



Laboratoire Ville, Urbanisme et Développement Durable (VUDD)

Axe de recherche :

Qualité Urbaine, Environnement et Développement Durable (QUEDD)

Spécialité :

Architecture, Urbanisme et Développement Durable

Mémoire de Master Recherche

**CRITERES D'ATTRACTIVITE ECONOMIQUE DES PLACES
PUBLIQUES ALGEROISES.
CAS DE LA PLACE ÉMIR ABDELKADER D'ALGER-CENTRE.**

Présenté par :

Mlle. BELAMRI Leyla

Encadré par :

Dr. CHERFAOUI Dounia

Devant le jury :

Dr. BENALI Nadjia (SP2, présidente)

Mme. HIMEUR Dalila (SP3)

Dr. FERAHTA Latifa (EPAU)

Mr. KRITTER Thana Allah (EPAU)

Mars 2019

Dédicaces

Je dédie ce modeste travail :

A mes très chers parents, aucune dédicace ne saurait exprimer mon respect, mon amour éternel et ma considération pour les sacrifices que vous avez consenti pour mon instruction et mon bien être. Je suis très reconnaissante envers votre amour, patience, soutien moral et matériel depuis mon enfance.

Que ce modeste travail soit l'exaucement de vos vœux tant formulés, le fruit de vos innombrables sacrifices, bien que je ne vous en acquitterai jamais assez.

Que Dieu vous procure bonne santé et longue vie.

A mes chers frères et adorable petite sœur : Adel, Nadjib et Manel, ainsi qu'à la meilleure des belles-sœurs : Phloé, en témoignage de l'affection fraternelle, de l'amour et de l'attachement que je vous porte, je vous souhaite une vie pleine de bonheur et de succès.

Que Dieu, le tout puissant, vous protège et vous garde.

A toute ma famille.

A tous ceux qui m'ont aidé et soutenu, et qui ont prié Dieu pour plus de réussite.

A mes aimables amis, Dalel et Khalil.

Remerciements

Avant tout je remercie Dieu de m'avoir donné la force, le courage et la volonté de mener à bien ce travail.

Mon profond remerciement va à Mme. PIERREFAOUÏ Dounia qui a bien voulu diriger ce master. Ses orientations, remarques et apports intellectuels se sont révélés très précieux. Je tiens à lui exprimer ici toute ma gratitude.

Je remercie également les membres du jury d'avoir aimablement accepté d'évaluer ce modeste travail et d'accorder du temps pour la soutenance.

Mes ultimes remerciements vont à mes parents qui tout au long de mes études ne m'ont privé de rien, ils étaient toujours là pour m'aider et me soutenir. Sachez, papa et maman, que vous êtes pour moi un vrai exemple de simplicité et de bonne volonté de réussite.

J'exprime aussi mes remerciements à mes frères, à ma petite sœur et à ma belle-sœur qui m'ont toujours soutenu et poussé à aller de l'avant.

J'aimerais également remercier tous ceux qui m'ont aidé de près ou de loin, dans mon travail et par leurs expériences, m'ont été d'un grand apport.

Enfin, je souhaite remercier toutes les personnes qui étaient à l'origine de l'aboutissement de ce travail.

Résumé

Tout au long de l'histoire, la place publique avait sa valeur et sa symbolique dans la ville. Elle a toujours été un lieu de vie sociale, de pratiques commerciales et d'échange économique. Elle est une composante structurante qui résulte d'une réflexion urbaine profonde, offrant à la ville une organisation et un bon fonctionnement. Elle constitue un lieu pour la vie quotidienne qui généralement répond aux besoins de ses usagers. La place publique est donc un espace de partage qui par ses qualités crée chez le citoyen un sentiment d'appartenance et d'appropriation. Ainsi, par les activités qu'elle accueille, tels que les événements et les spectacles qui participent à l'attractivité de la ville et la rend compétitive à l'échelle locale, mais aussi mondiale.

Alger de par sa composition urbaine, est constituée d'une série de places publiques qui mettent en avant son image, son caractère et son identité. A titre d'exemple, nous citons : la place Émir Abdelkader et la place de la Grande Poste. Entre autres, certaines de ces places ne répondent pas aux aspirations des usagers d'après un sondage fait sur site durant la période de la recherche. En effet, le manque d'aménagement et le flux mécanique important qui l'entoure, influe négativement sur leur fréquentation. Elles deviennent donc des espaces non attractifs, peu fréquentés et qui ne servent désormais qu'au passage et à la transition.

La place Émir Abdelkader est l'une des places les plus transitées de la capitale. Pour le potentiel qu'elle possède, de par sa position au cœur d'Alger-Centre, son caractère architectural, et de par la qualité de son environnement, nous l'avons choisi comme cas d'étude. De ce fait, dans notre présent travail, nous voudrions évaluer son attractivité économique et identifier ses critères qui vont nous permettre de mettre en place une série de propositions pouvant améliorer sa fréquentation et son bénéfice économique pour la ville. Enfin, pour qu'elle ait une attractivité pouvant impliquer la ville d'Alger-Centre dans la compétitivité mondiale surtout que cette dernière se prépare à devenir une ville monde à l'horizon 2030.

L'objectif de notre recherche est donc la définition des conditions qui assurent l'émergence de cette attractivité économique. Ceci se base dans un premier temps sur une recherche bibliographique basée sur des documents de référence, ainsi qu'une analyse d'exemple de places publiques à l'échelle nationale et internationale. Dans un second temps, une enquête faite sur terrain à l'aide des outils d'investigation à savoir l'entretien et le questionnaire. Après le traitement et l'interprétation des données récoltées, un tableau de bord sera mis en place contenant les critères d'attractivité économique. Le tableau de bord va confirmer les critères retenus dans la première partie. A travers cette étape, nous pouvons aboutir à des orientations destinées pour l'opération de réaménagement et qui seront mises en place afin de rendre la place Émir Abdelkader économiquement plus attractive dont les bénéfices concerneront aussi bien les collectivités locales, les commerçants et les usagers, et finalement pour ancrer et renforcer son image dans l'esprit de tous les citoyens.

Mots clés

Place publique, lieu de vie quotidienne, attractivité économique, compétitivité, tableau de bord, critères d'attractivité économique.

Abstract

Through the past, public place has always had a symbolic value in a major city. It is a place in our lives for socialization, business practices and economic exchanges. It is a structural component. It results in a deep urban reflection, offering the city an organized and good performance area. It constitutes a place for our daily life which generally meets the needs of its users. The public place is thus a space of sharing experiences, which creates a feeling of belongings and appropriation of the citizens through its qualities and supporting activities such as events. Public places contribute to the attractiveness of the city and make it competitive locally and worldwide.

Algiers has a significant urban composition made up of a series of public places that highlight its image, its character and its identity such as Émir Abdelkader place and Grande Poste place. However, some of these places do not meet the aspirations of users according to a survey done during the research. Indeed, the lack of development and the important mechanical flow has had negative influences on their frequent visitation. They therefore have become unattractive spaces. They have little use and are now serving only for passage or as a transition place.

The Émir Abdelkader Square is one of these cases although it has potential with its architectural character, and the quality of its environment and a strategic position in the heart of Algiers downtown. For this, we chose it as a case study. Therefore, in our present work, we would like to evaluate its economic attractiveness through the criteria that will enable us to create a series of proposals that can improve its frequentation. The attractiveness of the place will help to involve Algiers downtown in the global competitiveness since the city wants to become a world-city by 2030.

The objective of our research is therefore to define the conditions which ensure the emergence of this economic attractiveness. This work depends initially on a literature research based on references and documents as well as on an analysis of examples of public places in the national and international areas. After we carried out a survey on the ground, using the following tools of investigation: interview and questionnaire, and after the processing and interpretation of the collected data, a dashboard will be set up holding criteria of economic attractiveness. The questionnaire will confirm criteria retained in the first part. Through this step, we can suggest some orientations for the redevelopment operation that can make the Émir Abdelkader Square more economically attractive. The benefits will concern both local authorities, traders and users, and finally it will anchor and strengthen its image in the minds of all citizens.

Key words

Public place, place of daily life, economic attractiveness, competitiveness, dashboard, criteria of economic attractiveness.

ملخص

على مدار التاريخ، كان للساحة العامة رمز وقيمة في المدينة. لطالما كانت مكاناً للحياة الاجتماعية، للممارسات التجارية وللتبادلات الاقتصادية. إنها عبارة عن بنية هيكلية ناتجة عن تخطيط عمراني عميق، منحت للمدينة تنظيمًا وتسييرًا جيدًا. إنها مكان للحياة اليومية وغالبًا ما تلبي احتياجات مستخدميها. بالتالي فإن الساحة العامة هي مساحة للمشاركة التي من خلال خصائصها تخلق في المواطن شعور الإنتماء والإمتلاك. أيضا ومن خلال الأنشطة التي تستضيفها، العروض مثلا، تساهم في جاذبية المدينة، مما يجعل هذه الأخيرة قادرة على المنافسة على المستوى المحلي وكذلك العالمي.

تتكون الجزائر العاصمة من سلسلة من الساحات العامة اللواتي يعكس صورتها، شخصيتها وهويتها، على سبيل المثال: ساحة الأمير عبد القادر وساحة البريد المركزي. لكن، البعض منها لا يجب لتطلعات المستخدمين وهذا استنادًا لاستطلاع تم إجراؤه في عين المكان. في الواقع، نقص أو بالأحرى افتقار جودة التخطيط إلى جانب التدفق الميكانيكي الهائل المحيط بهذه الأماكن، أثروا سلبا على الحضور. بالتالي، فإنها تصبح أماكن غير جذابة، لا يتم استخدامها إلا قليلاً وغالبًا ما ينحصر دورها على العبور لتغيير الوجهة.

ساحة الأمير عبد القادر واحدة من هذه الحالات. لهذا ونظرا للإمكانات التي تملكها، من خلال تواجدها في قلب الجزائر العاصمة، الطابع المعماري الذي تحويه وجودة بيئتها ... اخترناها كموضوع للدراسة. من خلال عملنا هذا، نريد تقييم جاذبيتها الاقتصادية على أساس تحديد المعايير التي من شأنها أن ترشدنا إلى سلسلة من الاقتراحات التي يمكن أن تحسن من حضور هذه الجاذبية. هذا، من أجل أن يكون لها جاذبية تستطيع من خلالها مدينة الجزائر العاصمة تكوين قدرة تنافسية عالمية خاصة وأنها تستعد لتصبح مدينة عالمية في عام 2030.

الهدف من بحثنا هو تحديد الشروط التي تضمن بزوغ هذه الجاذبية الاقتصادية. يستند هذا في البداية على البحث في المراجع إلى جانب تحليل أمثلة للساحات العامة على المستوى الوطني والدولي. بعد ذلك، يتم إجراء تحري في مكان الدراسة باستخدام أدوات الإستجواب المتمثلة في المقابلة والاستطلاع. بعد معالجة وتفسير النتائج المتحصل عليها، سيتم إنشاء لوحة النتائج التي تحتوي على معايير الجاذبية الاقتصادية. هذه الأخيرة ستؤكد المعايير المتحصل عليها في الجزء الأول. خلال هذه المرحلة، يمكننا الوصول إلى توصيات من أجل عملية إعادة التخطيط التي تهدف إلى تحسين الجاذبية الاقتصادية لساحة الأمير عبد القادر والتي سيستفيد منها السلطات المحلية، التجار ومستخدمي المكان وأخيرا من أجل ترسيخ وتعزيز صورتها في عقول جميع المواطنين.

كلمات مفتاحية

الساحة العامة، مكان للحياة اليومية، الجاذبية الاقتصادية، القدرة التنافسية، لوحة النتائج، معايير الجاذبية الاقتصادية.

TABLES DES MATIERES

I. PARTIE INTRODUCTIVE

I.1	Introduction générale.....	11
I.2	Formulation des problématiques	14
I.3	Proposition des hypothèses	15
I.4	Définition des objectifs de la recherche	15
I.5	Présentation de la méthodologie de recherche	16
I.6	Résultats attendus.....	16
I.7	Structure du mémoire	16

II. PREMIÈRE PARTIE : CONSTITUTION DU CORPUS THEORIQUE

"Analyse des concepts et des méthodes d'investigation"

Introduction de la première partie.....	20
---	----

II.1 Chapitre 01 : De la compétitivité des villes à l'attractivité économique des places publiques

21

Introduction.....	22
II.1.1 Pourquoi la compétitivité urbaine ?	22
II.1.2 Pourquoi la nécessité de l'attractivité économique ?	24
II.1.2.1 Attractivité urbaine	24
II.1.2.2 Attractivité économique	25
II.1.2.3 Quel lien entre l'attractivité économique et les places publiques et quels impacts ?.....	29
II.1.2.4 Quelles définitions pour les espaces publics et les places publiques ?.....	29
Synthèse du chapitre 01	45

II.2 Chapitre 02 : A la recherche des critères d'attractivité économique des places publique.....

47

Introduction.....	48
II.2.1 Etude des exemples de places publiques	48
II.2.1.1 Exemples internationaux.....	49

II.2.1.1.1 La Grand-Place de Bruxelles	49
II.2.1.1.2 La Place de la République à Paris	53
II.2.1.1.3 La Plaça de Catalunya à Barcelone	59
II.2.1.2 Exemples nationaux	64
II.2.1.2.1 La place de la Grande poste à Alger-Centre	64
II.2.1.2.2 La place 1 ^{er} novembre ou place Gueydon à Bejaia	69
II.2.2 Identification des critères d'attractivité économique des places publiques.....	72
Synthèse du chapitre 02	73
II.3 Chapitre 03 : Présentation des méthodes et proposition d'un outil d'évaluation des données.....	74
Introduction.....	75
II.3.1 Les outils d'évaluation	75
II.3.1.1 Méthode d'évaluation de l'attractivité	75
II.3.1.2 La diversité des outils d'évaluation à travers cinq exemples types	75
II.3.1.3 Comment choisir son outil d'évaluation ?	77
II.3.2 Présentation et explication de la méthode de l'entretien	78
II.3.3 Présentation et explication de la méthode du questionnaire	79
II.3.4 Le tableau de bord.....	81
II.3.5 Proposition d'un outil de collecte et d'évaluation des données relatives à l'attractivité économique de la place Émir Abdelkader (le cas d'étude).....	83
Synthèse du chapitre 03	84
Synthèse de la première partie.....	86
III. DEUXIEME PARTIE : ANALYSE ETEVALUATION DE L'ATTRACTIVITE ECONOMIQUE DE LA PLACE EMIR ABDELMKADER	
Introduction de la deuxième partie	89
III.1 Chapitre 04 : La place Emir Abdelkader, un potentiel d'attractuvuté économique	90
Introduction.....	91

III.1.1	La place Émir Abdelkader	91
III.1.1.1	Choix, présentation et analyse du cas de la place Émir Abdelkader.....	91
III.1.1.1.1	Justification du choix du cas d'étude.....	91
III.1.1.1.2	Présentation et analyse de la place Émir Abdelkader.....	92
III.1.1.1.3	Diagnostic et évaluation de la place Émir Abdelkader.....	98
III.1.2	Liste des services et équipements se trouvant dans le rayon de 300 mètres autour de la place Émir Abdelkader	105
III.1.3	Présentation du projet de requalification et de réaménagement de la place Émir Abdelkader prévu par le PDAU d'Alger	106
III.1.4	Présentation projet d'aménagement de la place de l'Émir Abdelkader prévu par la mairie d'Alger-Centre	108
	Synthèse du chapitre 04.....	109
III.2	Chapitre 05 : Evaluation de l'attractivité économique de la place Emir Abdelkader et proposition d'orientation.....	111
	Introduction.....	112
III.2.1	Choix des échantillons pour l'application des outils d'investigation sur terrain ..	113
III.2.2	Présentation des résultats de l'entretien	114
III.2.3	Présentation, traitement et interprétation des résultats du questionnaire	115
III.2.4	Constitution du tableau de bord à partir du questionnaire.....	125
III.2.5	Orientations pour l'aménagement de la place Émir Abdelkader	127
	Synthèse du chapitre 05.....	128
	Synthèse de la deuxième partie	130
IV.	CONCLUSION GENERALE	132
V.	BIBLIOGRAPHIE	136
VI.	Liste des figures.....	142
VII.	Liste des tableaux.....	147
VIII.	ANNEXES	149

I. PARTIE INTRODUCTIVE

I.1 Introduction générale

Avec toutes ces avancées mondiales, les villes sont mises en concurrence. Elles cherchent toutes à développer et retenir des citoyens, des travailleurs et des fonctionnaires conscients, c'est-à-dire que les villes sont capables de mettre en place des programmes et des politiques publiques ainsi que de produire de meilleurs produits, de favoriser l'esprit d'entreprise locale et d'attirer les investissements étrangers (Angelidou, 2014). Ceci va permettre d'accueillir de nouvelles activités économiques.

De ce fait, les villes ont de nombreux défis dont nous citons l'urbanisation croissante, le surpeuplement, la prise en conscience de la rareté des ressources, la compétition des villes entre elles (Mair et al., 2014). En plus de la qualité des infrastructures qui ne sont pas sans impact sur l'environnement.

Pour rester dans la compétitivité et depuis plusieurs années, les villes ne cessent de réaliser et de mettre en place des lieux attractifs pour leurs habitants, visiteurs et investisseurs. Certaines villes sont devenues des destinations préférées grâce aux grands événements scientifiques, culturels et commerciaux qu'elles suggèrent, mais elles sont aussi des lieux permettant l'échange et la rencontre des habitants et des visiteurs. Ces échanges et usages des espaces sont assurés grâce à la considération du concept de **l'attractivité** qui propose des outils stratégiques comme l'événementiel à travers les expositions, les lieux innovants et créatifs, ainsi que les activités entrepreneuriales et commerciales (Van Hamme et Van Criekingen, 2012). Le but de ces stratégies est d'intégrer et de renforcer la position des acteurs (commerçants, visiteurs, habitants, etc.) sur place.

L'attractivité est définie par Coeure et Rabaud (2011) comme étant « *la capacité d'un pays à attirer et retenir les entreprises* ». Ces entreprises peuvent être nationales ou étrangères. Bischoff (2013) considère l'attractivité économique comme « *la capacité à attirer des ressources économiques extérieures* » qui sont en premier lieu **d'ordre productif** : établissements et emplois de nature non présente¹. La mise en place d'établissement et l'installation de travailleurs indépendants dans la zone d'emploi sont également des indicateurs de l'attractivité. En deuxième lieu, une zone d'emploi peut attirer des ressources économiques **d'ordre résidentiel**, engendrant une économie de nature présente² importante : revenus des actifs résidents dans la zone d'emploi et travaillant en dehors de la ville, dépenses sur place des touristes et revenus des retraités s'installant dans la zone d'emploi à la fin de leur vie active. Cependant, la limite entre l'attractivité productive et l'attractivité résidentielle est à peine perceptible, car les choix de lieu de vie et de lieu de travail sont interdépendants.

En revanche, l'attractivité économique d'une ville ne se limite pas seulement aux zones d'emplois ou aux espaces clos, car même les **espaces urbains ouverts** peuvent contribuer à

¹Les **activités économiques non présentes** sont les activités sises dans la zone d'emploi qui produisent des biens majoritairement consommés hors de la zone, ainsi que les activités de services s'adressant principalement aux établissements œuvrant dans les activités économiques présentes (INSEE / Bischoff, 2013).

²Les **activités économiques présentes** sont les activités mises en œuvre dans la zone d'emploi pour la production de biens et de services visant la satisfaction des besoins des personnes présentes dans la zone, qu'elles soient résidentes ou touristes (INSEE / Bischoff, 2013).

l'amélioration de l'attractivité et à présenter de meilleurs résultats de développement (Dacheux, 2008).

L'espace public urbain, une **composante vitale** de la ville, est organisé autour d'un ensemble d'activité urbaine répondant à une multiplicité de fonctions et d'usage « *Un espace accessible à tous et où il est possible d'entrer en contact (visuel/physique) avec autrui* » (Levy, 2014). Il est appréhendé donc par sa capacité à faire le lien social et le lien physique. Il est un espace technique pour sa conception, sa gestion et son exploitation, car il se trouve au cœur des enjeux majeurs de la ville tels que l'attractivité, la mobilité, la participation citoyenne, ... (ADEUS³, 2014).

Les espaces publics sont des lieux qui répondent à de **multiples fonctions** qu'elles soient individuelles ou d'intérêt collectif. Les fonctionnalités individuelles correspondent aux aspirations actuelles des usagers qui sont donc des besoins de court terme comme par exemple : se déplacer pour accéder aux services du quotidien, échanger avec les autres, etc. Tandis que les fonctionnalités collectives correspondent aux enjeux de la société qui s'étendent sur un long terme comme par exemple : développer, préserver et valoriser les biens communs, favoriser le vivre-ensemble, la paix sociale, assurer la sécurité, etc. (ADEUS, 2014).

Ils jouent un rôle dans la **transformation de la ville** qui est sous l'impulsion des nouvelles technologies par l'intégration des aspects de la vie urbaine aussi variés que l'économie, les infrastructures, les transports, l'environnement, la sécurité et la qualité de vie (Lombardi et al. 2012). La **pratique économique** a été attribuée à l'espace public depuis l'antiquité à travers l'économie de marché (l'agora grec, le forum romain, etc.), qui de nos jours est présente à travers le marketing urbain, le tourisme urbain, la publicité, etc. Ceci a engendré une formation de plateformes de rencontre à l'échelle urbaine et architecturale (Basova, 2017).

La réalisation ou la fabrication de ces plateformes passent par une approche de la planification, de la conception, et de gestion de ces espaces publics en se basant sur diverses acteurs (professionnels, habitants, entreprises, etc.). Il s'agit donc de regarder, d'écouter et de poser les bonnes questions aux usagers de l'espace dans le but de cerner leurs besoins et leurs aspirations. Les réponses et les informations cueillies vont servir par la suite à la création d'une vision commune pour cet espace. Cette vision va devenir une stratégie de mise en œuvre qui **se concrétisera** par des aménagements offrant de grands avantages en ce qui concerne l'attractivité de ces espaces publics (Project For Public Spaces, 2008). Ceci peut se matérialiser à travers les opérations de « **Placemaking** » qui revoie à l'aménagement réfléchi des espaces publics.

La place publique qui est une typologie de l'espace public, est aussi soumise à la politique du « placemaking ». Cela est dû à son caractère qui ne peut être mesuré que par rapport à sa qualité physique, mais par rapport aussi à ce que la place offre à ses usagers autant qu'une composante et ressource vitale dans laquelle l'intérêt fonctionnel est beaucoup plus important que l'aspect formel. Quand la place publique réussit à réunir sur elle des personnes des différents âges et de différents profils et qui jouent le rôle clé dans son développement socio-économique, son

³ ADEUS : Agence de Développement Et d'Urbanisme de l'Agglomération Strasbourgeoise.

identité, sa création et son maintien, nous pouvons dire que l'objectif du « placemaking » est atteint (Project For Public Spaces, 2018).

Pour comprendre cela, nous allons analyser des **exemples de places publiques** à l'échelle internationale et nationale à savoir la Grande Place de Bruxelles (Belgique), la place de Catalogne (Barcelone, Espagne), la place de République (Paris, France), la place de la Grande Poste (Alger, Algérie) et la place Gueydon (Béjaia, Algérie). Nous nous sommes basées sur un ensemble de critères dans le choix de ces exemples présentent la position centrale de la place au sein de la ville, sa multifonctionnalité, ainsi que son caractère urbain et son aspect architectural. Cette analyse nous permettra de définir les critères qui impactent positivement l'attractivité économique d'une place publique.

Alger-Centre et grâce à sa situation géographique, sa richesse culturelle et historique, elle est une destination qui attire un très grand flux. C'est une ville accessible par tous les moyens de transport et par différents usagers. Elle comprend différents types d'espace public et surtout des places publiques qui sont situées en plein cœur de la ville et qui sont pour la plupart un héritage colonial. Ces dernières sont occupées et visitées par différents usagers (différents genres, catégories d'âges, niveaux d'instruction, etc.). Nous voulons par ce travail mettre l'accent sur l'aspect économique qui a une relation directe avec l'attractivité de la ville et surtout avec la pratique de l'aménagement (Placemaking). Ceci convient au contexte de la capitale qui se prépare à être une ville monde à l'horizon 2030 et qui prévoit, de ce fait, le réaménagement de ses places publiques. Cependant, ces places sont-elles en mesure de répondre à cette qualité d'ouverture au monde et surtout d'attractivité économique ?

Dans le but de s'inscrire dans les problématiques et préoccupations de l'axe QUEDD, nous avons établi un listing des travaux antérieurs concernant le sujet de l'attractivité et de l'espace public, nous citons :

1/ « Outils d'évaluation de **l'attractivité urbaine** des sites potentiels de pôles de compétitivité – Application sur la commune de Bab Ezzouar », présenté par Mme. BOUALLAG-AZOUI Ouafida, soutenu en 2009.

2/ « **L'attractivité urbaine** par l'accueil de l'événementiel sur les places publiques – Cas d'Alger », présenté par Mme. CHERFAOUI Dounia, soutenu en 2010.

3/ « Les écolabels au service de **l'attractivité de la ville** nouvelle de Boughezoul », présenté par Mme. MALLEK Malika, soutenu en 2013.

Nous avons remarqué que les travaux antérieurs ont abordé l'attractivité de la ville à travers l'espace public mais pas l'attractivité de l'espace public lui-même et surtout que le volet économique n'a pas encore été suffisamment abordé.

Notre recherche va compléter les recherches en abordant l'attractivité économique de la place Émir Abdelkader dans un rayon de 300m. Après avoir ciblé les acteurs concernés et à l'aide d'une enquête faite sur terrain par le biais d'un entretien et d'un questionnaire, nous allons pouvoir définir les critères d'évaluation de cette attractivité économique. Ceci va nous permettre

d'aboutir à des résultats qui vont contribuer à l'amélioration de cette attractivité et donc pousser Alger-Centre à devenir une ville compétitive.

I.2 Formulation des problématiques

I.2.1 Problématique générale

De nos jours, les villes connaissent des changements, notamment dans leur développement économique. Ceci a pour conséquence la recherche de plus en plus, d'entreprise, de travailleurs, de touristes... et d'activité favorisant leurs attractivités économiques. Les aspirations des villes pour leur développement ont favorisé la société de consommation au profil de lieux répondant aux objectifs de cohésion sociale, d'urbanité, de solidarité, etc. Pourtant, ces lieux peuvent également être un espace qui présente un caractère commercial et qui vient compléter l'activité qui se pratique dans les nouveaux espaces comme les centres commerciaux, les marchés couverts, etc. Ceci nous a poussé donc à se poser une question de départ qui par laquelle notre recherche a émergé :

Par quel moyen peut-on rendre une ville économiquement compétitive en dehors de son cadre bâti ? Les espaces non-bâti peuvent-ils être économiquement attractifs ?

I.2.2 Problématique spécifique

Un espace public de qualité peut avoir un impact significatif sur la vie économique des centres urbains grands ou petits, et est donc un élément essentiel pour le succès d'une stratégie de régénération (Liégeois, 2009). Comme les villes sont de plus en plus en concurrence entre elles pour attirer les investissements, la présence des parcs, des places, des jardins et d'autres espaces publics devient un outil commercial et de marketing essentiel. Généralement, les entreprises sont attirées par les sites offrant des espaces publics de qualité, dont des critères bien précis sont respectés. Ces espaces attirent à leur tour les clients, les employés et les services.

Les places publiques, qui sont une typologie par excellence des espaces publics, devraient aussi répondre à ces critères pour qu'elles puissent atteindre un certain niveau d'attractivité. Notre deuxième niveau de réflexion s'est focalisé sur la question suivante : Comment contribuent les places à l'attractivité économique de la ville ? Quels sont les critères que recèlent les places pour ce type d'attractivité ?

I.2.3 Problématique spécifique et contextuelle

La capitale passe par une crise économique et cet aspect devient important en aménagement. La place Émir Abdelkader, par son emplacement dans une rue commerçante qui présente différentes activités commerciales telles que : les restaurants, les cafés, les boutiques de vêtements, de chaussures pour les hommes, femmes et enfants, et par le nombre très important de clients et de visiteurs participe-t-elle au développement économique de la ville ?

I.3 Proposition des hypothèses

Afin de répondre à la problématique générale se rapportant au moyen permettant à la ville d'être économiquement compétitive en dehors de son cadre bâti, nous proposons l'hypothèse de **l'attractivité économique dans les espaces publics** ou plus précisément dans les **places publiques** qui sont une composante importante de la ville et qui par leurs aménagements et les activités qu'elles accueillent pourraient être un enjeu majeur de ce concept d'attractivité économique que nous souhaitons développer.

Concernant la problématique spécifique qui consiste en la contribution de l'attractivité économique de la place Émir Abdelkader pour la compétitivité économique d'Alger-Centre, nous prenons les critères d'attractivité dans les places publiques comme indices d'évaluation de cette attractivité. Ceci par la recherche d'exemple de places publiques économiquement attractives, sur le niveau international et national, dans les références bibliographiques, et surtout à travers des enquêtes auprès des acteurs économiques se trouvant dans un rayon de 300 mètres de la place Émir Abdelkader. Ce périmètre d'intervention est choisi par rapport à la composition de la ville. En effet, Alger est constituée d'une succession de places publiques avec une distance maximale de presque 600 mètres entre deux places. De ce fait, nous avons pris la moitié de cette valeur qui consiste en 300 mètres autour de la place Émir Abdelkader et qui fait son rayon d'influence. Nous rappelons que ce rayon d'influence est celui de proximité permettant aux piétons d'acquiescer leurs besoins sans recourir à la voiture.

A l'aide d'un **outil d'évaluation de l'attractivité économique de la place Émir Abdelkader**, nous pouvons répondre à la problématique spécifique et contextuelle. Cet outil va être appliqué sur la place Émir Abdelkader afin de confirmer et /ou compléter les critères d'attractivité et offrir aux aménageurs et architectes un outil d'évaluation de l'attractivité économique en tenant compte des différents acteurs de ce domaine économique.

I.4 Définition des objectifs de la recherche

- 1- Compléter les travaux précédents, de l'axe de recherche, abordant l'attractivité de la ville en mettant l'accent sur **l'attractivité économique** d'une composante de la ville à savoir la **place publique**.
- 2- Aborder le sujet de **l'attractivité économique d'une place d'Alger** à l'aide des critères. Ceci représente une question non encore abordée dans les masters et les thèses de doctorat.
- 3- Compléter **l'éventail des outils d'évaluation qualitative** existants pour les places publiques en définissant les critères d'attractivité économique qui vont nous permettre de mettre en œuvre un ensemble d'action participant à l'amélioration de cette attractivité.

I.5 Présentation de la méthodologie de recherche

Pour aborder ce sujet de recherche et répondre convenablement à la problématique exposée précédemment, nous avons suivi un processus de réflexion qui s'appuie sur une approche méthodologique développée en deux phases complémentaires :

- La première phase : Analyse des concepts et recherche de méthodes

Cette phase a pour objectif d'élaborer une recherche théorique à travers les différentes références bibliographiques, en consultant et exploitant les informations présentées dans les revues, livres, articles, etc. Mais aussi en s'appuyant sur une analyse des différents exemples de places publiques attractives incluant quelques exemples internationaux et locaux. Ce qui va nous permettre d'identifier et d'extraire les critères et conditions de leur attractivité économique. Cette phase théorique réunit donc un certain nombre de données et caractéristiques marquant les places publiques attractives (sur les différents plans aménagement, gestion, etc.).

Ce travail est complété par la recherche d'outil d'évaluation de l'attractivité économique des places publiques.

- La deuxième phase : Enquête sur terrain

Cette phase est empirique comprenant un travail sur terrain à travers l'enquête. Cette dernière est conduite dans la place Émir Abdelkader en visant les aspects qualitatifs. Pour cela, les personnes résidentes autour de cette place, les spécialistes (architectes, etc.), ainsi que les acteurs de l'économie tels que les touristes ou les visiteurs, les commerçants, les personnels des services et les usagers qui s'y rendent de temps à autre, seront interrogés sur **les différents critères d'attractivité économique**. En partant des critères retenus de l'étape précédente, nous allons les vérifier et compléter par d'autres critères relevés dans l'enquête sur site qui se base sur l'entretien et le questionnaire. Ceci nous offre une meilleure compréhension du sujet, la vérification des hypothèses proposées et surtout d'évaluer l'attractivité économique de la place.

I.6 Résultats attendus

Il s'agit d'élaborer un outil d'évaluation de l'attractivité économique de la place Émir Abdelkader qui peut être appliqué par la suite sur d'autres places publiques d'Alger-Centre. Cet outil prendra forme d'un tableau de bord.

I.7 Structure du mémoire

Dans le but de répondre aux objectifs de la recherche, nous avons structuré le mémoire comme suit :

- **Partie introductive** : elle contient une documentation sur le thème abordé. Ceci nous a incité à mettre en place une problématique générale suivie par des problématiques

spécifiques et contextuelles. Des hypothèses sont proposées à partir de notre documentation avec un ensemble d'objectif à atteindre. Nous avons aussi présenté dans cette partie la méthodologie suivie.

- **La première partie :** elle aborde la constitution d'un corpus théorique par l'analyse des concepts et des méthodes d'investigation. Cette partie est divisée en trois chapitres suivants :
 - **Le premier chapitre** '*De la compétitivité des villes à l'attractivité économique des places publiques*'. Nous allons comprendre les concepts liés à la compétitivité urbaine et à l'attractivité urbaine, ainsi que le passage vers une attractivité économique. Ensuite nous allons définir les différents espaces publics et places publiques et le lien avec l'attractivité économique.
 - **Le deuxième chapitre** '*A la recherche des critères d'attractivité économique des places publiques*'. Nous allons ici étudier des exemples de places publiques économiquement attractives à l'échelle internationale et nationale et définir par la suite les critères d'attractivité économique des places publiques.
 - **Le troisième chapitre** '*Présentation des méthodes et proposition d'un outil d'évaluation*'. Nous présenterons et expliquerons la méthode de l'entretien et du questionnaire et proposerons un outil d'évaluation de l'attractivité économique des places.
- **La deuxième partie :** elle constitue la partie empirique qui va être matérialisée par le recueil d'information résultant des enquêtes faites sur site afin d'aboutir au complément d'information. Cette partie est divisée en deux chapitres qui sont :
 - **Le quatrième chapitre** '*La place Émir Abdelkader, un potentiel d'attractivité économique*'. Il consiste en la justification et la présentation du cas d'étude « place Émir Abdelkader » ainsi que les projets de requalification et de réaménagement proposés par le PDAU⁴ d'Alger et la mairie d'Alger-Centre.
 - **Le cinquième chapitre** '*Évaluation de l'attractivité économique de la place Émir Abdelkader et proposition d'orientation*'. Il va être consacré dans un premier lieu à la présentation des résultats de l'entretien et du questionnaire obtenus lors des sorties effectuées sur site. Dans un deuxième lieu, nous allons traiter et interpréter ces résultats pour arriver à l'élaboration d'un tableau de bord qui nous permettra des orientations qu'il faut mettre en place pour l'aménagement de la place Émir Abdelkader dans l'optique d'améliorer son attractivité économique.
- **Conclusion Générale :** Nous clôturons notre recherche par une conclusion générale qui contiendra les résultats de notre recherche.

⁴ PDAU : Plan Directeur d'Aménagement et d'Urbanisme.

PARTIE INTRODUCTIVE

Partie 01 :
CONSTITUTION DU CORPUS THEORIQUE PAR
« Analyse des concepts et des méthodes d'investigation. »

Chapitre 01 :
De la compétitivité des villes à l'attractivité économique des places.

- Pourquoi la compétitivité urbaine ?
- Pourquoi la nécessité de l'attractivité économique ?
- Quel lien entre l'attractivité économique et les places publiques et quels impacts ?
- Quelles définitions pour les espaces publics et les places publiques ?

Chapitre 02 :
A la recherche des critères de l'attractivité économique des places publiques.

- Étude d'exemple de places publiques économiquement attractives (cas internationaux et nationaux).
- Comparaison et identification des critères d'attractivité économique des places publiques.

Chapitre 03 :
Présentation des méthodes et proposition d'un outil d'évaluation des données.

- Présentation et explication de la méthode de l'entretien.
- Présentation et explication de la méthode du questionnaire.
- Proposition des outils d'évaluation de l'attractivité économique des places.

Synthèse générale de la première partie.

Partie 02 :
ANALYSE ET ÉVALUATION DE L'ATTRACTIVITE ÉCONOMIQUE DE LA PLACE ÉMIR ABDELKADER.

Chapitre 04 :
La place Émir Abdelkader, un potentiel d'attractivité économique.

- Choix, présentation et analyse du cas de la place Émir Abdelkader.
- Liste des services et équipements se trouvant dans le rayon de 300 mètres autour de la place Émir Abdelkader.
- Présentation du projet de requalification de la place proposé par de PDAU d'Alger.
- Présentation de l'aménagement proposé par la mairie d'Alger-Centre.

Chapitre 05 :
Évaluation de l'attractivité économique de la place Émir Abdelkader et proposition d'orientation

- Présentation des résultats du questionnaire et de l'entretien.
- Traitement et interprétation des résultats.
- Constitution du tableau de bord à partir du questionnaire.
- Proposition d'orientation pour l'aménagement de la place Émir.

Synthèse générale de la deuxième partie.

CONCLUSION GÉNÉRALE

Schéma de structuration du mémoire

II. PREMIÈRE PARTIE

CONSTITUTION DU CORPUS THÉORIQUE

« Analyse des concepts et des méthodes d'investigation »

Introduction de la première partie

Cette première partie du mémoire va être consacrée à l'analyse des différents concepts liés directement à notre thématique accompagnée d'un ensemble d'exemple de places publiques attractives afin de mieux cerner notre sujet d'étude. Pour cela, nous avons devisé cette partie en trois chapitres distincts.

Dans le premier chapitre, nous allons définir les concepts majeurs sur lesquels notre recherche repose à savoir la compétitivité urbaine, l'attractivité urbaine et leur différence au niveau des échelles d'influence. Nous aborderons par la suite l'attractivité économique et son intégration dans les espaces publics et plus précisément dans les places publiques où l'économie se développe et à des résultats considérables. Ensuite nous allons présenter les différentes formes d'espace public et l'évolution historique des places publiques comme étant un lieu d'essor économique et d'échange.

Différents exemples de places publiques internationaux (à Bruxelles, à Paris et à Barcelone) et nationaux (à Alger-centre et à Bougie) vont être étudiés et analysés dans le deuxième chapitre. Ce choix a été établi selon une base de critères qui nous semble répondre le mieux à notre objectif de recherche et qui sont déduits des contextes semblables à notre cas d'étude. Cette recherche va nous permettre de faire ressortir une liste de critères relativement importante en ce qui concerne l'attractivité économique des places publiques.

