



Thème :

L'architecture commerciale, levier de développement de la qualité architecturale en Algérie.

Mémoire présenté en vue de l'obtention du diplôme de master II en architecture.

« Spécialité : Architecture » « Coloration : Architecture urbaine »

Présenté par : **Mlle IDIR Amira**

Sous la direction de : **Mr MOHDEB Rachid**

Soutenu publiquement devant un jury composé de :

Dr ALILI Sonia	Département architecture de Bejaia	Président de jury
Dr KEZZAR Mohammed Akli	Département architecture de Bejaia	Examinateur

Date de soutenance : 15 juin 2025

Année Universitaire : 2024/2025

Populaire et Démocratique Algérienne République
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique



**Déclaration sur l'honneur
Engagement pour respecter les règles d'authenticité scientifique dans
l'élaboration d'un travail de recherche**

Arrêté ministériel n° 1082 du 27 décembre 2020 ()
fixant les règles relatives à la prévention et la lutte contre le plagiat*

Je soussigné,

Nom : IDIR

Prénom : Amira

Matricule : 20203301647

Spécialité et/ou Option : Architecture urbaine

Département: D'architecture

Faculté: Technologie

Année universitaire : 2024 / 2025

et chargé de préparer un mémoire de (*Licence, Master, Autres à préciser*) : Master

Intitulé: L'architecture commerciale levier du développement
de la qualité architecturale en Algérie

déclare sur l'honneur, m'engager à respecter les règles scientifiques, méthodologiques, et les normes de déontologie professionnelle et de l'authenticité académique requises dans l'élaboration du projet de fin de cycle cité ci-dessus.

Fait à Béjaïa le
05/04/2025

Signature de l'intéressé

(*) Lu et approuvé

REMERCIMENTS :

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قال تعالى: "يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أَوْتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ" (سورة المجادلة - الآية 11).

Je tiens avant tout, à rendre grâce à Allah, le tout puissant et miséricordieux pour m'avoir accordé la force, la patience et la persévérence nécessaires pour mener à bien ce modeste travail. Merci DIEU de m'avoir armé du courage et d'avoir illuminé mon chemin pourachever mes études.

J'adresse mes remerciements à mon directeur de mémoire, monsieur MOHDEB Rachid, pour sa disponibilité, ses précieux conseils, son exigence bienveillante et son accompagnement tout au long de la réalisation de ce mémoire. Qu'il retrouve ici l'expression de ma respectueuse reconnaissance.

Mon vif remerciement à tous mes enseignants du département d'architecture de l'université de Bejaïa, qui ont su, au fil des années, transmettre leur savoir avec passion et rigueur.

Mes chaleureux remerciements et toute ma gratitude aux membres de jury de soutenance monsieur Mr KEZZAR Mohammed Akli et Mme ALILI Sonia pour le temps qu'ils ont consacré à l'évaluation de ce travail. Je vous remercie sincèrement pour vos remarques constructives, votre bienveillance et l'attention portée à mon mémoire.

Je tiens également à exprimer ma profonde gratitude à ma famille, en particulier mes parents pour leur amour, leur confiance en moi, leurs prières, et leur soutien inconditionnel, qui m'ont toujours porté et motivé à aller plus loin, Merci.

وَآخِرُ دُعَائِهِمْ أَنِ الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ (سورة يونس – الآية 10)

DÉDICACES :

C'est avec grand amour, fierté et sincérité que je dédie cet humble et modeste travail, fruit d'une longue et belle aventure à :

À toute ma famille, pilier fondamental de ma vie. Source de mon équilibre et de ma force, ceux qui m'ont accompagné tout au long de mon parcours académique.

À la femme la plus chère de ma vie, la lumière de mes jours, ma mère bien aimé pour son amour, son soutien inconditionnel et ses encouragements constants tout au long de mon parcours scolaire.

Au meilleur père au monde, symbole de sacrifice de tendresse et d'affection, lui qui m'a toujours encouragé et soutenu sans faille, aucune dédicace ne pourrait exprimer mon respect, ma fierté et mes profonds sentiments envers eux.

À mon seul et unique frère Larbi, ma source d'inspiration et mon allié de toujours.

À tous mes enseignants, depuis les premiers jours de mon parcours scolaire jusqu'à ce jour marquant de la fin de mes études, ceux et celles qui ont semé en moi la curiosité, l'amour du savoir et le goût de l'effort, ceux qui ont su transmettre bien plus qu'un enseignement : une passion, une méthode, une éthique.

À mes chères amies : Zina et Rania celles qui ont su illuminer mon parcours par leur présence, à tous mes amis et mes collègues futures architectes.

À mes oncles, mes tantes et mes cousins ainsi qu'à tous ceux qui m'ont encouragé et soutenu de près ou de loin.

RESUME :

L'objectif de ce mémoire est de comprendre le rôle de l'architecture commerciale dans l'amélioration de la qualité architecturale du cadre bâti, et la valorisation de l'image et l'identité urbaine des villes algériennes.

Pour cela, une démarche en trois phases a été suivie : une étude théorique des concepts fondamentaux, suivie d'une analyse comparative de deux cas emblématiques, le Park Mall de Sétif et le centre commercial de Boubaya à Béjaïa, évalués selon leur qualité architecturale et leur impact sur le tissu urbain. Enfin, une étude urbaine approfondie a été menée sur le site de Souk El Fellah à Béjaïa, à travers une évaluation multicritère et une analyse syntaxique réalisée avec le logiciel DepthmapX, afin d'examiner son potentiel à recevoir un projet d'architecture commerciale susceptible d'améliorer la qualité du cadre bâti et de dynamiser l'attractivité urbaine.

Les mots clés : Architecture commerciale, qualité architecturale, évaluation de la qualité, impact de l'architecture commerciale, centre commerciale.

الملخص

تهدف هذه الأطروحة إلى فهم الدور الذي تلعبه العمارة التجارية في تحسين الجودة المعمارية للبيئة المبنية وتعزيز الصورة والهوية الحضرية للمدن الجزائرية.

ولتحقيق ذلك، اعتمدنا مقاربة من ثلاثة مراحل: دراسة نظرية للمفاهيم الأساسية، يليها تحليل مقارن لحالتين رمزيتين هما المركز التجاري بارك مول في سطيف ومركز بوبابية التجاري في بجاية، وتم تقييمهما وفقاً لجودتهما المعمارية وتأثيرهما على النسيج الحضري. وأخيراً، تم إجراء دراسة حضرية معمقة على موقع سوق الفلاح في بجاية باستخدام تقييم متعدد للمعايير وتحليل تركيبي باستخدام برنامج DepthmapX، لدراسة إمكانية استضافة مشروع معماري تجاري قادر على تحسين جودة البيئة المبنية وتعزيز الجاذبية الحضرية.

الكلمات المفتاحية: العمارة التجارية، الجودة المعمارية، تقييم الجودة، تأثير العمارة التجارية، مركز التسوق.

ABSTRACT:

This Master's thesis aims to understand the role played by commercial architecture in improving the architectural quality of the built environment and enhancing the image and urban identity of Algerian cities.

To achieve this, a three-phase approach was adopted: a theoretical study of the fundamental concepts, followed by a comparative analysis of two emblematic cases, the Park Mall in Sétif and the Boubaya shopping center in Béjaïa, assessed according to their architectural quality and their impact on the urban fabric. Finally, an in-depth urban study was carried out on the Souk El Fellah site in Béjaïa, using a multi-criteria evaluation and a syntactic analysis carried out with DepthmapX software, in order to assess its potential to host a commercial architecture project capable of improving the quality of the built environment and boosting urban attractiveness.

Key words: Commercial architecture, architectural quality, quality assessment, impact of commercial architecture, shopping center.

LISTE DES FIGURES :

Figure 01 : Schéma représentatif de la méthodologie de la recherche.....	5
Figure 02 : La structure du mémoire.....	6
Figure 03: Evolution des espaces commerciaux à travers l'histoire.	11
Figure 04 : Bazar de Kerman, Iran.....	11
Figure 05 : L'agora d'Athènes.....	11
Figure 06 : Les « marchés » de Trajan, annexe du forum du même nom, à Rome.....	12
Figure 07 : Halle médiévale de Milly-la-Forêt.....	12
Figure 08 : Foire à Gand Belgique.....	12
Figure 09 : Le Passage du Caire, 1798, Paris.....	12
Figure 10 : Le Bon Marché, 1852.....	13
Figure 11 : Chronologie de l'évolution des centres commerciaux.....	13
Figure 12 : Le Southdale Center,1956, à Edina, Minnesota.	14
Figure 13 : Le king Kullen 1930 New York.....	14
Figure 14 : Le Carrefour à Sainte-Geneviève-des-Bois 1963.....	14
Figure 15 : Les types de la qualité.....	23
Figure 16 : La roue de Deming PDCA.....	24
Figure 17 : La méthode des six sigmas.....	25
Figure 18 : Décomposition conceptuelle des qualités architecturales de l'objet bâti.....	29
Figure 19 : Exemple d'un schéma radar (Courrier du Savoir Mars 2013 Hanrot Stéphane)....	33
Figure 20 : exemple d'un chronographe permet de situer les points de vue dans le temps (les cases grisées) (HANROT Stéphane, 2005)	34
Figure 21 : Galerie Lafayette Haussmann, Paris.....	41
Figure 22: Apple store, New York, Etat Unis	41
Figure 23 : Centre commercial Westfield, Londres.....	42
Figure 24 : Le centre commerciale Park Mall de Sétif.....	51
Figure 25 : La situation du Park Mall de Sétif.....	51
Figure 26 : Coupes schématiques de l'aménagement du Park Mal.....	52
Figure 27 : Composition volumétrique du Park Mall Sétif.....	54
Figure 28 : Ces façades du Park Mall de Sétif.....	54
Figure 29 : Les repères majeurs de la ville de Sétif.....	55
Figure 30 : Le tramway de Sétif.....	55

Figure 31 : Boubaaya center à Bejaïa.....	56
Figure 32 : La situation du centre commerciale Boubaaya.....	56
Figure 33 : Rayon enfants, centre commerciale Boubaaya.....	57
Figure 34 : La façade du centre commerciale Boubaaya.....	57
Figure 35 : AURES center, quartier SOMACOB, Bejaia.....	58
Figure 36 : Le restaurant « Table Gourmande », quartier SOMACOB, Bejaia.....	58
Figure 37 : Diagrammes d'évaluation de la qualité architecturale.....	59
Figure 38 : Diagrammes d'évaluation d'impact urbain des centres commerciaux.....	60
Figure 39 : Situation de la wilaya de Bejaïa.....	64
Figure 40 : Les tissus urbains de la ville de Bejaia.....	56
Figure 41 : Périmètre d'intervention des pos.....	66
Figure 42 : Situation du périmètre d'étude.....	66
Figure 43 : Délimitation du périmètre d'étude.....	66
Figure 44 : La période phénicienne XII-IX siècle av.j.c	67
Figure 45 : La période romaine 33 Av.j.c.....	67
Figure 46 : La période Hammadite (Nacéria) 10671152.....	67
Figure 47 : La période espagnole (Bougia) 1509-1556.....	67
Figure 48 : La période Turque (Médina) 1556-1833.....	68
Figure 49 : L'époque française 1833-1962.....	68
Figure 50 : La Période poste coloniale 1962 à nos jours.	68
Figure 51 : La carte des activités résistantes dans le site.	69
Figure 52 : La carte des gabarits existants dans le site.....	70
Figure 53 : La carte de l'état de bâti dans le site.....	70
Figure 54 : La carte des densités d'occupation dans le site.....	71
Figure 55 : Schéma de structure actuel.....	73
Figure 56 : Carte axiale du quartier de Souk El Fellah, obtenue à partir du test effectué par le logiciel DEPTHMAP 0.8.....	75
Figure 57 : Carte de connectivité du quartier Souk El Fellah (générer par le logiciel DEPTHMAP 0.8).....	76
Figure 58 : Carte d'intégration du quartier Souk El Fellah (générer par le logiciel DEPTHMAP 0.8).....	77
Figure 59 : Le graphe d'intelligibilité du quartier de Souk El Fellah (générer par le logiciel DEPTHMAP 0.8).....	78
Figure 60 : La carte de la visibilité (générer par le logiciel DEPTHMAP 0.8).....	79

Figure 61 : Etapes d'évaluation de l'attractivité.....	81
Figure 62 : Diagramme radar de l'évaluation de l'attractivité du site Souk El Fellah, Bejaïa.....	82

LISTE DES TABLEAUX :

Tableau 01 : Aspects fonctionnels et indicateurs de qualité.....	30
Tableau 02 : Aspect de la qualité du bâtiment et indicateurs de qualité.....	31
Tableau 03 : Aspect de l'impact et indicateurs de qualité	32
Tableau 04 : Les critères et indicateurs d'évaluation de la qualité architecturale et de l'impact urbain d'un projet architecturale	48
Tableau 05 : La fiche technique du complexe touristique Park Mall de Sétif.....	51
Tableau 06 : Les différentes espaces constituant le Park Mall de Sétif	53
Tableau 07 : La grille d'évaluation de la qualité architecturale	59
Tableau 08 : La grille d'évaluation de l'impact urbain	60
Tableau 09 : Les problèmes de disfonctionnement et les potentialités du site du souk El Fellah à Bejaïa	73
Tableau 10 : Résultats de l'analyse axiale obtenue à partir du test effectué avec le logiciel DepthmapX 0.3.....	76
Tableau 11 : Les indicateurs d'évaluation de la performance de l'attractivité du site de Souk El Fellah.....	81
Tableau 12 : Echelle de notation	81

CHAPITRE INTRODUCTIF

CHAPITRE INTRODUCTIF

I. INTRODUCTION :

Une ville est un espace complexe qui combine les environnements physique et humain, chaque ville doit répondre aux besoins de ses habitants en offrant un tissu urbain diversifié qui représente les fonctions fondamentales de la vie communautaire, comme le commerce, qui a été pendant des siècles l'axe de groupement et des rencontres dans tous les rassemblements humains. Selon l'expression de l'historien belge Henri Pirenne "La ville fille du commerce". « *Le commerce reste cependant une des activités les plus marquantes de la ville, son rôle ne se limite pas à sa seule fonction économique, celui-ci joue encore un rôle dans plusieurs domaines : l'organisation de l'espace (tant en milieu urbain qu'en milieu rural), les liens sociaux, l'animation et la distraction et l'information et la transformation des sociétés* » (Mérenne-Schoumaker, 2003 ; Benali, 2022, p.07). A ce titre « *Le commerce est un élément incontournable dans l'approche de l'urbanité, et "les commerces font de la ville tout à la fois un espace de vie, un espace économique, un espace de sociabilité. Les commerces font aussi de la ville un pôle d'attraction ...* » (Lebrun, 2003 ; Benali, 2022, p.07).

L'architecture commerciale est le cœur économique de la ville, il s'agit de l'espace où commerce et urbanisme se rencontrent pour générer une nouvelle dynamique sociale elle a pour mission de concevoir, construire des bâtiments à vocation commerciale et aménager des points de vente agréables et attractifs pour la population. D'après Rem Koolhaas et ses collaborateurs « *le lieu de vente agit sur l'ambiance de la ville bien plus que le bureau, l'équipement sportif, l'espace vert, le théâtre, l'aéroport ou tout autre espace consacré au échanges humaines* » (Barreneche, 2005, p.07). Cette architecture reflète les besoins et les aspirations d'une société, transformant les espaces ordinaires en environnements remarquables.

Cependant, l'architecture commerciale est un domaine en constante évolution à l'échelle mondiale. En Algérie, l'émergence de nouvelles formes architecturales soulève des interrogations quant à leur impact sur la qualité architecturale du cadre bâti et leur contribution au renforcement de l'attractivité des espaces urbains, lorsqu'elle est bien conçue, elle peut également enrichir l'identité des environnements bâties et rehausser le paysage urbain des villes.

Ce mémoire a pour objectif d'explorer comment l'architecture commerciale, au-delà de sa fonction économique, peut devenir un moteur de développement de la qualité architecturale en Algérie.

II. PROBLEMATIQUE :

Dans un contexte marqué par la libéralisation économique de l'Algérie dans les années 1980, et soutenue par une urbanisation croissante et la diversification des besoins des citoyens, le secteur de l'architecture commerciale a connu un essor considérable. Cela a mené à une prolifération d'un ensemble d'espaces commerciaux avec des modèles standardisés, souvent importés, et peu adaptés aux contextes locaux.

Ainsi la prédominance des facteurs économiques et des budgets relativement limités a conduit à l'utilisation de matériaux de qualité inférieure et à des réalisations parfois décevantes, de plus l'absence d'un contrôle rigoureux limite l'innovation architecturale et contribue à la

banalisation du paysage urbain, générant un déficit de qualité et d'identité architecturale et une fragmentation de la dynamique urbaine, renforcée par des implantations souvent mal conçues. Une grande majorité de centres commerciaux éprouvent des difficultés à s'intégrer de manière fluide dans le contexte environnemental qui les entoure et présentent une mixité fonctionnelle limitée, un manque d'espaces publics et une déconnexion du tissu social et urbain.

D'après Bernard Roth, une belle image en est donnée par Paul Valéry dans Eupalinos : « *As-tu remarqué en marchant dans la rue que la plupart des immeubles sont muets, tandis que certains parlent, et alors que d'autres chantent...* » (Roth, 2002). Cette réflexion illustre parfaitement l'impact de l'architecture sur notre perception des espaces urbains et met en lumière l'importance de la qualité architecturale dans la création d'espaces vivants et significatifs. Dominique Prost ajoute que l'architecture et le traitement intérieur du centre commercial constituent les éléments les plus visibles de la mise en valeur d'un lieu (Prost, 1996).

C'est dans cette perspective qu'il devient impératif de repenser l'architecture commerciale non plus comme un simple lieu de consommation, mais comme un élément catalyseur d'une qualité architecturale et d'identité urbaine. Afin d'en faire des lieux de vie attractifs, favorisant le lien social, valorisant les particularités culturelles locales, Cela nous a poussé à consacrer notre présente investigation à répondre à ces questions :

- **Comment l'architecture commerciale en Algérie peut-elle être exploitée comme un levier de développement de la qualité architecturale, et Quelles stratégies peuvent être mises en œuvre pour que les centres commerciaux dépassent leur simple vocation commerciale et s'imposent comme des acteurs clés de l'identité urbaine ?**
- **Dans quelle mesure l'architecture des espaces commerciaux peut jouer un rôle dans le perfectionnement de l'image des villes Algériennes ?**

III. HYPOTHESES :

Afin de répondre à ces problématiques de notre recherche, plusieurs hypothèses peuvent être donné comme suit :

- Une architecture commerciale quelle que soit son échelle lorsqu'elle est bien pensée en cohérence avec le tissu urbain et conçue avec une vision globale, contribue à l'amélioration de la qualité architecturale du tissu bâti environnant et au perfectionnement de l'image et l'identité urbaine des villes algériennes.
- Pour qu'un projet commercial qualifié de qualité architecturale puisse réussir à dynamiser un secteur urbain, renforcer son attractivité économique et agir comme vecteur d'amélioration du cadre bâti, il doit être implanté dans un site présentant une performance spatiale élevée.
- La réussite d'un équipement commercial en tant que levier de qualité architecturale et urbaine repose sur sa capacité à intégrer des fonctions diversifiées, des espaces publics adaptés et des principes de conception durable, permettant ainsi d'améliorer l'expérience usager, de renforcer les interactions sociales.

CHAPITRE INTRODUCTIF

IV. OBJECTIFS :

Objectif principal :

- L'objectif principal de cette recherche est d'explorer la manière dont l'architecture commerciale en Algérie peut contribuer à améliorer la qualité architecturale et urbaine, tout en renforçant l'identité et favorisant l'image des villes Algériennes.

Pour cela des objectifs particuliers de ce travail de recherche ont été fixés

Objectifs particuliers :

- Comprendre les concepts fondamentaux de l'architecture commerciale et qualité architecturale.
- Analyser l'évolution et l'état actuel de l'architecture commerciale en Algérie et leur impact sur le paysage urbain et son identité.
- Définir les critères permettant d'évaluer la qualité architecturale dans le cadre des espaces commerciaux.
- Explorer les pratiques, les défis et les opportunités actuelles en matière de conception des centres commerciaux en Algérie, au moyen d'une étude de cas de deux projets d'architecture commerciale.
- Elaboration d'une grille d'analyse permettant l'évaluation de la qualité architecturale des équipements commerciaux à travers un ensemble de critères et d'indicateurs et à partir d'un cadre référentiel globale.

V. LA METHODOLOGIE DE RECHERCHE :

Afin de bien cadrer notre recherche en fonction des objectifs fixés, nous avons adopté une démarche méthodologique pour répondre à notre problématique. Celle-ci repose sur une approche mixte, structurée en plusieurs phases complémentaires et connectées, combinant des méthodes qualitatives et quantitatives.

Etape 01 : revue de la littérature et conceptualisation :

Cette première étape s'appuie sur une recherche bibliographique approfondie, mobilisant diverses sources telles que des livres, articles scientifiques, mémoires, et des site web, ainsi que sur la consultation de documents officiels (règlements, politiques urbaines etc..) propres au contexte algérien. Elle vise à constituer un socle théorique solide à travers une revue de la littérature académique, permettant de cerner les définitions et d'analyser les concepts clés tels que l'architecture commerciale et la qualité architecturale.

Cette phase permet également la définition des critères d'évaluation indispensables à l'analyse de la qualité architecturale et de l'impact urbain de l'architecture commerciale.

Etape 02 : Évaluation et Analyse d'Exemples

La deuxième étape de la recherche est consacrée à l'évaluation et à l'analyse d'exemples concrets, à travers la création d'un outil d'évaluation (grille d'analyse) fondée sur les critères définis. Cette grille sera appliquée à deux centres commerciaux algériens le Park Mall de Sétif

CHAPITRE INTRODUCTIF

et le centre commercial de Boubaya à Béjaïa, soigneusement sélectionnés pour leur représentativité en matière d'architecture commerciale. Le choix du Park Mall de Sétif s'appuie sur son envergure, sa centralité urbaine et son rôle structurant dans le renouvellement architectural et commercial du centre-ville. Il représente un modèle d'architecture commerciale à grande échelle, capable de transformer l'image et l'organisation urbaine de toute une ville. En parallèle, le centre Boubaya à Béjaïa a été retenu pour son impact urbain significatif malgré sa taille modeste. Son implantation a profondément requalifié son environnement immédiat, générant une dynamique commerciale et une amélioration sensible de la qualité architecturale locale. Cette étape repose sur plusieurs méthodes complémentaires, notamment : L'observation directe in situ, réalisée à travers des visites de terrain, permettant de recueillir des informations sur l'organisation spatiale, le fonctionnement interne et l'intégration dans le tissu urbain. L'analyse architecturale, qui consiste à étudier les documents graphiques tels que les plans, façades des bâtiments, afin de comprendre leurs caractéristiques formelles, fonctionnelles et esthétiques.

Etape 03 : Étude de Cas et Analyse Approfondie :

La troisième phase concerne l'étude de cas du site de Souk El Fellah à Béjaïa, choisie pour son importance dans la dynamique commerciale urbaine. Elle comprend une analyse typomorphologique du tissu urbain, une étude de la forme urbaine, de l'évolution historique et des caractéristiques fonctionnelles du site, une étude de la performance spatiale et fonctionnelle basée sur l'analyse syntaxique (via le logiciel DepthmapX), ainsi qu'une évaluation multicritère de l'attractivité du site à l'aide de diagrammes radar.

Etape 04 : Discussion des résultats obtenus :

Cette dernière étape consiste en la discussion des résultats obtenus à travers l'ensemble des phases de la recherche. Elle vise à confronter les données empiriques issues des études de cas, des analyses typomorphologiques, syntaxiques et multicritères, aux éléments théoriques dégagés lors de la revue de la littérature. Le schéma suivant (Fig.01) résume la méthodologie suivie pour l'élaboration de cette présente recherche :

CHAPITRE INTRODUCTIF

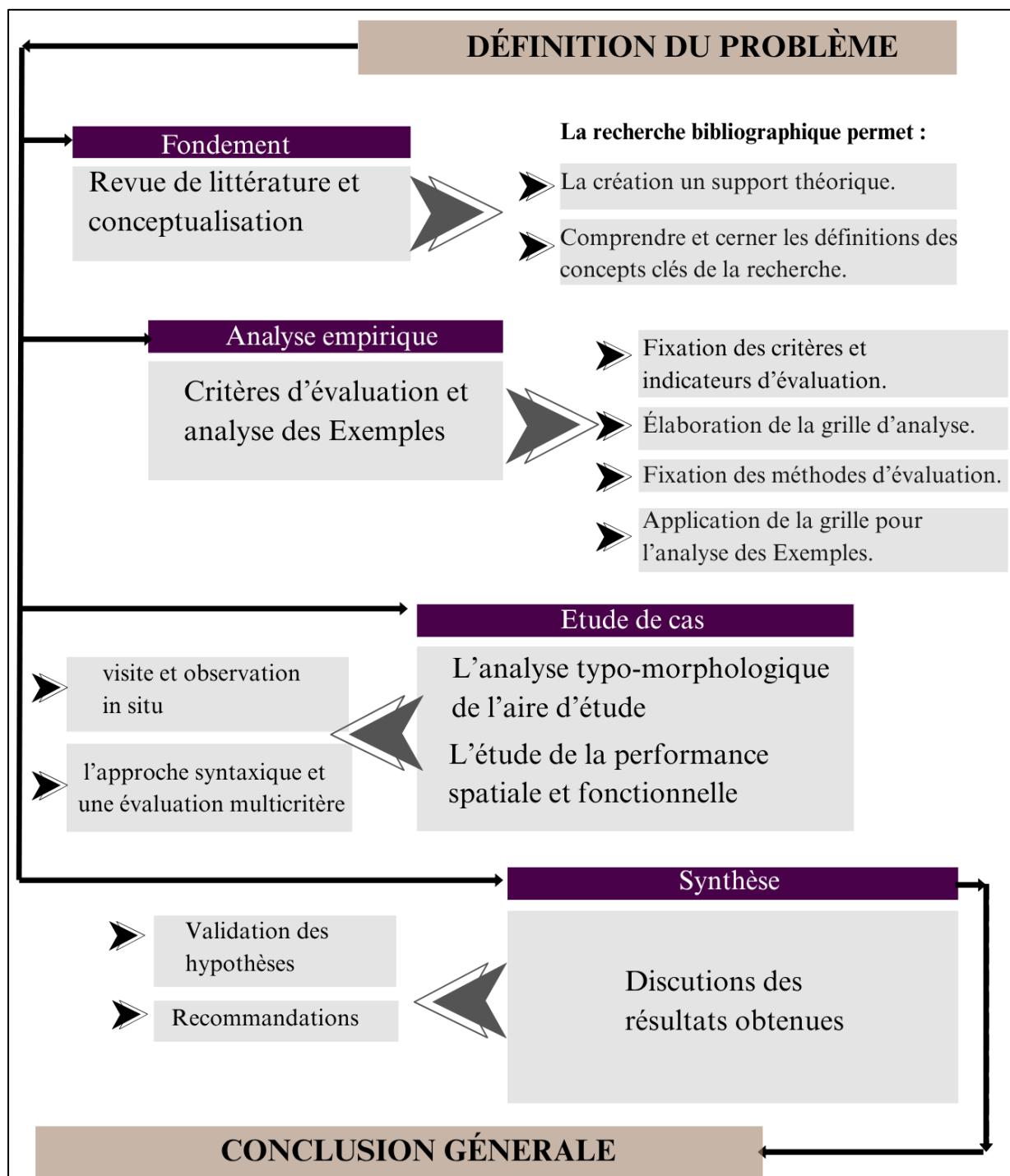


Figure 01 : schéma représentatif de la méthodologie de la recherche.

Source : Auteur 2025.

CHAPITRE INTRODUCTIF

VI. LA STRUCTURE DU MEMOIRE :



Figure 02 : la structure du mémoire.

Source : Auteur 2025.



LA PARTIE THEORIQUE

Cadre théorique et conceptualisation

CHAPITRE 01 : l'architecture commerciale : concept, enjeux et évolution

Introduction :

« *La ville est un lieu d'échange et de travail, elle est donc un enjeu économique et de pouvoir et ce sont les commerces qui font d'elle un espace de vie et de sociabilité* » (Lebrun, 2002, p.479). L'architecture commerciale occupe aujourd'hui une place importante dans l'aménagement des villes Algériennes et le dynamisme économique du territoire. Elle regroupe un large éventail d'espaces dédiés aux échanges commerciaux. Ces espaces participent à la structuration du tissu urbain, influencent également les comportements des usagers et véhiculent une image spécifique de la ville.

Ce premier chapitre vise à établir les bases conceptuelles essentielles à la compréhension de notre sujet de recherche. Il s'agira tout d'abord d'examiner les principaux postulats de la littérature afin de définir l'architecture commerciale, d'en préciser les enjeux et d'analyser son rôle dans le développement urbain. Nous étudierons ensuite son évolution à travers l'histoire, en mettant un accent particulier sur le contexte algérien. Cette analyse inclura une exploration des différentes typologies d'espaces commerciaux, ainsi qu'un examen du cadre réglementaire ayant influencé leur développement en Algérie.

1. Champs sémantiques et conceptualisation :

1.1 Définition du commerce :

Le commerce désigne l'ensemble des opérations lucratives comprenant l'échange et la circulation des produits et services de l'endroit de leur production vers le lieu de leur consommation, « *Le commerce fut l'une des plus anciennes et importantes inventions de l'humanité, il est considéré par certains comme l'origine de la civilisation* » (Scherer, 1857, p.20).

Le commerce est une activité du secteur tertiaire, lié à l'achat la vente ou à l'échange des produits. « *C'est l'activité de toute personne physique ou morale qui a pour objet la vente de ses produits ou de ses services* » (académie des sciences commerciales, 1994 ; Benali, 2022, p.24)). On distingue deux classes principales de formes de commerce : le commerce de gros et le commerce de détail.

Dans le Dictionnaire des sciences commerciales et économiques, Cotta (1995) donne pour définition du commerce « *On appelle commerce, l'activité d'échange, et fonction commerciale celle qui organise les échanges* » (Cotta, 1995, 461p). Et de point de vue de J-P. Bondu, le commerce est « *L'activité dont la fonction est d'acheter des marchandises pour les revendre en l'état mais dans des conditions de lieu, de temps, de quantité et d'assortiment les mieux*

CHAPITRE I : L'architecture commerciale : concept, enjeux et évolution.

adaptées à la demande » (Bondu, 2000, p. 94- 102). Par ailleurs le commerce se divise en deux catégories principales :

- Le commerce formel est encadré par des réglementations et soumis à des obligations fiscales, administratives et statistiques, ainsi qu'aux règles de protection sociale.
- À l'inverse, le commerce informel regroupe les activités commerciales qui échappent à ces obligations. Ce type de commerce est majoritairement exercé par des commerçants indépendants, souvent aidés par des membres de leur famille ou des employés occasionnels.

1.2 Définition de l'urbanisme commerciale :

L'urbanisme commerciale semble défini par Pierre Merlin et Françoise Choay dans le dictionnaire de l'urbanisme et de l'aménagement comme « *Ensembles des mesures techniques, administratives et financière qui visent à permettre un développement des activités commerciales à la fois harmonieux, efficace et cohérent avec les autres choix d'urbanisme (utilisation du sol, répartitions des quartiers d'habitat, transports, équipements publics, etc.)* » (Merlin & Choay, 2010, p.802).

