

Département d'Architecture



Mémoire présenté pour l'obtention du diplôme de :
MASTER ACADEMIQUE

Filière :
ARCHITECTURE

Spécialité :
ARCHITECTURE

Présenté par :
MEROUA BOUCHEFRA
ZINEB LEGHOUCI

THEME :

L'AMELIORATION DES ZONES RESIDENTIELLES A L'ENTREE
DES VILLES PAR L'ATTRACTIVITE URBAINE
(CAS DE L'ENTREE EST DE JIJEL)

Date de la Soutenance :

Composition du Jury :

WARDA BOULFANI
IBTISSEM HALLAL
AMINA AOUCI

MAA, université Mohamed Seddik BENYAHIA - Jijel, Présidente du jury
MAA, université Mohamed Seddik BENYAHIA - Jijel, Encadrant de mémoire
MAA, université Mohamed Seddik BENYAHIA - Jijel, Membre du Jury

Remerciements

*Nos sincères et vifs remerciements vont en premier lieu à Madame **Hallal Ibtissem**, en tant qu'encadreur du mémoire, a orienté notre réflexion lors des débuts et a su répondre à nos Interrogations au cours de notre avancement, ses remarques et ses orientations ont été précieuses. Nos discussions et nos échanges ont été pour nous des sources permanentes d'enrichissement.*

*Nous remercions également tous nos enseignants et plus particulièrement, docteur **Duhair Amir** le Chef de département.*

*Nous adressons nos profondes gratitudee à nos familles et nos proches qui nous ont accompagnés, aidés, soutenus et encouragés., nous remercions également madame **Bouchefra Hassina, Amin** et nos collègues de la promotion pour leur soutien et les moments agréables que nous avons passé ensemble.*

*Enfin, nous tenons à remercier Madame **Boulfani Warda** et madame **Aouici Amina** , les membres du jury qui ont bien voulu nous honorer de leur présence afin d'évaluer nos efforts.*

Dédicace :

*Je remercie **Dieu** tout puissant de m'avoir donné la force et le courage de finir ce modeste travail. Avec joie et plaisir, fierté et respect, je dédie ce travail, fruit de mes études À :*

Mes très chers parents pour leurs : amour, sacrifices, patiences, soutien moral et matériel depuis mon enfance jusqu'à ce jour.

*À la lumière de ma vie qui a cru en moi, qui m'a encouragé et m'a soutenu, qui a su être avec moi dans toutes les circonstances, à ma chère maman **ASSIA** ; Merci pour ton écoute, ton soutien et ton amour inconditionnel*

*À mon adorable papa **MOHAMED** que je considère comme mon exemple, qui me donne la foi de continuer mon chemin., il m'a toujours poussé et motivé dans mes études. Aucune dédicace ne saurait exprimer l'amour et l'admiration que je porte au grand homme que vous êtes.*

*À Mon cher fiancé **OKBA** qui m'a beaucoup encouragé*

*À mon très cher et unique frère **AHCEN** à qui je souhaite tout le bonheur du monde, la réussite et la santé.*

*À Mes chères sœurs **YOUSSRA** et **RIM EL HANA***

*À Ma meilleure amie que je la souhaite tout le bonheur du monde **CHAIMA** je te remercie pour ton amitié que je l'ai trouvé unique et exceptionnel*

*À ma chère amie et Binôme **ZINEB** pour sa patience durant cette année et tous les 5ans d'université*

*À mes chères amies **FATIMA, ILHEM, AHLEM** et **BOUBA** avec qui j'ai passé des moments agréables, merci pour votre aide dans les difficiles moments*

*Ma chère voisine et sœur **LAMIA** et son ange **MANIL***

Meroua

Dédicace

*Je remercie **Dieu** toute puissant de m'avoir donné la force et le courage de finir ce modeste travail que
je dédie :*

*À la personne la plus digne de mon estime et de mon respect, qui s'est toujours sacrifié pour me voir
réussir, qui éclaire mon chemin et m'illumine de douceur et d'amour, qui m'a toujours poussé,
m'encourager et qui motivé dans mes études, mon soutien moral et financier et ma source de joie et de
bonheur, que dieu te garde pour nous '**papa**'*

*À ma très chère '**maman**' en signe d'amour, de reconnaissance, de tendresse et de gratitude pour
tous les soutiens et les sacrifices dont elle a fait preuve à mon égard et qui n'a pas cessé de
m'encourager et de prier pour moi, celle à qui je souhaite une longue vie.*

*À ma très chère deuxième maman '**Luiza**'*

*À mon cher mari '**ADEL**' et toute sa famille*

*À mon très cher et adorables frère '**ADEL**'*

*À mes très chers et adorables frères aussi **Mohamed, Amine,***

*Et les Rois de la maison **Zaki, Anes** et la reine **Alae***

*A mes chères sœurs **Houda, Imane, Racha, Nada** et **Romaissa***

*A mes adorables **Lina** et **Anfel***

A tous les autres membres de ma grande famille.

Pour leurs aides et leurs encouragements tout au long de mes années d'études.

A mes chères amies que j'aime trop

***Menel ,Nesrine, Houba** En souvenir de notre sincères et profondes amitiés et des moments agréables
que nous avons passé ensembles.*

***Meroua** , mon très cher amie et binôme pour son soutien moral ,sa patience et sa compréhension tout
au long de ce travail.*

Zineb

TABLE DES MATIÈRES

Dédicaces et remerciements	I
Table des matières	VI
Liste des figures.....	VIII
Liste des tableaux	X
Liste des abréviations.....	XI
Introduction générale	1
Problématique.....	2
Hypothèses de la recherche	3
Objectif général de la recherche	4
Démarche méthodologique.....	4
Structure du Mémoire	5

Chapitre 1 : Attractivité urbaine : fondements théorique et indicateurs de mesure

1.1 Introduction.....	6
1.2 Attractivité urbaine : fondements théoriques	
1.2.1 Définition de l’attractivité	6
1.2.2 Définition de l’attractivité urbaine	7
1.2.3 Comment définir un territoire attractif ?	7
1.2.4 Composantes de l’attractivité urbaine	8
1.2.5 Types d’attractivité urbaine.....	10
1.2.5.1 Attractivité productive (l’attractivité offensive).....	11
1.2.5.2 Attractivité résidentielle (l’attractivité défensive).....	11
1.2.6 Enjeux et cibles de l’attractivité urbaine	11
1.3 Attractivité urbaine : Indicateurs de mesure	
1.3.1 Indicateurs de l’attractivité urbaine	12
1.3.1.1 Facteurs de l’attractivité urbaine	13

1.3.2 Exigences de l'attractivité urbaine	14
1.3.3 Conditions d'émergence de l'attractivité urbaine.....	15
1.3.4 Critères de l'attractivité urbaine de la ville	15
1.3.5 Mesures de l'attractivité urbaine	17
1.3.6 Attractivité urbaine des pays européens	18
1.3.7 Quelques stratégies de développements de l'attractivité urbaine.....	19
1.3.7.1 Développement durable comme stratégie d'attractivité	19
1.3.7.2 Urbanisme commercial comme stratégie d'attractivité urbaine	21
1.4 Concepts liés à l'attractivité	
1.4.1 Animation urbaine	22
1.4.2 Dynamique	22
1.4.3 Compétitivité.....	23
1.5 Conclusion	24

Chapitre 2 : *Attractivité urbaine : Nouvelle discipline pour animer les zones résidentielles à l'entrée des villes*

2.1 Introduction	26
2.2 Politique de la ville et l'attractivité urbaine.....	26
2.3 Concepts et définitions	29
2.3.1 Définition de la ville.....	29
2.3.2 Définition des zones résidentielles	29
2.3.3 Définition de la notion du quartier	29
2.3.3.1 Quartiers comme lieu et territoire.....	30
2.3.3.2 Définition de la notion du quartier résidentiel	30
2.3.4 Définition de l'habitat	31
2.4 Attractivité urbaine des zones résidentielles à l'entrée de la ville	
2.4.1 Définition des entrées des villes.....	32
2.4.2 Symbolique de la porte de la ville	32
2.4.3 Naissance de la problématique des entrées des villes	33
2.4.4 Attractivité urbaine des zones résidentielles à l'entrée de la ville.....	34
2.5 Fractions d'attractivité urbaine des entrées des villes.....	35
2.5.1 Attractivité du cadre de vie	36

2.5.1.1	Attractivité résidentielle.....	36
2.5.1.2	Attractivité environnementale	39
2.5.1.3	Attractivité culturelle	39
2.5.1.4	Commerce : Elément structurant de cadre de vie	40
2.5.1.5	Importance croissante du cadre de vie dans l'attractivité urbaine.....	41
2.5.2	Attractivité touristique.....	42
2.5.2.1	Définition.....	43
2.5.2.2	Types du Tourisme	44
2.5.2.3	Tourisme : Vecteur d'attractivité urbaine.....	44
2.5.3	Attractivité politico-économique.....	45
2.6	Conditions de réussite des stratégies d'attractivité urbaine	47
2.7	Conclusion.....	48

Chapitre 3 : Champ d'investigation : Evaluation de l'attractivité urbaine à l'entrée

EST de Jijel

3.1	Introduction	49
3.2	Méthodologie.....	49
3.3	Analyse urbaine	50
3.3.1	La ville de Jijel	50
3.3.1.1	Présentation de la ville Jijel	51
3.3.1.2	Historique de la ville de Jijel	51
3.3.1.3	Attractivité à la ville de Jijel	52
3.3.2	Entrée Est de Jijel. (Pos 26.).....	53
3.3.2.1	Historique du pos.....	53
3.3.2.2	Situation et limites	56
3.3.2.3	Accès et Accessibilité	56
3.3.2.4	Servitudes	57
3.3.2.5	Typologie du bâti.....	58
3.3.2.6	Espaces publics et paysage urbain.....	59
3.4	Analyse stratégique.....	60
3.4.1	Méthode d'investigation.....	61
3.4.1.1	Recherche documentaire.....	61
3.4.1.2	Observation.....	62

3.4.1.3	Enquête par entretien	63
3.4.1.3.1	Objectif	63
3.4.1.3.2	Formulaire de questions.....	63
3.4.1.3.3	Echantillonnage	63
3.4.1.3.4	Taille de l'échantillon sélectionné.....	63
3.4.2	Analyse urbaine ciblée par indicateurs : l'évaluation de l'attractivité (AMC)	64
3.4.2.1	Evaluation des critères.....	69
3.4.2.2	Graphes d'évaluations : représenter l'état de l'attractivité par un profil	74
3.4.2.3	Profil général d'évaluation de l'attractivité de l'entrée est de Jijel ...	76
3.4.3	Analyse SWOT.....	77
3.4.3.1	Axes d'analyse SWOT	77
3.4.3.2	Matrice d'analyse	78
3.4.3.3	Explicitation des cadrans	78
3.4.3.4	Stratégies d'analyse SWOT	79
3.5	Conclusion	84
CONCLUSION GENERALE		86
Références bibliographiques.....		
Annexes.....		
ملخص.....		
Résumé		
Abstract		

...

Liste des figures :

Figure 01 : Schémas explicatifs d'un territoire attractif	8
Figure 02 : Synthèses des facteurs d'attractivité urbaine.....	14
Figure 03 : Schéma explicatifs sur les lignes directrices de la politique de la ville en Algérie	27
Figure 04 : Hiarchisation de la ville.....	31
Figure 05 : Les fractions d'attractivité urbaine des entrées des villes	35
Figure 06 : L'attraction du commerce aux investisseurs	41
Figure 07 : Le tourisme dans les politiques de l'attractivité urbaine	44
Figure 08 : Le rôle de ressources infrastructures d'approvisionnement touristique.....	45
Figure 09 : L'attractivité politico-économique	46
Figure 10 : Les principales dimensions d'attraction des chercheurs et des compétences	48
Figure 11 : Les principales dimensions d'attraction des touristes.....	48
Figure 12 : Schéma représente la méthode de diagnostic suivi	50
Figure 13 : La situation de la wilaya de Jijel	51
Figure 14 : Etat des lieux du pos 26 dans les années 2006-2011.....	53
Figure 15 : Etat des lieux du pos 26 dans les années 2011-2015.....	54
Figure 16 : Etat des lieux du pos 26 dans les années 2015-2018.....	55
Figure 17 : Etat des lieux du pos 26 dans les années 2018-2021.....	55
Figure 18 : Les limites du pos 26.....	56
Figure 19 : Accès et accessibilité pos 26	57
Figure 20 : Carte des servitudes du pos 26	58
Figure 21 : La ligne électrique du pos 26.....	58
Figure 22 : Hôtel urbain du pos 26	58
Figure 23 : Typologie du bâti.....	59

Figure 24 : Espace public et paysage urbaine	60
Figure 25 : Organigramme hiérarchique de la méthode multicritère sur l'attractivité urbaine.....	65
Figure 26 : Organigramme hiérarchique de l'attractivité urbaine du cadre de vie	66
Figure 27 : Organigramme hiérarchique de l'attractivité urbaine du tourisme.....	67
Figure 28 : Organigramme hiérarchique sur l'attractivité urbaine économique.....	68
Figure 29 : Profil des performances relatif au domaine du cadre de vie	74
Figure 30 : Profil des performances relatif au domaine d'infrastructures touristiques.....	74
Figure 31 : Profils des performances relatives des équipements structurants.....	74
Figure 32 : Profil général d'évaluation de l'attractivité de l'entrée Est de Jijel.....	76
Figure 33 : Méthode d'analyse SWOT	77
Figure 34 : Matrice SWOT	78
Figure 35 : Stratégies d'analyse SWOT	79

Liste des tableaux :

Tableau 01 : Les neuf déterminants de l'attractivité définis par un caractère objectif et symbolique...	9
Tableau 02 : Les indicateurs d'attractivité de l'agglomération du grand Montréal.....	12
Tableau 03 : Exemple de la dimension effective / potentielle et subjective/objective de l'attractivité résidentielle	18
Tableau 04 : La relation entre l'attractivité et la compétitivité.....	24
Tableau 05 : Les composants de l'attractivité résidentielle.....	37
Tableau 06 : Les cibles d'attractivité pour l'entrée Est de Jijel	50
Tableau 07 : Evaluation des critères de AMC	69
Tableau 08 : Les résultats d'évaluation par indicateurs de différents profils de l'entrée Est de Jijel...	70
Tableau 09 : Lecture synthétique des profils par domaines d'attractivité de la ville de Jijel.....	75
Tableau 10 : Analyse SWOT ; analyse endogène et exogène par domaine	80

Liste des abréviations

UE : Union européenne

SNAT : Schéma national d'aménagement du territoire

OMT : Organisation mondiale du tourisme

POS : Plan d'occupation des sols

INSSE : L'Institut national de la statistique et des études économiques

PDAU : Plan directeur d'aménagement et d'urbanisme

SWOT: Strengths - Weaknesses - Opportunities – Threats

AFOM : Atouts -Faiblesses - Opportunités -Menaces

OFFM : Menaces - Opportunités - Forces - Faiblesses

AMC : Analyse multicritère complémentaire

LPP : Logement promotionnel participatif

RN : Route nationale

RDC : Rez de chaussée

Les villes sont toujours en concurrence surtout en raison de la mondialisation. Toute ville doit répondre aux besoins et exigences de ses habitants avec un tissu abondant représentant les fonctions de base de la vie urbaine et communautaire que l'homme doit trouver dans son environnement. Les villes sont à la recherche du développement de d'attractivité qui se définit comme « *la capacité d'un pays à attirer et retenir les entreprises et la population* » (Fabre & Hosdez, 2012). On considère une ville attractive à travers une offre de services et d'équipements performants servant à limiter l'exclusion et faisant de l'espace urbain un espace unifié, dans ce cas le concept d'attractivité urbaine est devenu le point clé de la dynamique des villes et du développement urbain et d'aménagement de territoire.

Ils existent plusieurs enjeux de l'attractivité urbaine ; la retombée économique et financière, la retombée sociale et culturelle. Ses objectifs visent à améliorer la qualité de vie des habitants, à attirer les touristes, les investisseurs et les entreprises Tout cela contribuera à créer une dynamique positive dans la ville. Elle est mesurée d'une manière objective, calculée par le solde de migration et d'une manière subjective à travers des enquêtes d'opinion ; ceux-ci ont des indicateurs, critères, et facteurs spécifiques permettant de la déterminer.

L'attractivité urbaine n'inclut pas les villes seulement mais aussi leurs entrées. Elles doivent refléter l'image de la ville et devenir une façade traductible par un aspect architectural spécifique (matériaux, formes, couleurs, style et un aspect symbolique en laissant une empreinte historique de la ville). Elle est définie selon **Lessard** comme « *un accès et une introduction à la ville, constituée à la fois la route d'accès à une agglomération, une ville, un centre-ville ou un village, de ses abords et du paysage visible à partir de ladite route.* » Ces entrées de villes sont une forme d'espaces périurbains. Elles peuvent être des zones ou des quartiers résidentiels, ou une zone côtière qui partagent et font émerger en général les maux de leurs contextes vu qu'elles présentent des artères et des vitrines urbaines.

Les zones résidentielles à l'entrée de ville peuvent avoir certaines attractions, principalement liées à leur situation, leur morphologie, leurs différentes fonctions, leur dimension symbolique et de nombreux autres attributs propres à chaque entrée de ville. Bien que ces offres territoriales soient fournies, l'entrée de la ville peut devenir un territoire attractif, elles furent décrites par **SUEUR**, comme sinistres urbanistiques et par **Marvillet** comme « *les parents pauvres de l'urbanisme* ».

C'est-à-dire que les entrées des villes sont en marge de la ville. Elles font souvent l'objet d'une observation symbolique de l'échec de la discipline et d'un pessimisme passif, elles se présentent comme un paysage de désordre et d'anarchie.

Selon les études, l'Algérie est en retard en matière d'attractivité des zones résidentielles aux entrées des villes qui restent des espaces importants mal exploités malgré la variété urbaine dont elles ont bénéficié, selon **SANSON**, *La ville comme une maison pour être une demeure elle est besoin d'une porte*.

La ville de Jijel par sa situation géographique stratégique dans le cadre régional, interrégional et même international, son caractère touristique, ses nouvelles infrastructures et la mise à disposition des ressources et le potentiel naturel varié pouvant favoriser la production, le développement, l'amélioration de cadre de vie, de tourisme et d'économie.

L'entrée Est de Jijel par son emplacement stratégique à la porte de la ville avec une façade maritime inexploitée, où la beauté et la diversité des paysages vient s'ajouter à un réseau routier conséquent assurent un développement des activités touristiques, de services et de loisirs. Malgré ces opportunités qu'elles offrent, elle a besoin d'une nouvelle stratégie de développement efficace pour redynamiser et animer le site afin de le rendre attractif et marquer son entrée.

2-Problématique

La majorité des villes algériennes ont connu depuis l'indépendance une croissance rapide, mais sans avoir une stratégie de développement, le résultat de cette croissance ; des centres saturées, une fragmentation des tissu urbains, une dégradation de cadre bâti et des grands ensembles sans vie urbaine. Le territoire algérien connaît d'importants déséquilibres entre ses grandes composantes territoriales, mais également au sein de son système urbain et entre les villes. Les conséquences de ces déséquilibres sont néfastes en termes d'attractivité.

Malgré les opportunités de la ville de Jijel, ce territoire souffre d'une lenteur très remarquable du processus de développement de son attractivité. Il n'existe pas une stratégie de développement et d'attractivité clairement définies. Manque également une offre territoriale diversifiée en comparaison avec les wilayas environnantes, la ville a connu une insuffisance d'offre de services surtout le secteur commercial qui se trouve dans un état critique mal structuré, à l'instar du secteur touristique et économique.

L'entrée Est de la ville de Jijel par son emplacement à la porte de la ville avec la nouvelle urbanisation projetée n'est pas remarquable et souffre d'une mono fonctionnalité dont l'aspect administratif est le plus dominant. Vient s'ajouter une insuffisance de l'activité commerciale, une absence de l'harmonie entre ses différents équipements (chaque équipement a son propre aspect architectural ; forme, matériaux, couleur, style, façades ce qui engendre cet effet de patchwork). La mauvaise qualité de l'espace urbain est criante (qualité des espaces extérieurs, densité des jardins publics, offre insuffisante en espace public de qualité tel que les espaces verts qui sont non exploités, les espaces de détente et de loisirs, l'absence d'infrastructure touristique et économique). La qualité de cadre de vie et de l'environnement urbain s'en ressent. Ceci donne une mauvaise image pour les habitants et les visiteurs malgré la situation agréable qu'offre le site à proximité, de la mer et la montagne, de la route structurante RN43, et de son climat méditerranéen assez confortable. Tout cela rend notre site d'intervention (POS26) répulsif au lieu d'être attractif.

Delors, se posent plusieurs questions qui visent à le rendre plus attrayant :

Quels sont les critères qui sont en mesure de favoriser une meilleure attractivité urbaine ?

Peut-on vraiment améliorer l'entrée Est de la ville de Jijel par la mise en place d'une stratégie visant son attractivité urbaine ?

3-Hypothèses de la recherche

- La qualité de vie dans une zone résidentielle influence considérablement son attractivité urbaine.
- La mixité fonctionnelle est un facteur déterminant dans la favorisation de l'attractivité des entrées de ville en se basant sur les équipements structurants et l'activité commerciale.
- Le secteur touristique possède un attrait notable sur l'amélioration de l'attractivité des entrées de ville.

4-Objectifs de la recherche

Dans le cadre du renouvellement de la pensée de l'action urbaine, notre recherche se focalise sur les questions de base de l'attractivité de la ville comme une nouvelle discipline pour marquer l'entrée Est de la ville de Jijel.

En d'autres termes, notre travail s'inscrit dans la vision attendue de développement de la ville de Jijel, en se basant sur le concept de l'attractivité urbaine des entrées des villes, tout en essayant d'apporter des éléments de réponses pour résoudre les problèmes posés.

Il s'agit de :

- Démontrer que l'attractivité urbaine est un outil pour la revitalisation de l'entrée Est de la ville de Jijel.
- Evaluer, mesurer et Identifier les critères de son attractivité urbaine.
- Connaitre les caractéristiques et les enjeux de cette attractivité urbaine
- Mettre en valeur le rôle des entrées des villes dans la structuration d'une ville.

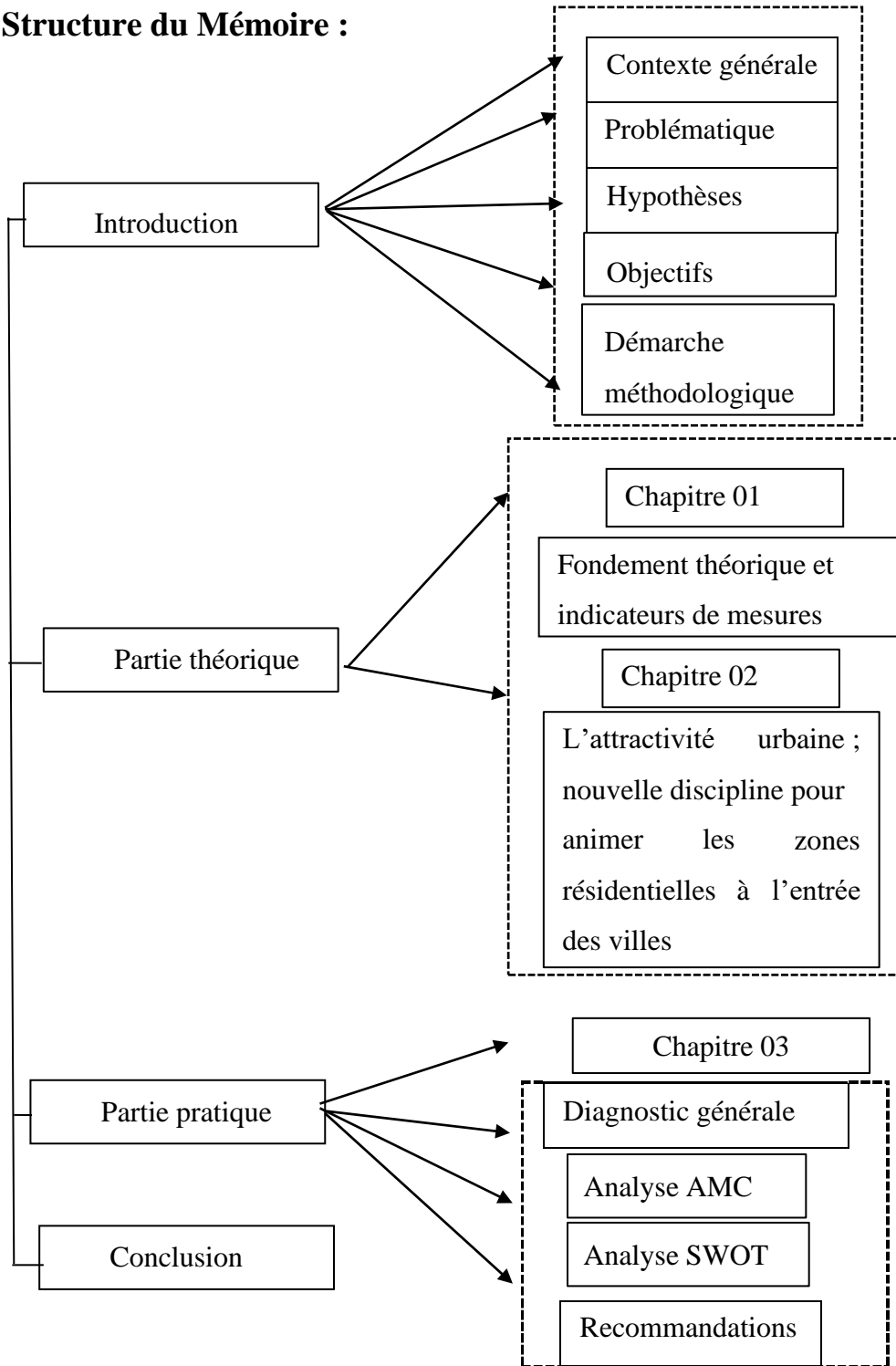
5-Démarche méthodologique

Afin de répondre aux objectifs énumérés ci-dessus, plusieurs méthodes ont été envisagées. Un travail théorique consistant en une recherche bibliographique et un travail empirique reposant sur un diagnostic et une enquête sociologique en prenant le cas de l'entrée Est de la ville de Jijel

Au début, notre travail est axé sur une approche théorique basée sur la recherche bibliographique y compris la consultation de diverses ressources, telles que les livres, revues, articles, mémoires... dans le but d'approfondir les connaissances à propos de l'attractivité urbaine et les entrées des villes en mettant l'accent à la relation entre les deux concepts étudiés dans notre mémoire pour enfin atteindre une réelle attractivité urbaine appliquée à l'entrée Est de la ville de Jijel.