Dans le troisième chapitre, nous allons présenter et expliquer notre outil d'investigation qui va nous aider à mettre en place (dans le chapitre qui suit) un tableau de bord qui nous permettra d'évaluer l'attractivité économique de la place publique.

Cette partie va être clôturée avec une synthèse générale faisant référence aux points essentiels qui ont été abordés dans les trois chapitres précédemment cités.

Chapitre 01

De la compétitivité des villes à l'attractivité économique des places publiques

Introduction

De nos jours, une compétition est en train de se jouer entre les villes. Ceci a pour conséquence la concurrence des villes à devenir attractives. De ce fait, les villes cherchent à améliorer la qualité de vie et parallèlement à accroître la compétitivité mondiale. Pour cela, elles doivent être attentives aux tendances de l'agenda urbain et aux offres de services répondant aux attentes de ses habitants afin de créer une dynamique urbaine et de rester dans le rang des villes attractives.

L'objet de ce chapitre va porter dans un premier lieu sur les concepts clés de notre recherche dont la compétitivité urbaine, l'attractivité urbaine et l'attractivité économique, ainsi que leurs impacts sur les places publiques. Ensuite, nous explorons en profondeur les espaces publics et les places publiques en particulier pour comprendre les différentes composantes de ces espaces qui aident la ville dans son attractivité.

Enfin et à travers l'évolution des places publiques dans le temps, nous allons voir comment la vocation économique s'est développée dans ces espaces et quel lien va se créer entre l'attractivité économique et les places publiques.

II.1.1 Pourquoi la compétitivité urbaine ?

La compétitivité est sous-entendue comme la capacité d'une nation à améliorer durablement le niveau de vie de ses habitants et à leur procurer un haut niveau d'emploi et de cohésion sociale dans un environnement de qualité. Elle peut s'apprécier par l'aptitude d'un territoire à maintenir et à attirer les activités et par celle des entreprises à faire face à leurs concurrentes (De Kerviler, 2011). La compétitivité d'un territoire est donc la capacité de produire des biens et des services qui passent le test des marchés internationaux (performance économique), tout en maintenant des niveaux de revenus élevés (performance sociale) et durables (performance patrimoniale).

Si on revient à l'échelle urbaine, la compétitivité est considérée pour les régions urbaines comme des entités en concurrence les unes avec les autres et dont la position concurrentielle repose sur une certaine dotation de facteurs socio-économiques qui concourent à rendre certaines régions urbaines plus attractives et innovantes que d'autres (Martin et Simmie, 2008).

Selon l'urbaniste Sinkiene (2010), une variété de facteurs, de conditions et d'acteur peuvent d'une manière ou d'une autre, affecter la compétitivité urbaine. Cette dernière est classifiée en quatre catégories :

- **Les facteurs humains** incluent les compétences et l'expertise des travailleurs, leurs créativité et talents, les formations et qualité d'enseignement appliqué dans une zone urbaine donnée.
- La deuxième catégorie est dite **institutionnelle**, elle comprend l'efficacité des réseaux administratifs locaux, les stratégies de développement de la ville et la façon avec laquelle la ville s'est installée (lois et agréments.)

- Une troisième catégorie liée aux **facteurs physiques**, les infrastructures, emplacement et accessibilité et les ressources naturelles de la ville.
- Les derniers facteurs classifiés sont ceux **économiques** qui comprennent la structure économie, système fiscale, l'accès de niveau de salaire local à capital dans la ville, en outre des institutions locales de recherche scientifique et développement expérimental.

Ces facteurs, et particulièrement économiques, prennent la grande part, engendrant une compétitivité économique qui est désignée par la capacité d'une entreprise, d'un secteur économique, d'une ville à vendre et à fournir durablement un ou plusieurs biens ou services marchands sur un marché donné en situation de concurrence. Cette compétitivité est mesurée par la constatation d'un avantage résultant d'une différence existante entre l'offre faite par un opérateur et celle faite par ses concurrents (INSEE⁵, 2014).

Selon le rapport mondial sur la compétitivité publié par le forum économique mondial (FEM) à Genève (2017). L'Algérie occupe la 86^e place en matière de compétitivité pour l'année 2017 / 2018. Ce résultat est obtenu à partir d'une évaluation annuelle des facteurs favorisant la production, la prospérité et le développement économique dans 137 pays. Ce score reste modeste et faible comparé aux efforts fournis et soutenus par l'état.

⇒ **Les indicateurs qui ont fait que l'Algérie ait ce classement dans le cadre de la compétitivité économique mondiale**

Indicateurs qui ont aidé à l'amélioration du classement	Classement mondial
Le taux de scolarisation des enfants	51 ^e place
Le taux d'élèves admis aux centres de formation au cycle secondaire	47 ^e place
L'importance du marché	36 ^e place
Indicateurs qui ont freiné l'amélioration du classement	Classement mondial
La transparence et les politiques adaptées	121 ^e place
L'efficacité des conseils d'administration des entreprises	135 ^e place
La qualité des infrastructures aéroportuaires	107 ^e place
Déficit du budget	127 ^e place
Les règles appliquées aux investissements étrangers directs	131 ^e place
Les prestations et les institutions financières	126 ^e place

Tableau 1 : Les indicateurs du classement de l'Algérie dans la compétitivité économique mondiale.

Source : Algérie Presse Service du 27/09/2017.

Classification et Traitement : Auteur, 2018.

La compétitivité d'un territoire est liée à son attractivité, chaque concept agit sur une échelle qui lui est appropriée dont nous remarquons que la compétitivité a un impact à l'échelle du territoire tandis que l'attractivité agit sur l'échelle de la ville.

⁵ INSEE : Institut national de la statistique et des études économiques.

II.1.2 Pourquoi la nécessité de l'attractivité économique ?

II.1.2.1 Attractivité urbaine

D'après Poirot et Gerardin (2010), l'attractivité d'un territoire ou attractivité urbaine est généralement assimilée à la capacité de ce territoire à attirer et à retenir les facteurs mobiles de production et/ou la population. Elle est aussi définie comme la capacité d'un territoire à être choisi par un acteur comme zone de localisation (temporaire ou durable) pour tout ou partie de ses activités dans un contexte de compétitivité et de concurrence.

Selon Cusin et Damon (2010), dix (10) composantes permettent de définir l'attractivité d'une ville. Ces composantes sont : géographique, patrimoniale, géopolitique, démographique, **économique**, sociale, infrastructurelle, institutionnelle, culturelle et environnementale.

L'attractivité pourrait passer pour un concept solidement établi dans l'espace et dans le temps. Elle laisse à penser que le territoire est un pur ensemble de fonctionnalités économiques (Friboulet, 2010).

Les modes de vie évoluent, les enjeux de société aussi ; le temps libre est plus important, la population augmente, les mobilités actives se développent, le désir de nature en ville est prégnant, l'attractivité des villes est devenue un facteur clé de compétitivité et pourtant les paysages se banalisent (ADEUS, 2014).

Afin de prendre en charge cette attractivité et éviter la standardisation et la banalisation des paysages, l'attractivité est mesurée sur deux plans : le plan objectif et le plan subjectif (Hervé, Cusin et Juillard, 2010).

Sous un angle objectif, l'attractivité concerne les formes physiques à travers l'offre résidentielle, l'emploi, etc. Elle permet de capter des ressources en les fixant plus ou moins durablement sur place. L'attractivité est donc à la fois la cause des mouvements et un facteur d'ancrage. Elle peut être mesurée par les flux entrants et sortants de populations, d'emplois ou de capitaux (Hervé, Cusin et Juillard, 2010).

A ce registre objectif de l'attractivité, correspond un registre plus subjectif : celui de l'attrait. En effet, les ressorts de l'attractivité reposent sur des décisions individuelles ou collectives, décisions qui elles-mêmes dépendent des représentations, des goûts ou des intérêts des acteurs en question. Les villes attirent en raison des opportunités économiques qu'elles procurent, mais aussi parce qu'elles sont des lieux qui séduisent par leur qualité architecturale, leur charme, leur ambiance, leur animation, leur passé historique, etc. Ceci fait place au désir : désir de s'y installer ou de continuer à y vivre, d'y investir ou de la visiter (Hervé, Cusin et Juillard, 2010). « *Les opinions comptent beaucoup en matière d'attractivité, notamment en ce qui concerne l'attrait qui en est l'aspect le plus psychologique et symbolique.* » (Cusin et Damon, 2010).

Ces deux registres de l'attractivité permettent à la ville, avec ses multiples composantes, de devenir une variable cruciale pour saisir, mesurer et tenter de prévoir des flux de capitaux et de populations. Le thème d'attractivité est devenu un sujet majeur pour les politiques d'aménagement des villes (Cusin et Damon, 2010).

Les villes ont besoins de destinations qui font émerger leurs identités et leurs images afin de pouvoir attirer de nouveaux résidents, visiteurs, entreprises et investissements. Elles ont aussi besoins de destinations communautaires fortes qui attirent les gens. Cette destination pourrait être un espace public ou une place publique où des activités et différentes pratiques s'y déroulent : aire de jeux pour enfants, un café, un restaurant, un espace de repos, de rencontre ou de détente, etc. Ce sont ces espaces et ces activités qui font qu'une ville devient attractive.

II.1.2.2 Attractivité économique

La question de l'attractivité de la ville se trouve au centre des stratégies actuelles de réaménagement urbain. Elle n'est pas univoque, l'attractivité économique (ex : l'implantation des entreprises dans la ville), est l'objectif le plus recherché des collectivités locales en France (Gérardin et Poirot, 2010).

L'attractivité économique est définie comme la capacité d'un territoire à attirer des ressources spécifiques provenant de l'extérieur. Les contours de l'attractivité économique englobent deux aspects complémentaires : un aspect « **productif** » traditionnel et un aspect « **résidentiel** ». (Toulet, 2013).

1/ L'attractivité économique productive est la capacité d'un territoire à attirer des activités nouvelles et des facteurs de production. Celle-ci est mesurée par l'arrivée d'emplois sur le territoire qui est créé par des centres de décisions extérieurs représentés par les cadres et les personnels de conception et de recherche du secteur privé.

« ... les villes les plus prospères, les communautés les plus riches, les villes dont la croissance est la plus rapide sont celles qui accordent une priorité élevée à leur domaine public : espaces ouverts, espaces publics, places publiques, parcs..., car les entreprises sont souvent attirées par des sites proposant des espaces publics bien conçus et bien aménagés, qui à leur tour attirent des clients, des employés et des services. Investir dans des espaces publics bien planifiés et significatifs est économiquement judicieux. » (Bennet, 2016).

2/ L'autre enjeu économique fort pour les territoires est l'attractivité économique résidentielle qui consiste à attirer des revenus qui peuvent être importés à travers la présence, temporaire ou permanente, de certaines personnes. Le développement du domaine de la mobilité a permis de provenir des navetteurs qui habitent et travaillent dans deux zones distinctes. Il y'a aussi le développement de la qualité des espaces publics qui fait que les gens aient de bonnes impressions sur la ville. Ceci permet d'attirer plus de gens parmi lesquels nous citons : les retraités qui viennent s'installer et même des touristes qui s'y rendent et qui dépensent leurs revenus durant leurs séjours.

De là, nous comprenons que l'attractivité économique se base essentiellement sur le caractère du lieu qui est défini par deux éléments principaux : l'emplacement et le contexte. Le premier est généralement évalué en fonction de la valeur immobilière du site et du niveau de revenu de la population qui y vit. Le second fait référence aux problèmes socio-économiques et aux multiples facteurs qui définissent le fonctionnement de la ville à côté des différents acteurs (entreprises, investisseurs, habitants, touristes, etc.) qui participent et interviennent dans ce domaine.

De ce fait, nous pourrions dire que l'attractivité économique de la ville peut être dynamisée par la bonne planification de ses espaces publics qui par leur qualité modifient la valeur des terres qui l'entourent et génèrent une série d'impacts sociaux et économiques. Les places publiques y participent aussi ; car elles font le l'image de la ville. Elles métamorphosent la vie urbaine en termes de bien-être et de santé de la population. Les gens sont attirés par des endroits où ils se sentent à l'aise et avec un sentiment d'appartenance. Les investissements des entreprises sont également attirés par des sites bien structurés, bien entretenus et bien administrés (Tanscheit, 2017).

La place publique comme composante incontournable de la ville, qui fut dans le passé un espace d'échange commercial et un centre économique, peut aussi être attractive par sa bonne symbiose avec l'architecture environnante, son accessibilité, son bon aménagement, sa propreté et sécurité, le confort qu'elle présente aux visiteurs, etc. (Grigorovschi, 2012). Elle peut être attractive aussi par la mixité de fonctions qu'elle offre et les différentes expériences à vivre telles que les événements temporaires, les expositions, ..., dont les critères d'attractivité économique rentrent en jeu. Ces critères nécessitent d'être identifiés par rapport au contexte, à l'environnement et aux spécificités de la place. Nous rappelons que ces critères nous aident à l'évaluer pour la renforcer. La recherche de ces critères est l'objectif même de notre recherche.

II.1.2.2.1 L'irruption hégémonique du marché et de l'entreprise dans l'espace public

En occident et dans la sphère publique bourgeoise du XIXe siècle, l'entreprise et le marché ont été détaché de l'espace public. Dans cette période, le champ économique a pris position de l'autorité de l'État et donc du champ politique. Il est devenu une structure sociale indépendante qui est passée presque entièrement dans le domaine privé. La vie de l'entreprise et de ses membres est désormais une responsabilité du propriétaire. C'est cette liberté qui a donc engendré cette rupture entre le champ économique (privé) et l'espace public. Après la crise économique mondiale de 1929, le champ économique est sorti de sa structure essentiellement privée et s'est réintégré aux États sociaux⁶ (socialisme). Les pratiques positives de ces derniers dans la régulation de la production et des échanges et l'extension constante du droit de l'économie et du travail en sont l'expression sous des formes différentes selon les pays : fonction de réglementation aux États-Unis, économie mixte privée et publique en Europe (Floris 2003).

A partir des années 1960, cette décomposition-recomposition a permis une re-disposition des forces économiques et politiques. Ceci a fait naître une nouvelle structure intégrant de nouveaux acteurs dans l'espace public. Cette phase d'interpénétration du politique et de l'économie a

⁶ L'Etat social articule une régulation de l'économie de marché avec le développement des droits de l'homme et de droits sociaux (« Etat social » dans tous ces états, par Loïc LE PAPE, Avril 2011).

permis à l'entreprise de faire irruption dans l'espace public comme valeur positive organisatrice des collectivités. Au début et à la fin des années 1970, le champ économique a investi l'espace public et sa symbolique par le biais de la consommation de masse autrement dit « la consommation publicitaire » dans les médias ; ensuite par la formation de nouvelles places publiques comme lieux de convivialité ou sous forme de centres commerciaux. Par la suite, il y'a eu une soumission de l'espace public à l'économie de marché par l'apparition de la notion du « marketing publicitaire ». Ce dernier a été mis en place comme étant une forme dominante de communication dans l'espace public, et ceci à l'aide des nouvelles technologies intellectuelles qui ont pu réaliser un processus de pénétration continue de l'espace par le marché. L'origine de ce marché est la publicité qui a été financée soit par les journaux, la radio, la télévision ou encore par les différentes applications et sites internet qui font de ce marketing un « marketing intelligent » répondant aux attentes des sociétés actuelles.

⇒ **Schéma récapitulatif des leviers et des résultats d'attractivité économique**

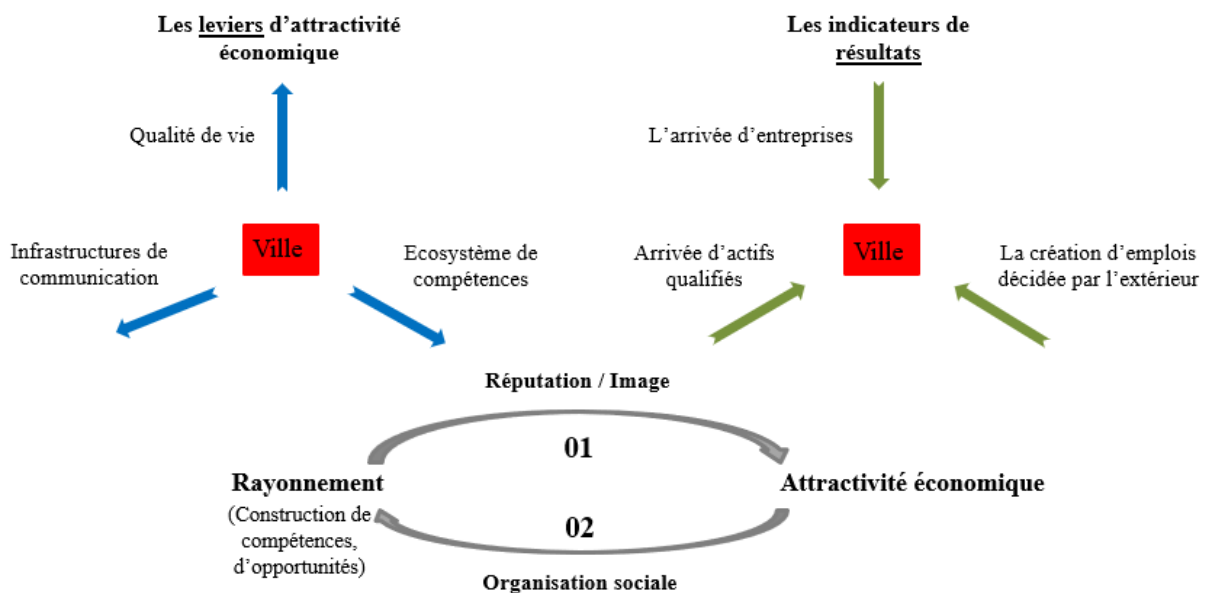


Figure 1: Leviers et résultats de l'attractivité économique.
Source : INSEE 2014. Traitement : Auteur, 2018.

II.1.2.2.2 Concepts liés à l'attractivité économique

- **Marketing urbain**

Il désigne une façon dont une autorité utilise les techniques de la publicité et de la communication, qui vient du monde de l'entreprise, pour faire avancer et améliorer ses villes. Ces pratiques existent à toutes les échelles dont le but est d'attirer des populations jugées désirables, des investissements, des entreprises, ou tous ces acteurs en même temps.

« Le marketing urbain s'inscrit dans un contexte managérial, il est un enjeu stratégique et est considéré comme étant un outil de la différenciation des villes » (Bros-Clergue, 2006). Ainsi, le marketing urbain est utilisé pour répondre aux besoins d'accroissement de la compétitivité et de l'attractivité des villes.

Ce concept s'adapte à différentes échelles d'intervention urbaine. Il a connu un énorme développement en le projetant dans les espaces publics y compris les places publiques, car elles représentent un espace bien délimité, dégagé, ponctuel, ouvert et surtout accessible. Ceci permet de toucher les masses, d'attirer les consommateurs et promouvoir un produit ou un service, mais également de mettre en avant la marque et ses valeurs.

Ainsi, les offres proposées doivent répondre aux attentes des touristes. En effet, le touriste est confronté à un vaste choix de destinations et pour que son choix se porte sur une ville, il faut mettre en avant les activités proposées et si nécessaire, en développer de nouvelles pour satisfaire la demande et être compétitif sur le marché.

- **Tourisme urbain**

Le tourisme urbain est l'ensemble des voyages touristiques effectués vers la ville, il est défini aussi comme : « *ensemble des ressources et activités touristiques implantées en ville ; station mise à part et proposée aux visiteurs extérieurs.* » (Tourasse, 2007).

Selon Knafou (2013), le tourisme urbain est un nouveau concept stratégique qui émerge dans les villes. Il débarque comme étant une base pour le développement économique. Il constitue une source de mise en valeur de la culture et de l'identité des villes ce qui leur ouvre les portes pour la compétitivité internationale. Dans le but de mieux cerner et comprendre le tourisme urbain, différentes spécialités contribuent à sa mise en place avec la participation de différents acteurs spécialistes qui agissent pour sa production. Ça n'empêche pas que les résidents des villes ont aussi un rôle important dans la réussite de ce nouveau concept qui se développe et dont l'appellation est désormais « le tourisme participatif ». De nos jours, le tourisme urbain se manifeste de plus en plus grâce aux différentes pratiques qui tiennent en compte des richesses culturelles, des activités de loisirs associées aux nouveaux espaces offrant cette ouverture de la ville sur l'extérieur.

Le tourisme urbain est en forte relation avec le concept précédemment défini (le marketing urbain). Cette relation se traduit par la recherche de signes et de pratiques touristiques d'exception. Ceci constitue des facteurs d'apparition d'un nouveau type de tourisme lié plus aux projets urbains et aux espaces publics grâce aux événements urbains que ces derniers accueillent (Knafou, 2013).

Le caractère urbain du tourisme est difficile à saisir dans sa globalité due à ses diverses formes, selon les travaux de Hochstrasse (2002) sur le tourisme urbain, les formes du tourisme urbain sont :

- **Le tourisme événementiel** : C'est vouloir assister aux différents événements (historique, culturels ...etc.). Ils prennent parfois les espaces libres proches aux équipements culturels, historiques comme assiette de leurs déroulements à travers les différents festivals et manifestations qui animent les villes le long de l'année.
- **Le tourisme culturel** : C'est le type de tourisme le plus courant, il regroupe les voyages qui ont pour but de visiter les édifices culturels, religieux, les lieux archéologiques et la recherche de l'art tel que les visites vers les musées, l'artisanat ...etc.

- **Le tourisme d'affaire :** Ce type de tourisme est inscrit dans le cadre des missions, des congrès, des séminaires..., pour un but professionnel, économique ou administratif. Il est lié fortement à l'importance de la ville en tant que centre politique et économique.
- **Le tourisme commercial :** C'est un type important de tourisme urbain dont la motivation principale est le shopping. Leur importance n'est pas seulement due à son apport économique, mais parce qu'il est présent en différentes proportions dans les autres formes des tourisms.

Le tourisme urbain constitue l'une des stratégies de développement économique dont les villes peuvent disposer. Nous rajoutons à cela que les résidents ordinaires de la ville bénéficient souvent des investissements liés au tourisme, à la fois financièrement et en raison de l'amélioration des aménagements. Il est donc nécessaire de soutenir l'investissement dans le domaine du tourisme (Fainstein, Gladstone et Balogun, 2004). Ainsi, ce tourisme peut s'inscrire sous différentes formes dans la ville. Les espaces publics touristiques y jouent un rôle primordial. La place publique comme étant une composante bien définie, ponctuelle et bien structurée. Elle répond majoritairement aux exigences de ce concept, en constituant un espace sensible qui doit être composé de moments d'arrêts et d'accélération permettant une découverte touristique dans une déambulation structurée. Cette mise en scène nécessite la prise en compte de nombreux paramètres dont les ambiances et les ressentis du touriste qui occupent et se déplacent à l'intérieur de la place (Vles, 2005).

II.1.2.3 Quel lien entre l'attractivité économique et les places publiques et quels impacts ?

Les places publiques peuvent être économiquement attractive si elles sont accessibles à tous les usagers et particulièrement les acteurs de l'économie tels que les investisseurs, les touristes, les commerçants, les clients, ..., où les rencontres entre ces derniers y sont possibles. Ceci les rend des lieux de confrontation.

Les places publiques sont donc des espaces de convivialité qui captent un flux important et qui crée et anime une forme d'économie (économie urbaine) que ce soit par le biais du tourisme, des événements, de la publicité, etc. Ces places sont devenues un moyen d'attraction des villes. Ceci représente donc un moteur pour le développement économique de la ville.

Les activités précédemment citées rendent les places publiques plus animées ce qui fait d'elles une scène à ciel ouvert pour les passants du lieu et aussi une source économique dont même les activités environnantes, comme les commerces par exemple, en profitent. Plus l'espace est attractif, plus il y'a du monde et donc les revenus sont plus importants pour la ville et pour les commerçants autour de la place. Mais pour assurer le bon fonctionnement de tout cela, il faut que l'espace reçoive un bon aménagement matériel et urbain.

II.1.2.4 Quelles définitions pour les espaces publics et les places publiques ?

II.1.2.4.1 Les espaces publics

A. Définition

La définition de référence de l'espace public est celle d'un espace accessible à tous et où il est possible d'entrer en contact visuel ou physique avec autrui. Il est considéré comme un objet technique pour sa conception, sa gestion et son exploitation ; il est avant tout une composante vitale qui ne peut être traitée par une politique sectorielle (ADEUS, 2015).

L'espace public révèle la mémoire collective d'une ville et il est l'expression de sa complexité. A travers ces définitions, deux aspects sont à retenir :

- La capacité de l'espace public à faire le lien physique : l'espace public est appréhendé comme l'infrastructure de base du territoire durable qui, avec ses rues, trottoirs, places publiques..., forme le réseau assurant l'articulation entre les fonctions urbaines : habiter, échanger, travailler, se déplacer et s'aérer mais aussi entre les différentes pratiques économiques dont nous citons les activités commerciales à titre d'exemple.
- La capacité de l'espace public à assurer le lien social : l'espace public est appréhendé comme un bien commun, accessible à tous, qu'on partage ensemble et qui peut nous rassembler. Il n'est donc pas lié à une question de domanialité.

B. Les fonctions majeures des espaces publics

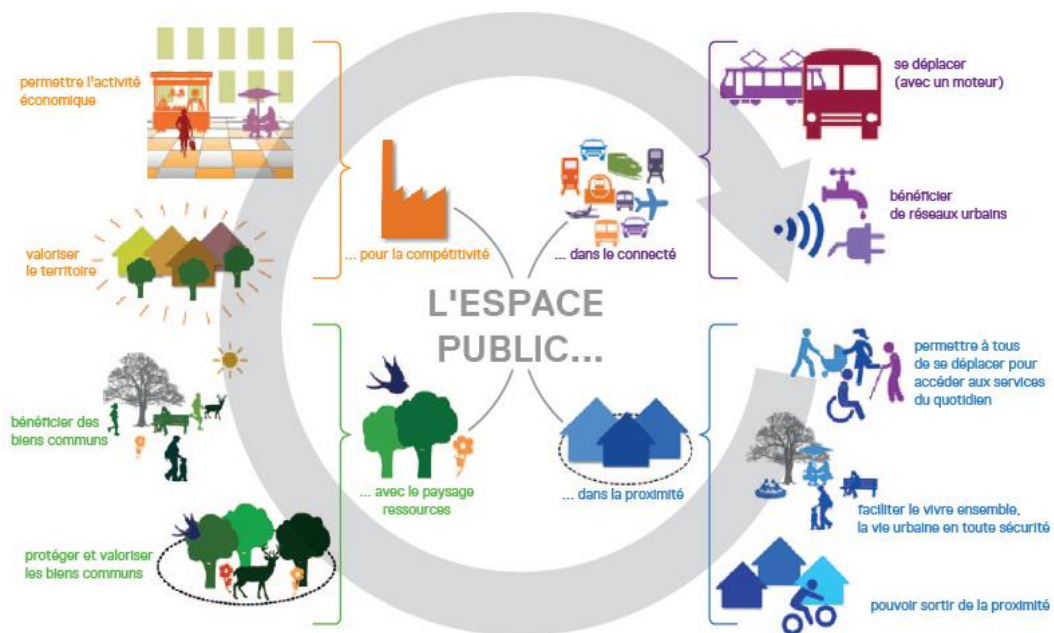


Figure 2: Les fonctions majeures des espaces publics.

Source : ADEUS 2015.

L'espace public est considéré comme un concept complexe, qui a émergé entre 1960 et 1970 en sociologie et en urbanisme et il peut se définir selon deux dimensions **matérielle** (le technique et physique) et **immatérielle** (le politique et son sens abstrait).

- **Dimension immatérielle**

Dans les années soixante, Habermas a défini l'espace public comme étant un espace de protestation ou débat politique « *débat à l'intérieur d'une collectivité, d'une société ou entre les deux* ».

▪ Dimension matérielle

Depuis les années quatre-vingts l'espace public est défini de point de vue urbanistique et architectural comme un lieu concret qui implique la présence d'un territoire et qui combine deux critères : « *d'une part il est libre de construction et d'autre part permet la rencontre de tous les acteurs urbains.* » (Bassand et Joye, 2010).



Figure 3: L'espace public comme un lieu d'expression.

Source : Le parisien.fr | 19 Sept. 2015
<http://www.leparisien.fr> consulté le 17/09/2018.



Figure 4: Espace public lieu de mixité sociale.

Trafalgar Square à Londres
Source : Leanna Garfield via
<http://www.leparisien.fr> consulté le 17/09/2018.

De ce fait et contrairement à l'espace privé clôturé et centré sur l'intimité de la famille, l'espace public est ouvert pour l'ensemble des usagers. Il est considéré comme un espace partagé, lieu de mixité sociale où tous les usagers (habitants, touristes, ...) se croisent et se rencontrent entre eux. Il renvoie à ce qui se passe en dehors de la domesticité, et ce qui s'établit entre les citoyens loin de leur domaine privé, « *En effet, l'espace public est ouvert à l'altérité, à la rencontre, au débat ; il permet l'observation des autres et la présentation de soi. Il est un espace de convivialité au sens étymologique du terme où les citoyens, habitants ou hôtes de passage, font l'expérience du vivre ensemble.* » (Vles, Berdoulay et Clarimont, 2012).

C. Classification des espaces publics

❖ Les espaces verts urbains

D'après Pasquier (2011), l'espace vert urbain est « *le lieu garni d'un tapis végétal permanent, naturel ou artificiel, urbain, suburbain ou rural, et dont la fréquentation et l'usage sont réservés à l'exercice, l'éducation et le délassement de l'homme.* »

Deux approches théoriques ont défini l'espace vert urbain dans deux sens complètement différents. Dans un premier lieu, le concept de cité-jardin émergé par l'urbaniste britannique

Howard (19^e siècle) qui voit que l'élément végétal est indispensable dans la structure de la ville. Dans un deuxième lieu, le mouvement moderne qui considère que la végétation au sein de la ville s'établit dans ces espaces libres auprès des constructions.

Actuellement, les espaces verts prennent des formes variées et occupent des espaces et des emplacements variables :

- **Les jardins publics**

Sont des lieux de promenade et d'agrément ouverts pour tout le monde, cultivés par plusieurs et différentes espèces de plantations et arbres. Ce sont des espaces qui sont destinés à différents usages que nous trouvons souvent dans les autres espaces publics : le repos, la détente, la promenade, la traversée et les activités (jeux, culture, sports, loisirs) ainsi que quelques activités économiques présentées dans de tels espaces par les mini kiosques à caractère commercial, les vendeurs libres avec leurs charrettes à bonbons ou autres...

- **Les squares**

Le dictionnaire français '*Le Petit Robert de la langue française*' dit que c'est un mot anglais signifiant un « carré ». Il provient de la langue ancienne française esquarre, équerre. Petit jardin public, généralement entouré d'une grille et aménagé au milieu d'une place. (2014)

Les squares sont des espaces libres contenant de la verdure et des plantations. Ils sont aménagés avec du mobilier urbain pour offrir aux usagers différentes fonctions. Ils prennent différentes formes géométriques qui dépendent de leurs emplacements occupés dans le site.

« Agrémenté d'arbres et de pelouses, le square est un espace public peu étendu, de 1000 à 20000 m², situé au cœur d'un îlot urbain, d'une place, généralement clos par une grille, un grillage ou une haie basse. » (Da Cunha, 2009).



Figure 5: Jardin public Saint Seurin, Bordeaux, France.

Source : <https://www.bordeaux-tourisme.com>

Consulté le 19/09/2018.



Figure 6: Square Dorchester, Montréal, Canada.

Source : <https://www.claudecormier.com>

Consulté le 19/09/2018.

- **Les parcs urbains**

Ce sont des espaces verts de grandes superficies (comparés aux jardins publics et squares). Ils se caractérisent par leurs grandeurs, des zones boisées importantes, la présence de plans d'eau et des espaces de repos, de jeux et de détente pour les enfants.

« *Le parc est un espace polyfonctionnel (on y joue, on y court, on y discute, on y lit etc.) Se sont parfois des lieux de promenade occasionnelle d'activités sportives peu formelles, dépêche parfois, de course souvent et plus rarement de manifestations culturelles estivales comme les festivals.* » (Delbaere, 2011).

❖ Les espaces de circulation

Ce sont des espaces de transition et lieux de passage d'un espace à un autre pour les piétons comme pour les véhicules. Ils constituent les éléments structurants de la ville mais aussi les espaces de vie locale « *les voies urbaines sont aussi des espaces publics, lieux d'animation, de convivialité et de rencontres, de détente, de promenade et même de jeux pour les enfants.* » (Ferra, 2013).

• Rue et Ruelle

Selon l'urbaniste Briais (2008), une rue est une voie urbaine, généralement peu large, bordée de maisons ou d'immeubles, sans contre allées mais pouvant être assez longue telle la rue de Vaugirard à Paris. Tandis que la ruelle est une rue étroite ou de petite dimension.

• Avenue et Boulevard

Selon l'urbaniste Briais (2008), une avenue est théoriquement une large voie urbaine, éventuellement plantée d'arbres dont l'archétype est l'Avenue des Champs-Élysées.

Tandis qu'un boulevard est théoriquement une voie créée le long de fortifications puis sur ces mêmes fortifications une fois abattues. Au départ, les boulevards suivaient le contour d'une enceinte et étaient de forme plus ou moins circulaire. Par extension, un boulevard est devenu un grand axe de pénétration.



Figure 7: l'Avenue des Champs-Élysées, Paris, France.
Source : <https://www.thinglink.com>



Figure 8: Rue de Vaugirard, Paris, France.
Source : <https://www.communes.com>

- **Aires de stationnement**

Ce sont des espaces à l'air libre qui se trouvent généralement à côté des équipements publics (hôpitaux, centres commerciaux), des lieux de travail, etc., et qui sont souvent aménagés et réservés au stationnement des véhicules.

- **Trottoir**

Partie délimitant les deux cotés d'une rue et qui est surélevée par rapport à la chaussée. Elle est destinée à la circulation piétonne avec une largeur plus au moins importante permettant d'isoler le piéton des dangers de la circulation routière.



Figure 9: Air de stationnement, Montréal, Canada.

Source : <http://cremtl.qc.ca>

Consulté le 19/09/2018.



Figure 10: Le trottoir de la rue King Kitchener, Ontario, Canada.

Source : www.placestogrow.ca

Consulté le 19/09/2018.

- ❖ **Places publiques**

Du latin platea (place publique), lieu public découvert constitué par l'ensemble d'espace vide et des bâtiments qui l'entourent. Son importance et son rôle varient selon les cultures et les époques, et selon l'intensité de la vie publique. (Merlin et Choay, 2005). Selon Palladio (1726) la place publique est « *Un grand espace vide par le moyen duquel on puisse jouir de l'aspect sur quelque superbes édifices* ».

II.1.2.4.2 Les places publiques

A. Définition

La place publique est définie d'abord par sa forme (découverte, entourée de bâtiments) qui est son identifiant et par sa fonction qui semble difficile à définir puisqu'elle varie selon les situations culturelles et historiques. « *La place est un espace public non bâti, desservi par des*

voies, affecté aux piétons ou aux véhicules, au revêtement généralement minéral, entouré principalement par des bâtiments, et agrémenté de mobilier urbain et d'édicules divers. La place est un espace libre de rencontres. Elle peut avoir pour vocation un marché, la nécessité de rassembler le public pour de grands événements, les fêtes, les déroulements de cérémonies politiques, religieuses ou militaires, le stationnement de véhicules, la jouissance d'une vue panoramique devant la mer ou un lac, etc. (Gauthiez, 2003).

Elle représente donc un projet dans l'urbain qui contribue au développement d'une collectivité viable. Elle permet d'accueillir des événements et activités en plus de faire vivre une expérience unique aux résidents et visiteurs. Habituellement situées au cœur du centre-ville, la place renforce la définition du secteur tout en améliorant son attractivité. Une place publique se veut également un endroit qui perdure au fil du temps et à travers les saisons (PPS, 2014).

B. Les piliers du développement et de l'aménagement des places publiques

Pour assurer la réussite du projet d'aménagement, une place publique doit reposer sur des principes de bases. *Project for Public Space (PPS)* est un organisme reconnu mondialement pour son expertise en place publique, a défini quatre piliers pour le bon développement et aménagement de tels espaces.



Figure 11: Les quatre piliers pour le bon développement des places publiques.

Source : PPS 2014.

- **La convivialité** d'une place publique se caractérise par son aspect accueillant, sympathique et interactif.
- **Les activités et usages** sont représentés par un aménagement ingénieux, actif, utile, durable, amusant et permettant à la place d'être rentable apportant un bénéfice économique.
- **Le confort et l'image** reflètent une place charmante, sécuritaire, attirante, verte, propre.
- **L'accessibilité et les liens** dans une place publique sont transposés dans sa localisation judicieuse, à proximité du centre-ville, propice aux déplacements actifs.

C. L'évolution historique de la vocation économique dans les places publiques

L'étude historique des places publiques permet de connaître les différentes transformations que ces dernières ont connues, par rapport à leurs usages ou à leurs rôles dans les villes ; ce qui va nous permettre de connaître les premiers éléments de réponses aux problèmes actuels que connaissent les places publiques. Depuis leurs apparitions dans les villes, les places publiques ont connu deux aspects majeurs qui les ont transformés à savoir l'aspect fonctionnel et l'aspect formel.

En dépit de la nécessité de se rassembler devant le siège du pouvoir, devant le temple ou dans les lieux de commerce, la place publique est née et elle est devenue une base pour les activités essentielles de la cité tel que : l'échange commercial, la rencontre, etc.

- **La place chez les Grecs : Agora / XIIIe siècle av. J.-C.**

L'agora est une simple esplanade de forme irrégulière et qui signifie **le marché et l'acte d'achat**. Elle est entourée de bâtiments publics occupés par **des ateliers et des boutiques**, c'est dans cet espace donc que se déroulait **la vie économique et commerciale**.

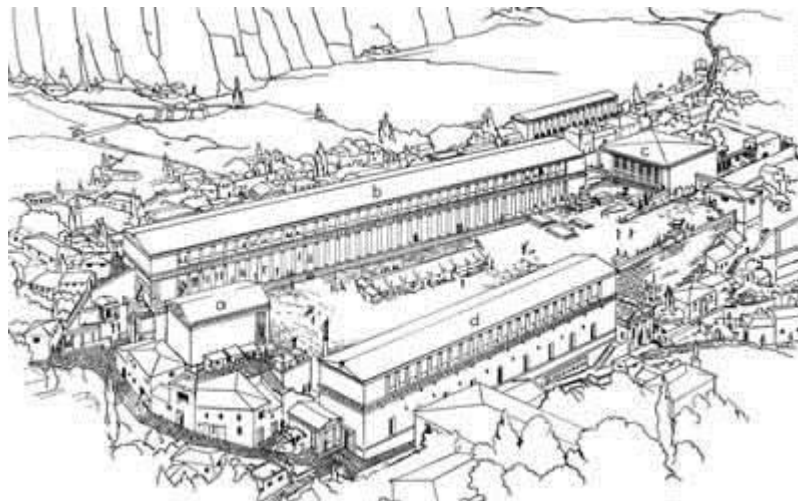


Figure 12: Agora d'Assos, Ve S, av. J.-C.