1.3 Définition de la zone d'activité commerciale :

Une zone d'activité commerciale (ZAC) est généralement définie comme une sous-catégorie des zones d'activité économique (ZAE), est un espace géographiquement délimité, aménagé et géré par une collectivité territoriale ou un établissement public de coopération intercommunale, destiné à accueillir des entreprises commerciales ainsi que d'autres types d'activités économiques (artisanales, industrielles, tertiaires, etc.). Ces zones sont généralement situées à proximité des axes routiers principaux ou des réseaux de transport, afin d'optimiser l'accès à la clientèle tout en facilitant la logistique des entreprises.

1.4 Définition de l'architecture commerciale :

L'architecture commerciale est l'art de construire des bâtiments à vocation commerciale. Concerne donc la construction et l'aménagement des points de vente d'enseignes, mais aussi ceux des centres commerciaux. Donc elle englobe la conception et la réalisation d'espaces destinés à des activités commerciales, en intégrant des considérations esthétiques, fonctionnelles et contextuelles pour répondre aux besoins des entreprises et de leurs clients.

1.5 Le rôle et l'impact de l'architecture commerciale :

L'architecture commerciale ne se limite pas seulement à la conception des espaces de vente mais elle joue un rôle essentiel dans le développement économique, social, urbain et architecturale dans nos villes.

1.5.1 Impact social :

Une architecture commerciale contribue au façonnement des lieux de rencontre et de vie sociale, souligne Rehaïl Tayeb « *Le centre commercial est envisagé sous l'aspect social et pas seulement commercial ; son but étant d'attirer mais également de fidéliser une clientèle. Pour*

CHAPITRE I : L'architecture commerciale : concept, enjeux et évolution.

encourager et inciter les usagers à passer plus de temps sur le site, les offres sont diversifiées et une partie non négligeable des centres commerciaux est souvent dédiée aux cafés et à la restauration qui se présente très souvent sous forme de fast-foods modernes » (Rehaïl, 2021, p. 1068). Comme elle contribue aussi à :

- Influence sur les comportements et transforme les modes de consommation.
- Favorise l'accessibilité et inclusion sociale dans les espaces commerciaux.
- Création d'espaces de sociabilité et de convivialité et d'interactions sociales.
- Favorisant ainsi la mixité et l'échange de diverses catégories sociales.
- Amélioration de la Qualité de Vie.

1.5.2 Impact économique :

- Contribution au dynamisme économique.
- Création d'emplois et participation à l'attractivité économique territoriale.
- Renforcement de la compétitivité des territoires.
- Impact sur le commerce local et le développement des centre villes.
- Impact sur le chiffre d'affaires des commerces.
- Accroissement de la valeur immobilière des quartiers environnants.

1.5.3 Impact architectural et urbain :

D'après Hamadene et Aittaleb (2024) L'implantation de ces équipements commerciaux au sein des quartiers intégrés dans un espace urbain continu peut engendrer des modifications sur l'espace urbain en général et spécifiquement sur leurs environnements proches (quartiers). « *Ces centres commerciaux ont contribué au développement de l'urbanisation et à la transformation urbaine morphologique en créant de nouveaux tissus et de nouveaux paysages avec une architecture très sophistiquée et détaillé en utilisant des matériaux de qualité, ce qui donne une nouvelle image pour la ville* » (Hamadene & Aittaleb, 2024, p.17).

- Influence sur l'organisation et la morphologie de la ville.
- Requalification et revitalisation de quartiers.
- Impact sur la mobilité et Réorganisation des flux de circulation.
- Influence sur l'esthétique urbaine et la perception visuelle du paysage.
- Transforme le Skyline de la ville et influence son identité architecturale.

2. Origines et évolution des espaces commerciaux :

Les regroupements de commerces, existent depuis l'antiquité et agissent en tant que lieu d'échange de marchandises, mais aussi d'interactions sociales pouvant permettre le maintien de liens sociaux, d'après l'urbaniste Michel de Sablet dans Des espaces urbains agréables à vivre (1991), « *les espaces commerciaux se trouvent sous une multitude de formes, évoluant dans le temps selon le contexte* » (Michel, 1991).

CHAPITRE I : L'architecture commerciale : concept, enjeux et évolution.

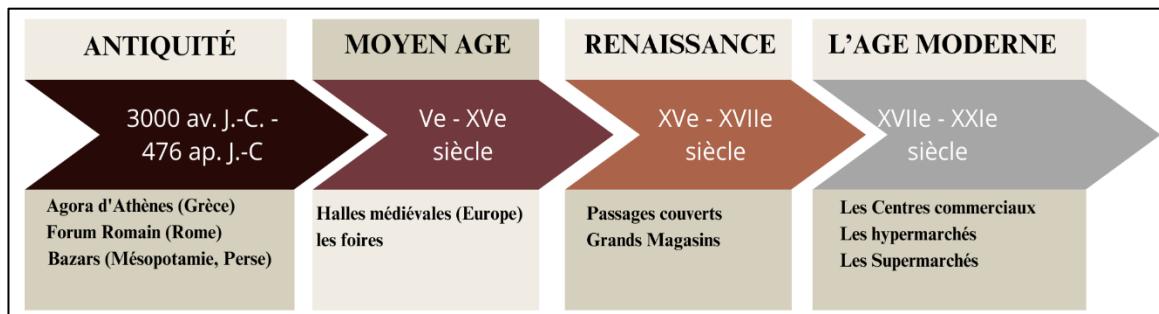


Figure 03: Evolution des espaces commerciaux à travers l'histoire.

Source : Auteur, 2025

2.1 Période antique :

2.1.1 Bazaars :

Originaire de Mésopotamie et de Perse, « *Le bazar est un marché ou un ensemble de magasins où des biens et services sont disponibles à la vente et à l'achat* » (Paul, 2021, p.21). Sont parmi les plus anciennes formes d'architecture commerciale. Ces espaces, souvent constitués de rues couvertes bordées d'échoppes, étaient bien plus que de simples lieux d'échange : ils représentaient des centres vitaux de la vie économique, sociale et culturelle (Fig. 04).

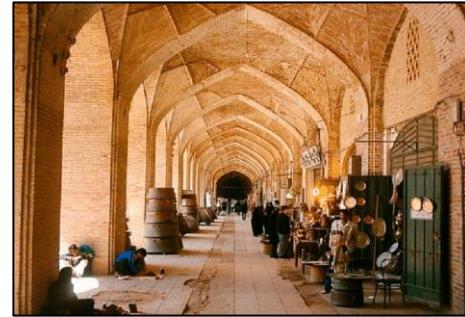


Figure 04 : Bazar de Kerman, Iran.

Source: Lak, A., & Hakimian, P. (2018). A new morphological approach to Iranian bazaar: The application of urban spatial design theories to Shiraz and Kerman bazaars. Journal of Architectural Conservation.

<https://doi.org/10.1080/13556207.2018.1543821>

2.1.2 L'Agora :

Selon Larousse, L'agora était la principale place publique des villes grecques antiques, siège de l'assemblée du peuple, dotée souvent de portiques, de temples, de statues (Fig. 05). La fonction et la disposition du plan de l'agora évoluèrent constamment et, avec le temps, le terme désigna surtout l'emplacement du marché. « *Le mot agora désigne dans les villes grecques antiques le grand espace public réservé aux activités collectives, qu'elles soient politiques, religieuses, commerciales ou culturelles* » (Marc, 1998, p.03).



Figure 05 : L'agora d'Athènes.

Source : <https://www.rts.ch/audio-podcast/2019/audio/l-agora-d-athenes-25025224.html>

2.1.3 Forum :

Il était le centre névralgique de la Rome antique (Fig. 06), un espace regroupant les activités politique religieuses, économiques et sociales, « *Le forum conformément à la définition de Varron, se présente comme la place du marché ou les romains et les campagnards « apportaient ce qu'ils voulaient vendre ». La place, sur ses deux coté en longueur, étaient entourée de boutiques, dans lesquelles bouchers et maraîchers exposaient leurs marchandises* » (Hülsen, 1906).



Figure 06 : Les « marchés » de Trajan, annexe du forum du même nom, à Rome.

Source : https://www.larousse.fr/encyclopedie/divers/forum_romain/53108.

2.2 Le moyen âge :

2.2.1 Les halls :

Selon le dictionnaire Larousse, La halle, qui constitue en France, depuis le Moyen Âge, le point de vente à la criée des denrées alimentaires, est un abri ventilé, charpenté et de plan basilical, construit entièrement en bois (à Arpajon, Milly, etc.) ou partiellement en pierre (à Dives) et, à partir du XIX^e s., en charpente métallique. Parfois, elle forme le rez-de-chaussée d'un édifice municipal. Les grandes villes marchandes d'Occident avaient des halles spécialisées pour différents produits : halles aux draps, aux toiles, aux cuirs, au blé, aux viandes, aux vins, etc. (Larousse, 2008), (Fig. 07).



Figure 07 : Halle médiévale de Milly-la-Forêt.

Source : https://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:La_Halle_de_Milly-la-For%C3%AAt.jpg

2.2.2 Les foires :

A l'époque médiévale, les foires étaient des lieux incontournables pour les échanges commerciaux et la sociabilité urbaine. C'est un grand marché qui se tenait à des époques fixes dans un même lieu, favorise le commerce à grande échelle attirant des marchands étrangers et locaux (Fig. 08).



Figure 08 : Foire à Gand Belgique.

Source : <https://www.histoire-et-civilisations.com/thematiques/moyen-age/quand-le-moyen-age-faisait-la-foire-78102.php>.

2.3 La renaissance :

2.3.1 Les passages couverts :

Ces passages apparaissent à la fin du XVIII^e siècle, marquant le début d'une nouvelle ère commerciale, où les besoins changent avec la naissance d'espaces dédiés au commerce, avec un passage de l'activité commercial dans un espace collectif urbain à un espace plus spécifique à la vente, sont les premiers grands centres commerciaux sous forme de galeries marchandes. Ces structures, reliant deux immeubles et couvertes d'une verrière, offrent un espace protégé et lumineux pour les commerces. Le Passage du Caire (Paris, 1798) est considéré comme la première galerie marchande couverte, reliant plusieurs commerces sous une verrière (Fig. 09).

2.3.2 Les Grands magasins :

Les grands magasins, apparus au XIX^e siècle, avec des pionniers comme Le Bon Marché à Paris (1852), fondé par Aristide Boucicaut (Fig. 10). Ces magasins étaient des espaces de vente gigantesques, offrant une variété de produits dans un même endroit, et mettant en place le concept de prix fixes, proposant une architecture monumentale avec de vastes verrières pour attirer les clients. Ces magasins, profitant des expositions universelles et des grands boulevards haussmanniens. Les plus connus sont : les Magasins de Louvre « 1855 », les galeries Lafayette « 1895 ».

2.4 La période moderne :

2.4.1 Les centres commerciaux :

Le concept du centre commercial moderne combine les principes du grand magasin et du passage couvert développés initialement en France et en Europe, ensuite les Etats-Unis prennent le flambeau de cette évolution au début du XX^e siècle dans un contexte de planification urbaine pour passer du grand magasin à la zone commerciale présente en périphérie en guise de répondre aux besoins des consommateurs se déplaçant en voiture.



Figure 09 : Le Passage du Caire, 1798, Paris.
Source : <https://www.sortiraparis.com/>



Figure 10 : Le Bon Marché, 1852.
Source : <https://www.paris-unplugged.fr/1852-le-bon-marche/>

CHAPITRE I : L'architecture commerciale : concept, enjeux et évolution.

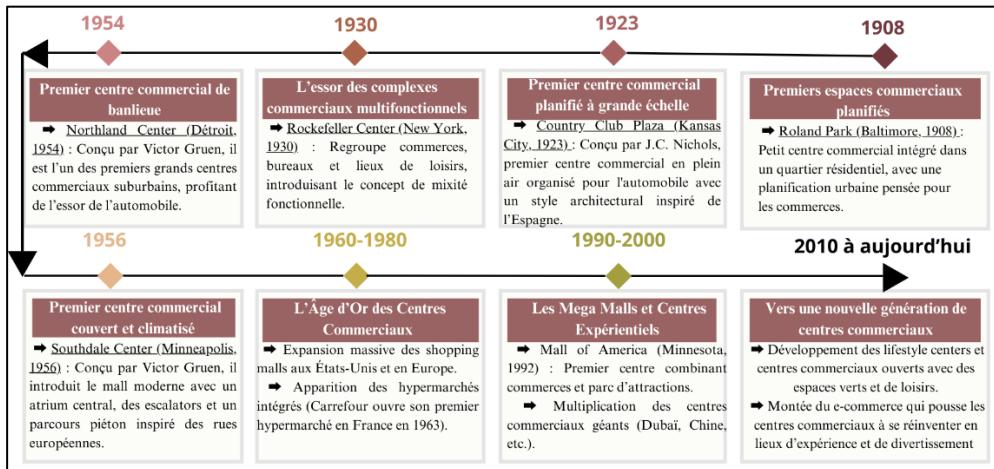


Figure 11 : Chronologie de l'évolution des centres commerciaux.

Source : Auteur, 2025.

Les centres commerciaux modernes se sont construits en plusieurs générations marquantes. En 1920-1930 aux États-Unis des années, des projets comme le Roland Park Shopping Center ont posé les bases, mais c'est avec le Southdale Center de 1956 (Fig. 12), conçu par Victor Gruen, que le concept du centre commercial couvert et multifonctionnel voit le jour. Dans les décennies suivantes, entre les années 1950 et 1980, les Malls se développent rapidement, profitant de l'essor de l'automobile et de la périphérisations des villes pour offrir des espaces centralisés où faire des courses, se divertir et se restaurer.

Le concept s'étend ensuite en Europe et dans le monde, notamment avec l'ouverture du Carrefour de Créteil en 1972, qui proposait une offre commerciale diversifiée. Aujourd'hui, face à la concurrence du commerce en ligne, ces espaces évoluent vers des formes hybrides intégrant technologie, durabilité et expériences immersives pour maintenir leur attractivité.

2.4.2 Les supermarchés (libre-service) :

Sont des magasins de grande surface (400 à 2500 m²) proposant une large gamme de produits en libre-service, alimentaires, des produits d'hygiène et d'entretien etc. c'est une échelle plus réduite que les hypermarchés, facilitant l'accès à une offre variée dans un seul point de vente. Le King Kullen premier véritable supermarché fut construit en 1930 à New York, combinant libre-service, prix réduits et grandes quantités (Fig. 13).



Figure 12 : Le Southdale Center, 1956, à Edina, Minnesota.

Source: <https://www.mprnews.org/story/2006/10/04/southdale>.



Figure 13 : Le King Kullen 1930 New York.

Source :

https://www.boweryboyshistory.com/wp-content/uploads/2020/11/king_kullen-cars.jpg.

2.4.3 Les hypermarchés :

Un hypermarché est une grande surface (d'au moins 2500 m²), pratiquant le libre-service ce type est initié par M. Fournier en 1963 en France avec le Carrefour à Sainte-Geneviève-des-Bois situé en périphérie, combinant grande distribution et autosuffisance commerciale. Ils offrent une large gamme de produits (alimentation, habillement, électroménager, etc.) sous un même toit (Fig. 14).



Figure 14 : le Carrefour à Sainte-Geneviève-des-Bois 1963.

Source : <https://www.leparisien.fr/>

3. Evolution de l'activité commerciale en Algérie :

3.1 Epoque antique

Les débuts du commerce en Algérie remontent à 1250 av. J.-C., lorsque les Phéniciens établirent des contacts avec les populations du Nord pour étendre leur réseau commercial dans tout le bassin méditerranéen. Vers 500 av. J.-C., profitant d'un littoral difficile à naviguer à cause des hauts-fonds et récifs, les Carthaginois, en collaboration avec les populations locales, créèrent des comptoirs le long de la côte tous les 30 à 40 km – soit une journée de navigation. Ces comptoirs, situés notamment à Annaba, Skikda, Collo, Béjaïa, Alger, Tipaza et Ghazaouet, furent si efficaces que Carthage étendit son influence jusque dans l'intérieur des terres, installant des comptoirs dans des agglomérations existantes comme Cirta (l'actuelle Constantine) et Tiddis.

3.2 L'époque Islamique :

A l'arrivée de l'Islam avec les dynasties islamiques telles que les Rustumides, les Fatimides, les Zirides et les Hammadides, l'Algérie s'intègre dans un vaste espace commercial qui relie le bassin méditerranéen aux routes transsahariennes. Les caravanes transportant sel, or, dattes et autres marchandises créent des échanges dynamiques entre les cités du Nord et les oasis du Sahara. Cette période voit également l'émergence d'un artisanat florissant et de marchés locaux qui facilitent les échanges internes.

Il n'y a pas mieux pour décrire l'activité commercial au période islamique que celle de savant chérif Edrisi, dans ses Récréations géographiques, il s'exprime ainsi en parlant de la ville de Bejaïa qu'été possédée par les Beni-Hamad : Bejaïa est un marché célèbre et un grand centre de communication. Les caravanes y viennent et de nombreux navires y abordent. Les habitants sont riches et plus habiles dans divers arts et métiers qu'on ne l'est généralement ailleurs, en sorte que le commerce y est très florissant. Les marchands de cette ville entretiennent avec ceux de l'Afrique occidentale, du Sahara et de l'Orient, des relations actives et suivies. On y entrepose un grand nombre de marchandises de toute espèce, on y construit de

gros bâtiments et des galères. Les montagnes et les vallées environnantes, qui sont très boisées, produisent en abondance de la résine et du goudron d'excellente qualité. On y recueille une grande quantité de plantes médicinales, et les Kabyles s'y livrent à l'exploitation des mines de fer, qui donnent à bas prix de très bon minerai. En un mot, Bejaïa est une ville très-industrieuse (Primaudiae, 1860).

3.3 L'époque coloniale :

La conquête de l'Algérie par la France en 1830 a bouleversé l'organisation économique et commerciale du pays. L'économie coloniale est orientée vers l'exportation de matières premières agricoles et de produits de base destinés au marché français. « *Les seules formes commerciales ou pouvaient exercer les algériens se limitaient au petit commerce d'alimentation ou dans les bazars et dans une moindre mesure dans celui du textile et dans les souks et les marchés traditionnels* » (Benali, 2022). D'après elle l'expérience des grandes surfaces dans cette époque a pris naissance avec l'exportation des premières formules commerciales de grands magasins (monoprix et supermarché) au profit de la population française dans le but de conquérir le marché algérien.

3.4 L'époque postcoloniale :

Le lendemain de l'indépendance, l'Algérie a maintenu une forte dépendance économique envers la France. Durant cette période, le secteur commercial a stagné, en partie à cause de structures héritées de l'époque coloniale. « *À l'indépendance l'état décide la création de nombre de supermarché dénommés d'abords souk El Fellah et ensuite Aswak (les marchés des paysans), une expérience vouée à l'échec après des années d'existence* » (Benali, 2022, p.127). À partir des années 1990, l'Algérie a amorcé une ouverture économique en libéralisant le secteur commercial et en encourageant l'investissement privé. Cette transition vers une économie de marché a entraîné une diversification des canaux de distribution et une concurrence accrue pour les structures publiques. « *Ainsi dans les années 2000 et avec l'ouverture du marché au investisseurs étrangers, un nouveau paysage commercial prend place. Le retrait de l'état du secteur de distribution et du commerce du détail laisse le champ libre aux détaillants privés. Un nouveau paysage urbain s'instaure avec le développement et la florissant du commerce informel ; la prolifération de la superette, et puis la relance de la grande distribution et l'arrivé des centres commerciaux notamment à Alger* » (Benali, 2022, p.136).

3.5 L'état actuel et le retour aux règlements :

Aujourd'hui, l'activité commerciale en Algérie continue de se développer dans un contexte urbain en constante évolution, marqué par la convergence de dynamiques sociales, économiques et spatiales. Depuis l'ouverture économique amorcée dans les années 1990, l'investissement privé a participé à la transformation progressive du tissu urbain. Ce processus a entraîné une diversification des formes d'implantation commerciale, incluant l'installation de commerces dans des logements existants, notamment dans les quartiers de typologie coloniale,

où l'on observe des réaménagements intérieurs et des extensions extérieures. Parallèlement, le commerce informel a pris une place importante dans l'espace urbain, s'insérant dans les interstices du tissu bâti et dans les espaces publics.

4. Typologie des espaces commerciaux existant dans le contexte algérien :

Selon la réglementation algérienne, le Décret exécutif n° 12-111 du 13 Rabie Ethani 1433 correspondant au 6 mars 2012 donne la définition de l'espace commercial et relate ensuite la définition de chacun des différents formats de ces espaces commerciaux. L'article 2 de ce décret précise qu'il est entendu par espace commercial toute enceinte ou établissement, bâti ou non bâti, aménagé et délimité à l'intérieur duquel s'opèrent des transactions commerciales aux stades de gros ou de détail.

4.1 Les petites surfaces de ventes :

4.1.1 Les magasins traditionnels « Hanoute » :

Ce sont des espaces de ventes d'une surface inférieure à 100 m², leur activité essentielle est la vente, principalement dédiés à vendre des produits d'une première priorité. Occupent le rez-de-chaussée de la plupart des bâtiments résidentiels. Leurs conceptions se font sous aucun prétexte commercial.

4.1.2 Les kiosques :

Ce sont des espaces préfabriqués, généralement trouvés dans le milieu urbain, d'une surface réduite (moins de 12m²). Construits avec des matériaux légers « aluminium, contreplaqué », sont soit fixes ou mobiles.

4.2 Les moyenne surfaces de ventes :

4.2.1 Les superettes :

C'est des espaces de vente d'alimentation en libre-service doit selon l'article 44 disposer d'une surface de vente comprise entre cent vingt (120) et cinq cents (500) mètres carrés, cumulables en hauteur.

4.2.2 Les marchés :

Ce sont les espaces commerciaux les plus populaires en Algérie, ils occupent des places publiques, des rues, ou même des friches urbaines se divisant en des marché ouverts et couverts, quotidiens ou hebdomadaires, ils ne suivent aucun principe commercial., jusqu'aux dernières années l'état a fixé des modalités d'implantation et de construction pour ces espaces

- Marchés De gros des fruits et légumes.
- Marchés De gros des produits de la pêche dits « halles à marées ».
- Marchés De gros des produits agroalimentaires.
- Marchés De gros des produits industriels.
- Marchés Couverts et de proximité de détail de fruits et légumes, de viandes et de poissons et crustacés frais et congelés.
- Marchés Couverts et de proximité de détail des produits agroalimentaires.
- Marchés Couverts et de proximité de détail des produits manufacturés.

CHAPITRE I : L'architecture commerciale : concept, enjeux et évolution.

- Marchés Hebdomadaires ou bihebdomadaires des fruits et légumes, de produits alimentaires de large consommation et des produits manufacturés.
- Marchés Hebdomadaires à bestiaux.
- Marchés Hebdomadaires de véhicules d'occasion.

4.3 Les grandes surfaces de vente :

4.3.1 Les supermarchés :

Le supermarché doit disposer : d'une surface de vente supérieure à cinq cents (500) mètres carrés et inférieure à deux mille cinq cents (2500) mètres carrés, cumulables en hauteur, ainsi que d'aires de stationnement pour les véhicules appropriées, attenantes ou à leur proximité, d'une capacité minimale de cent (100) véhicules (Art. 43).

4.3.2 Les hypermarchés :

L'hypermarché doit disposer : d'une surface de vente supérieure à deux mille cinq cents (2500) mètres carrés, d'aires de stationnement pour les véhicules appropriées, attenantes ou à leur proximité, d'une capacité minimale de mille (1.000) véhicules, des aménagements nécessaires à la circulation et à l'accès des personnes et des véhicules ainsi que des aires de jeux surveillées pour les enfants (Art. 45).

4.3.3 Les centres commerciaux :

Il est entendu par centre commercial : tous ensemble immobilier abritant plusieurs commerces destinés pour l'exercice d'une gamme diversifiée d'activités commerciales et artisanales (Art. 47). Qui contiennent un nombre important de magasins, se trouvent dans des milieux urbains, ils ont leurs propres parkings, et leur surface est de 5000 m² minimum.

4.3.3.1 - Les types d'espaces commerciaux :

Sur la base de la localisation, de la surface, de la structure ou de la composition et de la vocation commerciale, on définit les types de centres commerciaux :

Selon la localisation :

➤ Les centres commerciaux urbains :

Situés au cœur des villes, ces centres ont une superficie allant de 5 000 à 20 000 m². Ils regroupent environ une vingtaine de magasins et services, souvent avec un parking souterrain. Ils jouent un rôle important dans la structuration des pôles urbains.

➤ Les centres commerciaux périphériques :

Situés en périphérie des villes, ces centres ont des surfaces de vente allant de 40 000 à 100 000 m². Ils offrent une large gamme de services, incluant des supermarchés, magasins spécialisés, restaurants et cinémas.

Selon la taille :

➤ **Le centre local ou de proximité :**

Pour la desserte d'un quartier (10 000 à 40 000 habitants), petit centre de moins de 10000 m² de surface commerciale utile et dont le magasin principal est souvent un supermarché.

➤ **Le centre de communauté ou centre d'attraction semi-régionale :**

Pour la desserte de plusieurs quartiers (40 000 à 1000 000 habitants), d'une surface GLA de 10 000 à 20 000 m², et le principal établissement est souvent un hypermarché.

➤ **Le centre régional :**

De plus de 20 000 m² de surface et à vocation régionale et plus de 120 000 (voire plus de 200 000) habitants, on y trouve généralement plusieurs grandes et moyennes surfaces et un ou plusieurs grands magasins ou hypermarchés.

➤ **Le centre commercial super régional :**

Ces centres commerciaux présentent une surface GLA supérieure à 80000 m² et /ou accueillent au moins 150 magasins et services. Leurs rayons de clientèle sont à l'échelle nationale.

5. Réglementation et politiques urbaines en Algérie :

5.1 Cadre réglementaire et législatif :

L'Algérie a adopté plusieurs lois, décrets et ordonnances régissant l'activité commerciale et les surfaces commerciales, on peut citer les principaux textes législatifs et réglementaires qui ont marqué l'évolution du cadre juridique du commerce et des grandes surfaces en Algérie :

5.1.1 Lois et ordonnances générales sur le commerce :

- **Loi n° 90-29 du 1er décembre 1990** relative à l'aménagement et l'urbanisme, qui définit les règles d'implantation des équipements commerciaux dans les villes.
- **Loi n° 90-22 du 18 aout 1990**, modifiée et complétée, relative au registre du commerce
- **Ordonnance n° 96-01 du 10 janvier 1996** relative à la concurrence et aux prix. Régule la formation des prix et la liberté de concurrence sur le marché.
- **Ordonnance n° 03-03 du 19 juillet 2003** relative à la concurrence, instaure un cadre juridique pour lutter contre les pratiques anti-concurrentielles et encourage la libre concurrence dans le secteur commercial.
- **Loi n° 04-02 du 23 juin 2004** fixant les règles applicables aux pratiques commerciales. Vise à garantir la transparence et la loyauté dans les transactions commerciales et réglemente la concurrence et interdit les pratiques déloyales.
- **Loi n° 04-08 du 14 août 2004** relative aux conditions d'exercice des activités commerciales. Définit les règles générales encadrant les activités commerciales en Algérie. Implique un enregistrement auprès du registre du commerce.

5.2 Réglementation spécifique aux grandes surfaces commerciales :

- **Décret exécutif n° 91-175 du 28 mai 1991** fixant les procédures d'élaboration et d'approbation des documents d'urbanisme (PDAU, POS) qui influencent l'implantation des centres commerciaux.
- **Décret exécutif n° 09-182 du 12 mai 2009** fixant les conditions et modalités d'implantation des espaces commerciaux. Définit les types de commerces : supermarchés, hypermarchés, centres commerciaux et fixe des critères d'implantation : surface minimale, stationnement, localisation en dehors des zones urbaines.
- **Décret exécutif n° 12-111 du 6 mars 2012** fixant les conditions et modalités d'exercice des activités commerciales dans les centres commerciaux. Réglemente les obligations des promoteurs et des commerçants dans ces espaces.
- **Décret exécutif n° 13-378 du 9 novembre 2013** relatif aux grandes surfaces et hypermarchés. Renforce les contrôles sur les conditions d'ouverture et de fonctionnement.

La législation algérienne a établi une liste des activités économiques nécessitant une inscription au registre du commerce, officialisée par le décret exécutif n° 97-39 du 18 janvier 1997, qui définit et encadre ces activités. Ainsi, la classification des structures commerciales se présente comme suit :

- **Le code d'activité 510001** relatif à la dénomination de l'activité : la superette est conditionnée par l'existence d'une surface comprise entre 120 et 400 m².
- **Le code d'activité 510002** relatif à la dénomination et conditions de l'activité : le supermarché, signifiant Commerce de détail en magasin par existence d'une surface de vente compris entre 400 et 2500 m².
- **Le code d'activité 510003** relatif à la dénomination et aux conditions de l'activité Hypermarché ; autrement dit le commerce de détail en magasin par l'existence d'une surface de vente égale ou supérieure à 2500m².

5.3 Les limites d'application des réglementations encadrant les espaces commerciaux en Algérie :

Bien que l'Algérie dispose d'un cadre réglementaire encadrant les grandes surfaces commerciales, son application reste limitée par :

- Un manque de contrôle, et de suivi et d'application des textes réglementaires.
- Des exigences parfois inadaptées au contexte local et des contraintes économiques.
- L'absence de normes architecturales strictes.
- La faible coordination entre les acteurs concernés entrave la qualité et l'intégration urbaine des centres commerciaux.

Néanmoins les textes réglementaires en vigueur restent largement centrés sur des considérations fonctionnelles, techniques et économiques, reléguant au second plan les

CHAPITRE I : L'architecture commerciale : concept, enjeux et évolution.

questions de qualité architecturale, d'innovation formelle et de confort spatial. Cette orientation contribue à produire des espaces commerciaux pauvres en identité, peu attractifs, et souvent mal intégrés dans leur contexte socio-urbain. Il n'existe pas de réglementation claire sur l'harmonisation esthétique des façades, la prise en compte du patrimoine architectural local, ou encore l'aménagement des espaces publics autour des centres commerciaux.

Cette lacune entraîne une banalisation architecturale, où les centres commerciaux sont conçus sans réelle identité visuelle et sans lien avec leur environnement immédiat.

Conclusion :

On peut conclure que l'architecture commerciale est un élément clé du paysage urbain algérien qui a contribué à façonner l'organisation et la vitalité des villes. À travers ce chapitre, nous avons pu définir la notion de l'architecture commerciale tout en mettant en lumière ses dimensions économiques, sociales, urbaines et architecturales, ainsi que son impact sur l'aménagement du territoire. L'évolution des espaces commerciaux, depuis leurs racines historiques jusqu'à leurs manifestations actuelles reflète une transformation progressive. Toutefois, cette modernisation soulève des défis, notamment dans l'application des réglementations urbaines et commerciales.

L'analyse des typologies commerciales algériennes nous a permis de comprendre la diversité des formes et des fonctions de ces espaces, mais aussi des lacunes dans leur intégration urbaine et leur régulation. Bien qu'un cadre légal existe, on peut admettre que son inefficacité affecte la qualité architecturale et l'impact urbain de ces infrastructures. Finalement ce cadre théorique et historique servira de base essentielle pour la suite de notre étude, qui sera consacré à une analyse approfondie des critères influençant la qualité des espaces commerciaux en Algérie, ainsi que des facteurs de réussite ou d'échec des projets commerciaux emblématiques.