Dans cette approche nous établiront une analyse-diagnostique sur la base des données d'enquêtes, et des données graphiques appliquée à l'entrée Est de la ville de Jijel afin de déterminer les forces et les faiblesses ainsi que les opportunités qui s'offrent aux entrées des villes.

6- Structure du Mémoire :



1.1 Introduction

Les villes cherchent depuis toujours à se développer en attirant des ressources sur leurs villes. À l'heure de la mondialisation, les questions liées à l'attractivité suscitent de plus en plus l'intérêt de plusieurs disciplines, et s'imposent dans des problématiques diverses notamment celles liées à la ville et l'aménagement du territoire, la notion d'attractivité urbaine est en pleine expansion puisqu'elle est devenue un leitmotiv de tous ceux qui s'intéressent aux territoires, à l'économie, au social, à l'évolution des sociétés, du local au mondial.

C'est une notion qui renvoie à une problématique basée sur un principe de mouvement, de dynamique, de composition et/ou de recombinaison des facteurs du développement endogènes des villes son objectif majeure étant d'attirer l'attention des entreprises, investisseurs.

Nous divisons notre chapitre en trois sections. D'abord, les fondements théoriques ; nous avons touché les différentes définitions, composantes, types, ainsi les Caractéristiques et les enjeux de l'attractivité urbaine, dans la deuxième section nous avons ciblés les indicateurs, les facteurs, les exigences de l'attractivité urbaine en plus Nous avons identifié comment mesurer et dimensionner l'attractivité d'un territoire ou d'une ville et quels sont ses différents motifs et les critères. Nous soulignerons, à cet égard une recherche sur l'évolution de l'attractivité urbaine en Europe en proposant différentes stratégies que les autorités locales peuvent utiliser, nous avons scellé ce chapitre par des concepts liées à l'attractivité.

1.2 Attractivité urbaine : fondements théoriques

1.2.1 Définition de l'attractivité

Selon **Jean-Pierre SUEUR** « *La ville, lieu créateur de richesse, qui concentre les talents, les capitaux et les matières premières, c'est aussi le lieu des échanges de ces richesses entre ceux qui les produisent et ceux qui les consomment ou qui les transportent vers d'autres consommateurs. La puissance de sa capacité à transformer ces ressources en richesse est définie par la notion d'attractivité* ». (Sueur, 2010-2011)

Le terme d'attractivité, par son origine étymologique, emprunté au latin, dérivé du verbe *attrahere* « *tirer à soi* ». Plus tard, l'attraction a pris un sens plus étendu, au sens du « *spectacle* », dans sa déclinaison, le mot attraction est emprunté à l'anglais « *attraction* », qui signifie intérêt. (ABBACI, 2013)

Selon le **petit Larousse**, l'attractivité est le caractère de ce qui est attractif, de ce qui présente certains avantages et qui a la propriété d'exercer une attirance.

Et Selon **Abbaci Samira** l'attractivité dans sa définition en français, est « *une notion issue du phénomène physique gravitationnel. Le mot est d'abord utilisé dans une signification de « force », en sciences et plus tard, il est appliqué par analogie dans le domaine des géographes et des économistes pour « expliquer les flux attirés sur un territoire ».* Ceci implique un « désir », dans le domaine des sciences. (ABBACI, 2013)

1.2.2 Définition de l'attractivité urbaine

Selon **Hatem** l'attractivité urbaine se définit comme « *la capacité pour un territoire d'offrir aux investisseurs des conditions d'accueil suffisamment intéressante pour les inciter à y localiser leurs projets de préférence à un autre territoire ».*

Et selon **Badrani** l'attractivité urbaine est « *une capacité de donner le désir de rester ou de venir s'installer à des entreprises, des hommes et des femmes Compétents et dynamiques ».*

En effet l'attractivité est une notion relative, comme **Fabre & Hosdez** disent qu'elle ne peut se définir en termes absolus, car il n'existe pas pour un territoire une définition unique de l'attractivité, les critères de localisation diffèrent d'une entreprise à une autre dans le choix de l'implantation de leur projet mais, elle est souvent mesurée à travers une comparaison systématique entre territoires concurrents. (Fabre& Hosdez, 2012)

1.2.3 Comment définir un territoire attractif ?

L'attractivité d'un territoire peut globalement être définie « *comme sa capacité à attirer et à retenir des activités nouvelles et des facteurs de production, c'est-à-dire des entreprises et leurs emplois, mais aussi des populations et leurs revenus, qu'il s'agisse de résidents permanents ou de touristes.* (Fabre& Hosdez,2012)

Et selon **Hatem Fabrice** c'est « *la capacité d'un territoire d'offrir aux acteurs des conditions qui les convainquent de localiser leurs projets sur leur territoire plutôt que sur un autre »*, en d'autres termes c'est « *la capacité d'un territoire à attirer et retenir les populations et les entreprises) dans un contexte de mobilité croissante au plan international et national ».* (Fabre& Hosdez,2012)

« L'attractivité territoriale est la captation des flux externes » et elle constitue un développement exogène (développement de haut vers le bas, ou de l'extérieur à l'intérieur). L'attractivité renvoie à la mobilité des acteurs en les attirant vers une destination précise qui est le territoire. Ceci en fonction des avantages spécifiques qu'ils le différencient et le singularisent des autres territoires en lui procurant un avantage comparatif. (Serval, 2015)

C'est un processus de développement qui permet à un territoire d'être choisi par les acteurs économiques. Le territoire n'est donc pas un espace d'accueil uniquement, mais il constitue une variable décisive de choix d'investissement. Et donc, un élément de compétitivité. (Serval, 2015)

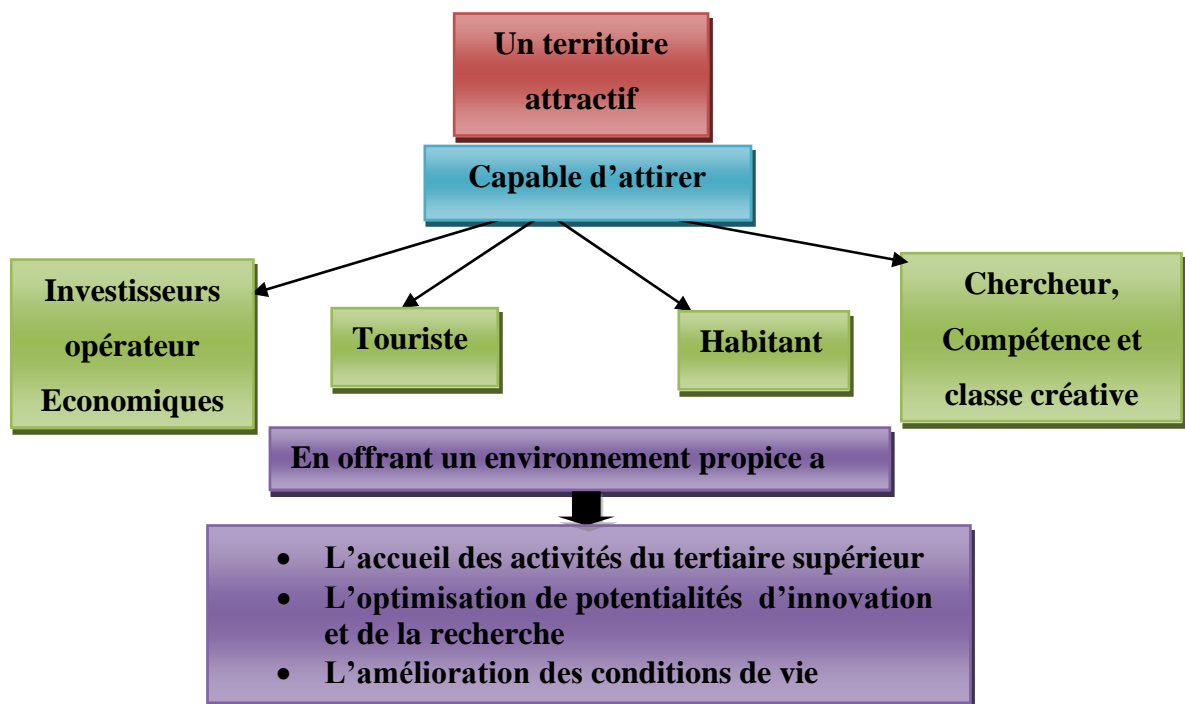


Figure 1 : Schémas explicatifs d'un territoire attractif.

Source : Bouhalouf, 2010.

1.2.4 Composantes de l'attractivité urbaine

Des enquêtes déterminent des instances de l'attractivité des villes, créant ainsi une véritable concurrence entre elles, mais si l'on souhaite cerner plus précisément l'attractivité d'une ville, ou d'un territoire il est préférable de s'interroger tous les facteurs ainsi, le tableau ci-dessous propose neuf (09) déterminants de l'attractivité définis à la fois par un caractère objectif et un caractère symbolique. (Cusin & Damon ,2010)

**CHAPITRE 1 : L'ATTRACTIVITE URBAINE : FONDEMENTS THEORIQUE ET
INDICATEURS DE MESURE**

Tableau 1 : Les neufs déterminants de l'attractivité définis par un caractère objectif et symbolique.

Source : Cusin, Damon ,2010.

Composantes	Ressources objectives	Ressources symboliques
Géographie	-Géographie physique : Proximité de la mer, fleuve, zone frontière, espaces naturels etc. -le territoire tel qu'il a façonne à travers l'histoire	-Valeur paysagère attribuée à un espace urbain. -valeur symbolique (lieu de mémoire, etc.)
Géopolitique	-Position au sein des réseaux interurbain -accessibilité. -externalité de réseau	-Sentiment de centralité
Démographique	-Poids et dynamisme démographique -caractéristique des populations présentes et évolution récentes	-Image de population et leurs modes de vie
Economique	-Croissance de BIP, situation du marché, de l'emploi, rémunération, inégalités	-Image de la ville auprès des actifs, des entrepreneurs et des média
Social	-Qualité de vie (commerce, offre de loisirs, criminalité, environnements, etc.) Capacité à interroger les populations présentes sur le territoire, notamment les nouveaux entrants et à faire cohabiter des populations différentes. -cout de la vie, cout de logement	-Image de la ville, qualité de vie, convivialité, ambiance, ouverture des habitants perçus par les ménages (locaux ou extérieur) et par les médias. -cosmopolitisme mesure et vécu

Infrastructurale	<ul style="list-style-type: none"> -Offre d'équipements et service aux personnes -ressources éducatives (de maternelle à université). -services sanitaire et sociaux -services de mobilité (du vélo aux aéroport) 	<ul style="list-style-type: none"> -Appréciations et réputation de qualité des services
Institutionnelle	<ul style="list-style-type: none"> -Position dans le système politique national et international. -organisation du pouvoir local. -montants des recettes fiscale. -politiques sociales locales. 	<ul style="list-style-type: none"> -Rayonnement politique de la ville -image médiathèque des élus -rayonnement national et international des élus
Culturelle et patrimoniale	<ul style="list-style-type: none"> -Infrastructure culturelles -monuments historique et architecturaux -monuments du passé, partie intégrante de l'identité de la ville. -Sites touristiques. 	<ul style="list-style-type: none"> -Réalisation récentes et attirantes, gages de modernité. -notoriété médiathèque
Environnementale	<ul style="list-style-type: none"> -Espaces verts. Politique de protection de l'environnement 	<ul style="list-style-type: none"> -Capacité à être reconnue comme ville responsable et durable

1.2.5 Types d'attractivité urbaine

Le territoire est soumis à deux types d'attractivité que **Kemel Philippe** dans son livre « *Rapport d'information sur l'investissement étranger en France* » présente comme suit : « *attractivité productive (Apport endogène). Et attractivité résidentielle (Apport exogène)* ».

1.2.5.1 Attractivité productive (l'attractivité offensive)

C'est la capacité d'un territoire à attirer des activités nouvelles des investissements, de nouveaux capitaux et des facteurs de production. Autrement dit, dans l'analyse du dynamisme global des territoires, seule ce qui provient de l'extérieur du territoire est pris en considération comme concernant directement l'attractivité : il s'a git de l'implantation de facteurs de production mobiles et de capitaux : elle est généralement mesurée par l'apport d'emplois créés par des centres de décision extérieurs au territoire. (Philippe, 2015)

1.2.5.2 Attractivité résidentielle (l'attractivité défensive)

Se constate par la capacité d'un territoire à attirer des revenus. Favorisant ainsi le développement économique local Ainsi les revenus disponibles localement sont en partie importés par la présence temporaire (situation de certaines zones touristiques). Par conséquent, la croissance endogène du territoire ou l'attractivité plus défensive ou l'installation durable d'agents économiques extérieurs dont les dépenses et les investissements peuvent constituer un moteur essentiel de l'économie local ne sont pas abordé. (Philippe, 2015)

1.2.6 Enjeux et cibles de l'attractivité urbaine

Ils existent plusieurs enjeux de l'attractivité, pratiquement ils visent tous à attirer un capital humain, un élément consommateur qui peut stimuler et développer l'économie local du territoire.

Ces enjeux se résument dans plusieurs aspects, tel que la retombée économique et financière son objectif est de Créer des entreprises dans la ville , investisseurs ou réalisateurs) c'est l'objectif la plus recherché de la communauté, la retombée sociale et culturelle qui vise à améliorer la qualité de vie des habitants, et le tourisme ceux sont les principales cibles de l'attractivité urbaine, tout ça jouera un rôle dans la création d'une dynamique positive dans le territoire, et engendrer un sens de fierté d'appartenance.

On voit, lors de ces enjeux, qu'il y aura une marche en avant, tant individuellement que collectivement, au niveau de la création d'emplois, de l'amélioration des infrastructures, de la disponibilité des services publics et bien sûr sur le caractère urbain, en appuyant tous ces facteurs feront de la ville un lieu de convergence de population. (Poirot & Jerardin,2012)

1.3 Attractivité urbaine : Indicateurs de mesure

1.3.1 Indicateurs de l'attractivité urbaine

Il existe une multitude d'indicateurs d'attractivité, qui peuvent différencier d'un territoire à l'autre, mais dont certains sont communs comme la situation géographique qui est un paramètre important et ancien de l'attractivité d'un territoire. Ou encore la proximité des grands réseaux d'échanges et de communication ou l'intégration à des réseaux structurants est un élément classique souvent pertinent. Une des bases de l'attractivité repose sur la situation de passage le long d'un important axe commercial historique. On entend également parler d'initiatives privées notamment par des coopérations institutionnelles, sans oublier les paramètres de la qualité de vie qui sont importants pour attirer de nouvelles populations (ou freiner les départs) et des activités.

Exemple : Montréal International a rendu publique la 3^{ème} édition de sa publication, « *Indicateurs d'attractivité 2008* », a analysé une série d'indicateurs d'attractivité, regroupés autour de **sept axes principaux** : chaque axe est composé de plusieurs indicateurs, dans le tableau suivant nous présentons les indicateurs d'attractivité de l'agglomération du grand Montréal.

Tableau 2 : Les indicateurs d'attractivité de l'agglomération du grand Montréal.

Source : Olszak,2010.

-Indicateurs d'investissement	Capital de risque investi
-Indicateurs économiques et démographique	Population totale
	Croissance de la population
	Croissance de l'emploi
-Indicateurs de qualité de vie	Qualité de vie
	Santé hygiène
	Faiblesse de taux d'homicide
-Indicateurs de main d'œuvre qualifiée	Nombre d'étudiants universitaires en 5% de la population
	Nombre d'étudiants universitaires

**CHAPITRE 1 : L'ATTRACTIVITE URBAINE : FONDEMENTS THEORIQUE ET
INDICATEURS DE MESURE**

	<p>Nombre d'étudiants étrangers universitaire</p> <p>Population bilingues, trilingue</p>
- Indicateurs d'innovation et de hautes technologies	Concentration d'emploi en haute technologie
	Performance globale en R&D des entreprises et des universités
	Nombre de centre de recherche
	Fonds consacrés à la recherche universitaire
	Nombre de chercheurs universitaires
	Brevets d'invention détenus
	Taux d'attraction des inventions brevetées
	Croissance du nombre de publication scientifique
	Nombre de publications scientifique par tranche de 100 000 habitants
	Publication scientifiques collaboration université entreprise
-Couts totaux d'exploitation dans les secteurs de RAD	Cout de location d'un espace a bureau
	Niveau des prix
	Prix de vente moyen
	Loyer mensuel moyen

1.3.1.1 Facteurs de l'attractivité urbaine

Selon **Frederic Marin** « *L'attractivité d'un lieu se construit à la fois sur des facteurs économiques, Géographiques, humains et historiques. Tous les Facteurs et les services d'une collectivité participent directement ou indirectement à l'attractivité d'un territoire et à la protection que l'on en a.* ». (Marin., 2010)

Benoit Meyronin classe les divers facteurs de l'attractivité d'un territoire comme suite :

- **La composante géographique du territoire :**

C'est le facteur le plus spécifique, il comprend les ressources naturelles et les matières premières et leurs formes, climat, emplacement qui fournit par le territoire.

- **La composante organique :**

Ce sont des services publics : Santé, culture, loisirs et sports, commerces et finance, qui est disponible pour toutes catégories sociales.

- **La composante économique et infrastructurelle :**

Cela concerne les types des activités, la répartition des secteurs et le degré de la structuration des différentes filières. L'infrastructure de communication et de structuration : le transport, est un obstacle majeur face à l'attractivité, donc sa présence seulement ne sera pas suffisante, il est indispensable qu'il soit de qualité afin de satisfaire les besoins des usagers.

(Meyronin, 2009)

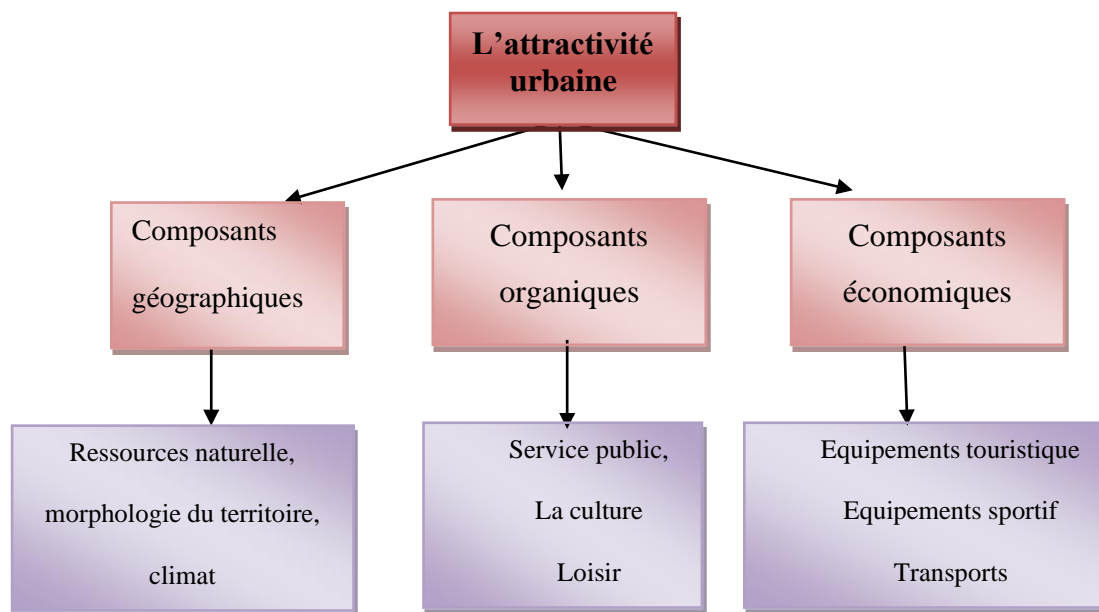


Figure 02 : Synthèses des facteurs d'attractivité urbaine.

Source : Meyronin, 2009.

1.3.2 Exigences de l'attractivité urbaine

Les éléments d'attractivité urbaine dans les années 1980, il y avait une vision simple que l'attractivité était basée sur des images obtenues par de grands architectes à travers des projets de grande envergure. Si cette méthode peut jouer le rôle de levier et d'accélérateur, tout comme les opportunités offertes par les événements sportifs ou culturels de grande ampleur (Jeux Olympique Lille 2004, etc.), elle ne suffit pas à elle seule. Toutes les villes ne peuvent pas accueillir les jeux olympiques, et il est plus efficace de formuler une

stratégie solide qui englobe le court, moyen et long terme qui réponde à la réalité. (Charbonneau, 2008). La complexité de la ville plutôt que le salaud est plus efficace de construire une stratégie solide, embrassant les courts, moyens et longs termes et s'attaquant à la réalité et à la complexité de l'urbain. C'est dans cette optique que sont explorés des thèmes immatériels : la culture, l'éducation, les services, la vitalité économique, les loisirs, la richesse de la vie sociale ou des moments collectifs (les fêtes, le sport...etc.). Mais aussi la rénovation urbaine, parlant donc de l'habitat mais aussi bien des parcs, des squares, des jardins et des boulevards, ce qui se résume dans l'espace public. (Charbonneau, 2008)

1.3.3 Conditions d'émergence de l'attractivité urbaine

L'attractivité des villes découle d'une échelle plus large qui est celle du territoire, dont l'environnement est en pleine mutation, qu'il s'agisse du positionnement ou de l'apparition de nouveaux concurrents de l'économie de la connaissance ou de la mobilité croissante des facteurs de production et des acteurs économiques, la conquête ou reconquête de leur attractivité oblige les territoires et plus précisément les villes à repenser leur capacité à faire venir et/ou à retenir hommes et entreprises.

Face à la compétitivité, l'attractivité est plus que primordiale, elle est même la condition pour rester et subsister dans cette course. **Jean-Pierre Charbonneau** avance que *le « développement et l'attractivité qui en est un de ses facteurs sont une nécessité, voire une conviction partagée »*, car elle n'est donc pas une question récente dans la mesure où elle fut l'essence même d'émergence des villes depuis l'antiquité. De nos jours, ce phénomène est plus apparent tant par la mobilité des personnes, des touristes, des entreprises et des étudiants attirés par différents facteurs. Ceci pousse à découvrir les exigences et les motifs contribuant à rendre les villes attractives. (Sassen, 1999)

1.3.4 Critères de l'attractivité urbaine de la ville

Traiter la ville comme un territoire, nous oblige d'entamer une perspective selon plusieurs disciplines, économique, sociale, urbaine...etc. Alors les critères d'attractivité cités ci-dessous :

1. Accessibilité des marchés.
2. Infrastructures de télécommunications.
3. Disponibilité des Ressources Humaines.
4. Flexibilité des ressources humaines.
5. Qualité de vie pour les salariés.

**CHAPITRE 1 : L'ATTRACTIVITE URBAINE : FONDEMENTS THEORIQUE ET
INDICATEURS DE MESURE**

6. Qualité de l'offre culturelle et de loisirs.
7. Charges et couts salariaux.
8. Stabilité de l'environnement politique et économique.
9. Stabilité de l'environnement / climat.
10. Qualité des pôles d'innovations et de recherches.
11. Pratique des langues.
12. Capacité à recruter des hauts potentiels internationaux
13. Promotion à l'international.
14. Capacité hôtelière et d'accueil d'événements.
15. Niveau de la fiscalité locale et les aides publiques.
16. Les actions en matière de protection et de développement local.
17. La disponibilité et le cout de l'immobilier d'entreprise.
18. Les infrastructures de transports.
19. La qualité de l'enseignement de de la formation internationale.

Sont plus ou moins généraux. Suivant notre recherche sur l'attractivité urbaine et la définition de la ville, nous pouvons déduire ces critères d'attractivité d'une ville, sur son échelle urbaine :

- 1- Situation géographique assurant le confort.
- 2- Stabilité de l'environnement/climat.
- 3- Les infrastructures de transports.
- 4- Capacité hôtelière et d'accueil.
- 5- Equipements et services publics.
- 6- Disponibilité des terrains.
- 7- Rentabilité du parc foncier.
- 8- La disponibilité et le cout de l'immobilier d'entreprise.

(IAAT, 2007)¹

¹ IAAT - Institut Atlantique d'Aménagement du Territoire

1.3.5 Mesures de l'attractivité urbaine

Selon **Jérôme, Nicolas** l'attractivité possède deux notions : « *l'attraction qui s'apparente à une force capable à la fois d'attirer et retenir sur place et l'attrait qui renvoie à l'idée de séduction. Ainsi, pour une ville ou un territoire, l'attractivité devient un concept mêlant : la capacité à drainer des flux et à fixer durablement des ressources en un lieu : ce que l'on nomme attraction effective ; la capacité à se rendre désirable, qu'elle qu'en soit la raison : ce que l'on nommé attrait ou attraction potentielle* ».

L'attraction potentielle et l'attraction effective sont les deux déterminants de l'attractivité alors que l'objectivité et la subjectivité sont deux façons de mesurer l'attractivité. Donc l'attractivité d'une ville se mesure en fonction de deux registres distincts :

- **Mesure objective :**

Tout d'abord, l'attractivité peut se mesurer de manière objective, presque physique : une ville est attractive quand elle réussit à attirer des populations et des ressources et à les retenir. Par exemple, Paris attire beaucoup de jeunes mais est quittée par les familles et les populations âgées.

- **Mesure subjective :**

Plus subjectivement, l'attractivité renvoie à l'attrait, donc à une influence plus abstraite exercée par les villes. Elle se traduit notamment par l'envie des individus ou des entreprises d'y vivre ou d'y séjourner. Cette dimension peut être appréhendée au travers d'enquêtes et de sondages, (Fabre & Hosdez, 2012). On interrogera les habitants sur leur satisfaction ; ou bien, on questionnera les entrants sur l'intensité de leur motivation et sur la diversité des motifs qui président à leurs choix comme le précise **Julien Damon**, professeur associé et directeur adjoint du cycle d'urbanisme – Sciences-Po ; « *Les opinions comptent beaucoup en matière d'attractivité, notamment en ce qui concerne l'attrait qui en est l'aspect le plus psychologique et symbolique* ».