Source : <https://cat.middlebury.edu> Consulté le 23/09/2018

« Dans le Monde grec c'est la place où se tenaient les **marchés** et où les citoyens se réunissaient pour traiter des affaires publiques. Sur les pourtours de la place se dressaient des édifices à usage public, des temples et des portiques. » (Merlin et Choay, 1990). En effet, selon R. MARTIN : « Elle est une place primitive (antique) et un point de rencontre, politique, religieux, **commercial**, en liaison étroite avec les grands axes de circulation du groupement, quelle qu'en soit la disposition. » (Martin, 1951).

Donc elle est un espace politique et économique. Elle est à la fois un lieu de débat et de négociation. L'agora a aussi une fonction **de commerce et d'échange** et enfin de loisirs (les compétitions athlétiques : Marathon, jeux olympiques).

- **La place chez les Romains : Le forum**

A l'origine, le terme de forum était donné à la place principale qui est considérée comme 'lieu public' destiné aux réunions, aux rencontres politiques, **économiques** et religieuses.



Figure 13: Rome, les forums impériaux aux II^e - Ve siècles.
Source : www.ladocumentationfrancaise.fr Consulté le 23/09/2018.

Le forum était bordé de bâtiments dont des pièces au **rez-de-chaussée étaient destinées aux activités commerciales** et dont le nom était '**les Tabernae**'. Ces derniers s'ouvraient par une large lucarne sur la voie publique. Chaque Taberna avait une fenêtre sur le dessus pour laisser la lumière du jour. On peut trouver des bouchers, des boulangers et des marchands de poissons. Ces boutiques avaient deux noms : les Tabernae ou Veteres.

Il y avait deux types de Tabernae dont la taille, la forme et le décor de la boutique pouvaient varier en fonction du commerce pratiqué.

- 1- Celles situées dans les bâtiments privés : elles pouvaient se trouver dans de simples structures, ou des blocs résidentiels d'appartements à plusieurs étages (Insula).
- 2- Celles situées dans les bâtiments publics : les Tabernae se différençaient par leur lieu de construction. Dans ces grandes Tabernae romaines, on vendait du pain, du vin, du fromage, des tissus, des bijoux... C'était un regroupement de boutiques dans un quartier dédié au commerce. Il existait même des 'fastfoods' et qui avaient le nom du 'Thermopolium'.



Figure 14: Les tabernae donnant sur la voie publique.

Source : <https://www.tripadvisor.nl>

Consulté le 25/09/2018.



Figure 15: Le Thermopolium.

Source : <http://www.flickrriver.com>

Consulté le 25/09/2018.

- **La place dans les villes médiévales : Le Parvis**

La période médiévale correspond au renouveau des villes associé à la croissance démographiques rurales et à **l'essor du commerce** qui nourrit leur extension. Un urbanisme de marchands et artisans citoyens est né.

La croissance de la ville médiévale a donné une variété de typologies de places caractérisées par des formes plus ou moins irrégulières, dont trois places principales, bien différenciées et rayonnant sur l'ensemble de la ville : la place civique de l'hôtel de ville, la place religieuse de la cathédrale et **la place du marché**. D'autres places et placettes abritent de façon plus locale des fonctions religieuses ou commerciales au sein des quartiers.

La place du marché nécessitait une localisation plus périphérique, pour maximiser **l'accessibilité** à partir des principales voies de communications reliant la ville à la campagne ; le **marché était une interface économique essentielle** pour l'échange de biens et des produits de la ville et de la campagne et devenait régulièrement un véritable champ de foire, nécessitant d'espaces rarement disponibles au cœur de la ville.

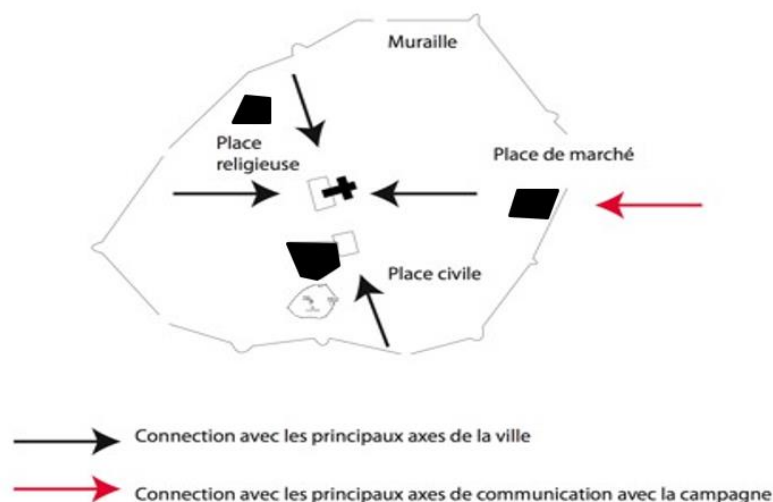


Figure 16: Localisation des places dans les villes médiévales.

Source : <http://unt.unice.fr> Consulté le 23/09/2018.

- **La place, dans la ville de la Renaissance et dans ville Classique**

La Renaissance européenne est une époque charnière entre l'époque médiévale et l'époque moderne. C'est une période historique qui eut comme origine la Renaissance italienne. Une Pré-Renaissance se produisit dans plusieurs villes d'Italie dès le XIVe siècle (Trecento), se propagea au XVe siècle dans la plus grande partie de l'Italie, en Espagne, dans certaines enclaves d'Europe du Nord et d'Allemagne, sous la forme de ce que l'on appelle la première Renaissance (Quattrocento), puis gagna l'ensemble de l'Europe au XVIe siècle (Cinquecento).

Durant cette époque, la ville était ordonnancée autour d'une place centrale avec un maillage régulier. La place publique constituait donc **l'espace clé** au sein de la ville où elle était l'élément essentiel de la structure urbaine.

C'était dans la place que se déroulait **la vie quotidienne** des habitants. Elles étaient destinées à mettre en valeur les bâtiments publics et à constituer un décor. La place du Capitole à Rome permit, grâce au génie de Michel-Ange, de redonner de l'unité à l'ensemble des bâtiments publics qui l'entourent. C'est dans la place que se pratiquent **les activités de loisirs, des fêtes, des courses de chevaux, etc.** Ce qui permet d'attirer un maximum de personnes dans un même espace.



Figure 17: La place de capitole, Rome.

Source : <https://www.cityzeum.com> Consulté le 26/09/2018.

- **La place à dans le contexte arabo-musulman et maghrébin**

La cité arabo-musulmane a marqué une étape importante dans l'évolution de l'humanité, durant l'époque médiévale ; lorsque l'Europe vivait son obscurantisme, les villes arabes étaient les plus grandes et les plus riches. (Benevelo, 1983).

L'architecture de cette cité, reflète les façons de vivre de peuples qui avaient des idées communes. La place publique était le lieu adéquat pour l'émergence de ces idées.

Située à l'intersection des voies les plus importantes, **la place du marché** est un espace qui a accompagné toutes les cités arabo-musulmanes, servant au regroupement, **au contact et à l'échange**. Elle constitue le lieu d'approvisionnement, **de vente de produits** et en parallèle le lieu de rencontres et de discussions. Dans cette place les gens se rencontraient et acquerraient de bonnes affaires.

La mosquée et la place du marché sont les éléments les plus importants qui caractérisaient la vie civique dans la ville arabo-musulmane. La place du marché était bien structurée, entourée d'édifices publics et parfois d'habitations, elle pouvait avoir des **prolongements constitués par des rues commerçantes**.

Dans le contexte maghrébin, le « droit à la ville » n'est pas une expression vaine ou usurpée. Le désir de ville et d'urbanité est profondément ancré dans les mentalités (Harrami, 1999).

En effet, les espaces publics n'étaient pas conçus pour jouer le rôle politique qu'ils avaient en Europe. L'espace de rassemblement principal était la mosquée, d'où le nom « jemah ». Les places publiques, par exemple, demeuraient des **lieux fonctionnels** tournés vers l'économie, notamment du **commerce**, comme les **nombreux marchés au cœur des médinas**.

- **La place à l'époque industrielle**

Avec la ville industrielle, la notion de l'appropriation collective de l'espace commençait à disparaître. Durant cette période, ce n'était plus la durabilité, le charme et le plaisir qui avaient de l'importance mais plutôt l'augmentation du capital qui prenait place avant toute nécessité.

L'art urbain avait disparu, la place publique a perdu toute valeur esthétique mais encore sa fonction primaire au quelle elle a été destinée (pratiques économiques, rencontre et loisirs). Les espaces clos et les bâtiments fermés ont dominés (les marchés, les salles de spectacles, etc.) et la vie courante s'y pratiquait. L'espace urbain a perdu son âme et désormais occupé que par le flux mécanique. Cette urbanisation a fait que les nouvelles places créées deviennent indissociables de la circulation motorisée. Ces places ne répondent plus aux besoins des piétons mis à part que leur centre pouvait être occupé par un monument « place de l'Etoile à Paris » (Merlin et Choay 2005).



Figure 18: La place Charles de Gaulle, place de l'Etoile, Paris.
Source : <http://www.architectureartdesigns.com> Consulté le 26/09/2018.

Pour longtemps, la place est devenue un vrai « vide entouré de constructions ». Le vide se remplit petit à petit d'un trafic d'automobiles encombrant : la place a adopté la fonction d'un nœud de circulation où il est impossible au piéton de la traverser. Désormais, la place publique n'accueille plus les pratiques économiques ce qui a fait qu'elle est devenue impraticable (Bertrand et Listowski, 1984).

- **La place dans le mouvement moderne et contemporain**

Durant cette période, le tissu urbain va connaître de nombreuses et importantes transformations afin d'essayer de résoudre les problèmes causés par la révolution industrielle.

Pour répondre aux besoins de l'homme moderne en matière d'espace, il a fallu fixer des « normes » qui ont permis l'apparition de nouveaux éléments urbains tels que : le boulevard et les grandes avenues. Cette composition de la ville va concurrencer les anciens espaces publics, à l'image des places.

Les objectifs du mouvement moderne étaient : habiter, travailler, circuler et se récréer.

Durant cette période, la fonction des places commençait à changer : des places de parking ont été mises en place et de nouvelles grandes rues traversant la place l'ont coupé en portions. Cette dominance fonctionnaliste donnant priorité à la circulation mécanique est arrivée à sa fin avec la destruction de la majorité des bâtiments bordant la périphérie de la place (Larsen, 1994).

La place publique garde sa fonction de base mais comme étant un centre civique car les activités administratives sont pratiquées désormais dans des équipements fermés. Les caractéristiques administrative, **commerciale** et / ou sociale ont changé mais pas par rapport à la fonction habituelle qui est la sociabilité, la rencontre et la communication. Les spécialistes planificateurs ont pensé bien faire de mettre les activités que garantissaient **les places auparavant dans d'autres espaces de vie urbaine fermés** comme les centres commerciaux par

exemple. Ceci a engendré par la suite, dans le monde occidental, un immense vide dans les places publiques qui sont devenues un espace abandonné, rempli de trafic automobile de plus en plus dense mais surtout un espace stérile, dépourvu de toute qualité de vie, où l'utilisateur se trouve intrus.

Aujourd'hui, les places publiques occidentales constituent les symboles d'une histoire pleine de charme tant recherché. Elles retrouvent leur rôle de cœur battant de la cité, rappelant l'époque où elles accueilleraient les cérémonies civiques ou religieuses et s'affichaient comme **l'espace privilégié de l'activité économique et commerciale**.



Figure 19: Vue sur la place des Trois Pouvoirs, Brasilia.

Source : www.flickr.com Consulté le 26/09/2018.

D. Les composantes de la place publique

« Du point de vue de la forme, la place est une boîte. Quelle soit ronde, ovale, rectangulaire, carrée ; une boîte bien régulière ou fantaisiste, capricieuse ; une boîte plus ou moins haute ou plate, plus ou moins trouée ou pleine, ouverte ou fermée. Comme toutes les boîtes, elles se composent d'un fond, de plusieurs côtés et d'un couvercle. » (Levy, 2008).

De là, nous remarquons que la place est définie comme étant une boîte composée de trois éléments fondamentaux, nous citons : la plate-forme ou plancher, les parois et le plafond.

- **La plate-forme ou plancher**

Le traitement du plancher (plate-forme ou sol) est très important dans la perception de la place de part de la nature des matériaux (marbre, brique, béton, etc.), de la composition (dalles, pavés) et des couleurs. Ceci dépend du type de cet espace, et de son environnement.

- **Les parois**

Les façades urbaines entourant la place créent un vide qui donne allure d'un volume bien délimité. La hauteur des immeubles et les dimensions du sol de la place sont proportionnées. De plus, les caractéristiques des façades en ce qui concerne les matériaux, le style architectural, les revêtements, etc. sont aussi en harmonie avec le traitement du sol.

Ces parois adoptent des traitements de façades qui permettent de créer un certain contraste : lisses / sculptées, aveugles / avec ouvertures, portiques / arcades, etc. tout en assurant la continuité de l'espace et son unité.

- **Le plafond**

« Le plafond, très particulier, est transparent si nous voyons la boîte d'au-dessus, depuis le ciel. Si nous sommes à l'intérieur, comme c'est le cas le plus fréquent, il paraît immatériel, très haut et lumineux, plein d'étoiles, ou gris sous un bas plafond de nuages ... Le plancher peut être plat, incliné ou en gradins, jusqu'à se confondre avec les parois. Ces dernières, qu'elles paraissent lisses ou plus ou moins sculptées, sont tantôt aveugles, tantôt trouées d'ouvertures ménageant la vue sur des paysages divers : grandes perspectives, jardins, autres espaces ... La diversité est infinie. » (Levy, 2008).

E. Quelles fonctions doivent assurer les places publiques ?

Les places publiques ont toujours été conçues et aménagées pour des raisons bien précises, soit pour l'aération de la ville et donc dans un but hygiénique, la mise en place de symboles architecturaux des pouvoirs et /ou aussi pour commémoration d'un monument ou d'un personnage de l'histoire (comme El Amir Abdelkader dans notre cas). D'après De Sablet (architecte urbaniste, 1991), les places publiques devraient assurer un ensemble de fonctions dont les plus importantes selon lui sont les suivantes :

- **Les échanges économiques**

Le secteur économique joue un rôle primordial dans le développement de la ville et sa durabilité, par ses activités commerciales et touristiques qui sont développées dans les espaces publics, et les places publiques en particulier. Contrairement à ce qui a été espéré, ces activités ont disparu avec le développement économique car elles ont été emmenées à d'autres espaces fermés comme les centres commerciaux et les grandes surfaces. Ceci a eu un impact direct sur la vie sociale et l'attractivité des places publiques qui sont devenues vidées de leur fonction fondamentale qui leur a toujours permis de vivre.

- **La satisfaction des besoins sensoriels et psychologiques**

Il s'agit des différents sentiments qu'offre l'espace à ses usagers. En effet, la nature de l'homme le pousse toujours à choisir et se mettre dans des lieux et des situations de confort émotionnel.

Le comportement psychologique de l'homme est influencé par le comportement de l'environnement physique qui lui permet de sentir différentes sensations. Les usagers espèrent satisfaire leurs sens et pour cela ; ils choisissent des places qui les attirent grâce à la présence de sons apaisants comme les chants d'oiseaux, ruissellement des eaux, etc. dont ils éprouvent des sensations tactiles tel que la fraîcheur, la chaleur, profiter de vue panoramique et des bonnes

odeurs. Ceci est un confort qui produit chez l'utilisateur de cet espace un sentiment de bien-être ce qui va lui permettre donc d'être en confiance et de se sentir en sécurité.

- **Les relations sociales**

Même si la place est située dans un quartier résidentiel, elle a une fonction de centralité en ce qui concerne le côté social, car elle peut être fréquentée par des personnes âgées comme par des jeunes, toutes les tranches d'âges. Elle est un lieu de rencontre et de communication grâce à la variation des espaces où les gens peuvent se promener, se rencontrer, se parler, etc.

- **Les déplacements**

Parmi les caractéristiques les plus importantes pour le citoyen est la possibilité de se mouvoir, pour cela de nouveaux aménagements urbains sont mis en place afin d'assurer un bon déplacement pour tout le monde (piétons, cyclistes, enfants, etc.). Chaque usager à son propre espace où il peut se déplacer facilement, librement et en toute sécurité.

Les envies ne sont pas les mêmes pour toutes les personnes, il y'a celles qui préfèrent ne pas être dans les nuisances sonores et toutes actions qui perturbent leur quotidien calme tandis que d'autres préfèrent des espaces publics proches de leurs habitations pour éviter tout déplacement et aussi avoir un contrôle permanent sur les enfants.

F. Les différentes caractéristiques de la place publique

Selon Bertrand (1984), la place publique est caractérisée par deux aspects dont le premier est relatif à la manière dont elle est conçue et le deuxième concerne la manière dont elle est utilisée. Vécu et forme sont toujours liés. L'importance de la place est déterminée par son vécu et sa fréquentation mais qu'est ce qui détermine ces deux caractéristiques ?

La place peut être vécue de plusieurs manières selon ses différents aspects : fonctionnel, formel, émotionnel et informationnel.

- **L'aspect fonctionnel**

Comme cité précédemment, la place publique regroupe les principales fonctions de la vie comme l'activité commerciale et économique, politique et même religieuse. L'ensemble de ces activités a fait de la place publique l'espace clé de la ville ; par la vie qu'elle lui offre, sa sociabilité et son attractivité.

Plus la place publique accueille différents types d'activités qu'elles soient administratives, culturelle, commerciale, résidentielle, de loisirs ou de circulation... à l'intérieur de la place ou à proximité, plus elle est utilisée et visitée par les gens et surtout par les différentes tranches d'âges.

- **L'aspect formel**

La forme est le premier élément cité dans la description d'une place. Elle dépend essentiellement des caractéristiques géométriques et métriques comme le carré, le rectangle..., et de la taille : petite ou grande qui font les critères de qualification de cet espace. Elle est aussi matérialisée par les relations visuelles telles que les rythmes : contraste plein / vide, jeu d'ombre et d'ensoleillement, l'ameublement... qui constituent les proportions permettant de mettre en valeur la position et les caractéristiques de cette place publique.

- **L'aspect émotionnel**

La pratique de places publiques sous différentes formes que ce soit promenade, repos ou même de passage, seul ou accompagné, crée des sentiments chez l'utilisateur. Ces sentiments peuvent être de plaisir, de convivialité... comme ça peut être des sentiments de gêne et de malaise. Ces différentes sensations et réactions psychologiques renvoient à l'aménagement de l'espace qui dépend de plusieurs éléments dont le naturel : la verdure, l'eau, le soleil, etc. La présence de la végétation et de l'eau dans de tels espaces impacte directement le sentiment des usagers en créant une ambiance spécifique. Avec les lumières artificielles la nuit, la pratique de la place le jour diffère complètement de celle de la nuit.

- **L'aspect informationnel**

La place publique est un espace ouvert qui permet de faire passer l'information. La publicité est importante dans l'attractivité de celle-ci. La présence de panneaux publicitaires et de mobiliers de signalisation la rend un espace informationnel où les usagers peuvent apprendre différentes informations et / ou des renseignements sur la ville par exemple ; ça leur permet de pouvoir se guider et se promener dedans. Les manifestations et les échanges culturels peuvent aussi jouer un rôle en ce qui concerne l'aspect informationnel dans des espaces pareils.

Synthèse du chapitre 01

La compétitivité et l'attractivité sont deux concepts liés dont le deuxième (attractivité) constitue la base du premier (compétitivité). Ils reposent essentiellement sur la présence d'atouts spécifiques qui se construisent sur les liens particuliers que les acteurs économiques d'une ville parviennent à établir et qui font que la ville ait cette capacité de concurrencer à une plus grande échelle.

La place publique est une composante qu'on ne peut dissocier de la vie urbaine. Depuis l'antiquité, elle avait une valeur et un poids dans la ville. Par les diverses activités qu'elle accueillait et par les échanges économiques qu'elle offrait. Elle a pu créer une vie et une dynamique au sein de la ville.

La place est un espace commun où chacun a le droit d'y accéder, d'y être et d'y rester. Ses aspects formels et fonctionnels font son caractère, d'abord par les diverses formes et allures

qu'elle peut prendre : forme régulière ou irrégulière, dégagée ou délimitée..., ensuite par les différentes activités et pratiques qu'elle offre à ses usagers (activités commerciales, loisirs, repos...). Par son bon aménagement, sa bonne ambiance et sa bonne symbiose, la place publique offre un sentiment de bien-être qui fait naître chez l'utilisateur une impression d'appartenance et d'appropriation de cet espace.

Aujourd'hui, malgré les différentes évolutions que la place publique a connues et la nouvelle ampleur qu'elle a prise, elle reste un espace lié aux traces du passé, ouvert aux publics qui n'ont pas nécessairement la même importance stratégique et reste un espace d'échange et d'un essor économique.

Chapitre 02

A la recherche des critères de l'attractivité économique des places publiques

Introduction

Jusqu'au jour d'aujourd'hui, la place publique joue encore un rôle primordial dans la structure des villes et dont leurs objectifs majeurs sont le développement économique, touristique et la qualité urbanistique. Ces objectifs ont pu être atteints grâce aux actions d'aménagement mises en place et qui ont renforcé et pu valoriser l'image de ces villes.

Ce chapitre va traiter dans un premier lieu quelques différentes expériences étrangères et locales qui ont donné une grande importance à l'aménagement ou au réaménagement de leurs places publiques en tenant compte de l'aspect économique. En second lieu, il définit les critères à travers l'étude des exemples précédents, essentiels pour améliorer l'attractivité des places publiques notamment pour Alger.

Pour cela, nous allons étudier trois places publiques internationales dans trois villes différentes avec deux places publiques algériennes dans deux villes aussi différentes. Ce choix a été effectué par rapport au contexte d'attractivité économique. Aussi, l'essor économique dont bénéficient les villes étrangères a aussi eu sa part dans le choix des places qui vont être abordées et qui va être d'un grand apport à notre recherche.

Ces exemples vont être analysés d'une manière détaillée commençant par une présentation justifiant le choix de cet exemple, expliquant la situation par rapport à la ville, les changements qu'ont connus ces places à travers l'histoire, leur forme et leur aménagement jusqu'à en arriver aux fonctions et usages qu'elles offrent. Nous terminons avec une synthèse qui comprendra l'ensemble des critères qui font que ces places publiques ~~est~~ sont économiquement attractives.

II.2.1 Etude des exemples de places publiques

Les différentes places publiques que nous allons étudier ont été choisies car elles répondent à des critères de choix en relation directe avec notre thématique. Comme premier critère, **la multifonctionnalité** ; car un espace monotone et monofonctionnel est beaucoup moins attrayant qu'un espace où nous pouvons pratiquer différentes activités. Ceci ne répond pas à notre objectif qui consiste justement en l'attractivité économique qui est traduite par la présence de différentes activités et pratiques au sein d'un même espace.

Le deuxième critère renvoie **au caractère urbain et à l'aspect architectural** ; car une place publique doit refléter une image qui fait sa singularité en offrant un caché et un charme renforcé par un bon aménagement permettant d'attirer et garder les gens à son niveau.

En dernier, **la centralité** ; car une place périphérique n'est pas si rentable et / ou bénéfique qu'une place qui se trouve plus ou moins au centre de la ville, offrant une facilité d'accessibilité pour tout le monde.

II.2.1.1 Exemples internationaux

II.2.1.1.1 La Grand-Place de Bruxelles

A. Présentation et justification du choix

La Grand-Place est **la place centrale** de la Ville de Bruxelles qui est une ville riche en architecture dont elle marque le passage de l'art nouveau dans la Belgique grâce au premier édifice Art Nouveau de Victor Horta. Bruxelles est une ville attractive et touristique qui représente une destination privilégiée pour l'ensemble des visiteurs. En 2009, elle a été classée en septième position parmi les villes européennes les plus puissantes dans le secteur de l'économie (Vandermotten, 2009).

La Grand-Place est **mondialement renommée pour sa richesse ornementale et esthétique** datant principalement du XVII^e siècle dont **l'architecture résume et illustre de manière vivace la qualité sociale et culturelle** de cet important **centre politique et commercial**. Ceci lui a permis **d'être inscrite sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO en 1998**.

Elle est **bordée par les maisons des corporations, l'Hôtel de Ville, la Maison du Roi et toutes les ruelles** qui font d'elle une des plus belles places du monde. Selon Victor HUGO, elle est la plus belle place du monde.

Tout au long de l'année, la Grand-Place **accueille plusieurs et différents événements à côté des activités commerciales** qu'elle offre. Ces activités rendaient la place attractive ce qui a permis à la ville de Bruxelles d'être connue en dehors de ses frontières locales et étrangères.

Cette ouverture sur le monde lui a permis **d'attirer un plus grand nombre de gens** qu'ils soient des touristes, qui viennent des différents pays du monde, des visiteurs ou même de simples employés venant des alentours. Ceci offrait à la ville l'avantage d'avoir un capital de revenus important.

B. Situation de la Grand-Place

La Grand-Place de Bruxelles se situe dans le cœur historique de la ville de Bruxelles, dans une zone de protection dite « zone tampon » où elle occupe l'emplacement de l'ancien grand marché. Cette place est entourée par les magnifiques maisons de corporations datant principalement de la fin du XVII^e siècle, tel que Le Pigeon où Victor Hugo a habité au nord, la maison de la corporation des brasseurs au sud, la maison des Ducs de Brabant à l'est, et l'hôtel de ville à l'ouest dont la construction remonte au début du XV^e siècle. Ces derniers représentent les grands monuments et les repères de la ville.



Figure 20: Emplacement de la Grand-Place au cœur de la ville.

Source : Google Earth, 2018.

Traitement Fig. 20, 21 : Auteur, 2018.

Figure 21: Zone de protection dénommée « Zone tampon ».

Source : La Grand-Place de Bruxelles, patrimoine

Unesco, Plan de Gestion - 2012-2015 Volume 1.

C. Histoire de la Grand-Place

La Grand-Place constitue le résultat d'un long processus des développements progressifs allant du XVe siècle au XVIIIe siècle mais qui malgré ses différentes composantes présente une harmonie et une unité de composition.

Bruxelles est née avec le premier château-fort construit par les Ducs de Basse-Lotharingie sur une île de la Senne.

Vers le XIème siècle, et pas loin du château, la Grand-Place a été réalisée. Elle jouait le rôle d'un **grand marché** qui avait comme nom 'flamand' (« Grand Marché » en français). Les rues menant vers la place se caractérisaient par **diverses d'activités commerciales** de part lesquelles elles ont pris leurs noms : la rue des Brasseurs, la rue des Bouchers...

Durant le XIIIème siècle et le XIVe siècle, la place commençait à être bien délimitée par les maisons qui furent construites en pierre à cette époque. **Le marché se faisait généralement dans la place**, à l'air libre où les marchands installaient des petites tables ou occupaient les petits magasins qui l'entourent.

A partir du XVe siècle, la Grand-Place prend allure d'un **lieu de prestige** et **les marchands s'installaient désormais dans les rues autour de la place**. Par conséquent, il y'a eu la formation d'un centre politique matérialisé par la réalisation d'un palais symbolisant le pouvoir central.

Des travaux de restauration ont été lancés au XIXe siècle afin de sauver ce qui reste de ce que la révolution française avait fait (destruction des statues se trouvant dans la place et qui symbolisaient la noblesse et la chrétienté).



Figure 22: Vue aérienne sur la Grand-Place, Bruxelles.
Source : <https://www.bxlblog.be> Consulté le 29/09/2018.

D. Forme et Aménagement

La place est un musée architectural à ciel ouvert où elle résume tout l'art de l'époque par ses impressionnantes parois qui suivent la renaissance avec quelques éléments flamands et gothiques. Elle est d'une esthétique qui offre une image et un témoignage d'un passé architectural de valeur exceptionnelle.

La Grand-Place est d'une forme rectangulaire avec 110 mètres de longueur sur 70 mètres de largeur. Le flux vers les différents monuments qui entourent la place _ surtout vers les édifices du pouvoir municipal dont nous citons l'hôtel de la ville et la maison du roi _ engendre la convergence de ce flux vers cette première qui joue donc le rôle d'un point en commun temporel entre les visiteurs.

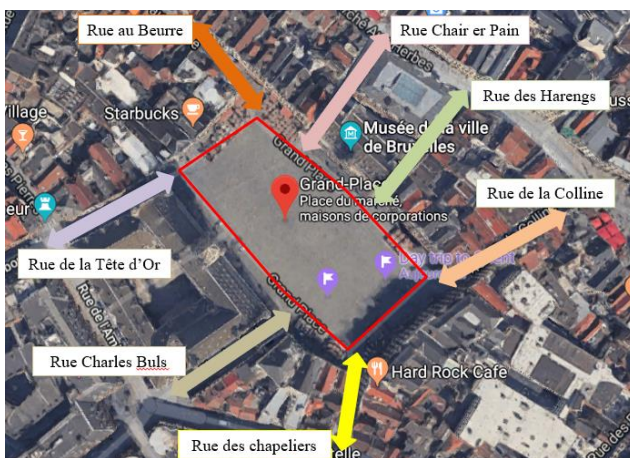


Figure 23: L'accessibilité à la Grand-Place.
Source : Google Earth, 2018.
Traitement : Auteur, 2018.

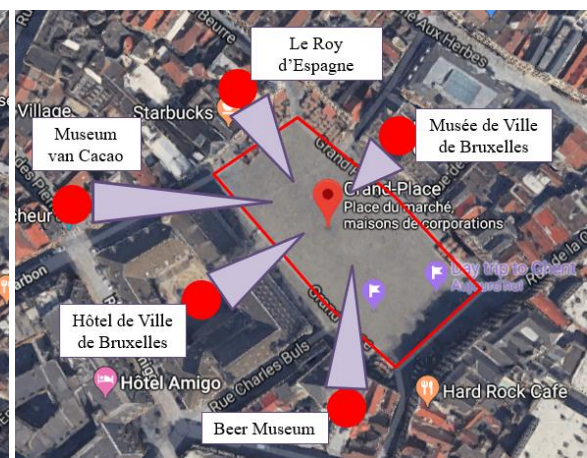


Figure 24: Carte de la triangulation.
Source : Google Earth, 2018.
Traitement : Auteur, 2018.

La Grand-Place est aménagée avec des bancs en pierre à l'état brut lui donnant un charme et une beauté à côté des lampadaires très originaux qui créent des ambiances dans la nuit. Pas loin de la Grand-Place, se trouve le « Manneken Pis » également connu sous le nom de « Petit Julien », il s'agit d'une fontaine en bronze représentant un petit garçon. « Parmi les éléments historiques à voir, le musée de la ville de Bruxelles, installé dans la Maison du Roi, présente une collection de la garde-robe du Manneken-Pis dont la fontaine se trouve à deux pas de la place. » (Hennaut, 1998)

E. Usage et fonction

La Grand-Place est le cœur social de Bruxelles. Elle est entourée de bars et cafétérias animés qui font d'elle un véritable point d'échange et de commerce. C'est une place bien vivante qui accueille de nombreux événements, festivals et manifestations tout au long de l'année. Tous les deux ans et au mi-août, elle est décorée d'un tapis de fleurs de 77 mètres sur 24 mètres formé de plus de 500 000 plantes de bégonias. Chaque année, elle accueille l'événement 'Ommegang' qui commémore le spectacle d'hommage créé en 1549 lors de la venue de Charles Quint à Bruxelles pour y présenter son fils : le futur Philippe II, le sapin de Noël, le marché des plantes quotidien, des concerts, des expositions au musée de la ville qui siège dans la Maison du Roi, etc.

Ces différents événements permettent à la place d'être toujours bondée de visiteurs ce qui la caractérise par une fréquentation très importante.



Figure 25: Le tapis de fleurs (77x24m) du 15-05- 2018.

Source : Journal le soirmis en ligne le 16-05-2018.

<http://plus.lesoir.be> Consulté le 30/09/2018.



Figure 26: L'ambiance de la Grand-Place le soir.

Source : <https://stock.adobe.com>

Consulté le 30/09/2018.

F. Le profil des personnes fréquentant la Grand-Place

La Grand-Place assure **différentes activités** qui ont pu **attirer un flux de personnes** très important. **Les acteurs contribuant à l'attractivité** de cette place sont nombreux, nous citons : **les commerçants** offrant différents services autour de la place, **les clients** qui viennent pour faire des achats, prendre un café, etc., **les habitants de la ville** et **les touristes locaux ou étrangers** qui viennent pour différentes raisons : s'asseoir, rencontrer des amis et / ou assister à des événements qui sont généralement financés et gérés par **des entrepreneurs** ayant des entreprises spécialisées dans le domaine.

Récapitulatif

D'après l'analyse effectuée sur cette place nous pouvons faire le point sur les facteurs qui encouragent la fréquentation de celle-ci, entre autres :

- ✓ L'ancienneté de la place et sa richesse ornementale qui ont permis de l'inscrire en 1998 sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO.
- ✓ Les façades des édifices qui entourent la place sont de hauteur uniforme très riche en matière d'architecture.
- ✓ La présence de plusieurs activités commerciales qui génèrent le flux (cafés, boutiques et restaurants).
- ✓ La place est entourée par des édifices emblématiques des pouvoirs municipaux (L'hôtel de ville et la Maison du roi), ducaux et les anciennes maisons des corporations ce qui la rend une destination privilégiée pour les touristes et visiteurs.
- ✓ La grandeur de la place offrant la capacité d'accueillir des divers événements et donc la capacité d'accueillir un très grand nombre de visiteurs (pendant l'événement du tapis de fleurs qui a eu lieu le 15-05-2018 elle a pu recevoir 200 000 visiteurs en 4 jours avec 7000 nuitées hôtelières en plus comparé aux années précédentes _ Journal le soirmis en ligne le 16-05-2018).
- ✓ Un soin particulier dans la conception de l'espace notamment par l'utilisation de la pierre brut dans le sol et les bancs et aussi les lampadaires placés tout autour de la place qui fait d'elle un espace animé et sécurisé le soir.

II.2.1.1.2 La Place de la République à Paris

A. Présentation et justification du choix

Après avoir été désignée troisième métropole mondiale la plus attractive par une étude KPMG⁷, Paris a décroché la place de la troisième capitale économique la plus influente au monde en l'an 2014 (Magazine Fobres, 2014).

Paris est la capitale politique et économique de la France. Elle représente 30% de la richesse produite en France en 2014. Son poids dans l'économie française tend à se renforcer ces dernières années. Elle est aussi une ville qui a une part importante dans le tourisme dont elle

⁷ KPMG :

- **K** est l'initiale de **Klynveld**. Le cabinet d'expertise-comptable Klynveld Kraayenhof & Co. fut fondé par Piet Klynveld à Amsterdam en 1917.
- **P** est l'initiale de **Peat**, du nom du cabinet d'expertise-comptable William Barclay Peat & Co., fondé par William Barclay Peat à Londres en 1870.
- **M** est l'initiale de **Marwick** : James Marwick qui s'est associé avec Roger Mitchell pour créer à New York le cabinet d'expertise-comptable Marwick, Mitchell & Co. en 1897.
- **G** est l'initiale de **Goerdeler**. Dr. Reinhard Goerdeler qui est resté longtemps à la tête de la Deutsche Treuhand-Gesellschaft (DTG) puis de KPMG.

C'est un réseau international spécialisé dans l'expérience de l'audit, l'expertise comptable et le conseil qui est présent dans 154 pays. Le classement des villes était basé sur des paramètres dont nous citons : la concentration des investissements étrangers, les services disponibles pour les multinationales, le niveau de l'économie globale de la ville (Magazine Fobres, 2014).

constitue la première ville visitée par les touristes dans le pays. Selon la mairie de Paris « *ce sont environ 18 millions de touristes étrangers qui visitent la région chaque année.* » (Tiard, 2012).

Cette attractivité de la ville résulte de la qualité des structures d'accueil associée à la qualité des espaces ouverts aux visiteurs. Pour cela le choix s'est porté sur la place de la République car elle présente des caractéristiques découlant dans notre liste de critères précédemment soulignés :

- Son emplacement au **centre de Paris** faisant d'elle une composante dominante offrant une valeur symbolique forte à la ville.
- Son **caractère urbain** grâce aux différents aménagements et bâtiments qui la bordent.
- Elle est ouverte à tous, jeunes ou moins jeunes, pour lire, jouer, etc. Elle constitue **espace multifonctionnel**, d'échange et de rencontre qui incite au repos, à l'assise et la circulation piétonne ou douce.
- **Ses grandes dimensions et sa composition spatiale riche** faisant d'elle une scène ouverte aux multiples usagers urbains permettant de recevoir un nombre important de visiteurs et touristes.

La place République est bordée de bâtiments qui présentent une grande homogénéité. En effet, ils datent tous de l'époque haussmannienne, ce qui explique la régularité et l'alignement des percements des façades, l'unité des gabarits et des matériaux. Les immeubles cadrant la place présentent une hauteur verticale de 18 mètres dont tous les rez-de-chaussée sont destinés aux activités commerciales.

B. Situation

La place de la République se situe au carrefour des trois arrondissements 3^{èmes}, 10^{ème} et 11^{ème} de la ville de Paris sur l'emplacement de l'ancienne porte du temple de Charles V. Elle est située à la jonction des six grands axes de la composition urbaine qui sont en réalité les axes routiers majeurs : le boulevard Saint Martin, boulevard Voltaire, boulevard Magenta, avenue de la République, rue château d'eau et le boulevard du Temple qui mènent vers de multiples quartiers dont la pratique économique est très fréquente.



Figure 27: Situation de la place de la République au cœur de Paris.
Source: Google Earth, 2018.
Traitement : Auteur, 2018.