Chapitre 02 : la qualité architecturale : concept principes et évaluation

Introduction :

La notion de qualité architecturale est un concept complexe qui dépasse la simple appréciation esthétique d'un édifice. Elle repose sur un ensemble de principes combinant des aspects fonctionnels, techniques, environnementaux et culturels « *La question des qualités architecturales n'est ni une abstraction théorique ni la chasse gardée des professionnels de l'architecture ou de la recherche. Elle nous concerne tous, que l'on soit au bureau, chez soi, dans les différents équipements qui accompagnent notre vie et nos activités sociales, dans l'intérieur le plus privé comme dans l'espace public, en ville ou ailleurs.* » (Hoddé, 2006). Dans le contexte de l'architecture commerciale, la qualité architecturale ne se limite pas à l'apparence des bâtiments, mais englobe également leur intégration urbaine, leur impact sur l'expérience et la perception des usagers et leur contribution à l'identité des villes.

Ce chapitre vise à explorer non seulement le concept de qualité architecturale à travers ses différentes définitions, ses principes fondamentaux mais nous nous intéresserons notamment aux référentiels existants et aux approches méthodologiques ainsi que les critères permettant son évaluation dans un contexte architecturale et urbain.

1. Champs sémantiques et conceptualisation :

Avant d'aborder la notion de qualité architecturale il est essentiel de s'arrêter d'abord sur la notion de qualité en tant que concept générale, car elle constitue le socle conceptuel sur lequel repose toute évaluation.

1.1 Définition de la qualité :

Selon le dictionnaire le Robert : la notion de qualité « c'est une manière d'être non mesurable (d'une chose) qui donne une valeur plus ou moins grande (s'oppose à quantité) ».

Cependant, **selon le dictionnaire de l'Académie française**, Au niveau étymologique, le mot emprunté du latin *qualitas*, « qualité, manière d'être », lui-même dérivé de *qualis*, « quel, de quelle sorte ». À partir du XVII^e siècle, le terme a évolué pour désigner une "manière d'être jugée bonne", impliquant une reconnaissance partagée et un jugement de valeur.

Selon Larousse : « Non féminin : Ensemble des caractères, des propriétés qui font que quelque chose correspond bien ou mal à sa nature, à ce qu'on en attend : du papier de qualité moyenne ».

Selon l'ISO 9000 : se résume à « L'aptitude d'un ensemble de caractéristiques intrinsèques à satisfaire des exigences ». La notion de qualité pouvant être subjective, elle peut s'appuyer

CHAPITRE II : la qualité architecturale : concept, principes et évaluation.

par une mise en conformité avec les exigences de référentiels (normes, standards...), de cahiers des charges, de spécifications, de la réglementation (directives, décret, ...).

Crosby, P.B défini la qualité comme « *la conformité aux exigences* » (Crosby, 1979). Il y explique que la qualité doit être mesurée par le respect des spécifications établies, plutôt que par une notion subjective de « bonté » ou de « luxe ».

1.2 Les types de perceptions de la qualité :

- **La qualité attendue** : C'est la qualité que le client espère recevoir et souhaite obtenir. Elle est basée sur ses besoins, ses attentes et ses exigences, souvent influencés par ses expériences passées ou les standards du marché.
- **La qualité souhaitée** : le professionnel définit la qualité qu'il pense devoir offrir. Cette perception est basée sur sa compréhension des attentes du client, mais aussi sur ses propres standards et contraintes (budgétaires, techniques, réglementaires, etc.).
- **La qualité perçue** : C'est la façon dont le client évalue la qualité après avoir expérimenté le service ou le produit. Elle est mesurable à travers la satisfaction client, les retours d'expérience et les avis.
- **La qualité obtenue** : C'est la qualité réellement produite par le professionnel. Elle est évaluée selon des normes, des critères techniques et des processus internes de contrôle. Cependant, une partie de cette qualité peut échapper à la perception du client si elle concerne des aspects invisibles (matériaux, conformité technique, durabilité, etc.).

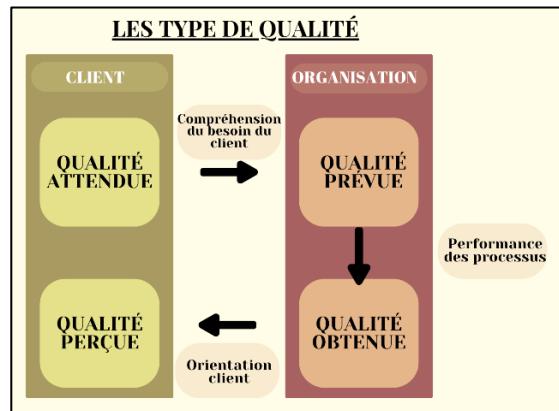


Figure 15 : Les types de la qualité.
Source : <https://www.ageval.fr/blog/definition-qualite-demarche-qualite/> Traité par auteur 2025.

1.3 Les outils de gestion de la qualité :

- **Les outils complexes** utilisés dans les domaines de l'ingénierie, de la logistique, de la métrologie, des statistiques, par les services de planification et de méthode, ... Ces outils ont souvent été créés au début du siècle dernier. La plupart d'entre eux figurent déjà dans le livre de Joseph Juran (1951) « Quality Control Handbook » Mc Graw-Hill Book Company, guide rassemblant les concepts, outils et démarches applicables à l'amélioration de la qualité.
- **Les outils simples** d'aide à la réflexion, à l'analyse, à la méthode, utilisables par tout public sans formation particulière. C'est la JUSE (Japanese Union of Scientists and Engineers) qui fera la première diffusion systématique en 1977, de 7 outils "tout public" sélectionnés pour la simplicité de leur utilisation. Ces outils ont été dénommés les "7M" (1-Diagramme de Pareto, 2-diagramme causes-effets, 3-stratification, 4-check-list, 5-histogramme, 6-diagramme de dispersion, 7-graphe / carte de contrôle).

CHAPITRE II : la qualité architecturale : concept, principes et évaluation.

- **Exemple de quelques outils de gestion de la qualité :**

- **La roue de Deming :** consiste en une méthode de gestion de la qualité appelé aussi PDCA (Plan-Do-Check-Act). Cette méthode a été lancée par les qualiticiens JURAN et SHEWART à la société Bell Telephone en 1925. Néanmoins, le nom de Deming est resté attaché à cet outil. Son nom vient du statisticien Dr Edwards Deming qui a popularisé dans les années 1950 en présentant cet outil à l'organisation patronale japonaise. La méthode permet de structurer la démarche "qualité" et à l'améliorer sans cesse, de la conception à l'exploitation.

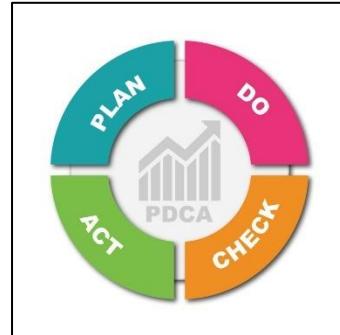


Figure 16 : la roue de Deming PDCA.

Source : <https://www.xl-consultants.com/sites/default/files/éditeur/PDCA.jpg>

- **Plan (Planifier) :** Cette phase consiste à définir précisément les objectifs, les tâches à accomplir, les ressources nécessaires et le calendrier d'exécution. Elle inclut l'élaboration d'un cahier des charges clair, en identifiant les actions à mener et les coûts associés.
- **Do (Mettre en œuvre) :** C'est l'étape de réalisation. On applique les actions prévues, souvent à travers une phase pilote ou un test initial, afin d'observer les premiers résultats et ajuster si nécessaire.
- **Check (Vérifier) :** À ce stade, on contrôle les résultats obtenus en termes d'usage, d'esthétique, d'intégration urbaine, ...etc. et on évalue leur conformité par rapport aux objectifs définis dans la phase de planification. Il s'agit d'identifier les écarts, les réussites et les éventuelles insuffisances.
- **Act (Agir / Ajuster) :** Enfin, cette phase vise à corriger les écarts constatés, tirer des enseignements de l'expérience, et mettre en place des actions d'amélioration de la qualité pour optimiser le processus lors des cycles suivants.
- **La méthode Kaizen :** Née au Japon dans les usines Toyota dans les années 50, est une philosophie de gestion qui se repose sur l'amélioration continue de la qualité, de l'efficacité et de la productivité d'un processus ou d'une entreprise. C'est une approche simple, peu coûteuse et immédiates composée de 4 étapes, basée sur :
 - Définir le problème tel qu'il est perçu par les salariés (travailleurs) qui effectuent les Tâches concernées.
 - Rechercher les causes.
 - Trouver des solutions avec les acteurs.
 - Déployer ces solutions et mesurer les résultats.

- **La méthode Six Sigma** : il s'agit d'une approche axée sur le client, factuelle (réelle), pragmatique et organisée, visant à améliorer continuellement la qualité et la productivité des processus afin de renforcer la rentabilité. Elle vise à :
 - Mesure des défauts d'un processus (diminution de variation).
 - Recherche des causes profondes des défauts.
 - Recherche et mise en œuvre de solutions.
 - Définir : pour identifier les niveaux de qualité exigés par nos clients sur le processus en cours d'amélioration.
 - Mesurer : pour bien évaluer la fréquence des défauts du processus.
 - Analyser : pour comprendre pourquoi, où et quand les défauts apparaissent.
 - Améliorer : pour apporter au processus les améliorations qui réduisent la fréquence et le nombre de défauts.
 - Contrôler : pour intégrer et standardiser les améliorations dans le processus.



Figure 17 : la méthode des six sigma.

Source :

<https://www.europeanpharmaceuticalreview.com>

1.4 Définition de la notion de la qualité architecturale :

La notion de qualité architecturale n'est pas définie de manière claire et universelle, d'après Robert Max Antoni « *La notion même de qualité architecturale reste dans l'esprit des professionnels, des maîtres d'ouvrage et du public, une notion dont la définition est controversée* » (Antoni, 2003, p.13). Par ailleurs la qualité architecturale est autrement définie d'une société à une autre, d'une culture à une autre et d'une classe sociale à l'autre « *La qualité en architecture, c'est comme la démocratie tout le monde en parle, tout le monde est pour, mais personne ne sait ce que c'est, ni comment l'assurer* » constate avec humour François Dufaux, architecte et chargé d'enseignement à l'École d'architecture de l'Université Laval (Ordre des architectes du Québec, 2010, p. 09).

1.4.1 La qualité architecturale : une notion complexe et subjective :

Philippe Dehan souligne la complexité et le caractère subjectif de la qualité, qui varie en fonction des perceptions et requiert une étude sociologique. Il précise qu'il y a plusieurs paramètres pour tenter de déterminer la qualité architecturale, et qu'une large partie d'entre eux ne peut être quantifiée objectivement. « *La notion de qualité architecturale est difficile à cerner car elle se constitue à travers de nombreux facteurs, de nature variée, et dont beaucoup fluctuent selon l'observateur. En effet, il ne s'agit pas simplement de déterminer un degré de confort ou d'équipement, relativement facile à quantifier, mais d'interroger la pertinence d'un objet architectural dans ses différentes dimensions. Une majorité des facteurs constitutifs de la qualité architecturale ne sont pas techniques, nombre d'entre eux ne sont pas mesurables de manière objective, et certains nécessitent la médiation d'une enquête et d'une analyse sociologique ...* » (Dehan, 1999).

CHAPITRE II : la qualité architecturale : concept, principes et évaluation.

1.4.2 La qualité architecturale : une valeur partagée et un processus collectif :

Le séminaire de Robert Auzelle (2007) met l'accent sur la participation active et la responsabilité de tous les acteurs dans la construction d'un environnement bâti significatif et inclusif « *La qualité architecturale est une valeur partagée, portée par les maîtres d'ouvrage et les maîtres d'œuvre. Elle repose sur un langage commun enraciné dans la culture, s'inscrit dans le cadre du débat public qui sous-tend la démocratie, et résulte d'un processus de création collective guidé par une éthique* » (Antoni, 2007).

1.4.3 Une métamorphose architecturale :

Lecourtois, C souligne dans son article intitulé : “quelle qualité pour l'espace architecturale ?” « *Au cours d'une enquête à l'Institut du Monde Arabe, une définition de la qualité architecturale m'a été servie par un des membres de l'équipe conceptrice : « l'architecture de qualité, c'est quand cet objet qui est d'une banalité architecturale, se transforme petit à petit en paradigme d'autre chose. C'est le passage d'un bâtiment à un Monument »* » (Lecourtois, 2009). Elle met en lumière une définition de la qualité architecturale qui repose sur un processus de transformation, d'après elle un bâtiment de qualité ne se résume pas à ses caractéristiques techniques ou esthétiques immédiates. Au contraire, il acquiert progressivement une valeur symbolique et culturelle qui le distingue des constructions ordinaires.

1.4.4 Les cinq dimensions du jugement de la qualité architecturale :

Larochelle, P ne fournit pas une définition explicite de la qualité architecturale, mais détaille plutôt les cinq domaines que, d'après lui, toute évaluation devrait examiner. On considère les dimensions écologiques (exploitation des ressources, matériaux et énergie), sociales (les valeurs et le style de vie des utilisateurs, les pratiques de construction influencées par des habitus culturels et esthétiques), opérationnelles (qui se traduisent par une fonctionnalité), perceptuelles (l'effet de l'architecture sur les sens, incluant le confort thermique et acoustique) ainsi que l'expérientiel (particulièrement la phénoménologie de l'espace). « *Il n'y a pas de qualité architecturale si l'édifice ne peut être considéré comme satisfaisant sur chacun de ces plans* » (Larochelle, 2010).

2. Les principes de la qualité architecturale :

La qualité architecturale se trouve définie par le concept vitruvien, repose sur les trois principes fondamentaux énoncés dans son traité **De architectura** repris par Alberti, que Perrault traduit dans les dix livres d'architecture de Vitruve : ... « *En toutes sortes d'édifices, il faut prendre garde que la Solidité, l'Utilité (ou Commodité) et la Beauté s'y rencontrent...* » (Perrault, 1965, p.16).

2.1. La solidité :

Un édifice doit être construit de manière durable, en utilisant des matériaux et des techniques garantissant sa résistance et sa stabilité au fil du temps.

CHAPITRE II : la qualité architecturale : concept, principes et évaluation.

2.2. L'utilité :

Un bâtiment doit répondre adéquatement aux exigences de ses occupants en garantissant un confort maximal et une fonctionnalité appropriée à son utilisation, ce qui englobe l'orientation, la répartition des espaces, les volumes, notamment les vides et les pleins, la luminosité, l'acoustique, l'ergonomie et la performance thermique.

2.3. La beauté :

L'architecture doit présenter une harmonie en termes de proportions et de matériaux, ainsi que dans la façon dont le bâtiment interagit avec son environnement. Elle doit également être plaisante à l'œil, suscitant une émotion esthétique chez ceux qui l'observent. Ainsi, c'est une valeur hautement symbolique tant pour l'utilisateur que pour la Collectivité.

3. Les enjeux de la qualité architecturale :

D'après le (conseil d'architecture d'urbanisme et de l'environnement d'eure-et-loir, 2010) La qualité architecturale ne se limite pas à une simple réponse technique, elle est également définie dans ce XXIe siècle par les quatre enjeux suivants :

3.1. L'opportunité :

Il s'agit de la pertinence d'un programme qui est en phase avec une situation spécifique et un budget donné, tout en tenant compte des principes du développement durable.

3.2. La localité :

Il s'agit de considérer les spécificités locales dans le projet (le climat, les matériaux, les compétences locales, l'historique, la culture, ...).

3.3. La spécificité :

Elle concerne la faculté de rejeter des programmes et/ou des plans standards, car une architecture de qualité ne peut être envisagée comme un produit. Il s'agit d'une opportunité d'innovation en proposant des solutions conceptuelles différentes de celles déjà établies (par exemple, VMC ou climatisation...).

3.4. La frugalité :

Elle consiste à concevoir l'intégralité du projet architectural afin qu'il soit économe en énergie et en eau. Il s'agit de concevoir le projet dans son ensemble, depuis sa réalisation jusqu'à son utilisation.

4. Les critères de la qualité architecturale :

La qualité architecturale est un concept subjectif qui repose sur des critères de conception porteurs de valeur. Comme l'explique Rönn (2014) « *L'architecture est jugée selon des critères qui incluent des opinions, des valeurs, des idéaux et des impressions de caractéristiques souhaitables. Ainsi, un projet de construction peut être évalué extérieurement* ».

CHAPITRE II : la qualité architecturale : concept, principes et évaluation.

en utilisant des critères de conception de qualité basés sur des exigences d'adéquation à l'environnement, de matériaux naturels et d'une conception qui répand la joie aux utilisateurs et aux visiteurs » (Rönn, 2014, P. 240, traduit avec DeepL.com).

C'est dans cette perspective, que Birgit Cold (1989) professeur au département d'architecture de l'université norvégienne des sciences et technologies élargit cette réflexion en affirmant que « *la qualité est généralement attribuée à de beaux bâtiments aux fonctions bien pensées. Il s'agit là d'un exemple de critères chargés de valeurs décrivant une attitude architecturale qui inclut des valeurs telles que l'intégralité, la durabilité, l'adaptation à l'environnement, l'authenticité, l'honnêteté esthétique, la beauté, la lisibilité, l'utilité et le professionnalisme* » (Rönn, 2014, P. 240, traduit avec DeepL.com). Nous allons présenter un ensemble de critères d'évaluation à travers les perspectives de plusieurs acteurs et chercheurs.

4.1 Selon Chantal Doucet :

Chantal Doucet, architecte et chercheuse québécoise spécialisée en qualité architecturale, urbanisme et aménagement du territoire, souligne que la qualité architecturale englobe deux aspects essentiels :

- **Esthétique** : Elle affirme que « *l'architecture a aussi le rôle d'exprimer une époque et une culture, au-delà du service qui va occuper le bâtiment. Le bâtiment se situe dans un ensemble urbain. La plupart des gens ne vont l'expérimenter que de l'extérieur. La façade, l'entrée, le rapport avec la rue ne sont pas à négliger.* » (Doucet, 2010).
- **Fonctionnalité** : Elle précise que la qualité architecturale ne se limite pas à une question esthétique, mais inclut également des aspects fonctionnels et contextuels. « *Il s'agit d'une recherche d'équilibre entre la réponse à un besoin fonctionnel et technique et une innovation-création. On ne peut faire de qualité sans répondre à ces besoins, sous peine de voir le design massacré ensuite pour apporter les correctifs !* » (Doucet, 2010).

4.2 Selon Philipe Dehan :

D'après Laroui Abdelbasset (2017). Dehan. P Lors de son intervention intitulée *La qualité architecturale entre art et usage* au colloque Ramau (2005), il a proposé deux classifications distinctes des critères permettant de juger la qualité architecturale Dans le premier, il a souligné que la problématique de la qualité de l'œuvre architecturale se distingue par deux aspects majeurs :

Premièrement : « ... *L'objet architectural est unique et il se distingue par : sa pluralité fonctionnelle, son encrage foncier, et sa durée de vie...* » (Dehan, 1999). D'après lui, l'architecture a des usages mais pas de fonctions. L'objet architectural doit être pensé en fonction de son utilisation au fil du temps. L'appréciation de la qualité d'un objet architectural s'effectue par l'analyse de la qualité d'usage dans son ensemble (performance, confort thermique, confort lumineux, etc.), ainsi que par son intégration au site. En effet, chaque projet architectural est enraciné dans un lieu avec lequel il établit un dialogue très particulier.

CHAPITRE II : la qualité architecturale : concept, principes et évaluation.

Deuxièmement : « ... *l'architecture est un art...* » (Dehan, 1999) Dans ce contexte, la question qualitative évolue, en raison de la modification des paramètres d'évaluation de l'œuvre artistique. Les clients ne recherchent pas toujours la valeur artistique, sauf dans des circonstances très particulières, et celle-ci peut être appréciée de diverses façons en fonction du type de projet et de l'objectif visé (comme par exemple, le symbolisme du projet), après avoir mis l'accent sur la qualité d'utilisation et la pérennité de la construction.

Dehan.P, par la suite, confirme que la qualité architecturale ne peut être réduite à une formule simple. Il essaie cependant de condenser les critères d'appréciation de la qualité architecturale en se basant sur la tripartition de Vitruve, adoptée par plusieurs théoriciens pour appréhender cette question : pérennité, Usages, forme (Fig. 18).

Dans son ouvrage sur la qualité architecturale et la rénovation Selon Dehan.P (1999), il n'a pas dévié beaucoup de cette catégorisation des critères d'architecture, en proposant une décomposition conceptuelle de l'objet architectural. Cela a mené à l'établissement de ses critères pour juger la qualité architecturale, en séparant les indicateurs d'évaluation selon les trois concepts distincts précédemment mentionnés.

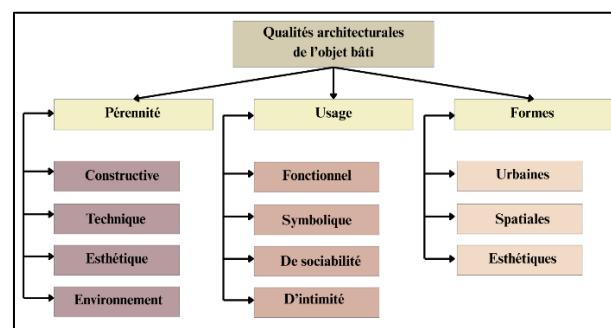


Figure 18 : Décomposition conceptuelle des qualités architecturales de l'objet bâti. Source : auteur, 2025.

4.3 Selon Azeanita Suratkon et Safuan Jusoh :

Suratkon, A., & Jusoh, S. (2015) en s'appuyant sur le Design Quality Indicator (DQI) du Royaume-Uni ont identifié 34 indicateurs de qualité du design architectural regroupés en trois catégories :

- a) **Fonctionnalité** : repose sur l'agencement, la qualité et l'interrelation des espaces, et sur la façon dont le bâtiment est conçu pour être utile. Elle prend en compte les trois aspects suivants :
- Utilisation : dans quelle mesure le bâtiment répond aux fonctions qu'il peut accueillir à l'origine et à l'avenir. Fonctions qu'il peut accueillir à l'origine et à l'avenir.
 - Taille : la taille et l'interdépendance des pièces ou des espaces du bâtiment. Du bâtiment, des pièces ou des espaces qui le composent.
 - Accès : facilité avec laquelle toutes les personnes peuvent se rendre au bâtiment et en faire le tour, et autour du bâtiment.

Tableau 01 : Aspects fonctionnels et indicateurs de qualité

CHAPITRE II : la qualité architecturale : concept, principes et évaluation.

Indicateurs	Descriptions
Disposition	La disposition du bâtiment est facilement compréhensible par ses utilisateurs pour qu'ils puissent s'orienter à l'intérieur.
Design	Le design du bâtiment est attrayant.
Accès	Le bâtiment offre un accès bon et sécurisé pour tout le monde (utilisateurs et visiteurs, y compris les personnes en situation de handicap).
Espace	Les espaces du bâtiment ont une taille appropriée à leur fonction.
Éclairage	L'éclairage est efficace et permet de répondre aux différentes exigences des utilisateurs.
Service	Le bâtiment fournit des services essentiels aux utilisateurs.
Éclairage naturel	La position des fenêtres et des portes est adaptée à l'éclairage naturel.
Ventilation naturelle	La position des fenêtres et des portes est adaptée à la ventilation naturelle.

Source: Suratkon, A., & Jusoh, S. (2015, November). Indicators to measure design quality of buildings. In International Conference of Science, Engineering & Environment. Traduit par DeepL.com

b) Qualité de construction : évaluée en fonction de la qualité de la construction du bâtiment : sa structure, son tissu, ses finitions et ses équipements, ses systèmes d'ingénierie, et la qualité de sa construction, ses finitions et ses équipements, ses systèmes techniques et la coordination de tous ces éléments et de leur performance. L'évaluation porte sur les aspects suivants :

- Performance : les systèmes mécaniques, environnementaux et de sécurité du bâtiment, environnementaux et de sécurité du bâtiment.
- Ingénierie : la qualité des composants du bâtiment.
- Construction : la qualité de l'assemblage du bâtiment l'édifice.

Tableau 02 : Aspect de la qualité du bâtiment et indicateurs de qualité.

Indicateurs	Descriptions
Usage	Le bâtiment répond facilement aux besoins des utilisateurs.
Système d'ingénierie	Les systèmes mécaniques et électriques du bâtiment fonctionnent correctement.
Paysage	Le paysage du bâtiment est attrayant.
Système de sécurité	Le système de sécurité du bâtiment fonctionne correctement.
Énergie	Le bâtiment est efficace dans son utilisation de l'énergie.
Énergie verte & durabilité	Le bâtiment utilise des sources d'énergie verte et un système de durabilité.
Finitions	Les finitions du bâtiment sont attrayantes.
Élément structurel	La structure du bâtiment est efficace.
Largeur de la route	La largeur de la route du bâtiment est appropriée.
Infrastructure	L'infrastructure du bâtiment est suffisante.
Stabilité	Le bâtiment est stable face aux éléments naturels (vent, pluie, tremblement de terre).

CHAPITRE II : la qualité architecturale : concept, principes et évaluation.

Passage piétonnier	Le passage piétonnier du bâtiment est adapté et convivial pour les piétons.
Entretien du bâtiment	Le bâtiment est correctement entretenu.
Source: Suratkon, A., & Jusoh, S. (2015, November). Indicators to measure design quality of buildings. In International Conference of Science, Engineering & Environment. Traduit par DeepL.com	

c) **Impact** : L'impact des bâtiments met en évidence la capacité des bâtiments d'enchanter, d'intriguer, de créer un sentiment d'appartenance, et d'améliorer la communauté locale et l'environnement, et la contribution de la conception aux arts et aux sciences de la construction et de l'architecture. De la construction et de l'architecture. L'évaluation comprend les éléments suivants :

- Caractère et innovation : que pensent les gens de l'ensemble du bâtiment ?
- Forme et matériaux : la composition, l'échelle et la physique, l'échelle et la configuration du bâtiment à l'intérieur de ses limites. Ses limites.
- Environnement interne : la qualité à l'intérieur de l'enveloppe du bâtiment. L'enveloppe du bâtiment.
- Intégration urbaine et sociale : la relation du bâtiment avec son environnement.

Tableau 03 : Aspect de l'impact et indicateurs de qualité.

Indicateurs	Descriptions
Couleur	La couleur du bâtiment est adaptée.
Forme & Matériaux	Le bâtiment a une forme et des matériaux en accord avec ses fonctions.
Confort	Les bâtiments offrent du confort aux utilisateurs.
Environnement interne	L'atmosphère à l'intérieur du bâtiment, la relation entre la lumière, l'espace et le climat de travail offrent du confort.
Environnement externe	L'environnement extérieur est de bonne qualité pour les utilisateurs.
Caractère & innovation	L'impact des bâtiments sur le caractère, la réflexion et l'apparence humaine.
Intégration urbaine & sociale	L'interaction avec les espaces privés et publics ainsi que l'impact des bâtiments sur la ville et la communauté.
Emplacement	Le positionnement du bâtiment est bien situé.
Effet visuel	L'apparence du bâtiment est attrayante.
Sécurité	Le bâtiment procure un sentiment de sécurité.
Catastrophes naturelles	L'emplacement des bâtiments permet de survivre aux catastrophes naturelles comme les inondations ou autres.
Bruit	Le bruit environnant du bâtiment n'est pas intrusif et n'affecte pas la santé humaine

Source: Suratkon, A., & Jusoh, S. (2015, November). Indicators to measure design quality of buildings. In International Conference of Science, Engineering & Environment. Traduit par DeepL.com.

CHAPITRE II : la qualité architecturale : concept, principes et évaluation.

5. Les méthodes d'évaluation de la qualité architecturale :

5.1. Système d'évaluation MATEA :

La méthode MATEA (Modèle pour l'Analyse, la Théorie et l'Expérimentation Architecturale), développée par Stéphane Hanrot en 2005, propose une évaluation de la qualité architecturale basé sur une multitude d'indicateurs et fondée sur la multiplicité des points de vue des différents acteurs du projet — usagers, maître d'ouvrage, maître d'œuvre, etc. Cette méthode repose sur la comparaison et la confrontation de ces perceptions, permettant ainsi une compréhension plus complète et nuancée de la qualité d'un édifice.

Selon son initiateur, « *l'évaluation de la qualité architecturale ne peut être que relative, relative aux points de vue des acteurs (architecte et autres) qui se prononcent, forment une critique et en débattent. Dans ce cas, il revient à la discipline architecturale elle-même de savoir comparer ces points de vue -c'est à dire d'en apprécier les écarts et la variabilité dans le temps- pour se construire une représentation plus globale de la qualité architecturale et mieux comprendre et reconnaître les termes positifs de la critique et du débat qu'elle ouvre*

Le modèle comprend deux sous-modèles : le modèle du cycle de vie, illustré par un chronographe indiquant les points de vue à comparer dans le temps, et le modèle de comparaison, représenté par une base de données et un diagramme radar. « *Un objet architectural peut être évalué selon les différents points de vue en considérant les rôles qu'il assume et les propriétés qu'ils lui confèrent. Mais cette évaluation est fragmentée. Or l'architecture est une forme de synthèse de ces différents rôles. Aussi je propose, sur le modèle radar de relier les différentes valeurs accordées selon les différents points de vue de façon à former une figure géométrique qui évoquera la synthèse architecturale*

Le système d'évaluation est organisé en 7 niveaux (de 0 à 6). Une fois les données rassemblées pour chaque perspective, l'analyse débute par l'identification des divergences de perspectives (positivité, convergence et variabilité). La procédure est marquée par différentes phases. À partir des données disponibles, créez graphiquement des diagrammes radars.

Nul	Très faible	Faible	Moyen	Bien	Très bien	Excellent
0	1	2	3	4	5	6

CHAPITRE II : la qualité architecturale : concept, principes et évaluation.

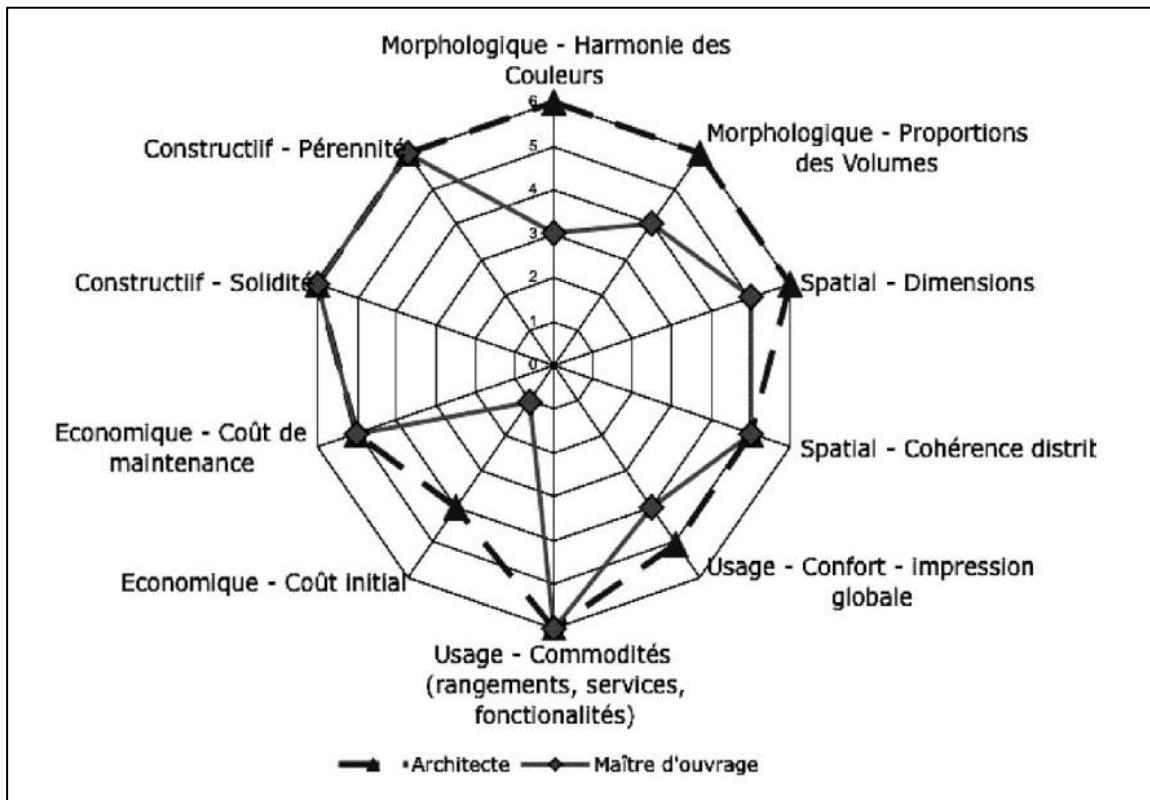


Figure 19 : Exemple d'un schéma radar (Courrier du Savoir Mars 2013 Hanrot Stéphane).