**CHAPITRE 1 : L'ATTRACTIVITE URBAINE : FONDEMENTS THEORIQUE ET
INDICATEURS DE MESURE**

Tableau 03 : Exemple de la dimension effective / potentielle et subjective/objective de l'attractivité résidentielle.

Source : Alexandre, Cousin, Juillard, 2010.

Attractivité	Objective	Subjective
Effective	<p>Force d'attraction 1</p> <ul style="list-style-type: none"> . Flux migratoires entrants et sortants=effet démographique . Évolution des prix immobiliers et place dans la hiérarchie des prix des villes =effet valorisation 	<p>Attrait 1</p> <ul style="list-style-type: none"> . Intensité de motivations des entrants et des sortants (choix versus contrainte) . Diversité ou non des motifs qui président à leur choix . Satisfaction des habitations . Sentiment d'appartenance et d'identité
Potentielle	<p>Force d'attraction 02 :</p> <ul style="list-style-type: none"> . Projets en suspens, EX : demande de mutation de fonctionnaires ou des salariés . Recherche d'un logement par des entrants potentiels =effet « file d'attente » 	<p>Attrait 02 :</p> <ul style="list-style-type: none"> . Souhaits d'habiter dans la ville . Opinion à l'égard de la ville . Notoriété et rayonnement

1.3.6 Attractivité urbaine des pays européens

La notion d'attractivité urbaine fait florès puisqu'elle est devenue un leitmotiv de tous ceux qui s'intéressent aux territoires, à l'économie, au social, à l'évolution des sociétés, du local au mondial. L'un des objectifs majeurs des politiques pour l'attractivité est de pousser à la consommation, notamment par la création d'espaces urbains de l'offre (des loisirs à la culture et aux différentes activités commerciales), capables de concentrer des flux importants de touristes, de visiteurs, d'habitants et d'en attirer de nouveaux. Par de-là les différences de concepts et de démarches, on peut observer partout la même envie d'attirer de plus en plus de flux pour augmenter la consommation.

Une étude menée sur un groupe de pays européens et 2 non européens, en identifié neuf déterminants clés de l'attractivité (via des indicateurs) affectant la localisation des firmes

multinationales : la taille des marchés, l'éducation et le capital humain, la recherche et l'innovation, les infrastructures de transport et de communication, l'environnement administratif et réglementaire, l'environnement financier, le coût du capital et celui du travail (au sein des quels la fiscalité joue un rôle important), sans oublier la qualité de vie et la croissance verte .

Les pays étudiés sont :

Européens : Allemagne- Autriche -Belgique - Espagne- Finlande- France- Irlande- Italie- Pays-Bas- Pologne- Royaume Uni- Suède.

Non Européens : États Unis- Japon.

Ces pays ont un poids important dans les marchés des investissements internationaux et des compétences et/ou des relations économiques importantes avec la France. La Pologne a été choisie pour intégrer un pays d'Europe centrale et orientale ayant récemment rejoint l'UE. Les performances relatives de ces 14 pays sont autant que possible comparées à la moyenne européenne. Pour certains indicateurs déterminants, une comparaison mondiale est proposée.

Principaux résultats

La France est un pays largement ouvert aux investissements étrangers. Dans un contexte international compétitif, la France est régulièrement classée aux premiers rangs mondiaux pour l'accueil des investissements directs étrangers. La France est pour la 1^{re} fois le premier pays d'accueil des investissements étrangers en Europe en 2019. Elle accueille 19 % de l'ensemble des projets d'investissement créateurs d'emploi en 2019. L'attractivité dont bénéficie ce pays est un enjeu économique majeur pour la croissance et l'emploi en France. Elle repose sur la taille et le dynamisme à moyen terme de son marché, sa productivité, la qualification de sa main-d'œuvre, la densité et l'efficacité de ses infrastructures de transport et de communication. (Cagni& Lecourtier.2020)

1.3.7 Quelques stratégies de développements de l'attractivité urbaine

1.3.7.1 Développement durable comme stratégie d'attractivité

Toutes les villes cherchent à soutenir et garder au maximum les entreprises et des activités mais au même temps elles doivent assurer le bien-être des individus et l'environnement. Pour ces raisons, il paraît intéressant de rapprocher les mesures d'attractivité des territoires et de développement durable.

CHAPITRE 1 : L'ATTRACTIVITE URBAINE : FONDEMENTS THEORIQUE ET INDICATEURS DE MESURE

Plusieurs articles qui ont pour objet l'étude de la relation entre le développement durable et l'attractivité des territoires. Donc comment le développement durable peut-il être un levier de l'attractivité territoriale ? En d'autres termes est ce que le développement durable renforce l'attractivité urbaine ? Et est-il possible de parler d'attractivité durable ?

Et pour répondre à ces questions et d'apprécier les divergences ou, les convergences entre le développement durable et l'attractivité d'un territoire la plupart des recherches se basent sur une analyse statistique, opérée à l'aide d'indicateurs de développement durable et d'attractivité territoriale.

On peut estimer que la totalité des indicateurs relatifs au domaine « la société de la connaissance et du développement économique et social » peut être utilisée en même temps comme indicateur d'attractivité. (Deisting & Paumard ,2012)

Toutes les études effectuées par les chercheurs confirment l'existence d'une certaine compatibilité entre développement durable et attractivité des territoires. Un territoire durable, est un territoire attractif. Donc les villes sont censées intégrer le développement durable dans leur stratégie d'attractivité territoriale. Pour cela de nombreux chercheurs voient la nécessité d'aller vers des indicateurs d'attractivité durable. « *Le développement durable, c'est plus qu'une politique de l'environnement, c'est le pari que la cohésion sociale et la qualité du cadre de vie au sens large participant directement de la valeur ajoutée du territoire, tant pour ses habitants que pour ceux qui y travaillent ou voudraient s'y implanter* ». (Bensoussan,2009)

Anne Musson dans son article « *revue de littérature sur les indicateurs d'attractivité et de développement durable : Vers un indicateur d'attractivité durable* » signale que : chaque année, les territoires sont évalués et classés selon leur niveau d'attractivité c'est-à-dire leur « *capacité à fournir, grâce à leurs ressources, des conditions d'implantation plus intéressantes que celles des territoires concurrents pour les projets mobiles* ». (Hatem ,2004)

Par divers bureaux de consulting ou organisations internationales. Ces mêmes organismes s'attachent à comparer les territoires sous un autre angle : celui du développement durable. Ils

CHAPITRE 1 : L'ATTRACTIVITE URBAINE : FONDEMENTS THEORIQUE ET INDICATEURS DE MESURE

évaluent alors leur capacité à faire face aux besoins des générations présentes sans compromettre ceux des générations futures. (Brundtland, 1987)²

L'objet de l'article d'Anne Mussons étant le rapprochement entre les indicateurs d'attractivité et les indicateurs de développement durable. ». Attractivité et développement durable, deux concepts qui paraissent très différents à première vue, mais en réalité ils constituent deux notions inhérentes à la vie et au dynamisme d'un territoire.

En effet la mesure de l'attractivité ne peut plus se réduire à des seules variables économiques, ou du moins à une forte dominance de celles-ci. Tout comme le développement économique se doit aujourd'hui d'être durable, et de prendre en compte la qualité de la vie et l'environnement, on doit aller vers un indicateur d'attractivité durable. Cette démarche ne serait pas nécessaire si le développement économique avait un lien automatique vers une meilleure qualité de vie et le respect de l'environnement. (Musson, 2010)

Aujourd'hui, il est impossible de dissocier le phénomène de mondialisation représenté par l'attractivité des territoires et de développement durable, c'est pour cette raison qu'il paraît très intéressant de rapprocher les deux types d'indicateurs, de les confronter pour n'en faire qu'un seul un indicateur d'attractivité durable. Qui représente le lien et d'une association entre attractivité et « *bonnes pratiques* ». (Hatem ,2004)

1.3.7.2 Urbanisme commercial comme stratégie d'attractivité urbaine

L'urbanisme commercial peut être défini comme : « *l'ensemble des techniques et méthodes mises en œuvre pour adapter la structure commerciale à la structure urbaine en veillant à dynamiser l'activité commerciale locale, à assurer la vitalité des centres-villes et cœurs de villages et à maintenir un maillage de proximité. Il doit encourager une concentration des activités qui favorisent une rationalisation des infrastructures publiques existantes et limite l'étalement urbain* », ce qui favorise et améliore l'attractivité urbaine des villes. (Lautier&Varin,2007)

² Rapport Brundtland est un document historique dans lequel apparaît pour la première fois la notion de développement durable. Intitulé « Notre avenir à tous », ce texte de plus de 300 pages est une référence en matière de politiques environnementales.

L'objectif de l'urbanisme commercial est de :

- Identifier les outils efficaces pour recentrer l'activité commerciale, et favoriser et encourager une activité équilibrée, moteur d'un développement durable.
- Inscrire le développement commercial dans une optique de durabilité et d'amélioration de la qualité de vie.
- La mise en œuvre d'actions qui favorisent une activité commerciale dynamique et profitable aux diverses agglomérations.
- La création de grandes surfaces, de zones et centres commerciaux et de zones piétonnes.
- Créer des quartiers et des territoires attrayants et dynamiques où il est agréable de se promener.

1.4 Concepts liés à l'attractivité

L'attractivité urbaine est liée à plusieurs concepts ; la compétitivité, dynamique, animation.

1.4.1 Animation urbaine

L'animation peut se définir comme la conduite d'activités d'un groupe, d'une collectivité, essentiellement dans le domaine socioculturel. (Greffier,2017)

- **Animation- attraction**

C'est la capacité d'attirer bien et capitaux à travers l'organisation événementielle ou permanente d'activité et fonctions qui assurent cette animation.

1.4.2 Dynamique

Changement, évolution et, par extension, capacité à changer, à évoluer. Au demeurant, la notion ne doit pas être interprétée uniquement en termes de croissance positive. Une dynamique, dans telle situation socio-spatiale, peut-être négative, elle peut traduire le déclin, la déshérence, la déprise.

La dynamique des territoires étudie les changements qui sont en œuvre du point de vue des localisations des populations et de leurs activités, des aménagements et des capacités de maîtrise des territoires étudiés.

On pourra analyser différents types de dynamiques spatiales avec leurs manifestations : fronts pionniers, mutations territoriales (urbaines, rurales), dynamiques de la mondialisation, etc. (Eduscol , 2019)

1.4.3 Compétitivité

Est le caractère de ce qui est compétitif, c'est l'aptitude d'une personne, d'un sportif, d'une entreprise, d'un secteur économique, d'une organisation, de l'économie d'un territoire ou d'un pays, à faire face à la concurrence, qu'elle soit effective ou potentielle. (Farrachi, 2007). Pour un territoire, elle est dite la capacité de produire des biens et services qui passent le test des marchés internationaux (performance économique), tout en maintenant des niveaux de revenus (performance sociale) et durables (performance patrimoniale).(THIARD,2007). Si on revient à l'échelle urbaine, **La compétitivité** considère les régions **urbaines** comme des entités en concurrence les unes avec les autres et dont la **position** concurrentielle repose sur une certaine dotation en facteurs socio-économique qui concourent à rendre certaines régions urbaines plus attractifs et innovants que d'autres. Et pour **Koenig** : « être compétitif c'est d'être capable d'affronter une concurrence tout en se protégeant ».

- **Entre l'attractivité et la compétitivité :**

Le premier rapprochement, celui entre compétitivité et attractivité peut apparaître comme un truisme. Pour être attractif, un territoire doit être compétitif et vice-versa. Mais l'évidence n'est pas si évidente. (Thiard,2007)

La notion d'attractivité est, à bien des égards, proche de celle de compétitivité, les deux sont même souvent utilisées comme des synonymes. L'attractivité est généralement considérée comme un élément de la compétitivité tant il est vrai qu'un territoire a d'autant plus de chances d'être compétitif qu'il a la capacité d'attirer à lui des ressources économiques nécessaires aux activités de production. L'attractivité d'un territoire fait donc partie des avantages comparatifs permettant de séduire les marchés et de créer de la richesse. Inversement, l'attractivité dépend de la compétitivité car les ressources, lorsqu'elles sont mobiles, ont toutes les chances de se diriger vers les places offrant le plus d'opportunités de gains, donc les plus compétitives. Un territoire qui n'est plus compétitif s'expose à des pertes de population et à des phénomènes de désinvestissement et délocalisation des entreprises. (Thiard,2007)

**CHAPITRE 1 : L'ATTRACTIVITE URBAINE : FONDEMENTS THEORIQUE ET
INDICATEURS DE MESURE**

Tableau 04: La relation entre l'attractivité et la compétitivité

Source :Sueur, 2010-2011

	Attractivité	Compétitivité
Définition	Capacité d'attirer Les Investisseurs et : Entreprises Habitants Touristes Etudiants et chercheurs	Capacité de faire face à la concurrence, capacité d'excellence entre les villes, entre les entreprises, les clusters et entre les sites
Domaine	Urbain Economique Culturel et culturel Environnementale Touristique, Universitaire	Environnementale Scientifique et technique Thématique (tourisme, finance, mode, médias Pharmaceutique)
Objectifs	Améliorer les finances locales Être visible à l'international Freiner la fuite des populations Maitriser le développement local	Percer sur le marché national et international Assure un développement national en long terme

L'attractivité est à la base de la compétitivité

1.5 Conclusion

Dans ce chapitre, nous avons essayé de présenter une vision générale simple de l'attractivité urbaine en élargi des points importants qui permettent de déterminer si une ville est attractive ou pas, et de citer parmi eux les plus courants, tel comment mesurer l'attractivité urbaine ? : et comme **François Cusin** et **Julien Damon** dans leur article « *Les villes face aux défis de l'attractivité. Classements, enjeux et stratégies urbaines* » notent que « *la mesure de l'attractivité d'une ville, veut dire l'évaluation de sa sphère d'influence, sa capacité à générer du mouvement, à attirer à soi durablement* ».

**CHAPITRE 1 : L'ATTRACTIVITE URBAINE : FONDEMENTS THEORIQUE ET
INDICATEURS DE MESURE**

L'attractivité se mesure de deux façons soit objectivement par les diagnostics généraux soit subjectivement par les entretiens en fonction d'un multiple des critères. Nous mentionnons les plus importants ; la qualité de vie, le marketing et le développement local... qui sont liés à l'économie et quelques critères liés au domaine de tourisme, et des facteurs aident à y arriver (facteurs organiques, économiques et géographiques)

Pour renforcer l'attractivité urbaine nous avons indiqués quelques stratégies efficaces parmi eux ; le développement durable qui est pour le but de soutenir et garder au maximum les entreprises et des activités mais au même temps elles doivent assurer le bien-être des individus et l'environnement, L'urbanisme commercial son objectif essentiel est d'amélioration de la qualité de vie. et Créer des villes et des quartiers attrayants et dynamiques.

2.1 Introduction

En Algérie la politique de la ville a créé plusieurs conditions pour atteindre et améliorer l'attractivité urbaine à leurs villes.

L'attractivité urbaine des zones résidentielles à l'entrée des villes peut exercer certaines attractions, essentiellement par rapport à sa situation dichotomique, sa physionomie, ses fonctions multiples, sa dimension symbolique et bien d'autres attributs propres à chaque entrée de ville.

Dans ce chapitre nous présenterons trois grands axes ; D'abord, des définitions liées à la notion de la ville selon un ordre hiérarchisé (de l'habitat jusqu'à la ville). Ensuite, nous ciblerons le rôle des entrées des villes pour atteindre l'attractivité urbaine afin d'attirer les habitants et créer des zones résidentielles par trois fractions (de cadre de vie, tourisme, et l'économie) que nous détaillerons au troisième axe.

2.2 Politique de la ville et l'attractivité urbaine

Dès les années 2001 algériennes était d'utiliser la quantité comme facteur de développement, jusqu'à la délivrance de la loi 01-20 de 12 décembre 2001 actuellement elle mettre en place une ville algérienne qualitative, compétitive, attractive et durable, capable de répondre aux besoins de ses habitants et aux mutations productives ainsi que de contribuer à une véritable culture et identité urbain. (SNAT)

4 lignes directrices du SNAT:

- Territoire durable.
- Rééquilibrage territorial.
- **Attractivité et compétitivité** des territoires.
- Gouvernance territoriale.

CHAPITRE 2 : ATTRACTIVITE URBAINE : NOUVELLE DISCIPLINE POUR ANIMER LES ZONES RESIDENTIELLES A L'ENTREE DES VILLES

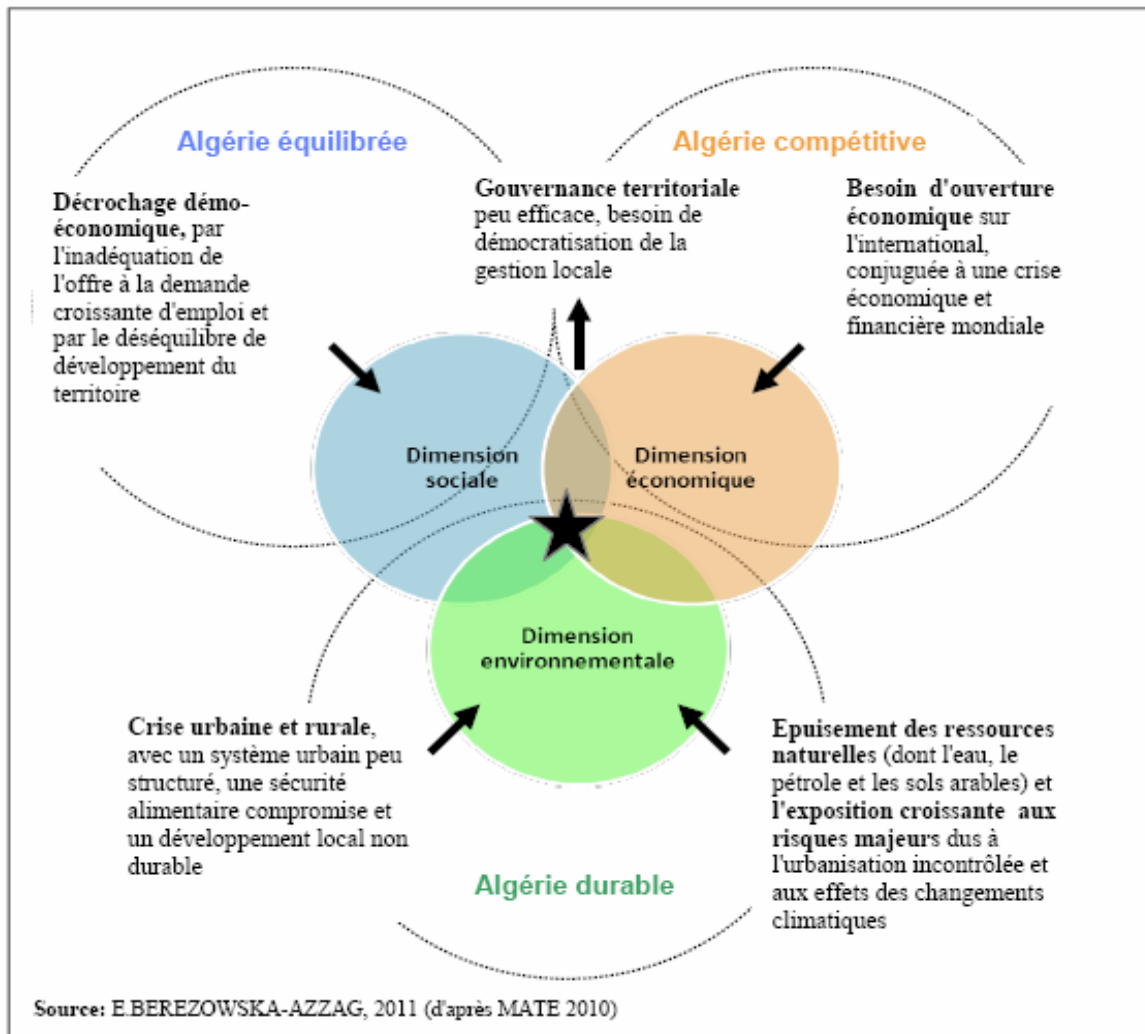


Figure03 : Schéma explicatifs sur les lignes directrices de la politique de la ville en Algérie

Source :Berezowska,2011

Ligne directrice 1 : Vers un territoire durable : intégrer la problématique écologique dans sa dimension continentale et territoriale

La première ligne directrice du SNAT vise à bâtir un territoire durable, établissant ainsi un lien étroit entre aménagement du territoire et durabilité et en faisant de celle-ci une préoccupation préalable à toute intervention dans le domaine de l'aménagement répondant à l'exigence de développement durable inscrite dans la loi relative à l'aménagement et au développement durable du territoire, le SNAT fait sienne la stratégie du Plan National d'Action pour l'Environnement et le Développement Durable, mais répond de manière territorialisée aux enjeux que celui-ci a révélé.

« Bâtir un territoire durable, établissant ainsi un lien étroit entre aménagement du territoire et durabilité ».

CHAPITRE 2 : ATTRACTIVITE URBAINE : NOUVELLE DISCIPLINE POUR ANIMER LES ZONES RESIDENTIELLES A L'ENTREE DES VILLES

Ligne directrice 2 : Créer les dynamiques du rééquilibrage territorial

Les objectifs de la ligne directrice sont de lancer les dynamiques d'un nouvel équilibre entre la frange littorale et les zones intérieures et de mettre en place un système urbain au service du territoire.

Différentes options chiffrées de rééquilibrage territorial sont envisagées et permettent de définir l'ampleur des objectifs fixés par le SNAT, qui sont : émerger de nouvelles lignes de partage et de nouvelles polarités structurant une organisation renouvelée du territoire. Cette recomposition territoriale met en relation des espaces plus distincts mais davantage complémentaires et solidaires.

Ligne directrice 3 : Créer les conditions de l'attractivité et de la compétitivité des territoires

Le contexte économique global dans lequel s'inscrit l'Algérie est celui de la mondialisation et de l'émergence d'une économie de la connaissance. Pour sa part, l'Algérie est entrée depuis la fin des années 1980 dans une phase de transition économique.

Dans ce double contexte, le SNAT entend créer les conditions de la compétitivité et de l'attractivité urbaine en affirmant leurs capacités à produire et échanger selon les règles de l'économie moderne et à attirer les savoir-faire, les technologies et les investissements étrangers (IDE), qui les accompagnent. Plusieurs éléments apparaissent essentiels au développement de l'attractivité et de la compétitivité : les infrastructures de la compétitivité.

L'organisation territoriale des bases productive, l'appui à l'ouverture internationale de l'Algérie.

La ligne directrice 4 : Réaliser l'équité territoriale

Il s'agit à travers cette quatrième ligne directrice d'assurer le rattrapage des zones à handicap et d'anticiper la mise à niveau des zones qui peuvent se voir distancer par le jeu de l'attractivité et de la compétitivité.

Le SNAT entend faire du territoire national un espace commun à tous les algériens garantissant un niveau élevé de solidarité territoriale.

La ligne directrice relative à l'équité s'inscrit en complémentarité étroite avec les trois autres lignes directrices du SNAT. La politique d'équité territoriale constitue la contrepartie et

CHAPITRE 2 : ATTRACTIVITE URBAINE : NOUVELLE DISCIPLINE POUR ANIMER LES ZONES RESIDENTIELLES A L'ENTREE DES VILLES

le complément d'une politique de compétitivité et d'attractivité du territoire mais malheureusement ces lignes directrices n'ont pas encore appliqué. (SNAT)

2.3 Concepts et définitions

2.3.1 Définition de la ville

Selon **Robert** la ville est un « *Milieu géographique et social formé par une réunion importante de constructions abritant des habitants qui travaillent, pour la plupart, à l'intérieur de l'agglomération* ».

2.3.2 Définition des zones résidentielles

Les zones résidentielles sont des espaces publics particuliers qui permettent aux piétons et aux véhicules de coexister, ou les deux peuvent utiliser tout l'espace disponible. Le principe de fonctionnement est la mixité entre les habitants, avec une circulation calme ou les jeux pour enfants y sont également autorisés. (Genoy, août 2013)

Il est clair que le but des quartiers résidentiels est évidemment d'offrir un environnement convivial pour nouer des relations de voisinage, développer la vie sociale d'un quartier et permettre aux enfants de trouver leur place dans l'espace autour de leur maison. Le quartier résidentiel permet aux piétons qui souhaitent occuper la rue de manière régulière, d'occuper l'espace. Bien entendu, les mouvements de véhicules ne doivent pas nécessairement être fluides ou rapides dans les quartiers. Le trafic à destination doit s'adapter aux conditions locales, telles que l'imprévisibilité des enfants qui jouent. (Gênes ,août 2013)

2.3.3 Définition de la notion du quartier

Selon **Burgess** un quartier est une « *unité socio-spatiale proche du centre-ville avec une relative indépendance et une homogénéité des formes, des fonctions et des atouts. Cependant le quartier est une unité territoriale susceptible de fédérer l'ensemble de la population de résidents autour d'enjeux collectifs* ». (Burgess,2005)

Quartier : une subdivision d'une ville ou d'un territoire. C'est aussi souvent une échelle d'appropriation d'une partie de la ville par ses habitants. (Burgess,2005)

2.3.3.1 Quartiers comme lieu et territoire

Les quartiers peuvent être abordés à partir de trois dimensions différentes. C'est d'abord un lieu dans la mesure où sa référence vient du dehors pour un observateur extérieur qui délimite l'espace physique par rapport à des éléments « *identitaires, relationnels et historiques* ». (Augé, 1992)

Un quartier peut ensuite être un espace, lorsque l'organisation spatiale et sociale de l'espace devient une tentative des groupes humains pour « dominer les formes spatiales de leur existence collective » .(Ledrut, 1968)

Un quartier peut enfin être un territoire dans la mesure où les individus qui l'habitent sont capables de s'approprier leur espace d'appartenance et de développer des marques d'inscription de leurs identités dans une Communauté du quartier. .(Ledrut, 1968)

2.3.3.2 Définition de la notion du quartier résidentiel

Selon **Larousse** le mot résidentiel « *concerne les zones où se concentrent des habitations. Exemple : Un quartier résidentiel* ». En d'autres termes c'est un mot propre à la résidence, à l'habitation, un lieu d'habitation avec extension d'un ensemble de voies et des équipements.