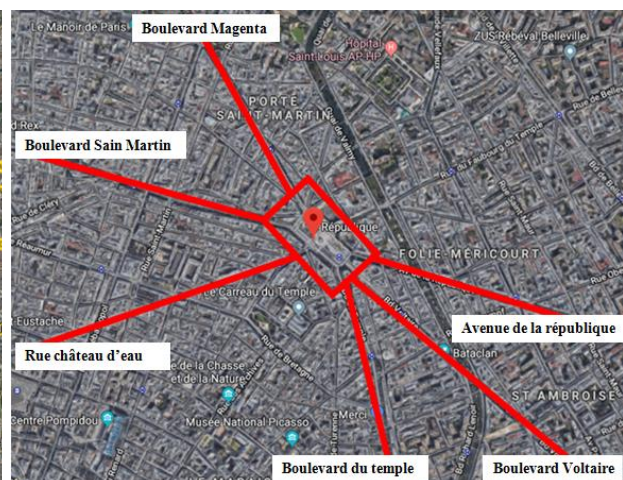


Figure 28: Situation de la place à la jonction des six grands axes.
Source: Google Earth, 2018.
Traitement : Auteur, 2018.

C. Histoire

Elle est la place principale de Paris, elle a connu une évolution historique qui a commencé à partir de XII siècle. Elle était à l'origine de l'emplacement de la porte du temple de la forteresse de Charles V qui réunit les six axes majeurs et le temple.

Après la suppression de l'enceinte et aux environs XVII, le lieu fut aménagé par des arbres le long des boulevards, elle devient ainsi **un lieu de promenade**. C'est à partir des années vingt de XIX siècle que le lieu devient une place appelée la place « château d'eau » où sont **animés plusieurs spectacles** qui attirent plus de monde avec la création d'une fontaine au centre de la place. De 1850 jusqu'à 1890 la place a connu un ensemble de transformation commençant par l'aménagement du Baron Haussmann en 1854. Un agrandissement et percement de quelques boulevards ont été effectués avec une mise en place de la statue de la République d'une hauteur de 10 mètres et qui a été réalisée par les sculpteurs frères Morice. Par la suite la place a eu un nouveau nom qui devient « la place de la République ».

En 2013 des travaux de réaménagement ont été effectués et la place prend sa forme et sa composition spatiale actuelle.



Figure 29: Vue aérienne de l'ancienne place.

Source : <http://paris1900.lartnouveau.com>

Consulté le 02/10/2018.



Figure 30: Vue aérienne sur la nouvelle place.

Source : <http://paris1900.lartnouveau.com>

Consulté le 02/10/2018.

D. Forme et aménagement

La place de la république est un grand rectangle de 280 mètres de longueur sur 120 mètres de largeur dont le réaménagement s'appuie sur le concept d'une scène ouverte aux multiples usages urbains.

La suppression du rond-point libère le lieu de la contrainte centrale de la circulation automobile. La création du parvis marque le retour au calme sur un espace libre de trois hectares. La nouvelle place, à présent contournée par le flux de voiture, fabrique un paysage à grande échelle qui la transforme en équipement métropolitain, un plateau d'évolution disponible et appropriable.

Chapitre 02 : A la recherche des critères d'attractivité économique des places publiques.

Des liaisons claires avec les grands boulevards favorisent un nouvel équilibre centré sur les déplacements doux pour les piétons, les cyclistes et les transports en commun. Un axe réaffirmé associe la statue, le miroir d'eau et l'alignement des arbres. Cette harmonie est amplifiée par un calme minéral. Le sol est en dalles de béton préfabriqué, utilisé dans différentes nuances de gris, il évoque la palette des sols parisiens. D'un côté, la lisibilité évidente de matériaux unitaires au service d'une démarche pérenne et contemporaine, de l'autre, des explorations multiples, mise en couleurs, mise en eau, mise en lumière, révélatrices d'une recherche sur les ambiances urbaines.

Pour se détendre, faire une pause ou discuter entre amis, des fauteuils, des chaises et des tables ont été disposés un peu partout (l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris, 2015). Toute une partie de la place est aménagée pour permettre aux jeunes de faire de la planche à roulette et des jeux pour des enfants de tout âge et même pour des adultes. Des animateurs sont à disposition pour enseigner les règles des différents jeux.



Figure 31: Le traitement du sol de la place publique.

Source : <http://paris-bise-art.blogspot.com>
Consulté le 02/10/2018.



Figure 32: La place comme lieu d'échange et de rencontre Avec le mobilier d'assise.

Source : <https://blogs.mediapart.fr>
Consulté le 02/10/2018.



Figure 33: La composition avec les composantes de la nature (Eau et verdure).

Source : <https://blogs.mediapart.fr>
Consulté le 02/10/2018.



Figure 34: Aménagement offrant la possibilité de jouer dans la place.

Source : <https://blogs.mediapart.fr>
Consulté le 02/10/2018.

E. Usage et fonction

Aujourd'hui, la place de la République n'assure pas seulement une fonction de déplacement, mais aussi une fonction sociale et symbolique forte dans la ville grâce aux activités qui se

déroulent aux alentours et qui lui permettent de devenir un espace d'assise et de repos. Nous trouvons de nombreux commerces de différents types (de gros, de détail, etc.) sur le côté Sud-ouest de la place. Du côté nord, un ensemble d'établissement de toutes natures (théâtres, banque, institut de commerce, etc.) offrant aux usagers un ensemble de services. Ces particularités de la place permettent d'attirer du public autre que local tels que les touristes et les investisseurs qui viennent implanter leurs entreprises au bord de cette place.

Le taux d'activité au bord de la place est assez important, supérieur à la moyenne parisienne (Mairie de Paris, 2014). Le secteur présente même un taux d'activité de sa population résidente supérieur à 70% dont les proportions d'emploi et travaillant dans leur arrondissement est globalement proche de celle de Paris (32%). Le revenu médian aux abords de la place varie entre 15 000 et 25 000 euros par unité de consommation (en moyenne 20 150 euros pour Paris).

Par les différentes activités commerciales qu'assurent les bâtiments bordant la place, par ses dimensions et populaire par son histoire ; la République occupe une place à part dans la ville. Elle devient un nouveau centre d'attraction, d'échanges et de rencontres (Mairie de Paris, 2014).

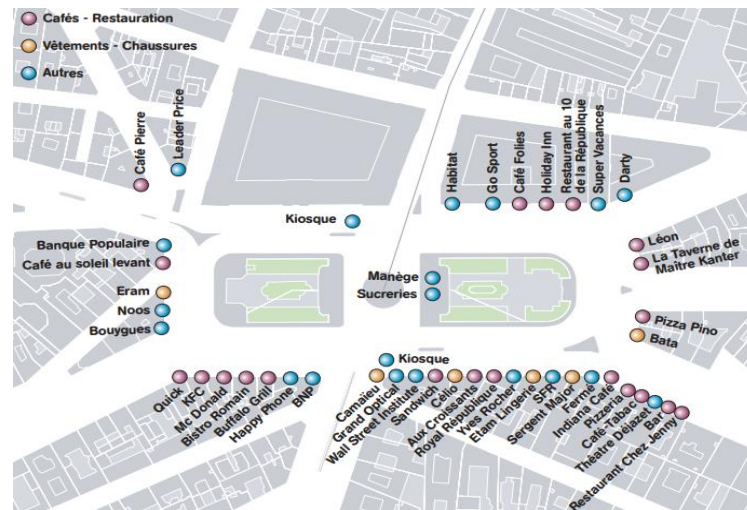


Figure 35: Les commerces situés autour de la place de république.
Source : Mairie de Paris, 2014. www.apur.org Consulté le 02/10/2018.



Figure 36: Les commerces intégrés au niveau de la place, café-restaurants.

Source : <https://www.parisinfo.com>
Consulté le 03/10/2018.



Figure 37: La place comme une aire de jeux pour les enfants.

Source : <https://www.parisinfo.com>
Consulté le 03/10/2018.

- **Les usages exceptionnels fortement symboliques**

La place de la république est le point de rassemblement ou parfois de dispersion d'un grand nombre de manifestations politiques. Certains faits marquants de l'histoire nationale ont eu lieu sur la place de la République comme le discours du Général de Gaulle pour la constitution de la Vème République. Les différentes manifestations ont pu recevoir et assemblé un très grand nombre personnes dont la plus grande manifestation a pu réunir plus de 84 000 personnes en 2006 (Mairie de Paris, 2014).

Mais elle accueille également de grands événements culturels, comme des concerts majeurs pour la fête de la musique, la fête du travail du 1^{er} mai (15 000 personnes), carnaval tropical le 1^{er} juillet (30 000 personnes) à côté des festivals comme le festival de l'inde et le festival de gospel qu'elle a accueilli en 2006.

Le 11 janvier 2015, elle était le point de départ de la marche républicaine en hommage aux victimes décédées lors des attentats des jours précédents et contre le terrorisme.



Figure 38: Manifestation anti-CPE qui a pu rassembler le plus grand nombre de personnes en 2006.

Source : www.flickr.com
Consulté le 03/10/2018.



Figure 39: Concert de la fête de la musique en 2015.

Source : <https://yzgeneration.com>
Consulté le 03/10/2018.

F. Le profil des personnes fréquentant la Place de République

La place de la République offre attrait et convivialité à ses usagers qui sont souvent **les promeneurs, les habitants et les riverains** de la ville qui viennent pour s'asseoir, se reposer et jouer. Aussi, **les clients** venant pour les commerces autour de la place et **les commerçants** qu'y travaillent. Ainsi que **les touristes** venant des quatre coins du monde, les **investisseurs et les entrepreneurs** qui viennent s'installer et investir dans la ville-monde 'Paris' qui est connue par son développement avancé dans le domaine économique.

Récapitulatif

L'étude effectuée sur la place république nous a permis de mettre en avant un ensemble de facteurs qui participent à son attractivité. Nous pouvons donc les énumérer comme suit :

- ✓ L'accessibilité facile de la place grâce à sa position dans la ville qui est à la convergence de plusieurs axes routiers ce qui la rend un espace récepteur d'un flux important.
- ✓ Sa grandeur et ses façades aux activités commerciales et économiques qui participent à attirer un grand nombre de gens.
- ✓ Le bon élargement par son traitement de sol qui lui permet d'être dans la même logique environnante et aussi par son mobilier diversifié existant (banc, chaises, lampadaires, etc.) qui encourage les gens à y rester plus longtemps.
- ✓ Le confort assuré grâce aux éléments offrant un microclimat favorable au repos et à l'assise, traduit par les arbres hauts couvrant la place et l'élément de fraîcheur (l'eau), soit sur le parvis ou dans le bassin de la statue.

II.2.1.1.3 La Plaça de Catalunya à Barcelone

A. Présentation et justification du choix

En 2011, le classement « Global cities competitiveness » publié par le journal The Economist place Barcelone à la neuvième place dans la classification des villes mondiales selon leur degré d'attrait économique. Un an après, Barcelone se place comme quatrième centre d'affaires européen en accueillant d'innombrables conférences, expositions, foires ou congrès. Elle propose donc un dynamisme économique constant, facteur favorable de devenir entrepreneur et de créer une société (Carbonell, 2012).

A côté de ça, Barcelone a toujours été connue par ses **richesses architecturales et urbanistiques**. Depuis les années 1980, les espaces publics de la ville barcelonaise ont eu une attention particulière en matière d'aménagement dont le but était de valoriser l'image de la ville pas seulement aux yeux de ses habitants mais aussi aux yeux des étrangers.

Cette opération a mis en exergue le potentiel touristique de la ville qui est devenue l'une des destinations les plus attirantes et captant un flux touristique important. « Depuis 2000, le nombre de touristes à Barcelone est passé de 3,1 à 8 millions par an » (le maire de Barcelone, 2014).

La politique touristique urbaine de Barcelone a pris en considération les places publiques comme étant des **éléments de repère dans la trame urbaine**. Ceci leur a permis d'avoir une valeur **symbolique et même historique** dans la ville.

Pour ces deux valeurs si importantes, le choix s'est porté sur la plaça de Catalunya (la place de Catalogne) qui est **le cœur et l'âme du centre de Barcelone**. **Entourée de magasins et de monuments**, cette grande place relie la vieille ville de la Ciutat Vella⁸ et le quartier moderne de L'Eixample⁹, datant du XIXe siècle. Elle se trouve au **carrefour** de neuf rues faisant d'elle une **place urbaine** par excellence.

⁸En catalan, Ciutat Vella signifie "vieille ville". C'est une ville gothique qui abrite aujourd'hui des édifices médiévaux avec de multiples cathédrales et palais.

⁹Nom signifiant en français « extension », le quartier de L'Eixample est élaboré par l'ingénieur urbain catalan Cerda. C'est un quartier du style moderniste fusionné avec les célèbres créations d'Antoni Gaudi.

B. Situation

La place de Catalogne se situe sur le site des anciennes portes des remparts de la vieille ville. Deux des plus fameuses rues de Barcelone, les Ramblas et la Passeig¹⁰ de Gràcia, mènent vers elle. Avec son très grand nombre d'accès possible, la plaça Catalunya est l'un des points de rencontre le plus recommandé pour se retrouver au centre de Barcelone.



Figure 40: Situation de la place de Catalogne. **Figure 41: Situation de la place au carrefour des neuf rues.**
Source: Google Earth, 2018. Traitement : Auteur, 2018. Source: Google Earth, 2018. Traitement : Auteur, 2018.

C. Histoire de la place

L'emplacement de la place a toujours été une région **de contacts et d'échanges**. Jusqu'au milieu du dix-neuvième siècle, la Place de Catalogne était une zone rurale extra-muros. En 1858 le gouvernement central de Madrid autorisa finalement la destruction des murs de défense de la ville et donna aussi son autorisation à la construction en dehors des murs. Née donc de la démolition des remparts en 1854, la place de catalogne est **un point central de la ville** et qui se trouve en haut des Ramblas¹¹. Le roi XII d'Espagne l'a inauguré en 1927.



Figure 42: Vue sur la place de Catalogne.
Source : <https://www.change.org> Consulté le 04/10/2018.

¹⁰Une vitrine flamboyante de l'architecture Moderniste à Eixample.

¹¹La Rambla est la rue la plus célèbre de Barcelone. Elle représente 2 kilomètres d'avenues piétonnes où se trouve un mélange d'artistes, peintres, musiciens, marchands et restaurants qu'y font la plus grande satisfaction des touristes.

D. Forme et aménagement

La place de Catalogne est très large, avec une superficie de 50 000 m². Elle est caractérisée par un gigantesque espace central couvert de mosaïques et entouré de zones jardinées et arborées. Pour profiter du paysage que la place offre, les usagers peuvent s'asseoir sur les bas-côtés, sur des bancs pour plus de confort ou bien directement dans l'herbe.

Au milieu, deux fontaines jumelles sont séparées par une terrasse. Encore plus spectaculaires de nuit que de jour, les fontaines de la Place Catalogne offrent un jeu de son et lumières.

Afin de respecter le voisinage, et d'ajouter le son à l'image, la mairie de Barcelone propose l'application "Fons BCN" qui permet de jouir totalement de l'attraction audiovisuelle à travers le téléphone mobile.



Figure 43: Animation des fontaines jumelles la nuit.

Source : <http://alentoursbarcelone.blogspot.com> Consulté le 04/10/2018.

La place rassemble plusieurs sculptures de grands artistes, principalement catalans dont une sculpture est particulièrement visible : le monument Francesc Macià, qui représente deux escaliers l'un au-dessus de l'autre. Elle constituait l'endroit où les artistes et les écrivains s'y réunissaient.



Figure 44: Le monument Francesc Macià.

Source : <http://www.happytravelbug.com>

Consulté le 04/10/2018.



Figure 45: La sculpture Déesse qui trône au milieu d'un plan d'eau sur l'une des extrémités de la place de Catalogne.

Source : <http://www.metrodebarcelone.com>

Consulté le 04/10/2018.

E. Usage et fonction

La place de Catalogne, avec son gigantesque espace central, abrite régulièrement tout au long de l'année des spectacles, des expositions, mais aussi des foires commerciales et des rassemblements populaires.



Figure 46: Manifestation qui a rassemblé environ 65 000 personnes en faveur de l'unité du pays menacée par la crise catalane en 2017.

Source : Journal international le 12/10/2017. <https://www.ladepeche.fr> Consulté le 04/10/2018.

La place constitue le lieu de rendez-vous très prisé des catalans et des touristes pour fêter le Nouvel An. Le 11 septembre de chaque année, la place s'anime avec un concert gratuit célébrant la fête nationale de Catalogne. Au cours du même mois, la place résonne aussi au son de la musique « live » lors du Festival de la Mercé, qui commémore le saint-patron de Barcelone.

Chaque semaine (du jeudi au dimanche), les fontaines de la place offrent un spectacle de lumières et couleurs avec des mouvements d'eau associés à un rythme musical. Ce spectacle est ouvert à tous les usagers de la place mais aussi à tous les citoyens qui peuvent le regarder « live » par le biais de l'application précédemment citée.

La place peut prendre une autre allure pour devenir une patinoire où les enfants peuvent y jouer. Sur la quasi-totalité de l'année, la place est occupée par une grande concentration de pigeons qui ont fait de cet endroit incontournable de Barcelone, leur quartier général.



Figure 47: Les pigeons présents dans la place offrent un autre moyen d'attraction.

Chapitre 02 : A la recherche des critères d'attractivité économique des places publiques.

Source : <http://www.aviewoncities.com> Consulté le 04/10/2018.

Les alentours de la place constituent l'une des principales zones commerciales de Barcelone. Elle est entourée par des théâtres, des boutiques, des restaurants et des cafés intégrés dans d'anciens bâtiments de valeur historique. Elle constitue aussi une plaque tournante aux transports publics de la ville. Il y a une grande station de métro sous la place qui dessert trois lignes de métro et une ligne de RER. Plusieurs lignes de bus, la ligne express pour l'aéroport ainsi que les autobus touristiques y ont aussi des arrêts à côté de la station de taxis. Ceci a permis de renforcer l'attractivité touristique et économique de la place Catalogne et celle de la ville.



Figure 48: Station de motos à côté de la place et donnant sur une rue commerçante.

Source : <https://thumbnails.trvl-media.com>

Consulté le 04/10/2018.



Figure 49: Bouche de métro en dessous la place.

Source : <https://www.flickr.com>

Consulté le 04/10/2018.

F. Le profil des personnes fréquentant la Place de Catalogne

Grace à sa grande infrastructure de transport et les différentes activités qui s'y déroulent, la place catalogne constitue une plate-forme attractive accueillant différentes personnes venant de partout. Occupée pas seulement par les habitants de la ville, les clients et les prioritaires des commerce autours de la place ; des touristes étrangers et même des investisseurs viennent pour améliorer et développer leurs travaux professionnels grâce au nombre très important de personnes dont la ville dispose et dont la place joue un rôle primordial par le magnifique paysage urbain, le repos, la détente et les services qu'elle offre.

Récapitulatif

A travers l'analyse faite sur la place de Catalogne, nous avons pu faire sortir les éléments majeurs qui ont renforcé son attractivité. Nous citons :

- ✓ L'ancienneté de la place et sa vocation primaire basée sur la rencontre et l'échange.
- ✓ L'emplacement de la place qui fait d'elle un point de jonction entre les deux pôles urbains de Barcelone (l'ancien et le nouveau) ce qui permet aux touristes de connaître deux styles architecturaux complètement différents dans le même lieu.
- ✓ La forme et la superficie de la place qui permettent d'accueillir un très grand nombre de visiteurs en même temps.
- ✓ La facilité de l'accessibilité dont toutes les rues mènent vers la place de catalogne ce qui facilité le déplacement pour les touristes et les différents usagers.

- ✓ Le bon aménagement de la place à côté des événements qu'elle accueille et qui font d'elle une place animée et donc attractive tout le long de l'année.
- ✓ Les alentours de la place à caractère commercial qui permettent d'attirer un flux important.

II.2.1.2 Exemples nationaux

II.2.1.2.1 La place de la Grande poste à Alger-Centre

A. Présentation et justification du choix

Alger est la capitale politique, administrative et économique de l'Algérie nommée « le port de la méditerranée ». Elle constitue une métropole complexe tout en restant une ville simple à comprendre : sa baie en forme de croissant, son architecture en cascades constituant une longue et belle façade maritime offrant un caractère de protection pour la ville.

Alger-centre, la commune centrale d'Alger, est le **cœur battant de la capitale** grâce à sa composition. Elle contient les principales rues commerçantes et administratives. Elle est la plateforme de nombreux sièges de gouvernements et de ministères.

Elle est le reflet d'une longue et riche histoire traduite par son architecture composée de différents styles faisant d'elle un centre culturel pour la ville et le pays. Ceci lui a permis d'accueillir des millions de touristes et de visiteurs tout au long de l'année.

Pour ces valeurs si importantes, le choix est tombé sur la place Grand Poste qui tient son nom du célèbre monument historique « la Grande Poste » du **style néo-moresque**, achevé en 1908, et qui est juste à quelques mètres de la place.

Cette place présente des caractéristiques et un potentiel lui permettant d'être occupée par un nombre très importants d'utilisateurs. D'abord, par **sa position à l'intersection des importants axes commerçants** d'Alger ce qui fait d'elle un véritable **carrefour culminant le port d'Alger** et qui est **entouré d'un ensemble de façades urbaines du style néoclassique** ce qui lui apporte un caché et une richesse, d'autre part par son **emplacement sur la façade maritime ce qui lui permet d'avoir une vue ouverte et dégagée** sur la baie et le port d'Alger.

La place de la Grande Poste prend une place très importante dans la ville, elle est considérée comme un **point de repère et de rencontre offrant la possibilité de pratiquer différentes activités par l'accueil des différentes fonctions** qui attirent les habitants de la ville et les visiteurs et touristes qu'y viennent pour profiter de ce magnifique paysage sur la baie d'Alger.



Figure 50: Emplacement de la place Grande Poste au carrefour des rues commerçantes et les façades constituant ses parois.

Source : Auteur, le 14/11/ 2018.



Figure 51: Vue sur la mer et sur le port depuis la place Grande Poste.

Source : Auteur, le 14/11/ 2018.

B. Situation

La place de la Grande Poste se situe sur le boulevard Khemisti, à l'intersection des plus importantes rues commerciales d'Alger-centre qui attirent un très grand nombre de personnes. Elle n'est pas loin de la grande poste d'Alger et donne directement sur le port d'Alger. Elle est accessible par différents moyens de transport tels que : le transport mécanique (voiture, bus...), le métro et le train ce qui facilite aux usagers d'y être. Pas loin de la place, se trouve le parking Sofia qui permet aux usagers de laisser leurs voitures et aller se balader tranquillement.

Elle est ouverte sur les terrasses qui entourent la grande poste et sur lesquelles les gens s'attablent pour prendre un café, des glaces, discuter leurs affaires ou autre.



Figure 52: Situation de la place par rapport à Alger-Centre.

Source : Google Maps, 2018.
 Traitement : Auteur, 2018.



Figure 53: La position de la place par rapport à la grande poste, le port et l'arrêt du métro 'Tafourah'.

Source : Google Maps, 2018.
 Traitement : Auteur, 2018.



Figure 54: Ouverture de la place sur les terrasses entourant la Grande Poste.
 Source : Auteur, le 14/11/ 2018.

C. Aménagement et fonction

La place est constituée de deux parties dont la forme est irrégulière, ceci résulte du découpage parcellaire colonial. Elle a été réalisée dans une logique de continuité de la coulée verte depuis le point haut du boulevard Khemisti. Cela, après la construction de la Grande Poste.



Figure 55: La partie supérieure de la place.
 Source : Auteur, le 14/11/ 2018.



Figure 56: La partie inférieure de la place.
 Source : Auteur, le 14/11/ 2018.

Les bâtiments qui l'entourent font sa particularité par leur caractère néoclassique. Leurs rez-de-chaussée sont tous destinés aux activités commerciales ou administratives.



Figure 57: La paroi Ouest de la place dont le RDC est destiné aux commerces.

Source : Auteur, le 14/11/ 2018.



Figure 58: La paroi Est de la place dont le RDC est destiné aux commerces.

Source : Auteur, le 14/11/ 2018.

Elle constitue un véritable espace de repos, de rencontre et de détente grâce à la présence des bancs et à la vue qu'elle offre sur la mer. Elle est décorée de végétation associée à la présence de l'eau « une fontaine » ce qui apporte de la fraîcheur à la place et participe en sa décoration.



Figure 59: Aménagement de la place avec des bancs permettant aux usagers de s'asseoir et y rester.

Source : Auteur, le 14/11/ 2018.



Figure 60: Association « végétation / eau place » offrant la fraîcheur pour la place.

Source : Auteur, le 14/11/ 2018.

La place de la Grande Poste accueille différents événements tels que les concerts, les spectacles, les expositions, des projections... Nous citons, le festival panafricain qu'elle a accueilli en 2009, le spectacle de musique organisé par l'association « Barkana Mel 3onf » qui lutte contre la violence faite aux femmes en 2014 ainsi qu'un autre spectacle en 2016 qui a été animé par des jeunes artistes algérois. Ceci a permis d'attirer un nombre très important de personnes. « *La place et grâce aux différents événements qu'elle accueille, elle assure des revenus importants pour la mairie d'Alger centre* » affirme Mr. Acef (directeur de rénovation et d'aménagement urbain au sein de l'APC d'Alger-Centre, entretien 2018).



Figure 61: Le festival panafricain 2009.

Source : <http://m.algerie360.com>

Consulté le 16/11/2018.



Figure 62: Le spectacle de musique organisé par l'association « Barkana Mel 3onf » en 2014.

Source : <https://www.algerie-focus.com>

Consulté le 16/11/2018.

Elle Constitue un espace de jeux et de pratiques commerciales telles que la vente des livres, présence d'un kiosque qui vend les journaux, bonbons... ces pratiques permettent d'attirer les gens qui viennent pour acheter ou même jeter un petit coup d'œil.



Figure 63: Présence des petits commerces dans la place.

Source : Auteur, le 14/11/ 2018.



Figure 64: Profiter du flux de la place et mettre en place un panneau publicitaire.

Source : Auteur, le 14/11/ 2018.

D. Profil des personnes fréquentant la place de la Grande Poste

La place de la Grande Poste constitue un amphithéâtre où se déroulent différentes activités culturelles qui attirent les jeunes artistes algérois qui viennent pour faire le show. Ceci a permis d'attirer à côté des avantages qu'elle présente un flux de personnes très important et qui est composé des habitants de la ville, des touristes et les commerçants qui viennent installer leurs petites tables dans le but de vendre un ou deux livres pour les usagers de la place.

Récapitulatif

L'analyse de la place de la Grande Poste nous a permis de faire sortir les paramètres qui ont fait que cette place est attractive, de ce fait nous citons :

- ✓ Son emplacement à la convergence des grands axes commerçants ainsi que la vue panoramique qu'elle offre sur la baie d'Alger.

- ✓ Sa valeur historique par sa position à côté d'un monument historique qui est la grande poste d'Alger ainsi que ses parois qui reflètent le vrai décor néoclassique animées par les activités commerciales à leurs rez-de-chaussée.
- ✓ La taille de la place qui offre plus d'espaces d'assise à côté de son aménagement avec des bancs publics.
- ✓ La qualité de son aménagement qui présente différentes composantes : végétale, minérale...
- ✓ Les activités qui se pratiquent au sein de la place à savoir les petites commerces (la vente des livres...), les différents événements et spectacles... qui font qu'elle devient un espace animé et attractif.

II.2.1.2.2 La place 1^{er} novembre ou place Gueydon à Bejaia

A. Présentation et justification du choix

Bejaia est l'une des plus grandes villes de l'Algérie. Par sa façade maritime de plus de 100 kilomètres et son patrimoine archéologique de la ville antique, elle reçoit chaque année des millions de touristes et de vacanciers.

Pour ces deux aspects touristique et historique qui font la richesse de cette ville, nous avons choisis la place 1^{er} novembre connue sous le nom 'place Gueydon' qui est le nom du premier gouverneur général français de l'Algérie qui s'appelait Henri de Gueydon.

La place Gueydon est l'une des plus belles réalisations qui existent depuis le 17^{ème} siècle car elle allie les deux potentialités de la ville. D'une part, par son emplacement dans **un tissu colonial offrant grâce aux bâtiments qui l'entourent une qualité architecturale** et d'autre part par la vue panoramique qu'elle offre sur la baie de Bejaia.

La place est considérée comme **un point de repère** et un moment fort qui **symbolise l'identité** de la ville de Béjaia surtout qu'elle **surmonte le vieux port marchand**. C'est **un espace multifonctionnel** très fréquenté par les habitants et par les touristes qui viennent pour admirer la beauté de cette ville.

B. Situation

La place Gueydon est la place la plus importante de la ville de Bejaia. Elle se situe dans le côté Sud de la ville authentique, dans la ville intra-muros, surplombant le vieux port marchand. Son emplacement pas loin de la gare ferroviaire et du port, l'a rendu plus accessible par les voyageurs mais aussi par les marchands qui transportent leurs marchandises par ces deux moyens de transport. Cependant, la place est loin de la gare routière dont nous devons passer par le boulevard Soummam puis le boulevard Amirouche pour y arriver.

Pour se rendre à la place, l'accès se fait seulement par le côté haut de la ville, à travers :

- La rue Idjraoui à l'Est à partir du boulevard Amirouche.
- La rue Bouchebbah Youcef à l'Ouest.



Figure 65: Situation de la place Gueydon sur la Bai de Bejaia.

Source : Google Maps, 2018.

Traitement : Auteur, 2018.



Figure 66: Situation de la place Gueydon pas loin du port, de la gare ferroviaire et de la Casbah.

Source : Google Earth, 2018.

Traitement : Auteur, 2018.

C. Aménagement et fonction

La place est d'une forme trapézoïdale dont la superficie est d'environ 2000 m² avec une proportionnalité entre sa largeur et la hauteur des constructions qu'ils l'entourent.

Les anciens bâtiments qui la bordent, offrent une richesse architecturale contenant une variété d'activités, administrative, commerciale et de détente.



Figure 67: L'immeuble de la banque construit en 1920.

Source : <https://bejaia-bejaia.skyrock.com>

Consulté le 20/10/2018.



Figure 68: L'immeuble de l'hôtel contenant un café.

Source : <https://bejaia-bejaia.skyrock.com>

Consulté le 20/10/2018.

Grace à son aménagement par une série d'arbres offrant un microclimat et par des bancs publics, les usagers pourraient se reposer dans une ambiance de fraîcheur et d'ombre agréable. La nuit, la place est équipée de plusieurs lampadaires donnant la possibilité à un usage et animation nocturne.

La place Gueydon constitue un espace d'échange, de repos et de détente. Par les différentes activités commerciales qu'elle dispose : les restaurants, cafés, musée, cinémas, hôtels et même de service : banques, poste... et par la proximité du port et de la gare ferroviaire, la place

constitue un espace de rendez-vous pour les entrepreneurs, investisseurs et même les négociants qui viennent pour discuter leurs affaires économiques.



Figure 69: La place servant d'un espace café.

Source : <http://lnr-dz.com>

Consulté le 20/10/2018.



Figure 70: La place comme espace de repos et de détente.

Source : <https://hiveminer.com>

Consulté le 20/10/2018.

Par son grand balcon, elle constitue un point de rencontre pour tous les visiteurs qui veulent profiter de la vue sublime sur toute la ville. Elle constitue aussi l'endroit où sont fêtés tous les grands moments comme par exemple les victoires des clubs favoris des habitants.

D. Profil des personnes fréquentant la place Gueydon

La place Gueydon est à la fois un espace de rendez-vous populaire, un espace de détente mais aussi une haute aire de grands négociants. Elle accueille différentes catégories d'usagers dont nous citons : les habitants de la ville, les touristes qui viennent profiter de la beauté de la place et celle de la ville, les usagers quotidiens qui sont les commerçants et les clients ainsi que les hommes d'affaires qui se donnent rendez-vous dans la place pour régler leurs compromis.

Récapitulatif

L'étude de la place Gueydon nous a permis de comprendre et connaître les facteurs favorables qui ont participé à l'attractivité de cette place et que nous pouvons énumérer comme suit :

- ✓ Sa situation stratégique dans l'ancien tissu de ville de Bejaia.
- ✓ Les différentes composantes que la place possède et qui offrent une multitude d'activités permettant d'attirer un maximum de flux.
- ✓ La richesse de ses parois, l'harmonisation des aménagements, sa valeur historique, la lumière et les ambiances qu'elle possède la met en valeur et permet de capter le flux touristique.

II.2.2 Identification des critères d'attractivité économique des places publiques

A travers notre analyse des exemples de différentes places à l'échelle internationale (à Bruxelles, Paris et à Barcelone) et nationale (cas d'Alger-centre et Bejaia), nous avons pu tirer les critères de l'attractivité économique les plus importants et les classés selon différents aspects (social, spatial, gestion). Ceci est présenté dans le tableau ci-dessous :

<i>ASPECT</i>	<i>CRITERES</i>	<i>APPORT</i>
Spatial	Accessibilité	La place publique doit être accessible pour faciliter aux usagers de s'y rendre mais aussi pour assurer la liaison entre la place et les autres espaces qui l'entourent. Ceci va permettre de renforcer sa fonction comme étant un espace de sociabilité.
	Situation sur des axes commerciaux	Les activités commerciales autour d'une place publique permettent de capter un flux très important. Ce dernier participe à rendre la place plus attractive.
	Forme de la place et Dimensions	Une place offrant une surface régulière avec une délimitation bien marquée par les bâtiments qui l'entourent, constitue un espace plus visible par l'observateur et donc plus attractif.
Social	Sécurité et entretien	Un aménagement manquant de qualité, un revêtement de sol abîmé, des espaces verts et façades négligés ou même des lumières hors services... n'incitent jamais les gens à se rendre dans la place. L'entretien est très important car il permet d'attirer des personnes qui peuvent rester pour longtemps dans la place en se sentant à l'aise et en sécurité. Ceci constitue l'une des activités de séjour particulièrement importante dans la place publique.
	Accueil des événements	La place constitue aussi l'assise des différentes animations et manifestations qui s'y déroulent durant toute l'année. Ces événements en plein air font d'elle un moyen du marketing urbain dans la ville.
Gestion	Harmonisation des aménagements et Confort	L'utilisation du mobilier en harmonie (bancs et équipements utilitaires) avec les éléments de la nature comme la verdure (arbres, fleurs, etc.) et l'eau (fontaine, bassin, etc.) offre ce sentiment de bien-être ce qui attire plus les gens.
	Harmonisation avec les façades qui l'entourent	L'aspect des façades et l'aménagement de la place doivent être pensés en continuité pour qu'il y ait une bonne lisibilité de l'espace. Ceci permet à la place d'attirer plus de gens.

	Histoire de la place	La diversité historique d'une place publique lui donne un grand potentiel touristique. Cette particularité offre à l'espace une identité qui lui est propre.
--	----------------------	---

Tableau 2: Tableau récapitulatif des critères d'attractivité économique. Source : Auteur, 2018.

Synthèse du chapitre 02

Ces exemples nous ont montré l'importance des activités qui se déroulent au sein des places publiques. L'attractivité assurée par les édifices marquants avec leur caractère architectural, leurs activités administratives, commerciales et mêmes politiques est renforcée par les différents événements de spectacles et autres permettant d'animer d'avantage l'espace.

La conception d'un tel espace attractif et animé passe par un processus de gestion et de management porté sur la participation de différents acteurs ayant la capacité de mettre en place un aménagement adéquat qui répond aux aspirations des usagers. Différents acteurs y participent dont le domaine économique qui de nos jours a pris une grande place en ce qui concerne la réflexion sur l'aménagement des places publiques traduite par une nouvelle démarche : le « placemaking ».

Ce dernier renvoie au bon aménagement (ou réaménagement) de la place publique qui permet de faire battre à nouveau le cœur de la ville. Cette nouvelle vie n'est atteinte sauf si tous les moyens techniques sont mis en place pour répondre aux besoins des usagers. Ceci est matérialisé généralement par l'intégration des éléments naturels tels que la végétation et l'eau, et artificiels comme le mobilier et les autres dispositifs qui dépendent des besoins et des caractéristiques de la place.

De ce fait, nous constatons qu'une place publique bien aménagée, bien gérée et qui répond aux attentes de ses usagers pourrait contribuer de façon directe à améliorer l'attractivité économique de la ville où elle se trouve.

Chapitre 03

Présentation des méthodes et Proposition d'un outil d'évaluation des données

Introduction

Pour mieux comprendre et cerner les critères d'attractivité économique des places publiques, des méthodes d'investigation sur site s'imposent. Ces méthodes nous permettront d'élaborer des outils d'évaluation de l'attractivité économique de notre cas d'étude qui est un objectif de notre recherche, à travers la recherche des critères contextualisés.

Pour cela, ce chapitre sera la partie explicative de ces méthodes d'investigation. Ces dernières s'appuient sur des enquêtes sur site élaborées par un entretien et un questionnaire que nous allons définir, expliquer et présenter pour ensuite mettre en place deux canevas qui vont être destinés aux différents acteurs contribuant à l'attractivité économiques de la place Èmir Abdelkader (le premier canevas sera destiné aux acteurs professionnels tandis que le deuxième sera pour les habitants, visiteurs, commerçants, etc.). Ces canevas permettront la collecte des données nécessaires qui vont être traitées par la suite dans la partie empirique afin d'aboutir à des résultats qui répondent à nos problématiques et les comparer aux critères retenus dans la partie d'analyse des exemples.

II.3.1 Les outils d'évaluation

II.3.1.1 Méthode d'évaluation de l'attractivité

Pour l'évaluation de l'attractivité, le moyen le plus communément utilisé est les enquêtes d'opinions auprès des acteurs utilisant la ressource territoriale (investisseurs, ménages, entreprises, etc.). Ainsi, il peut leur être demandé, de classer un ensemble de critères et de donner un classement relatif des différents territoires d'accueil potentiel par rapport à ces critères. (Mengue-Oyono, 2015)

II.3.1.2 La diversité des outils d'évaluation à travers cinq exemples types

Les cinq exemples ci-dessous donnent un aperçu de différents types d'outils, tant au niveau de la forme, des résultats qu'ils produisent ou encore des moyens à mettre en œuvre, du plus simple au plus complexe (Knoepfel et Münster, 2004).

- **TYPE 01** : Grille de lecture pour l'analyse des projets sous forme de questions ouvertes.

Elle constitue une liste de questions générales ouvertes permettant à tout un chacun de réfléchir le projet sur différents plans : économique, social, environnemental...

Les réponses sont données sous forme d'un texte succinct, et permettent de se rendre compte des points positifs et négatifs du projet.

Pour plus de fiabilité, les réponses devraient être rédigées par des personnes connaissant déjà le projet.

- ⇒ **Les risques de cet outil** : Des personnes peu expérimentées pourraient oublier certains aspects.

- ⇒ **Les points forts de cet outil** : Outil très simple, compréhensible par tous, demandant peu de temps.
- **TYPE 02** : Outil d'analyse de projets en termes d'impacts positifs ou négatifs.

Il constitue une liste de questions fermées abordant différents aspects : gouvernemental, économique, environnemental et social.