NUMERO	1	OBSERVATIONS		
ACTEUR	Architecte			
OBJET	Maison en bande			
ETAT	Phase de projet	par interview		
DATE	1 janvier 2010			
QUALITE DE L'ARCHITECTURE	EVALUATION	COHERENCE	EXPLICATION	
<i>Moyenne</i>	5,50			
<i>Ecart Type</i>		0,67		
ASPECTS	PROPRIETES	NOTE Architecte	EVALUATION QUALITATIVE	EXPLICATION DE LA NOTE
Morphologique -	Harmonie des Couleurs	6	Excellent	
	Proportions des Volumes	6	Excellent	
Spatial -	Dimensions	6	Excellent	
	Cohérence distribution	5	Très Bien	Entrée pourrait être améliorée
Usage -	Confort - impression globale	5	Très Bien	Les lumières pourraient être plus chaleureuses
	Commodités (rangements, services, fonctionnalités)	6	Excellent	
Economique -	Coût initial	4	Bien	Il aurait été possible de faire quelques économies supplémentaires
	Coût de maintenance	5	Très Bien	Très faible car bonne qualité et bonne protection des matériaux
Constructif -	Solidité	6	Excellent	
	Pérennité	6	Excellent	

Figure 20 : Exemple d'un chronographe permet de situer les points de vue dans le temps (les cases grisées) (HANROT Stéphane, 2005)

CHAPITRE II : la qualité architecturale : concept, principes et évaluation.

Conclusion :

On peut conclure que la qualité architecturale constitue un concept multidimensionnel, à la fois complexe, subjectif et fondamental dans la création d'environnements bâtis significatifs. À travers l'analyse des définitions, des perceptions et des principes fondateurs de la qualité architecturale, ce chapitre a permis de mieux cerner les contours d'une notion qui dépasse largement les critères purement esthétiques ou techniques.

Dans le contexte de l'architecture commerciale, la qualité architecturale s'évalue à l'aune de plusieurs critères spécifiques : la fonctionnalité des espaces, l'expérience utilisateur, l'image perçue, l'intégration urbaine, la durabilité, mais aussi la capacité à créer du lien social et d'une identité urbaine.

Conclusion de la partie :

La partie théorique de ce mémoire a posé les bases conceptuelles nécessaires à la compréhension de l'impact potentiel de l'architecture commerciale sur l'amélioration de la qualité architecturale en Algérie. Elle a d'abord défini les enjeux économiques, sociaux et urbains de l'architecture commerciale, tout en retraçant son évolution et ses typologies dans le contexte algérien. Ensuite, elle a exploré la notion complexe et multidimensionnelle de la qualité architecturale, en identifiant ses critères d'évaluation, ses principes fondamentaux et les facteurs qui l'influencent.

Cette double approche a permis de construire un socle théorique solide, qui servira à évaluer de manière critique et méthodique des cas concrets dans la suite du mémoire. Elle ouvre ainsi la voie à une application pratique des concepts étudiés, en vue de proposer des stratégies d'amélioration adaptées aux réalités du contexte urbain algérien.



LA PARTIE ANALYTIQUE

Analyse et évaluation de cas d'architecture commerciale

Chapitre 03 : Évaluation de la qualité architecturale et de l'impact urbain de l'architecture commerciale.

Introduction

Après avoir exploré de manière générale les critères de la qualité architecturale dans le chapitre précédent, ce chapitre se concentre spécifiquement sur l'évaluation de la qualité architecturale des espaces commerciaux. L'architecture commerciale, en raison de ses particularités fonctionnelles et esthétiques, nécessite une analyse approfondie. L'objectif principal de ce chapitre est de détailler les critères d'évaluation qui permettent de juger la qualité architecturale des bâtiments commerciaux, il s'intéressera également à l'impact urbain de cette architecture.

1. Les critères d'évaluation de la qualité architecturale d'une architecture commerciale :

1.1 La fonctionnalité (qualité d'usage) :

Une définition simple de cette notion est proposée dans “ La qualité d'usage des bâtiments : Vers une approche globale des enjeux spatiaux, fonctionnels et humains” « *La notion de qualité d'usage d'un lieu peut se définir simplement comme sa capacité à répondre aux besoins, attentes et contraintes des acteurs.* » (Pugeat et al, 2015). Il s'agit alors d'apporter des réponses spatiales, techniques et fonctionnelles qui permettent :

- Aux usagers de bénéficier du service attendu (Achat, vente... etc.)
- Aux utilisateurs d'effectuer leurs tâches professionnelles.
- À tous les occupants (usagers et utilisateurs) de bénéficier de conditions de confort et de sécurité adaptées.

Dans ce cas penser la fonction dans un projet commercial consiste non seulement l'organisation des espaces en réponse aux besoins opérationnels comme les flux, les accès ou les services. Mais elle implique aussi la création d'environnements capables d'offrir aux usagers une expérience fluide, agréable et intuitive. Cela signifie que l'architecture doit être pensée pour faciliter la circulation, encourager l'appropriation des lieux par différents types de publics.

Donc l'évaluation de la fonctionnalité d'un espace commercial, se traduit par un équilibre entre qualité d'usage et qualité de l'espace architectural. Dans ce cas un ensemble de critères peut être pris en compte :

Chapitre III : Évaluation de la qualité architecturale et de l'impact urbain de l'architecture commerciale.

1.1.1 L'ergonomie des espaces :

L'ergonomie se définit par l'étude scientifique des relations entre l'homme et son environnement de travail, dans le domaine de l'architecture commerciale l'ergonomie est essentielle car elle vise à optimiser les conditions d'usage pour les usagers (clients, employés, gestionnaires) en adaptant l'espace commercial à leurs besoins physiques, perceptifs et fonctionnels. Cela permet d'assurer le confort, la sécurité, la fluidité des circulations, et l'efficacité des interactions homme-espace dans les lieux tels que les centres commerciaux, les magasins, ou les espaces de vente.

Gaël Bonnin et Alain Goudey dans leur article “ L'ergonomie Une composante marginalisée du design d'espace de vente ? ” soulignent que le design d'un espace de vente est « *l'aménagement global de l'environnement physique dans lequel l'individu évolue qui résulte donc, de l'utilisation des différents éléments matériels à la disposition du distributeur. Ces éléments sont très nombreux (odeurs, couleurs, lumières, matériaux de conception, etc.) et peuvent se prêter à des combinaisons quasiment infinies pour aboutir au design global du point de vente.* » (Bonnin, & Goudey, 2012). D'après eux l'ergonomie allie agencement spatial et choix des éléments sensoriels pour offrir un commerce à la fois performant, agréable et accueillant pour tous.

1.1.2 La flexibilité des espaces :

La flexibilité selon le (petit Larousse) se définit comme :

- Qualité de ce qui est flexible, souple.
- Architecture : Aptitude d'un espace construit à se plier à une utilisation évolutive ou différente.

Elle désigne la capacité d'un espace à accueillir des changements d'usage, d'organisation spatiale ou de technologies sans nécessiter de transformations lourdes ou coûteuses. Dans les espaces commerciaux, elle permet de répondre à l'évolution rapide des besoins des usagers, des marques, ou du marché. Elle répond à plusieurs enjeux importants citer dans le tableau suivant :

1.1.3 La gestion des flux :

La gestion des flux désigne l'organisation des déplacements (piétons, véhicules, marchandises) à l'intérieur et autour d'un espace commercial. Elle englobe les flux :

- Piétonniers (clients, visiteurs, employés).
- Véhiculaires (voitures, transports en commun, livraisons),
- Fonctionnels (flux logistiques internes : stockage, approvisionnement),
- D'urgence (évacuation, accès secours).

1.1.4 L'accessibilité :

Une définition sociologique, est donné par l'ordre des architectes français comme « *la capacité d'atteindre les biens, les services ou les activités désirés par un individu* » (ordre des

Chapitre III : Évaluation de la qualité architecturale et de l'impact urbain de l'architecture commerciale.

architecte français), c'est une mesure locale de la facilité d'accéder à partir d'un point donné à un ou plusieurs autres points de l'espace, elle est étroitement liée à la fréquentation du lieu, à sa rentabilité, et à son acceptabilité sociale. Un espace commercial de qualité doit être :

- Facile d'accès depuis l'environnement urbain (connectivité).
- Lisible et fluide à l'intérieur (circulations intuitives).
- Accessible à tous les profils d'usagers, y compris les personnes à mobilité réduite (PMR), les personnes âgées, les enfants, les femmes enceintes ou encore les personnes malvoyantes.

L'accessibilité requiert :

- Un accès physique.
- Une signalétique.
- Un accès numérique.
- Une information et une communication adaptées.

L'accessibilité permet de :

- Pouvoir circuler.
- Pouvoir accéder.
- Pouvoir utiliser.
- Pouvoir s'informer.
- Pouvoir et savoir communiquer.

La visibilité du bâtiment dans l'espace urbain et la lisibilité des accès jouent un rôle clé dans la perception de l'accessibilité. La conception doit donc intégrer des éléments de marquage, d'orientation et de repérage visuel pour faciliter l'usage du lieu par tous.

D'après le guide : "Intégration de la qualité d'usage dans les bâtiments de demain", la desserte et la facilité d'accès est un critère qui doit être pris en considération dès la phase de programmation, un bâtiment facilement accessible est celui qui respecte les points suivants :

- **Phase de programmation** : le choix d'un site adapté aux différentes contraintes et en adéquation avec les besoins des futurs usagers.
- **Phase de conception** : prendre en compte le piéton, aménager des parkings de façon à favoriser l'accessibilité à toutes personnes quel que soit leurs handicaps, prendre en compte le cycliste, et la voiture.
- **Phase d'exploitation** : Veiller à une bonne signalisation du bâtiment depuis l'espace public.

1.2 Esthétique (Qualité formelle) :

« Lorsque nous pénétrons dans un espace architectural, notre première impression est souvent dictée par l'esthétique. Que cela soit par la grandeur des formes, l'harmonie des

Chapitre III : Évaluation de la qualité architecturale et de l'impact urbain de l'architecture commerciale.

couleurs ou l'originalité des matériaux, l'art de l'architecture nous parle avant même que nous ayons mis un pied à l'intérieur » (voir le site <https://www.architecture-insiders.com/>). La qualité esthétique et formelle d'un bâtiment commercial renvoie à l'ensemble des choix de formes, de matériaux, de couleurs et de lumière qui façonnent l'identité visuelle du bâtiment de l'intérieur comme de l'extérieur et qui influencent directement l'expérience perçue par les usagers.

1.2.1 La forme :

La silhouette et la composition volumétrique du bâtiment constituent le premier signe de son identité. Edmund Bacon relie la qualité architecturale d'un bâtiment directement à la réussite de la production d'une qualité esthétique et formelle par une bonne combinaison de ces éléments. « *La forme architecturale est le point de contact entre la masse et l'espace ... Les formes architecturales, les textures, les matériaux, la modulation de la lumière et l'ombre, la couleur, tout concourt à injecter une qualité ou de l'esprit qui articule l'espace. La qualité de l'architecture sera déterminée par l'habileté du concepteur dans l'utilisation et la relation entre ces éléments, à la fois dans les espaces intérieurs et dans les espaces autour des bâtiments* » (Bacon, E. N 1974).

1.2.2 Traitement de façades et vitrines :

La façade agit comme une interface entre l'espace public et l'espace commercial : elle communique l'image du lieu, attire l'attention des passants, oriente les flux, et participe à l'identité visuelle globale du projet à travers l'utilisation de matériaux avec des textures, des couleurs et des contrastes ainsi que des détails architecturaux ont un effet direct sur les piétons qui perçoivent le bâtiment. La DMCC (Dubaï Multi Commodities Centre) souligne dans "Retail Design Guidelines" que « *La façade du bâtiment et le rez-de-chaussée sont les éléments les plus visibles du point de vue piétons et des véhicules. Les personnes qui s'approchent d'un bâtiment doivent pouvoir identifier qu'il comprend des éléments de commerce de détail et qu'il est facile de naviguer jusqu'à l'unité et l'entrée associée* » (DMCC, 2020, traduit par deepl.com). Donc Les devantures sont essentielles à la création d'une façade commerciale dynamique.

1.2.3 Jeux de lumière et ambiances :

La lumière, naturelle ou artificielle, influence fortement l'ambiance et la perception des espaces commerciaux. Bien utilisée, elle valorise l'architecture, améliore le confort visuel, guide les parcours et met en scène les produits. Comme l'a exprimé Le Corbusier dans "Vers une architecture" (1923) « *L'architecture est le jeu savant, correct et magnifique des volumes assemblés sous la lumière. Nos yeux sont faits pour voir les formes sous la lumière ; les ombres et les clairs révèlent les formes* » (Le Corbusier,



Figure 21 : Galerie Lafayette Haussmann, Paris.

Source :<https://citytrippijs.eu/galeries-lafayette-paris/>

Chapitre III : Évaluation de la qualité architecturale et de l'impact urbain de l'architecture commerciale.

1923). Cette vision confirme qu'une conception lumineuse maîtrisée contribue à l'attractivité des espaces commerciaux et à l'expérience sensorielle des visiteurs.

1.1.1 L'identité visuelle et le caractère :

Selon Grégoire Hattich (2015), l'identité visuelle désigne l'ensemble des éléments graphiques et formels permettant d'identifier un bâtiment ou une entité dans l'espace urbain. Cela inclut notamment la composition des façades, les matériaux, les formes, la signalétique, les couleurs, l'éclairage ou encore le mobilier, et la manière dont l'ensemble s'intègre dans le paysage. Par ailleurs, Hattich précise que la notion de caractère renvoie à l'expression spécifique d'un bâtiment ou d'un ensemble bâti, en relation avec sa fonction, son époque, son contexte ou encore les intentions du concepteur. Le caractère architectural se traduit par des choix formels et stylistiques qui confèrent à l'édifice une atmosphère singulière et une personnalité propre.



Figure 22: Apple store, New York, Etat Unis.

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

1.3 Qualité de la construction :

La qualité de la construction se réfère à l'ensemble des critères techniques et esthétiques qui garantissent la longévité, la résistance et la fonctionnalité d'un bâtiment. Elle est essentielle pour assurer que l'édifice réponde aux besoins actuels et futurs tout en respectant les normes de sécurité, de confort et de performance énergétique.

1.3.1 La solidité (stabilité) :

La solidité d'un bâtiment comme définie dans le chapitre précédent correspond à la capacité du bâtiment à résister aux forces mécaniques et aux sollicitations extérieures tout en maintenant ses fonctions et son intégrité structurelle sur le long terme. Elle se garantie travers :

- Le respect des normes de construction locales et internationales (par exemple, les normes sismiques, les règles de stabilité) garantit que le bâtiment est conçu pour résister aux risques naturels.
- Choix des types de fondations, des matériaux de construction et des techniques de renforcement selon les caractéristiques du terrain et les conditions climatiques locales.

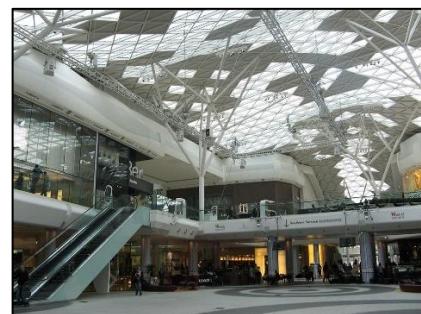


Figure 23: Centre commercial Westfield, Londres. Source:

<https://www.modernarchitecturelondon.com/buildings/westfield-london.php>

Chapitre III : Évaluation de la qualité architecturale et de l'impact urbain de l'architecture commerciale.

- Vérification que le bâtiment peut supporter les charges statiques (poids propre, mobilier, équipements) et dynamiques (vent, neige, mouvements des usagers).

1.3.2 La durabilité :

La notion de durabilité est une dimension impressionnante et qui prétend la qualité architecturale du bâtiment. Se trouve définie par Larousse comme la qualité de ce qui est durable dans le temps. Corneliu Bob a précisé dans son article “Durabilité des bâtiments” (2021) que selon la Commission mondiale sur l'environnement et le développement (CMED), la durabilité est un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs. Pour résumer la durabilité désigne tout simplement la capacité d'un bâtiment à maintenir ses performances, sa fonctionnalité et sa sécurité sur une longue période tout en minimisant l'impact environnemental.

1.3.3 La qualité des matériaux :

Elle fait référence au choix des matériaux utilisés pour la construction, qui doivent répondre aux exigences de solidité, de durabilité, de performance énergétique, mais aussi d'impact environnemental. Le mauvais choix des matériaux durant la phase de conception du bâtiment est à l'origine des dégradations des constructions, les coûts d'entretien élevés.

La qualité des finitions et des matériaux est un critère commun entre la qualité de construction et celle d'usage. Selon « le guide pour l'Intégration de la qualité d'usage dans les bâtiments » ; le confort de l'usager passe aussi bien par le ressenti sensoriel de son environnement que par son appréciation des matériaux apparents qui l'entourent. C'est la couleur, la qualité du matériau et la qualité de finition des revêtements qui font l'ambiance et participent à l'amélioration de côté psychologique de l'usager.

1.4 Qualité technique :

1.4.1 Le confort :

Etymologiquement le terme confort tiré du mot anglais “*Comfort*”. C'est un concept subjectif qui a évolué au fil de l'histoire. Un cadre agréable incite les visiteurs à rester plus longtemps, à revenir et à avoir une perception positive du lieu. Selon la méthode HQE d'ADEME4, la notion de confort, considérée comme une famille de la HQE, est divisée en quatre objectifs :

- **Le confort thermique :** Le confort thermique se réfère à la perception d'un individu concernant la température, l'humidité de l'environnement et le flux d'air dans l'espace où il se situe.
- **Le confort visuel :** Selon le Syndicat de l'Éclairage de France, le confort visuel désigne les conditions d'éclairage requises pour réaliser une tâche visuelle spécifique sans provoquer d'inconfort oculaire. Les éléments physiologiques liés au confort visuel comprennent l'éclairement, l'éblouissement, les contrastes, ainsi que la détection des contours et des couleurs dans un espace donné.

Chapitre III : Évaluation de la qualité architecturale et de l'impact urbain de l'architecture commerciale.

- **Le confort acoustique** : Le confort acoustique vise à limiter les bruits indésirables, tout en optimisant la qualité sonore grâce à un traitement adapté (plafonds, cloisons et revêtements absorbants, diffusion sonore optimisée).
- **Le confort olfactif** : Consiste à instaurer une atmosphère agréable en maîtrisant les nuisances olfactives, qu'elles émanent de l'extérieur ou de l'intérieur des bâtiments (cuisine, déchets, pollution extérieure) et en assurant leur évacuation ou filtration via une ventilation adaptée et une diffusion contrôlée de parfums pour renforcer le bien-être.

1.4.2 Efficacité énergétique :

Björn Stigson, président du WBCSD (World Business Council for Sustainable Development, WBCSD), souligne que l'efficacité énergétique est rapidement devenue l'un des défis majeurs de notre époque et que les bâtiments, constituant un élément central, consomment plus d'énergie que n'importe quel autre domaine, contribuant ainsi largement au réchauffement climatique. (Conseil mondial des affaires pour le développement durable, 2009). L'efficacité énergétique vise à minimiser les consommations d'énergie tout en assurant les besoins de fonctionnement du bâtiment (éclairage, chauffage, ventilation, climatisation). C'est un indicateur clé de performance et d'amélioration de la qualité environnementale d'un bâtiment. Parmi les principaux leviers d'amélioration, on retrouve :

- Une isolation performante : (toiture, murs, vitrages) permettant de limiter les déperditions thermiques.
- Des systèmes techniques économes : comme l'éclairage LED, les capteurs de présence ou la ventilation à double flux.
- L'intégration d'énergies renouvelables : telles que les panneaux photovoltaïques, la géothermie ou la récupération d'eau de pluie.
- L'obtention de certifications environnementales : telles que HQE, BREEAM ou LEED, qui attestent de la performance énergétique et écologique du bâtiment.

1.4.3 La sécurité :

La sécurité dans l'architecture commerciale est primordiale, tant pour les usagers que pour la pérennité de l'établissement. Elle comprend :

- **Sécurité incendie** : issues de secours, systèmes de détection et d'extinction, matériaux ignifugés.
- **Sécurité structurelle** : conformité aux normes de stabilité, résistance aux séismes ou intempéries.
- **Sécurité des usagers** : surveillance vidéo, contrôle d'accès, prévention des actes de malveillance.
- **Sécurité sanitaire** : ventilation efficace, qualité de l'air intérieur, hygiène dans les espaces collectifs.

Chapitre III : Évaluation de la qualité architecturale et de l'impact urbain de l'architecture commerciale.

2. Les critères d'évaluation de l'impact urbain d'une architecture commerciale :

2.1 Intégration urbaine

La notion de l'intégration semble être définie comme l'action d'intégrer, de s'intégrer, d'incorporer, de s'incorporer. « *Le mot intégration tire son origine sur la vocale latine intégration. Il s'agit de l'action et de l'effet d'intégrer ou de s'intégrer (constituer un tout, compléter un tout avec les parties manquantes ou faire en sorte que quelqu'un ou quelque chose appartienne à un tout ; un ensemble)* » (Mazouz, 2004, p91).

L'intégration urbaine désigne la manière dont une architecture s'insère dans son environnement urbain existant. Selon le guide “Intégration de la qualité d'usage dans les bâtiments de demain“, « *l'intégration urbaine d'un bâtiment comprend son implantation et son intégration dans son environnement, sa cohésion par rapport aux équipements publics, logements et entreprises préexistants, et sa contribution à la densification des espaces* » (CETE de l'Est, p. 8). Grumbach complète cela en soulignant que la légitimité d'un édifice public réside dans sa qualité d'insertion au sein de l'urbanisme, en relation avec la ville (Grumbach, 1996). Selon lui, un édifice public devrait représenter l'identité et la particularité architecturale de son environnement, tout en s'intégrant harmonieusement au paysage urbain.

Donc une bonne intégration urbaine d'une architecture commerciale en particulier permet de valoriser le tissu urbain, de stimuler l'évolution de l'architecture environnante, d'améliorer surtout la qualité du cadre de vie et de contribuer à l'attractivité du quartier.

2.2 Connectivité et mobilité

La connectivité selon Said Mazouz, exprime le nombre de connexions d'un espace i vis-à-vis des autres espaces de son environnement. Elle renvoie à la capacité du site à se connecter efficacement au reste de la ville, par un maillage cohérent des voies piétonnes, routières, cyclables et des transports en commun. La mobilité concerne quant à elle la facilité avec laquelle les usagers accèdent au site, s'y déplacent et en repartent, que ce soit à pied, en voiture, à vélo ou en transport collectif.

Ce critère évalue la capacité du projet à s'insérer dans les réseaux de mobilité existants et à faciliter les déplacements des usagers. Un projet commercial attractif mais mal connecté peut générer des engorgements ou des effets d'enclavement.

2.3 Attractivité commerciale :

Ce critère désigne la capacité d'un espace commercial à capter, retenir et fidéliser les usagers, en raison de son accessibilité, de la diversité de ses fonctions, de son image perçue et de la qualité de son environnement.

Chapitre III : Évaluation de la qualité architecturale et de l'impact urbain de l'architecture commerciale.

D'après Lamiae El Amrani (2016), « *L'attractivité commerciale est définie comme étant l'ensemble des établissements commerciaux indépendants, planifiés et développés par une ou plusieurs entités de gestion, la répartition des activités, services communs et d'activités complémentaires sont liés à leur environnement doté d'une image et gestion unifiée* » (Benbba, & El Amrani, 2016). Cette définition met en évidence que l'attractivité n'est pas seulement une question de localisation ou de densité commerciale, mais qu'elle relève aussi d'une stratégie urbaine et organisationnelle. En effet, la manière dont sont agencées les fonctions commerciales, les services offerts (sécurité, signalétique, propreté, animation) et la cohérence de l'image du lieu jouent un rôle décisif.

El Amrani (2016), ajoute par ailleurs que c'est une conséquence de la manière dont les consommateurs gèrent les variables du marketing, et la façon par laquelle ils réagissent face à ces variables. Cela signifie que l'architecture commerciale met en scène une expérience, en tenant compte des attentes des usagers en matière de confort, de parcours, de lisibilité et d'ambiance.

2.4 Animation de l'espace public :

Une architecture commerciale contribue fortement à l'animation de l'espace public, elle transforme une simple zone de consommation en un véritable pôle de convivialité en attirant des flux variés et en créant des lieux dynamiques. Grâce à la présence des commerces accessibles, des terrasses animées et des façades ouvertes sur la rue, des espaces publics accueillants etc...

2.5 Mixité fonctionnelle :

La mixité fonctionnelle consiste à l'existence de plusieurs fonctions complémentaires commerces, services, bureaux, logements, loisirs, équipements publics au sein d'un même bâtiment ou périmètre urbain.

Il s'agit de concevoir le projet comme un morceau de ville vivant, riche, et attrayant, où les commerces interagissent avec d'autres usages complémentaires. Une bonne mixité peut être verticale (superposition de fonctions dans un même bâtiment) ou horizontale (juxtaposition dans un même îlot urbain).

2.6 Impact socio-économique :

Ce critère permet d'évaluer dans quelle mesure un espace commercial, contribue au développement local, à la création d'emplois, à l'attractivité économique et à la cohésion sociale d'un quartier ou d'une ville.

Sur le plan économique un projet commercial attire des investissements, génère des emplois et stimule la création ou la réactivation de commerces de proximité. Il participe également à revaloriser les fonciers urbains, notamment dans des zones en reconversion (friches, quartiers

Chapitre III : Évaluation de la qualité architecturale et de l'impact urbain de l'architecture commerciale.

en déclin, entrées de ville). Tandis que sur le plan social il propose des lieux de rencontre, de loisir, d'échange et de service accessibles à tous.

3. Elaboration de la grille analyse :

Après avoir identifié et étudié les principaux critères d'évaluation de la qualité architecturale et de l'impact urbain d'une architecture commerciale, il devient nécessaire de structurer ces éléments dans un outil d'analyse opérationnel.

Pour cela, l'élaboration d'une grille d'analyse s'impose comme une méthode pertinente pour évaluer les différents aspects observés précédemment. Cette grille permettra de traduire les critères en indicateurs mesurables, accompagnés de variables observables et d'un système de notation.

Tableau 04 : Les critères et indicateurs d'évaluation de la qualité architecturale et de l'impact urbain d'un projet architecturale.

Concept	Critères d'évaluation	Indicateurs	Variables	Évaluation
La qualité architecturale	Fonctionnalité (qualité d'usage)	Ergonomie des espaces	Organisation interne des espaces	1-5
		Flexibilité	Modularité des espaces et Possibilité d'évolution des aménagements intérieurs	1-5
		Accessibilité	Facilité d'accès	1-5
			Présence de rampes, ascenseurs, sanitaires adaptés	
	Esthétique (Qualité formelle)	La gestion des flux	Clarté des accès et des circulations (flux clients, employés, livraisons)	1-5
		Qualité de la façade	Design et matériaux,	1-5
			Intégration au contexte	1-5
		Harmonie des volumes	Composition, Proportions, Articulation des formes	1-5
		Attractivité visuelle	Signalétique apparente, vitrine, et l'image perçue par les usagers	1-5
	Qualité de la construction	Solidité	Résistance aux charges et aux intempéries Stabilité du système structurel	1-5
		Durabilité	Choix des matériaux et des techniques de construction, facilité d'entretien.	1-5
		Qualité des matériaux	Type et finition des matériaux utilisés.	1-5

Chapitre III : Évaluation de la qualité architecturale et de l'impact urbain de l'architecture commerciale.

	Qualité technique	Confort	Luminosité naturelle, acoustique, ventilation.	1-5
		Efficacité énergétique	Isolation, équipements passifs, certification.	1-5
		Sécurité	Présence des issues de secours, détection incendie, surveillance.	1-5
L' impact urbain	Intégration urbaine	Insertion dans le tissu urbain	Rapport au bâti environnant, respect des gabarits	1-5
		Cohérence morphologique	Alignement, échelle, continuité urbaine.	1-5
	Connectivité et mobilité	Accessibilité multimodale	Accès piéton, mécanique Proximité des transports en commun, et la présence des parkings.	1-5
		Fluidité des déplacements	Signalisation, sécurité et clarté des parcours	1-5
	Attractivité commerciale	Fréquentation	Visibilité depuis les axes principaux, capacité à attirer une clientèle diversifiée.	1-5
		Diversité de l'offre	Nombre et variété des commerces et de services	1-5
	Animation de l'espace public	Interactions avec l'espace public	Terrasses, vitrines ouvertes, places.	1-5
		Mixité d'usage	Espaces de repos, lieux d'échange.	1-5
	Mixité fonctionnelle	Diversité d'usages	Commerces, bureaux, loisirs, services, logements.	1-5
		Temporalité des usages	Fréquentation jour/nuit, semaine/week-end.	1-5
	Impact socio-économique	Création d'emplois	Nombre d'emplois générés	1-5
		Inclusion sociale	Accessibilité à tous types de publics.	1-5

Source : auteur, 2025.

Cette grille d'évaluation élaborée permettra de traduire des observations qualitatives en données quantitatives à travers un système de notation gradué de 1 à 5, basé sur les critères et les indicateurs de chaque dimension.

Chapitre III : Évaluation de la qualité architecturale et de l'impact urbain de l'architecture commerciale.

Conclusion :

On peut conclure que nous avons établi à travers ce chapitre, une base théorique et méthodologique solide pour évaluer la qualité architecturale et l'impact urbain des espaces commerciaux. L'étude approfondie des critères indiquant une meilleure qualité, ainsi que des dimensions urbaines, a permis de construire une grille d'analyse qui elle vise à objectiver l'évaluation à travers des indicateurs mesurables et un système de notation gradué. La méthode adoptée permet d'apprécier non seulement les qualités intrinsèques de l'architecture commerciale, mais également son rôle dans la dynamique urbaine, sociale et économique des territoires.

Ce cadre d'évaluation constituera l'ossature du prochain chapitre, où la grille sera appliquée à des exemples concrets. Ces cas d'étude permettront de vérifier, à travers une approche empirique, la pertinence des critères définis et de mieux comprendre dans quelle mesure l'architecture commerciale peut contribuer à la qualité architecturale et urbaine en Algérie.

Chapitre 04 : Analyse des exemples.