Un Quartier Résidentiel est un support physique d'interaction, de développement et de repérage l'individu. Il assure un milieu de vie complet selon deux dimensions :

- Le secteur physique et fonctionnel : le logement, les parties communes du bâtiment,
la rue, les liaisons à l'environnement immédiat et les équipements de voisinage.
- Les repères perceptuels : ce sont les messages visuels, sonores, tactiles et olfactifs qui proviennent du milieu de vie et des nouvelles informations.
(Moucer & Sahraoui ,2018-2019)

2.3.4 Définition de l'habitat

Selon **GEOCR HUM** le mot habitat désigne un « *Ensemble des conditions d'organisation et de peuplement par l'homme du milieu où il vit habitat rural, urbain, habitat aggloméré, dispersé, disséminé, group* ».

CHAPITRE 2 : ATTRACTIVITE URBAINE : NOUVELLE DISCIPLINE POUR ANIMER LES ZONES RESIDENTIELLES A L'ENTREE DES VILLES

L'habitat est une notion complexe qui est largement abordée dans plusieurs domaines. D'abord en écologie, l'habitat désigne le milieu de vie naturel d'un espace animale ou végétale ou encore l'endroit dans lequel un organisme peut survivre, l'endroit qui lui a fourni suffisamment pour satisfaire à ses besoins. En géographie humaine, en géographie humaine, l'habitat désigne le mode d'espace occupé par l'homme pour des fonctions résidentielles. Il s'applique également à l'ensemble des conditions de logement.

L'habitat est défini selon **OTCHIA** comme « *un lieu où une personne habite, une demeure, un logement, un domicile. Cette définition est un peu restrictive. En fait, l'habitat comprend en effet davantage que l'habitation ou le logement. C'est toute l'aire qu'individu fréquentent, Il s'y répand, s'y travaille, s'y divertit, y mange, et s'y repose, c'est toute la zone qu'il fréquente.* ». En ce sens, l'habitat implique non seulement l'urbanisation, mais aussi l'aménagement du territoire ou l'architecture.

Une définition plus élaborée décrit l'habitat comme « *une somme équilibrée d'objets utiles, communautaires et privés, un cadre harmonieux de développement naturel de la vie de chacun, un milieu propice pour le plein accomplissement des espérances individuelles et collectives* ». De cette définition, il ressort deux éléments essentiels que sont les composantes et les exigences de l'habitat. Ainsi, l'habitat est composé du logement, des équipements collectifs et espaces verts ainsi que des infrastructures de voirie et réseaux. (OTCHIA, 2006)

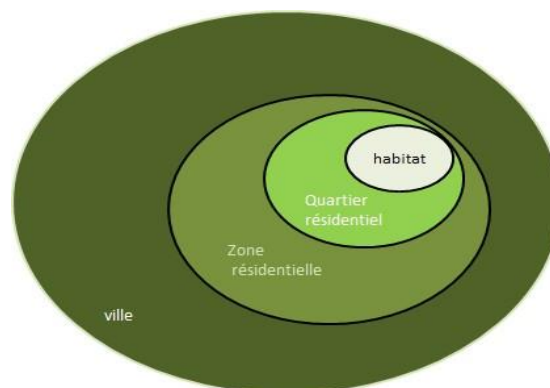


Figure 04 : Hiérarchisation de la ville.

Source : Auteurs.

2.4 Attractivité des zones résidentielles à l'entrée de la ville

2.4.1 Définition des entrées des villes

Entrée : Un lieu s'introduit dans un immeuble ou dans une ville et généralement marqué par des dispositifs singuliers (porte, pas de porte, seuil, faubourg, Rond-point) qui donnent un lieu à des rites de passage. (Brunet, 1992)

Le terme utilisé pour définir l'entrée de ville se varie selon les ouvrages en la matière : *entrée de ville, porte d'entrée de ville, porte urbaine de la ville* et *lieu d'entrée en ville* sont les expressions les plus utilisées.

L'entrée de la ville fait référence à l'espace tangent à la ville ou au tissu urbain, groupé ou continue, traversez au moins une grande voie de pénétration, à proximité passez par un contournement (FROBERT,1999).et comme **Lessard** la défini ainsi « *un accès et une introduction à la ville, constituée à la fois de la route d'accès à une agglomération, une ville, un centre-ville ou un village, de ses abords et du paysage visible à partir de ladite route* ». (Lessard,2003)

L'entrée de la ville fait référence à l'espace tangent à la ville ou au tissu urbain, groupé ou continue, traversez au moins une grande voie de pénétration, à proximité passez par un contournement (Frobert., 1999). Et comme **Lessard** la défini ainsi « *un accès et une introduction à la ville, constituée à la fois de la route d'accès à une agglomération, une ville, un centre-ville ou un village, de ses abords et du paysage visible à partir de ladite route* ». (Lessard.,2003)

2.4.2 Symbolique de la porte de la ville

La porte est intimement liée à la notion de ville. **Le Petit Robert** a défini le mot « porte » « *Autrefois, ouverture spécialement aménagée dans l'enceinte d'une ville pour permettre le passage.* ». Selon la même source la notion dérive du mot latin « *porta* », un terme utilisé pour définir les ouvertures aménagées dans l'enceinte d'une ville.

La porte peut être un lieu de communication, on trouve plusieurs passages dans les livres, dont lesquels la porte adopte une forme symbolique importante, la porte représente la limite entre le monde étranger et domestique, le monde profane et le monde sacré, etc. et donc, Au-delà du seuil, "signifie converger vers un nouveau monde" ce n'est pas un lieu de décrire les nombreux rituels marqués par le passage de la porte. Il est nécessaire et important de

CHAPITRE 2 : ATTRACTIVITE URBAINE : NOUVELLE DISCIPLINE POUR ANIMER LES ZONES RESIDENTIELLES A L'ENTREE DES VILLES

comprendre la lourde charge du passage de la porte c'est symbolique dans de nombreuses civilisations.

La porte définit une limite et devient un symbole d'ordre urbain ; Que ce soit l'entrée ou la zone tampon, la porte peut contrôler la circulation des personnes, marchandise fermée. En outre ; et selon **Michigan** la ville s'est longtemps considérée comme un monde et protégé, enclave de l'ordre au cœur du monde hostile. Par conséquent, nous pouvons voir que la porte distingue deux entités, à savoir à l'extérieur et à l'intérieur.

Mais les portes de la ville au moyen-âge seront utilisées pour la défense, voilà à quoi ils ressemblent le renforcement (Tours, vantaux, boulons, gardes, même chicanes). Dans un sens symbolique « *ces fortifications donnaient une valeur de puissance à la ville. Les cités étaient jugées à la beauté, à la robustesse et au nombre de leurs portes* ». (Racine, 1993)

En effet, proportion et sa beauté, la porte doit essayer de donner à ceux qui passent à la porte la puissance et la grandeur de sa ville.

2.4.3 Naissance de la problématique des entrées des villes

Historiquement l'expression « entrée de ville » est liée à l'idée de la porte, d'une frontière économique, morphologique, sociale et paysagère. Ce sont des zones de flux intenses de toutes sortes (humains, marchandises, capitaux...) qui contribuent à la dynamique de la ville au même titre que le centre ancien.

Depuis l'antiquité et l'émergence des premières villes, les entrées de ville sont, une étape importante du parcours menant du rural à l'urbain dense et à la ville centre. Elles détectent et mettent en scène l'arrivée en ville. Leur importance dans l'identité et symbolisme d'une ville et d'un territoire est ce qui en a fait des zones de projets privilégiées par les acteurs de la planification et d'aménagements tant publics que privés.

Les années 80 marquent un tournant dans l'aménagement des entrées de la ville. De nombreuses voix se prononcent contre la dégradation de ces parcelles de territoire. Les acteurs de la planification prennent conscience de ce paysage et du carnage environnemental et proposent de nouvelles approches de réhabilitation, en particulier à l'échelle de l'agglomération.

L'apparition des villes, des territoires et des métropoles en ce début du XXIème siècle, redistribue les cartes. La concurrence entre les villes et notamment entre les métropoles

CHAPITRE 2 : ATTRACTIVITE URBAINE : NOUVELLE DISCIPLINE POUR ANIMER LES ZONES RESIDENTIELLES A L'ENTREE DES VILLES

s'intensifiant, les entrées de ville deviennent des entrées de territoire qu'il faut aménager pour mettre en scène le territoire et l'arrivée en ville. La volonté des politiques et des urbanistes de réduire le poids de la ville centre au profit des espaces périphériques est également un des éléments qui explique le renouveau des entrées de ville.

Aujourd'hui, le lieu ainsi désigné présente diverses réalités et renvoie à des situations fortes différentes en périphérie des villes. Il se présente de différentes natures suivant ses usages et ses fonctions mais également d'après l'environnement dans lequel il s'inscrit.

Elles redeviennent un territoire de projet qui doit desservir la métropole la ville territoire à la fois économiquement et identiquement, mais elles doivent également participer à la revitalisation, de la vie locale et réduire les inégalités socio-spatiales dans ces territoires faits d'enclaves et de ruptures

Ainsi les entrées des villes ou bien les portes de la ville jouent un rôle touristique. Lorsqu'elles ont été rasées, elles ont été réinterprétées, sur les espaces libérés, par des édifices publics à caractère administratif, commercial, d'affaires, (Barbier , 2015)

2.4.4 Attractivité urbaine des zones résidentielles à l'entrée de la ville

Les zones résidentielles aux entrées des villes sont un indicateur de la volonté et des choix des pouvoirs publics et privés concernant l'avenir des villes même s'il faut être conscient qu'il est très difficile de prévoir l'avenir, les projets d'entrées de ville actuelles, nous renseignent sur les formes et les fonctions possibles de la ville du futur. Notamment en termes de mobilité, morphologie et gouvernance.

Dans un monde où la concurrence entre les villes est de plus en plus exacerbée, il devient indispensable pour les villes de se démarquer, de s'affirmer afin d'augmenter leur aire d'influence et leur attractivité. Les villes sont devenues des objets de consommation qu'il faut savoir marketer, promouvoir, sur son territoire et à l'étranger dans l'espoir d'attirer les entreprises et les citoyens. La création d'une image de marque, d'une identité à travers des symboles architecturaux, paysagers, culturels ou technologiques devient une nécessité. La qualité et la diversité des services et équipements proposés participent également à la valorisation et à la promotion du territoire.

Dans ce contexte, les zones résidentielles aux entrées des villes retrouvent leur importance historique et constituent un marqueur fort, elles sont la première image de la ville

**CHAPITRE 2 : ATTRACTIVITE URBAINE : NOUVELLE DISCIPLINE POUR
ANIMER LES ZONES RESIDENTIELLES A L'ENTREE DES VILLES**

cela en fait un espace privilégié par les politiques et les grands concepteurs pour mettre en scène le territoire et montrer une image positive de la ville. Dans ces conditions, les entrées de ville deviennent de plus en plus représentatives de la ville de demain même s'il y a un risque qu'elles nous montrent une image tronquée et idéalisée de la réalité. Pour répondre à cet enjeu de compétitivité territoriale, les pouvoirs publics ont la volonté de contrôler l'aménagement et le développement des villes pour valoriser leur territoire même si leur pouvoir de décision est de moins en moins évident contrebalancé par les grands groupes industrialo-financiers. Cette compétitivité territoriale passe par différentes évolutions et améliorations concernant de nombreux secteurs liés à l'urbanisme et l'aménagement du territoire de manière générale. (Barbier, 2015)

2.5 Fractions d'attractivité urbaine des entrées des villes

L'attractivité urbaine joue sur plusieurs niveaux : il s'agit d'attirer l'attention, de donner envie et finalement de faire venir et d'en récolter les bénéfices. Cependant elle repose sur trois fractions : le tourisme, l'économie et le cadre de vie qui sont inégalement valorisés par les villes.

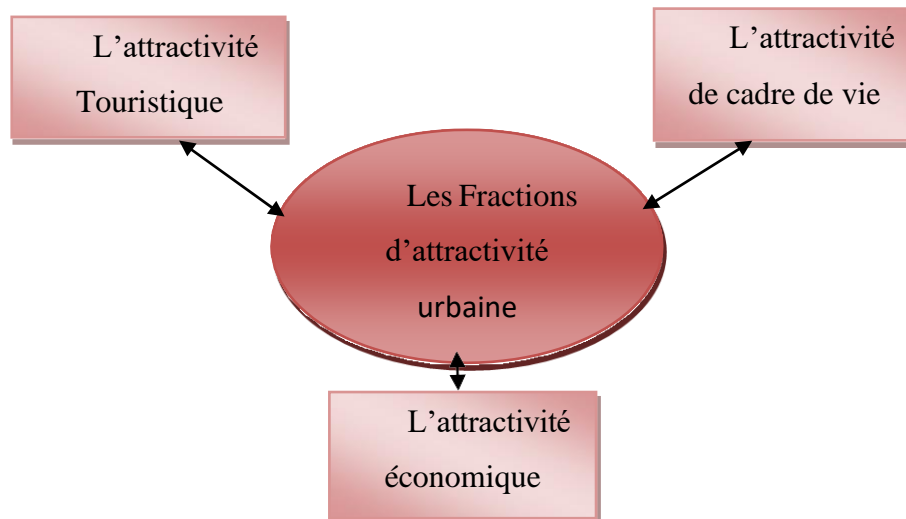


Figure 05 : Fractions d'attractivité urbaine des entrées des villes.

Source : Auteurs.

2.5.1 Attractivité du cadre de vie

Le cadre de vie par définition, est un terme polysémique, ne se résume pas à la propreté des trottoirs, au bon état de voirie et des bâtiments. Le cadre de vie est limité par des facteurs objectifs, physiques et socio-économiques, se référant généralement à tous les éléments entourant la vie d'un citoyen- usager, ce qui contribue à son épanouissement personnel, professionnel et à son bien-être. C'est aussi un concept subjectif lié aux valeurs, opinions, désirs et aspiration, fondée sur des impressions et des ressentis et explique en partie la difficulté de définir les bons outils et indicateurs pour les observer et les évaluer. Cela vaut également pour le concept de qualité de vie, qui est plus inclusif et largement utilisé. (Aboulkeir ,2018)

L'INSEE est définit le cadre de vie comme : « *la qualité de vie ou le bien-être, est une notion recouvrant de multiples dimensions dont les conditions de vie matérielles, mais aussi le contexte qualitatif de la vie quotidienne. Ainsi peut-elle être approchée à la fois par des caractéristiques individuelles, en lien avec des critères socio-économiques (revenus, emploi, logement, etc.) et par les aménités du cadre de vie dans les territoires (accès aux équipements et aux services, qualité de l'environnement, liens sociaux, etc.)* » .²

Le niveau de la qualité de vie dépend du niveau de satisfaction des besoins individuels et collectifs. Ces besoins ne sont pas uniquement corporels et matériels, mais sociaux, culturels, « induits » de désirs et d'aspirations. (Charleroi ,2011)

2.5.1.1 Attractivité résidentielle :

L'attractivité n'est pas basée uniquement sur l'offre, cette dernière ne suffit pas. Il faut capter les énergies à l'œuvre, ce qui commande la fixation des ressources, financières mais surtout intellectuelles et humaines. Ce qui nous conduit de parler de l'attractivité résidentielle, cette dernière passe par de très nombreuses mesures pour attirer et conserver les entreprises, mais aussi les acteurs humains de ces moteurs industriels regroupés dans la créative class.

³ L'Institut national de la statistique et des études économiques collecte, produit, analyse et diffuse des informations sur l'économie et la société françaises

**CHAPITRE 2 : ATTRACTIVITE URBAINE : NOUVELLE DISCIPLINE POUR
ANIMER LES ZONES RESIDENTIELLES A L'ENTREE DES VILLES**

François Cusin et **Julien Damon** soulignent dans leur étude : « *les villes face aux défis de l'attractivité* » que « *les entreprises vont désormais là où les gens ont envie d'aller. On a longtemps pensé que le travail allait vers le capital. Il semble que ce soit maintenant tout simplement l'inverse. Les villes qui réussissent ne sont pas celles qui attirent les investissements, mais celles qui attirent d'abord les gens. En un mot (à consonances sartriennes), l'attractivité précède la compétitivité* ». (Cusin. &Damon, 2010)

Onze composantes de l'attractivité : Certaines influent directement sur la qualité de vie, et donc sur l'attractivité résidentielle (la géographie et le climat, l'urbanisme, le logement, les conditions sociales de vie, les infrastructures, la culture ou l'environnement). D'autres, telles que les composantes économiques, politiques ou d'accessibilité renvoient à des dimensions non strictement résidentielles. Elles peuvent néanmoins influencer sur la qualité de vie urbaine. (Alexandre, et al.2010)

Tableau 05 : Les composants de l'attractivité résidentielle.

Source : Alexandre, et al.2010

Composantes	Ressources Objectives	Ressource Subjectif	Exemple d'indicateurs
Géographie et climat	-Géographie physique proximité de la mer, espaces naturels (fleuve, zone frontalière), etc..., le territoire tel qu'il a été façonné à travers l'histoire, climat	-valeur paysagère attribué au territoire -valeur symbolique	Mer, fleuve, montagne Ressources naturelles Nombre de jours d'ensoleillement Moyenne des temperatures
			Densité des réseaux maritimes, fluviaux, automobiles, ferroviaires et aériens -situation transfrontalière -centralité géographique nationale ou Internationale

**CHAPITRE 2 : ATTRACTIVITE URBAINE : NOUVELLE DISCIPLINE POUR
ANIMER LES ZONES RESIDENTIELLES A L'ENTREE DES VILLES**

Environnement et politique de développement durable	-Espaces verts Nuisances environnementales et mesures visant à les réduire	-Capacité à être emblématique des villes durables	<ul style="list-style-type: none"> • Superficie d'espaces verts • Propreté • Niveau de pollution • Présence ou projet d'écoquartier • Budgets dépensés pour l'environnement
Conditions sociales	<ul style="list-style-type: none"> • Coûts de la vie, Sécurité • Cohésion sociale • Politique sanitaires et sociales 	<ul style="list-style-type: none"> • Image de la ville, qualité de vie, Convivialité, Ambiance - Capacité de la ville à se construire une identité et à la diffuser auprès des populations 	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de commerces, de lieux de loisirs Indice de coût de la vie Quantité et qualité des Logements Nombre de médecins par habitant Nombre d'établissement classés en ZEP Taux de criminalité
Infrastructures	<ul style="list-style-type: none"> • Offre d'équipements et services aux personnes • Services de transport • Ressources éducatives • Services sanitaires et sociaux 	<ul style="list-style-type: none"> • Appréciation et réputation de la qualité des services 	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'utilisateurs des transports collectifs • Densité du réseau routier Nombre de places en crèche • Classement des écoles • Nombre de médecins et de lits d'hôpitaux par habitant
Economie	• Dynamique	• Image de la ville	• Evolution du BIP local

**CHAPITRE 2 : ATTRACTIVITE URBAINE : NOUVELLE DISCIPLINE POUR
ANIMER LES ZONES RESIDENTIELLES A L'ENTREE DES VILLES**

	<p>économique</p> <ul style="list-style-type: none"> • Secteurs d'activité : <p>Situation du marché de l'emploi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Niveau des rémunérations 	<p>auprès des actifs, des entrepreneurs et des médias</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre, chiffre d'affaires et évolution des établissements • Présence de sièges sociaux investissements et innovation • Nombre, structure et évolution de l'emploi • Niveau des salaires • Disparités économiques
Logement	<ul style="list-style-type: none"> • Offre de logements. <p>. Cout du logement</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Opinions des habitants sur Les conditions de logement 	<ul style="list-style-type: none"> • Evolution du nombre de logement • Caractéristiques du parc individuel collectif, . Logement social, ancienneté, nombre moyen des pièces

2.5.1.2 Attractivité environnementale

Actuellement les stratégies d'attractivité à l'échelle des villes ou même des régions, considèrent la nature et la qualité de l'environnement comme des valeurs ajoutées. Pour cette raison que la haute qualité environnementale et urbaine ainsi que les quartiers trouvent toute leur signification dans ces stratégies, pour assurer aux groupes ciblés (touristes, habitants...etc.) des milieux de vie et de travail agréables avec l'air pur, des espaces publics propres et calmes, une eau pure, des espaces verts...etc. (Cusin. &Damon, 2010)

2.5.1.3 Attractivité culturelle

La culture est un élément qualifiant pour les villes dans le processus de différenciation en situation de concurrence interurbaine (internationale) comme affirme **Richard Florida**.

Aujourd'hui la culture, les équipements culturels jouent un rôle non négligeable dans l'effet d'attraction d'une ville. En effet une culture diversifiée et vivante constitue un atout de

CHAPITRE 2 : ATTRACTIVITE URBAINE : NOUVELLE DISCIPLINE POUR ANIMER LES ZONES RESIDENTIELLES A L'ENTREE DES VILLES

taille pour attirer les travailleurs du savoir et les industries de la création. La culture a un impact fort à l'attractivité en termes de :

- Développement économique (création d'emplois qualifiés, fixation d'activités tertiaires à haute valeur ajoutée, création de pôle d'excellence, etc.).
- Portée symbolique (image de la ville grâce à la vitalité de ses milieux artistiques et culturels, renforcement du lien social, développement du sentiment d'appartenance des citoyens, etc.).
- Articulation avec d'autres secteurs clés d'une ville (éducation et enseignement, environnement, etc.). (Avignon. 2009)

2.5.1.4 Commerce : Élément structurant du cadre de vie

Le commerce a certes une fonction économique, mais surtout, il a des fonctions urbaines très structurantes. Il contribue à la qualité de vie des habitants en leur offrant chaque jour un « *l'achat plaisir* ». Il constitue des moments de convivialité et favorise l'animation dans nos villes, nos quartiers résidentiels et nos villages, il est donc porteur de liens sociaux. Il prouve qu'il renforce l'attractivité du territoire, dans les stations touristiques, c'est aussi une exportation de produits locaux, agricoles ou artisanaux. Le commerce est au carrefour de divers enjeux. Combine des problématiques très spécifiques, de l'aménagement du territoire au changement de comportement Il s'agit d'un secteur adaptatif à long terme et nécessite donc une vision stratégique flexible et forte, car la promotion d'activités commerciales locales équilibrées est une action puissante d'aménagement des quartiers résidentiels et des territoires.

Quant aux attentes des organismes publics, elles s'articulent autour de deux points :

D'abord que les alignements commerciaux contribuent à l'animation urbaine par leur qualité. Ensuite que ces devantures commerciales soient en cohérence avec l'amélioration de l'espace public, voire qu'elles apportent une forte valeur ajoutée à des grands chantiers de rénovation. (Mathieu,2017)

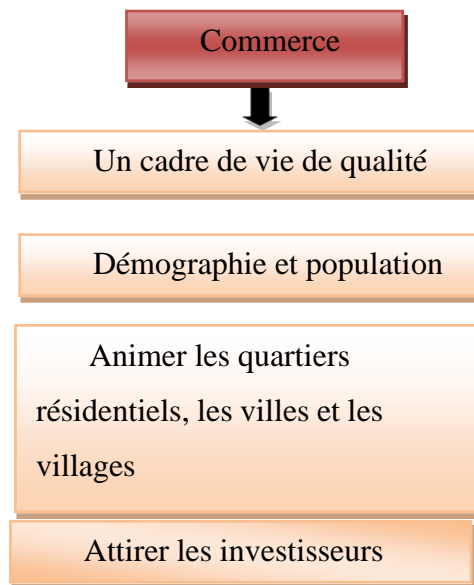


Figure 06: L'attraction du commerce aux investisseurs

Source : Auteurs

2.5.1.5 Importance croissante du cadre de vie dans l'attractivité urbaine

À l'ère de la mondialisation, afin de protéger et d'attirer de nouvelles ressources créatrices de valeur pour l'économie locale, la concurrence entre villes et métropoles se fait de plus en plus féroce : entreprises, cadres, talents, touristes, habitants, investissements et nouveaux acteurs économiques. Selon la plupart des études, sur l'attractivité urbaine, enquêtes d'opinion, analyses issues de la presse spécialisée cette dernière est déterminée par les médias professionnels (Mercer, The Economist, Arthur Loyd, etc.) ou le public (Monocle Quality of Life Survey, L'Express, le Point, l'Étudiant ...) lors du choix un emplacement, accordant de plus en plus d'attention à la qualité du cadre de vie. Pour les managers et les salariés.

Le cadre de vie sera sans obstacle et créer une attractivité urbaine si on offre une qualité de vie social en tant que Professional par :

- Le développement du réseau de transport et sa vitalité économique au sens large transports en commun, facilité de circulation et pistes cyclables, facilité d'accès par les grands axes routiers ou autoroutiers, les trains, ... (Aboulkeir, 2018)
- La création d'emplois est l'un des trois principaux facteurs qui augmentent l'attractivité urbaine de cadre de vie.
- Embellissement du cadre de vie : propreté des espaces publics, mise en valeur du patrimoine, entretien des façades, lutte contre les incivilités, ville fleurie, parcs....

CHAPITRE 2 : ATTRACTIVITE URBAINE : NOUVELLE DISCIPLINE POUR ANIMER LES ZONES RESIDENTIELLES A L'ENTREE DES VILLES

- Proximité des services publics et privés, offre d'une large gamme de sollicitations culturelles (théâtres, cinémas, médiathèques, bibliothèques, ...), sportives, ...
- Dynamisme économique, bassin d'emploi.

Améliorer la qualité du cadre de vie, c'est améliorer la relation entre les usagers et l'espace urbain. La qualité du cadre de vie d'un quartier ou une zone résidentielle est difficile à évaluer et nécessite trois conditions :

L'adéquation entre les attributs fonctionnels (1), les attributs sociaux (2) et les représentations et l'aspiration qu'en ont ses habitants et ses travailleurs (3) :

- (1) Les attributs fonctionnels font référence à l'accessibilité aux services locaux.
- (2) Les attributs sociaux désignent le milieu de vie comme un soutien au développement de l'identité profonde, du statut et des relations sociales des individus.
- (3) A l'échelle du quartier, les représentants individuels doivent adopter une approche subjective grâce à une compréhension sensible de l'architecture et de l'espace, en d'autres termes, l'ambiance urbaine contribuera à la lisibilité du lieu. (Charleroi ,2011)

L'attractivité du cadre de vie regroupe, l'attractivité foncière, attractivité des moyens de transport, l'attractivité résidentielle, environnementale et culturelle, ...etc.

