieu de pratique sociale. Il est le lieu où est mis en scène, le modèle idéal de la société civile. Il est, chez De La Pradelle¹⁵, un moment d'exception relativement isolé du reste de la vie sociale. Chacun de ses acteurs a un rôle qu'il doit jouer. La pratique est sous - tendue par des habitus ou ensemble de *dispositions*¹⁶ propres à des formes de sociabilité qui renvoient à des appartenances sociales et à

¹⁵ -De La Pradelle, Michèle : Jeux de mots, jeux de choses : faire son marché à Carpentras.- Thèse de Doctorat, EHESS, 1990.

¹⁶ - Bourdieu, P. : Esquisse d'une théorie de la pratique.- Paris-Genève, 1972. « *Le concept d'habitus est défini comme système de dispositions. Il exprime d'abord le résultat d'une action organisatrice présentant un sens très voisin de mots tels que structure ; il désigne par ailleurs une manière d'être, un état habituel (en particulier du corps) et, en particulier, une prédisposition, une tendance, une propension ou une inclination* ».

des cultures. "*gestes, parcours, corps et mémoire, symbole et sens se manifestent à travers des phénomènes d'appropriation*"¹⁷ où la configuration de l'espace a son importance.

A Oran, le besoin de retrouver la forme spatiale la plus appropriée du marché, semble déjà se préciser au niveau de la pratique sociale. Car le marché est un espace *micro-social spécifique* qui a sa propre logique interne qui exprime un milieu culturel et économique.

Conclusion

Par son influence sur les diverses structures de la ville, sur les liaisons et articulations de ses différentes zones, le marché met en jeu plusieurs facteurs. Nous avons tenté de comprendre la relation entre les facteurs sociaux et spatiaux. Le marché est le témoignage d'un mode de vie et d'un savoir faire, exprimés non seulement, à travers les édifices chargés d'art et d'histoire, mais aussi à travers les aménagements humbles et quotidiens qui concentrent une pratique et une signification sociales.

La problématique du fonctionnement du marché et de son devenir, a mené à faire une investigation historique.

Un recul dans le temps, nous a montré que le marché, après avoir été un espace extérieur, le plus souvent une place urbaine : la place du marché, élément structurant du tissu urbain, il devient un espace bâti, le marché couvert. Ce dernier, dans sa première apparition a consisté à se construire à proximité immédiate des places de marché existantes dans le tissu de la ville, et déplacer l'activité marchande, d'un espace extérieur non bâti vers un espace intérieur clos. Actuellement, le processus inverse est en train de se produire par le déplacement de l'activité de ce marché bâti, vers un espace extérieur, une rue ou place attenante au bâtiment.

L'étude de l'évolution des marchés par rapport à la ville suggère que chaque extension urbaine est systématiquement suivie par l'apparition de marchés. Ainsi, connaissant la forme générale de la ville d'Oran, ses grands axes de croissance, il est possible de penser et programmer les marchés nécessaires à ces nouvelles extensions en évitant une création et une accumulation de problèmes à l'intérieur du groupement d'Oran.

L'aire de chalandise qui constitue un facteur relativement fluctuant peut varier dans les surfaces desservies, (cas des marchés hebdomadaires). Elle est fonction du pouvoir attractif d'un marché, de la notion de proximité et de la centralité. La localisation, le type de marchés

¹⁷- Lefebvre, Henri : La révolution urbaine.- Paris, Ed. Gallimard, 1971.- p. 240.

et son type de fonctionnement sont étroitement liés aux types de tissus urbains de la ville d'Oran. Le tissu urbain de *type alignement* assemble des marchés centraux à l'échelle de la ville.

Le type de *tissu alignement bas* regroupe un grand nombre et divers types de marchés qui présentent certains aspects similaires dans leurs modes de fonctionnement. Le type de tissu alignement favorise la pratique sociale du marché en plein air et la rue marché.

Le marché hebdomadaire constitue une résurgence des anciennes pratiques sociales. Il présente une grande atomisation, dans l'espace et dans le temps, de l'activité économique et nécessite pour son installation temporaire de grands espaces.

Objet urbain complexe, le marché draine divers flux, dont les flux de personnes et de marchandises et organise l'espace de la circulation suivant un réseau différencié et hiérarchisé en fonction de l'importance de chaque marché.

Parmi les principes constitutifs de la planification d'un marché, la quantification des données urbaines permet une démarche normative. La programmation d'un marché, nécessite l'existence de données précises et où les aménageurs de l'espace sont confrontés à la prise en charge des nouvelles pratiques, sur les plans techniques, normatif, réglementaire et architectural. Actuellement, les pratiques ont tendance à généraliser un nouveau type à savoir la rue marché et le marché en plein air.

Pour rejoindre les préoccupations des urbanistes, tels que C. Sitte, K. Lynch, ... le marché ne doit pas répondre au seul besoin de son utilité fonctionnelle mais doit prendre en charge l'aspect qualitatif d'un lieu, et la richesse architecturale d'un équipement comme le marché ne peut constituer qu'un signe de développement de la ville. Mais quelle forme et quelle structure lui donner parmi les diversités rencontrées ? Quelle qu'en soit la traduction formelle, l'architecture des marchés sera celle qui favorisera l'organisation d'un marché en plein air ou semi couvert, linéaire sous forme de rues commerçantes, intégrées à des structures d'habitat et de services.

Bibliographie

Chaline, Claude : Les villes du monde arabe.- Paris, Ed. Armand Collin, 1996.

Chaline, Claude : Londres.- Paris, Ed. Armand Collin, 1968.

Côte, Marc : L'espace Algérien, les prémices d'un aménagement.- Alger, Ed. OPU, 1983.

Côte, Marc : L'Algérie, Espace et société.- Paris, Ed. Masson, 1996.

Laborde, Pierre : Les espaces urbains dans le monde.- Paris, Ed. Nathan, 1994.

Maarouf, Nadir : La relation ville campagne dans la théorie et la pratique, contribution à une sociologie rurale des pays dominés.- Alger, Ed. OPU, 1981.

Mermier, Franck : Les souks de Sanaa et la société citadine (République Arabe du Yémen).- Thèse de Doctorat, EHESS, 1988.

Oumlil, Ali : L'histoire et son discours, essai sur la théorie d'Ibn Khaldoune.- Rabat, Ed. S.M.E.R. Société marocaine des éditeurs réunis, publications de la faculté des lettres et des sciences humaines, 1982.

PDAU de la ville d'Oran, Plan de développement et d'aménagement urbain de la ville d'Oran, Phase I et III, Etabli par l'URSA : Bureau d'étude de la Wilaya de Saïda.