Introduction :

Dans la continuité du cadre analytique, ce chapitre se consacre à l'étude de deux exemples représentatifs d'architecture commerciale en Algérie, le Park Mall de Sétif et le centre commerciale Boubaaya à Béjaïa. A travers ce présent chapitre nous allons évaluer la qualité architecturale et l'impact urbain de ces deux projets en appliquant la grille d'analyse élaborée précédemment.

1. Justification du choix des Example :

Le choix du Park Mall de Sétif s'explique par son envergure et sa position centrale dans la ville. Inauguré comme un projet emblématique du renouvellement architectural et commercial de la ville de Sétif. Ce grand projet structurant ne cesse de marquer le paysage urbain du centre-ville de Sétif. Il attire un large public et s'impose comme l'une des polarités urbaines les plus attractives de la région. Au-delà de l'offre commerciale diversifiée, le complexe met en scène des espaces favorables aux pratiques de flânerie et de rencontre qui rappellent les ambiances des lieux publics (HAOUCHÉ, MADANI, & LAZRI, 2022). Son impact sur l'organisation du centre-ville et l'image urbaine de toute la ville en fait un cas d'étude pertinent pour évaluer la capacité de cette architecture commerciale à agir comme un levier de transformation architecturale et urbaine.

Comme deuxième exemple nous avons opté pour une échelle plus réduite, le centre Boubaaya à Béjaïa, ce choix repose sur son impact urbain remarquable, malgré sa petite échelle son implantation a profondément transformé son environnement immédiat. Il a généré une dynamique commerciale et urbaine intenses, donnant naissance à un quartier à la fois sophistiqué, sécurisé et apprécié par les citoyens. Ce nouveau cadre de vie, marqué par une animation commerciale continue, a contribué à améliorer l'image de la zone et à éléver sa qualité architecturale par rapport aux quartiers avoisinants.

2. Présentation des exemples :

2.1 Le centre commerciale Park Mall de Sétif :

Le Park Mall de Sétif est un vaste complexe commercial et de loisirs. Il s'étend sur une superficie de 2 hectares au sol, avec 143 000 m² de surface bâtie. Conçu par le bureau d'études Arte Charpentier, il a ouvert ses portes en 2016. La société d'études (ARTE CHARPENTIER) en a fait l'éloge sur son site avec ce slogan « *Tel un "phare", le nouveau complexe "Park Mall" de Sétif qui culmine à 85 mètres au-dessus de la ville, s'impose comme un nouveau repère urbain dans le paysage de la cité* » (Arte charpentier, 2021).

CHAPITRE IV : Analyse des exemples.

Il constitue le premier grand complexe commercial de ce type en Algérie et le deuxième au Maghreb après celui de Casablanca. Ce projet, porté par le groupe privé Prombati, a permis de reconstruire une construction abandonnée de la CNEP en un édifice d'envergure, devenu aujourd'hui une réalisation emblématique (Fig. 24).



Figure 24 : le centre commercial Park Mall de Sétif.

Source : <https://www.artecharpentier.com/fr/projets/complexe-park-mall/>

2.1.1 Fiche technique du projet :

Tableau 05 : la fiche technique du complexe touristique Park Mall de Sétif.

Le projet	Le Centre commercial & de loisirs Park Mall
Lancement des travaux	En 2011.
Ouverture	Ouvre ces portes le 4 février 2016.
Maitre d'ouuvre	BET Arte Charpentier.
Maitre d'ouvrage	La société Prombati.
Superficie commerciale	Couvrant une superficie de 2 hectares au sol et 143.000 m ² bâties.
Hauteur	85 mètres.
Capacité d'accueil	Le nombre de visiteurs variant entre 25 000 et 30 000 visiteurs par jour

Source : auteur 2025

2.1.2 La situation :

Park Mall est situé face au siège de la wilaya, à 10 minutes de la RN5 via un axe principal traversant le centre-ville de Sétif. Il se trouve également à 15 minutes de la gare routière, à une minute de la ligne de tramway, et est entouré de sites touristiques majeurs tels que le zoo au nord et la célèbre fontaine Ain El Fouara à l'ouest.



Figure 25 : la situation du Park Mall de Sétif.
Source : Google Earth, traité par auteur 2025.

2.1.3 Analyse architecturale du projet :

➤ L'organisation spatiale du projet :

Le projet s'étend sur 4 niveaux : le premier étage accueille un hypermarché UNO du groupe CEVITAL, le deuxième est dédié à 95 enseignes, dont 40 franchises. Le troisième étage est consacré aux loisirs, avec 7 000 m² d'espaces de jeux pour enfants et adultes, incluant une

CHAPITRE IV : Analyse des exemples.

patinoire de 400 m². Enfin, le quatrième étage abritera 13 restaurants offrant une vue panoramique sur la ville.

Park Mall se divise en quatre sections. La première section est une tour qui héberge l'hôtel Marriott classé 4 étoiles. L'établissement compte 198 chambres réparties sur 14 niveaux. Le reste du bâtiment comprend une salle pour les réunions, une autre qui sert de gymnase et une piscine. La deuxième tour servira simultanément de résidence et d'espace professionnel. 20 résidences de haut standing situées entre le cinquième et le neuvième étage. Il y a au moins 28 bureaux d'affaires répartis sur les huit derniers niveaux de la tour.

Le projet est conçu sous forme d'une coupole, la salle de conférences de 786 places est la deuxième partie du projet. Pour une occupation rationnelle de l'espace, les concepteurs du projet ont prévu de faire du sous-sol de la coupole un parking de cinq étages. Ces aires de stationnement pourront recevoir 1400 véhicules. Réservée au grand public, la quatrième partie, longeant l'avenue de l'ALN, sera l'autre destination des visiteurs et des familles. En plus de l'hypermarché, 132 commerces, kiosques, cafétérias et un espace (jeux et manèges) meubleront cette aile de ce mégaprojet, devant recevoir annuellement plus de 7 millions de visiteurs. Pour une bonne fluidité, les hôtes du Mall disposeront de 25 ascenseurs dont 2 panoramiques et 16 escaliers mécaniques.

Tableau 06 : les différentes espaces constituant le Park Mall de Sétif.

Espaces	Description	Illustration
L'accès	L'accès se distingue par ses courbes harmonieuses qui attirent le regard et éveillent la curiosité, invitant à la découverte. Sa teinte chaude, en contraste avec l'ensemble, renforce son attractivité, tandis que son monumentalisme lui confère une présence remarquable.	
L'hyper marché (UNO)	Il occupe une surface de 5 200 m ² au premier sous-sol, délimité au sud par un espace de stockage, à l'est par des services techniques, et sa façade principale s'ouvre directement sur le hall et les boutiques environnantes.	

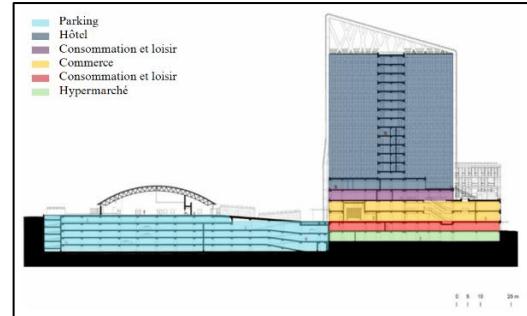


Figure 26 : Coupes schématiques de l'aménagement du Park Mall.

Source : auteur 2025

CHAPITRE IV : Analyse des exemples.

Les boutiques et Les magasins	Les espaces sont bien éclairés et colorés, avec de petites boutiques de 6 à 9 m ² . Le centre comprend 124 grands magasins répartis sur l'ensemble des étages. Leurs façades intérieures sont en verre clair, tandis que celles donnant sur l'extérieur sont en verre fumé. Les surfaces et les formes varient d'un magasin à l'autre.	
Les espaces de rencontres et de restauration	La restauration elle occupe la deuxième moitié du deuxième étage on trouve que leur répartition suit l'axe de circulation d'un côté on trouve les espaces de préparation et en face les espaces de consommation sous forme de grandes salles aménagées avec des tables luxueuses, une terrasse aménagée accessible.	
Les loisirs	Les espaces de loisirs et de restauration sont répartis entre le deuxième étage et une partie de l'entresol, avec une grande terrasse accessible dans le premier étage, l'espace de jeu occupe une partie du deuxième étage et l'entresol.	
L'atrium & les patios :	L'atrium, situé juste après l'entrée principale du centre. Il relie les trois niveaux du bâtiment et mène vers le premier étage. Des patios rectangulaires, répartis le long de la façade sud, ainsi que l'atrium, assurent un éclairage naturel qui contribue à l'animation et à la qualité de l'espace intérieur.	
Les parcours	Les parcours prennent la forme d'une succession de magasins larges de 4 à 5 mètres, facilitant la circulation. Ils sont bien éclairés, ce qui améliore le confort du visiteur.	
Les places d'attente et de repos	Sont bien aménagés, offrant un cadre confortable pour la pause et la détente des visiteurs.	
Le parking	Le parking, réparti sur cinq niveaux en sous-sol sous la salle de conférence.	

Source : auteur 2025

CHAPITRE IV : Analyse des exemples.

➤ La forme du projet :

L'architecte a opté pour des formes expressives : l'édifice se compose d'un volume principal parallélépipédique, auquel est accolé un second rectangle, servant de base à deux volumes verticaux imposants. Ces derniers sont traversés perpendiculairement par un troisième volume similaire, créant ainsi un contraste marqué entre les formes horizontales et verticales.



Figure 27 : composition volumétrique du Park Mall de Sétif. Source : <https://www.mbararchitecture.xyz/2018/10/park-mall-setif.html>, traité par auteur 2025.

➤ La lecture des façades :

La façade du Park Mall se distingue par son architecture moderne et imposante dominé par la présence du vitrage dans l'ensemble du bâtiment à une symétrie marquante dont l'axe de symétrie est l'ascenseur. Le recours au verre teinté en bleu et au structures métallique souligne un style contemporain ouvert, tandis que la base du bâtiment est marquée par une grande structure blanche en croix entrecroisées. L'ensemble reflète une image urbaine haut de gamme.



Figure 28 : les façades du Park Mall de Sétif.

Le projet du Park Mall nous montre sans doute une vision nouvelle de ce que permet un projet de faire à travers une nouvelle valeur et caractéristique d'améliorer en termes d'image existante. Il a un caractère présenté par l'architecture moderne et le bon usage des couleurs ce qui rend ce Park Mall unique (Mehnaoui & Hmissi, 2022).

2.1.4 Analyse urbaine du projet :

Le projet est implanté dans un emplacement stratégique, au cœur du centre-ville de Sétif. Il bénéficie de la proximité d'équipements administratifs majeurs, tels que le siège de la wilaya, ce qui lui confère une bonne fluidité de circulation et un haut niveau de sécurité.

Continuité urbaine :

Le projet s'insère harmonieusement dans la continuité urbaine environnante, entouré par un ensemble de zone administrative, d'affaire et de tourisme et marquée par la présence d'une série d'hôtels, du parc d'attractions, ainsi que du quartier historique et de la placette d'Aïn-Fouara. Cette intégration contribue à la cohérence urbaine et à la valorisation de l'image de la ville.

CHAPITRE IV : Analyse des exemples.



Figure 29 : les repères majeurs de la ville de Sétif.

Source : Google Earth, traité par auteur 2025.

➤ Accessibilité et transport :

Le site présente une excellente accessibilité, grâce à sa connexion directe à l'autoroute Est-Ouest, garantissant une connexion à l'échelle nationale. Il est desservi par d'importantes voies routières (notamment le Boulevard ALN) qui facilitent l'accès au Park Mall. Le réseau de transport en commun, incluant le tramway et les lignes de transport urbain, complète cette accessibilité, renforçant l'attractivité du site (Fig. 30).



Figure 30 : Le tramway de Sétif.

Source :

<https://www.urbanrail.net/af/setif/setif-tram>.

➤ Attraction touristique :

Le complexe commercial et de loisirs suscite un vif intérêt : il a attiré entre 53 000 et 74 000 visiteurs lors de ses deux premiers jours d'ouverture. Le Park Mall s'adresse en priorité aux habitants de la région, tout en servant de pôle d'attraction pour les visiteurs extérieurs. Le Park Mall assure le flux mixte dans toutes les directions pour tous les gens de différents âges et sexes.

La création d'un grand centre commercial urbain, en continuité avec le centre-ville existant, est généralement considérée comme un apport positif (Grimmeau, Wayens, 2016). Il diminue l'évasion commerciale, alors que l'impact du Park Mall se trouve plus que régional, l'effet concurrentiel au commerce du centre-ville est exclu, car il est conçu pour une clientèle différente. Au contraire, il booste l'attractivité de la ville. À côté du ravalement de façades et de la modernisation du commerce, on assiste aussi à une volonté de le développer, ce qui valorise davantage le loyer des locaux commerciaux en face du Park Mall qui varie entre 450 à 700 euros/mois. Les commerces traditionnels coexistent dans une relation de

CHAPITRE IV : Analyse des exemples.

complémentarité plutôt que concurrentielle avec les nouvelles formes de commerce de détail du Park Mall (HAOUCH, MADANI, & LAZRI, 2022).

➤ Impact économique et social :

Le projet contribue également à la création d'emplois, avec plus de 2 000 postes directs et indirects, participant ainsi à la lutte contre le chômage local. Il a vraiment bouleversé la vision et l'esprit des gens, car il a introduit de nouvelles cultures absentes en Algérie.

Le projet se veut précurseur pour les futurs grands projets en proposant un modèle réel dans la ville.

2.2 Le centre commerciale Boubaaya de Bejaïa :

Le Boubaaya Center est un grand magasin moderne de vente d'articles de mode (vêtements, chaussures, sacs) pour femmes, hommes et enfants, spécialisé dans le prêt-à-porter, il offre une expérience de shopping dynamique au sein de la ville de Bejaïa.



Figure 31 : Boubaaya center à Bejaïa.
Source : Auteur 2025.

2.2.1 La situation :

Implanté dans le Bloc C de la résidence les pins située dans le quartier "SOMACOB" de la ville de Bejaïa. Le Centre est positionné dans une zone urbaine dense à caractère résidentiel et commercial. Accessible directement depuis la rue Mahfoudi Fatah et situé à proximité d'axes routiers majeurs (Bd Krim Belkacem) assurant une connexion très fluide et une mobilité plus aisée. Le centre présente une double orientation fonctionnelle :

- Le côté femmes (entrée principale et façade commerciale la plus active) donne sur la rue Mahfoudi Fatah, très fréquentée par les piétons et les automobilistes.
- Le côté hommes, à l'opposé, donne sur une rue secondaire plus calme.

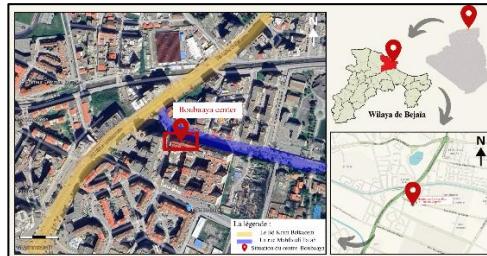


Figure 32 : La situation du centre commercial Boubaaya à Bejaïa. Source : Google Earth, traité par auteur 2025.

2.2.2 Analyse architecturale :

• L'organisation fonctionnelle :

Le bâtiment s'organise sur 2 niveaux avec un espace de vente principal en rez-de-chaussée, accessible directement depuis la rue. La circulation intérieure est pensée de manière fluide,

CHAPITRE IV : Analyse des exemples.

avec de larges couloirs, une visibilité optimale sur les rayons et un agencement qui favorise la découverte des produits.

L'organisation fonctionnelle repose sur un zoning clair et simple, on retrouve au Rez-de-chaussée l'accueil, vêtements hommes/femmes/ enfants, caisse centrale et des cabines d'essayage. Comme à l'étage supérieur on retrouve d'autres rayons ainsi que d'autres cabines d'essayage.



Figure 33 : Rayon enfants, centre commercial Boubaaya. Source : auteur 2025

- **La lecture des façades :**

La façade est organisée par une composition verticale de piliers qui forme une galerie commerciale importante et une répétition horizontale des baies, créant un rythme régulier, tandis que le rez-de-chaussée, avec ses vitrines variées et ses auvents, accentue la vocation commerciale. Les matériaux principaux incluent des surfaces enduites et peintes, de grandes baies vitrées avec des encadrements en aluminium, et potentiellement des panneaux métalliques, couronné par l'enseigne "BOUBAAYA" (Fig. 34) qui affirme clairement son identité.



Figure 34 : la façade du centre commercial Boubaaya.
Source : auteur 2025.

2.2.3 Analyse urbaine :

- Le centre s'insère dans un environnement urbain, caractérisé par une mixité fonctionnelle. En vue de la coexistence d'espaces résidentiels, commerciaux (Aures centre, Ritadj Mall, des restaurants de qualité.) (Fig. 35, 36), de services et des loisirs dans le quartier favorise une continuité urbaine et une animation constante de la zone. Cette intégration contribue à la vitalité du tissu urbain de toute la zone environnante.

CHAPITRE IV : Analyse des exemples.

- Le centre apporte une esthétique commerciale contemporaine au quartier, marquée par des façades vitrées, des matériaux modernes (aluminium, panneaux métalliques), et une architecture fonctionnelle et épurée.
- La réussite commerciale et l'image véhiculée par « Boubaaya Center » a incité les bâtiments et les commerces avoisinants à rénover leurs façades et moderniser leurs espaces de vente, ce qui a entraîné une démarche de revalorisation architecturale du quartier.



Figure 35 : AURES center, quartier SOMACOB, Bejaia. Source : auteur,2025



Figure 36 : le restaurant “table gourmande” à Bejaia. Source : auteur.2025

- Le centre en tant qu'élément d'attraction, renforce la centralité commerciale du quartier SOMACOB et participe à la densification fonctionnelle des rez-de-chaussée (magasins, services, restauration...), consolidant la vocation commerciale de l'axe structurant où il s'implante. Cela favorise l'émergence d'une image urbaine plus dense et plus vivante, typique des zones d'activités commerciales modernes.
- L'intégration de ce style d'architecture commerciale dans ce quartier a contribué à l'animation de l'ensemble la ville en attirant un large public diversifié et en créant de nombreux poste d'emplois.

3. Evaluation des Example

Nous allons évaluer dans cette partie chacun des centres commerciaux étudiés selon deux grandes dimensions : leur qualité architecturale et leur impact urbain.

- L'évaluation que nous avons adoptée repose sur une lecture critique issue d'une perception subjective des projets étudiés.
- Pour chaque indicateur, une note est attribuée de 1 à 5 en fonction du degré de présence et de qualité des variables observées. Ces notes sont ensuite agrégées afin d'obtenir une évaluation globale par chaque critère. Ensuite Les résultats sont représentés graphiquement sous forme de « diagrammes radar ».

CHAPITRE IV : Analyse des exemples.

3.1 La qualité architecturale :

Tableau 07 : Grille d'évaluation de la qualité architecturale.

Le critère	L'indicateur	Park Mall		Boubaaya center	
		Note	Note G	Note	Note G
Fonctionnalité (qualité d'usage)	Ergonomie des espaces	5	4.75	4	3.75
	Flexibilité	4		3	
	Gestion des flux	5		4	
	Accessibilité	5		4	
Esthétique (Qualité formelle)	La forme	5	4.5	3	3
	Traitement de façades et vitrines	5		4	
	Jeux de lumière et ambiance	4		3	
	Identité visuelle et le caractère	4		2	
Qualité de la construction	La Solidité	5	4.6	4	3.3
	Durabilité	4		2	
	Qualité des matériaux	5		4	
Qualité technique	Le confort	5	4	4	3.6
	Efficacité énergétique	3		3	
	La sécurité	4		4	

Source : auteur 2025.

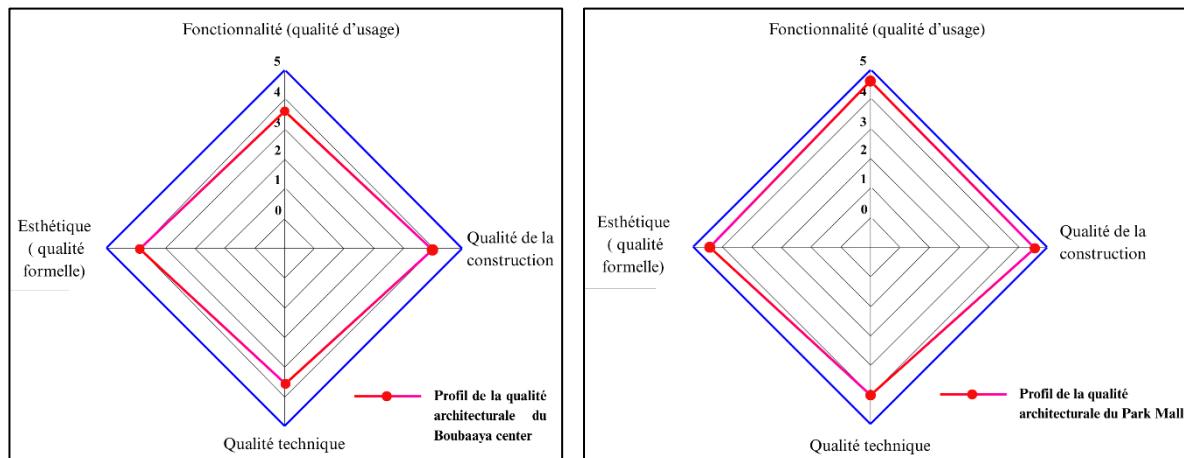


Figure 37 : Diagrammes d'évaluation de la qualité architecturale.

Source : auteur, 2025.

Synthèse :

L'analyse comparative des deux projets met en lumière des différences nettes sur plusieurs aspects. Du point de vue de la fonctionnalité, Park Mall se distingue par une excellente ergonomie des espaces, une gestion fluide des flux et une accessibilité optimale (notes de 5), ce qui reflète une conception spatiale bien pensée à grande échelle. Boubaaya, bien que

CHAPITRE IV : Analyse des exemples.

fonctionnel, présente une flexibilité plus limitée et une accessibilité légèrement inférieure, probablement en raison d'une configuration spatiale plus contrainte.

Sur le plan esthétique, l'écart est encore plus marqué : Park Mall bénéficie d'un travail formel affirmé, d'un traitement architectural de qualité (formes, façades, jeux de lumière), là où Boubaaya reste plus sobre, avec une identité visuelle moins marquée et des choix esthétiques plus standards.

Concernant la qualité constructive, Park Mall obtient de très bons scores sur la solidité et la qualité des matériaux, témoignant d'un investissement important dans la durabilité. Boubaaya, en revanche, montre quelques faiblesses à ce niveau, notamment sur la durabilité (note de 2).

Les résultats de l'évaluation effectué ont montré que Park Mall présente un profil de qualité architecturale très élevé, avec un bon équilibre entre esthétique, fonctionnalité et de qualité constructive et technique. Tandis que le centre Boubaaya présente une qualité architecturale satisfaisante, se traduisant par une organisation fonctionnelle cohérente, une construction robuste et un niveau de confort remarquable. Néanmoins, certaines insuffisances subsistent sur le plan esthétique et technique.

3.2 L'impact urbain :

Tableau 08 : grille d'évaluation de l'impact urbain.

Le critère	L'indicateur	Park Mall		Boubaaya center	
		Note	Note G	Note	Note G
Integration urbaine	Insertion dans le tissu urbain	5	4.5	5	4.5
	Cohérence morphologique	4		4	
Connectivité et mobilité	Accessibilité multimodale	5	5	4	4
	Fluidité des déplacements	5		4	
Attractivité commerciale	Fréquentation	5	5	5	4
	Diversité de l'offre	5		3	
Animation de l'espace public	Interactions avec l'espace public	4	4.5	4	4
	Mixité d'usages	5		4	
Mixité fonctionnelle	Diversité d'usages	5	5	3	3
	Temporalité des usages	5		3	
Impact socio économique	Création d'emplois	5	4.5	4	4
	Inclusion sociale	4		4	

Source : Auteur, 2025.

CHAPITRE IV : Analyse des exemples.

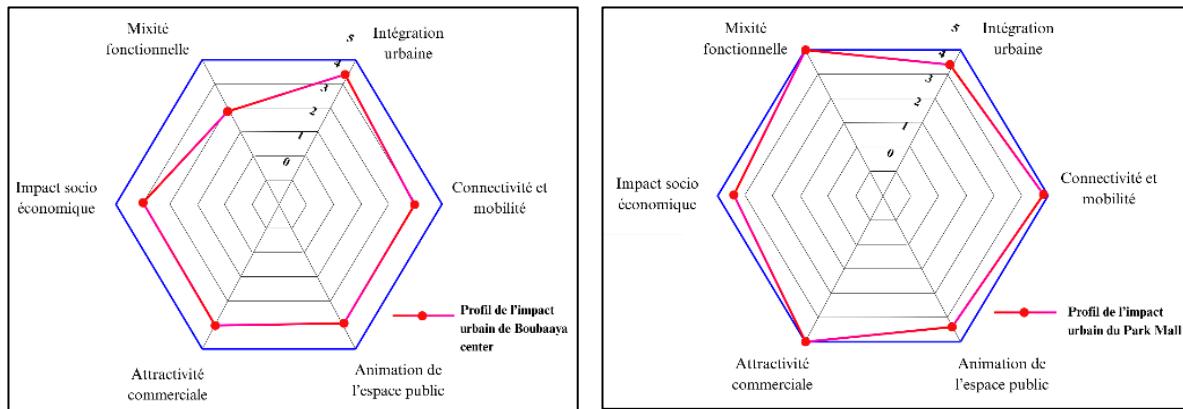


Figure 38 : Diagrammes d'évaluation d'impact urbain des centres commerciaux.

Source : Auteur, 2025.

Synthèse :

En ce qui concerne l'impact urbain, les deux projets présentent une bonne insertion dans le tissu urbain (notes identiques de 4.5), mais Park Mall surpasse Boubaaya en matière de connectivité multimodale, de diversité fonctionnelle et de temporalité des usages.

Boubaaya, bien qu'à une échelle plus réduite, parvient toutefois à maintenir une fréquentation élevée et une animation locale significative

Comme résultats, Park Mall illustre une réussite en termes d'intégration urbaine, de connectivité, et d'attractivité, servant de modèle pour des projets futurs. Son approche multifonctionnelle et inclusive renforce non seulement la qualité architecturale, mais aussi la vitalité socio-économique de son environnement. Quant à Boubaaya qui est plus modeste en taille, son insertion parfaite dans le tissu urbain et sa fréquentation élevée ainsi que sa capacité à attirer un large public, témoignent de son impact significatif sur le contexte local.

Conclusion :

À travers l'analyse des deux cas d'architecture commerciale en Algérie, ce chapitre nous a permis de mettre en lumière comment des projets commerciaux, de natures et d'échelles différentes, peuvent produire des effets positifs tangibles sur leur environnement bâti. Park Mall relevant du complexe commercial régional, et Boubazaz Center étant un grand magasin structurant à l'échelle locale, illustrent chacun à leur manière le potentiel transformateur d'une architecture commerciale conçue avec qualité.

Le Park Mall, par son envergure, son intégration urbaine stratégique et sa conception architecturale aboutie, constitue un exemple emblématique de centre commercial ayant réussi à requalifier son tissu urbain tout en créant un pôle attractif multifonctionnel. Son architecture ambitieuse, son accessibilité renforcée, et sa capacité à générer des emplois et une dynamique sociale forte témoignent de son rôle structurant dans la ville de Sétif.

CHAPITRE IV : Analyse des exemples.

De son côté, le Boubaaya Center démontre qu'une architecture commerciale de qualité, même modeste, peut engendrer un impact significatif à l'échelle d'un quartier. Son insertion fine dans un tissu résidentiel existant, son animation commerciale, et la dynamique de modernisation qu'il a provoquée dans son environnement immédiat en font un modèle pertinent de revitalisation urbaine locale.

Ces deux cas prouvent qu'une architecture commerciale conçue avec exigence, peut participer activement à l'amélioration de la qualité architecturale du cadre bâti environnant, renforcer l'identité des lieux, et ainsi contribuer à éléver l'image et la valeur urbaine d'un secteur donné. C'est en cela qu'elle devient un véritable levier de développement qualitatif, aussi bien à l'échelle du bâtiment qu'à celle de la ville.

Conclusion de la partie :

Cette partie analytique nous a permis d'explorer en profondeur les critères déterminants de la qualité architecturale et de l'impact urbain de l'architecture commerciale en Algérie. À travers une grille d'évaluation rigoureuse, appliquée aux cas du Park Mall à Sétif et du Boubaaya Center à Béjaïa, Il ressort qu'une conception soignée, bien intégrée et fonctionnelle peut générer un impact urbain positif, quel que soit l'échelle du projet.



LA PARTIE PRATIQUE

Cas d'étude (site de souk El Fellah à Bejaïa)

CHAPITRE 05 : Lecture typo-morphologique du périmètre d'étude : le cas du site de Souk El Fellah à Bejaïa.

Introduction :

Pour bien mener notre réflexion sur le rôle de l'architecture commerciale en tant que levier d'amélioration du cadre bâti, il nous paraît essentiel d'ancrer notre réflexion dans une réalité urbaine et de s'appuyer sur l'analyse d'un cas concret, représentatif des dynamiques urbaines actuelles en Algérie. Le site retenu pour cette étude est celui du quartier de Souk El Fellah à Bejaïa, un périmètre urbain caractérisé par une intense activité commerciale, souvent informelle, et une organisation spatiale hétérogène., et qui soulève des questionnements majeurs sur la qualité architecturale et urbaine des espaces qui le composent.

Ce chapitre propose une analyse urbaine détaillé basé sur une approche typo-morphologique du site, dans le but d'examiner un quartier qui interroge le rôle que peut jouer l'architecture commerciale dans la structuration de l'espace urbain,

1. Justification du choix du cas d'étude :

Le choix est porté sur le site de Souk El Fellah situé dans la ville de Bejaïa.

1.1 Le choix de la ville :

Le choix de la ville de Bejaïa comme terrain d'étude s'inscrit dans une réflexion globale sur l'image de la ville algérienne contemporaine à travers la qualité architecturale de son cadre bâti. Bejaïa Ville côtière au riche patrimoine historique et à la dynamique urbaine marquée, présente un contexte particulièrement révélateur de mutation que subissent les villes algériennes. Dans ce cadre l'architecture commerciale occupe une place de plus en plus prégnante, avec la multiplication des marchés populaires, des centres commerciaux et des commerces de proximité, souvent réalisé en dehors de toute vision architecturale ou urbanistique cohérente.

1.2 Le choix du périmètre d'étude :

Notre choix s'est porté sur le quartier du Souk El Fellah à Bejaïa, un lieu stratégique caractérisé par sa localisation privilégiée, sa dynamique touristique et commerciale, ainsi que par son rôle central dans l'organisation urbaine de la ville. Ce site constitue un support idéal pour une réflexion visant à valoriser l'image de la ville par le biais d'une architecture commerciale de qualité. Malgré un potentiel indéniable pour stimuler le développement économique et commercial, ce site souffre d'une planification déficiente et d'un manque de cohérence dans son aménagement. L'absence de connexion harmonieuse entre les espaces commerciaux et le tissu urbain environnant crée une discontinuité spatiale marquée. De surcroît, le site fait défaut en termes d'identité architecturale. Les espaces commerciaux,

CHAPITRE V : Lecture typo-morphologique du périmètre d'étude : le cas du site de Souk El Fellah.

souvent dégradés, mal entretenus et inégalement distribués, compromettent leur intégration dans le paysage urbain. Cette situation engendre un environnement fragmenté, désorganisé et dépourvu d'une véritable structure, accentuant une impression de chaos.