2.5.2 Attractivité touristique

2.5.2.1 Définition

« Définir le tourisme par le touriste – comme on le fit longtemps par référence aux voyageurs individuels des époques pionnières – ne saurait aujourd'hui suffire : les territoires et leurs aménagements, de même que les flux et les impacts économiques, font indiscutablement Partie de la définition et de l'analyse » (Cazes,1992).

Le tourisme revient du mot anglais « *tourism* » qui vient de mot « *the tour* » pour passer à son dérivé (Boivin,2016) « *tourist* ».

Pour la première pratique, c'est d'aller vers les compagnes et les plages pour se reposer. Et la deuxième, c'est un tour organisé par ces aristocrates anglais de *Calais* en *France* jusqu'à *Paris*, aux *Alpes Suisse* puis *Rome* en *Italie*. C'est un tour curieux pour mieux connaître et découvrir les différentes cultures et arts en Europe, surtout pour l'Italie. Et depuis 1872, Paris nomme les voyageurs anglais « *touristes* » puis la notion du « *tourisme* » apparaît pour désigner ce voyage. (Boivin, 2016)

CHAPITRE 2 : ATTRACTIVITE URBAINE : NOUVELLE DISCIPLINE POUR ANIMER LES ZONES RESIDENTIELLES A L'ENTREE DES VILLES

Le tourisme est devenu le phénomène le plus marquant dans les années 1950. Au vingtième siècle, ce phénomène est mal compris selon Boyer et scientifiquement mal identifié car il n'y a pas de consensus parmi les auteurs sur sa définition. (Boyer ,2003)

La définition de l'organisation mondiale du tourisme est une définition statistique plus stricte et plus significative, en fait, elle s'intéresse plus aux voyageurs trouvé son utilité dans d'autres aspects de l'industrie du tourisme.

Le tourisme est lié aux voyages à des fins de divertissement et non pas les sports professionnel ou rémunéré la définition du tourisme se diffère d'un pays à un autre, tout en adaptant la définition de l'OMT qui le définit comme :*«les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans les lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs non liés à l' exercice d'une activité rémunérée dans le lieu visité ».* (Boivin,2016)

McIntosh est définit le tourisme ainsi : *« Tourism can be define as The science, Art and business of attracting and transporting visitors, accommodating them and graciously catering to their needs and wants ».* Selon McIntosh, le tourisme est à la fois une science, un art et une activité pour attirer, mobiliser ou transporter les touristes en répondant à leurs besoins avec des activités de loisirs, de restauration, ... **McIntosh** définit le tourisme dans une autre dimension qui répond aux besoins des touristes avant, les attirer à travers l'art de l'attraction en proposant des produits de grande qualité selon cet auteur. (Mcintosh ,1977)

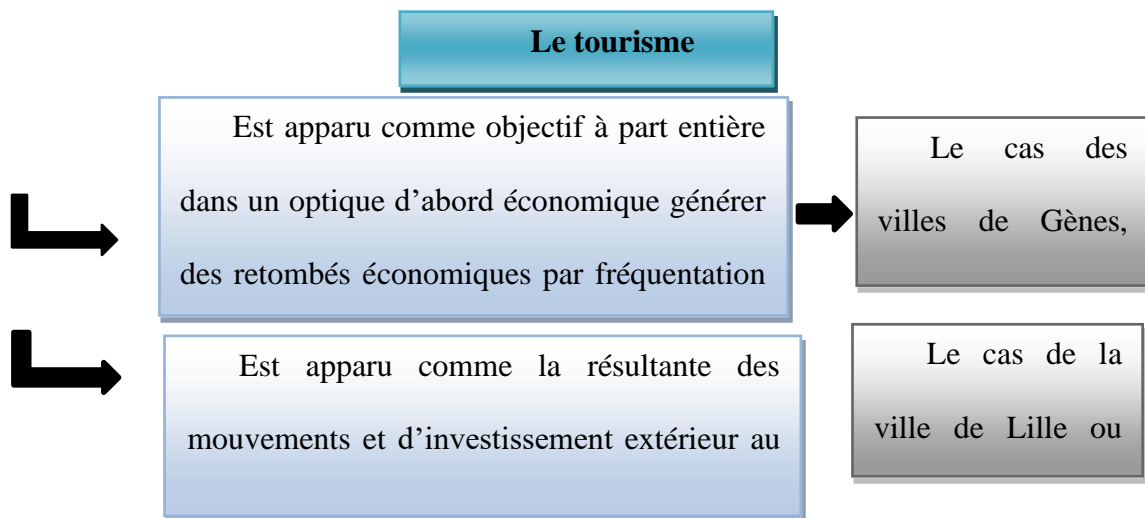


Figure 07: Le tourisme dans les politiques de l'attractivité urbaine.

Source : Viceriat , 2007 .

2.5.2.2 Types du Tourisme

OMT a divisé le tourisme en différents types :

- Loisirs, détente et vacances.
- Visites à des parentes et amis.
- Affaires et motifs professionnel.
- Traitement médical.
- Religion et pèlerinage.

Cette variation des types de tourisme a pour le but de répondre aux différents besoins des individus qu'ils sont multiples que ce soit en termes de business, loisir, ou autre. ⁴(OMT ,2003)

2.5.2.3 Tourisme : Vecteur d'Attractivité urbaine

« *L'attractivité d'un territoire repose sur trois piliers : le tissu productif, le tissu résidentiel et le tissu touristique* ». (Fabry, 2009)

Si un territoire adopte une stratégie visant à attirer, il devient attractif. En évaluant la valeur de sa structure ou ses ressources désignées construites ou données. Le tourisme est un

⁴ L'**Organisation mondiale du tourisme (OMT)** (anglais : *World Tourism Organization (UNWTO)*) est une institution spécialisée des Nations unies destinée à promouvoir et à développer le tourisme. L'OMT joue un rôle dans la promotion du développement du tourisme responsable, durable et accessible à tous, en veillant sur l'intérêt des pays en développement.

CHAPITRE 2 : ATTRACTIVITE URBAINE : NOUVELLE DISCIPLINE POUR ANIMER LES ZONES RESIDENTIELLES A L'ENTREE DES VILLES

vecteur ou élément avec lequel un territoire peut utiliser son potentiel de ressources. Cela garantit l'originalité d'un territoire touristique.

L'attractivité d'un territoire, d'une destination, d'une zone résidentielle ou d'un quartier se mesure par le nombre d'arrivées et de séjours, de dépenses et de projets menés dans ce contexte. Vers une attractivité urbaine, une zone résidentielle ou un territoire est attractif s'il attire des acteurs et des investisseurs pour venir s'installer ou de les maintenir afin de mettre en œuvre des projets de tourisme qui rendent cette destination attractive dans le temps et dans l'espace ; attrayant dans le temps car il représente toujours une destination préférée pour des touristes ou des investisseurs, attrayant dans l'espace quand il s'impose avant les autres destinations. Aussi, si cela attire les touristes pour consommer des produits touristiques qu'il offre.

Un territoire doit répondre à quatre caractéristiques pour être attractive. La première est la possession de ressources naturelles ou créées qui sont perçues comme des avantages concurrent. Deuxièmement, la capacité de concevoir une stratégie pour le rendre attractif. Troisièmement, l'implication des pouvoirs publics dans la réalisation de cet objectif, Quatrièmement, il s'agit de recevoir une demande touristique forte et ciblée.

L'attractivité urbaine nécessite la participation de tous les acteurs pour réussir ce projet urbain qui est une destination touristique, mais après avoir construit.

Un projet doit y avoir une demande touristique qui garantit des revenus pour préserver ce projet et le rendre durable.(Fabry ,2009)

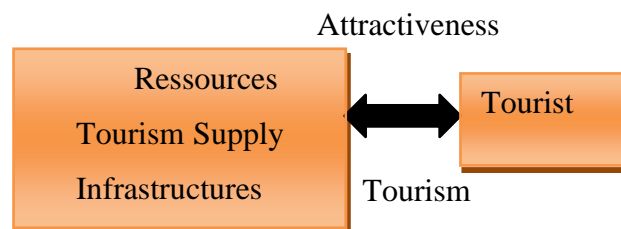


Figure 08 : Le rôle des ressources infrastructures d'approvisionnement touristique.

Source : Bouhalouf,2010

2.5.3 Attractivité politico-économique

L'attractivité est donc devenue un enjeu stratégique et un thème clé dans diverses politiques de développement (comme le marketing urbain et le développement local). Le marketing urbain présenté comme une méthode ou un ensemble de méthodes et de moyens visant à valoriser et renforcer l'attractivité urbaines des villes et ses atouts pour « *Mieux*

CHAPITRE 2 : ATTRACTIVITE URBAINE : NOUVELLE DISCIPLINE POUR ANIMER LES ZONES RESIDENTIELLES A L'ENTREE DES VILLES

répondre aux attentes des personnes et des activités de son territoire, et d'améliorer à court et à long terme la qualité et la compétitivité globale de la ville dans son environnement concurrentiel ». (Noisette & Vallerugo,1996)

Par ailleurs, le développement local se présente comme étant « *un processus de diversification et d'enrichissement des activités économiques et sociales sur un territoire à partir de la mobilisation et de la coordination de ses ressources et de ses énergies* » (GREFFE, 1984), ces stratégies partagent le même objectif que du marketing urbain.

Les développements précédents ont prouvé les caractéristiques relatives de cette notion d'attractivité, pour y faire face il semble nécessaire de connecter les trois types "concentriques" par 3 approches économiques. (Hatem ,2004)

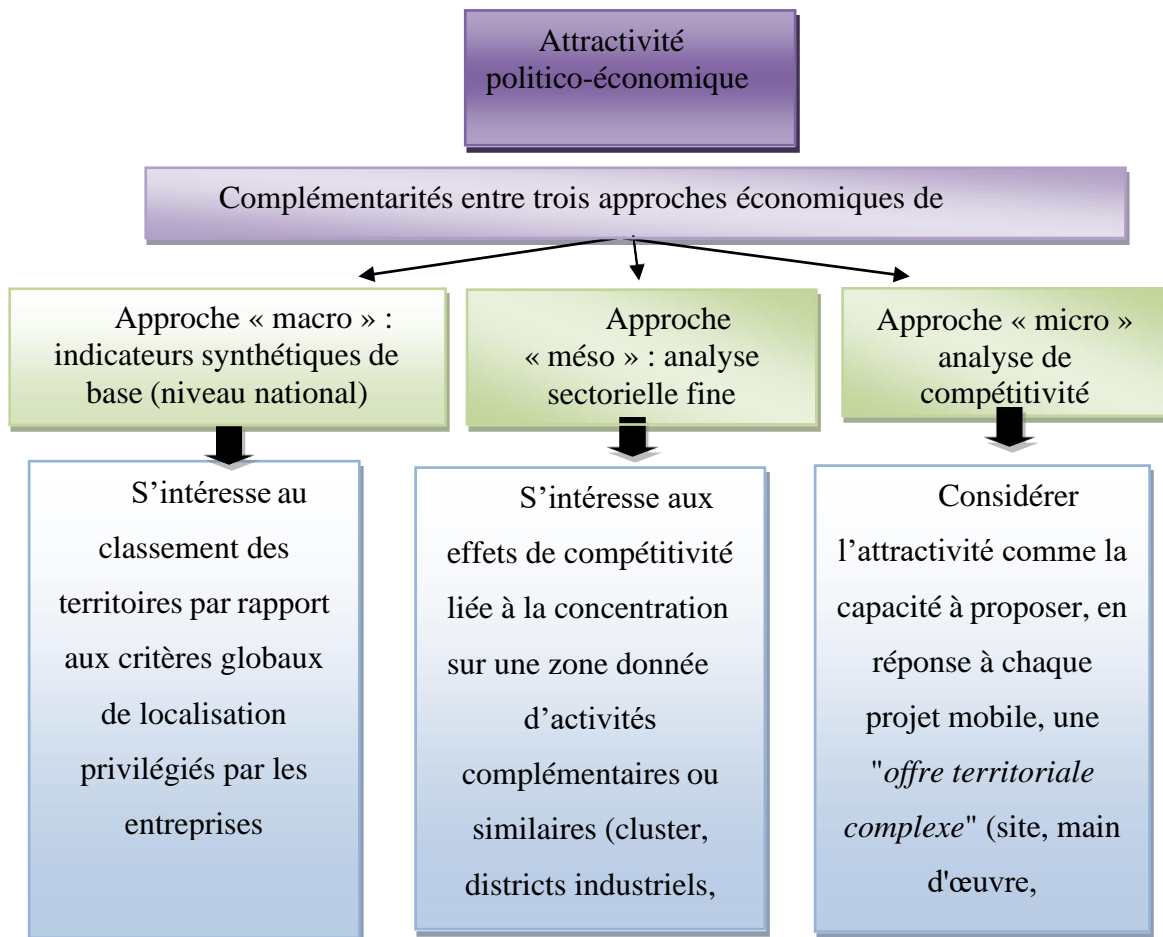


Figure 09 : L'attractivité politico-économique.

Source : Elaboré à partir de Hatem ,F, 2004. traité par l'auteur.

2.6 Conditions de réussite des stratégies d'attractivité urbaine

Dans un cadre de compétitivité croissante entre les villes, les actions en faveur de l'attractivité mettent en place des grands projets qui doivent être des vraies réussites. Cependant, la majeure partie des acteurs, mais aussi de la population, ont une vision utopique de cette réussite. Mais cette 'attractivité ne repose pas uniquement sur ces projets faits par des grands architectes ni par les grands évènements culturels ou sportifs, d'ailleurs ce n'est pas toutes les villes peuvent accueillir ces grands évènements. Pour cela, il est bien plus efficace de construire une stratégie solide, embrassant les courts, moyens et longs termes et s'attaquant à la réalité, à la complexité de l'urbain. Les « coups » n'ont souvent que des effets éphémères alors que la vie urbaine bouge en continu.

Quand on parle d'attractivité urbaine, on pense souvent à la captation de capitaux et d'investisseurs extérieurs, plutôt que d'attirer d'investissement pur, il est préférable d'attirer les capitaux fixes liés au tissu économique du territoire ou les capitaux humains. Savoir créer de l'emploi, des activités insérer des services publics, de la sécurité comme le droit à la mobilité et au logement, diffuser le commerce dans le tissu urbain, offrir une formation complète, non élitiste ou très spécialisée, et avoir une offre socioculturelle dynamique. Sont tout autant de facteurs qui favorisent cette l'attractivité du territoire.

L'attraction peut se jouer aussi dans le domaine du tourisme, en promouvant des congrès par exemple pour stimuler le tourisme d'affaires. Elle peut s'exercer à d'autres échelles que celle locale, par exemple à l'échelle régionale. Il faut jouer sur la qualité de l'offre et la qualité de vie des personnes auxquelles profite cette offre. Qui mobilise des valeurs de participation, d'égalité, de mixité Il s'agit de savoir qui attirer et quels peuvent être les conditions de réussite, il faut donc jouer sur la demande locale et sur l'ambiance de la ville. Par exemple Barcelone est une ville dont le centre historique est animé par le tourisme mais aussi par une grande mixité sociale (autochtones et immigrés), elle possède une offre culturelle riche et diverse, et son ambiance urbaine très vivante et assez « sûre » est un des principaux attraits. Les restaurants sont ouverts tard dans la nuit, ses espaces publics sont de qualité, on y trouve une architecture à la mode, les terrasses, les rues animées. Cela offre une qualité de vie aux locaux et attire-les touristes en parallèle. (Borja ,2007)

CHAPITRE 2 : ATTRACTIVITE URBAINE : NOUVELLE DISCIPLINE POUR ANIMER LES ZONES RESIDENTIELLES A L'ENTREE DES VILLES

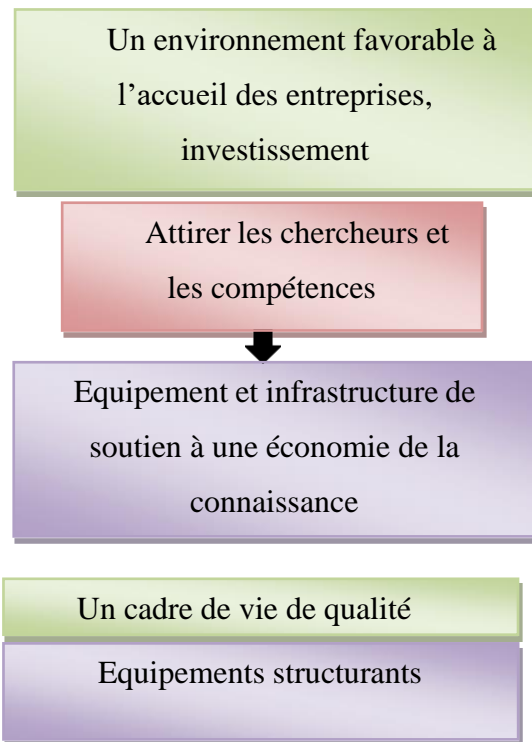


Figure 10; Les principales dimensions d'attraction des chercheurs et des compétences.

Source : Azoui , P90 traité par auteur.

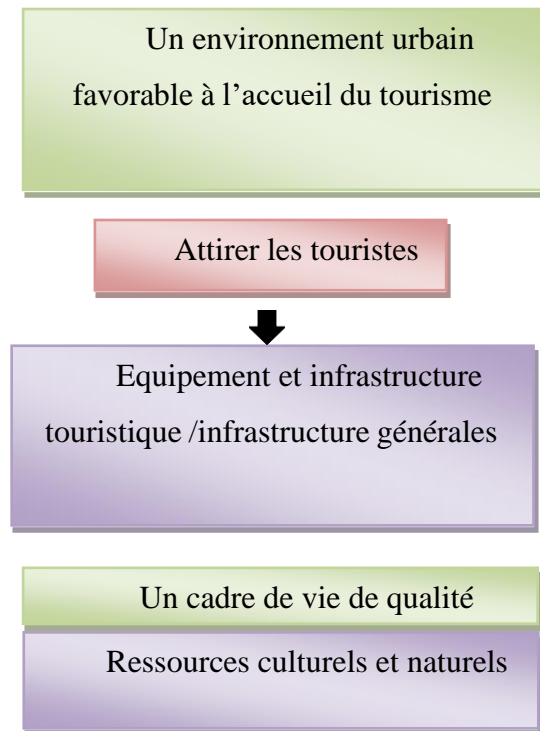


Figure 11: Les principales dimension d'attraction des touristes.

Source : Azoui , P90 .

2.7 Conclusion

Additivement à ce qui été mentionné et décrit dans le présent chapitre de différentes définitions relative à notre thématique, nous avons ciblé comment les entrées des villes joue un rôle majeur pour renforcer l'attractivité urbaine de ses zones résidentielles .Par conséquent, nous nous sommes appuyés sur un ensemble de fractions qui nous avons les cités comme suite ; d'abord l'attractivité de cadre de vie qui peut être amélioré par la proximité des services publics et privés(le commerce ,la santé, l'éducation) ,l'offre d' une large gamme de sollicitations culturelles, sportifs , la création des emplois , l'intérêt aux espaces publics et espaces verts .ensuite l'attractivité touristique atteindre si une ville ou un territoire attire des acteurs et des investisseurs pour venir s'installer ou de les maintenir afin de mettre en œuvre des projets de tourisme ,et enfin l'attractivité politico-économique qui devenue un enjeu stratégique que nous réalisons par le marketing urbain et le développement local . Mais cette 'attractivité ne repose pas uniquement sur une seule fraction pour sa réussite globale il faut combiner entre les trois fractions.

3.1 Introduction

Notre périmètre d'étude se situe au niveau du pos 26, qui couvre une zone au 3 --ème km c'est une nouvelle extension à l'entrée Est de la ville de Jijel entre deux agglomérations Haratten et Akkabi. Après la localisation géographique et la revue des caractéristiques techniques, sera expliquée la méthode de travail suivie.

3.2 Méthodologie

Notre travail consiste a utilisé deux méthodes d'analyse ; analyse urbaine, et analyse stratégique.

***Analyse urbaine :**

C'est l'analyse d'état des lieux du pos 26, cette étape est importante, elle nous permet de prendre connaissance des caractéristiques générales du pos ; la situation, l'accessibilité, les types des équipements existants, types de logements à travers une lecture des données et des statistiques relatives au site. Nos différentes visites au niveau du site nous a permis de :

- Décrire la situation du site (pos 26)
- Déterminer et caractériser le type d'habitat existant
- Connaitre les différents équipements existants ainsi que leurs typologies
- Connaitre les déficiences du site ainsi que ses servitudes.

***Analyse stratégique :**

Après l'analyse urbaine, établir un diagnostic préalable de la situation du périmètre d'étude endogène et exogène est nécessaires. Il s'agit d'un diagnostic stratégique, opéré par deux méthodes analytiques qualitative (SWOT) : (Strengths - Weaknesses - Opportunities - Threats) et analyse quantitatif multicritère (AMC). Les deux méthodes sont utilisées et conçues pour vérifier les hypothèses posées. L'AMC, et SWOT sont destinées à montrer d'abord les forces et les faiblesses de l'entrée Est de Jijel pour l'objectif de choisir la stratégie appropriée afin d'animer ce site et le rendre dynamique d'une part et rendre la ville elle-même attractive d'une autre part.

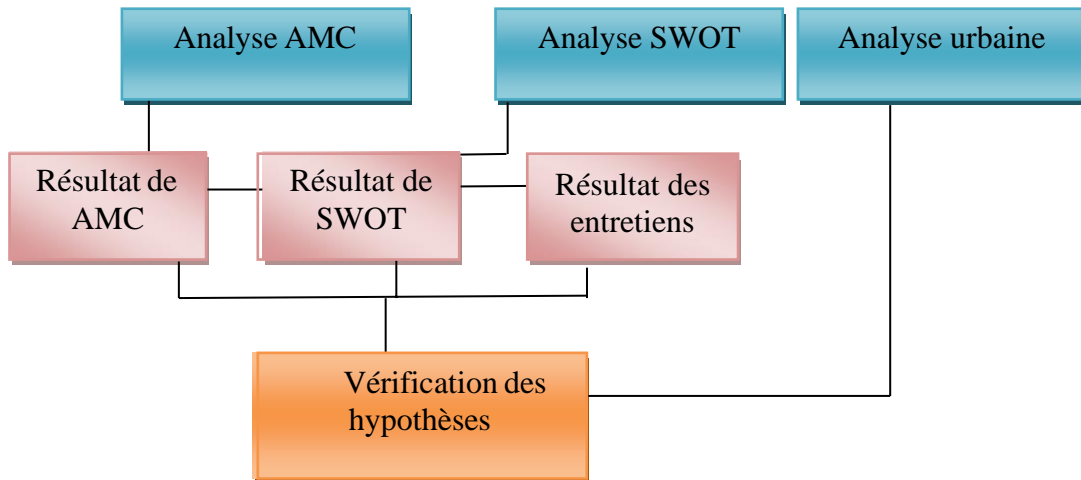


Figure12 : Schéma représente la méthode de diagnostic suivi

Source : Auteurs

Pour cela nous avons choisis les cibles d'attractivité urbaine suivantes :

Tableau 06 : Les cibles d'attractivité pour l'entrée Est de Jijel

Source : Auteurs

Attractivité	Dans quel domaine	Qui	Pourquoi
Capacité d'attirer	Cadre de vie Tourisme Economie	Touristes Habitants Investisseurs et Entreprise	Rendre l'entrée est de la ville de Jijel attractive

3.3 Analyse urbaine

3.3.1 La ville de Jijel

3.3.1.1 Présentation de la ville Jijel

La ville de Jijel se situe au nord-est de l'Algérie, À l'est, elle est limitrophe de la wilaya (préfecture) de Skikda, à l'ouest de Bejaïa, et au sud des villes de Sétif et de Mila. Cette ville, portuaire et touristique de taille moyenne s'étale sur un territoire de 2 396, 63 km² qui se caractérise par des données naturelles et géographiques extrêmement diversifiées : une position

géographique stratégique un potentiel agricole, un climat méditerranéen (4 saisons), un littoral de 120 km, des forêts, des montagnes constituant 80 % de son parc naturel riche en biodiversité sont des éléments forts d'attractivité (tant résidentielle que touristique).



Figure 13 : La situation de la wilaya de Jijel.

Source : Cas d'étude ville de Constantine, <https://docplayer.fr/150018753-Cas-d-etude-ville-de-constantine.html>

3.3.1.2 Historique de la ville de Jijel

La région de Jijel a été le carrefour de plusieurs civilisations dont les traces se trouvent sur son territoire. Toutes ces civilisations avaient pour intérêt sa position stratégique, et sa morphologie formant des havres naturels. La vie s'est développée autour de son littoral, à partir duquel s'est établie la croissance de la ville.

La fondation de la ville de Jijel est attribuée selon les historiens, aux phéniciens, elle remonte à quelques 2000 ans Pendant cette période, l'occupation était restreinte à un espace très réduit, dont les ruines attestent de son existence.

Pour les romains, la ville n'était pas restreinte à la presqu'île de la citadelle actuelle, elle s'étendait sur l'emplacement de la ville moderne actuelle, plus précisément « le port ».

Les Byzantins ont été le prolongement de l'occupation Romaines, et ils ont élargi et fortifié la ville vers le sud.

L'établissement des arabes à Jijel date du VIII^e siècle, juste après les conquêtes de Moussa Ibn Noceïr en Afrique, A l'arrivée des turcs, ils occupèrent l'ancienne enceinte. Cette période est marquée par la mise en place des structures d'échange et de rencontre, place, marché, mosquée, port...