La réponse à chaque question se fait dans des cases à cocher, interprétées comme un impact positif, négatif, ou autre. Le résultat en est une liste d'impacts sous forme d'affirmations, et un aperçu graphique.

L'outil ne permet pas de nuances, mais force à une présentation transparente des résultats.

- ⇒ **Les risques de cet outil** : La liste des impacts présentée de façon péremptoire, doit être bien comprise et ne doit pas être utilisée à mauvais escient.
- ⇒ **Les points forts de cet outil** : L'outil permet de faire un état des lieux rapide et global du projet, et de passer en revue toute une série d'impacts en sortant d'une approche sectorielle ; il permet de détecter les éléments négatifs à améliorer et les éléments positifs à valoriser.
- **TYPE 03** : Outil Excel d'appréciation qualitative de projets en termes de forces et faiblesses par thématique.

Série d'objectifs à évaluer de façon semi-quantitative (sur une échelle de -2 à +2) à l'aide d'indicateurs proposés.

Les résultats sont présentés d'une part sous forme de barres permettant de visualiser les effets positifs et négatifs du projet, et d'autre part sont moyennés sous forme de score par thématique, par dimension et par projet.

- ⇒ **Les risques de cet outil** : Difficulté à se sentir capable d'apprécier de façon juste chaque objectif. La signification des scores ne doit pas être mal interprétée.
- ⇒ **Les points forts de cet outil** : Outil simple et rapide ; il permet de comparer des variantes, et donne une bonne vue d'ensemble des points forts et des points faibles des projets.
- **TYPE 04** : Procédure détaillée d'analyse de projet.

C'est une procédure d'analyse de projet complète aboutissant à un rapport. Analyse de la pertinence, comparaison des variantes, pesée des intérêts, communication (rapport, communiqués). Elle constitue une démarche itérative, menée par le département concerné par le projet.

- ⇒ **Les risques de cet outil** : La démarche peut prendre une ampleur trop grande ; la différenciation des impacts à long et à court termes peut entraîner des formulations prônant aux malentendus.

⇒ **Les points forts de cet outil** : Transparence ; réduction de la complexité du sujet ; adapté à la prise de décision ; comparaison d'alternatives.

- **Type 05** : Outil informatisé d'analyse du retour sur investissement à travers des scénarios à long terme.

Il s'agit d'une monétarisation du retour sur investissement. Ceci, pour différents scénarios ; prévisions à long terme.

Un programme informatique permet de modéliser l'évolution d'un nombre important de paramètres à travers des courbes de retour sur investissement pour différents scénarios. Les paramètres sont définis ensemble avec les meneurs de projets et les décideurs.

⇒ **Les risques de cet outil** : Difficulté à obtenir et à monétariser tous les paramètres.

⇒ **Les points forts de cet outil** : Concrétisation des discussions politiques ; comparaison de variantes ; visualisation de la différence entre court et long termes.

II.3.1.3 Comment choisir son outil d'évaluation ?

Selon Knoepfel et Münster (2004), les trois questions suivantes permettent de définir quel est le type d'outil qui conviendra le mieux, en tenant compte du contexte et des besoins spécifiques :

A- Quelle est la finalité de l'évaluation ?

La structure des outils d'évaluation est fortement influencée par leurs finalités, et tous les outils ne peuvent pas servir à toutes les finalités. Un outil permettant de détecter des points forts et des points faibles ne sera pas forcément adéquat pour comparer des variantes. Les différentes finalités sont également liées à des types de destinataires différents : si l'aide à la décision s'adresse aux décideurs, l'amélioration de projet concernera en premier lieu les meneurs de projet. Il s'agit donc de bien clarifier ce que l'on veut faire des résultats avant de faire le choix d'un outil.

B- Qui fera l'évaluation ?

On définira les évaluateurs en fonction de la finalité de l'évaluation, des ressources et des personnes à disposition. Dans la mesure du possible, il faut faire l'évaluation en équipe et la faire vérifier par des personnes externes. Chaque option a ses avantages et inconvénients.

C- Quelles sont les ressources à disposition ?

Un outil doit toujours être choisi en fonction des moyens financiers, des ressources humaines (temps), ainsi que des compétences internes et des moyens techniques à disposition. Il ne sert à rien de choisir un outil trop compliqué si, faute de moyens, on ne peut l'utiliser régulièrement.

L'étude des différents outils d'évaluation nous a permis de comprendre quels outils utiliser pour pouvoir collecter les données nécessaires afin d'arriver aux résultats et objectifs attendus. De ce fait et par la simplicité de leur application et de leur compréhension, ainsi qu'à la

définition et disponibilité des acteurs qu'il est nécessaire d'interroger ; nous avons choisi l'outil 01 et l'outil 02 caractérisés par une série de questions ouvertes et fermées. Ceci, va être mis en œuvre à l'aide de deux méthodes à savoir l'entretien et le questionnaire.

II.3.2 Présentation et explication de la méthode de l'entretien

II.3.2.1 Qu'est-ce qu'un entretien ?

L'entretien est une méthode de recherche et d'investigation dite qualitative. Par le biais de cette méthode, l'enquêteur cherche à obtenir des informations sur les attitudes, les comportements, les représentations d'un ou de plusieurs individus dans la société. A propos de cette méthode Quivy et Van Campenhoudt (2011), signalent qu'elle permet *« l'analyse du sens que les acteurs donnent à leurs pratiques et aux événements auxquels ils sont confrontés : leurs systèmes de valeurs, leurs repères normatifs, leurs interprétations de situations conflictuelles ou non, leurs lectures de leurs propres expériences »*.

Les questions de l'entretien se préparent avant sa mise en place. En effet, avant d'aller sur le terrain, le chercheur élabore une série de questions qui va lui servir de guide tout au long de l'entretien. La préparation de l'entretien implique également la sélection des personnes à interroger. Le chercheur va interviewer uniquement les personnes qui ont probablement des informations sur son objet de recherche. A ce propos, Anger indique que *« le chercheur interroge telle personne parce que cette personne possède telle caractéristique, parce qu'elle appartient à telle couche sociale, parce qu'elle a connue tel type d'expérience »* (1997).

II.3.2.2 Les types d'entretien

Il existe trois types d'entretien. En général, c'est la thématique de recherche qui détermine le type d'entretien que le chercheur peut utiliser.

- **L'entretien non-directif**

Dans ce type d'entretien, l'enquêté annonce le thème de l'entretien sans poser de questions directes. Il donne à l'enquêté la liberté d'organiser son discours comme il le souhaite. Le rôle de l'enquêteur dans ce cas n'est pas d'encourager l'informateur à parler. Au contraire, il doit adopter une position neutre. Et il doit apparaître comme une personne capable d'écouter et d'accepter les propos des informateurs. L'enquêteur peut intervenir mais uniquement pour manifester son accord à travers des termes comme (oui, je vois, je suis d'accord, ensuite).

L'avantage de ce type d'entretien est qu'il est accessible à plusieurs personnes car il ne nécessite pas de compétences particulières. Cependant, il a l'inconvénient de ne pas délimiter le sujet précis sur lequel l'informateur va parler. De ce fait, l'informateur aborde le thème de l'enquête de façon générale (Blanchet et Gotman, 2010).

- **L'entretien directif**

Ce type d'entretien se rapproche de la méthode du questionnaire. En effet, avant d'aller sur le terrain, le chercheur établit une série de questions précises qu'il va poser aux interviewés. Dans un souci de comparer scientifiquement les données, le chercheur va poser les mêmes questions à tous les interviewés. Certes, ce type d'entretien est sécurisant pour le chercheur. Ce dernier arrive avec une série de questions préétablies. Mais, il ne laisse qu'un petit large de manœuvre à l'enquêté. A cause des limites que lui pose l'enquêteur, l'enquêté n'aura pas une grande liberté pour s'exprimer (Blanchet et Gotman, 2010).

- **L'entretien semi-directif**

Ce troisième type d'entretien se situe entre l'entretien directif et non directif. Il se caractérise par le fait qu'il laisse à l'interviewer un espace assez large pour donner son point de vue. L'enquêteur pose des questions et laisse l'enquêté répondre en toute liberté. Le rôle de l'enquêteur dans ce type d'entretien est d'encourager l'interviewé à parler et donner d'avantage des informations sur la thématique de sa recherche. Les questions posées dans ce type d'entretien sont relativement ouvertes. L'enquêteur doit les recentrer afin de ne pas perdre de vue l'objectif qu'il s'est fixé (Blanchet et Gotman, 2010).

II.3.3 Présentation et explication de la méthode du questionnaire

II.3.3.1 Qu'est-ce qu'un questionnaire ?

Le questionnaire est l'une des trois grandes méthodes pour recueil des données. C'est une méthode de récolte des informations en vue de comprendre et d'expliquer les faits. Les deux autres méthodes les plus couramment utilisées étant l'entretien et l'observation. Si l'entretien et l'observation sont des méthodes individuelles et collectives, le questionnaire est une méthode qui est uniquement collective. C'est une méthode quantitative qui s'applique à un ensemble (échantillon) qui doit permettre des inférences statistiques (Vilatte, 2007). Aussi, elle est souvent appliquée dans les sciences sociales.

II.3.3.2 Différentes formes de questions que peut avoir un questionnaire

Le questionnaire peut comprendre deux types de questions :

- **Les questions fermées**

Une question fermée est une question dont la formulation contient les modalités de réponse attendues entre lesquelles le répondant doit impérativement choisir sa réponse à l'exclusion de toute autre possibilité. Il existe différents types de questions fermées :

- A réponses multiples ou à choix multiples : Permet de choisir parmi plusieurs possibilités, le nombre de choix peut être limité ou non.

- A réponse unique : Oblige le répondant à choisir une seule réponse parmi les différentes modalités qui lui sont proposées.
- A échelle : Permet d'évaluer et de sonder le niveau d'acceptation rapport à une proposition qui lui est faite.
- Ordonnée : Permet de classer différentes propositions dans l'ordre des préférences.
- Avec notation : Permet de s'exprimer librement en notant sur cinq ou sur dix.

- **Les questions ouvertes**

Une question ouverte est une question dont la formulation laisse au répondant toute latitude pour construire librement sa réponse et la donner avec ses propres mots.

II.3.3.3 Les objectifs du questionnaire

Selon Vilatte (2007), les objectifs d'un questionnaire sont les suivants :

- **L'estimation** : il s'agit d'une collecte de données, d'une énumération de ces données. C'est la démarche la plus élémentaire dans le questionnaire. On ne cherche pas à comprendre les données, on cherche à les mettre à plat.
- **Description** : il s'agit de retirer des informations qui décrivent les phénomènes subjectifs qui sous-tendent les phénomènes objectifs et d'expliquer ainsi les phénomènes objectifs, comme les motivations, les représentations et les opinions.
- **La vérification d'une hypothèse** : il s'agit ici d'une démarche déductive, le questionnaire devient un outil pour confirmer ou infirmer une hypothèse.

II.3.3.4 Comment établir un questionnaire ?

La valeur d'un questionnaire dépend des objectifs sous-jacents à l'étude. Pour cela, il est nécessaire de :

- **Définir l'objet de l'enquête** : Sur quoi porte l'enquête, ainsi que les moyens matériels.
- **Les objectifs et les hypothèses de l'enquête** : Qu'est-ce que l'on cherche à mettre en évidence, qu'est-ce que l'on veut vérifier ? La définition des objectifs est impossible sans définition des hypothèses générales de l'enquête.
- **Déterminer la population d'enquête ou l'univers de l'enquête** : On appelle l'univers de l'enquête l'ensemble du groupe humain concerné par les objectifs de l'enquête.
- **Terminer l'échantillon** : C'est-à-dire combien d'individus seront retenus par rapport à l'univers.
- **Le projet du questionnaire** : Il s'agit de poser les questions principales par rapport à l'objet de l'enquête. Une fois le projet clairement établi, le plus gros de l'élaboration du questionnaire est fait.
- **Le prétest** : Il s'agit d'une phase fondamentale, souvent négligée, qui consiste à mettre à l'épreuve le questionnaire par rapport à quelques individus, autrement dit à le tester.
- **La rédaction définitive du questionnaire.**

- **Le dépouillement et le codage des résultats** et L'analyse des résultats en relation avec les objectifs de l'enquête.

II.3.4 Le tableau de bord

II.3.4.1 Qu'est-ce qu'un tableau de bord ?

Le tableau de bord (dashboard) a pour fonction **de permettre la visualisation, le suivi et l'exploitation facile de données pertinentes** sous forme de chiffres, ratios et de graphiques. Ces indicateurs sont reliés à des objectifs dans le but de prendre des décisions. (Selmer, 2015)

Exemple : Le tableau de bord d'une voiture illustre parfaitement de quoi il s'agit. Dans votre véhicule, vous visualisez les métriques principales : compteur de vitesse, jauge d'essence, alerte de manque d'eau... Les informations essentielles et importantes pour conduire (piloter) votre véhicule.

II.3.4.2 Les différents types de tableaux de bord

La finalité principale d'un tableau de bord est de piloter une activité, c'est-à-dire prendre des décisions pour agir à partir de résultats constatés. Il peut toutefois également être utilisé pour analyser une situation : comprendre les raisons d'un échec (ou même d'un succès), anticiper des menaces, etc. (Selmer, 2015). Ce qui donne 3 finalités :

- **Le pilotage opérationnel** : il assure le suivi de l'exécution de tâches au niveau des opérations et de la mise en œuvre d'un plan d'actions, exemple : nombre de nouveaux clients pour les vendeurs, taux de rupture de stock pour le service approvisionnement, taux de décroché pour un call-center, gestion de projet, tableau de bord de gestion pour le suivi budgétaire, gestion des risques, etc. Il constitue un outil d'aide à la décision, il est aisé de mettre en œuvre des actions correctives appropriées si la situation l'exige.
- **Le pilotage stratégique** : il donne une vision globale des activités au comité de direction (progression du chiffre d'affaires, évolution de la rentabilité...) et aux parties prenantes. Il facilite la prise de décision.
- **L'analyse de données** : cette utilisation est moins conventionnelle que les autres. Son objectif n'est pas de délivrer de l'information synthétique et opérationnelle, mais au contraire donner de la matière pour la compréhension des chiffres. Une des applications est l'amélioration continue des processus. Nous sommes dans la recherche de causes.

II.3.4.3 Comment construire un "bon" tableau de bord ?

Selon Selmer (2015), il n'est pas question de produire des outils pour rien. Vous pouvez crier victoire si le fruit de votre travail est réellement utilisé par ses destinataires, que ce soit vous ou vos collaborateurs. Mettre en place un tableau de bord accepté et compris est forcément simple et pertinent. Ce qui signifie :

- A. **La participation des futurs utilisateurs à la conception du tableau et la sélection des indicateurs.** Pour qu'il soit accepté, il est important de les impliquer dès la création. Les risques de faire fausse route (mauvais choix, trop d'informations, etc.) sont fortement réduits. De plus, en étant acteur dans l'élaboration des outils, l'appropriation des utilisateurs est naturelle. Encore, il faut réellement les impliquer et non imposer vos propres idées à chaque étape.
- B. **Un nombre limité de mesures pour se focaliser sur l'essentiel.** Surtout ne pas surcharger vos tableaux au risque de les rendre illisibles. Certains disent que l'ensemble des mesures doit tenir sur une seule page.
- C. **Des résultats incontestables,** avec une définition transparente, simple et compréhensible, sans contestation possible, un périmètre défini, concret...
- D. **Des indicateurs permettant l'action,** un niveau de détail suffisamment précis pour agir.
- E. **Des sources de données accessibles,** pour le calcul des mesures.
- F. **Un modèle de tableau de bord clair, convivial,** motivant pour l'exploiter au maximum.

II.3.4.4 La structure du tableau de bord

La mise en page et l'organisation des informations au sein du tableau de bord passe par une structuration simple, cohérente et efficace. Plusieurs options sont possibles pour présenter les informations :

II.3.4.5 Par groupe d'indicateurs

Assembler les indicateurs en créant des sections.

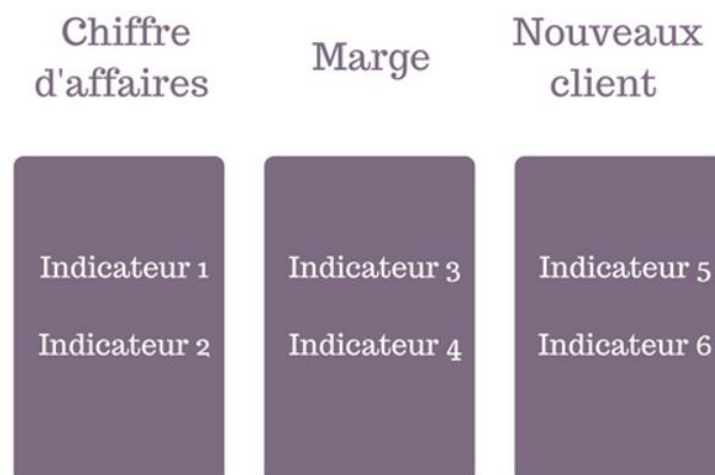


Figure 71 : Exemple d'un tableau de bord organisé selon les sections d'indicateurs.

Source : www.manager-go.com Consulté le 15/02/2019.

II.3.4.6 Par niveau de détail

Du plus synthétique au plus détaillé. Une représentation hiérarchique entre les indicateurs.



Figure 72 : Exemple d'un tableau de bord dont les indicateurs sont classés de façon hiérarchique.

Source : www.manager-go.com Consulté le 15/02/2019.

II.3.4.7 Par lien de causalité

En reliant l'ensemble des indicateurs qui ont un effet l'un sur l'autre.

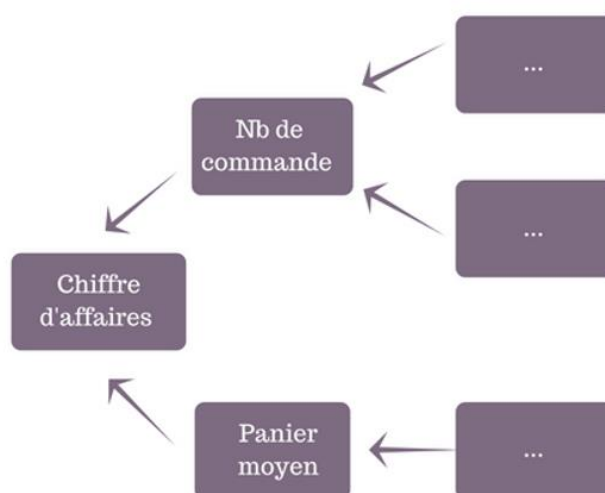


Figure 73 : Exemple d'un tableau de bord organisé en fonction de la relation entre les différents indicateurs.

Source : www.manager-go.com Consulté le 15/02/2019.

II.3.5 Proposition d'un outil de collecte et d'évaluation des données relatives à l'attractivité économique de la place Émir Abdelkader (le cas d'étude)

Pour avoir des réponses à nos problématiques préalablement établies et afin de confirmer ou infirmer les hypothèses mises en place, nous devrions rentrer en contact direct avec toutes les personnes ayant un apport sur l'attractivité économique de la place Émir Abdelkader et qui sont donc les acteurs définis dans les chapitres précédents (professionnels et autres).

Pour cela et dans un premier temps, nous avons établi un entretien directif contenant un ensemble de questions préalablement définies mais en laissant une marge de discussion sur notre thème avec les personnes interrogées à savoir les acteurs professionnels. Leurs réponses renforceront les résultats qui vont être collectés de l'application du questionnaire.

Dans un second temps, nous avons établi un questionnaire qui va être l'outil qui par lequel nous allons vérifier la validité des critères préalablement identifiés dans l'étude des exemples et surtout celle des hypothèses proposées.

Le questionnaire comprend trois volets principaux :

- 1- Le premier consiste en l'identification de la personne ce qui permet de déterminer à travers les données la variété ou non des personnes fréquentées dans la place selon différentes catégories (sexe, âge, niveau d'étude, etc.).
- 2- Le deuxième, représente le volet d'usage et de fréquentation de la place afin de collecter les informations sur la manière et les pratiques en matière de fréquentation et d'occupation de la place. Ceci est élaboré par des questions fermées.
- 3- Le troisième et le dernier volet traite l'attractivité et l'aménagement de la place Émir Abdelkader dont l'objectif est de déterminer, selon les usagers de la place, les critères de l'attractivité et la relation entre l'attractivité économique et l'aménagement de la place. Ceci est élaboré par des questions ouvertes dont chaque acteur pourrait s'exprimer à sa façon.

Vers la fin et après le traitement et l'interprétation des résultats, nous allons aboutir à un tableau de bord stratégique organisé par des sections contenant les critères d'attractivité économique ainsi que les acteurs. Ceci, nous permettra de mettre en place un ensemble d'actions traduites par des orientations qui participeront à l'amélioration de l'attractivité économique de la place Émir Abdelkader.

Synthèse du chapitre 03

Différents outils peuvent être utilisés dans l'évaluation d'un projet voire d'une qualité dans une place publique. Pour notre recherche, la mise en place d'un outil simple et compréhensible est nécessaire car nous allons s'adresser à différents acteurs (différents âges et différents niveaux), et puisque les espaces publics sont essentiellement des espaces d'échanges sociaux, nous nous référons aux outils sociologiques. Pour cela, deux méthodes de collecte de données sont mises en place : l'entretien et le questionnaire.

L'entretien est un moment d'échange institué, destiné à obtenir des informations sur un thème précisément défini par l'enquêteur. Il constitue une méthode qui peut se présenter sous

trois différentes manières : entretien non-directif, entretien directif, entretien semi-directif et qui peut être complétée par une autre méthode comme par exemple le questionnaire.

Le questionnaire est un moyen de collecte de données et d'informations qui s'inscrit dans une démarche quantitative. Il peut prendre différentes formes dont deux types de questions peuvent être mises en place : Questions ouvertes et / ou fermées.

Dans notre cas, nous avons établi un exemplaire pour chaque méthode. Le premier prend allure d'un entretien directif et le deuxième (le questionnaire) contient des questions fermées, mais aussi ouvertes afin de laisser à la personne l'opportunité de s'exprimer librement. Ces outils vont être destinés aux différents acteurs contribuant à l'attractivité économique de la place Émir Abdelkader.

Après le traitement des données collectées, nous allons pouvoir élaborer un tableau de bord contenant les critères d'attractivité économique et permettant de définir les orientations qui participeront à l'attractivité économique de la place Émir Abdelkader.

Synthèse de la première partie

L'économie a atteint un niveau de mondialisation qui a impliqué une forte compétition entre les territoires se traduisant sur différentes échelles. Cette notion de compétitivité a toujours marqué le domaine de l'économie comme étant une concurrence destinée seulement aux entreprises, mais de nos jours, l'économie s'est développée jusqu'à en atteindre les environnements dans lesquels ces entreprises sont installées. Ce développement a pu atteindre les domaines d'aménagement des territoires et celui de l'urbain en premier lieu, puis en suite s'est progressé avec le temps et s'est focalisé à une échelle plus réduite qui est celle de la ville.

A cette échelle, un nouveau concept fortement lié à l'économie rentre en jeu, c'est celui de « l'attractivité » qui a émergé et brillé par la mise en avant de tous les spécialistes du domaine dont leur objectif majeur été d'améliorer la consommation qui a été soutenue par différents espaces urbains caractérisés par « l'offre ». Ces espaces renvoient aux loisirs et aux différentes activités commerciales capables d'attirer des flux importants des différentes catégories d'utilisateurs.

Nous avons pu comprendre que ces espaces de l'offre sont matérialisés par les espaces publics ayant un aspect de qualité, qui de par leurs différentes formes, occupent les premières préoccupations des villes. Parmi ces formes, nous avons mis l'accent sur les places publiques qui ont un caractère bien défini reflétant l'image et l'identité de la ville où elles se trouvent.

Par notre analyse, nous avons pu remarquer aussi que depuis l'antiquité, les pratiques économiques ont toujours pris une place dans l'animation des places publiques, commençant par les places des marchés. Nous arrivons aujourd'hui avec les développements modernes et contemporains aux transformations des espaces fermés monofonctionnels aux espaces urbains animés.

Les différents exemples étudiés ont bien montré et expliqué comment les différentes activités qu'elles soient commerciales, événementielles, de loisirs..., pratiquées dans les places ou à ses alentours, ont pu assurer l'attractivité au sein de ces espaces ouverts qui proposent un bon aménagement adapté répondant aux besoins des usagers « placemaking ».

Nous constatons donc que pour concevoir une place publique de qualité, plusieurs critères et paramètres devraient être mis en place. Tout d'abord, il faut que la place soit accessible pour que les gens puissent s'y rendre facilement. Il faut aussi qu'il y ait de la diversité des activités à offrir : jouer, se reposer, se restaurer, travailler, etc. A côté de ces activités qui semblent individuelles (se reposer...), un tel espace accueille également des pratiques d'ordre collectif comme par exemple les festivals, les événements, les marchés, etc.

Une harmonisation entre les différentes composantes de la place publique (façades, aménagement, etc.) s'impose, car cela rend l'espace plus lisible et donc attirant. Un aménagement de qualité, proportionnée et harmonieux avec la forme et les dimensions de la place, crée chez l'utilisateur un sentiment de confort et de sécurité qui le pousse à rester plus longtemps sur la place.

Pour confirmer la nécessité de la présence de tels paramètres dans la place publique et de les compléter par d'autres plus contextuels, nous avons élaboré un questionnaire adapté à notre situation (à notre cas d'étude) et qui est destiné aux différents acteurs qui rentrent en jeu. Ceci est fait dans le but d'avoir des informations et des résultats qui vont servir la partie qui suit (partie empirique). Ces données seront traitées et interprétées afin d'aboutir un résultat qui met en exergue l'objectif principal de notre recherche.

III. DEUXIEME PARTIE

ANALYSE ET EVALUATION DE L'ATTRACTIVITE ECONOMIQUE DE LA PLACE ÉMIR ABDELKADER

Introduction de la deuxième partie

Cette deuxième partie du mémoire va concerner de façon directe notre cas d'étude « la place Émir Abdelkader » en commençant par une analyse qui va nous permettre de faire sortir ses points forts et ses points faibles. Nous présenterons par la suite les résultats obtenus lors des enquêtes effectuées sur site, les interpréter afin d'aboutir au tableau de bord de l'attractivité économique de la place analysée. Puis enfin proposer des orientations appropriées. Pour cela, nous avons divisé cette partie en deux différents chapitres.

Le premier chapitre va aborder la place Émir Abdelkader. Dans un premier lieu, nous allons la situer dans son contexte et analyser ses points forts et faibles pour après entamer l'étude de ses composantes et son aménagement.

Ensuite nous allons présenter le projet de requalification et de réaménagement de la place proposé par le PDAU d'Alger. Ainsi que le nouvel aménagement proposé par la mairie d'Alger-Centre afin de voir si les aménagements de la place Émir Abdelkader tiennent compte des exigences de l'attractivité notamment sa vocation première à caractère économique.

Les résultats obtenus par l'application des méthodes d'investigation à savoir le questionnaire et l'entretien vont être présentés dans le deuxième chapitre. Nous allons, d'abord, organiser et classer dans des tableaux pour ensuite les présenter sous forme de graphes dans le but de faciliter leur lecture. Ensuite, nous allons les interpréter pour évaluer l'attractivité économique de la place Émir Abdelkader et comprendre les besoins de ses usagers et des autres acteurs économiques. Ceci permet de pour pouvoir réagir et de proposer des orientations répondants à leurs attentes et aspirations.

Les deux chapitres vont être clôturés avec une synthèse générale qui inclura les points les plus importants que nous avons vus dans cette partie.

Enfin, nous allons clôturer tout notre travail avec une conclusion générale où nous allons conclure et tirer les synthèses pertinentes concernant notre objet d'étude, nos objectifs que nous voulions atteindre mais surtout les limites et perspectives de notre outil.

Chapitre 04

La place Émir Abdelkader, un potentiel d'attractivité économique

Introduction

La place Émir Abdelkader est un repère et un symbole historique de la ville d'Alger. Elle constitue un lieu de vie quotidienne attirant différents acteurs. Elle est à la fois un espace de vie sociale grâce aux différentes activités qui l'entourent et dont la pratique commerciale prend la grande part car elle se situe sur une des rues les plus commerçantes de la capitale. Mais aussi, un potentiel architectural par les différentes façades remarquables qui la constituent. De ce fait, nous nous posons la question : la place Émir Abdelkader est-elle capable d'assurer une attractivité économique pour la ville d'Alger-Centre ?

Comme réponse à cette question et dans le cadre de la métropolisation d'Alger, le PDAU d'Alger avait mis en place un projet de réaménagement et de requalification de la place Émir Abdelkader dans le but de lui rendre sa valeur et son image. Quant à la mairie d'Alger-Centre, elle avait proposé un aménagement qu'elle a jugé satisfaisant les besoins et les aspirations des usagers et pourrait donc améliorer l'attractivité de la place Émir Abdelkader.

Pour mieux saisir et comparer les aménagements proposés, nous avons choisi dans ce premier chapitre de présenter notre cas d'étude qui est la « place Émir Abdelkader », et justifier son choix par rapport à sa situation, son histoire, sa forme, dimensions, etc. Nous définirons ses composantes et mettrons en avant les différents aspects qu'ils soient positifs ou négatifs et qui influent sur la qualité et la pratique de cet espace. Ensuite, nous allons présenter la proposition du PDAU et celle de la mairie d'Alger-Centre et les comprendre pour voir dans le deuxième chapitre si les propositions répondent à ce que les usagers souhaiteraient voir et avoir ou non.

III.1.1 La place Émir Abdelkader

III.1.1.1 Choix, présentation et analyse du cas de la place Émir Abdelkader

III.1.1.1.1 Justification du choix du cas d'étude

Par sa position sur l'une des plus grandes et importantes rues commerçantes d'Alger-Centre à savoir la rue Larbi Ben M'hidi. La place Émir Abdelkader constitue un moment fort et emblématique dans la composition de la ville.

Pour cela, le choix de la place Émir Abdelkader a été fait par rapport à un ensemble de paramètres qui renvoie à notre thématique première « l'attractivité économique » à savoir :

- ✓ Sa position sur un axe commerçant important.
- ✓ Une place accessible et ouverte au public.
- ✓ Une place centrale dans la capitale à proximité de la mairie, fréquentée et connue par tous les algériens.
- ✓ Son histoire qui fait d'elle un passage obligatoire pour les touristes et visiteurs du fait de la présence de la statue emblématique de l'Émir Abdelkader.
- ✓ L'importance accordée à cette place par les collectivités locales traduite par les projets de réaménagement et de requalification proposés par le PDAU d'Alger et la mairie d'Alger-Centre.

La place Émir Abdelkader accueille un flux très important grâce aux différentes activités qui se déroulent au sein des immeubles qui l'entourent (des activités commerciales : le Milk Bar..., activités administratives : APC¹², Centre National des Registres de Commerces... et culturelles : librairie du tiers monde...).

III.1.1.1.2 Présentation et analyse de la place Émir Abdelkader

A. Situation de la place

A l'intersection de la rue Larbi Ben M'hidi et celle du Colonel Haouas, la place Émir Abdelkader prend place avec sa grande statue représentative de l'Émir Abdelkader. Elle se situe au cœur de la ville prenant une position centrale dans le tissu orthogonal résultant du découpage colonial du modèle Haussmannien. Elle constitue un point stratégique qui lui a permis de devenir un point de repère au niveau d'Alger-Centre. Contrairement aux autres places publiques d'Alger (Place des martyres, square Port Said, etc.), la place Émir Abdelkader présente un caractère d'introversion qui la laisse non visible depuis la baie d'Alger.

La place est un véritable carrefour qui lui permet d'être accessible depuis les deux axes commerciaux qui mènent vers elle :

- La rue Colonel Haouas : Depuis le boulevard M. Ben Boulaid au Nord et la rue Abdelaziz Mouzaoui au Sud.
- La rue Larbi Ben M'hidi : Depuis la grande poste à l'Est et rue M. Ali Boumendjel à l'Ouest.

La place Émir Abdelkader est construite dans une logique de continuité du tissu urbain colonial constitué d'une succession de places publiques présentant des moments d'arrêt chaque 400 et/ou 600 mètres le long de la façade maritime Algéroise.



Figure 74: Situation de la place Émir Abdelkader par rapport à Alger-Centre.

Source : Google Maps, 2018.

Traitement : Auteur, 2018.

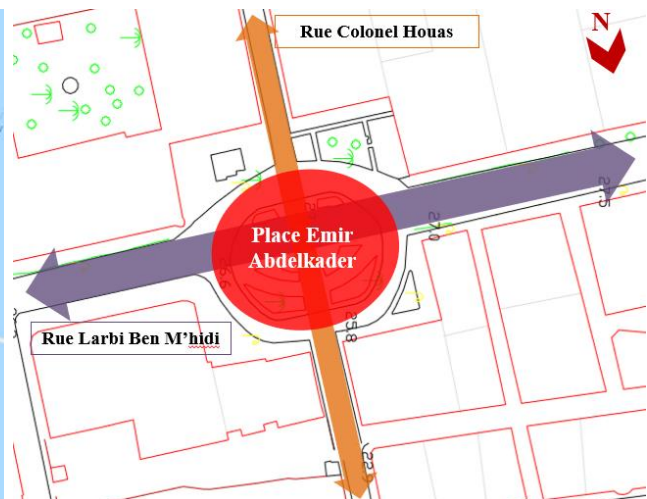


Figure 75: Situation de la place Émir Abdelkader à l'intersection des deux rues Ben M'hidi et Haouas.

Source : Carte Autocad remise par l'APC d'Alger-centre.

Traitement : Auteur, 2019.

¹² APC : Assemblée Populaire Communale.



Figure 76: Positionnement de la place Émir Abdelkader par rapport aux autres places d'Alger-Centre ainsi qu'à la baie d'Alger.

Source : Google Maps, 2018.

Traitement : Auteur, 2018.

La place Émir Abdelkader, ne se trouve pas loin de la rue Tanger (Ahmed Chaïb actuellement) connue pour son cachet commercial très important qui fait d'elle une rue très animée la journée mais qui manque de sécurité la nuit.

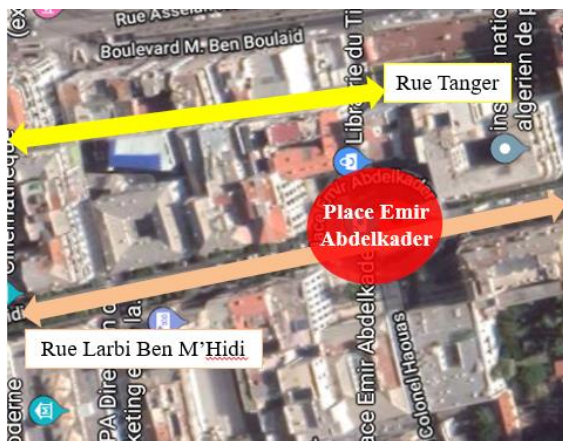


Figure 77: La place par rapport à la rue Tanger.

Source : Google Earth

Traitement : Auteur, 2019.



Figure 78: Vue sur la rue Tanger

Source : <https://meissonier-dz.skyrock.com>

Consulté le 01/05/2019.

B. Historique de La place de l'Émir Abdelkader

La place Émir Abdelkader a toujours été conçu comme étant un espace public. Avant la colonisation, la place jouait le rôle d'un marché ouvert, nommé « le Grand Marché Arabe », qui avait lieu chaque matin et où s'installent des commerçants qui viennent des environs et qui transportaient les oranges, les fruits frais et secs, du miel, des volailles, etc. Avec l'arrivée des Français, l'espace a pris allure d'une véritable place publique ornée d'une statue qui est celle de Bugeaud (Source : <http://algeroisementvotre.free.fr>).

En 1836, le général Bugeaud a été envoyé en Algérie pour faire face à la révolte de l'Émir Abdelkader contre le pouvoir français. A l'honneur de sa victoire à Isly (frontière Algéro-

Chapitre 04 : La place Émir Abdelkader, un potentiel d'attractivité économique.

marocaine) en 1844, il a été nommé maréchal de France et a reçu le titre de Duc d'Isly. Suite à cette victoire que les Français considéraient comme une victoire sur l'Émir Abdelkader, la rue de l'Aqueduc (Larbi Ben M'hidi actuellement) a pris le nom d'Isly. Elle constituait à cette époque une rue commerçante offrant une multitude d'établissements et de magasins ce qui a poussé à sa piétonisation à deux reprises mais malheureusement ça a voué à l'échec. Elle était une rue très animée et qui à son milieu s'élargissait pour former la Place d'Isly ou Place Bugeaud (place Émir Abdelkader actuellement). La place avait un caractère commercial mais aussi militaire, entourée par des rues portant les noms de différents gouverneurs français (Source : <http://algeroimentvotre.free.fr>).

En 1852, une statue du maréchal faite en bronze a été installée dans le centre de la place d'Isly pour commémorer sa victoire mais pour cette cause, le tramway a connu une déviation car la statue gênait sa circulation.



Figure 79: La place d'Isly en 1870.

Source : <http://algeroimentvotre.free.fr>
Consulté le 24/11/2018.



Figure 80: Place d'Isly en 1900.

Source : <https://picclick.fr>
Consulté le 24/11/2018.

En 1868, la place a été traversée par une rue dite Rue du Marché d'Isly qui liait différents équipements tels que : Le mont de piété (pour les prêts d'argent), le collège Franco-arabe qui par la suite a été remplacé par l'Hôtel du 19^e Corps d'armée. En face de la place (le Milk Bar actuellement), il y'a avait un magasin général des farines qui par la suite a été transformé en magasins du Bon Marché. Ainsi, s'est installée la Société des beaux-arts où des cours de dessin étaient ouverts et donnés gratuitement. Des artistes et amateurs venaient pour dessiner et exposer leurs peintures au public (Source : <http://algeroimentvotre.free.fr>).



Figure 80: Les magasins du Bon Marché.

Source : <http://algeroimentvotre.free.fr>
Consulté le 24/11/2018.



Figure 81: la place depuis le café d'à côté.

Source : <http://algeroimentvotre.free.fr>
Consulté le 24/11/2018.

En 1927, la statue fut déplacée sur le côté droit de la place afin de faciliter la circulation et ouvrir une perspective le long de la rue d'Isly.

Vers les années 1930, une fontaine lumineuse est installée en face la statue du Maréchal. L'immeuble du Bon marché avait connu une extension verticale en 1931 avec l'ajout de trois étages supplémentaires et qui désormais abrite le hall d'accueil de l'OFALAC. Dans la même année, il y'a eu un réaménagement de cet immeuble dont les rez-de-chaussée abritaient des restaurants (Source : <http://algeroisementvotre.free.fr>).



Figure 82: La place d'Isly en 1927.
Source : <http://algeroisementvotre.free.fr>
Consulté le 24/11/2018.