2. Présentation de la wilaya et de la ville de Bejaia :

Dans un premier temps, Nous procéderons de rassembler l'ensemble des données et informations essentielles sur la zone d'étude. Cette section visera à présenter la ville de Béjaïa à travers plusieurs aspects.

2.1 Présentation de la wilaya de Bejaia :

La wilaya de Béjaïa, située dans la région centre-est de l'Algérie, se distingue par son ouverture sur la mer Méditerranée, avec une façade maritime qui s'étend sur plus de 100 kilomètres. Cette position stratégique en a longtemps fait un point d'ancrage privilégié pour de nombreuses civilisations à travers l'histoire. D'ailleurs, la ville est connue pour avoir donné son nom aux célèbres chandelles, appelées « bougies », en référence à l'intense activité artisanale qui y régnait autrefois.



Figure 39 : Situation de la wilaya de Bejaia. Source : Auteur 2025.

2.1.1 Situation de la wilaya de Bejaia :

Bejaia est située sur la côte méditerranéenne nord-est de l'Algérie, dans la région de la Kabylie à 250km à l'Est d'Alger.

2.1.2 Les limites de la wilaya de Bejaia : La wilaya de Bejaia est délimitée :

- De l'Est par la Wilaya de Jijel.
- De l'Ouest par la Wilaya de Tizi-Ouzou.
- Du Sud par les Wilayas de Sétif et Bordj Bou-Arreridj.
- Du Sud-ouest par la Wilaya de Bouira.

2.2 Présentation de la ville de Bejaia :

2.2.1 Situation et délimitation de la ville de Bejaia : La ville de Bejaïa constitue le chef-lieu de la wilaya ainsi que de la daïra portant le même nom. La Daïra de Bejaïa comporte deux communes Bejaïa et Oued Ghir au Sud. Géographiquement, c'est une ville méditerranéenne, située au Nord-Est de la côte algérienne, à 230 kilomètres de la capitale Alger.

2.2.2 L'accessibilité de la ville de Bejaia : La ville de Bejaia dispose de toutes les infrastructures de desserte et de communication nécessaires au bon fonctionnement.

CHAPITRE V : Lecture typo-morphologique du périmètre d'étude : le cas du site de Souk El Fellah.

Elle est équipée d'une gare routière, d'une gare ferroviaire, d'un aéroport et d'un port.

2.2.3 Les accès routiers à la ville de Bejaia : Quatre (04) axes nationaux la relient aux différentes wilayas :

- RN 09 (Bejaia - Sétif) jusqu'à Souk El Thnine.
- RN 12 (Bejaia - Alger) par Tizi Ouzou.
- RN 24 (Bejaia - Alger) par le littoral.
- RN 26 (Bejaia - Bouira) d'Oued Soummam.

Les accès ferroviaires : On note l'existence d'un chemin de fer qui relie la ville de Bejaia à Beni Mansour, qui articule entre l'Est et l'Ouest de l'Algérie.

Les accès aériens et maritimes : La présence du port et de l'aéroport, a fait de la ville de Bejaia un lieu de convergence et de divergence. La commune de Bejaïa se situe au nord de la wilaya, bordée par la commune d'Oued Ghir, Tala Hamza et Boukhelifa au Sud, Toudja à l'Ouest et la mer Méditerranée à l'Est et au Nord.

La topographie de la ville de Bejaia : Le Golf de Bejaia sur le bord duquel la ville s'élève en amphithéâtre, offre l'aspect d'une vaste scène entourée par des gradins de montagnes. Bejaia occupe une superficie de 120,22 km² dont :

- Les montagnes représentent un pourcentage de : 60%.
- La plaine représente un pourcentage de : 30%.
- Les collines et les piémonts représentent un pourcentage de : 10%.
- Le site occupé par la ville de Bejaia englobe les principaux reliefs (montagne, plaine, colline, piémont, mer et vallée).



Figure 40 : Les tissus urbains de la ville de Bejaia.

Source : Bureau d'étude Axxam.

Le tissu urbain de la ville de Bejaia est caractérisé par la diversité. En effet, cette ville est constituée de plusieurs tissus urbains différents en termes de la typologie architecturale et dans les formes urbaines.

3. Analyse urbaine de l'aire d'étude basé sur l'approche typo morphologique :

Nous aborderons dans cette partie l'une analyse urbaine du cas d'étude à travers une approche typo morphologique.

CHAPITRE V : Lecture typo-morphologique du périmètre d'étude : le cas du site de Souk El Fellah.

3.1 Présentation de l'aire d'étude :

3.1.1 Situation :

Le site d'intervention prend une Situation stratégique au cœur de la ville de Bejaia, situé au sein de quartier Amriw il est considéré parmi les sites les plus importants de la ville du fait la densité des habitants et l'existence des différentes équipements (culturels, sanitaires, administratifs, sportifs, etc.). Le quartier du lac de Mézaia se situe à l'Ouest de noyaux historique dans le POS B30 référencé comme le POS « 8A » approuvé sous N° 11/09 du 17/08/09 concéder comme secteur urbanisé 127. Avec une superficie de 43.76 ha,26.

3.1.2 Les limites :

Le périmètre d'étude est délimitée par :

- Nord : quartier Amriw, et boulevard Hassiba Ben Bouali.
- Est : cité Sghir ; cité universitaire, boulevard Krim Belkacem.
- Ouest : ancien Souk El Falah ; Oued Sghir, complexe sportive.
- Sud : cité Somacob. zone industrielle.

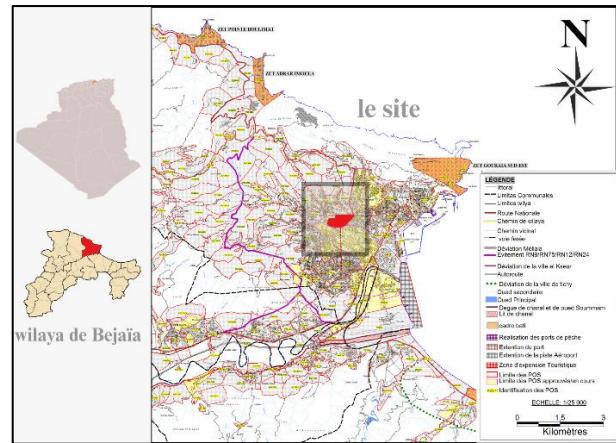


Figure 41 : Périmètre d'intervention des pos.
Source : Bureau d'étude Axxam, traité par auteur 2025



Figure 42 : Situation du périmètre d'étude.
Source : auteur 2025.

3.1.3 L'accessibilité :

Dans le site d'intervention l'accessibilité , est assurée par plusieurs axes de dessertes dont :

- Dans la partie Nord-est l'accessibilité s'effectue par L'axe Hassiba Ben Bouali
- L'axe Krim Belkacem du côté Sud.
- La route du Canal côté Ouest- ouest
- la route de marché du côté Nord-oues

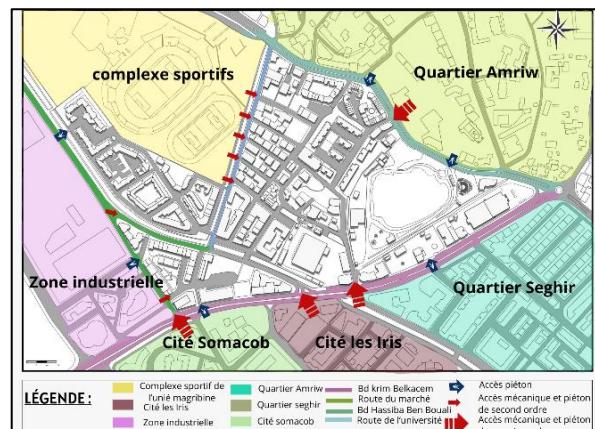


Figure 43 : Délimitation du périmètre d'étude.
Source : auteur 2025

CHAPITRE V : Lecture typo-morphologique du périmètre d'étude : le cas du site de Souk El Fellah.

3.2 La lecture historique :

Le site s'est formé au fil du temps à travers différentes étapes historiques, marqué par le passage de nombreuses civilisations dans la ville de Béjaïa. Cette lecture va permettre la reconnaissance du processus de formation et de transformation des différentes composantes du site.

3.2.1 La période phénicienne XII-IX siècle av.j.c :

Durant la période phénicienne (XIIe-IXe siècle av. J.-C.), la ville voit l'établissement d'un comptoir commercial et la construction d'un port à l'emplacement qu'il occupe encore aujourd'hui.

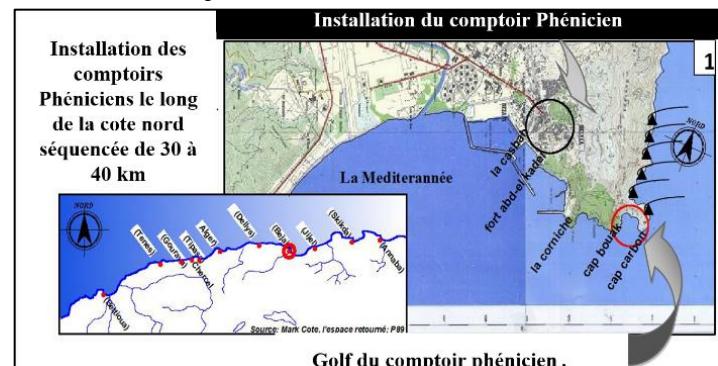


Figure 44 : La période phénicienne XII-IX siècle av.j.c .

Source : Auteur 2025.

3.2.2 La période romaine 33 Av.j.c :

À l'époque romaine (à partir de 33 av. J.-C.), un port est aménagé au pied de la Casbah, et une enceinte est tracée, donnant naissance à quatre portes principales : Sarrasine, Fouka, Gouraya et la Casbah.

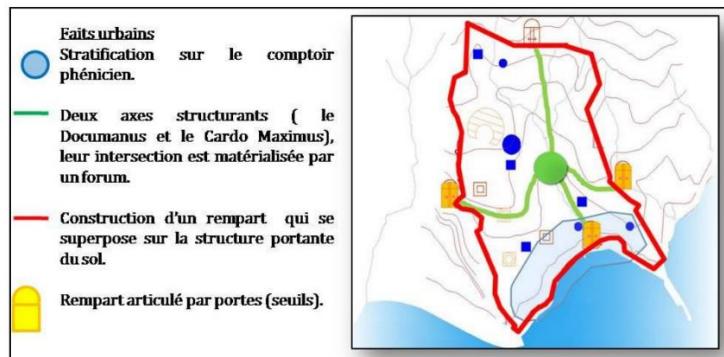


Figure 45 : La période romaine 33 Av.j.c .

Source : Auteur 2025.

3.2.3 La période Hammadite (Nacéria) 1067-1152 :

Sous la dynastie Hammadite (1067-1152), de nouvelles portes urbaines sont implantées et reliées par trois parcours majeurs, tandis que l'expansion urbaine est limitée au nord par le relief montagneux.

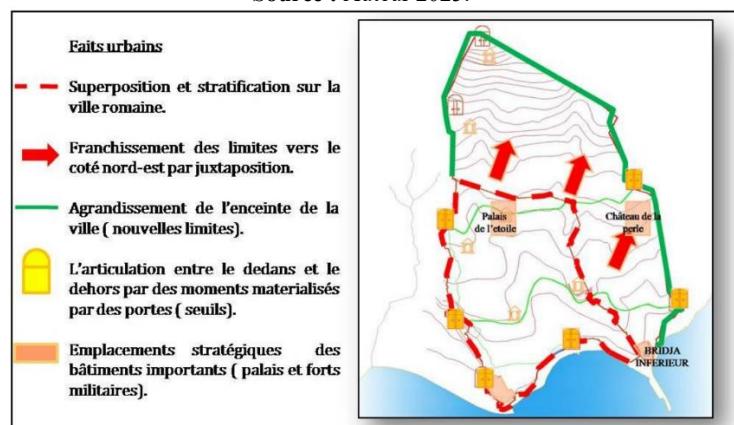


Figure 46 : La période Hammadite (Nacéria) 1067-1152.

Source : Auteur 2025.

CHAPITRE V : Lecture typo-morphologique du périmètre d'étude : le cas du site de Souk El Fellah.

3.2.4 La période espagnole (Bougia) 1509-1556 :

Pendant la période espagnole (1509-1556), l'enceinte Hammadite est réduite et la ville adopte un tracé organique s'adaptant au relief, avec la construction des forts de la Casbah et de Gouraya.

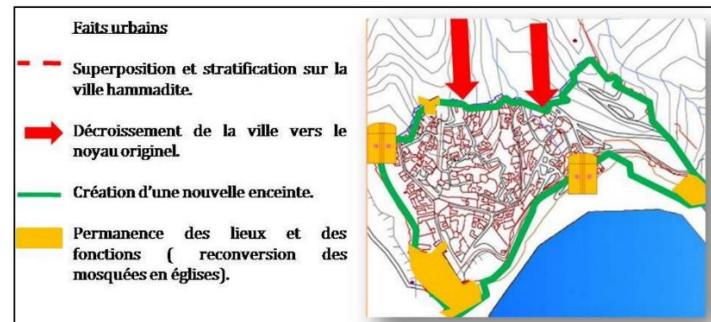


Figure 47 : La période espagnole (Bougia) 1509-1556.
Source : Auteur 2025.

3.2.5 La période Turque (Médina) 1556-1833 :

Sous la domination turque (1556-1833), Béjaïa développe une structure urbaine à double centralité : spirituelle, autour des mosquées, et économique, autour des souks et des places.

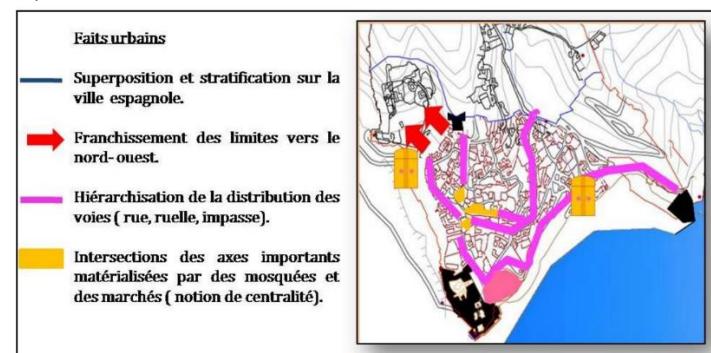


Figure 48 : La période Turque (Médina) 1556-1833.
Source : Auteur, 2025.

3.2.6 L'époque française 1833-1962 :

La colonisation française (1833-1962) marque deux phases d'intervention. D'abord intra-muros (1833-1871), avec la transformation du tissu organique en un tracé régulier, la mise en valeur des monuments, et la création de placettes aux intersections des axes majeurs. Puis extra-muros (1871-1962), avec des extensions vers l'ouest et le nord, le développement du port, l'arrivée du chemin de fer et l'implantation d'un tissu industriel.

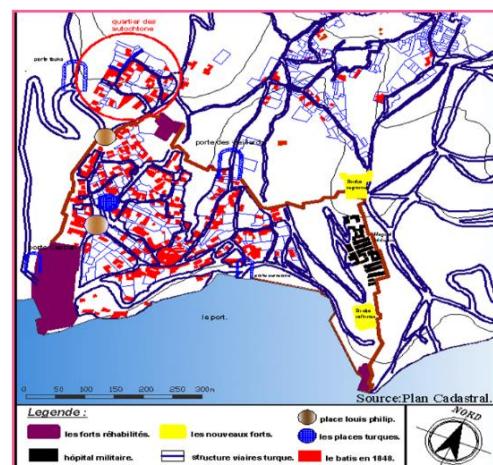


Figure 49 : L'époque française 1833-1962.
Source : Auteur, 2025.

CHAPITRE V : Lecture typo-morphologique du périmètre d'étude : le cas du site de Souk El Fellah.

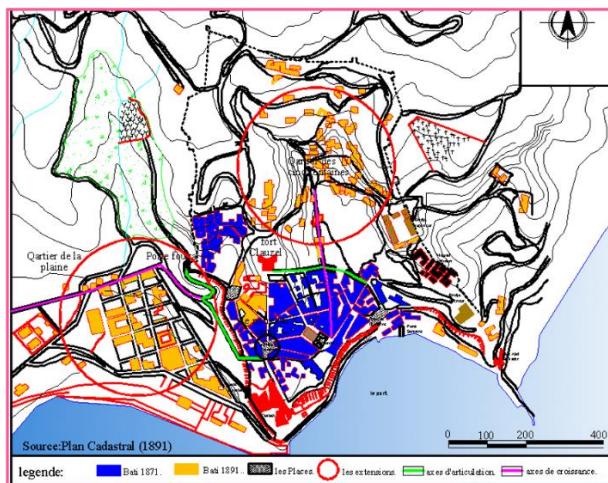


Figure 49 : L'époque française 1833-1962. Source : Auteur, 2025.

3.2.7 La Période poste coloniale 1962 à nos jours :

Enfin, la période post-coloniale (de 1962 à nos jours) débute par une stagnation du tissu urbain jusqu'en 1974, marquée par une réappropriation de l'espace et l'émergence d'un habitat anarchique dû à l'exode rural. À partir de 1974, un Plan d'Urbanisme Directeur (PUD) basé sur la politique de zoning est instauré, suivi dès les années 1990 par de nouveaux outils d'aménagement comme le PDAU (Plan Directeur d'Aménagement et d'Urbanisme) et le POS (Plan d'Occupation des Sols), témoignant d'une volonté de réorganisation et de maîtrise du développement urbain.

En 1975, la ville se dota d'un plan d'urbanisme qui a repris l'idée du plan de Constantine ce qui a donné naissance au quartier de la plaine basés sur la politique du Zoning ; ces fruits étaient : La réalisation d'une zone administrative ; Réalisation des ZHUN : Sidi Ahmed, Ihaddadene ...etc., Création d'un centre universitaire et l'aménagement d'un parc omnisport. Ces deux pôles attractifs ont donné naissance à un quartier appelé Aamriw « Le quartier du souk el fellah ».

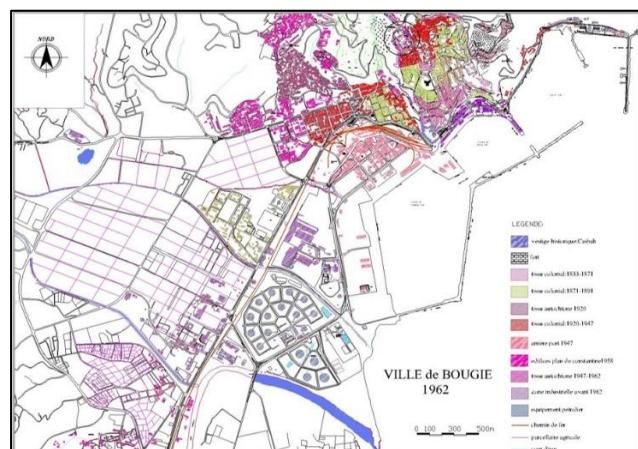


Figure 50 : La Période poste coloniale 1962 à nos jours. Source : auteur 2025.

Chacune de ces périodes a contribué à la structuration du tissu urbain de la ville. Par ailleurs l'aire d'étude s'insère dans un tissu urbain issu de l'expansion post-coloniale. Initialement marqué par une croissance informelle, il fait aujourd'hui l'objet d'un encadrement réglementaire à travers un Plan d'Occupation des Sols (POS).

CHAPITRE V : Lecture typo-morphologique du périmètre d'étude : le cas du site de Souk El Fellah.

3.3 La lecture normative :

3.3.1 La lecture des activités :

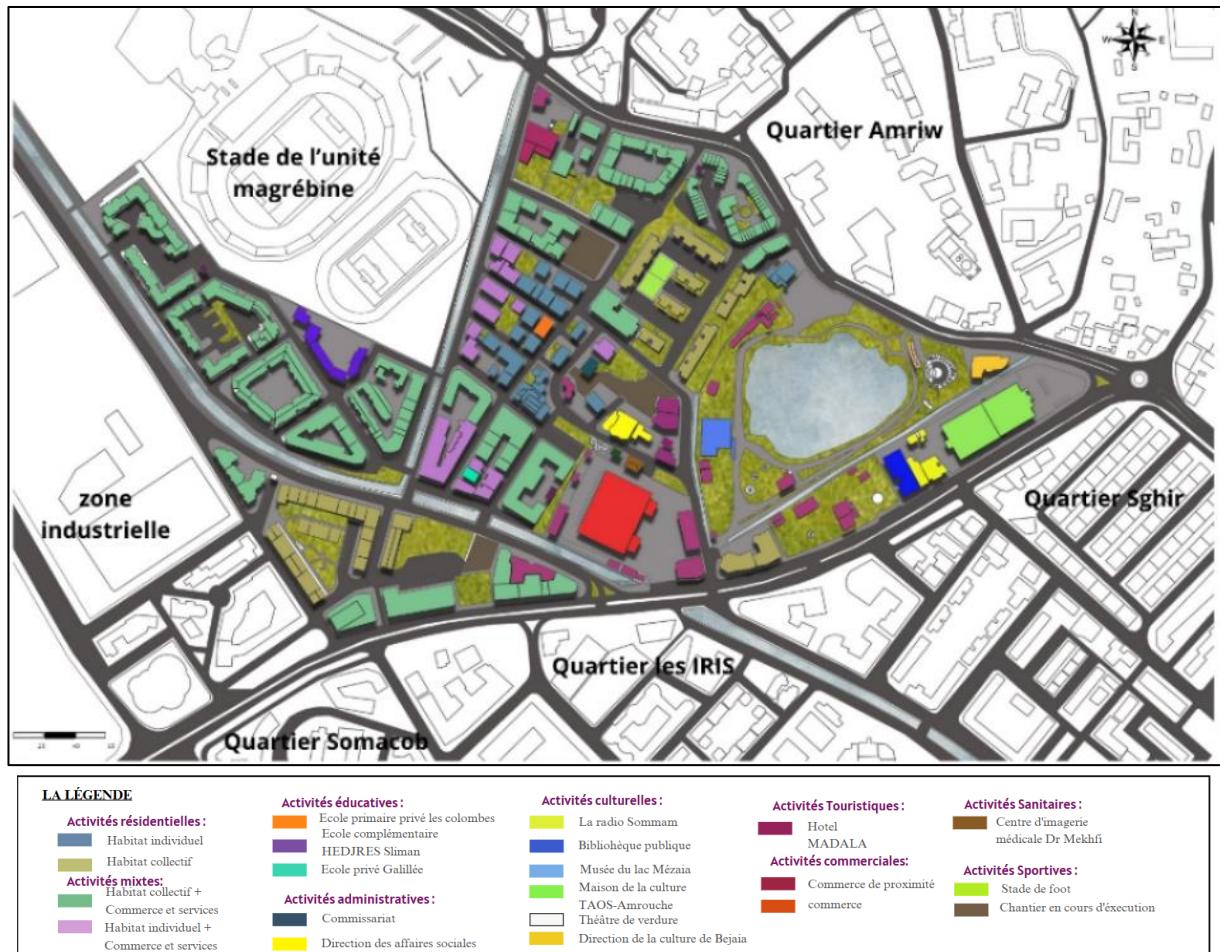


Figure 51 : La carte des activités résistantes dans le site.

Source : auteur 2025.

Commentaire : D'après cette analyse et une visite effectuée in situ on constate que : Le site à vocation mixte grâce à La diversité des pôles dans le quartier (pôle résidentiel, sportive, éducatif, culturelle).

-Dominance d'activités mixte (résidentielles individuel/ collectif +commerciale + tertiaires) qui donne au site la vocation résidentielle commerciale

-Les grands équipements se concentrent au niveau de l'axe Bd Krim Belkacem (la maison de la culture, la radio Soummam, la bibliothèque

-L'habitat en majorité, issu de l'époque post colonial possède des façades dépourvues de toute ornementation, simple et dans divers états.

CHAPITRE V : Lecture typo-morphologique du périmètre d'étude : le cas du site de Souk El Fellah.

-Le lac Mézaïa ainsi que le parc occupent la moitié du site, Le parc abrite également un théâtre romain accessible Depuis le boulevard Hassiba ben Bouali.

-Manque des espace publics autrement dit, l'absence d'aménagement de places publiques au niveau du lac, et aussi les placettes existantes ne sont pas attractives

-Une absence de la trame verte.

Synthèse : La diversité du cadre bâti en termes d'équipements et d'activités font en sorte que le quartier soit un pôle d'attraction important à l'échelle de la ville.

3.3.2 La lecture des gabarits :

Commentaire : la carte illustre les gabarits existants dans le site de Souk El Fellah.

-RDC<n<R+3 : Le plus faible gabarit se concentre généralement dans l'habitat individuel, certains équipements publics (la maison de la culture, hôtel Madala, école primaire, souk el fellah et d'autre commerce de proximité.

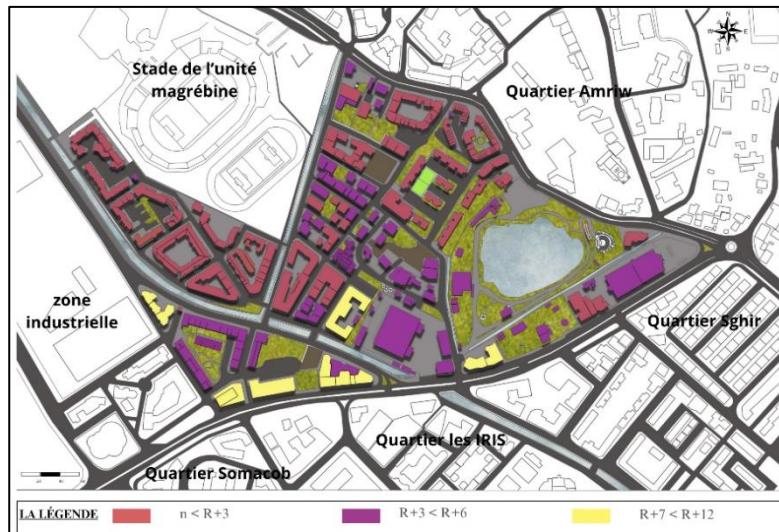


Figure 52 : La carte des gabarits existants dans le site.

Source : Auteur, 2025.

-R+3<n<R+6 : On constate que le gabarit moyen se localise dans les cités résidentielles collectives (cité du 18 février, résidence Ecotex. ... Ainsi qu'a d'autre équipements publics (la direction de la culture, Radio Soummam ...

-R+7<n<R+12 : Ce sont les logements collectifs avec commerce et service.

Synthèse : Le quartier présente une morphologie hétérogène avec une discontinuité de façades urbaines vu la présence des différents gabarits : Les bâtis à faibles gabarits entre RDC et R+3, Les bâtis à moyen gabarits entre R+3 et R+6. Les bâtis à fort gabarits entre R+7 et R+12.

CHAPITRE V : Lecture typo-morphologique du périmètre d'étude : le cas du site de Souk El Fellah.

3.3.3 La lecture de l'état de bâti :

Commentaire :

-Un bâti en bon état : l'aire d'étude se caractérise par : un bâti en bon état situé sur les grands axes de circulation Bd Krim Belkacem, la route du canal

-Un bâti en moyen état : sont les anciennes cité résidentielles (cité 18 février, cité Sonatrach, cité Brandy.

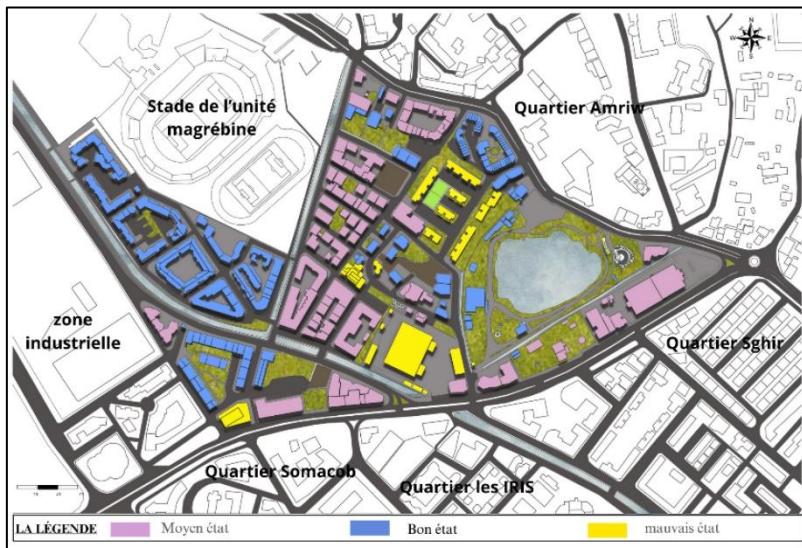


Figure 53 : La carte de l'état de bâti dans le site.

Source : Auteur, 2025.

Un bâti en mauvais état : cet état touche la cité ECOTEX, le grand local de souk el fellah et quelque d'autres bâties de vocation résidentielle.

Synthèse : d'après la visite sur site on a constaté que le bâti du quartier est presque tous du style postmoderne ce que justifie le bon état du bâti dans certains bâtiments et équipements néanmoins dans certaines résidences on a remarqué un manque d'entretien ainsi que certaines bâties inachevées.

3.3.4 La lecture des densités d'occupation :

Commentaire : Cette carte présente la répartition des densités bâties à travers le Coefficient d'Occupation du Sol (COS) dans le site (Fig.54).

-La zone jaune (COS entre 1.2 et 1.8) correspond aux densités les plus faibles concentrées autour du lac, témoignant de la fonction récréative et paysagère de ce lieu, où la construction est limitée pour préserver la qualité environnementale.

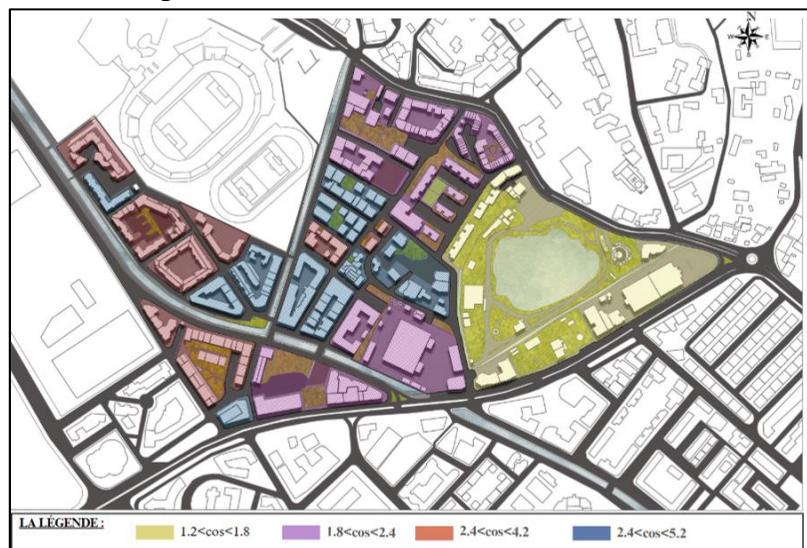


Figure 54 : La carte des densités d'occupation dans le site.

Source : Auteur, 2025.

CHAPITRE V : Lecture typo-morphologique du périmètre d'étude : le cas du site de Souk El Fellah.

-Les îlots en violet (COS entre 1.8 et 2.4) traduisent une densité modérée, associée à des quartiers résidentiels, avec des bâtiments de 2 à 3 étages. Ces secteurs forment une zone tampon.

-Les îlots en rouge (COS entre 2.4 et 4.2) représentent une densité bâtie élevée, indiquant une urbanisation intense avec des bâtiments à plusieurs étages, souvent à vocation mixte (logement, commerce, bureaux).