Avec l'arrivée des français, et suite à une série d'affrontement, l'attention des envahisseurs se porta alors sur la ville qui était dans un état de vétusté avancée. En 1856, une violente secousse ébranla le sol, Cette catastrophe dévastatrice suite à laquelle la ville est complètement rasée et la fondation d'une nouvelle ville coloniale érigée aux portes de l'ancienne Citadelle et fournir un nouveau tracé urbain triangulaire avec des rues droites et des îlots disposés en échiquier, En 1962 c'est le départ de l'occupation française de Jijel et tout le territoire algérien. (Bousseloua,2009)

3.3.1.3 L'Attractivité à la ville de Jijel :

Ville moyenne, portuaire et touristique, Jijel est confrontée, selon la politique nationale d'aménagement du territoire envisagé pour 2030, au défi d'attractivité urbaine. Les autorités publiques qui souhaitent hisser cette ville portuaire au rang de pôle de croissance dans la région nord-est algérienne ont envisagé d'énormes efforts pour mettre en place de nouvelles stratégies de développement plus innovantes afin d'atteindre cet objectif. De plus, de nouveaux projets ambitieux ont été lancés ces dernières années dans les différents secteurs. Cependant, cette dernière souffre d'autres faiblesses en gouvernance et en gestion urbaine qui nécessitent des interventions urgentes plus rationnelles. Mais cela ne peut se faire qu'à travers une stratégie conçue dans le cadre d'une politique d'aménagement globale et intégrée, qui devrait prendre en considération toutes les dimensions de l'attractivité (économique, sociale et urbaine). Nous développerons dans ce qui suit le recours au projet urbain d'attractivité comme action globale et négociée pour expliquer la solution qui pourrait assurer un développement et une dynamique territoriale pérenne de cette ville portuaire.

3.3.2 Entrée Est de Jijel (Pos 26) :

3.3.2.1 Historique du POS :

Le POS se situe à l'Est du centre-ville de la wilaya, il est considéré comme une extension de la ville, et son développement dès l'année 2006 jusqu'au 2021 l'approuve. En 2006, le POS 26 était totalement vierge, et une partie importante de la cite LAAKABI elle-même été en cours d'expansion. Aucun tracé viaire n'était présent sur le terrain du pos, jusqu'à l'année 2011, sauf des pistes utilisées par les agriculteurs.



Figure 14 : Etat des lieux du pos 26 dans les années 2006-2011 :

Source : Google Earth 2011

Année 2011-2015 :

En 2011 les travaux de réalisation du POS sont déjà commencés, le tracé viaire est bien déterminé, où quelques projets sont en cours de réalisation à la première et la troisième zone du pos.

CHAPITRE 03 : CHAMP D'INVESTIGATION :
EVALUATION DE L'ATTRACTIVITE URBAINE A L'ENTREE EST DE JIJEL



Figure 15 : Etat des lieux du pos 26 dans les années 2011-2015 :

Source : Google Earth 2011.

Année 2015-2018

Les travaux des réalisations continuent, plus de 80% de la zone 01 est construite, quelques équipements ont commencé mis en services, la zone centrale (zone02) se développe lentement par rapport aux autres zones, cependant les travaux de réalisations des tours d'habitations au niveau de la zone 03 sont commencés. Le tracé viaire n'est pas encore finalisé, les rues restent encore des pistes.

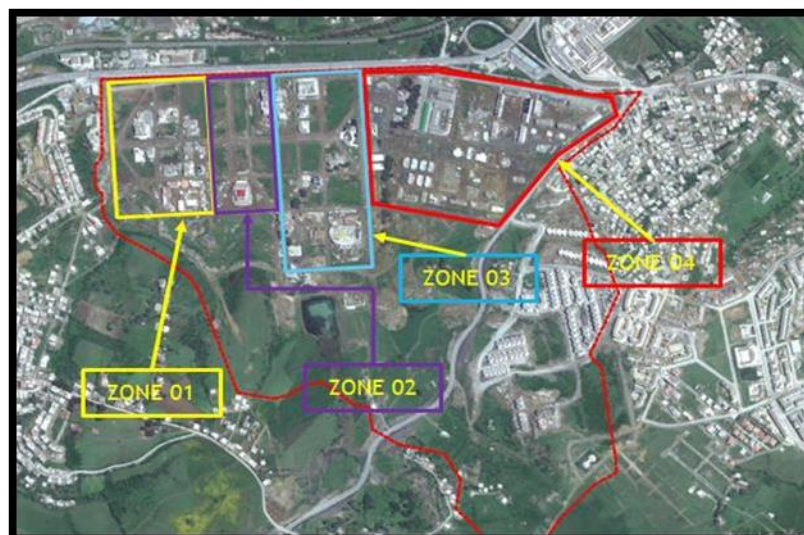


Figure16 : Etat des lieux du pos 26 dans les années 2015-2018

Source : Google Earth 2018

Année 2018-2021 :

Avec la mise en services d'un nombre important des équipements au niveau de POS 26, les rues ont été finalisées, en permettant une circulation fluide des personnes, des véhicules et de transport dont la ligne "centre-ville-Harraten, menant vers la 5ème zone où les habitats collectifs LPP sont réalisés.

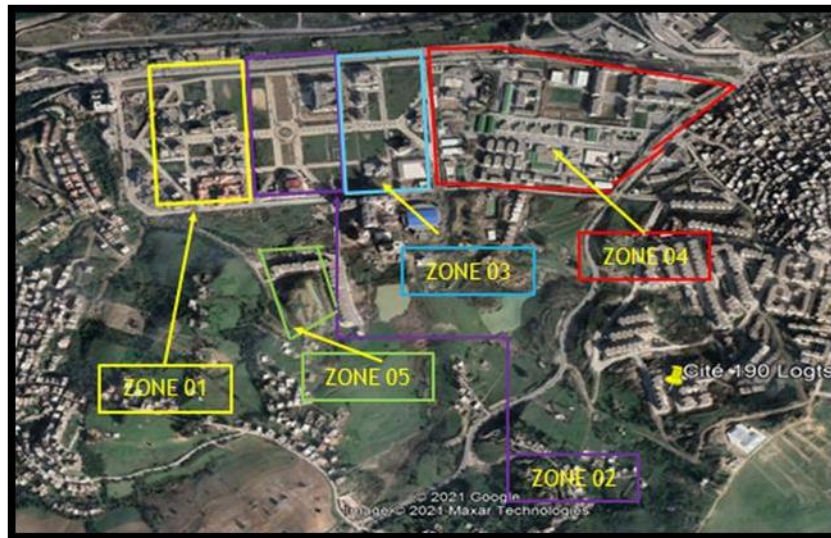


Figure 17 : Etat des lieux du pos 26 dans les années 2018-2021.

Source : Google Earth 2018.

CHAPITRE 03 : CHAMP D'INVESTIGATION :

EVALUATION DE L'ATTRACTIVITE URBAINE A L'ENTREE EST DE JIJEL

3.3.2.2 Situation et limites :

Le Site d'intervention se situe à l'entrée Est de Jijel environ 10 km de centre-ville, à proximité de la route nationale 43 dont la zone représente la nouvelle urbanisation de la ville de Jijel. Il couvre une superficie de 153,56 ha.

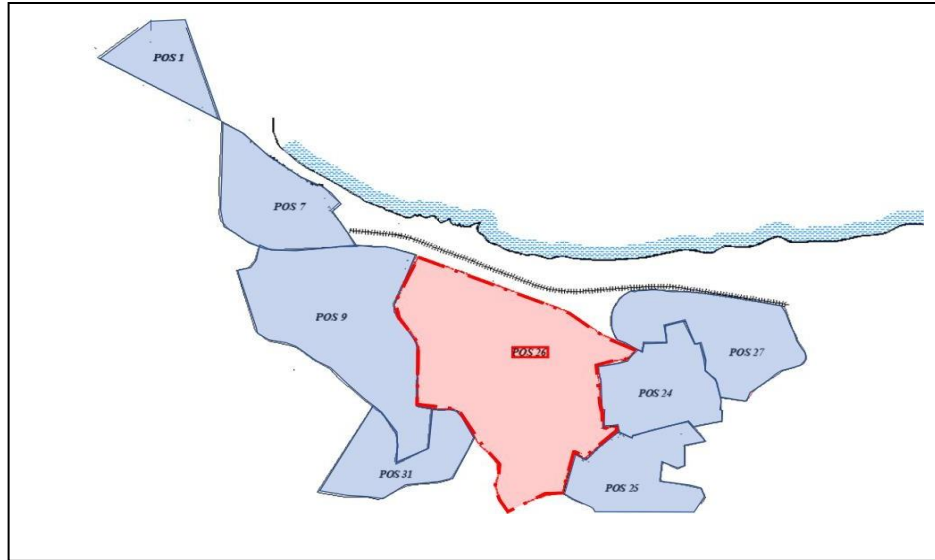


Figure 18 : Les limites du pos 26

Source : Carte des pos Jijel traité par l'auteurs

Ce site est limité :

Au Nord : par la RN 43.

Au Sud : 31.

A l'Est : par les pos : 24,25 ,27.

A l'Ouest : par le pos 9.

3.3.2.3 Accès et Accessibilité :

Le site d'intervention est desservi par deux voies de circulation très importantes et structurantes RN43 et l'évitement Sud.

La circulation : Le site d'étude est constitué d'un grand réseau de voies, présentant divers types de flux de circulation :

Circulation forte :la route nationale 43(double voie expresse) constituant une entrée à la ville de Jijel. Cette voie joue un rôle important dans la structure urbaine de la ville

Circulation Moyenne : Elle est assurée par la route nationale 77.

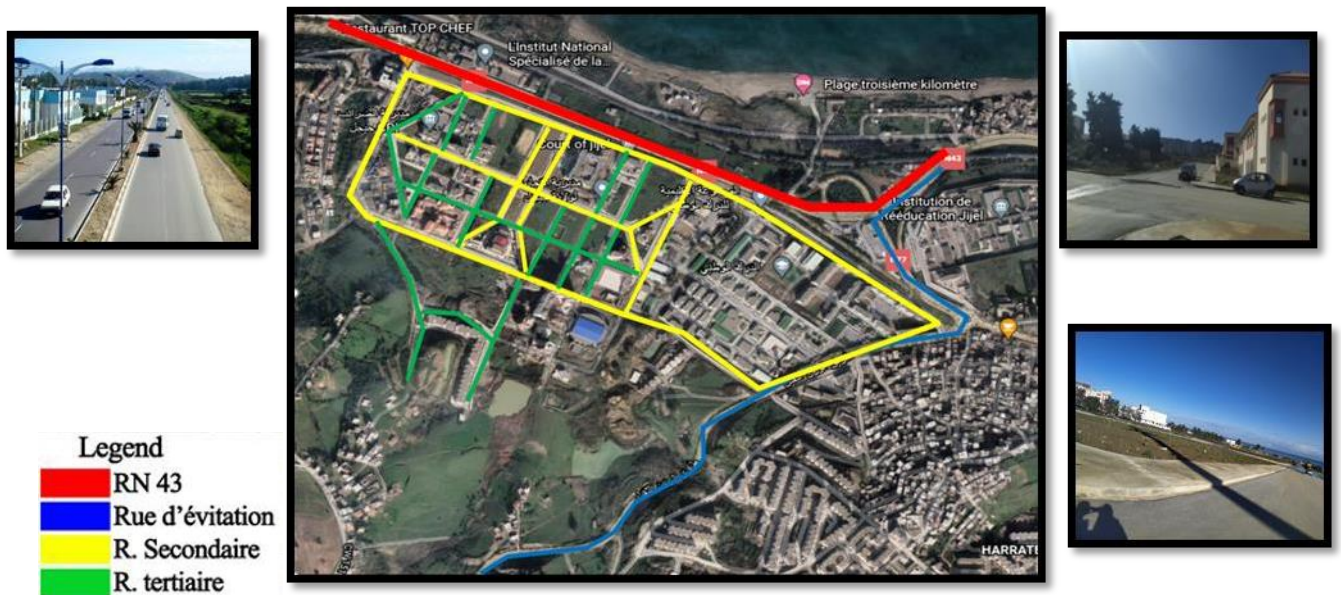


Figure 19 : Accès et accessibilité (pos 26)

Source : Google Earth 2021 traité par auteurs

3.3.2.4 Servitudes :

Le risque du glissement de terre au niveau de la cinquième zone où elle est défavorable à la construction

Le passage d'une ligne électrique moyenne tension (10.000 volts) traverse le site d'Est en Ouest d'un linéaire total de 3.399,40 m avec un couloir de servitude de 15 m de part et d'autre, donnera une surface dédiée égale à 119.000,00 m² et une ligne de gazoduc proche aux équipements qui engendrent un grand risque aux habitants.

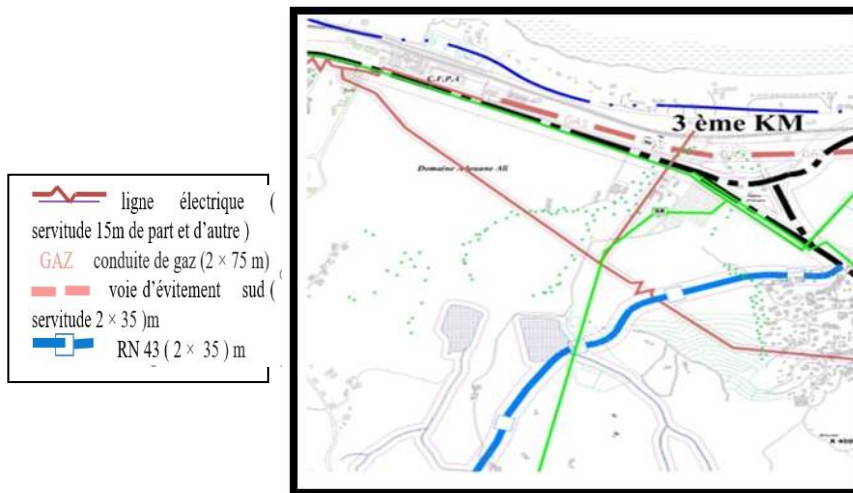


Figure20 : Carte des servitudes

Source : Carte des servitudes du pos 26



Figure21 :la ligne électrique du pos26

Source : Auteurs

3.3.2.5 Typologie du bâti :

Dans notre site nous avons remarqué une variété des équipements publics (administratifs, culturels, sanitaires, de loisirs...), et une dominance des équipements de type administratif qui représentent environ 70% de la totalité du pos 26, par contre nous avons constaté l'absence totale de l'activité commerciale qui sert à la vie quotidienne, les locaux commerciaux représentent uniquement 5% des équipement et ils ne sont pas occupés jusqu'à ce jour.

On constate aussi un manque flagrant au niveau d'activité touristique du pos 26. On trouve seulement un hôtel urbain qui est en train d'être achevé et ce malgré les opportunités qu'il possède le site en matière de disponibilité des terrains vierges et de possibilité de leur exploitation



Figure 22: Hôtel urbain du pos 26

Source : Auteurs

EVALUATION DE L'ATTRACTIVITE URBAINE A L'ENTREE EST DE JIJEL

Au niveau de l'habitat on remarque une absence absolue de l'habitat individuel donc la dominance de l'habitat collectif de type (LPP) et social. Ces logements sont implantés sur des terrain accidentés provoquant des problèmes de visibilité pour les équipements situés au Sud de cette zone.

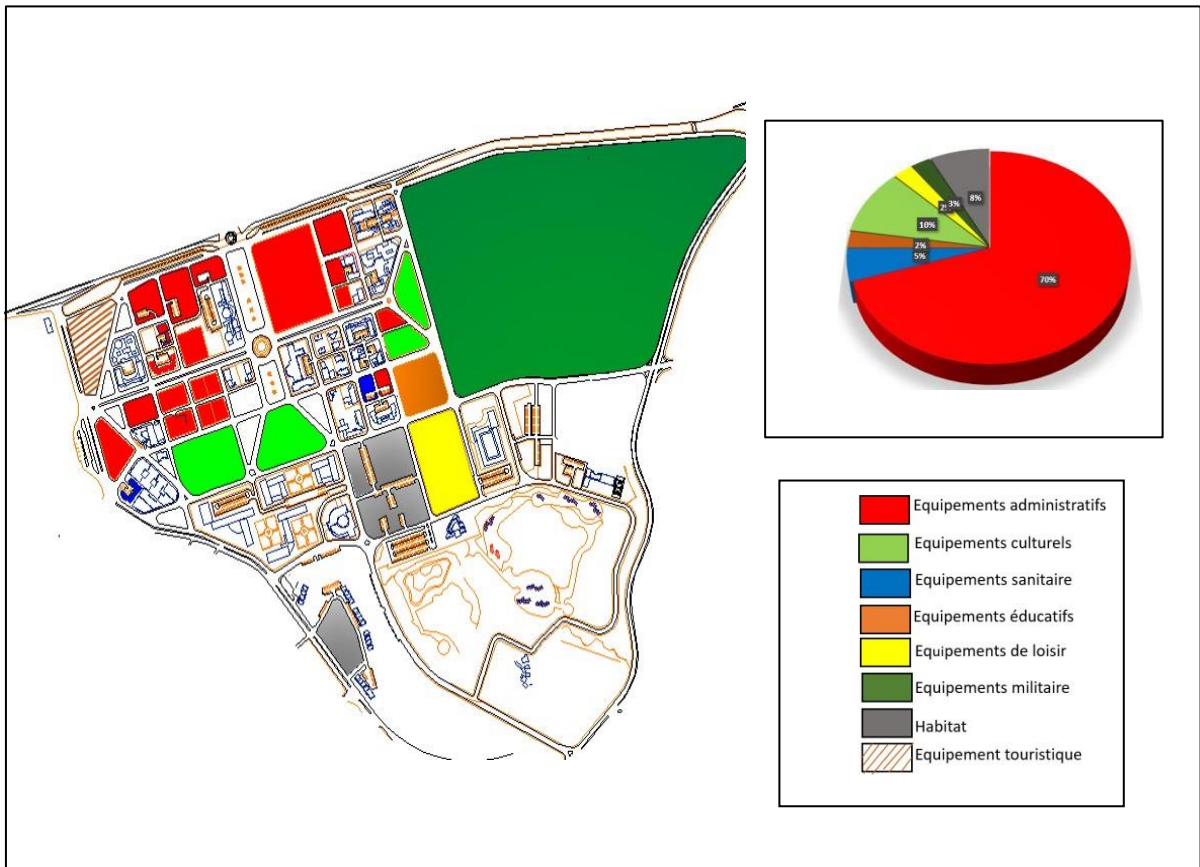


Figure23 : Typologie du bâti

Source :Etat de fait pos 26 traité par auteurs

3.3.2.6 Espaces publics et paysage urbain

D'après l'observation directe du site nous avons remarqué ce qui suit :

- Dégradation du paysage naturel
- Aménagement inadéquat des espaces publics
- Absence de mobilier urbain
- Mauvaise exploitation des espaces verts non
- Manque des espaces de stationnement pour le public
- Inconfort visuel, acoustique et psychologique.
- Dégradation de l'environnement, et mauvaise gestion des déchets.

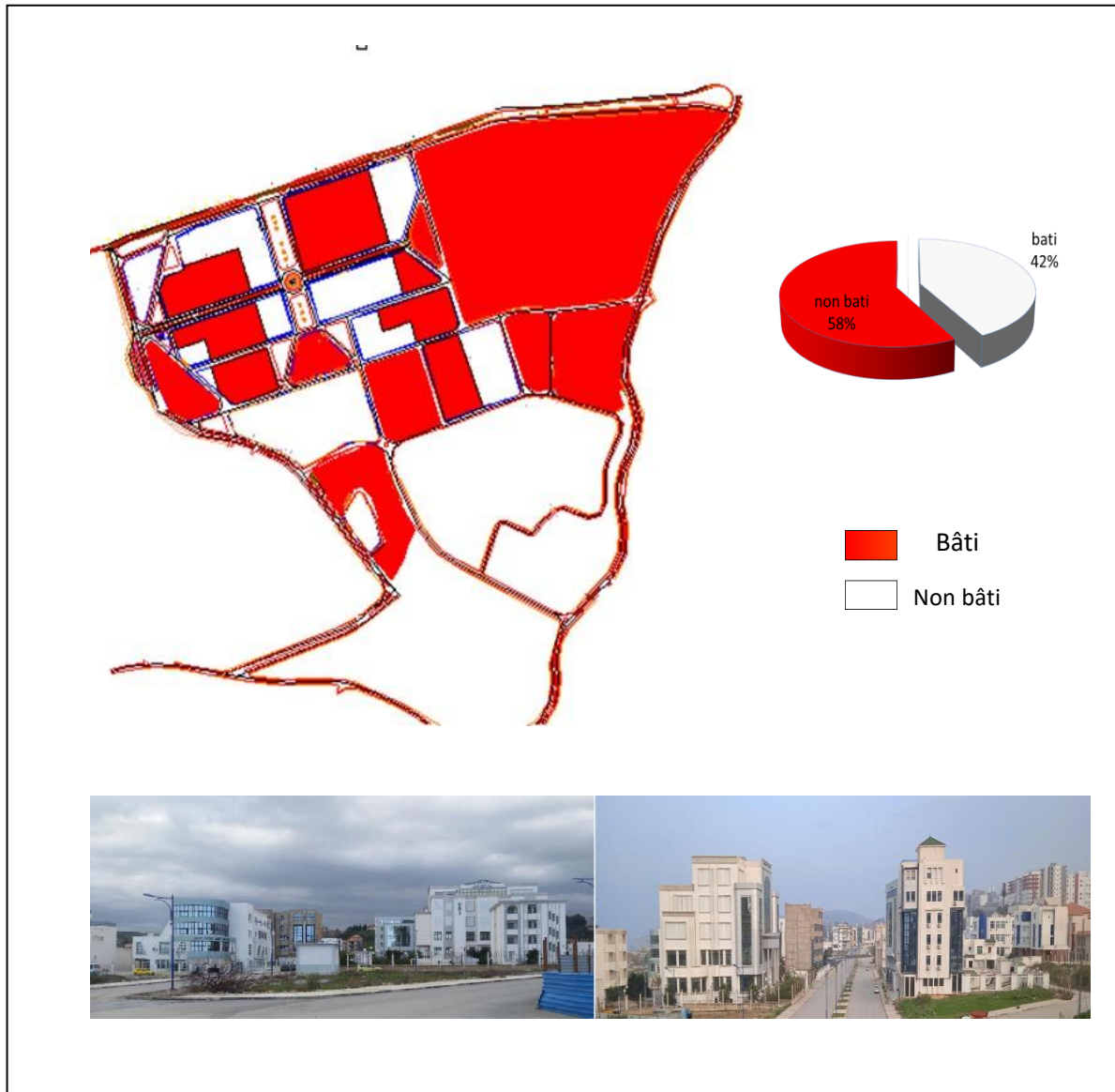


Figure24 : Espace public et paysage urbaine.

Source : Etat de fait pos 26 traité par auteurs.

3.4 Analyse stratégique

Cette analyse se décompose en 2 parties : à noter que les matrices SWOT et AMC sont des outils de base de cette analyse. (Fernandez ,2021)

- **Analyse SWOT :(Qualitative)**

Le **SWOT** (Strengths - Weaknesses - Opportunities - Threats) ou **MOFF** pour les Francophones (**Menaces - Opportunités - Forces - Faiblesses,**) est un outil très pratique lors de

La **phase de diagnostic stratégique**. Il présente l'avantage de synthétiser les forces et faiblesses d'une localité au regard des opportunités et menaces générées par son environnement. L'objectif est de choisir la stratégie idéale afin de résoudre les problèmes in situ.

- **Analyse AMC :(Quantitative)**

L'analyse multicritère est un outil d'aide à la décision développé pour résoudre des problèmes multicritères complexes par des critères en se basant à des indicateurs qui incluent des aspects quantitatifs et /ou qualitatifs dans un processus décisionnel.

L'objectif à l'aide multicritère consiste à rendre possible une décision sur des bases rationnelles malgré un nombre important des critères et indicateurs parfois en conflits ou contradictoire, et à évaluer des domaines à partir des critères à l'aide des indicateurs spécifiques pour connaître d'abord les problèmes, et ensuite les résoudre par la proposition des recommandations pour l'intervention.

3.4.1 Méthode d'investigation :

Cette partie pratique a pour but d'affirmer les hypothèses de notre recherche et proposer des recommandations efficaces afin de résoudre ou bien minimiser les faiblesses du site.

Pour cela nous avons utilisé des méthodes diverses d'investigation telles que : la recherche documentaire, le travail sur terrain, l'observation et la friction avec les habitants, les employés et les visiteurs à travers plusieurs questions directes qui ont été posées. La présentation des résultats des entretiens et leurs interprétations vise à avoir une idée précise de la situation de notre cas d'étude (entrée Est de la ville de Jijel) en termes d'attractivité urbaine et en ce qui concerne le tourisme et l'économie tout en mettant en lumière la qualité du cadre de vie des habitants.

3.4.1.1 Recherche documentaire :

Afin de réussir la phase analytique de notre travail de recherche à l'aide de l'analyse stratégique par ces deux méthodes SWOT et AMC, nous avons besoin d'accéder à la bonne source d'information, c'est pour cela nous avons collectés ces informations à travers ; la consultation de différents rapports ;(POS, PDAU), SNAT, cartes, photos ce qu'on appelle la recherche documentaire.

Nous avons adopté deux autres techniques facilement utilisables par les chercheurs dans les différents domaines, ce sont :

3.4.1.2 Observation :

Rester dans un espace loin du site d'intervention ne permet pas aux chercheurs de comprendre totalement l'espace et ses interactions. Il est donc important d'aller vers le lieu de circuler, de se déplacer pour voir le site à l'œil nu et de le vivre aussi. C'est pourquoi nous avons utilisé l'observation directe. Cette observation a permis de repérer les dysfonctionnements qui caractérisent l'entrée Est de la ville de Jijel ce qui concerne une mono fonctionnalité dont la majorité des équipements sont de type administratif (presque 70 % aux totalités des équipements) donc un manque flagrant des équipements de services, équipements de loisirs, sanitaires, éducatifs.

Si on parle de l'ensemble du bâti, on le trouve en bon état, parce que le site est issu d'une nouvelle urbanisation, mais on remarque une hétérogénéité aux niveaux des équipements en ce qui concerne les formes, les façades, les matériaux) dont chaque équipement a son aspect architectural unique, cette hétérogénéité est nommée par l'effet Patchwork.

Par rapport aux habitations qu'elles soient collectives ou individuelles, nous avons remarqué qu'elles sont placées sur des terrains à forte pente ; surtout les tours (R+14) qui constituent un véritable obstacle de visibilité par rapport aux équipements. Elles occupent par ailleurs des surfaces très limitées par rapports aux équipements. Ce qui a induit une pauvreté en termes d'aires de jeux et d'espaces de stationnement. Ces habitations sont situées en zone 5, isolées et loin des équipements, ce qui repousse les visiteurs à les explorer (une zone 100 % destinée à l'habitat collectif)

L'existence des espaces verts ou leur inexploitation ajoutée à et l'inexistence des espaces publics et des espaces de parking, le manque de signalisation a induit aussi une difficulté à trouver divers équipements et à s'orienter dans le site.