Figure 83: Vue sur la rue d'Isly 1929.
Source : <https://www.picclicking.com>
Consulté le 24/11/2018.



Figure 84: La place d'Isly en 1930.
Source : <https://www.ebay.fr>
Consulté le 24/11/2018.



Figure 85: L'extension des magasins Bon marché 1931.
Source : <http://algeroisementvotre.free.fr>
Consulté le 24/11/2018.

Avec le temps, certains immeubles d'habitation ont été convertis en bureaux et locaux commerciaux. Le quartier avait à la fois un caractère militaire par la présence de l'hôtel du 19^e Corps d'armée, un caractère artistique par la présence de la société des beaux-arts, les cinémas et les théâtres, le Casino musique-Hall où se faisaient des spectacles d'artistes... Enfin un caractère d'affaires par les différentes banques qui l'entouraient, les commerces par la présence des galeries constituées de grands magasins à la parisienne... et les différents établissements assurant des pratiques économiques (Source : <http://algeroisementvotre.free.fr>).



Figure 86: Les galeries de France.
Source : <http://algeroisementvotre.free.fr>
Consulté le 24/11/2018.



Figure 87: Le casino musique-Hall sur la rue d'Isly.
Source : <http://algeroisementvotre.free.fr>
Consulté le 24/11/2018.

L'Algérie a eu son indépendance. Le 05 juillet 1968 et au cœur de la place, la statue de l'Émir Abdelkader prend place et la place est appelée désormais « Place Émir Abdelkader ».

La statue postindépendance n'est pas celle de nos jours. La présente est bien plus grande et proportionnée que celle d'avant.



Figure 88: Place Émir Abdelkader en 1968.
Source : <https://www.vitamedz.com>
Consulté le 25/11/2018.



Figure 89: Place Émir Abdelkader actuellement, 2018.
Source : Auteur, le 14/11/2018.



Figure 90: La place Émir Abdelkader vue d'en haut.
Source : <https://twitter.com/radioalgerie> Consulté le 25/11/2018.

Après cet aperçu historique, nous remarquons que la place Émir Abdelkader a toujours été une composante importante et symbolique de la ville d'Alger-Centre. Nous constatons aussi

qu'elle constituait la plateforme des échanges commerciaux et économiques. Ceci lui a offert une image et une particularité qui ont fait d'elle une valeur importante autant que composante urbaine, symbolique et économique.

C. Forme et dimensions de la place Émir Abdelkader

La place Émir Abdelkader est d'une forme régulière. Elle représente un carrée de 60 mètres de côté qui à son centre comporte une placette de forme circulaire ponctuée par la statue de l'Émir Abdelkader. Cette dernière crée un moment au cœur de la place, mais interrompt à son tour la continuité de la perspective le long de la rue Larbi Ben M'hidi. La place Émir Abdelkader se réduit donc à sa placette qui constitue aussi un rond-point qui la transforme en espace transité par le trafic automobile notamment dans les heures de pointe.



Figure 91: La géométrie de la place Émir Abdelkader.

Source : Earth Google, 2018.

Traitement : Auteur, 2018.

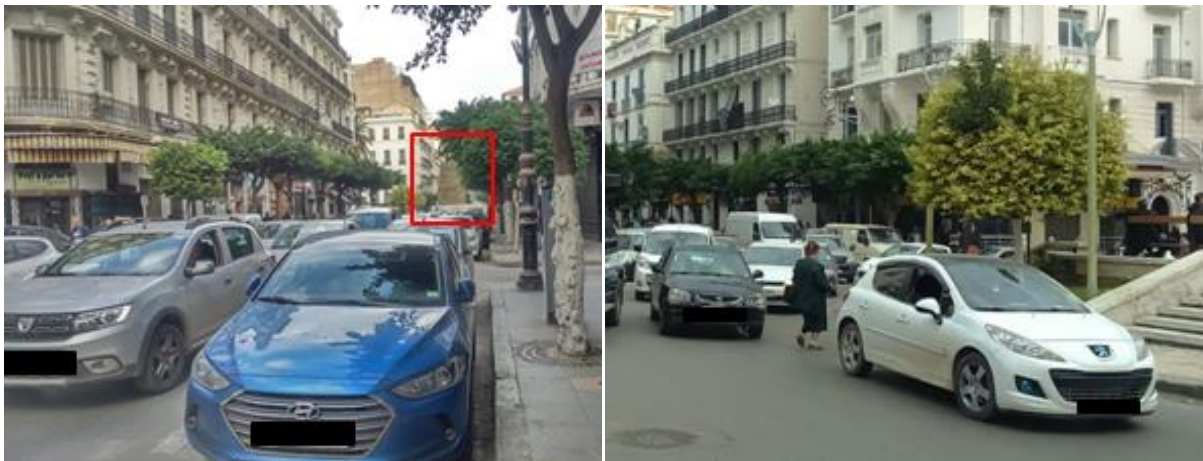


Figure 92: La statue interrompt la continuité de la perspective sur la rue Ben M'hidi.

Figure 93: Trafic automobile important autour de la place (notamment à l'heure de pointe : Midi et 16h).

Source Fig. 88, 89 : Auteur, le 14/11/2018.

Traitement : Auteur, 2018.

III.1.1.1.3 Diagnostic et évaluation de la place Émir Abdelkader

A. Fonctions et usages de la place

Ayant la fonction du marché et du centre civique au passé, la place Émir Abdelkader garde sa fonction économique et même administrative jusqu'au jour d'aujourd'hui grâce aux différents commerces et bureaux administratifs qui l'entourent.

L'activité économique domine, elle occupe généralement les rez-de-chaussée des bâtiments qui constituent les parois de la place et ceux présents le long de l'axe de la rue Larbi Ben M'hidi. La présence des boutiques de différentes spécialités (vêtements, chaussures, pour hommes, femmes, enfants...), le Milk Bar (un café connu dans l'histoire de la capitale), la librairie du Tiers Monde, le fast-food Dal's Burger (actuellement fermé, 2018) et aussi les petites boutiques qui vendent les bijoux traditionnels attirent un flux de personnes important et permettent à la place d'être plus ou moins occupée et animée le long de la journée.



Figure 94: Le Milk Bar en face la place.



Figure 95: Librairie Tiers Monde à côté de la place.

Source Fig. 90, 91 : Auteur, le 14/11/2018.

Traitement : Auteur, 2018.



Figure 96: Dal's Burger et les différents commerces en face la place Émir Abdelkader.



Figure 98: Les différents commerces sur la rue Larbi Ben M'hidi.

Source Fig. 92, 93 : Auteur, le 14/11/2018.

Traitement : Auteur, 2018.

Une autre forme d'activité commerciale informelle est en train de se pratiquer par les jeunes hommes et les vieilles femmes le long de la rue Larbi Ben M'hidi et au niveau de la place Émir Abdelkader. C'est celle d'acheter de l'or cassé et le revendre. Ceci implique dans certains cas et d'après les usagers une insécurité et un sentiment de malaise et de gêne, car des fois ces mêmes soi-disant commerçants (notamment la gente masculine) harcèlent les gens pour qu'ils leur vendent comme ils l'appellent eux « le cassé ».

L'activité administrative et les services quant à eux, sont représentés par l'APC d'Alger-Centre, Arab Bank et d'autres banques, bureau du journal LIBERTE, l'Union Générale des Commerçants et Artisanats Algériens et le Centre National des Registres de Commerces. Ces activités occupent certains rez-de-chaussée, mais s'étalent aussi sur les étages supérieurs des bâtiments qui entourent la place Émir Abdelkader.

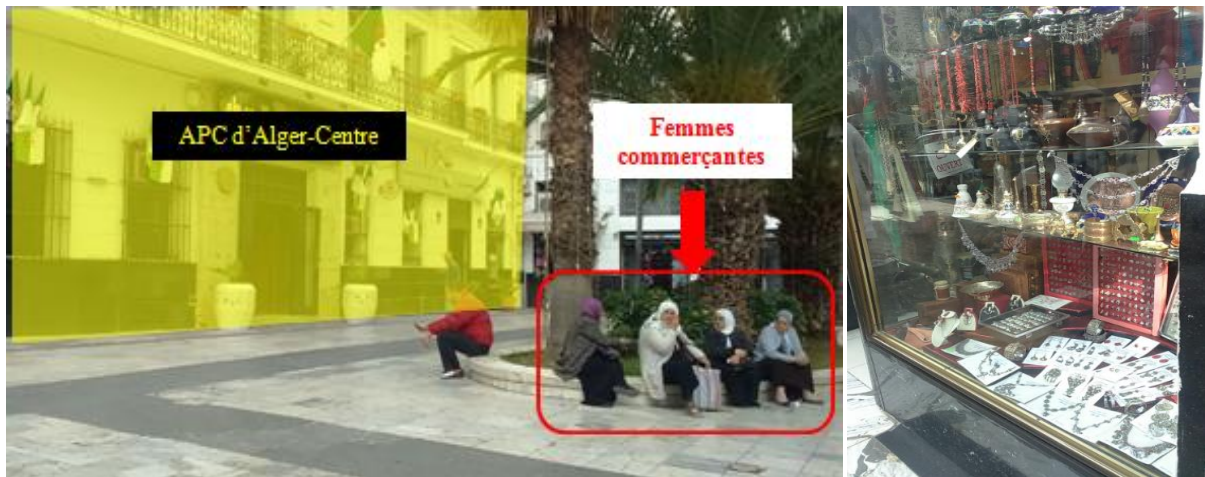


Figure 97: Des vieilles femmes assises à côté de la mairie d'Alger-Centre et travaillent dans le commerce de l'or.

Source Fig. 94, 95 : Auteur, le 14/11/2018.

Traitement : Auteur, 2018.

Figure 98: Vente des bijoux traditionnels sur la rue Ben M'hidi



Figure 101: Les différentes activités administratives autour de la place Émir Abdelkader.

Source : Auteur, le 14/11/2018.

Traitement : Auteur, 2018.

La place Émir Abdelkader constitue un espace de repos, de détente et de rencontre pour les hommes comme pour les femmes, mais aussi un espace de jeu pour les enfants du quartier et de consommation quand les terrasses des fastfoods sont remplies. Elle peut notamment jouer le rôle d'un simple espace de transition et de passage pour passer à une autre partie de la ville.

Nous remarquons que cette multitude des activités pratiquées au niveau et autour de la place. Ce qui la rend fréquentée par différents usagers qui ont différentes aspirations et attentes.

B. Fréquentation et attractivité économique de la place

Les différentes pratiques commerciales et administratives qu'assurent les bâtiments ont permis à la place Émir Abdelkader d'accueillir différents acteurs liés au domaine de l'économie.

La variété des activités commerciales attire un flux très important. Ceci permet à la place Émir Abdelkader de devenir plus ou moins animée grâce aux différentes personnes qui l'occupent à savoir les habitants, les clients, les commerçants et même les touristes qu'ils soient locaux ou étrangers. Tandis que les activités administratives permettent d'attirer une autre catégorie d'usagers au sein de la place, nous citons : les entrepreneurs, les avocats et toute autre personne venant pour des raisons administratives.

Le soir quand il n'y a plus de monde et que presque toutes les boutiques sont fermées, les femmes occupent la place avec leurs enfants. Durant l'une des visites pour la place une veille femme du quartier nous a dit : « Le soir quand il n'y a que les habitants du quartier, les femmes descendent avec leurs enfants. Ces derniers jouent entre eux et les femmes discutent entre elles... ».

La place Émir Abdelkader n'accueille quasiment pas d'événements à cause de « *ses dimensions qui font d'elle un petit espace qui n'est pas à la grandeur d'accueillir des événements tels que la place Grande Poste ou le Parc Sofia qui sont beaucoup plus grands et capables d'accueillir un nombre plus important de personnes* » dit Mr. ACEF (le Directeur de Rénovation et d'Aménagement Urbain au niveau de l'APC d'Alger-Centre, 2018). D'autres problèmes se posent au niveau de la Place Émir Abdelkader à cause du flux automobile et des trottoirs qui sont occupés par des chaises et des tables de commerces à l'image du Milk Bar qui occupe la totalité du trottoir dans les passagers sont obligés de redescendre sur la chaussée pour continuer leur chemin. Ceci réduit les dimensions de la place et donc contraint son usage et sa pratique.

C. Aménagement de la place

• Les parois de la place

La composition de la place Émir Abdelkader est le résultat du tracé colonial faisant référence aux principes haussmanniens (architecture haussmannienne). De ce fait, les parois de la place sont du style néoclassique caractérisée par une organisation tripartite dont le rez-de-chaussée est toujours destiné aux activités commerciales. Comme la régularité du plan, les façades sont aussi régulières et présentent un alignement par rapport à la place et à la rue. Sur chaque côté de la place et sur l'axe de la rue la plus importante (Larbi Ben M'hidi), les bâtiments reçoivent un traitement d'angle afin d'ouvrir la perspective sur la place et annoncer sa présence.



Figure 99: Traitement d'angle des bâtiments donnant sur la place depuis la rue Larbi Ben M'hidi.

Source : Auteur, le 14/11/2018.

Traitement : Auteur, 2018.

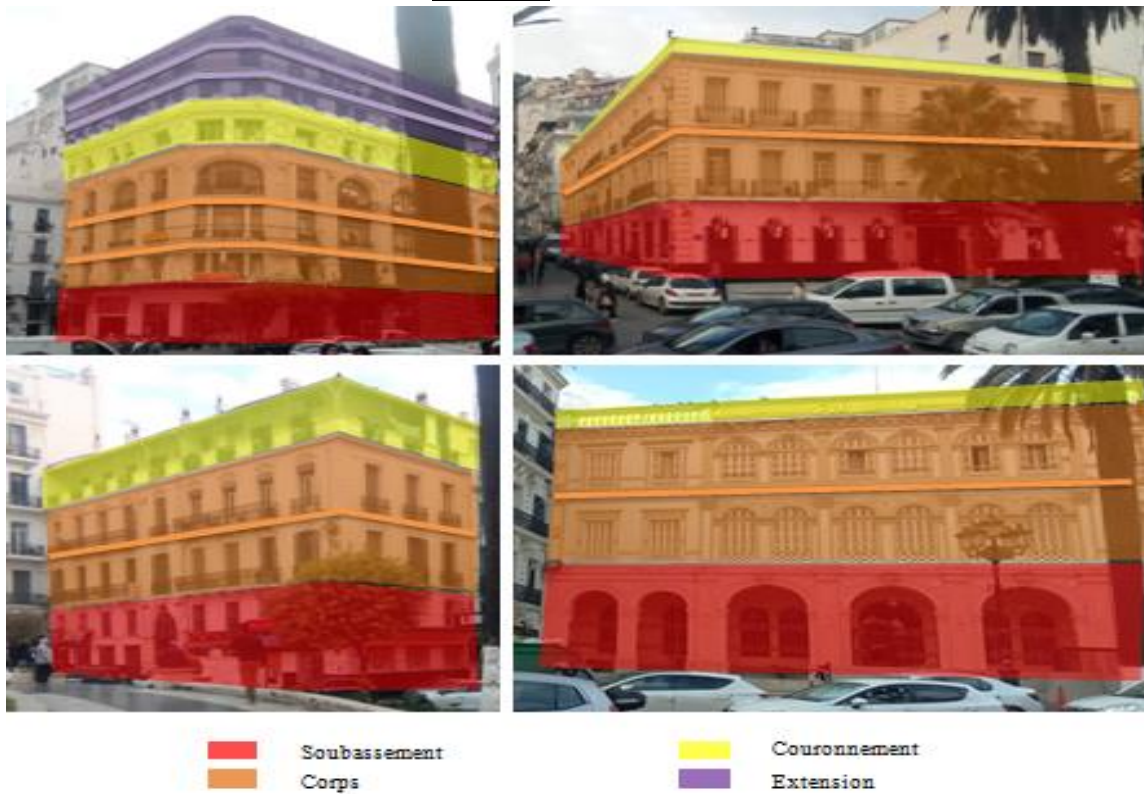


Figure 100: Organisation tripartite des parois de la place.

Source : Auteur, le 14/11/2018.

Traitement : Auteur, 2018.

- **Percées visuelles**

Les perspectives depuis la place Émir Abdelkader ne sont pas mises en valeur. Par exemple, l'aboutissement de la perspective depuis la place vers la grande poste est ponctué par une jolie pépinière où elles sont exposées différentes plantes, mais à cause du trafic automobile important nous n'apercevons rien de loin. Ainsi, sur la rue Colonel Haouas la perspective donnant sur la mer

est fermée par un bâtiment. Dans l'autre sens, la perspective donne sur un escalier urbain sur lequel de jeunes artistes ont intervenu par leurs dessins peints.

Le long de la rue Larbi Ben M'hidi, l'alignement des façades et la série d'arbres plantée assurent la continuité de la perspective.



Figure 101: Perspective sur La Grande Poste.

Figure 102: L'aboutissement de la perspective.

Source Fig. 99, 100 : Auteur, le 14/11/2018.



Figure 103: Perspective fermée sur la mer.

Figure 104: Perspective sur l'escalier urbain.

Source Fig. 101, 102 : Auteur, le 14/11/2018.

Traitement : Auteur, 2018.

• Traitement du sol

La place Émir Abdelkader contient différents revêtements de sol : Le béton à l'état brut, pavé béton, carreaux de marbre et plaques de marbre de couleurs blanches et grises foncées. Le sol est en mauvais état, car il n'est pas entretenu et depuis sa mise en place, il n'a jamais été rénové.

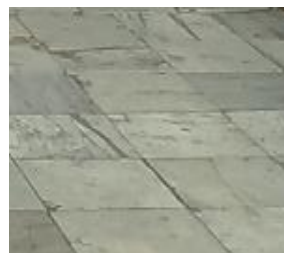


Figure 105: Béton à l'état Brut.

Figure 106: Pavé béton.

Figure 107: Carreaux de marbre.

Figure 108: Plaques de marbre.

Source Fig. 103, 104, 105, 106 : Auteur, le 14/11/2018.

- **Mobilier urbain**

La place Émir Abdelkader manque d'aménagement et de mobilier urbain. Elle dispose de seulement quatre bancs publics entourant la statue ce qui pousse les gens à se servir des bordures de la place comme assise. Ceci impact la fréquentation de la place et limite son usage à uniquement un espace de passage et de transition.



Figure 109: Manque de bancs publics au niveau de la place Émir Abdelkader.

Source : Auteur, le 14/11/2018. Traitement : Auteur, 2018.

De plus, elle contient huit lampadaires répartis sur le périmètre de la place, dont certains avec le temps sont abimés. Ceci a nécessité la mise en place de deux luminaires publics, simples et basiques, pour offrir un maximum d'éclairage à la place quand il fait nuit. Ces derniers ne sont pas en harmonie et ne présentent aucune esthétique à la place. Cette dernière ne possède qu'une seule petite corbeille d'ordure que nous ne jugeons pas suffisante pour le grand nombre de personnes qui occupent la place le long de la journée.



Figure 110: Les lampadaires existants au niveau de la place Émir.



Figure 111: Les luminaires publics placés dans la place Émir.



Figure 112: La seule corbeille existante dans la place Émir.

Source Fig.111, 112, 113 : Auteur, 14/11/2018.

- **Espaces verts et végétation**

La place Émir Abdelkader possède quelques espaces verts qui se trouvent sur sa périphérie. Ces derniers sont composés de gazon, d'une présence timide de plantes ainsi que quatre petits arbres positionnés à équidistance sur les quatre coins de la place et quatre grands palmiers qui

n'offrent pas l'ombrage nécessaire quand le soleil est sur la place. De ce fait, nous pouvons dire qu'il y'a un manque d'espaces verts au niveau de la place et que la végétation déjà existante n'est pas mise en valeur. Ainsi, il faudra un aménagement judicieux et réfléchi pour le positionnement des arbres afin de ne pas fermer les perspectives. Donner plus d'importance à cet aspect ne peut qu'influencer positivement sur la qualité de la place.



Figure 113: Les espaces verts entourant la place.



Figure 114: La place entourée de quelques arbres et palmiers.

Source Fig.114, 115 : Auteur, le 14/11/2018.

D. Confort

La place Émir Abdelkader ne présente pas beaucoup de qualités en ce qui concerne le confort visuel surtout. La dégradation de son revêtement de sol, la saleté dont elle beigne et le manque du mobilier urbain fait fuir les gens.

Quand il fait chaud, la place ne possède pas de l'ombre. Les petits arbres qui existent ne font de l'ombre que là où ils se trouvent tandis que tout le centre de la place est exposé au soleil (contrairement à la place Grande Poste, dit une jeune fille qui a préféré s'asseoir sur la bordure de la place sous l'ombre d'un arbre que d'occuper un banc qui est exposé au soleil).

Pour conclure, cette petite d'analyse (diagnostic) nous a permis d'identifier les points forts et les points faibles de la place Émir Abdelkader. Nous remarquons que cette dernière possède un potentiel considérable à savoir la qualité urbaine et architecturale de ses façades, le cachet économique matérialisé par les différents commerces qui l'entourent, les services qu'elle offre, etc. Malgré cela, un ensemble de points négatifs fait qu'elle perde de plus en plus de sa valeur, à titre d'exemple : la mauvaise gestion traduite par un mauvais entretien qui a engendré avec le temps l'état dégradé de son sol et ses mobiliers dont elle se trouve actuellement. Tous ces aspects devraient être pris en considération si nous voulions bien améliorer l'attractivité en général et celle économique de la place Émir Abdelkader.

III.1.2 Liste des services et équipements se trouvant dans le rayon de 300 mètres autour de la place Émir Abdelkader

Ci-joint la liste des services disponibles sur ou à proximité de la Place Émir Abdelkader (dans le rayon de 300 mètres depuis la statue de l'Émir Abdelkader) : Hôtels, restaurants, centres culturels et éducatifs, les différents commerces, etc. (pourquoi l'écriture est en gris et non en noir)

Equipements et Services	Distance en mètres par rapport à la place
BATIMENTS ADMINISTRATIFS	
✚ Arab Bank.	36
✚ Police.	50
✚ Mairie d'Alger Centre.	49
✚ Centre National Du Registre Du Commerce.	35
✚ Wilaya d'Alger.	200
✚ Palais du gouvernement.	216
✚ Institut Français d'Alger.	270
✚ CNEP banque.	264
✚ Institut National Algérien de Propriété Industrielle (INAPI)	67
✚ Bureau journal liberté.	36
RESTAURATION	
✚ Milk Bar.	27
✚ Fast-food « Quick ».	112
✚ Restaurant « La Baie D'Alger ».	180
✚ Restaurant de fruits de mer « Chez Rebouh ».	136
✚ Pâtisserie « L'algéroise ».	103
✚ Restaurant J3.	119
✚ Fast Food.	40
✚ Restaurant.	29
DIFFERENTS COMMERCES	
✚ Magasin de vêtements.	52
✚ Magasin de musique.	264
✚ Bijoux « L'Émir ».	52
✚ Quincaillerie « BCR Showroom »	175
✚ Magasin De Sport « Puma store Algiers ».	99
✚ Boutique cosmétique « Yves Rocher ».	46
✚ Magasin de Chaussures « Skechers ».	215
✚ Centre commercial « L'Oasis Planète »	122
✚ Papeterie « الشرق جواهر, perles d'Orient ».	266
✚ Magasin d'antiquités.	71
✚ Cybercafé « dzemploi ».	170
✚ Magasin de chaussures « Timberland ».	58
✚ Techno Alger Centre	41

INFRASTRUCTURE DE TRANSPORT	
✚ Ligne de bus « ETUSA N15 ».	160
✚ Parking.	90
EDUCATION, CULTURE ET LOISIRS	
✚ Librairie Du Tiers Monde.	30
✚ CEM.	280
✚ Centre des Arts.	287
✚ Cinéma « El Mouggar ».	177
✚ Musée National d'Art Moderne et Contemporain d'Alger.	169
✚ FIBDA.	146
✚ Musée d'Art Moderne Algérie.	104
✚ Bibliothèque centrale d'arts et de culture.	293
✚ Musée parenthèse.	110
SANTE	
✚ Pharmacie.	173
✚ Docteur.	162
✚ Laboratoire d'analyses médicales (Ait Djebbara Malek).	180
HOTELS	
✚ Hotel Regina.	279
✚ Grand Touring Hotel.	202
✚ Safir Hotel Algiers.	142
✚ Hôtel Sofiane.	168

Tableau 3: Liste des différents services se trouvant dans le rayon de 300 Mètres autour de la place Émir Abdelkader.

Source : Google earth, 2019.

Mesure et traitement : Auteur, 2019.

A travers ce tableau, nous remarquons que la place Émir Abdelkader est entourée de différents types d'activités. Chose qui est sensée participer à son attractivité économique.

III.1.3 Présentation du projet de requalification et de réaménagement de la place Émir Abdelkader prévu par le PDAU d'Alger

Dans le cadre de la métropolisation de la ville d'Alger à l'horizon 2030 et afin d'améliorer le développement économique de l'Algérie en se détachant des deux ressources premières celles du pétrole et du Gaz, deux projets ont été mis en avant : la révision du PDAU et l'aménagement de la baie d'Alger (Bekkouche,2012). Dans ce cadre, le PDAU a prévu plusieurs projets d'aménagement dont celui de la place Émir Abdelkader qui a pu le décrocher grâce au potentiel qu'elle possède. Cette place va recevoir une intervention qui lui permettra de retrouver son statut

et sa valeur ancienne, mais surtout participer dans l'atteinte du premier objectif qui est celui du développement économique.

Ce projet de requalification de la place Émir Abdelkader est conçu par « PARQUE EXPO », un bureau d'étude portugais qui sa stratégie était de mettre en place un ensemble d'orientations à savoir : le renforcement de la piétonisation, multiplication des zones d'ombres et renforcement de la structure écologique, création de nouveaux espaces de divertissement, ainsi qu'une redéfinition de l'infrastructure de circulation automobile.

Cette grande intervention met en avant les opérations suivantes :

- ✓ Création d'un espace public fonctionnel, agréable et qui garantit une facilité d'entretien et de gestion.
- ✓ Déplacement de la statue de l'Émir Abdelkader de coté de la mairie afin de la mettre plus en valeur et accentuer sa présence en la rapprochant des citoyens.
- ✓ Ouverture d'une perspective lointaine le long de la rue Larbi Ben M'hidi et régler le problème du trafic automobile grâce au repositionnement de la statue.
- ✓ Piétonisation de la rue Colonel Haouas, pour une meilleure orientation et organisation du flux piéton.
- ✓ Intégration des terrasses déjà existantes avec le projet en les réglementant. Ceci en les associant avec les espaces dégagés et piétonisés afin qu'elles deviennent une composante de l'espace public. Ceci par la définition de la surface que chaque service allait occuper.
- ✓ Implantation d'un nombre importants d'arbres (palmiers) afin d'offrir plus d'ombre pour la place.
- ✓ Utilisation des matériaux de qualité afin d'offrir un caractère de noblesse et d'élégance pour la place.

Le projet est couteux, de ce fait il n'est pas encore mis en place.



Figure 115: Déplacement de la statue afin d'offrir une continuité à la rue Larbi Ben M'hidi.

Source Fig.113, 114 : Vie des villes « Les projets qui transforment Alger », hors-série N°03, juillet 2012.

Consulté le 03/12/2018.

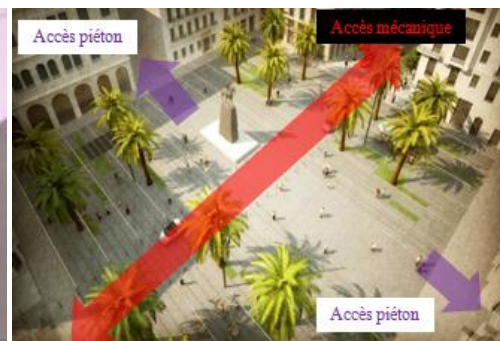


Figure 116: Continuité de la rue Larbi Ben M'hidi et piétonisation de la rue Haouas.

Traitement : Auteur, 2018.



Figure 117: Perspective continue sur la rue Larbi Ben M'hidi.

Figure 118: La place sous l'ombre.

Source Fig.115, 116 : Vie des villes « Les projets qui transforment Alger », hors-série N°03, juillet 2012.

Consulté le 03/12/2018.

III.1.4 Présentation projet d'aménagement de la place de l'Émir Abdelkader prévu par la mairie d'Alger-Centre

Afin de rendre la place Émir Abdelkader plus attractive, les architectes de la mairie d'Alger-Centre ont proposé un nouvel aménagement qui ont jugé répond à l'objectif d'embellissement et surtout qui rentre dans le budget.

L'opération de réaménagement consiste en :

- Rénovation du revêtement du sol en optant pour deux matériaux différents. Un pavé béton pour le trottoir entourant la place et des carreaux de marbre de couleur unie pour le centre de la place. Ceci apportera une uniformité au sol.
- Mise en place de deux fontaines lumineuses dans la nuit, de nouveaux espaces verts autour de la place et des espaces extérieurs pour les activités commerciales se trouvant au rez-de-chaussée des parois (le Milk Bar...).
- Suppression des petits arbres présents autour de la place et les remplacer par différents types de plantes de différentes couleurs avec maintien des palmiers déjà existants sur place.
- Aménagement des bordures de la place en bancs publics servant d'assise pour les usagers.
- Adoption d'un traitement d'angle pour des parois constituant la place et se trouvant sur l'axe de la rue Larbi Ben M'hidi.



Figure 119: Vue d'ensemble sur le nouvel aménagement.

Source Fig.120, 121 : APC d'Alger-Centre, 2018.

Figure 120: Le nouvel aménagement de la place.

Traitement : Auteur, 2018.

Photos prises par Auteur, le 14/11/2018.



Figure 121: Les fontaines lumineuses de la place.

Source : APC d'Alger-Centre.

Photo prise par Auteur, le 14/11/2018.

Synthèse du chapitre 04

Depuis l'époque coloniale, la place Émir Abdelkader possédait un emplacement stratégique au cœur de la rue Larbi Ben M'hidi (ex rue d'Isly) et présentait des activités commerciales et administratives importantes qui ont fait d'elle un véritable espace de vie et d'échanges changements économiques.

L'activité économique a toujours dominé dans et autour de la place que ça soit par les marchés qu'elle accueillait et / ou les activités commerciales pratiquées dans les rez-de-chaussée de ses parois, en plus des activités informelles au pied de la mairie.

Les parois de la place présentent un langage architectural du style néoclassique caractérisé par des traitements d'angle et une composition tripartite offrant une qualité et un cachet particulier pour la place. Ceci est renforcé par la présence de la composante végétale et la statue qui attirent les gens et leur offre un environnement plus ou moins agréable.

La place Émir Abdelkader est un espace de repos et de rencontre qui manque essentiellement d'aménagement adéquat. L'usage du transit est plus dominant que les autres usages de séjour, mais le flux est important malgré le manque de qualité de confort.

Afin de redynamiser la place Émir Abdelkader et la faire participer dans le développement économique de la ville d'Alger, vu son emplacement très important, le PDAU d'Alger avait proposé un projet de requalification basé sur un réaménagement dont l'action majeure consiste en l'embellissement et la modernisation avec le changement de la forme. Dans le même contexte, la mairie d'Alger-Centre avait mis en place un nouvel aménagement qui intègre la composante minérale (fontaines) à celle végétale dans le but d'offrir un espace agréable répondants aux aspirations des usagers sans changement sa configuration en rond-point.

Pour savoir ce que les usagers de la place Émir Abdelkader souhaiteraient voir et avoir dans la place, nous sommes sorties sur terrain pour leur demander et prendre leurs avis. A l'aide du questionnaire destiné aux usagers et de l'entretien avec les responsables de la mairie que nous

Chapitre 04 : La place Émir Abdelkader, un potentiel d'attractivité économique.

avons mené, nous avons pu récolter des réponses et des résultats que nous allons présenter, traiter et interpréter dans le chapitre qui suit afin de confirmer ou de compléter les critères d'attractivités économiques que nous avons récolté dans la phase théorique et voir si les aménagements proposés conviennent aux attentes des usagers.

Chapitre 05

Evaluation de l'attractivité économique de la place Émir Abdelkader et proposition d'orientations.

Introduction

Afin d'approfondir les connaissances et l'étude sur la place Émir Abdelkader, nous avons eu recours à des techniques et outils permettant l'évaluation de son attractivité économique. Ceci dans le but d'atteindre à travers les résultats obtenus les objectifs majeurs de notre recherche à savoir l'identification des critères de l'attractivité économique.

Pour cela, ce chapitre va être consacré à l'analyse et à l'interprétation des résultats obtenus par l'application des méthodes d'investigation sur terrain à savoir l'entretien avec les acteurs professionnels (Mr. ASSAF et Mr. AROUSSI architectes et les responsables au sein de la mairie d'Alger-Centre. Nous avons aussi interrogé la responsable du Centre National des Registres de Commerce d'Alger-Centre). Ces acteurs interviennent dans le secteur de l'aménagement urbain et de l'économie ainsi qu'un questionnaire destiné aux occupants et aux usagers de la place Émir Abdelkader qu'ils soient : habitants du quartier, commerçants, visiteurs ou touristes...

Les données collectées vont être traduites sous forme de tableaux statistiques et/ou de graphes en utilisant le programme « Excel » afin de mieux les organiser mais surtout de faciliter leur lecture.

D'abord, nous allons présenter les deux échantillons sur lesquels nous avons appliqué les deux méthodes d'investigation utilisées pour la collecte des données à savoir l'entretien et le questionnaire. Nous commençons par l'entretien pour ensuite le questionnaire.

Dans un second temps, nous allons analyser les résultats obtenus et effectuer une lecture synthétique des données se trouvant dans les tableaux statistiques établis auparavant pour chaque catégorie.

Cette partie du chapitre va nous permettre d'établir un tableau de bord des critères collectés en rapport avec l'attractivité économique grâce aux résultats obtenus pour confirmer et/ou compléter les critères d'attractivité économiques que nous avons récolté dans la partie précédant (partie théorique). Ceci va nous aider à mettre en place des orientations pour améliorer l'aménagement de la place Émir Abdelkader.

Une synthèse va clôturer le chapitre en contenant les éléments les plus importants de l'attractivité économique de la place Émir Abdelkader.

III.2.1 Choix des échantillons pour l'application des outils d'investigation sur terrain

Dans le but de répondre à notre problématique qui nous a poussé à établir cette recherche et afin d'affirmer ou infirmer nos hypothèses, nous avons opté pour une méthode d'investigation mixte basée sur deux enquêtes à savoir l'entretien et le questionnaire.

❖ Premier Echantillon : Entretien directif auprès des acteurs professionnels

Afin d'évaluer l'attractivité économique de la place Émir Abdelkader et pour savoir si elle apporte un bénéfice économique à la mairie d'Alger-Centre, nous nous sommes orientées vers des experts et professionnels dans les domaines d'aménagement urbain et de l'économie dans le but d'avoir des réponses qualitatives.

Comme vu dans le chapitre précédant, cet entretien contient un ensemble de questions ouvertes qui laisse aux personnes interrogées la liberté de répondre. Nous avons trouvé trois personnes disponibles et qui ont accepté de répondre à des questions sur notre thème et notre cas d'étude ainsi que sur les critères qu'ils jugent importants pour qu'une place publique soit économiquement attractive. Les interviewés sont donc :

- Les responsables de la mairie d'Alger-Centre dont :
 - Monsieur ACEF, Directeur de rénovation et d'aménagement urbain.
 - Monsieur AROUSSI, Chef des travaux.
- La responsable du Centre National des Registres de Commerce situé à Alger-Centre.

Cet outil vient pour renforcer la deuxième partie de l'enquête faite à partir du questionnaire, ainsi que de consolider les critères tirés de la partie théorique.

❖ Deuxième Echantillon : Questionnaire avec les usagers de la place Émir Abdelkader

Les différents usagers (commerçants, habitants, visiteurs) de la place Émir Abdelkader peuvent réellement dévoiler les manques et les besoins de cette dernière de fait qu'ils l'occupent et y restent. Pour cela, nous avons élaboré un questionnaire (voir le canevas présenté dans le chapitre précédant) qui nous a permis de nous rapprocher de ces acteurs qui nous ont informé de ce que la place Émir Abdelkader en a besoin pour être économiquement plus attractive.

Nous avons pu interroger 80 personnes avec une variété dans les profils (commerçants, habitants, visiteurs) des acteurs se trouvant dans la place ou dans un rayon de 300 mètres. Pour cela, nous avons effectué quatre sorties sur terrain comme le montre le tableau de bord ci-joint :

Jour	Acteurs interrogés	Nombre	Age		
			<20ans	20<âge<60	>60ans
Premier 10 Septembre 2018	Commerçants	12	-	11	01
	Habitants	11	01	08	02
	Visiteurs	06	01	04	01
Deuxième 25 Septembre 2018	Commerçants	07	-	05	02 (Femmes qui vendent de l'or)
	Habitants	11	-	11	-
	Visiteurs	05	-	05	-
Troisième 14 Novembre 2018	Commerçants	01	-	01	-
	Habitants	10	03	04	03
	Visiteurs	-	-	-	-
Quatrième 26 Décembre 2018	Commerçants	03	-	03	-
	Habitants	06	01	04	01
	Visiteurs	08	03	03	02

Tableau 4: Tableau de bord présentant les acteurs ayant répondu à notre questionnaire.

Source : Auteur, 2018.

III.2.2 Présentation des résultats de l'entretien

Après avoir rencontré les professionnels du domaine, nous avons remarqué que leurs réponses sont presque toutes similaires. Par rapport à la question « la place publique peut-elle participer au développement économique de la ville ? », les personnes interrogées sont toutes d'accord sur le fait que la place publique peut participer au développement économique de la ville, notamment notre cas d'étude par sa situation sur la rue principale de Ben M'hidi. Elle est l'espace adéquat pour capter le flux y compris celui qui contribue dans le domaine économique.

Par rapport à la question « la place Émir Abdelkader a-t-elle un bénéfice économique pour la mairie », nous avons appris qu'elle n'apporte aucun bénéfice économique, car il n'y a pas de gain direct venant des visiteurs qu'y passent. Contrairement à la place Grande Poste ou Parc Sofia qui apportent à la mairie d'Alger-Centre un bénéfice économique important grâce aux événements (activités, concerts...) qu'ils accueillent.

En ce qui concerne la question « La place Émir Abdelkader est-elle capable d'accueillir des événements », nos experts disent que malgré son histoire et le caractère architectural qu'elle possède et qui influent positivement sur sa fréquentation, la place Émir Abdelkader fait face à un problème de taille (ses dimensions sont réduites). Ceci ne lui permet pas d'accueillir des événements quelle que soit leur grandeur (même les petits événements ne peuvent pas avoir lieu).