-Enfin, les îlots en bleue (COS entre 4.2 et 5.2) affichent la plus forte densité bâtie, souvent associée à des immeubles collectifs récents ou à des zones fortement urbanisées

Synthèse : Le quartier révèle un gradient de densité croissante du centre paysager (COS 1.2–1.8) vers les franges sud et ouest (COS jusqu'à 5.2), illustrant une urbanisation hiérarchisée du tissu urbain.

3.4 Lecture fonctionnelle :

Après avoir effectué une analyse approfondie et multidimensionnelle sur l'ensemble du site, nous avons détecté un ensemble de problèmes de disfonctionnement dans le site sur divers volets, voir dans le tableau suivant (Tab 09) :

Tableau 09 : les problèmes de disfonctionnement et les potentialités du site du souk El Fellah à Bejaïa.

Problème de disfonctionnement du site		Illustration
Environnement	Forte pollution atmosphérique et nuisance olfactive due à la présence du marché hebdomadaire.	
	Pollution au niveau des canaux affectant l'eau sol et air.	
	Nuisance sonore due au parc d'attraction Mézaïa.	
	Mauvaise gestion des déchets.	
Cadre bâti	Dégénération visible des façades de certains bâtiments (murs fissurés).	
	Discontinuité des façades urbaines.	
	Alignement des gabarits non respecté.	
	Détérioration des matériaux des constructions du souk el fellah en raison de manque d'entretien.	
	Accessibilité limitée au Souk El Fellah.	
Cadre non- bâti	Insuffisance en termes d'espaces de stationnement.	
	Étouffement du lac par le parc ce qui engendre une discontinuité avec les autres éléments naturels de la ville.	
	Manque d'espace vert et de convivialité ou zone tampon pour réduire les nuisances.	
	Étroitesse des voies face à un flux important	
	Faible qualité des espaces piéton (les trottoirs sont très étroits, encombrés, et parfois inexistant).	

CHAPITRE V : Lecture typo-morphologique du périmètre d'étude : le cas du site de Souk El Fellah.

	<p>Circulation chaotique (embouteillage fréquents).</p> <p>Mauvaise gestion des flux au niveau des noeuds.</p> <p>Insuffisance en termes d'espaces publics.</p> <p>Absence d'aménagement et de mobilier urbain au niveau le place de la maison de la culture.</p>	
	Les potentialités du site	Illustration
Environnement	<p>Une richesse paysagère, des vues panoramique vers le lac et le mont Gouaya</p> <p>La proximité aux différents équipements de la ville ainsi qu'à plusieurs points de repères</p> <p>Un écosystème important</p> <p>Le lac présente une zone humide classé selon la convention RAMSAR</p> <p>Une accessibilité aisée. Ce qui rend le site ouvert au grand public.</p> <p>La morphologie du site est relativement plate</p> <p>Une situation stratégique au cœur de la ville</p>	
Cadre bâti	<p>Le site est riche en termes d'équipement public et de services (culturels, environnementaux, sportifs, touristiques, commerciales éducatifs ainsi que des services de loisir)</p>	
Cadre non- bâti	<p>Présence d'un parc d'attraction</p>	/

Source : auteur 2025

3.5 Synthèse :

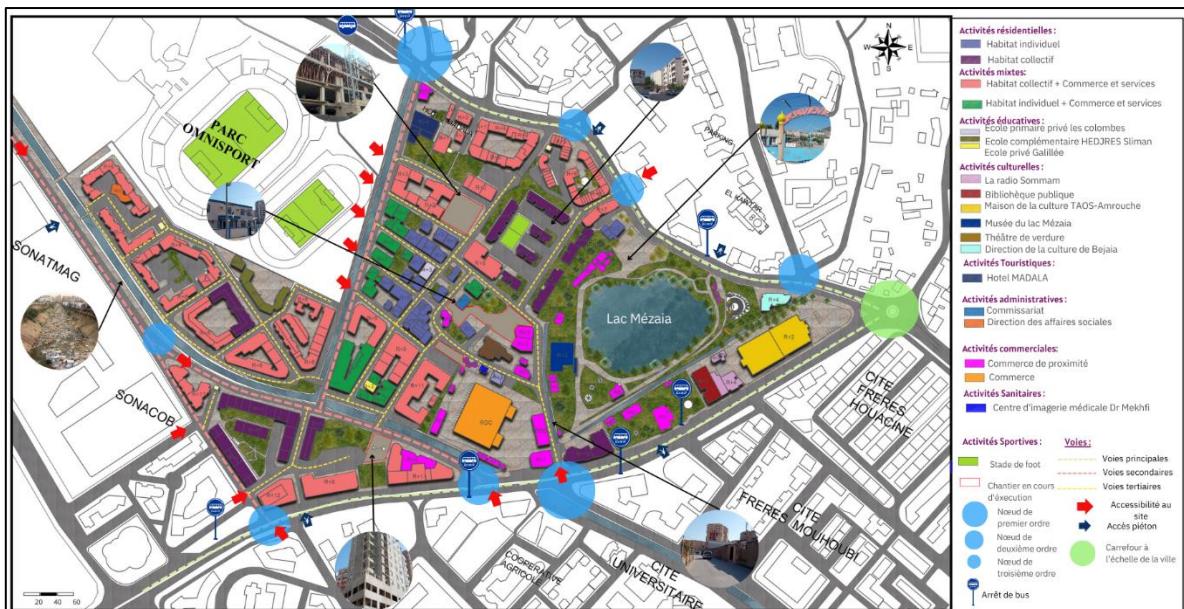


Figure 55 : schéma de structure actuel.

Source : auteur 2025

CHAPITRE V : Lecture typo-morphologique du périmètre d'étude : le cas du site de Souk El Fellah.

L'analyse typo-morphologique du site de Souk El Fellah à Bejaïa nous a permis de dégager une lecture fine de son organisation spatiale et fonctionnelle actuelle. Ce schéma de structure suivant (Fig. 55) synthétise les éléments clés identifiés prédicament, les limites physiques et symboliques du site, les axes structurants qui guident les déplacements et les échanges, les différentes formes fonctionnelles existante ainsi que la répartition des espaces bâtis et non bâtis marquants.

Conclusion :

En conclusion l'analyse typo-morphologique de Souk El Fellah nous a révélé que le site présente un tissu urbain hétérogène, marqué par des dysfonctionnements (fragmentation, pollution, densité inégale) mais aussi des atouts stratégiques (mixité fonctionnelle, position centrale, patrimoine naturel). Ce chapitre sert de base à une évaluation plus opérationnelle des performances du site, qui fera l'objet du chapitre suivant.

CHAPITRE 06 : Étude de la performance spatiale et fonctionnelle du périmètre d'étude : le cas du site de Souk El Fellah.

Introduction :

Ce chapitre vise à étudier la capacité du site de Souk El Fellah à accueillir un projet d'architecture commerciale susceptible d'améliorer la qualité du cadre bâti et de renforcer l'attractivité urbaine.

L'analyse s'appuie sur la syntaxe spatiale, une méthode développée par Bill Hillier et Julianne Hanson, qui permet de décrypter les liens entre la configuration spatiale d'un quartier et ses dynamiques fonctionnelles. En étudiant des indicateurs tels que la connectivité, l'intégration et la visibilité, nous cherchons à identifier les potentialités du site pour une implantation commerciale. Une analyse multicritère (AMC) complète cette approche en évaluant l'attractivité globale du site à travers divers facteurs tels que la mobilité, la qualité des aménagements, la sécurité ou encore l'intégration urbaine.

2. Analyse syntaxique :

Dans cette section du travail, nous allons présenter et analyser les résultats de l'étude syntaxique du quartier Souk El Fellah. D'abord, nous montrerons les cartes et graphiques générés avec le logiciel DepthmapX, en utilisant ses couleurs et en expliquant les données numériques obtenues. Ensuite, nous passerons à l'interprétation de ces résultats.

2.1 Présentation de la syntaxe spatiale :

Initiée par Bill Hillier et Julianne Hanson à la Bartlett, University Collège of London, la syntaxe spatiale établit une corrélation significative entre l'accessibilité topologique des voies et des phénomènes tels que la fréquentation piétonne et mécanique, l'orientation, la sécurité contre le vandalisme et les incivilités, la localisation des commerces et des activités etc. (Porta et al. 2006).

2.2 L'objectif de l'analyse syntaxique :

L'analyse syntaxique a été retenue comme méthode d'évaluation spatiale, elle nous permet d'appréhender les qualité spatiale du tissu urbain à travers des indicateurs clés, en lien direct avec les enjeux de l'architecture commerciale, dans le but de repérer un site présentant un potentiel d'insertion stratégique dans la structure urbaine existante, capable de soutenir un projet d'architecture commerciale en tant que levier de revalorisation urbaine et d'amélioration de la qualité du cadre bâti.

Le périmètre d'étude quartier de souk el fellah sera étudié avec l'analyse axiale et l'analyse VGA, On s'intéresse principalement aux mesures syntaxiques suivantes :

- Pour l'analyse axiale : on analyse la connectivité, l'intégration.

CHAPITRE VI : Étude de la performance spatiale et fonctionnelle du périmètre d'étude.

- Pour l'analyse VGA : on effectue un test de visibilité.

2.3 L'analyse axiale :

La carte axiale obtenue à partir de l'analyse axiale :



Figure 56 : Carte axiale du quartier de Souk El Fellah, obtenue à partir du test effectué par le logiciel DEPTHMAP 0.8.

Source : Auteur, 2025

Dans la syntaxique du quartier de souk El Fellah, les couleurs s'étendent du bleu au magenta, comme suit :

- **Le rouge, magenta et jaune** : représentent les valeurs les plus élevées dans le système spatial, ce sont les espaces ou les chemins les plus intégrés ;
- **Le vert, cyan (bleu-vert)** : représentent les couleurs moyennement élevées dans le système spatial, ce sont les espaces ou chemins les moins intégrés,
- **Le bleu et indigo** : représentent les valeurs les plus basses dans le système spatial, ce sont les espaces ou les chemins les plus ségrégués.

CHAPITRE VI : Étude de la performance spatiale et fonctionnelle du périmètre d'étude.

Les résultats de l'analyse axiale du quartier de Souk El Fellah sont les suivants :

Tableau 10 : Résultats de l'analyse axiale obtenue à partir du test effectué avec le logiciel DepthmapX 0.8.

Attribute	Minimum	Average	Maximum
1 Choice	0	9596.98	315411
2 Choice [Connectivity Wgt]	300408	3.84459e+007	1.36831e+009
3 Choice [Connectivity Wgt][No...	2.66149e-005	0.00340614	0.121227
4 Choice [Norm]	0	0.00374962	0.123234
5 Connectivity	2	66.364	302
6 Integration [HH]	0.789662	2.17333	3.60816
7 Line Length	463.154	11367.3	58622.9
8 Mean Depth	3.37384	5.24082	11.8467
9 Mean Depth [Connectivity Wgt]	2.6293	4.60935	11.3693
10 Node Count	2264	2264	2264
11 RA	0.00209889	0.00374962	0.00959033
12 Total Connectivity	150248	150248	150248
13 Total Depth	7635	11860	26809

Source : auteur, 2025.

2.4 Les mesures du premier ordre :

2.4.1 Le test de la connectivité :

Selon Araba et Mazouz (2018), Il s'agit d'une mesure locale statique. Cette valeur qui exprime le nombre de connexions d'un espace vis-à-vis des autres espaces environnants. Après avoir effectué le test de la connectivité pour le quartier de Souk El Fellah par le logiciel DEPTHMAP, nous avons obtenu le résultat qui est représenté dans la carte suivante (Fig.57) :



Figure 57 : carte de connectivité du quartier Souk El Fellah (générer par le logiciel DEPTHMAP 0.8).
Source : auteur 2025.

CHAPITRE VI : Étude de la performance spatiale et fonctionnelle du périmètre d'étude.

Interprétation des résultats : après la projection des résultats de connectivité sur notre quartier nous observons que les rues du quartier Souk El Fellah représente une variation claire dans le degré de la connectivité, une artère centrale (le boulevard Krim Belkacem) représente la rue la plus connectée (en magenta, rouge et orange) , elle forme un véritable « corridor de flux », avec un indice de connectivité maximal de 302, tandis que les voies secondaires périphériques (en vert et bleu) chutent jusqu'à 02, traduisant leur rôle plus marginal dans le maillage.

Cette concentration des valeurs élevées le long de ce grand axe indique non seulement son importance dans la circulation piétonne et véhiculaire, mais aussi son potentiel pour accueillir des équipements commerciaux à fort impact. À l'inverse, les rues aux connectivités faibles indiquent des secteurs isolés.

1.4.2. Le test de l'intégration :

Cette mesure est importante car elle permet d'évaluer l'intensité des mouvements le long d'un axe, ainsi que sa relation avec le tissu urbain environnant, est la centralité topologique, désignée dans les variables de sortie (output) du système Space Syntax sous le terme d'intégration spatiale. « *La notion d'intégration exprime les propriétés d'un espace d'être intégré ou ségrégué du système. Elle mesure la facilité d'atteindre cet espace depuis n'importe quel autre espace de l'agencement spatial global* » (Araba & Mazouz, 2018).

Le teste de l'intégration des rues du quartier de Souk El Fellah effectué par le logiciel DEPTHMAP nous a donné le résultat suivant (Fig. 58) :

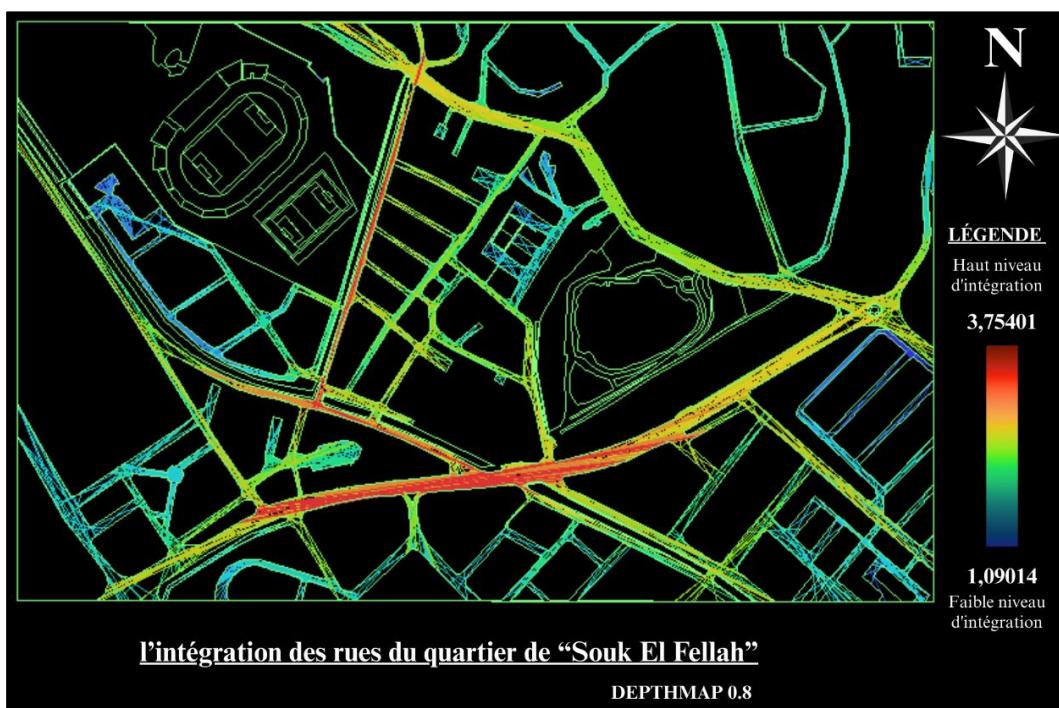


Figure 58 : carte d'intégration du quartier Souk El Fellah (générer par le logiciel DEPTHMAP 0.8).
Source : auteur 2025.

CHAPITRE VI : Étude de la performance spatiale et fonctionnelle du périmètre d'étude.

Interprétation des résultats : la carte d'intégration du quartier de Souk El Fellah montre que les rues longeant les grands axes, notamment au sud et au centre du quartier comme le Bd Krim Belkacem et la roue de l'université, sont les plus facilement accessibles (colorées en rouge et orange) et présentent un degré d'intégration très élevé, avec un indice d'intégration maximal de **3,75401**. Ces rues constituent les artères majeures qui favorise l'attractivité et l'usage fréquent.

Tandis que les rues secondaires situées vers les bords ou les parties moins centrales du quartier colorés en bleu et vert, présentent un faible niveau d'intégration avec des indices faibles descendant jusqu'à 1,09014. Ce qui représente des zones ségréguées plus isolées dans l'ensemble du tissu urbain avec des parcours plus long et moins directs.

2.5 Les mesures du deuxième ordre :

Le graphe d'intégribilité :

L'intégribilité se mesure au niveau du réseau spatial par la corrélation entre les patrons de l'intégration globale et les patrons de connectivité, d'après piqué elle se réfère à l'aptitude d'une structure spatiale à fournir des renseignements « *au niveau local sur le rôle structurant des espaces au niveau global* » (Piqué, 2006). Hillier définit l'intégribilité comme « *le degré à ce qui peut être vu et expérimenté localement permettant au système à grande échelle à apprendre sans effort conscient* » (Hillier, 1996, p. 171).

Le graphe d'intégribilité dans DepthmapX permet d'évaluer dans quelle mesure la connectivité locale d'un espace (le nombre de liaisons directes avec d'autres rues) permet de prédire son niveau d'intégration globale (son accessibilité dans l'ensemble du réseau). Il représente chaque rue sous forme de point, en plaçant la connectivité sur l'axe X et l'intégration sur l'axe Y. le logiciel DepthmapX nous a donné le résultat suivant (Fig. 59) :

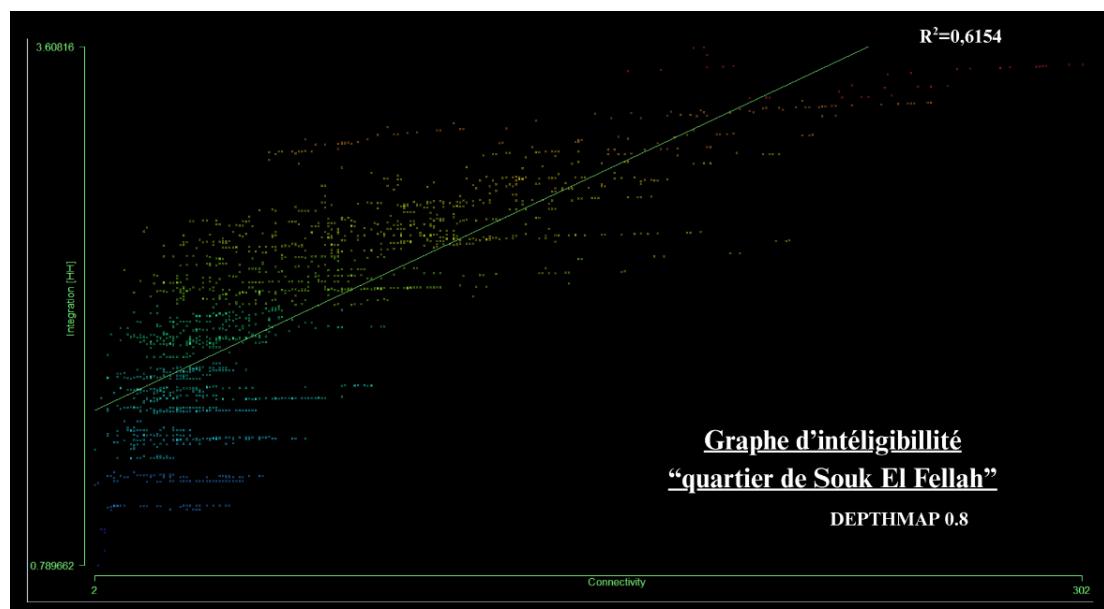


Figure 59 : Le graphe d'intégribilité du quartier de Souk El Fellah (générer par le logiciel DepthmapX 0.8).

Source : auteur, 2025.

CHAPITRE VI : Étude de la performance spatiale et fonctionnelle du périmètre d'étude.

Interprétation des résultats : le graphe d'intelligibilité résultant de l'analyse syntaxique du quartier de souk el fellah illustre la relation entre la connectivité locale et l'intégration globale, représenté sur une droite de tendance associée à un coefficient de corrélation $R^2 = 0,6154$, exprime le degré de corrélation entre ces deux. Ce ratio indique une corrélation modérée à forte, On constate que les points correspondant aux rues présentant une forte intégration globale, en particulier celles situées le long du boulevard Krim Belkacem (d'une couleur rouge et orange) se rapprochent nettement de la droite de tendance. Cela indique que le boulevard Krim Belkacem bénéficie d'une intelligibilité spatiale élevée par rapport aux secteurs périphériques, représentés les points sont relativement éparpillés en bleu, où l'intelligibilité est nettement plus faible.

Bien qu'un coefficient de corrélation R^2 de 0,6 soit considéré comme moyen à bon par rapport à la valeur idéale de 1, il révèle une organisation spatiale où la lecture globale du quartier à partir de l'expérience locale est relativement accessible, mais demeure perfectible.

2.6 L'analyse VGA :

L'analyse de visibilité, appelée VGA (Visibility Graph Analysis), est une méthode introduite par Turner et al. En 2001 dans le cadre de la théorie de la syntaxe spatiale. Elle a été développée pour étudier les connexions d'inter visibilité à l'intérieur des bâtiments ainsi qu'au sein des systèmes urbains. Le résultat de l'analyse de la visibilité du quartier de SOUK EL FELLAH effectué par le logiciel DepthmapX est représenté dans la carte suivante (Fig. 60) :

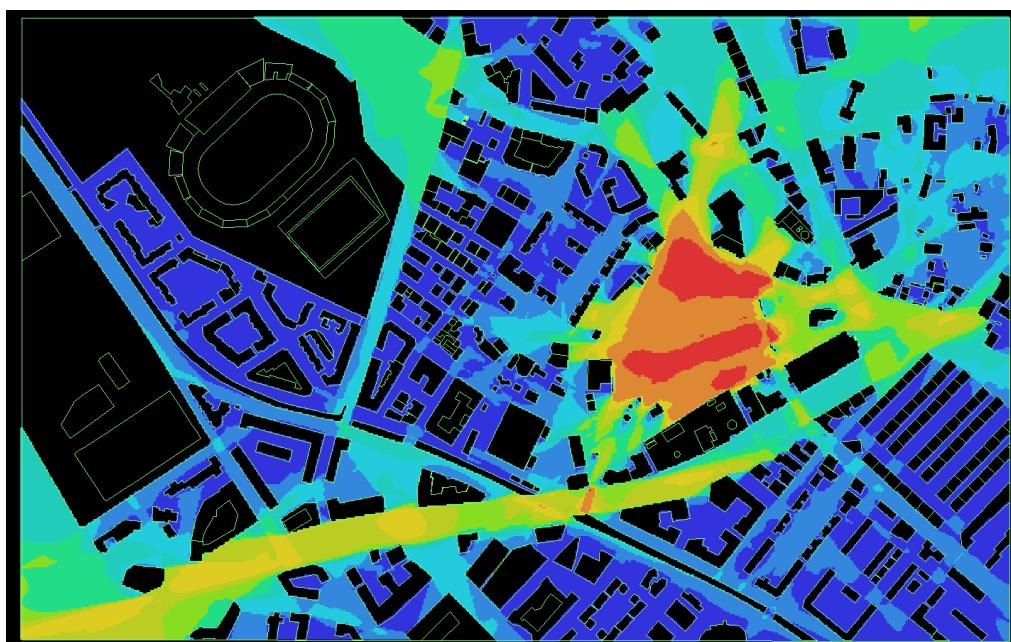


Figure 60 : la carte de la visibilité (générer par le logiciel DepthmapX 0.8).

Source : auteur, 2025

CHAPITRE VI : Étude de la performance spatiale et fonctionnelle du périmètre d'étude.

Interprétation des résultats : La carte révèle une organisation spatiale fortement hiérarchisée en termes de visibilité, avec une concentration marquée de couleurs chaudes (rouge, magenta et jaune) au centre, indiquant les zones à haute visibilité, qui correspondent aux carrefours majeurs comme celui du boulevard Krim Belkacem et le lac Mézaia. À mesure qu'on s'éloigne de ce noyau central, les couleurs passent au jaune, vert puis bleu, Ce qui reflète une diminution graduelle de la visibilité et une accentuation de la ségrégation spatiale. Donc les espaces bien intégrés visuellement dans le tissu urbain, représentent les points les plus attractifs du quartier, favorables à une forte fréquentation piétonne et donc stratégiques pour l'implantation d'activités commerciales.

2.7 Synthèse :

Pour synthétiser, nous constatons d'après les résultats révèle que le boulevard Krim Belkacem et ses abords immédiats représentent un fort potentiel spatial. Ces espaces bénéficient d'une excellente connectivité, intégration et visibilité, favorisant l'attractivité piétonne et la viabilité des activités commerciales. À l'inverse, les zones périphériques, moins intégrées et peu visibles, sont moins propices à des projets de grande envergure.

3. Analyse multicritère (AMC) : l'évaluation de la performance de l'attractivité de l'aire d'étude (Diagramme radar) :

Afin d'évaluer le potentiel d'attractivité du site étudié, une analyse multicritère (AMC) a été adoptée. Cette méthode s'inspire de celle développée dans l'article « *Potentialités et projet d'attractivité du territoire de la ville de Jijel (Algérie)* ».

3.1 Présentation de la méthode d'évaluation :

La question principale de cette méthode est de savoir si ce site est réellement apte à promouvoir l'attractivité, à travers une évaluation pertinente par le biais de l'analyse multicritère. À travers la recherche théorique sur les facteurs de l'attractivité, nous avons pu relever une série de critères et d'indicateurs correspondant à une attractivité généralisée (résidentielle, économique et touristique) du site.

Tableau 11 : Les indicateurs d'évaluation de la performance de l'attractivité du site de Souk El Fellah.

Indicateurs (critères)	Facteurs d'évaluation
Accessibilité et mobilité	Facilité d'accès mécanique, piéton, transport en commun, stationnement
Qualité des aménagements urbain	Voirie, éclairage, mobilier urbain, signalétique.
Dynamisme commerciale	Présence, diversité, et fonctionnement des commerces.
Connectivité	Nombre de connexions et de liens avec les autres zones d'activités
Hygiène et propreté	Entretien du site et gestion des déchets
Sécurité	Sensation de sécurité, présence policière, éclairage nocturne

CHAPITRE VI : Étude de la performance spatiale et fonctionnelle du périmètre d'étude.

Ambiance urbaine	Confort, animation, ambiance sonore et visuelle
Intégration	Lien avec les quartiers alentours et continuité urbaine
Image perçue du site	Perception des usagers
Equipement de proximité	Présence et accessibilité aux équipements et services
Visibilité	Capacité du site à être vue, repéré et attirer l'attention
Ressources naturelles et paysage	Valorisation et respect de l'environnement naturel

Source : auteur, 2025.

Les indicateurs choisis sont notés selon un barème équilibré sur une échelle de 5 (TAB. 12).

Tableau 12 : Echelle de notation.

1	2	3	4	5
Très défavorable à l'attractivité	Défavorable à l'attractivité	Moyennement favorable	Favorable	Très favorable à l'attractivité

Source : auteur, 2025.

3.2 Etapes d'évaluation de l'attractivité du site :

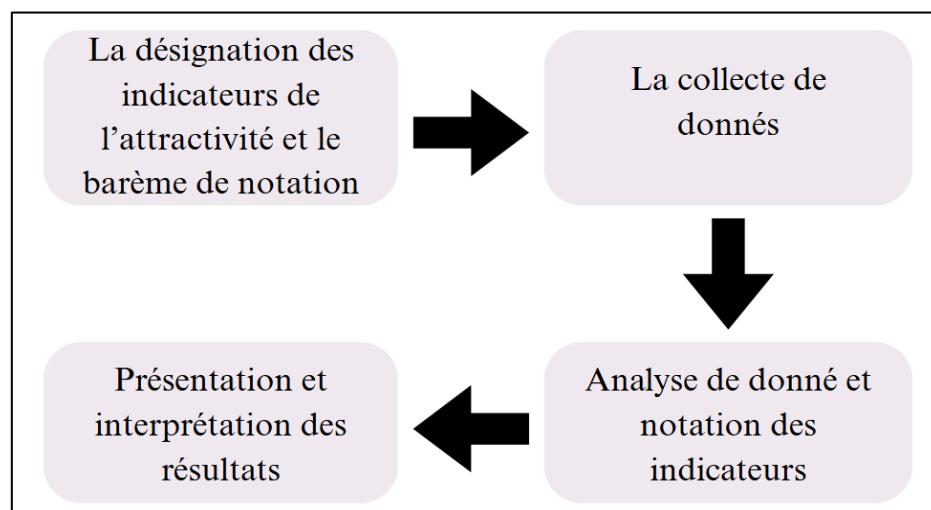


Figure 61 : Etapes d'évaluation de l'attractivité.

Source : Auteur, 2025.

3.3 Le diagramme d'attractivité :

Afin de faciliter la lecture des résultats de cette présente évaluation nous allons l'interpréter par un graphe synthétique sous forme de diagrammes radar (Fig. 62), se rapportant à l'évaluation de chaque indicateur.

Le diagramme radar (ou toile d'araignée) est un outil graphique d'aide à la décision permettant de visualiser plusieurs critères qualitatifs et quantitatifs à la fois, il offre une lecture synthétique de l'attractivité d'un site selon une série d'indicateurs définis, facilitant l'identification des points forts et des faiblesses.

CHAPITRE VI : Étude de la performance spatiale et fonctionnelle du périmètre d'étude.

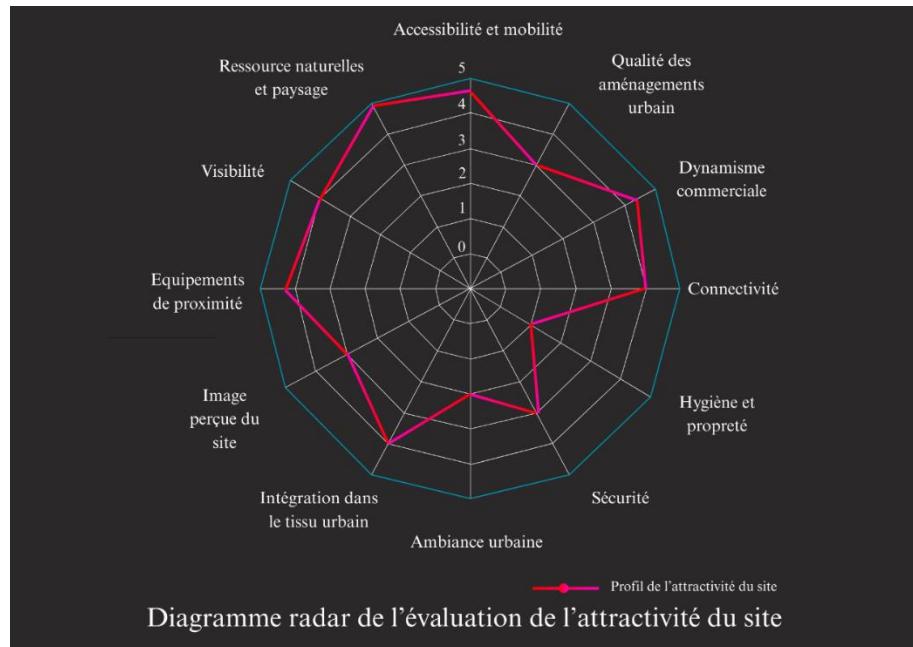


Figure 62 : Diagramme radar de l'évaluation de l'attractivité du site Souk El Fellah, Bejaïa.
Source : auteur, 2025.