En ce qui concerne les servitudes, on relève le passage d'une ligne électrique moyenne et haute tension qui survole un nombre important d'équipements, ce qui engendre un risque majeur pour les employés, les habitants et les visiteurs.

3.4.1.3 Enquête par entretien :

Au sens scientifique, l'entretien est une méthode de recherche et d'investigation. Par le biais de cette méthode, l'enquêteur cherche à obtenir des informations sur les attitudes, les comportements, les représentations d'un ou de plusieurs individus dans la société.

Il existe trois types d'entretien. En général, c'est la thématique de recherche qui détermine le type d'entretien que le chercheur peut utiliser ; L'entretien non-directif, l'entretien directif, L'entretien semi-directif

3.4.1.3.1 Objectif :

Diagnostiquer l'état actuel du POS 26 (entrée Est de la ville de Jijel) concernant la qualité de vie, le tourisme, l'économie, le paysage urbain et surtout de constater les dysfonctionnements qui connaît ce site et ressortir de bonnes recommandations afin d'améliorer la qualité de vie, le tourisme et l'économie pour le but d'obtenir d'une entrée de ville attractive.

3.4.1.3.2 Formulaire de questions :

Nous avons réalisé un entretien de 34 questions, structuré selon des axes bien déterminés que nous voyons les mieux pour servir notre problématique de recherche, et affirmer nos hypothèses.

Nous avons organisé notre entretien selon 3 titres :

3.4.1.3.3 Echantillonnage :

Un échantillon est un sous-ensemble de « n » individus (d'effectif n), extraits de la population pour lesquels on a mesuré (observé) un caractère quantitatif ou qualitatif.

L'obtention d'un échantillon est une étape clé dans la démarche statistique. Si l'échantillon est extrait dans de « bonnes conditions » on parlera d'échantillon représentatif de la population.

3.4.1.3.4 Taille de l'échantillon sélectionné :

Nous avons pris le niveau de précision $e=7\%$ et le niveau de confiance 93%. La population du POS26 (entrée est de la ville de Jijel est de : 5260 dont :

Les habitants :660 habitants (110 logements et le TOL est de 6 par logement)

Employés :4200

Visiteurs :400

Selon le nombre nous avons choisi un échantillon de :

Les employés 50%

Les habitants 25%

Les visiteurs 25%

La taille de l'échantillon est estimée par la formule simplifiée **Yamane (1973)** suivante ⁵

$$n = \frac{N}{1 + N \times e^2}$$

n : est la taille de l'échantillon,

N : est le nombre de la population totale,

e : est le niveau de précision en (%).

$$n = \frac{5260}{1 + 5260 \times (0.07 \times 0.07)} = 196.48$$

Donc pour une population de 5260, nous avons pris 196 comme échantillon.

L'entretien été destiné au gens qui fréquentent l'entrée Est de la ville de Jijel, c'est des questions ouvertes pour :

- Les habitants du périmètre de site.
- Les visiteurs du site
- Les employés (administrations).

3.4.2 Analyse urbaine ciblée par indicateurs : l'évaluation de l'attractivité (AMC) :

Vu à la complexité de l'attractivité urbaine, une analyse simple ne suffit plus. Elle doit être accompagnée par une AMC (analyse multicritère) qui nous permettra d'apprécier l'attractivité

⁵Yamane Taro, nom japonais : 山根太郎. C'est un statisticien célèbre qui a grandement contribué au développement de méthodes d'échantillonnage et cette taille d'échantillon Yamane est l'une de ses réalisations

EVALUATION DE L'ATTRACTIVITE URBAINE A L'ENTREE EST DE JIJEL

urbaine du pos 26 (entrée Est de Jijel) et son territoire ; Cette dernière dépend cependant des mécanismes dynamiques importants aux quartiers voisins et les projets qui y sont prévus ou en cours.

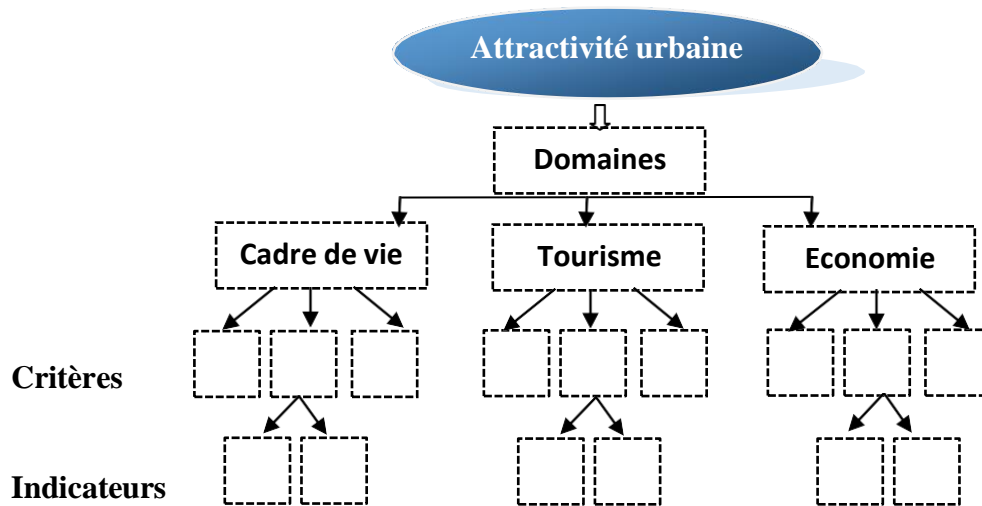


Figure25 : Organigramme hiérarchique de la méthode multicritère sur l'attractivité urbaine

Source : Auteurs

CHAPITRE 03 : CHAMP D'INVESTIGATION :
EVALUATION DE L'ATTRACTIVITE URBAINE A L'ENTREE EST DE JIJEL

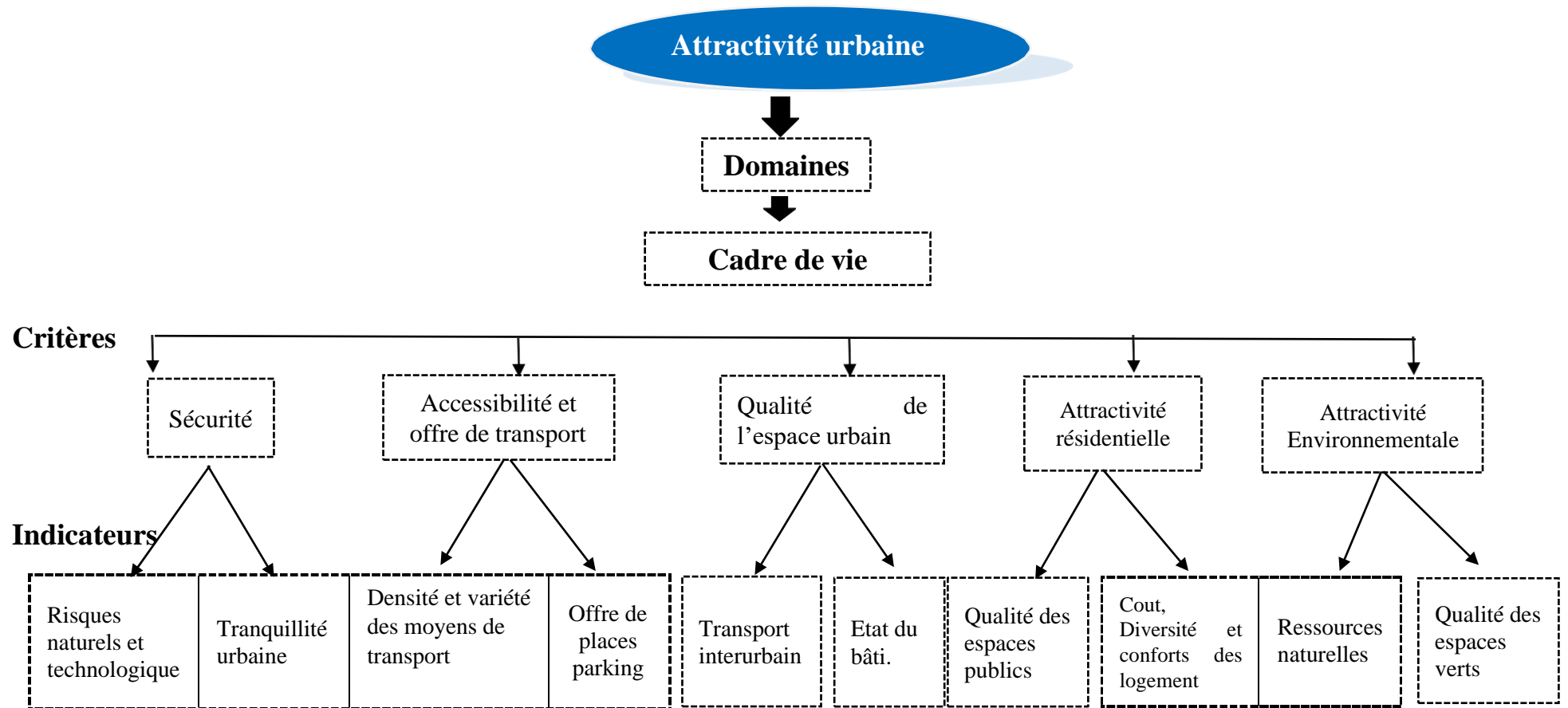


Figure 26: Organigramme hiérarchique de l'attractivité urbaine du cadre de vie .

Source : Auteurs.

CHAPITRE 03 : CHAMP D'INVESTIGATION :
EVALUATION DE L'ATTRACTIVITE URBAINE A L'ENTREE EST DE JIJEL

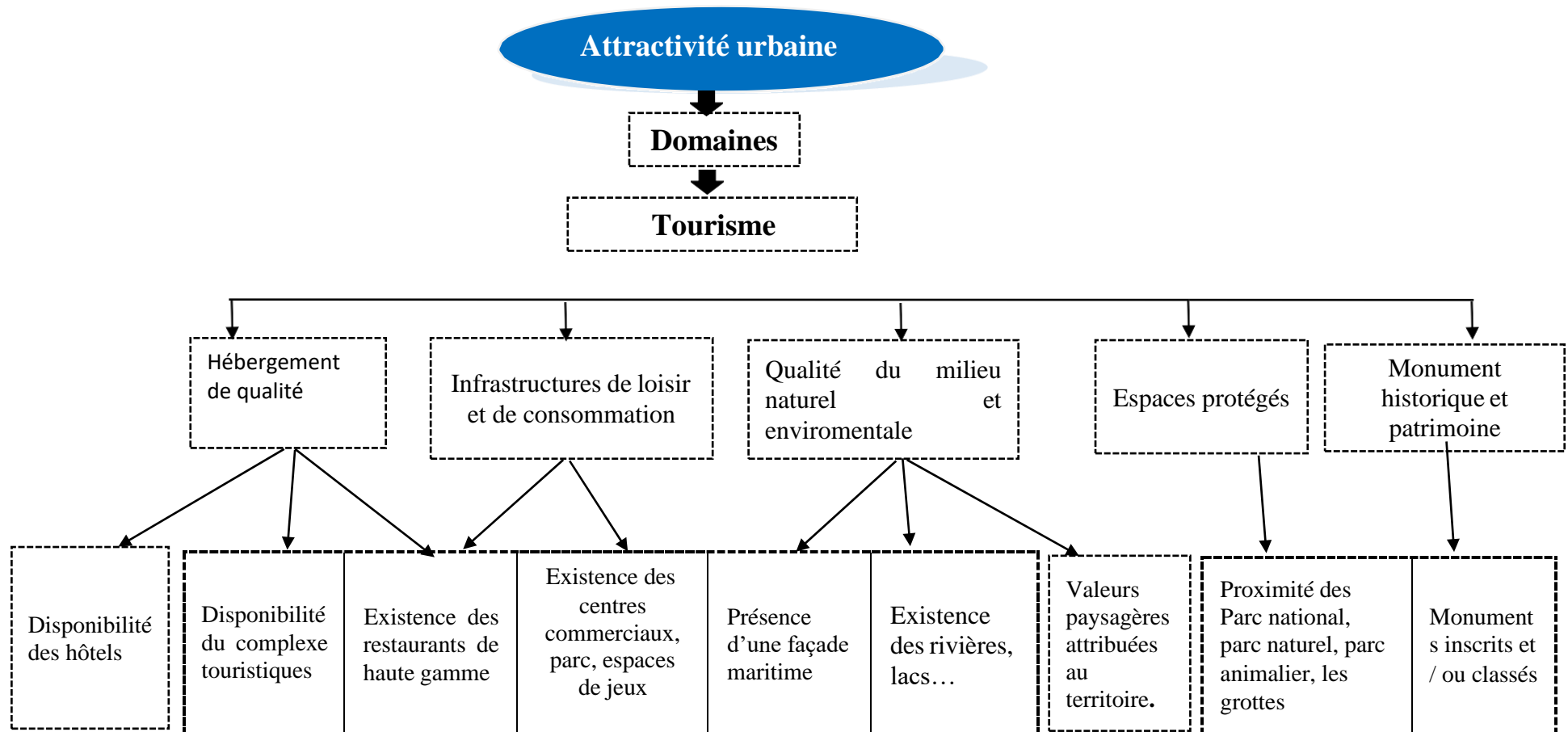


Figure 27: Organigramme hiérarchique de l'attractivité urbaine du tourisme

Source : Auteurs

CHAPITRE 03 : CHAMP D'INVESTIGATION :
EVALUATION DE L'ATTRACTIVITE URBAINE A L'ENTREE EST DE JIJEL

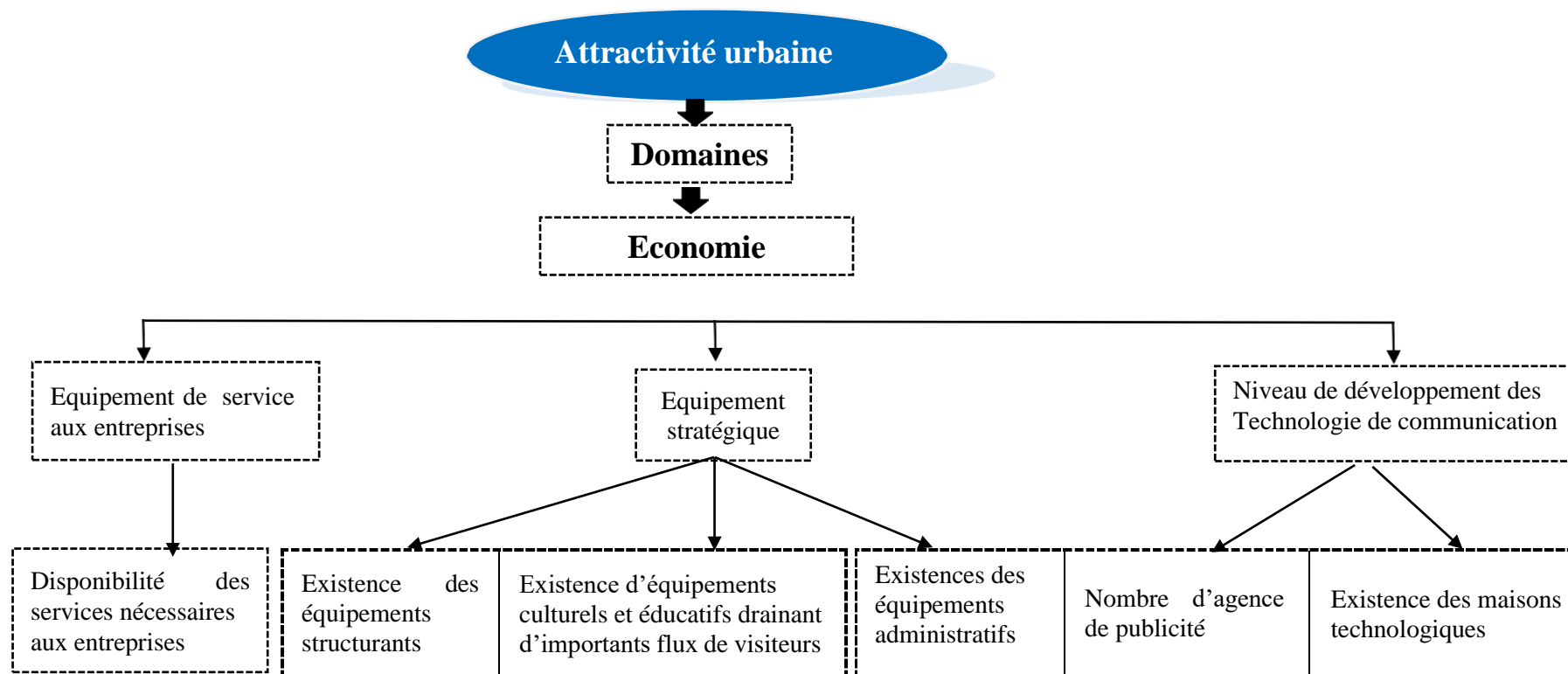


Figure28 : Organigramme hiérarchique sur l'attractivité urbaine économique

Source Auteurs

Chapitre 03 : Champ d'investigation :
Evaluation de l'attractivité urbaine à l'entrée EST de Jijel

3.4.2.1 Evaluation des critères

A travers des recherches théoriques sur les mesures d'attractivité urbaine, notre observation et les entretiens, nous avons pu mettre en évidence un ensemble de critères et d'indicateurs dans plusieurs domaines (correspondant à une attractivité générale (du cadre de vie, économique et touristique...) qui sont nécessaire pour corriger l'attractivité urbaine de l'entrée Est de la ville de Jijel.

Tableau 07 : Evaluation des critères de AMC

Source : Auteurs

01	02	03	04	05
Très mauvais	Mauvais	Moyen	Bon	Très bon

CHAPITRE 03 : CHAMP D'INVESTIGATION :
EVALUATION DE L'ATTRACTIVITE URBAINE A L'ENTREE EST DE JIJEL

Tableau08 : Résultats d'évaluation par indicateurs de différents profils de l'entrée Est de Jijel.

Source : Auteurs

Domaine	Critères	Indicateurs	Type de l'indicateur	Note par indicateur	Note par critère	Note par domaine
Qualité de vie	Sécurité des biens et des Personnes.	Niveaux d'expositions au risques naturels et technologiques	Quantitatif	3	3.5	2.59
		Sécurité et tranquillité urbaine	Semi quantitatif	4		
	Qualité de L'espace urbain	Etat du bâti.	Qualitatif	5	2	
		Offre suffisante en espaces publics de qualité	Semi quantitatif	1		
		Qualité d'aménagement des espaces extérieurs (ambiances sonore et lumineuse)	Qualitatif	1		
		Qualité d'aménagement Extérieur (mobilier urbain, art urbain...)	Qualitatif	1		
	Attractivité Environnementale	Présence des ressources naturelles (eau, énergie et sol)	Semi quantitatif	3	3.33	
		Disponibilité et qualité des espaces verts	Semi quantitatif	1		
		Niveau de pollution	Qualitatif	3		

CHAPITRE 03 : CHAMP D'INVESTIGATION :
EVALUATION DE L'ATTRACTIVITE URBAINE A L'ENTREE EST DE JIJEL

	Attractivité résidentielle	Coût des logements.	Qualitatif	3	2.33
		Diversité de logements.	Quantitatif	1	
		Confort du logement (taille, sanitaire, aération.)	Qualitatif	3	
	Infrastructure et service nécessaire (offre en équipements)	Disponibilité des équipements de proximité (éducatifs, sanitaires,)	Quantitatif	2	2
		Proximité des écoles internationales	Quantitatif	2	
		Disponibilité des équipements culturels, et de loisir (cinémas, bibliothèque, centre culture	Quantitatif	4	
		Disponibilité de l'offre commerciale.	Quantitatif	1	
		Disponibilité et accessibilité, appréciation et réputation de la qualité des services.	Qualitatif	1	
	Offre de transport et mobilité adapté	Densité des réseaux, automobiles, bus taxis ferroviaires	Quantitatif	2	3
		Position au sein des réseaux de transport interurbain (Liaison du site avec les routes nationales, capacité de gare routière,	Quantitatif	3	
		Proximité portuaire	Qualitatif	4	
	Accessibilité et stationnement	Variété des moyens de transport en commun (train, bus, tramway)	Semi quantitatif	2	

CHAPITRE 03 : CHAMP D'INVESTIGATION :
EVALUATION DE L'ATTRACTIVITE URBAINE A L'ENTREE EST DE JIJEL

		Offre en termes de places parking	Quantitatif	2	2	
Infrastructures Touristiques Ressources naturelles et paysage	Hébergement de qualité	Disponibilité des hôtels	Quantitatif	1	1	1.85
		Disponibilité du complexe touristique ...etc.	Quantitatif	1		
	Infrastructure de sports	Existence des terrains pour différents sports	Quantitatif	1	1.5	
		Existence des complexes sportifs	Quantitatif	2		
	Infrastructures de loisir et de Consommations	Existence des centres commerciaux	Quantitatif	1	1	
		Existence des parcs et les centres de loisir et les espaces de jeux	Quantitatif	1		
		Existence des restaurants de haute gamme	Quantitatif	1		
		Agences de voyages	Quantitatif	1		
	Monument historique et patrimoine	Nombre de monuments inscrits et / ou classés	Qualitatif	1	1	
	Environnement naturel	Climats, Reliefs, caractéristiques topographiques, géomorphologiques, végétation	Qualitatif	4	3	
		Valeurs paysagères attribuées au territoire.	Qualitatif	2		
	Facteur naturels (Qualité du milieu naturel)	Présence d'une façade maritime	Quantitatif	4	3.5	
		Existence des rivières, lacs	Quantitatifs	3		
Espaces protégés	Proximité des Parc national, parc naturel,	Quantitatifs	2			

CHAPITRE 03 : CHAMP D'INVESTIGATION :
EVALUATION DE L'ATTRACTIVITE URBAINE A L'ENTREE EST DE JIJEL

		parc animalier, les grottes... autre réserve.			2	
Equipements Structurants (économie)	Equipement de service aux entreprises	Disponibilité des services nécessaires aux entreprises (cabinet conseils, services après-vente, avocats, commerce...etc.)	Quantitatifs	1	1	1.66
	Equipement stratégique	Existences des équipements administratifs	Quantitatifs	5	3	
		Existence d'équipements phares culturels et éducatifs drainant d'importants flux de visiteurs nationaux et internationaux	Quantitatifs	3		
		Existence des équipements structurants (aéro- portuaire, routier).	Quantitatifs	1		
	Niveau de développement des Technologie de communication	Nombre d'agence de publicité	Quantitatifs	1	1	
		Existence des maisons technologiques	Quantitatifs	1		

CHAPITRE 03 : CHAMP D'INVESTIGATION :
EVALUATION DE L'ATTRACTIVITE URBAINE A L'ENTREE EST DE JIJEL

3.4.2.2 Graphes d'évaluations : représenter l'état de l'attractivité par critère

Afin de résumer les résultats du tableau, il est utile de dresser 3 graphes synthétiques qui se rapportent à l'évaluation de chaque domaine par critères à l'aide de différents indicateurs selon leurs natures

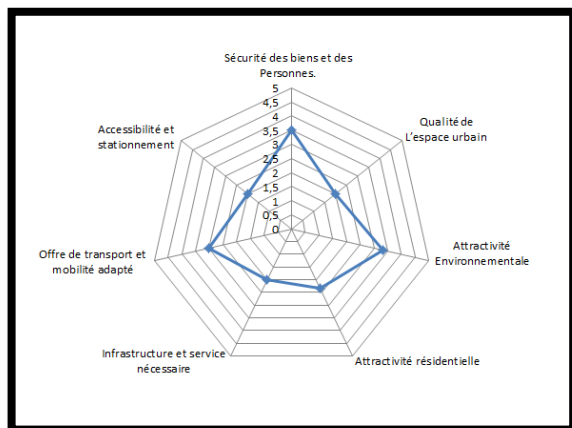


Figure 29 : Profil des performances relatif au domaine des qualités du cadre de vie.

Source : Auteurs

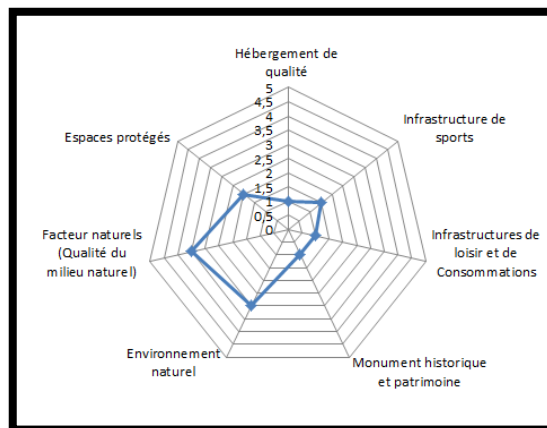


Figure30 : Profil des performances relatif au domaine d'infrastructures touristiques

Source : Auteurs

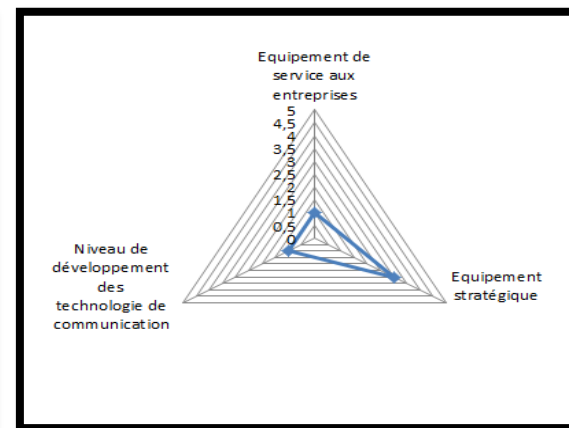


Figure 31 : Profils des performances relatif au domaine des équipements structurants.

Source : Auteurs

CHAPITRE 03 : CHAMP D'INVESTIGATION :
EVALUATION DE L'ATTRACTIVITE URBAINE A L'ENTREE EST DE JIJEL

Après la représentation des graphes selon les domaines, nous présentons l'évaluation sous forme d'un tableau qui nous montre les points suivants :

Tableau 09 : Lecture synthétique des profils des domaines d'attractivité urbaine de la ville de Jijel.