A cela, ils ajoutent que la place Émir Abdelkader est plus ou moins attractive grâce aux activités qui l'entourent, mais pour améliorer encore plus son attractivité économique, il faut qu'elle reçoive des travaux de réaménagement et des études pour revoir la circulation mécanique qui l'entoure mais aussi pour connaître et savoir ce que les usagers aimeraient avoir, car sont eux

qui occupent l'espace. Ainsi, nous pouvons y proposer des petites activités artistiques ou musicales qui s'adaptent à la taille de la place (Dessins, artistes...).

III.2.3 Présentation, traitement et interprétation des résultats du questionnaire

III.2.3.1 Premier volet

D'après le graphe ci-dessous (Figure 70), nous constatons une variété en termes des personnes fréquentant la place Émir Abdelkader. De ce fait, nous remarquons :

- Tout au long de la journée, la place connaît une fréquentation par les deux sexes avec une dominance masculine présentant 58,75% face à 41,25% pour la présence féminine.
- Une occupation de la place par les différentes tranches d'âges dont les usagers entre 20 et 60 ans dominent avec 73,75%.
- Des personnes d'une variété de statuts sociaux fréquentent la place Émir Abdelkader dont la majorité est représentée par des personnes célibataires (66,25%).
- La majorité des usagers interrogés sont généralement des étudiants ou des travailleurs (55% étudiants et 26,5% travailleurs).

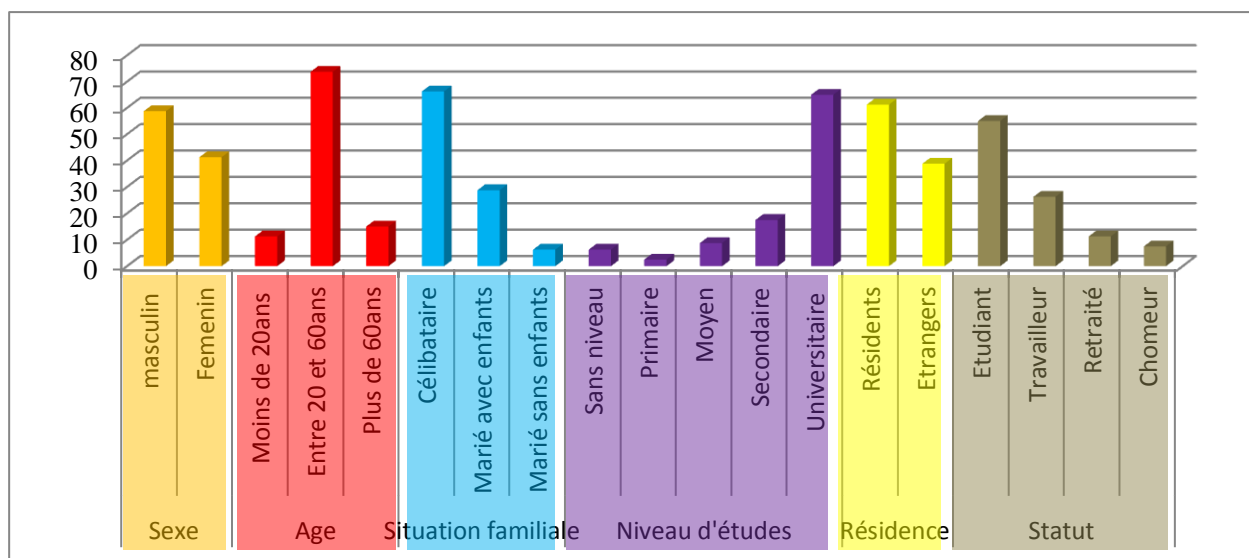


Figure 122: Graphe représentant la fréquentation de la place Émir Abdelkader par différentes classifications.

Source : Auteur, 2018 / « Excel ».

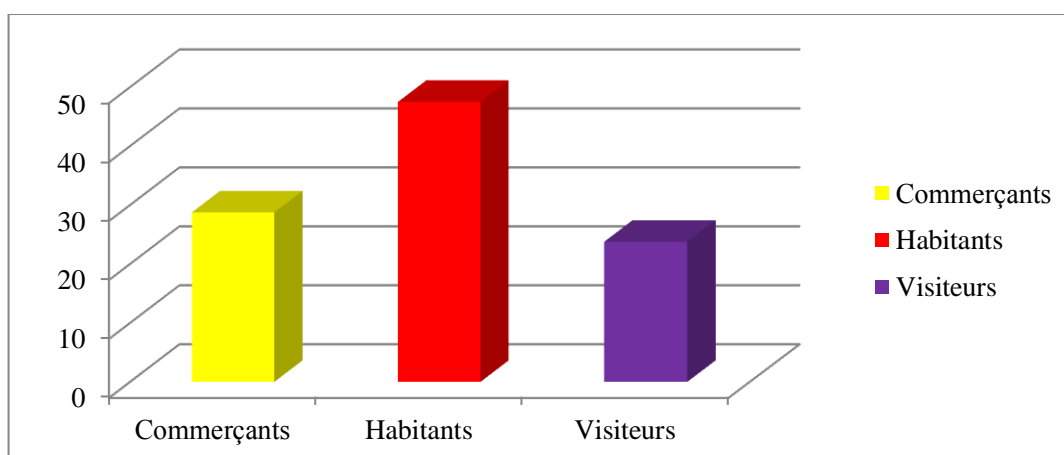


Figure 123: Graphe représentant les différents acteurs ayant répondu au questionnaire.

Source : Auteur, 2018 / « Excel ».

Les acteurs de l'attractivité économique qui sont plus présents sont les habitants qu'ils sont soit du quartier ou des environs d'Alger avec un pourcentage de 47,50% suivi des commerçants 28,75%. Finalement les visiteurs viennent que rarement à la place et ne présentent que 23,75%.

III.2.3.2 Deuxième volet

III.2.3.2.1 La fréquentation et le moment d'utilisation de la place

Dans les deux tableaux ci-dessous, nous allons voir le pourcentage des personnes qui fréquentent la place Émir Abdelkader ainsi que leurs moments de fréquentation.

Le pourcentage de chaque catégorie est calculé par rapport au nombre de personnes fréquentant la place ainsi qu'au total des personnes interrogées (les 80 personnes qui égalent 100%).

Pourcentage des usagers fréquentant la place			Pourcentage du moment de fréquentation		
Quotidiennement	Occasionnellement	Rarement	Matin	Après midi	Soir
26,25 %	43,75 %	30 %	32, 50 %	46,25 %	21,25 %

Tableau 5: Fréquentation de la place Émir Abdelkader.

Source : Auteur, 2018.

Synthèse

D'après le tableau, nous constatons que la majorité des usagers de la place Émir Abdelkader l'occupe qu'occasionnellement (43,75%), ces derniers sont généralement les visiteurs et les commerçants qui l'occupent de temps à autre seulement. Ceci fait face à une minorité qui l'occupe quotidiennement (26,25%) et qui est représentée par les habitants qui aiment y rester entre voisins et / ou amis... 46,25% des usagers ont déclaré que le meilleur moment pour fréquenter la place est l'après-midi tandis 21,25% seulement la fréquentent le soir et qui sont généralement les habitants du quartier ou des quartiers environnants.

III.2.3.2.2 L'accompagnement et l'aspect émotionnel des usagers

Les tableaux ci-joints nous montrent avec qui les usagers occupent la place Émir Abdelkader (l'accompagnement) ainsi que leurs sentiments ressentis sur place (l'aspect émotionnel).

Le pourcentage de chaque catégorie est calculé par rapport au nombre de personnes fréquentant la place ainsi qu'au total des personnes interrogées (les 80 personnes qui égalent 100%).

Accompagnement	Seul	Avec les amis	En couple	En famille
----------------	------	---------------	-----------	------------

Place Émir Abdelkader	23,75 %	55 %	03,75 %	17,50 %
------------------------------	---------	------	---------	---------

Tableau 6: L'accompagnement lors de la fréquentation de la place Émir Abdelkader.

Source : Auteur, 2018.

Aspect émotionnel	A l'aise	Gêné
Place Émir Abdelkader	61,25 %	38,75 %

Tableau 7: L'aspect émotionnel de l'utilisateur de la place Émir Abdelkader.

Source : Auteur, 2018.

La cause du gêne	Bruit	Pollution	Aménagement	Autres
Place Émir Abdelkader	16,25 %	11,25 %	60 %	12,50 %

Tableau 8: La cause du gêne ressentie au sein de la place Émir Abdelkader.

Source : Auteur, 2018.

Synthèse

La plupart des usagers de la place Émir Abdelkader préfèrent l'occuper ou la visiter avec leurs amis (55%). Certains préfèrent être seul (23,75%) dont un grand nombre s'y sentent à l'aise (61,25%). Les personnes ayant déclaré leur mécontentement ou le malaise sur la place ont justifié cela par le manque d'aménagement (60%) et le bruit des voitures, vu sa position à l'intersection des voies mécaniques (16,25%) et son rôle en tant que rond-point.

III.2.3.2.3 Les activités pratiquées et les motivations

Connaitre les activités que pratiquent généralement nos acteurs interrogés dans la place Émir Abdelkader et définir les points positifs qui les attirent pour aller s'y installer est important pour l'amélioration de l'attractivité économique de la place. Pour cela, nous avons établi les tableaux suivants :

Le pourcentage de chaque catégorie est calculé par rapport au nombre de personnes fréquentant la place comparée au total des personnes interrogées (les 80 personnes qui égalent 100%).

Activités	Rencontre	Repos	Travail	Passage
Place Émir Abdelkader	21,25 %	23,75 %	10 %	45 %

Tableau 9: Les activités pratiquées au sein de la place Émir Abdelkader.

Source : Auteur, 2018.

Motivations	Calme	Sécurisée	Equipements et services	Autres
Place Émir Abdelkader	23,75 %	12,50 %	53,75 %	10 %

Tableau 10: Les motivations qui poussent les gens à occuper la place Émir Abdelkader.

Source : Auteur, 2018.

Synthèse

Parmi la multitude des activités qu'offrent la place Émir Abdelkader à ses usagers, 45% des personnes déclarent qu'elle constitue un passage primordial pour aller d'une partie de la ville à une autre tandis que 23,75% y viennent pour le repos, 21,25% pour la rencontre et 10% seulement pour le travail. La majorité des usagers de la place Émir Abdelkader viennent pour visiter les équipements et profiter des services qui l'entourent (53,75%).

III.2.3.3 Troisième volet

III.2.3.3.1 Les éléments attractifs

Il y'a d'autres éléments qui permettent à la place Émir Abdelkader d'attirer plus de gens. Ces éléments sont repris dans le tableau qui suit :

Le pourcentage de chaque catégorie est calculé par rapport au nombre de personnes fréquentant la place comparée au total des personnes interrogées (les 80 personnes qui égalent 100%).

Éléments attractifs	Architecture	Aménagement	Aspect social	Environnement de la place	Autres
Place Émir Abdelkader	40 %	05%	11,25 %	35 %	08,75 %

Tableau 11: Les éléments attractifs de la place Émir Abdelkader.

Source : Auteur, 2018.

Synthèse

L'aspect architectural des parois qui constituent la place Émir Abdelkader attirent 40% des usagers, 35% sont attirés par son environnement tandis que 05% seulement viennent pour la statue de l'Émir Abdelkader (aménagement).

III.2.3.3.2 Les questions ouvertes

Toutes les questions ouvertes ont été destinées aux différents acteurs précédemment identifiés (commerçants, habitants et visiteurs) et leurs réponses sont les suivantes :

❖ Première question ouverte

Cette question nous a permis de déterminer et connaître si la place Émir Abdelkader est avantageuse pour les activités que pratiquent ses usagers ainsi que les bénéfices qu'elle leur apporte.

Le pourcentage de chaque catégorie est calculé par rapport au nombre de personnes fréquentant la place comparée au total des personnes interrogées (les 80 personnes qui égalent 100%).

Avantageuse ?	Oui	Non
Place Émir Abdelkader	53,75 %	46,25 %

Tableau 12: Le pourcentage des personnes auxquels la place apporte un bénéfice.

Source : Auteur, 2018.

	Oui	Non
Commerçants	91,30%	08,70%
Habitants	44,74%	55,26%
Visiteurs	26,32%	73,68%

Tableau 13: Répartition des avis sur la place Émir Abdelkader selon les acteurs.

Source : Auteur, 2018.

Acteurs	Quel bénéfice ?
Commerçants	Bénéfice économique
Habitants	Renforce la vie sociale du quartier et de la ville
Visiteurs	Un patrimoine qui fait rappeler l'identité et l'histoire du pays

Tableau 14: L'apport de la place pour chaque acteur de l'attractivité économique.

Source : Auteur, 2018.

Synthèse

La place Émir Abdelkader est avantageuse pour la grande part des personnes interrogées dont les commerçants, les habitants mais aussi les travailleurs des environs (53,75%) tandis que 46,25% disent qu'elle n'a rien de particulier pour les aider dans leurs travaux ou activités qu'ils pratiquent. Les commerçants nous ont informé que la place à un bénéfice économique pour leur activité commerciale car plus il y'a de gens, plus les visites de leurs boutiques augmentent et donc plus d'achats ... Les habitants ont dit que la place offre de la vie sociale non seulement au quartier mais aussi pour toute la ville, de plus les visiteurs considèrent qu'elle constitue un patrimoine qui fait rappeler l'histoire et l'identité de notre pays l'Algérie.

❖ Deuxième question ouverte

A travers cette question nous avons pu évaluer l'attractivité de la place Émir Abdelkader et surtout connaître les éléments qui participent à son attractivité.

Le pourcentage de chaque catégorie est calculé par rapport au nombre de personnes fréquentant la place comparée au total des personnes interrogées (les 80 personnes qui égalent 100%).

Plus attractive ?	Oui	Non
Place Émir Abdelkader	40 %	60 %

Tableau 15: L'attractivité ou pas de la place Émir Abdelkader.

Source : Auteur, 2018.

Oui	Non
Grâce à sa position et son emplacement	A cause de sa taille et dimensions
Grâce à sa statue	Manque de variété de services autour d'elle
Elle porte et rappelle l'histoire	/

Tableau 16: Les éléments qui participent ou pas dans l'attractivité de la place.

Source : Auteur, 2018.

Synthèse

60% des usagers de la place Émir Abdelkader trouvent qu'elle est moins attractive comparée aux autres places publiques d'Alger-Centre, un nombre important de personnes l'a comparé à la place Grande Poste qui selon eux est beaucoup plus attractive que notre cas d'étude. Parmi les raisons qui ont impacté négativement l'attractivité de la place Émir Abdelkader, d'abord, sa taille que les personnes interrogées trouvent petite, mais aussi le manque de variété de services autour d'elle. En effet, ces personnes aimeraient avoir plus de nouvelles activités et pratiques.

❖ Troisième question ouverte

Pour savoir si la place Émir Abdelkader est l'espace idéal pour attirer le flux, nous avons posé la question aux différents acteurs qui nous ont aussi proposé des critères qui vont aider à rendre la place plus attirante.

Le pourcentage de chaque catégorie est calculé par rapport au nombre de personnes fréquentant la place comparée au total des personnes interrogées (les 80 personnes qui égalent 100%).

L'espace idéal ?	Oui	Non
Place Émir Abdelkader	80 %	20 %

Tableau 17: La place Émir Abdelkader comme espace idéal ou pas pour capter le flux humain.

Source : Auteur, 2018.

Synthèse

80% des usagers de la place Émir Abdelkader la considèrent comme le meilleur espace pour attirer du monde, tandis que 20% disent qu'il y'a d'autres places bien meilleures sur ce point.

⇒ **Les critères cités par les usagers de la place Émir Abdelkader pour la rendre économiquement plus attractive**

CRITESRES		POURCENTAGE DES USAGERS	
Réaménagement	Plus de bancs publics	38,75 %	80 %
	Espace vert	25 %	
	Revêtement de sol, couleur et texture	07,50 %	

	Fontaines	05 %
	Taille et couleur de la statue de l'Émir	03,75 %
Elargissement / Agrandissement		17,50 %
Parkings et stationnement		15 %
Vues sur la mer		03,75 %
Traitement et rénovation des parois		07,50 %
Accessibilité		17,50 %
Injection de nouvelles activités autour de la place (Plus de restaurants par exemple)		07,50 %
Sécurité		23,75 %
Événements		40 %
Propreté		17,50 %
Information sur l'histoire de la place		03,75 %
Ouverture des boutiques le soir		22,50 %

Tableau 18: Les critères de l'attractivité économique obtenus par l'application du questionnaire.
Source : Auteur, 2018.

Synthèse

Une très grande partie des personnes interrogées s'est mise d'accord sur le fait qu'il faut offrir un nouvel aménagement à la place Émir Abdelkader (80%) dont 38,75% voudraient avoir plus de bancs publics tandis que 25% aimeraient avoir plus de végétation. 40% trouvent qu'il est nécessaire de programmer des événements au sein de la place pour qu'elle soit plus animée. D'autres personnes ont proposé de prévoir des parkings pour le stationnement, d'ouvrir une vue sur la mer, de travailler plus la propreté et la sécurité de la place...

⇒ Répartition des critères cités selon chaque acteur participant à l'attractivité économique de la place Émir Abdelkader

Critères \ Acteurs													
	Réaménagement	Elargissement	Stationnement	Vues sur la mer	Accessibilité	Injection de nouvelles activités autour de la place	Sécurité	Événements	Ouverture des boutiques le soir	Propreté	Traitement des parois	Informations sur l'histoire de la place	
Commerçants	11	-	04	-	07	-	09	04	12	02	-	-	
Habitants	35	08	08	01	04	02	10	14	06	08	02	-	
Visiteurs	18	06	-	02	03	04	04	14	-	04	04	03	

Tableau 19: Les critères de l'attractivité économique selon les différents acteurs.

Source : Auteur, 2018.

Synthèse

Une grande partie de commerçants trouvent qu'il faut avoir la possibilité d'ouverture des boutiques la nuit (12 commerçants sur 23) pour que la place ne soit pas attractive seulement la journée, 11 commerçants sur 23 trouvent qu'il est nécessaire de doter la place Émir Abdelkader d'un nouvel aménagement et lui offrir plus de sécurité que ce soit durant la journée ou la nuit (09 commerçants sur 23).

35 habitants sur 80 réclament l'état dégradé dont la place se trouve et qu'il faut entreprendre des actions de réaménagement tandis que 14 habitants sur 38 souhaiteraient avoir des événements au sein de la place. 10 habitants sur 38 trouvent qu'il faut offrir plus de sécurité à la place Émir Abdelkader et 08 habitants seulement sur 38 ont parlé de la propreté, du problème de stationnement et d'agrandir la place en vue ses petites dimensions.

La majorité des visiteurs (18 visiteurs sur 19) ont fait la remarque sur le manque d'aménagement dans la place (manque de mobilier, manque des espaces verts, l'état dégradé du revêtement de sol), 14 visiteurs sur 19 trouvent également qu'il faut organiser des événements pour attirer plus de gens tandis que nous ne remarquons qu'aucun des visiteurs n'a parlé de la possibilité de l'ouverture des boutiques la nuit.

❖ Quatrième question ouverte

Après avoir cité les critères qui participent à l'amélioration de l'attractivité économique de la place Émir Abdelkader, nous avons demandé aux personnes interrogées de les classer selon un ordre de priorité afin de savoir sur quel niveau intervenir dans un premier temps.

Pour la plupart des personnes interrogées, le réaménagement de la place Émir Abdelkader était la première chose à faire suivie par la programmation des événements au sein de la place tout en assurant une sécurité et réagissant sur la propreté de cette dernière afin de pouvoir attirer plus de personnes. Après cela, la mise en place des parkings et des lieux de stationnement afin de réduire le flux automobile autour de la place et la rendre plus accessible aux piétons.

❖ Cinquième et dernière question ouverte

Avec cette question, nous voulions savoir s'il y'avait des activités qui se pratiquaient dans la place Émir Abdelkader faisant d'elle un espace attractif et ayant un apport économique pour la ville.

Le pourcentage de chaque catégorie est calculé par rapport au nombre de personnes fréquentant la place comparée au total des personnes interrogées (les 80 personnes qui égalent 100%).

Attractivité économique	Oui	Non	Pas d'information
--------------------------------	------------	------------	--------------------------

Place Émir Abdelkader	01,25 %	72,50 %	26,25 %
------------------------------	---------	---------	---------

Tableau 20: Accueil ou non des événements et activités au sein de la place Émir Abdelkader.
 Source : Auteur, 2018.

Synthèse

Parmi les 80 personnes interrogées, 26,25% disent qu'elles n'ont aucune information sur ce sujet tandis qu'il n'y avait qu'une seule personne, qui entre autres habite le quartier, qui a répondu qu'effectivement la place accueillait des événements en disant « Il y'a eu souvent des activités au sein de cette place telles que les petites tables de vente de livres..., la diffusion des matchs de football, etc. jusqu'à l'an 2015 où tout est arrêté, d'ailleurs on ne sait même pas pourquoi et pour quelle raison ! ».

III.2.3.4 Tableau récapitulatif des critères d'attractivité économique obtenus à partir du questionnaire

A travers les résultats qu'on a obtenus par l'application du questionnaire, nous avons pu élaborer un tableau récapitulatif des différents critères que les acteurs interrogés ont cités afin de rendre la place Émir Abdelkader économiquement plus attractive. Ceci est présenté dans le tableau ci-joint :

<i>ASPECT</i>	<i>CRITERES</i>	<i>COMMENTAIRE</i>
Spatial	Réaménagement	Les usagers de la place Émir Abdelkader aimeraient trouver plus de bancs publics au niveau de la place pour s'asseoir et se reposer. Intégrer des composantes naturelles telles que la végétation et l'eau pour donner un autre cachet à la place, mettre en place un revêtement de sol de qualité avec de belles couleurs et textures, changer la couleur de la statue de l'Émir qui selon eux n'est pas attirante ainsi que de réduire sa taille car certaines personnes se sentent écrasées dans la place à cause de sa grandeur.
	Parkings et stationnement	Par sa position de carrefour, la place Émir Abdelkader reçoit un flux automobile très important. Pour cela, les commerçants et les habitants trouvent qu'il faut prévoir des parkings pour que les visiteurs trouvent où laisser leurs voitures et donc ça leur donne plus de possibilité pour visiter et occuper la place mais aussi pour avoir plus de circulation piétonne.

	Taille et dimensions de la place	Les usagers de la place Émir Abdelkader trouvent que malgré son bon emplacement au cœur d'Alger-Centre elle reste petite par rapport au nombre de personnes qu'elle reçoit. Pour cela, ils ont proposé de l'élargir tout en offrant des terrasses qui vont leur permettre d'y se reposer, prendre un café...
	Accessibilité	La place Émir Abdelkader souffre des embouteillages et manque d'accessibilité. Pour cela, les usagers aimeraient qu'il y ait une fluidité de la circulation automobile et du flux piéton.
	Dégager la vue sur la mer	La place Émir Abdelkader s'ouvre sur une belle vue sur la mer mais cette dernière est gâchée par la construction d'un bâtiment (voir partie analyse de la place Émir Abdelkader). De ce fait, les usagers de la place aimeraient avoir cette vue et en profiter.
Social	Accueil des événements	D'après les personnes interrogées, l'accueil des événements culturels par exemples, programmation des animations ou même de stands de vente rendront la place Émir Abdelkader plus attractive.
	Sécurité	Plusieurs commerçants, habitants et même visiteurs de la place Émir Abdelkader se sont plaints du manque de sécurité dû généralement aux vendeurs de l'or sur les trottoirs et qui harcèlent les gens ainsi que des chômeurs qui occupent la place pour toute la journée pour des raisons autre que le repos ou la rencontre... avoir plus de sécurité va améliorer la fréquentation de la place car les gens vont se sentir plus à l'aise.
	Ouverture des boutiques le soir	L'attractivité de la place Émir Abdelkader ne doit pas s'éteindre après 18h. Pour cela, les commerçants et les habitants du quartier ou des environs aimeraient que les boutiques de la rue d'Isly et celles qui entourent la place restent ouvertes pour une heure tardive tout en assurant la sécurité. Ceci va permettre aux gens de ne pas fréquenter la place que la journée mais aussi la nuit.
	Variété des activités autour de la place	Pour une meilleure attractivité économique de la place Émir Abdelkader, les usagers ont proposé d'injecter de nouvelles activités économiques autour de la place et d'ouvrir d'autres restaurant ainsi que d'ouvrir les locaux fermés dans l'immeuble d'en face (où se trouve le Milk Bar) et y proposer de activités commerciales.

Gestion	Propreté et entretien	La place Émir Abdelkader manque de propreté que ses usagers jugent importante pour garder les gens à son niveau. Le manque de corbeilles publiques au sein de la place ainsi que le non entretien la rend dans un sale état qui fait que les gens n'y restent pas beaucoup et la fuient.
	Traitement et rénovation des parois	Se mettre dans une place publique dont les façades sont dans un mauvais état n'attire pas forcément les gens d'y être et / ou d'y rester. Pour améliorer l'état des parois le place Émir Abdelkader, les usagers ont proposé de les rénover régulièrement pour ne pas perdre leur cachet architectural et leur richesse.
	Histoire de la place	Les visiteurs de la place Émir Abdelkader dont les touristes souhaiteraient avoir un petit panneau sur lequel s'inscrira l'histoire de cette place pour s'informer et connaître sa valeur historique et sa symbolique.

Tableau 21: Tableau récapitulatif des critères de l'attractivité économique.
Source : Auteur, 2018.

III.2.4 Constitution du tableau de bord à partir du questionnaire

Grâce à l'enquête faite sur terrain et à l'aide du questionnaire, nous avons pu définir les critères d'attractivité économiques selon les différents usagers de la place Émir Abdelkader. Ceci, nous a permis d'établir le tableau de bord final ci-joint :

COMMERCANTS												
Acteur	Critère 01	Critère 02	Critère 03	Critère 04	Critère 05	Critère 06	Critère 07	Critère 08	Critère 09	Critère 10	Critère 11	Critère 12
Place Emir Abdelkader	Réaménagement	Accueil des événements	Sécurité	Propreté et entretien	Parkings et stationnement	Taille et dimensions de la place	Accessibilité	Traitement et rénovation des parois	Ouverture des boutiques le soir	Variété des activités autour de la place	Dégager la vue sur la mer	Histoire de la place
	+	+	+	+	+	-	+	-	+	-	-	-
HABITANTS												
Place Emir Abdelkader	Critère 01	Critère 02	Critère 03	Critère 04	Critère 05	Critère 06	Critère 07	Critère 08	Critère 09	Critère 10	Critère 11	Critère 12
	Réaménagement	Accueil des événements	Sécurité	Propreté et entretien	Parkings et stationnement	Taille et dimensions de la place	Accessibilité	Traitement et rénovation des parois	Ouverture des boutiques le soir	Variété des activités autour de la place	Dégager la vue sur la mer	Histoire de la place
+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-
VISITEURS												
Place Emir Abdelkader	Critère 01	Critère 02	Critère 03	Critère 04	Critère 05	Critère 06	Critère 07	Critère 08	Critère 09	Critère 10	Critère 11	Critère 12
	Réaménagement	Accueil des événements	Sécurité	Propreté et entretien	Parkings et stationnement	Taille et dimensions de la place	Accessibilité	Traitement et rénovation des parois	Ouverture des boutiques le soir	Variété des activités autour de la place	Dégager la vue sur la mer	Histoire de la place
+	+	+	+	-	+	+	+	+	-	+	+	+

Tableau 22: Tableau de bord des critères d'attractivité économique de la place Émir Abdelkader.

Source : Antaur 2010

III.2.5 Orientations pour l'aménagement de la place Émir Abdelkader

Grace aux résultats obtenus et aux critères d'attractivité qui ne sont pas satisfaits, nous avons pu mettre en place une liste d'orientation qui peut nous permettre d'améliorer et de renforcer l'attractivité économique de la place Émir Abdelkader à Alger-Centre.

Nous tenons à préciser que la consultation des professionnels est importante pour toute opération d'aménagement. Il est nécessaire de s'adresser aux acteurs qualifiés et spécialisés dans le domaine tels que les urbanistes, les aménageurs... dont chacun pourrait rajouter sa touche grâce à sa spécialité, connaissance et son ancienneté. Ensuite, nous tenons compte des manques et des besoins qui empêchent que la place soit économiquement attractive. Et pour cela, nous avons mis en place une série de propositions qui peuvent éventuellement améliorer cette attractivité eu sein de la place Émir Abdelkader. Ces propositions sont classées dans le tableau ci-joint selon les trois aspects utilisé auparavant pour el classements des critères : aspect spatial, sociale et de gestion.

ASPECT	ORIENTATIONS
Spatial	Penser à l'extension de la place et à réorganiser sa circulation automobile pour supprimer l'effet rond-point et la rendre un véritable espace de séjour. Ceci, en laissant la circulation automobile du côté de la mairie et faire l'extension de la place du côté des terrasses de café.
	Assurer une accessibilité (mécanique et piétonne) facile à la place en éliminant les stationnements de part et d'autre des voies menant vers la place à travers des parkings.
	Prévoir l'extension du métro afin de dissuader les visiteurs de venir avec leurs voitures.
Social	Doter la place d'activité répondant aux besoins des usagers pour avoir une variété dans et autour de la place. Par exemple : des activités événementielles diverses, des activités de loisirs pour les jeunes telles que le sport urbain, la dance, le skate, le parkour, etc.).
	Offrir à la place des aménagements nocturnes, un jeu de lumière par exemple, qui vont certainement attirer plus de gens et renforcer l'aspect de sécurité afin d'améliorer la fréquentation de la place.
	Mettre à la disposition de l'utilisateur un véritable espace de détente et de divertissement.
	Organiser des événements économiques, culturels, artistiques ou autres qui vont permettre l'amélioration de l'attractivité économique de la place comme il se fait au niveau de la place Grande Poste par des chapiteaux.
	Assurer la sécurité dans la place ainsi que sa propreté en l'entretenant de façon régulière afin de permettre aux gens d'y rester plus longtemps.

Gestion	Préserver les façades des édifices qui entourent la place et le style de son mobilier.
	Exploiter les potentiels qu'offre la place : son emplacement, sa valeur historique et la vue qu'elle offre sur la mer.
	Créer un climat agréable au sein de la place en intégrant les éléments naturels : espaces verts et plans d'eau notamment du côté Est de la place.
	Penser à ce que les parois et le socle de la place soient en harmonie en matière de couleur, textures et matériaux si possible car l'œil de la personne s'oriente vers ce qui est harmonieux et beau.
	Utiliser des couleurs, des lumières et même des ambiances sonores adaptées ce qui va contribuer à mettre en avant les valeurs de la place qu'elles soient matérielles ou immatérielles. Par exemple : préserver la couleur blanche de la capitale.
	Diversifier les aménagements et les disposer de manière à ce qu'ils conviennent aux besoins des différents usagers de la place. Par exemple, les bancs ne doivent obligatoirement pas être orientés vers la statue, ils peuvent être orientés vers les différents équipements pour donner un caractère d'extraversion à la place. De plus, le mobilier peut être placé sur la périphérie de la place afin d'avoir son centre dégagé.
	Penser à mettre en place un élément qui informe les visiteurs de l'histoire de la place, notamment pour les personnes non voyantes.
	Prolonger les heures de travail des boutiques commerçantes (ne pas fermer à 18h) pour permettre aux gens d'occuper la place même le soir.

Tableau 23 : Orientations pour l'amélioration de l'attractivité économique de la place Émir Abdelkader.
 Source : Auteur, 2019.

Synthèse du chapitre 05

A partir des résultats obtenus de l'enquête qualitative et quantitative, nous avons pu récolter un ensemble d'informations sur la place Émir Abdelkader.

Pour avoir des avis de spécialistes, nous avons fait un entretien auprès des professionnels du domaine de l'aménagement et de l'économie. Cette méthode qualitative nous a permis de comparer l'attractivité économique de notre cas d'étude par rapport aux autres places publiques d'Alger-Centre ainsi que de déterminer les critères d'attractivité économique de point de vu professionnel.

Cette étude nous a permis de savoir que la place Émir Abdelkader n'apporte aucun bénéfice économique pour les collectivités publiques (la mairie) et qu'il existe d'autres espaces publics tels que la place Grande Poste et Parc Sofia qui sont d'un apport économique important à la

mairie d'Alger-Centre. Pour cause, la taille et les dimensions de notre cas d'étude ne permettent pas d'accueillir des événements comme dans les espaces précédemment cités. Par contre, la place apporte un bénéfice pour les commerçants. Autrement dit, il y a des acteurs qui en bénéficient.

Selon les personnes interrogées, les critères d'attractivité sont d'offrir à la place Émir Abdelkader un bon aménagement en termes de mobilier tels que les bancs publics, un nouveau revêtement de sol de qualité, intégration de la végétation... Aussi, assurer sa propreté et sa sécurité et programmer des lieux de stationnement pour diminuer le flux mécanique et favoriser la circulation piétonne autour d'elle. L'organisation des événements, des spectacles et d'autres activités d'animation est très importante.

Pour pouvoir réagir et améliorer l'attractivité économique de la place, nous nous sommes adressées aux usagers de la place en mettant en place un questionnaire constitué de questions ouvertes et fermées. Cette méthode quantitative nous a permis de s'approcher encore plus des acteurs de l'attractivité économique et de déterminer les critères de l'attractivité économique en prenant en compte les besoins et les aspirations des usagers.

La place Émir Abdelkader est un espace qui offre plusieurs possibilités d'usage (de rencontre, repos...) occupé par les deux sexes, par différents âges, par les mariés ainsi que par les célibataires qui viennent seuls ou accompagnés.

Selon les 80 personnes interrogées, l'action première qu'il faut entreprendre c'est le réaménagement de la place. Ensuite, la programmation des événements au sein de la place pour l'animer en assurant une sécurité et un entretien régulier de la place. Un parking public est nécessaire pour éliminer les stationnements sur les bordures des voies et la libération de la place pour les visiteurs qui viennent.

D'autres actions doivent être prises en considération telles que : la variété d'activités autour de la place, le rappel de l'histoire de la place, etc.

Cette enquête quantitative nous a permis de mettre en place un tableau de bord concernant les critères d'attractivité économique. Ce dernier nous a aidé à déterminer les orientations qui peuvent améliorer l'attractivité économique de la place Émir Abdelkader. Néanmoins, ces propositions peuvent être complétées dans de futures recherches en étudiant d'autres expériences tout en prenant en considération les besoins et les aspirations des usagers.

Synthèse de la deuxième partie

Par sa position sur l'une des plus grandes rues commerçantes d'Alger-Centre, l'activité économique a toujours été présente autour de la place Émir Abdelkader. Datant de l'époque coloniale, cette pratique a été renforcée par l'activité administrative ce qui faisait de la place un espace multifonctionnel renforçant la vie sociale du quartier et de la ville.

La place Émir Abdelkader raconte une longue histoire matérialisée par la grande statue de l'Émir, mais aussi par ses parois qui reflètent une richesse architecturale lui offrant un cachet et une identité qui créent chez les gens une curiosité, et qui les poussent à aller la visiter, prendre des photos...

En effet, elle est un véritable espace de repos et de rencontre qui malheureusement n'est pas mis en valeur. Ceci a fait que son usage se limite généralement au passage, mais ceci n'affecte pas sa fréquentation qui reste importante.

Des projets de réaménagement et de requalification de la place Émir Abdelkader sont programmés par le PDAU d'Alger ainsi que la mairie d'Alger-Centre pour diversifier son usage et inciter les gens à l'occuper et y rester plus longtemps.

Grâce à nos sorties faites sur terrain et à l'aide de l'entretien, qui a été fait auprès des responsables de la mairie et la responsable de l'annexe du centre national des registres de commerces à Alger-Centre, et en s'appuyant sur le questionnaire, dont 80 personnes y ont répondu ; nous avons pu collecter des informations intéressantes sur la place Émir Abdelkader.

Nous avons traité ces résultats et déterminé les critères d'attractivité économique que nous avons pu classer dans un tableau selon différents aspects spatiaux, sociaux, et de gestion. Les critères les plus cités par les personnes interrogées (usagers et responsables) sont : le mobilier urbain et la végétation, l'accueil des événements, la taille et la forme de la place, le confort (sécurité et propreté), l'ouverture des boutiques le soir ainsi que l'accessibilité et la mise en place des lieux pour le stationnement.

De l'autre côté, nous citons les critères obtenus de l'analyse des exemples dans la partie théorique dont : l'accessibilité, la sécurité et l'entretien, l'harmonisation des aménagements, forme et dimensions de la place ainsi que l'accueil des événements. En comparant les critères obtenus dans les deux parties (théorique et empirique), nous remarquons que les critères identifiés sont similaires. Ceci nous permet donc de dire que les gens sont conscients de ce qu'il faut faire et entreprendre pour rendre la place Émir Abdelkader économiquement plus attractive.

La classification des critères obtenus de nos sorties sur terrain, nous a permis de mettre en place un tableau de bord et définir les orientations qui vont permettre d'améliorer l'attractivité économique de la place Émir Abdelkader. Tout d'abord, il est nécessaire que la place reçoive un réaménagement en termes de mobilier tels que les bancs publics, et l'intégration de la végétation, mais aussi de la rendre plus spacieuse afin d'offrir plus d'espace pour l'assise accueillant différents usages. Il est également nécessaire de donner plus d'importance à la propreté de la place et à sa sécurité. Ainsi, prévoir des parkings et aires pour le stationnement et éliminer l'effet rond-point autour de la place pour diminuer le trafic automobile et avoir une fluidité de déplacement mécanique et celui piéton.

L'environnement de la place et son cachet historique sont très importants. Pour cela, il faut mettre en avant ces richesses en dégagant les vues et les perspectives depuis et vers la place Émir Abdelkader ainsi que de lui offrir une variété d'activités : restauration, repos, détente, événements..., et qui vont faire que les gens viennent pour passer plus de temps dans la place qu'à ses alentours (ne pas venir juste pour faire des achats dans les commerces existants et repartir).

IV. CONCLUSION GENERALE

La ville est une composition complexe que les espaces bâtis seuls ne peuvent garantir. Pour cela, les espaces non-bâtis, dont les espaces publics, viennent s'associer à cette première composante (le bâti) afin de nous offrir une image complète, mais aussi singulière de la ville.

Cette image de la ville complexe reflète son identité matérielle et immatérielle dont les espaces publics constituent des espaces sociaux, culturels, des espaces d'articulation, et d'accueil des différentes pratiques économiques. Ils sont donc des espaces de vie considérés comme communs et accessibles à tous.