3.4 Interprétation des résultats :

D'après le diagramme (Fig.62) les résultats de l'évaluation indiquent que, les indicateurs d'attractivité comme : « Hygiène et propreté » et « ambiance urbaine » sont considérés comme non performants parce qu'ils sont en dessous du seuil de performance d'attractivité, dont la valeur est égale à 3. Par ailleurs, les indicateurs « sécurité », « image perçue du site » et « qualité des aménagements urbain » se trouvent dans un intervalle moyen par rapport à l'échelle d'évaluation.

Donc ces carences traduisent un manque d'entretien, qui nuisent à la qualité du cadre de vie dans certaine zone du site. Elles révèlent également des problèmes de gestion des espaces publics (propreté, éclairage, sécurité).

D'un autre côté, les indicateurs : « Accessibilité et mobilité », « ressources naturelles et paysagères », « dynamique commerciale », « connectivité », « intégration dans le tissu urbain », « visibilité », et « présence des équipements de proximité » sont jugés performants, et constituent des atouts importants pour le développement de l'attractivité du site.

Conclusion :

Pour conclure ce chapitre nous a permis d'évaluer en profondeur le potentiel du site de Souk El Fellah pour recevoir un projet d'architecture commerciale capable de renforcer l'attractivité urbaine et la qualité architecturale du cadre bâti. L'analyse s'est articulée autour de deux grands volets : la syntaxe spatiale et l'évaluation multicritère.

CHAPITRE VI : Étude de la performance spatiale et fonctionnelle du périmètre d'étude.

La syntaxe spatiale nous a révélé la centralité du boulevard Krim Belkacem et de ses abords immédiats. Qui se distinguent par une forte accessibilité, une intégration optimale au tissu urbain et une visibilité élevée, les désignant comme les pôles stratégiques pour accueillir des activités commerciales dynamiques. Ensuite l'évaluation multicritère a confirmé les atouts du site, notamment en termes d'accessibilité, de connectivité, de visibilité et de continuité urbaine. Qui favorisant l'implantation d'un projet commerciale susceptible de dynamiser et d'améliorer le paysage urbain du site.

En somme, l'étude démontre que le site de Souk El Fellah présente un potentiel significatif pour accueillir un projet d'architecture commerciale, sous réserve d'actions ciblées pour améliorer ses faiblesses.

Conclusion de la partie :

En conclusion, l'étude du site de Souk El Fellah a mis en lumière un tissu urbain stratégique et marqué par une forte hétérogénéité. L'analyse typo-morphologique a permis d'identifier plusieurs dysfonctionnements, tout en révélant un potentiel urbain significatif. Tandis que l'approche par syntaxe spatiale, complétée par l'évaluation multicritère, a permis de localiser les zones les plus propices à l'implantation d'un projet commercial, tout en soulignant les insuffisances à prendre en considération pour assurer sa réussite.

CONCLUSION GENERALE :

Lors de ce mémoire de fin d'étude nous nous sommes posés la question sur le rôle que peut jouer l'architecture commerciale en tant qu'outil d'amélioration de la qualité architecturale et de mise en valeur de l'image urbaine des villes algériennes. C'est-à-dire nous cherchons d'explorer la capacité des projets commerciaux à dépasser leur simple fonction marchande pour devenir des acteurs structurants du paysage urbain, générateurs de qualité architecturale, de vitalité urbaine, du lien social et de dynamisme économique. En vue de mener à bien notre recherche une démarche méthodologique de 3 grandes parties a été adopté mêlant revue théorique, analyses spatiales et multicritères, ainsi qu'études de cas.

Dans un premier temps, l'analyse historique et théorique de l'architecture commerciale nous a permis de cerner ses multiples dimensions et son rôle structurant dans l'évolution des tissus urbains. Par la suite, nous avons développé davantage le concept de qualité architecturale, en précisant ses critères spécifiques et ses implications pour les projets commerciaux.

Ensuite l'élaboration d'une grille d'analyse multicritère a permis d'objectiver ces critères et d'évaluer la performance des projets commerciaux, tant sur le plan architectural que sur le plan urbain. L'application de cette grille à deux cas d'études « le Park Mall » et le « Boubaaya Center » nous a confirmé que des projets bien conçus peuvent avoir des effets positifs notables, même à des échelles et contextes différents. Ces exemples démontrent que l'architecture commerciale, si elle est pensée avec exigence, peut devenir de véritables catalyseurs de lien social et d'animation urbaine et un moteur de renforcement de l'identité des lieux.

En dernier, l'étude du site de Souk el Fellah nous a permis d'identifier ses forces et ses faiblesses, et de confirmer son potentiel pour accueillir un projet commercial porteur de qualité urbaine notamment mis en évidence l'importance d'une bonne insertion urbaine et d'une conception respectueuse du contexte local, renforçant ainsi la cohérence et l'attractivité des quartiers. Ces résultats confortent l'idée qu'une intervention architecturale soignée et adaptée aux spécificités du site peut non seulement embellir le paysage urbain, mais aussi contribuer à la vitalité et à l'animation locale.

Pour conclure, ce travail nous a fourni des réponses claires à notre problématique qui démontre ainsi qu'une architecture commerciale, conçue de manière intégrative et contextuelle, peut participer à la transformation qualitative des espaces urbains. Constituent des opportunités uniques pour réinventer les villes algériennes et pour construire des espaces porteurs de sens, d'identité et de bien-être pour les générations présentes et futures.

RECOMMANDATIONS :

Notre travail de recherche nous a conduit à formuler les recommandations suivantes :

- Encourager une implantation harmonieuse des centres commerciaux dans le tissu urbain existant, en privilégiant les connexions avec les espaces publics, les réseaux de transport et les équipements collectifs.

-
- Promouvoir la mixité fonctionnelle dans les projets commerciaux, en intégrant des espaces publics, des lieux de détente, des espaces verts et des services culturels ou sociaux.
 - Intégrer l'innovation architecturale et environnementale pour créer des espaces attractifs et respectueux des normes de durabilité.
 - Promouvoir des conceptions bioclimatiques et la performance énergétique des bâtiments commerciaux (isolation, éclairage naturel, ventilation, etc.).
 - Favoriser l'utilisation de matériaux locaux et la mise en œuvre de solutions visant à réduire l'empreinte carbone des projets (choix des matériaux, gestion des déchets, etc.).
 - Mettre en place des normes claires et actualisées, qui incluent les critères de qualité architecturale, de cohérence urbaine et de performance environnementale des projets commerciaux.

Pour finir, face à l'insuffisance et au manque d'études portant sur cette présente thématique, notre travail ouvre la voie à de nouvelles pistes de réflexion et de recherche. Il apparaît essentiel de poursuivre les investigations sur l'évaluation de l'impact des projets d'architecture commerciale sur la qualité architecturale des tissus urbains, en tenant compte des spécificités culturelles et sociales propres au contexte algérien.

BIBLIOGRAPHIE :

Ouvrages :

- ❖ Antoni, R.-M. (2003). *Connaitre, Comprendre, Aimer : Pour promouvoir la qualité architecturale, urbaine et paysagère*. Conseil Général des Ponts et Chaussées, ministère de l'Équipement, ministère de la Culture et de la Communication.
- ❖ Antoni, R.-M. (Dir.). (2007). *Référentiel pour la qualité du cadre de vie*. Séminaire Robert Auzelle, (p.124).
- ❖ Bacon, Edmund N. (1974). *Design of cities by Edmund, N. Bacon*. New York: Viking Press.
- ❖ Barreneche, R. A. (2005). *Nouvelle architecture commerciale*. Phaidon. Paris, (P.07).
- ❖ Benali, N. (2022). *Evolution de la Dynamique commerciale et urbaine à Alger*. Editions itinéraires scientifiques.
- ❖ COTTA, A., 1995, *Dictionnaire des sciences commerciales et économiques*, Dalloz, (p.461).
- ❖ Crosby, P.B. (1979). *Quality Is Free: The Art of Making Quality Certain*. McGraw-Hill, New York.
- ❖ Hillier, B. (1996). *Space Is the Machine: A Configurational Theory of Architecture*. Cambridge University Press, Cambridge.
- ❖ Hoddé, R. (2006). *Qualités architecturales : conceptions, significations, positions*. PUCA Paris.
- ❖ Le Corbusier. (1923). *Vers une architecture*. Paris : Éditions Crès.
- ❖ Maillard, C. (2007). *25 centres commerciaux*. Le Moniteur, (p.16).
- ❖ Mazouz, S. (2004). *Éléments de conception architecturale*. Éditions OPU.
- ❖ Merlin, P., & Choay, F. (2010). *Dictionnaire de l'urbanisme et de l'aménagement* (3^e éd.). Presses Universitaires de France.
- ❖ Michel, D. S. (1991). *Des espaces urbains agréables à vivre*. Edition : Moniteur. Paris.
- ❖ Primaudiae, F. (1860). Elie de la, «. *Le commerce et la navigation de l 'Algérie* », in « revue algérienne et coloniale, (p.129,130).
- ❖ Scherer, H. (1857). *Histoire du commerce de toutes les nations : depuis les temps les plus anciens jusqu'à nos jours* (Trad. par RICHELOT H. et VOGEL C). Paris, Capelle, (p.20).
- ❖ Vitruve, P. (1684). *Les dix livres d'architecture de Vitruve : Corrigez et traduits nouvellement* (Trad. Par C. Perrault). Jean Baptiste Coignard, (p.16).

Thèse et mémoires :

- ❖ Benali, N. (2016). *Contribution au monitoring des impacts des centres commerciaux sur l'écosystème urbain Algérois Application sur le centre commercial régional de Bab-Ezzouar* (Doctoral dissertation). Ecole des Hautes Etudes Commerciales.

- ❖ DAUPLE, J. (2008). *Les représentations de la qualité architecturale et urbaine* (projet de fin d'étude). Ecole Polytechnique de l'Université de Tours.
- ❖ Gana, M., & Menguellat, F. (2017). *Un projet urbain autour d'un complexe touristique et culturel à Béjaïa* (Doctoral dissertation). Université Mouloud Mammeri.
- ❖ Laroui, A. (2017). *La qualité architecturale des bâtiments publics à Ghardaïa : Cas d'étude bâtiment du siège de l'office de promotion et de gestion immobilière – OPGI* (Mémoire de magister). Université Mohamed Khider – Biskra.
- ❖ Lebrun, N. (2002). *Centralités urbaines et concentrations de commerces* (Thèse de Doctorat). Université de Reims Champagne Ardenne, Institut de Géographie, p479.
- ❖ Paul, P. (2021). *Les centres commerciaux, mal-aimés ou adulés, contraints d'évoluer* (Mémoire de master). Ecole Nationale Supérieure d'Architecture de Nantes.
- ❖ Youcef, M. (2017). *Regard sur l'architecture commerciale en Algérie, Cas d'étude centre commerciale et de loisir BAB EZZOUAR et PARK MAL* (mémoire de master). Université de Abd Rahman Mira Bejaia.

Articles en ligne :

- ❖ *Araba, M., & Mazouz, S. (2018). Apports de la syntaxe spatiale à la vérification de l'intégration d'un quartier d'habitat spontané dans le système urbain Cas de Maïtar à Bou-Saâda. Bulletin de la Société royale des sciences de Liège.* [10.25518/0037-9565.8234](https://doi.org/10.25518/0037-9565.8234)
- ❖ Benali-Nouani, N., & Berezowska-Azzag, E. (2014). The holistic impact assessment of shopping centres: the case of Bab Ezzouar, Algeria. *International journal of environmental studies*, 71(3), 270-291. <https://doi.org/10.1080/00207233.2014.881164>
- ❖ Benbba, B., & El Amrani, L. (2016). Vers des outils créatifs d'attractivité commerciale au niveau des centres commerciaux. *Revue Marocaine de Recherche en Management et Marketing*, 3(15). <https://doi.org/10.48376/IMIST.PRSM/remarem-v3i15.7237>.
- ❖ Bouhelouf, Y., Hadjiedj, A., & Dubois-Maury, J. (2019). Potentialités et projet d'attractivité du territoire de la ville de Jijel (Algérie). *Bulletin de l'association de géographes français. Géographies*, 96(96-1), 124-145. <https://doi.org/10.4000/bagf.4686>
- ❖ Bonnin, G., & Goudey, A. (2012). L'ergonomie : une composante marginalisée du design d'espace de vente ? *Décisions Marketing*, 65(1), 21–30. <https://doi.org/10.3917/dm.065.0021>.
- ❖ Bondue, J. P. (2000). Le commerce dans la géographie humaine/Retail Trade in Human Geography. In *Annales de géographie* (Vol. 109, No. 611, pp. 94-102). Armand Colin. <https://doi.org/10.3406/geo.2000.1907>.
- ❖ Grimmeau, J. P., & Wayens, B. (2016). Les causes de la disparition des petits commerces (1945-2015). *Courrier hebdomadaire du CRISP*, 23012302(16), 5-114. <https://doi.org/10.3917/cris.2301.0005>.
- ❖ Haouche, A., Madani, S., & Lazri, Y. (2022). Facteurs de la dévitalisation commerciale du centre historique de la ville de Sétif, Algérie. *Bulletin de la Société Géographique de Liège*. [10.25518/0770-7576.6882](https://doi.org/10.25518/0770-7576.6882)
- ❖ Hamadene, L., & Aittaleb, M. (2024). Interaction entre le secteur commercial et les transformations urbaines (cas des centres commerciaux de l'agglomération algéroise).

-
- ❖ Hülsen, C. (1906). Le forum romain : son histoire et ses monuments. *E. Loescher & cie.*
 - ❖ Lecourtois, C. (2009). Quelles qualités pour l'espace architectural ? *Cahiers RAMAU*, 5, 71-87.
 - ❖ Marc, J. Y. (1998). Les agoras grecques d'après les recherches récentes. *Histoire de l'art*, (42/43), 3-15.
 - ❖ Prost, D. (1996). Approche de la ville. Les zones d'activité commerciale à la redécouverte du lieu : l'exemple des rives d'Arcins à Bègles. *Géographes associés*, 1(1), 95-103.
 - ❖ Rehaïl, T. (2021). Ville nouvelle et attractivité des centres commerciaux en Algérie. (Etude de cas des Centres Commerciaux de la ville nouvelle Ali Mendjeli de Constantine.). *الملحق المعيار*, 25(8) , 1057-1075.
 - ❖ Roth, B. (2002). Viser la qualité architecturale. *Constructif*. http://www.constructif.fr/bibliotheque/2002-11/viser-la-qualite-architecturale.html?item_id=2436.
 - ❖ Rönn, M. (2014). Quality in Architecture - A Disputed Concept. *ARCC Conference Repository*.
 - ❖ Suratkon, A., & Jusoh, S. (2015). Indicators to measure design quality of buildings. In *International Conference of Science, Engineering & Environment*.

Sites web :

- ❖ Bathelot, B. (le 14/12/2015). Architecture Commerciale. Definitions marketing. <http://www.definitions-marketing.com/definition/architecture-commerciale/>. Consulté le 09/03/2025.
- ❖ Fournier, Y. (27/10/2024). L'esthétique au cœur de l'architecture : une fusion entre art et beauté. Architecture Insiders. <https://www.architecture-insiders.com/blog/lesthetique-au-coeur-de-larchitecture-une-fusion-entre-art-et-beaute>. Consulté le 05/05/2025
- ❖ <https://academie-des-sciences-commerciales.org/>. Consulté le 11/03/2025.
- ❖ <https://lenoirconception.com/limportance-de-lergonomie-dans-larchitecture-commerciale/>. Consulté le 04/05/2025.

Législations Algériennes :

- ❖ Communiqué de ministre de Commerce, Le cadre Légal et Réglementaire régissant le Commerce de Détail en Algérie, Avril 2015, p 19.
- ❖ Journal officiel de la république algérienne n° 15, 36, 3, 41, 52, 30, 58.

Autres Documents :

- ❖ Affiche de sensibilisation octobre (2014). *La qualité architecturale*, Conseil d'architecture d'urbanisme et d'environnement d'eure-et-loir.
- ❖ CETE de l'Est. (n.d.). *Intégration de la qualité d'usage dans les bâtiments de demain : de la programmation à l'exploitation*. DREAL Lorraine & ADEME.
- ❖ Dubai Multi Commodities Centre. (2020). *Retail design guidelines* (2nd ed.)
- ❖ Dehan, P. (1999). *Qualité architecturale et innovation*. Plan Urbanisme Construction Architecture.

-
- ❖ Dictionnaire de l'Académie française (9e éd.).
 - ❖ Dictionnaire Larousse (2008). Larousse.
 - ❖ Organisation internationale de standardisation ISO 9000.
 - ❖ Larousse. (S.d.). Encyclopédie Larousse.
 - ❖ Le dictionnaire le Robert.

 - ❖ Ordre des architectes du Québec. (2010). *La qualité en architecture : Un concept à développer.*
 - ❖ *La qualité d'usage des bâtiments Vers une approche globale des enjeux spatiaux, fonctionnels et humains* ; Fiche n°1 Juin 2015. La collection « L'essentiel » du Cerema ISSN 2426-5527 par R. Pugeat, et al ; (2015)
 - ❖ Picque, C. (2006). *La morphologie spatiale des quartiers Européens.*

ANNEXES :

- Schéma de principe proposé du site de Souk El Fellah :

Ce schéma synthétise les principales interventions prévues pour le réaménagement du site, incluant les zones de requalification, les voies de circulation, les axes structurants, et les aménagements spécifiques visant à améliorer la qualité de vie architecturale et urbaine.

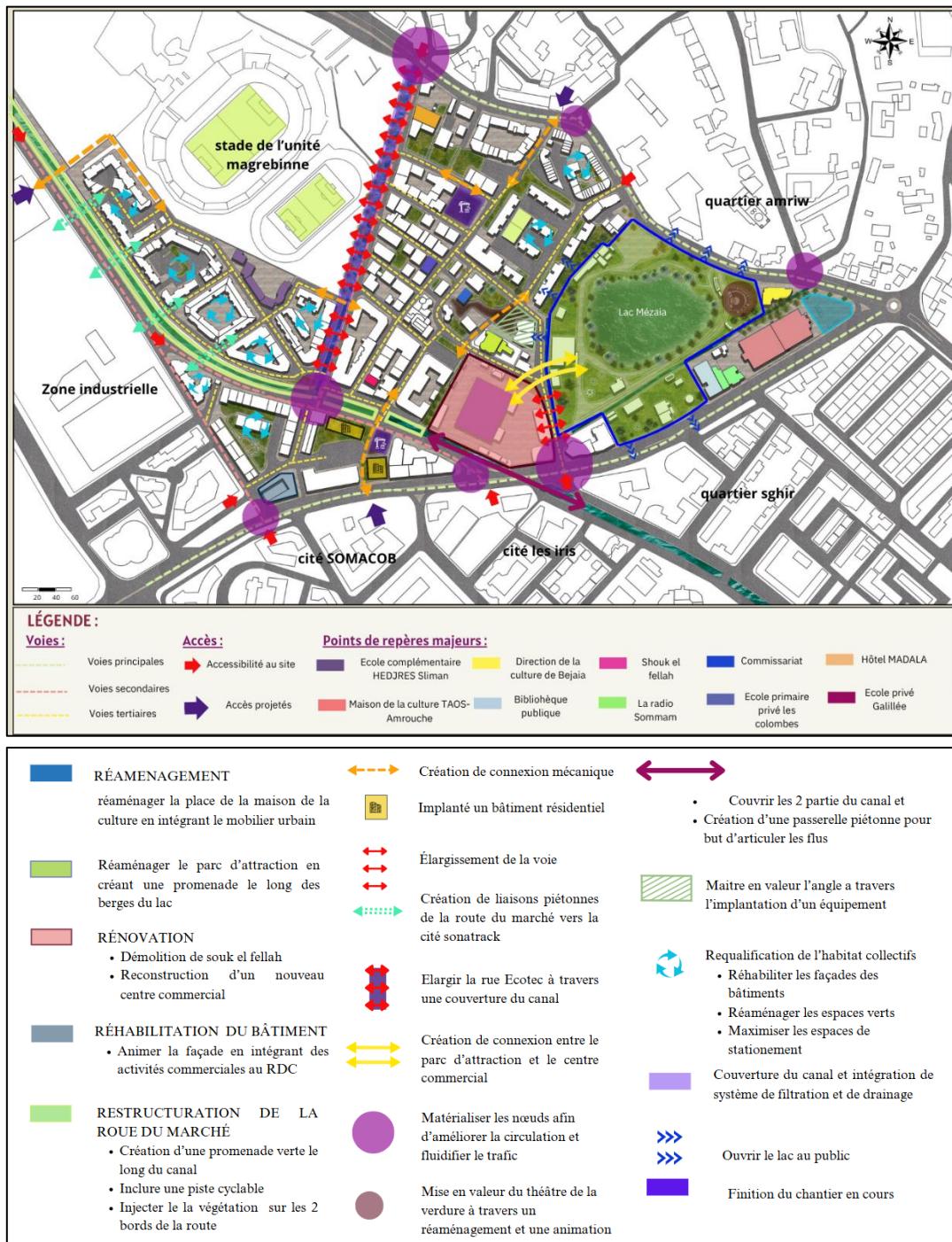


Figure 63 : schéma de structure proposé.

Source : auteur 2025

- **Proposition urbaine du site du Souk El Fellah.**

Cette carte présente la proposition urbaine détaillée pour le site, avec une vue d'ensemble des aménagements projetés.



Figure 64 : la proposition urbaine du site du Souk El Fellah.

Source : auteur, 2025.

Liste des abréviations :

- ❖ **La surface commerciale utile, abrégée par les sigles SCU ou GLA (pour l'anglais gross leasable area)** : est la surface louée ou achetée, dans un centre commercial, par le commerçant au promoteur. Ainsi elle n'inclut pas les espaces dont les commerçants bénéficient collectivement tels que les parkings, les allées ou encore les locaux qui accueillent les services techniques ou administratifs impliqués dans le fonctionnement des bâtiments.
- ❖ **La DMCC (Dubaï Multi Commodities Centre)** : est une zone franche située à Dubaï, responsable du développement et de la gestion de la communauté de Jumeirah Lakes Towers (JLT).

TABLE DES MATIERES :

I.	INTRODUCTION :	1
II.	PROBLEMATIQUE :	1
III.	HYPOTHESES :	2
IV.	OBJECTIFS :	3
V.	LA METHODOLOGIE DE RECHERCHE :	3
VI.	LA STRUCTURE DU MEMOIRE :	6
	CHAPITRE 01 : l'architecture commerciale : concept, enjeux et évolution.....	8
	Introduction :	8
1.	Champs sémantiques et conceptualisation :	8
1.1	Définition du commerce :	8
1.2	Définition de l'urbanisme commerciale :	9
1.3	Définition de la zone d'activité commerciale :	9
1.4	Définition de l'architecture commerciale :	9
1.5	Le rôle et l'impact de l'architecture commerciale :	9
1.5.1	Impact social :	9
1.5.2	Impact économique :	10
1.5.3	Impact architectural et urbain :	10
2.	Origines et évolution des espaces commerciaux :	10
2.1	Période antique :	11
2.1.1	Bazars :	11
2.1.2	L'Agora :	11
2.1.3	Forum :	12

2.2	Le moyen âge :.....	12
2.2.1	Les halls :	12
2.2.2	Les foires :.....	12
2.3	La renaissance :.....	13
2.3.1	Les passages couverts :	13
2.3.2	Les Grands magasins :	13
2.4	La période moderne :	13
2.4.1	Les centres commerciaux :.....	13
2.4.2	Les supermarchés (libre-service) :	14
2.4.3	Les hypermarchés :	15
3.	Evolution de l'activité commerciale en Algérie :	15
3.1	Epoque antique.....	15
3.2	L'époque Islamique :	15
3.3	L'époque coloniale :	16
3.4	L'époque postcoloniale :.....	16
3.5	L'état actuel et le retour aux règlements :.....	16
4.	Typologie des espaces commerciaux existant dans le contexte algérien :.....	17
4.1	Les petites surfaces de ventes :	17
4.1.1	Les magasins traditionnels « Hanoute » :	17
4.1.2	Les kiosques :.....	17
4.2	Les moyenne surfaces de ventes :.....	17
4.2.1	Les superettes :.....	17
4.2.2	Les marchés :	17
4.3	Les grandes surfaces de vente :.....	18
4.3.1	Les supermarchés :.....	18
4.3.2	Les hypermarchés :	18
4.3.3	Les centres commerciaux :.....	18
5.	Réglementation et politiques urbaines en Algérie :	19
5.1	Cadre réglementaire et législatif :	19
5.1.1	Lois et ordonnances générales sur le commerce :	19
5.2	Réglementation spécifique aux grandes surfaces commerciales :	20
5.3	Les limites d'application des réglementations encadrant les espaces commerciaux en Algérie :.....	20

Conclusion :	21
Chapitre 02 : la qualité architecturale : concept principes et évaluation	22
Introduction :	22
1. Champs sémantiques et conceptualisation :	22
1.1 Définition de la qualité :	22
1.2 Les types de perceptions de la qualité :	23
1.3 Les outils de gestion de la qualité :	23
1.4 Définition de la notion de la qualité architecturale :	25
1.4.1 La qualité architecturale : une notion complexe et subjective :	25
1.4.2 La qualité architecturale : une valeur partagée et un processus collectif :	26
1.4.3 Une métamorphose architecturale :	26
1.4.4 Les cinq dimensions du jugement de la qualité architecturale :	26
2. Les principes de la qualité architecturale :	26
2.1. La solidité :	26
2.2. L'utilité :	27
2.3. La beauté :	27
3. Les enjeux de la qualité architecturale :	27
3.1. L'opportunité :	27
3.2. La localité :	27
3.3. La spécificité :	27
3.4. La frugalité :	27
4. Les critères de la qualité architecturale :	27
4.1 Selon Chantal Doucet :	28
4.2 Selon Philipe Dehan :	28
4.3 Selon Azeanita Suratkon et Safuan Jusoh :	29
5. Les méthodes d'évaluation de la qualité architecturale :	32
5.1. Système d'évaluation MATEA :	32
Conclusion :	34
Conclusion de la partie :	34
Chapitre 03 : Évaluation de la qualité architecturale et de l'impact urbain de l'architecture commerciale.	36
Introduction	36
1. Les critères d'évaluation de la qualité architecturale d'une architecture commerciale :	36

1.1	La fonctionnalité (qualité d'usage) :	36
1.1.1	L'ergonomie des espaces :	37
1.1.2	La flexibilité des espaces :	37
1.1.3	La gestion des flux :	37
1.1.4	L'accessibilité :	37
1.2	Esthétique (Qualité formelle) :	38
1.2.1	La forme :	39
1.2.2	Traitement de façades et vitrines :	39
1.2.3	Jeux de lumière et ambiances :	39
1.1.1	L'identité visuelle et le caractère :	40
1.3	Qualité de la construction :	40
1.3.1	La solidité (stabilité) :	40
1.3.2	La durabilité :	41
1.3.3	La qualité des matériaux :	41
1.4	Qualité technique :	41
1.4.1	Le confort :	41
1.4.2	Efficacité énergétique :	42
1.4.3	La sécurité :	42
2.	Les critères d'évaluation de l'impact urbain d'une architecture commerciale :	43
2.1	Intégration urbaine	43
2.2	Connectivité et mobilité	43
2.3	Attractivité commerciale	43
2.4	Animation de l'espace public	44
2.5	Mixité fonctionnelle	44
2.6	Impact socio-économique	44
3.	Elaboration de la grille analyse	45
	Conclusion	47
	Chapitre 04 : Analyse des exemples	48
	Introduction	48
1.	Justification du choix des Example	48
2.	Présentation des exemples	48
2.1	Le centre commerciale Park Mall de Sétif	48
2.1.1	Fiche technique du projet	49

2.1.2	La situation :	49
2.1.3	Analyse architecturale du projet :	49
2.1.4	Analyse urbaine du projet :	52
2.2	Le centre commerciale Boubaaya de Bejaia :	54
2.2.1	La situation :	54
2.2.2	Analyse architecturale :	54
2.2.3	Analyse urbaine :	55
3.	Evaluation des Example.....	56
3.1	La qualité architecturale :.....	57
3.2	L'impact urbain :.....	58
	Conclusion :	59
	Conclusion de la partie :	60
	CHAPITRE 05 : Lecture typo-morphologique du périmètre d'étude : le cas du site de Souk El Fellah à Bejaïa.....	62
	Introduction :	62
1.	Justification du choix du cas d'étude :	62
1.1	Le choix de la ville :.....	62
1.2	Le choix du périmètre d'étude :	62
2.	Présentation de la wilaya et de la ville de Bejaia :	63
2.1	Présentation de la wilaya de Bejaia :	63
2.1.1	Situation de la wilaya de Bejaia :	63
2.1.2	Les limites de la wilaya de Bejaia :	63
2.2	Présentation de la ville de Bejaia :	63
2.2.1	Situation et délimitation de la ville de Bejaia :	63
2.2.2	L'accessibilité de la ville de Bejaia :	63
2.2.3	Les accès routiers à la ville de Bejaia	64
3.	Analyse urbaine de l'aire d'étude basé sur l'approche typo morphologique :	64
3.1	Présentation de l'aire d'étude :	65
3.1.1	Situation :	65
3.1.2	Les limites :	65
3.1.3	L'accessibilité :	65
3.2	La lecture historique :	66
3.2.1	La période phénicienne XII-IX siècle av.j.c :.....	66

3.2.2	La période romaine 33 Av.j.c :	66
3.2.3	La période Hammadite (Nacéria) 1067-1152 :	66
3.2.4	La période espagnole (Bougia) 1509-1556 :	67
3.2.5	La période Turque (Médina) 1556-1833 :	67
3.2.6	L'époque française 1833-1962 :	67
3.2.7	La Période poste coloniale 1962 à nos jours :.....	68
3.3	La lecture normative :	69
3.3.1	La lecture des activités :.....	69
3.3.2	La lecture des gabarits :	70
3.3.3	La lecture de l'état de bâti :.....	71
3.3.4	La lecture des densités d'occupation :	71
3.4	Lecture fonctionnelle :	72
3.5	Synthèse :	73
	Conclusion :	74
	CHAPITRE 06 : Étude de la performance spatiale et fonctionnelle du périmètre d'étude : le cas du site de Souk El Fellah.	75
	Introduction :.....	75
2.	Analyse syntaxique :	75
2.1	Présentation de la syntaxe spatiale :.....	75
2.2	L'objectif de l'analyse syntaxique :.....	75
2.3	L'analyse axiale :	76
2.4	Les mesures du premier ordre :.....	77
2.4.1	Le test de la connectivité :	77
2.4.2.	Le test de l'intégration :	78
2.5	Les mesures du deuxième ordre :.....	79
2.6	L'analyse VGA :	80
2.7	Synthèse :	81
3.	Analyse multicritère (AMC) : l'évaluation de la performance de l'attractivité de l'aire d'étude (Diagramme radar) :.....	81
3.1	Présentation de la méthode d'évaluation :	81
3.2	Etapes d'évaluation de l'attractivité du site :	82
3.3	Le diagramme d'attractivité :	82
3.4	Interprétation des résultats :	83

Conclusion :	83
Conclusion de la partie :	84
CONCLUSION GENERALE :	85
RECOMMANDATIONS :	85
BIBLIOGRAPHIE :	87
ANNEXES :	91
TABLE DES MATIERES :	93