La ville est composée d'une multitude d'espaces publics. Parmi ces espaces, nous nous sommes intéressées à la place publique qui depuis l'antiquité étaient le lieu des différentes pratiques économiques et surtout commerciales. Elle est un espace réfléchi qui prend place généralement au point de convergence des plus importantes voies de la ville. Ces dernières attirent un grand nombre de personnes qu'ils soient habitants ou visiteurs de la ville. La place est un espace protégé, souvent bordé de constructions.

Avec le temps et tout au long de l'histoire, la place publique a connu plusieurs changements et a joué différents rôles qui ont fait qu'elle a pu recevoir différentes catégories d'usagers. Ceci n'empêche pas qu'elle soit toujours un élément structurant de la composition urbaine de la ville.

En revenant un pas en arrière dans l'histoire, nous pouvons suivre l'évolution de la pratique économique dans les places publiques. Commenant par l'agora grecque qui avait la fonction d'un marché et des échanges commerciaux ainsi qu'un point de rencontre politique et religieux. Le forum romain était un 'lieu public' destiné aux réunions, aux rencontres politiques, économiques et religieuses. Les rez-de-chaussée de tous les bâtiments qui entouraient le forum romain avaient comme vocation l'activité commerciale. Le parvis de la ville médiévale, représentait la place civique de l'hôtel de la ville, la place religieuse de la cathédrale et la place du marché tandis que la place de la renaissance était la place où se déroulait la vie quotidienne des habitants, c'était là que se pratiquait les activités de loisirs, des fêtes ... Pour les arabes maghrébins et les musulmans, la place publique constituait un lieu de contact, d'échange et de vente. Avec la révolution industrielle, la place publique a perdu son caractère et son cachet économique et commercial où durant la période moderne et contemporaine l'activité commerciale était accueillie désormais dans des bâtiments et équipements fermés. Ceci a fait de la place publique un espace abandonné ayant comme fonction le stationnement qui a influé d'une façon directe sur sa fréquentation et son attractivité économique surtout.

De nos jours et grâce aux efforts fournis par les professionnels dans le domaine (urbanistes, aménageurs...), la place publique commence à retrouver sa valeur dans la ville comme l'était auparavant. Ceci par la réflexion et l'aménagement (placemaking) qu'on a mis en place pour assurer le fonctionnement de tels espaces ainsi qu'aux événements qui s'y déroulent et les activités commerciales qui s'y pratiquent.

Ces activités et pratiques économiques font l'objet d'une ressource qui assure le développement et la durabilité d'une ville. Pour cela, rendre une ville économiquement attractive est un enjeu pour lequel toutes les villes du monde sont rentrées en concurrence. Ceci se concrétise par le biais de la compétitivité qui à présent intègre les places publiques pour leurs valeurs conviviale, identitaire et économique qu'elles apportent à la ville.

L'analyse des différents exemples de places publiques a confirmé ces valeurs et ces intérêts et nous a permis donc de définir les critères majeurs qui font qu'une place publique peut être économiquement attractive à savoir : la bonne accessibilité, les bons aménagements et le confort que doit offrir la place (sécurité et propreté), l'histoire, l'accueil des différents événements ...

Alger-Centre fait partie de ces villes compétitives qui veulent s'imposer en diffusant et présentant une image de qualité surtout avec sa préparation pour devenir une ville-monde à l'horizon 2030. Elle est une ville composée d'un nombre important de places publiques qui résultent de l'urbanisme colonial. Parmi ces places, nous avons mis l'accent sur la place Émir Abdelkader qui fait partie du patrimoine et appartient à l'identité de la ville grâce à sa situation stratégique et à son histoire et au récit qu'elle raconte. Pour cela, réaménager et requalifier cette place va la mettre plus en valeur et améliorer fortement sa fréquentation et son attractivité qui vont permettre de développer ses potentialités touristiques et économiques importantes.

Dans cette démarche, le PDAU d'Alger, dans le cadre de la métropolisation de la ville d'Alger, a prévu un projet de requalification de la place Émir Abdelkader. Aussi, la mairie d'Alger-Centre a mis en place un projet de réaménagement de la place en essayant de répondre aux problèmes qu'elle présente.

Dans ce présent travail, nous avons posé la problématique de l'attractivité économique de la place Émir Abdelkader pour la compétitivité de la ville d'Alger-Centre. Pour approfondir notre recherche encore plus, nous nous sommes rapprochés des professionnels connaisseurs de cet espace qu'ils soient du domaine de l'urbanisme (les responsables de la mairie d'Alger-Centre) et du domaine économique (responsable de l'annexe du centre national des registres de commerce) ainsi que des usagers et occupants de la place (habitants, visiteurs et commerçants) de la place Émir Abdelkader qui eux pouvaient révéler les points forts et faibles de cette place.

A travers cela, nous voudrions atteindre l'objectif souligné qui est celui de proposer des orientations pour un aménagement adéquat de la place Émir Abdelkader dans le but d'améliorer son attractivité économique, mais avant d'y arriver, il a fallu définir les critères d'attractivité économique de cette place qui nous ont permis d'élaborer par la suite le tableau de bord.

A l'aide de l'entretien et du questionnaire que nous avons mis en place, nous avons pu comprendre que la place Émir Abdelkader présente un potentiel important grâce à sa situation sur l'une des plus grandes rues commerçantes d'Alger-Centre à savoir la rue Ben M'Hidi (ex : rue d'Isly), son caractère historique et la richesse des parois qui la constituent, les activités commerciales et administratives autour d'elle qui permettent d'attirer un très grand nombre de personnes. En revanche, elle présente des manques qui rendent son usage souvent limité au passage et à la transition. Ceci influe négativement sur sa fréquentation. Parmi ces manques nous citons : le manque de mobilier urbain (bancs publics par exemple), la propreté et l'entretien, etc.

Pour cette raison et grâce à notre recherche, nous avons pu mettre en avant des orientations pour une opération de réaménagement de la place Émir Abdelkader, en remettant en cause la forme et la taille de la place, sa fonction et les activités qu'elle accueille (événements...), l'association de plusieurs composantes (végétale, minérale...), son accessibilité et la qualité des activités qui l'entourent peuvent améliorer sa fréquentation et son attractivité économique surtout.

Enfin et par ce modeste travail de recherche, nous avons pu confirmer que la place publique influe sur l'attractivité économique de la ville, dont l'aménagement réfléchi et concerté ne fait qu'améliorer la fréquentation de la place et par conséquent celle de la ville.

V. BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages :

1. ANGERS Maville, « Initiation pratique à la méthodologie des recherches. Casbah université », 1997.
2. BARREIRO Fernando, « Améliorer l'usage des espaces publics dans les villes européennes », Grenoble, Avril 2015.
3. BASSAND Michel et JOYE Dominique, « Vivre et créer l'espace public », Lausanne, 2001.
4. BENNET Daniel, « La valeur économique des espaces publics et des parcs », 2016.
5. BERTRAND Michel-Jean et LISTOWSKI Hiéronim, « Les places dans la ville », Paris, 1984.
6. BLANCHET Alain et GOTMAN Anne, « L'entretien : L'enquête et ses méthodes », Paris, 2010.
7. BOURDEAU-LEPAGE Lise, « Attractivité et compétitivité des territoires : Théories & pratiques », Avril 2015.
8. BROT Jean, « ATTRACTIVITE, GOUVERNANCE ET DEVELOPPEMENT », Luxembourg, 2010.
9. COMBESSIE Jean-Claude, « La méthode en sociologie », 2010.
10. CORDEIRO Paula, « La Grand-Place de Bruxelles, patrimoine Unesco », Volume 1, 2012.
11. DACHEUX Eric, « Les trois dimensions de l'espace public », 2008, pp.10-27.
12. DE KERVILER Isabelle, « La Compétitivité : enjeu d'un nouveau modèle de développement », Octobre 2011.
13. DE SABLET Michel, « Des espaces urbains agréables à vivre, places rues squares et jardins », 2008.
14. FLEURY Antoine, « Tourisme et espaces publics : de l'attractivité à la qualité d'accueil », Paris, 2013.
15. FLORIS Bernard, « Espace public et sphère économique », Grenoble, 2003, pp.129-136.
16. GERARDIN Hubert et POIROT Jacques, « L'attractivité des territoires : un concept multidimensionnel », 2010.
17. GRAVARI-BARBAS Maria et FAGNONI Edith, « Métropolisation et tourisme, Comment le tourisme redessine Paris, Belin ? », Paris, 2013, pp.35-46.
18. KNOEPFEL Peter et MÜNSTER Marc, « Guide des outils d'évaluation de projets selon le développement durable », 2004.
19. LEVY Bertrand, « La place urbaine en Europe comme lieu idéal », Paris, 2008, pp.65-85.
20. PAQUOT Thierry, « L'espace public. La découverte », Paris, 2009.
21. SABLET Michel, « Des espaces urbains agréables à vivre : places, rues, squares et jardins », Paris, 1988
22. SELMER Caroline, « Concevoir le tableau de bord - 4e éd. - Méthodologie, outils et exemples visuels Broché », octobre 2015.
23. SINKIENE Jolita et KROMALCAS Saulius, « Concept, Directions and Practice of City Attractiveness Improvement », Kaunas, 2010.
24. SINKIENE Jolita, « City competitiveness concept, Factors, Model », 2010.
25. THIARD Philippe, « Attractivité et compétitivité : offre territoriale, approches marketing et retombées », 2009.

26. VAN CAMPENHOUDT Luc et QUIVY Raymond, « Manuel de recherche en sciences sociales », 4^{ème} édition, 2011.
27. VILATTE Jean-Christophe, « Méthodologie de l'enquête par questionnaire », 2007.

Mémoires et thèses :

1. ABAUZIT-GOSSEZ Marion, « Attractivité et projets urbains clés : standardisation ou territorialisation des espaces urbains ? », mémoire de Fin d'étude, université de Berlin, Novembre 2012.
2. BEDOUHENE Adel, BELLAHMER Sidali et BOUBAKEUR Mohamed, « L'attractivité des places publiques et le tourisme urbain. Cas des deux places publiques à Bejaia », mémoire de 2^{ème} année Master, université de Bejaia, 2016.
3. BOUALLAG-AZOUÏ Ouafida, « Outils d'évaluation de l'attractivité urbaine des sites potentiels de pôles de compétitivité – Application sur la commune de Bab Ezzouar », mémoire de Magister, EPAU, 2009.
4. CHERFAOUI Dounia, « L'attractivité urbaine par l'accueil de l'événementiel sur les places publiques – Cas d'Alger », mémoire de Magister, EPAU, 2010.
5. DACHEUX Eric, « Les trois dimensions de l'espace public », Rapport de recherche, 2008.
6. DE ROTEN Nicolas, « L'aménagement des espaces publics : l'exemple de la place de la Planta à Sion », mémoire de Licence, université de Lausanne, Octobre 1999.
7. GUERITLI Yasmine, « vers la requalification des places publiques ? Cas de la place de l'Émir Abd El Kader d'Alger centre », Mémoire de master, EPAU, 2013.
8. KETTAÏ Fadila, « La fabrique des espaces publics : conceptions, formes et usages des places d'Oran (Algérie) », thèse de Doctorat, Université Paul Valéry - Montpellier III, Décembre 2013.
9. MALLEK Malika, « Les écolabels au service de l'attractivité de la ville nouvelle de Boughezoul », mémoire de Magister, EPAU, 2013.
10. MENGUE-OYONO Marius-Trésor, « Attractivité territoriale et stratégies de localisation des entreprises industrielles dans les collectivités territoriales de la région du centre au Cameroun », mémoire de 2^{ème} année Master 2, Université de Yaoundé 2, 2015.
11. MOKHEFI Sidali, MOUGARI Said et SMATI Khaled, « L'attractivité urbaine et les espaces publics dans l'ère de la compétitivité », mémoire de 2^{ème} année Master, université de Bejaia, 2017.
12. OX Katia, « La conception d'une place publique : une question de genre ? », Mémoire de fin d'étude, université de Tours, 2010.
13. TEVAN DERRIEN Spar, « La place publique comme antre de l'instantanéité influencée par son contexte : étude de cas multiple à Paris et à Rome », mémoire présenté comme exigence partielle de la maîtrise en études urbaines, université de Montréal, Novembre 2016.
14. VLES Vincent, BERDOULAY Vincent et CLARIMONT Sylvie, « Espaces publics et mise en scène de la ville touristique », Rapport final de la recherche, pays de l'Adour, Octobre 2005.
15. ZEMOUR Soraya, « Requalification participative de la place de l'Émir Abdelkader / Méthode de Suivi et Evaluation Participatifs », mémoire de Master, EPAU, 2016.

Articles et publications :

1. ADEUS, « Espaces publics, à la recherche d'indicateurs pour les documents cadre de planification », revue 'LES NOTES DE L'ADEUS' N°164, Novembre 2015.
2. ANANIADOU-TZIMOPOULOU Maria, YEROLYMPPOS Alexandra et VITOPOULOU Athéna, « L'espace public et le rôle de la place dans la ville grecque moderne. Évolution historique et enjeux contemporain », revue 'Cahiers Pierre Belon' N°14, 2007, pp.27-52
3. BEKKOUCHE Ammara, « Cinquantenaire : Les projets qui transforment Alger », revue 'Vies de villes, Architecture, urbanisme et société Hors-Série' N° 3, juillet 2012.
4. BELATTAF Matouk, MOULOU Abdenour et BELATTAF Sylia, « De La Compétitivité Des Pays : Cas De l'Algérie A Travers Les IDE », publié dans 'Global Journal of Management and Business Research' (B), Economics and Commerce. Volume 14. Issue 1. Version 1.0, Etats Unis, 2014.
5. BEREZOWSKA-AZZAG Ewa, « L'attractivité urbaine, un préalable à la compétitivité », revue 'Vie de Villes' N°HS01, Février 2007.
6. BISCHOFF Justin, « Attractivité économique : les zones d'emploi du sud et du nord de la Lorraine complémentaire » Publication N° 322 'INSEE : Institut nationale de la statistique et des études économiques', Octobre 2013.
7. BLAIS Jean-Paul et INGALLINA Patrizia, « L'attractivité des territoires : regards croisés », revue 'Actes des séminaires', février-juillet, Paris, 2007, pp.47-48.
8. Centre Permanent pour la Citoyenneté et la Participation de la ville de Bruxelles, « L'espace public en ville », collection 'Au quotidien', Bruxelles, Avril 2016.
9. CŒURE Benoît et RABAUD Isabelle, « Attractivité de la France : analyse, perception et mesure », revue 'ÉCONOMIE ET STATISTIQUE' N°363-364-365, 2003, pp.97-127.
10. COLLOMB Gérard, « Attractivité durable, environnement, économie, innovation : un vocabulaire commun pour une vision partagée de l'avenir de l'agglomération lyonnaise », revue 'Les mots du Scot', Lyon, 2008.
11. CUSIN François et DAMON Julien, « L'attractivité des villes : définitions, enjeux et mesures », revue 'futuribles' N°363, Paris, juin 2010.
12. CUSIN François et DAMON Julien, « Les villes face aux défis de l'attractivité. Classements, enjeux et stratégies urbaines », revue 'Futuribles' N° 367, Paris, Octobre 2010, pp.25-46.
13. DACHEUX Éric, « Un nouveau regard sur l'espace public et la crise démocratique », revue 'Hermès, La Revue' N° 36, Février 2003, pp.195-204.
14. DARGAHI MALELLOU Esmail, BAUELLE Guy et OUALLE Anne, « Les théories de l'espace public urbain », revue 'ESO' N°34, Rennes, Décembre 2012.
15. DEMAZIERE Christophe, « Compétitivité et attractivité : « même combat » au niveau national et local ? », presse 'Universitaires de Caen', 2008, pp.113-117.
16. DOUGLAS Clement, « Théories économiques de la ville », revue 'L'économie politique' N° 27, Mars 2005, pp.82-97.
17. FAINSTEIN Susan, GLADSTONE David et BALOGUN Françoise. « Évaluation du tourisme urbain », revue 'Les Annales de la recherche urbaine' N°97, 2004, pp.127-135

18. FLORIS Bernard, « Espace public et sphère économique », revue 'Hermès, La Revue' N°36, Février 2003, pp.127-136.
19. FREROT Olivier, « Attractivité résidentielle : désirs et choix d'habiter l'agglomération lyonnaise », Publication N°9 'Agence d'urbanisme pour le développement de l'agglomération lyonnaise', Lyon, Avril 2012.
20. FRIBOULET Jean-Jacques, « La construction de l'attractivité : une analyse en termes de capacité », revue 'Mondes en développement' N°149, Janvier 2010, pp.11-26.
21. GIBOUT Christophe, « L'espace public comme lieu de transactions sociales. Une lecture à partir des pratiques de loisirs urbains », revue 'Pensée plurielle' N° 20, Janvier 2009, pp.153-165.
22. GRIGOROVSKI Andrea, « Le caractère des places publiques en Roumanie contemporaine - le cas de la ville de Iasi », 'Urbanism. Arhitectură. Construcții'. Vol. 3. Nr. 1, 2012.
23. GROUTHIER Jean-Philippe, « Une attractivité économique contrastée entre territoires de Midi-Pyrénées », revue '6pages de l'Insee' N°152, Juin 2013.
24. HADJI Lydia, « Méthode d'évaluation de la qualité des espaces publics dans un projet d'aménagement durable à Alger », revue 'Revue d'Économie Régionale & Urbaine', Décembre 2012, pp. 857-874.
25. HERVE Alexandre, CUSIN François et JUILLARD Claire, « L'attractivité résidentielle des agglomérations françaises », revue 'Observateur de l'immobilier', 2010, pp.03-66.
26. HIGOUNET Charles, « La place dans les villes neuves de l'Italie médiévale », publié dans le 'Journal des savants', 1989, pp.217-239.
27. KAUCHE Imane et BOUSSOUALIM Aïcha, « À la recherche des qualités du vécu des espaces publics ; cas des places publiques en Algérie », revue 'Courrier du Savoir' N°20, Décembre 2015.
28. LABOSSE Laurence, « Territoires rhônalpins : un équilibre à trouver entre attractivité métropolitaine, résidentielle et touristique », revue 'la lettre-Analyses' N°XXX, février 2011.
29. LIPTON Stuart, « The Value of Public Space, How high quality parks and public spaces create economic, social and environmental value? », revue 'Cabe Space', New York, Mai 2003.
30. MENAGE Pierre, « Comprendre la compétitivité territoriale : différences avec l'attractivité territoriale et rôle des réseaux d'acteurs », publié dans 'Développement des territoires / économie', France, Mars 2014.
31. MEYRONIN Benoît, « Marketing territorial : Enjeux et pratiques », revue 'Vuibert' 3^{ème} Edition, 2015.
32. MONNET Jérôme, « Ville et loisirs : les usages de l'espace public », revue 'Historiens & Géographes' N°419, Paris, juillet-août 2012, pp.201-213.
33. NAVEZ-BOUCHANINE Françoise, « De l'espace public occidental aux espaces publics non occidentaux » revue 'Villes en parallèle' N°3234, Décembre 2001, pp.120-134.
34. POIROT Jacques et GERARDIN Hubert, « L'attractivité des territoires : un concept multidimensionnel », revue 'Mondes en développement' N° 149, Janvier 2010, pp.27-41.
35. Project for Public Spaces, « PLACEMAKING, What if we built our cities around places? », 2018.
36. SIDI BOUMEDINE Rachid, « Alger, la complexité d'une métropole », presse 'Cahiers de la méditerranée' N°3865, 2002, pp.235-248.

37. SINKIENE Jolita et KROMALCAS Saulius, « Concept, Directions and Practice of City Attractiveness Improvement », revue 'PUBLIC POLICY AND ADMINISTRATION' N°31, 2010, pp.147-154.
38. SINKIENE Jolita, « City Competitiveness: Concept, Factors, Model », revue 'PUBLIC POLICY AND ADMINISTRATION' N°18, 2008, pp.01-12.
39. THIARD Philippe, « Attractivité et compétitivité : offre territoriale, approches marketing et retombées », revue 'Ville au carré' N° 4, Janvier 2009.
40. VIGNOLLES Benjamin, « Petite introduction à l'économie urbaine », revue 'Regards croisés sur l'économie' N°9, Janvier 2011, pp.159-161.
41. VLES Vincent et SYLVIE Clarimont, « Espaces publics touristiques urbains et développement durable : principes d'aménagement, usages et tensions / Une analyse à partir du cas de Barcelone (Espagne) », revue 'Urbia : Les Cahiers du développement urbain durable' N°10, Juin 2010, pp.11-28.

Séminaires et congrès :

1. ADEUS, « Les espaces publics sont-ils adaptés aux grands enjeux de société ? », Strasbourg, Décembre 2014.
2. CHANOUX Maëva et SERVAL Sarah, « Etat des lieux et perspectives du marketing urbain », Paris, Novembre 2016.
3. GARRABÉ Michel, « L'espace public dans la ville Méditerranéenne », Montpellier, Mars 1996.
4. KNAFOU Rémy, « TOURISME URBAIN, TOURISME EN VILLE », journée d'étude à Toulouse, 4 décembre 2013.
5. LE ROY Anne et OTTAVIANI Fiona, « Développer de nouveaux indicateurs de richesse afin de repenser l'attractivité territoriale ? », Colloque interdisciplinaire Aménagement - Économie - Droit - Géographie - Sociologie - Statistiques, Université de Metz, France, Juin 2011.
6. MAXANTONI Robert, « LA PLACE PUBLIQUE », Paris, Avril 2006.
7. NEVEU-CHERAMY Ludivine, « Attractivité et compétitivité économiques », INSEE, Juin 2014.
8. ORTIZ Laure, « L'espace public : un espace pour l'expression artistique et citoyenne ? », université Buissonnière des Arts de la rue – 7^{ème} édition, La Rochelle 25-26 janvier 2017.

Projets :

1. ADEUS, « Les espaces publics sont-ils adaptés aux grands enjeux de société ? », Projet N° 1.2.2.7, Décembre 2014.
2. Atelier d'architecture Cousin-Dobignard, « Aménagement de la place du village azereix, hautes-pyrenées », 2008.
3. Mairie de Paris, « Projet d'aménagement de la place de de la république », 2007.
4. Plan d'urbanisme de Montréal, « Esquisse et concept d'aménagement pour la place publique à l'intersection de l'avenue de l'Esplanade et de la rue Chabanel », Avril 2014.
5. Mairie et service urbanisme de la Ville de Lyon, « Aménagement de la Place des Tapis », Lyon 4^{ème}, Avril 2011.

VI. LISTE DES FIGURES

Figure 1: Leviers et résultats de l'attractivité économique.....	27
Figure 2: Les fonctions majeures des espaces publics.	30
Figure 3: L'espace public comme un lieu d'expression.....	32
Figure 4: Espace public lieu de mixité sociale.....	31
Figure 5: Jardin public Saint Seurin, Bordeaux,France.....	33
Figure 6: Square Drchester, Montréal, Canada.....	32
Figure 7: l'Avenue des Champs-Élysées, Paris, France.....	34
Figure 8: Rue de Vaugirard, Paris, France.....	33
Figure 9: Air de stationnement, Montréal, Canada.	35
Figure 10: Le trottoir de la rue King Kitchener, Ontario, Canada	34
Figure 11: Les quatre piliers pour le bon développement des places publiques.....	35
Figure 12: Agora d'Assos, Ve S, av. J-C.....	36
Figure 13: Rome, les forums impériaux aux IIe - Ve siècles.....	37
Figure 14: Les tabernae donnant sur la voie publique.....	39
Figure 15: Le Thermopolium.	38
Figure 16: Localisation des places dans les villes médiévales.....	40
Figure 17: La place de capitole, Rome.	39
Figure 18: La place Charles de Gaulle, place de l'Etoile, Paris.....	41
Figure 19: Vue sur la place des Trois Pouvoirs, Brasilia.	42
Figure 20: Emplacement de la Grand-Place au cœur de la ville.	51
Figure 21: Zone de protection dénommée "zone tampon".	50
Figure 22: Vue aérienne sur la Grand-Place, Bruxelles.	51
Figure 23: L'accessibilité à la Grand-Place.	52
Figure 24: Carte de la triangulation.....	51
Figure 25: Le tapis de fleurs (77x24m) du 15-05- 2018.....	53
Figure 26: L'ambiance de la Grand-Place le soir.....	52
Figure 27: Situation de la place de la République au cœur de Paris.	55
Figure 28: Situation de la place à la jonction de six grands axes.....	54
Figure 29: Vue aérienne de l'ancienne place.	56
Figure 30: Vue aérienne sur la nouvelle place.	55
Figure 31: Le traitement du sol de la place publique.	57
Figure 32: La place comme lieu d'échange et de de rencontre Avec le mobilier d'assise.	57
Figure 33: La composition avec les composantes de la nature (Eau et verdure).	57
Figure 34: Aménagement offrant la possibilité de jouer dans la place.....	56
Figure 35: Les commerces situés autour de la place de république.	57
Figure 36: Les commerces intégrés au niveau de la place de république.....	58
Figure 37: La place comme une aire de jeux pour les enfants.....	57
Figure 38: Manifestation anti-CPE qui a pu rassembler le plus grand nombre de personnes en 2006.	59
Figure 39: Concert de la fête de la musique en 2015.	58
Figure 40: Situation de la place de Catalogne.....	61
Figure 41: Situation de la place au carrefour des neuf rues.....	60
Figure 42: Vue sur la place de Catalogne.....	60
Figure 43: Animation des fontaines jumelles la nuit.....	61
Figure 44: Le monument Francesc Macià.	62

Figure 45: La sculpture Déesse qui trône au milieu d'un plan d'eau sur l'une des extrémités de la place de Catalogne.....	61
Figure 46: Manifestation qui a rassemblé environ 65 000 personnes en faveur de l'unité du pays menacée par la crise catalane en 2017.....	62
Figure 47: Les pigeons présents dans la place offrent un autre moyen d'attraction.	62
Figure 48: Station de motos à côté de la place catalogne et donnant sur une rue commerçante..	64
Figure 49: Bouche de métro en dessous la place.	63
Figure 50: Emplacement de la place Grande Poste au carrefour des rues commerçantes et les façades constituant ses parois.	65
Figure 51: Vue sur la mer et sur le port depuis la place Grande Poste.....	65
Figure 52: Situation de la place par rapport à Alger centre.	67
Figure 53: La position de la place par rapport à la grande poste, le port et l'arrêt du métro 'Tafourah'	66
Figure 54: Ouverture de la place sur les terrasses entourant la Grande Poste.	66
Figure 55: La partie supérieure de la place de la Grande Poste.....	66
Figure 56: La partie inférieure de la place de la place de la Grande Poste.	66
Figure 57: La paroi Ouest de la place dont le RDC est destiné aux commerces.	67
Figure 58: La paroi Est de la place dont le RDC est destiné aux commerces.....	67
Figure 59: Aménagement de la place avec des bancs permettant aux usagers de s'asseoir et y rester.	68
Figure 60: Association « végétation / eau place » offrant la fraîcheur pour la place.	67
Figure 61: Le festival panafricain 2009.....	68
Figure 62: Le spectacle de musique organisé par par l'association « Barkana Mel 3onf » en 2014.	68
Figure 63: Présence des petits commerces dans la place.....	69
Figure 64: Profiter du flux de la place publique et mettre en place un panneau publicitaire.	68
Figure 65: Situation de la place Gueydon sur la Bai de Bejaia.....	71
Figure 66: Situation de la place Gueydon pas loin du port, de la gare ferroviaire et de la Casbah.	70
Figure 67: L'immeuble de la banque construit en 1920.	71
Figure 68: L'immeuble de l'hôtel contenant un café.	70
Figure 69: La place servant d'un espace café.	72
Figure 70: La place comme espace de repos et de détente.	71
Figure 71: Exemple d'un tableau de bord organisé selon les sections d'indicateurs.....	83
Figure 72: Exemple d'un tableau de bord dont les indicateurs sont classés de façon hiérarchique.	84
Figure 73: Exemple d'un tableau de bord organisé en fonction de la relation entre les différents indicateurs.....	84
Figure 74: Situation de la place Émir Abdelkader par rapport à Alger-Centre.	93
Figure 75: Situation de la place Émir Abdelkader à l'intersection des deux rues Ben M'hidi et Haouas.	92
Figure 76: Positionnement de la place Émir Abdelkader par rapport aux autres places d'Alger-Centre ainsi qu'à la baie d'Alger.	93
Figure 77: La place Émir Abdelkader par rapport à la rue Tanger.....	92
Figure 78: Vue sur la rue Tanger.....	92
Figure 79: La place d'Isly en 1870.....	95

Figure 80: Place d'Isly en 1900.	94
Figure 81: Les magasins du Bon Marché.	95
Figure 82: la place depuis le café d'à coté.	94
Figure 83: La place d'Isly en 1927.	96
Figure 84: Vue sur la rue d'Isly 1929.	95
Figure 85: La place d'Isly en 1930.	96
Figure 86: L'extension des magasins Bon marché 1931.	95
Figure 87: Les galeries de France.	96
Figure 88: Le casino musique-Hall sur la rue d'Isly.	96
Figure 89: Place Émir Abdelkader en 1968.	97
Figure 92: Place Émir Abdelkader actuellement, 2018.	97
Figure 91: La place Émir Abdelkader vue d'en haut.	97
Figure 92: La géométrie de la place Émir Abdelkader.	98
Figure 93: La statue interrompe la continuité de la perspective sur la rue Ben M'hidi.	98
Figure 94: Trafic automobile important autour de la place (notamment à l'heure de pointe : Midi et 16h).	98
Figure 95: Le Milk Bar en face la place Émir Abdelkader.	99
Figure 96: Librairie Tiers Monde à coté de la place Émir Abdelkader.	99
Figure 97: Dal's Burger et les différents commerces en face la place Émir Abdelkader.	99
Figure 98: Les différents commerces sur la rue Larbi Ben M'hidi.	99
Figure 99: Des vieilles femmes assises à côté de la mairie d'Alger-Centre et travaillent dans le commerce de l'or.	100
Figure 100: Vente des bijoux traditionnels sur la rue Ben M'hidi.	99
Figure 101: Les différentes activités administratives autour de la place Émir Abdelkader.	99
Figure 102: Traitement d'angle des bâtiments donnant sur la place depuis la rue Larbi Ben M'hidi.	102
Figure 103: Organisation tripartite des parois de la place.	101
Figure 104: Perspective sur La Grande Poste.	102
Figure 105: L'aboutissement de la perspective.	102
Figure 106: Perspective fermée sur la mer.	103
Figure 107: Perspective sur l'escalier urbain.	102
Figure 108: Béton à l'état.	103
Figure 109: Pavé béton.	103
Figure 110: Carreaux de marbre.	103
Figure 111: Plaques de marbre.	102
Figure 112: Manque de bancs publics au niveau de la place Émir Abdelkader.	103
Figure 113: Les lampadaires existants au niveau de la place Émir Abdelkader.	104
Figure 112: Lest luminaires publics placés dans la place Émir Abdelkader.	104
Figure 114: La seule corbeille existante dans la place Émir Abdelkader.	103
Figure 115: Les espaces verts entourant la place Émir Abdelkader.	104
Figure 116: La place entourée de quelques arbres et palmiers.	104
Figure 117: Déplacement de la statue afin d'offrir une continuité à la rue Larbi Ben M'hidi.	108
Figure 118: Continuité de la rue Larbi Ben M'hidi et piétonisation de la rue Haouas.	107
Figure 119: Perspective continue sur la rue Larbi Ben M'hidi.	108
Figure 120: La place sous l'ombre.	108

<u>Figure 121:</u> Vue d'ensemble sur le nouvel aménagement.	109
<u>Figure 122:</u> Le nouvel aménagement de la place.	108
<u>Figure 123:</u> Les fontaines lumineuses de la place.	109
<u>Figure 124:</u> Graphe représentant la fréquentation de la place Émir Abdelkader par différentes classifications.	115
<u>Figure 125:</u> Graphe représentant les différents acteurs ayant répondu au questionnaire.	116

VII. LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Les indicateurs du classement de l'Algérie dans la compétitivité économique mondiale.	23
Tableau 2 : Tableau récapitulatif des critères d'attractivité économique.....	73
Tableau 3 : Liste des différents services se trouvant dans le rayon de 300 Mètres autour de la place Émir Abdelkader.	106
Tableau 4 : Tableau de bord présentant les acteurs ayant répondu à notre questionnaire.	114
Tableau 5 : Fréquentation de la place Émir Abdelkader.....	116
Tableau 6 : L'accompagnement lors de la fréquentation de la place Émir Abdelkader.	117
Tableau 7 : L'aspect émotionnel de l'utilisateur de la place Émir Abdelkader.....	117
Tableau 8 : La cause du gêne ressentie au sein de la place Émir Abdelkader.....	117
Tableau 9 : Les activités pratiquées au sein de la place Émir Abdelkader.....	117
Tableau 10 : Les motivations qui poussent les gens à occuper la place Émir Abdelkader.	117
Tableau 11 : Les éléments attractifs de la place Émir Abdelkader.....	118
Tableau 12 : Le pourcentage des personnes auxquels la place apporte un bénéfice.	119
Tableau 13 : Répartition des avis sur la place Émir Abdelkader selon les acteurs.....	119
Tableau 14 : L'apport de la place pour chaque acteur de l'attractivité économique.	119
Tableau 15 : L'attractivité ou pas de la place Émir Abdelkader.	119
Tableau 16 : Les éléments qui participent ou pas dans l'attractivité de la place.....	120
Tableau 17 : La place Émir Abdelkader comme espace idéal ou pas pour capter le flux humain.	120
Tableau 18 : Les critères de l'attractivité économique obtenus par l'application du questionnaire.	121
Tableau 19 : Les critères de l'attractivité économique selon les différents acteurs.....	122
Tableau 20 : Accueil ou non des événements et activités au sein de la place Émir Abdelkader.	123
Tableau 21 : Tableau récapitulatif des critères de l'attractivité économique.	125
Tableau 22 : Tableau de bord des critères d'attractivité économique de la place Émir Abdelkader.....	126
Tableau 23 : Orientations pour l'amélioration de l'attractivité économique de la place Émir Abdelkader.....	124

VIII. ANNEXES

République Algérienne Démocratique et Populaire

Ecole polytechnique d'architecture et d'urbanisme
Laboratoire Ville, Urbanisme et Développement Durable - VUDD -

Domaine : ARCHITECTURE, URBANISME ET DEVELOPPEMENT DURABLE

ENTRETIEN

Place : Émir Abdelkader / Alger-Centre

Rayon d'influence : 300 mètres

Mr. /Mme. Responsable. Date

Qst. 01 : Pensez-vous qu'une place publique peut participer au développement économique de la ville ?

Qst. 02 : A votre avis, la place publique peut-t-elle être l'espace adéquat pour capter le flux y compris celui du domaine économique ?

Qst. 03 : La place Émir Abdelkader a-t-elle un bénéfice économique pour la mairie ?

Qst. 04 : Considérez-vous cette place comme étant un espace attractif ?

Qst. 05 : D'après vous, comment et par quel moyen peut une place devenir rentable et attractive ?

Qst. 06 : Si nous prenons la place de la Grande poste, apporte-t-elle un bénéfice grâce aux événements qu'elle accueille ?

Qst. 07 : La place Émir est-t-elle capable d'accueillir de tels événements ?

Qst. 08 : Pensez-vous que la situation, l'histoire et le caractère architectural de la place Émir Abdelkader influent sur sa fréquentation ?

Qst. 09 : D'après-vous, quels types d'aménagements devraient avoir la place Émir Abdelkader pour qu'elle soit plus attractive ?

Qst. 10 : D'après-vous quelle place d'Alger est économiquement plus attractive et pourquoi ?

-Merci pour vos réponses-

République Algérienne Démocratique et Populaire

Ecole polytechnique d'architecture et d'urbanisme
 Laboratoire Ville, Urbanisme et Développement Durable - VUDD -

Domaine : ARCHITECTURE, URBANISME ET DEVELOPPEMENT DURABLE**QUESTIONNAIRE****Place** : Émir Abdelkader / Alger-Centre**Rayon d'influence** : 300 mètres

Les questions ci-dessous comptent pour accomplir une recherche portée sur « **l'attractivité économique de la place Émir Abdelkader pour la compétitivité de la ville d'Alger Centre** ».

IDENTIFICATION DE LA PERSONNE

- **Sexe** : Masculin Féminin
- **Age** :
 Moins de 20 ans Entre 20 et 60 ans Plus de 60 ans
- **Situation familiale** :
 Célibataire Marié (e) avec enfants Marié (e) sans enfants
- **Niveau d'étude** :
 Sans Primaire Moyen Secondaire Universitaire
- **Etes-vous résident de la ville ?** Oui Non
- **Que faites-vous dans la vie ?**
 Etudiant Travailleur Retraité Chômeur
- **Etes-vous l'un de ces acteurs** :
 Habitant Visiteur Commerçant

L'UTILISATION DE LA PLACE

- **Fréquentez-vous cette place d'une manière** :
 Quotidienne Occasionnelle Rare
- **A quel moment fréquentez-vous cette place ?**

Le matin L'après-midi Le soir

➤ **Est-ce-que vous utilisez la place**

Seul Avec les amis En couple En famille

➤ **Etes-vous dans la place :**

A l'aise Gêné (e)

➤ **Etes-vous gêné par quelque chose sur la place ?**

A cause du bruit La pollution L'aménagement

Autre

➤ **Pourquoi fréquentez-vous la place ?**

Se détendre Se promener

Autres.....

➤ **Pour quelle raison fréquentez-vous spécialement cette place ? Qu'est ce qui la différencie des autres places (exemple place Grande Poste) ?**

Elle est calme Elle est sécurisée Possède des équipements et services variés

Autres

➤ **Que constitue la place pour vous ?**

Espace de Rencontre de Repos de Travail de Passage

ATTRACTIVITE DE LA PLACE

➤ **Par rapport à votre profil de ... (selon l'acteur que vous êtes), qu'est-ce qui vous attire le plus dans cette place ?**

Architecture Aménagement Aspect social Environnement de la place

Autres

Si c'est l'aménagement, est-ce que c'est par rapport au :

Mobilier Revêtement de sol Statue

Autre

- **Pensez-vous que la place Émir Abdelkader est avantageuse pour votre activité (vous permet d'avoir un bénéfice) ? Comment ?**

.....

- **Est-ce qu'elle est plus attractive par rapport aux autres places d'Alger ?**

.....

- **Selon vous, la place Émir Abdelkader est-elle l'espace idéal pour capter le flux (qu'ils soient clients, touristes, passants ou autres) ? Quelles actions faut-il entreprendre pour la rendre attirante ?**

.....

- **Si je vous demande de classer les points que vous venez de citer dans la question précédente par un ordre de priorité, quel classement vous donnez ?**

.....

- **Il y'a-t-il eu dans le passé une action ayant rendu la place économiquement attirante ?**

.....

- Merci pour vos réponses -