Source : Auteurs

Etat de profil des performances relatif au domaine de qualité du cadre de vie	Etat de profil des performances relatif au domaine d'infrastructures touristiques ressources culturelles	Etat de profil des performances relatif au domaine des équipements structurants
<ul style="list-style-type: none"> • Aucun critère n'atteint la valeur optimale (note 4 ou 5) • Trois critère / sept se situent dans un Intervalle moyen, mais doivent être améliorées • La qualité de l'espace urbain, accessibilité et stationnement, attractivité résidentielle offre en équipement affichent des valeurs au-dessous de la moyenne qui doivent 	<ul style="list-style-type: none"> • cinq critères/ sept affichent des valeurs au-dessous de la moyenne. • L'indicateur relatif à « Facteur naturels (Qualité du milieu naturel, Environnement naturel) » se trouve dans un intervalle moyen • Les résultats des critères représentant ce domaine confirme le manque des infrastructures touristiques dans l'entrée est de la ville de Jijel. 	<ul style="list-style-type: none"> • Les indicateurs relatifs à « <i>la disponibilité Des équipements de service aux entreprises</i> » affichent des valeurs très faibles. Alors que les indicateurs relatifs au « <i>équipement stratégique</i> » se trouve dans <ul style="list-style-type: none"> • Un intervalle moyen, mais doit être améliorées.

3.4.2.3 Profil général d'évaluation de l'attractivité de l'entrée Est de Jijel.

Afin de synthétiser les trois graphes radars et le tableau ci-dessus et évaluer les différents critères, par des indicateurs spécifiques à chaque domaine, il est utile de dresser un graphe synthétique qui se rapporte à chaque domaines (cadre de vie, infrastructures touristiques et ressources naturelles, équipements structurants), les résultats /l'évaluation nous donne le graphe suivant

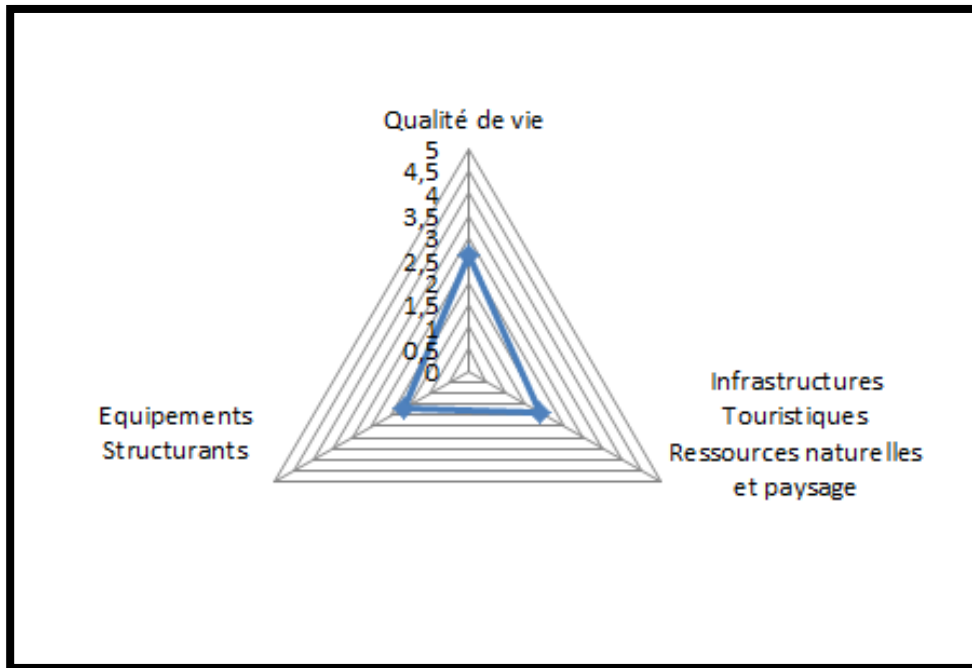


Figure 32: Profil général d'évaluation de l'attractivité de l'entrée Est de Jijel

Source : Auteurs

Tous les domaines nécessitent une mise à niveau urgente, en l'occurrence, le cadre de vie, infrastructures touristiques, alors que les domaines ; de ressources naturelles et paysagères, les équipements structurants représentent des forces d'attractions qui exigent leur préservation et leur développement afin de répondre aux aspirations d'une population diversifiée.

3.4.3 Analyse SWOT :

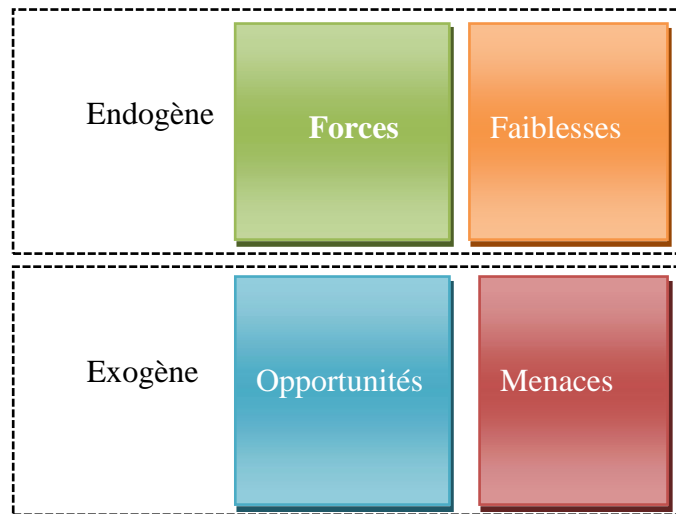


Figure33 : Méthode d'analyse SWOT

Source : www.manager-go.com

3.4.3.1 Axes d'analyse SWOT

• **Axe interne :**

Le diagnostic interne recense les caractéristiques actuelles de l'organisation, vues comme des forces ou des faiblesses selon les activités exploitées.

Elles concernent généralement : les ressources humaines, les capacités de production, les capacités financières, les savoir-faire détenus (voir la méthode VRIO).

Forces : ressources possédées et/ou compétences détenues conférant un avantage concurrentiel.

Faiblesses : manque au regard d'un, voire plusieurs facteurs clés de succès ou bien face aux concurrents.

Axe externe :

Le diagnostic externe énumère des éléments qui ont un impact possible sur l'entreprise.

Opportunités : l'environnement de l'entreprise peut présenter certaines zones de potentiel à développer. Il convient de les identifier.

Menaces : certains changements en cours ou à venir, peuvent avoir un impact négatif sur les activités de l'entreprise.

3.4.3.2 Matrice d'analyse

Fort de ces informations, comment les retravailler pour en extraire la substantifique moelle ? Voici une organisation possible des données : création d'une **matrice SWOT** croisant les éléments internes et externes.

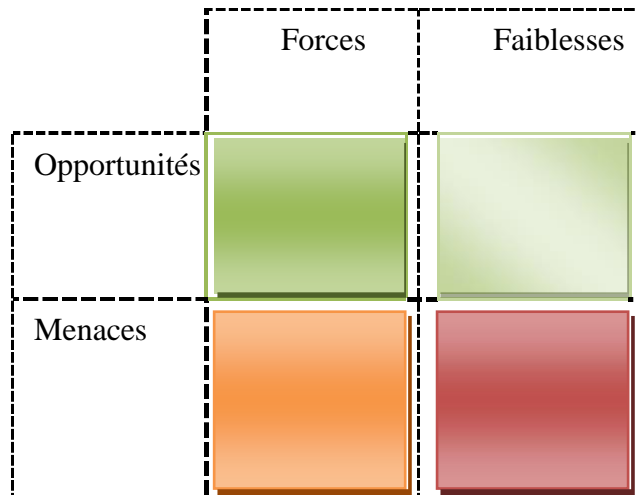


Figure 34 : Matrice SWOT

Source : www.manager-go.com

3.4.3.3 Explicitation des cadrans :

Forces / opportunités : la priorité maximale. Vous êtes sur un domaine potentiel avec de réelles capacités de développement. Vous devez vous interroger sur les options à votre disposition pour tirer parti de cette opportunité.

Faiblesses / opportunités : les opportunités sont là, mais vous ne détenez pas les atouts nécessaires. La question à se poser est de savoir si la faiblesse peut être levée ou non afin d'exploiter ce potentiel.

Forces / Menaces : une question stratégique - comment employer vos atouts pour vous défendre face à la menace identifiée ?

Faiblesse / Menaces : situation potentiellement dangereuse. Évaluez le risque pour savoir s'il est nécessaire d'organiser votre défense et dans l'affirmative, définir comment procéder

3.4.3.4 Stratégies d'analyse SWOT

Origine interne (Organisationnelle)	<i>Opportunités</i> O	<i>Menaces</i> T
<i>Origine externe</i> (origine=environnement)	<i>Opportunités</i>	<i>Threats</i>
<i>Forces</i> S <i>Strength</i>	Stratégie d'attaque : Tirez en le maximum	Stratégie d'ajustement :rétablis les points forts
<i>Faiblesses</i> W	Stratégie de défense : Surveillez étroitement concurrence	Stratégie de suivie Contournez les difficultés
<i>Weaknesses</i>		

Figure 35 : Stratégies d'analyse SWOT

Source : <https://www.mareuse.com/conseil/conseil-en-strategie/swot/>

CHAPITRE 03 : CHAMP D'INVESTIGATION :
EVALUATION DE L'ATTRACTIVITE URBAINE A L'ENTREE EST DE JIJEL

Tableau10 : Analyse SWOT ; analyse endogène et exogène par domaine

Source : Auteurs

Domaine		Atouts et opportunités	Faiblesses et menaces
Qualité de cadre de vie	Endogène	<ul style="list-style-type: none"> -Emplacement stratégique près de la mer attire les citoyens pour s'installer et habiter -Tracé viaire régulier et normalisé -Bonne accessibilité grâce à deux voies importantes et structurantes ; la RN43 et l'évitement sud -Disponibilité des infrastructures de transport -Présence d'un nombre important des équipements essentiels donne une grande attraction au site(niveau d'influence des équipements) -Présence des équipements culturelles (la bibliothèque, centre de formation professionnelle, musée el Moudjahid, théâtre régional) -L'existence d'une clinique spécialisée en service. 	<ul style="list-style-type: none"> -Une mono fonctionnalité dont la majorité des équipements sont des types administratifs donc un manque flagrant de l'activité commercial, les équipements éducatifs et les lieux de loisirs -L'utilisation des surfaces limitées pour l'habitat (absences des aires de jeux, espaces de rencontre, espace de stationnement), par contre un gaspillage remarquable au niveau des équipements. -L'inexistence d'un équipement sanitaire publique -Le passage d'une ligne électrique moyenne tension, et le gazoduc qui engendre un risque

CHAPITRE 03 : CHAMP D'INVESTIGATION :
EVALUATION DE L'ATTRACTIVITE URBAINE A L'ENTREE EST DE JIJEL

	Exogène	<ul style="list-style-type: none"> -présence de deux pôles universitaires et des centres de formation professionnelle -Réseau viaire bien structuré -Sécurité et tranquillité urbaine. -Accessibilité en voie d'amélioration grâce à l'achèvement des travaux de dédoublement de voie Jijel – Constantine, Jijel – Bejaia et la bretelle vers autoroute Est- Ouest ainsi que la réalisation des aéroports capacité de 250000 passagers. - Qualité environnementale acceptable ; pollution atmosphérique, physique ou sonore... 	<ul style="list-style-type: none"> -Manque de services du secteur tertiaire supérieur - Mauvaise qualité de cadre de vie : -Dégradation de l'environnement urbain, mauvaise image du paysage (qualité des espaces publics, cadre bâti, espaces verts...etc.) -Absence d'une identité architecturale et urbaine
Tourisme	Endogène	<ul style="list-style-type: none"> -Un emplacement à la porte de la ville renforce l'attractivité du site. -Présence d'une façade maritime qui peut mettre en valeur les potentialités touristiques du site (nouvelle image de la zone) . 	<ul style="list-style-type: none"> -Manque des complexes touristiques. -Manque des établissements hôteliers . -Absence des espaces de consommation rayonnante et attractive (centres commerciaux, espaces de loisirs...) -Absence de notion de rue (animation urbaine) remplacé

CHAPITRE 03 : CHAMP D'INVESTIGATION :
EVALUATION DE L'ATTRACTIVITE URBAINE A L'ENTREE EST DE JIJEL

		<ul style="list-style-type: none"> -Disponibilité des terrains favorables à la construction qui peut servir à l'implantation de nouveaux équipements touristiques -La possibilité d'exploitation des retenues collinaires pour mettre en valeur le paysage naturel 	<ul style="list-style-type: none"> par les clôtures -Manque de restaurant haute gamme -Espace public non animé -Les logements sont placés sur des terrains a forte pente -L'effet patchwork absence de l'harmonie entre les équipements qui donne à la porte de la ville une image déformée -Manque d'une identité distinctive et affirmée l'entrée de la ville
	Exogène	<ul style="list-style-type: none"> -Une position géographique permettant de jouer un rôle pivot dans les échanges internationaux. (Porte méditerranéenne, Débouché portuaire préférentiel pour une bonne partie de la région des Hauts Plateaux Est et le Sud du pays.) -Richesse paysagère parmi les plus beaux du bassin méditerrané (mer, corniche, littorale, lac...) -Fort potentiel touristique 19 Zones d'Expansion Touristique (ZET) avec une surface totale de 4828 	<ul style="list-style-type: none"> -L'absence d'une vision stratégique capable de porter un projet global pour la ville. -Déficit en offre touristique (hébergement, restaurant haut de gamme) -Mauvaise exploitation des potentialités touristiques des zones d'Expansion Touristique -Insuffisance de la capacité d'accueil des équipements touristiques Concentration des infrastructures touristiques au

CHAPITRE 03 : CHAMP D'INVESTIGATION :
EVALUATION DE L'ATTRACTIVITE URBAINE A L'ENTREE EST DE JIJEL

		hectares, la première à l'échelle nationale -Un riche patrimoine classé -Proximité d'un parc animalier -Disponibilité de deux gares multimodales	niveau de la zones Ouest de la wilaya -Mauvais emplacement des gares multimodales(en plein périmètre urbain) provoquant des problèmes de circulation au niveau de l'entrée et la sortie de la ville
Economie	Endogène	-Proximité du port commercial Djen Djen	-Absence des investissements
	Exogène	-Disponibilité des 02 deux ports de pêche et de plaisance (Ziama Mansouria, El Aouana). -L'attrait de la ville pour des projets importants et des investisseurs, port de Denjean, aéroport, port de plaisance, complexe sidérurgique d'El Milia ...etc.)	-Insuffisance des investissements économiques et absence du marketing urbain -Mauvaise commercialisation du paysage naturel et urbain -Financement centralisé des projets (absence de l'auto financement.

D'après les résultats de l'analyse SWOT nous concluons que les forces du POS 26 sont nombreuses et diversifiées, ce qui nous mène à choisir une **stratégie d'ajustement** pour améliorer et valoriser l'attractivité du POS d'une part et la totalité ville de Jijel d'autre part.

Cette stratégie a pour objectif principale de maximiser et mettre en valeur les points forts du site et de minimiser et contourner les menaces présenter par l'environnement exogène : la ville de Jijel.

3.5 Conclusion

À la fin de notre approche pratique et après un travail de terrain poussé confronté à des méthodes d'analyses urbaines, nous pouvons conclure que l'attractivité urbaine de l'entrée Est de la ville de Jijel et son amélioration est possible grâce à la mise en place d'une stratégie touchant les domaines évalués, et que l'on peut traduire par les recommandations suivantes :

Sur le plan du cadre de vie il faut :

- Répondre au besoin croissant d'un environnement urbain sain offrant une bonne qualité de vie grâce à une durabilité sociale, économique et environnementale équilibrée.
- Programmer une réelle mixité fonctionnelle (habitations, services, équipements culturels, sportifs et d'enseignement et de santé) en se basant sur l'activité commerciale par la création de centres commerciaux, de pôle commercial ou de centres multifonctionnels.
- Améliorer la qualité et augmenter le nombre des lieux de détente, de promenade, des espaces de loisir, des espaces publics, des espaces verts, des espaces de rencontres et des aires de jeux, à la fois pour les résidents, les employés et les visiteurs en facilitant leur accessibilité en vue de favoriser la mixité sociale dans le site.
- Assurer une facilité de déplacement et de desserte par différents modes de transports en promouvant le transport en commun et les modes de déplacements doux et en améliorant les services de stationnement.
- Diversifier l'offre en logements et améliorer leurs qualités (délimiter leurs surfaces, traiter l'espace environnant afin d'assurer le confort), fusionner les habitats avec les différents services et exploiter les locaux concentrés aux RDC par de multiples activités commerciales.

Sur le plan touristique il faut :

- Exploiter les retenues collinaires par des projets attrayants pour améliorer le côté touristique du site tel que un parc urbain, parc zoologique ...
- Implanter des infrastructures et des activités de loisir, de sport et de culture pour redynamiser le tourisme sur le site et promouvoir son attractivité urbaine et animer le territoire / ville.
- Favoriser l'homogénéité entre les différents équipements par un traitement de façades, volumes et toitures afin de créer une façade urbaine harmonieuse pour doter le site d'une image pittoresque touristique.

CHAPITRE 03 : CHAMP D'INVESTIGATION :

EVALUATION DE L'ATTRACTIVITE URBAINE A L'ENTREE EST DE JIJEL

- Attirer les touristes en promouvant des investissements économiques à court et moyen terme et en assurant des postes d'emplois aux habitants résidents et non-résidents pour hausser la cohésion sociale et le sentiment de fierté et d'appartenance.
- Augmenter l'esthétique des espaces publics en reflétant l'image et l'identité du quartier et tendre à apporter le confort pour afficher un sentiment positif aux habitants.

Sur le plan économique il faut :

- Assurer des actions de marketing urbain et de développement local pour promouvoir l'offre nouvelle du territoire, qu'elle soit résidentielle, commerciale ou économique...) auprès de chacun des publics concernés (investisseurs, touristes, hommes d'affaires, habitants, grand public) en vue de renforcer l'attractivité urbaine.
- Promouvoir la dynamique économique par la création des emplois et diversifier les activités.
- Assurer la cohésion économique en encourageant investissements et en créant des entreprises porteuses.
- Valoriser les infrastructures et les potentialités déjà présentes et la nouvelle offre de la ville à travers une stratégie de marketing urbain grâce à la communication

L'objectif initial de cette recherche était l'amélioration des zones résidentielles à l'entrée de la ville par l'attractivité urbaine. Notre contribution scientifique se veut donc un essai de présentation d'une nouvelle manière de voir et d'aborder cette problématique, en mettant l'accent sur trois piliers

De notre recherche théorique, il ressort que la question de l'attractivité urbaine apparaît comme une piste féconde pour améliorer les zones résidentielles. L'objectif de renforcement l'attractivité urbaine, insiste sur la qualité du cadre de vie qui est devenu un enjeu incontournable lié à un ensemble de critères nécessaires pour l'évaluer. Pour cela, il devient important de mettre en œuvre un réel effort lié au : bien être des individus, à la santé, à la sécurité, au niveau de services auprès des usagers, de l'accessibilité par les transports en commun. Ainsi nous pouvons ajouter d'autres actions très concrètes telles que : la valorisation des composantes paysagères de l'espace, la qualité environnementale (la qualité des espaces publics, la qualité architecturale). Ces éléments constituent un socle d'analyse du cadre de vie qui permet l'amélioration de l'image de la ville.

L'attraction des touristes et des investisseurs ne doit pas être considérée comme une finalité en soi, mais comme un moyen pour atteindre l'objectif d'animer les zones résidentielles et marquer leur entrée. L'attractivité touristique se mesure par le nombre d'arrivées et de séjours, de dépenses et de projets menés dans ce contexte (hébergement par les complexes touristiques, les hôtels, centres multifonctionnels, centres balnéaires, parcs urbains). Si une telle stratégie est adoptée à un territoire, il devient attractif inévitablement.

D'autre part, nous avons, abordé l'attractivité économique, en valorisant et en remettant en marche les infrastructures et les potentialités déjà présentes et la nouvelle offre de la ville à travers une stratégie de marketing par la création des entreprises et l'encouragement des investissements. L'offre de postes d'emplois par la diversification des activités et un réel développement local à travers la mobilisation des acteurs publics et privés visent à améliorer le mode de vie des habitants et des visiteurs et à assurer leurs besoins essentiels.

Enfin, on peut dire que la combinaison entre l'attractivité touristique, économique, et celle du cadre de vie est une stratégie qui confirme son aptitude à engendrer des effets positifs sur la ville. Sur le plan économique (richesse créée, emplois générés, etc.), sur le plan social (l'attractivité développe l'identité locale et incite l'amélioration du bien-être et la qualité de vie d'une population diversifiée : habitants, touristes, investisseurs, etc.) et sur le plan urbain

CONCLUSION GENERALE

(L'attractivité nécessite la mise en œuvre d'un urbanisme de qualité), elle constitue un levier puissant du développement socio-économique durable des territoires urbains.

BIBLIOGRAPHIE :

1. Abbaci, S.2013 : Les inégalités écologiques en milieu urbain et leur impact sur l'attractivité des quartiers cas d'étude : Annaba. Mémoire de magister en architecture. P 14.
2. Aboulkeir, D. septembre 2018. Cadre de vie et attractivité. Agence de développement et d'urbanisme de Lille Métropole
3. Badrani S, 2006. L'Algérie veut ses pôles de compétitivité : *Territoires en quête d'avantage compétitifs*. In journal El WATAN du 11 Décembre 2006.
4. Barbier, Q.2015-2016 : la place des entrées de ville dans l'urbain généralisé. Master 2. Pro Aménagement et Urbanisme.
5. Bensoussan, B, Janvier 2009. « *Le développement durable, facteur d'attractivité maîtrisée des villes moyennes* », centre de ressources interrégional des acteurs de la politique de la ville et du développement territorial., n 04, p 01
6. Boivin, M. 2016 : le rôle du développement durable dans l'attractivité touristique urbaine. Thèse. Université Montréal.
7. Borja, J. 2007.L'attractivité des territoires : Regards croisés.
8. Bouseloua, S.20 mars 2009. « *Histoire de Jijel, la monographie de la wilaya de Jijel* ». P 9-20
9. Boyer. 2003.« *le tourisme, essai de définition* ».
10. Brundtland, G.H.1978 Rapport de Brundtland, Définition de développement durable
11. Brunet, R.1992 « *Les mots de la géographie. Dictionnaire critique* ». Paris.
12. Cagni, Pascal&Lecourtier, Christophe. 2020.Tableau de bord de l'attractivité de la France. Edition Business France
13. Calais. Insee Service Études et Diffusion. n°104
14. Cazes, G. 1992. « *Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs* »
15. Charbonneau, J.P.2008., Développement urbain, attractivité et vie démocratique locale. Edition Collectivités locales : seulement une question d'institutions. P25
16. Charleroi. 2011. « *Bassin de Ville Bassin de vie Actes du colloque* »
17. Crevier, L.2017. Animer le territoire, territorialiser l'animation. Edition Carrières Sociales. Bordeaux. P 49
18. Cusin, F.& Damon, J. 2010. « *L'attractivité des villes: définitions, enjeux et mesures* ».P108

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

19. Cusin, F&Damon, J.2010. « *Les villes face aux défis de l'attractivité, enjeux et stratégies urbaines* ». P 26.
20. Deisting, F& Paumard, P.2012. Développement durable et attractivité des territoires. Marchés et organisations, N° 16, p. 53-75
21. Eduscol.2019. Dictionnaire. Ressources de géographie pour les enseignants. Géo-confluence
22. Etude pour le Forum d'Avignon. *La culture, enjeu économique ou symbolique pour le développement des territoires ?* Ineum Consulting 04.
23. Fabre, J& H3, N.2012. « *L'attractivité des villes* ». Synthèse étude. Insee Service Études et Diffusion n°104. P08
24. Fabre, J.&Hosdez, N. 2012. Ressorts et enjeux de l'attractivité des territoires du Nord-Pas-de- Calais
25. Fabry, N. 2009.les clusters de tourisme, la compétitivité des acteurs et l'attractivité des territoires, www.cairn.fr.
26. Farrachi, A.2007.Petit lexique d'optimisme officiel, Editeur Fayard
27. Fernandez,A. 12 janvier 2021. Analyse SWOT, l'outil stratégique
28. Florida .2006 : « *The Rise of the Creative Class* ». Cité par Roy-Valex, M : La classe créative et la compétitivité. Urbaine, Culture et économie ou l'envers et l'endroit d'une théorie. Collection Économie politique. Université du Québec. P 326
29. Fréjeville, F. 2006. Entrer en ville, Rennes. Presses universitaires
30. Frobert, S. 1999. Entrées de ville, Dossier bibliographique. Rapports d'Etude. Lyon
31. Genoe. Août 2013. « *Les zones résidentielles et de rencontre* ».
32. Gomez, N.L.2007. Attractivité territoriale : Perception et identification. IAAT Institut atlantique d'aménagement des territoires
33. Gomez, N.L.2010. : Attractivité et identité, liens et enjeux dans la construction d'une métropole : le cas de Mexico (1977–2007) à travers trois exemples de projets d'aménagement. Thèse de doctorat. Architecture, aménagement de l'espace. Université PARIS -EST
34. Hatem, F. 2004. « *ATTRACTIVITE : DE QUOI PARLONS-NOUS ?* ». Édition Revue Pouvoirs locaux. n °61
35. Lautier, V& Varin, F.2007 villes Fondation Rues principales, l'urbanisme commercial dans le contexte du développement durable, article, 2007, p07.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

36. Lessard .2003. Cité dans ROCHER en 2013.p14.
37. Marin, F. 2010.Blog d'Alfeo
38. Mathieu, P.2017 : Appel à communications EUGEO, Sith EUGEO Congress, on the Géographie of Europe, Attractivité territoriale et qualité de vie. Thèse. Université Clermont Auvergne
39. Mcintosh, W. 1977. « *Tourism : Principles, Practices, Philosophies* ». P 283
40. Menage, P.2011 : Mise en réseau d'acteurs et compétitivité territoriale. Thèse. Université. François Rabelais de Tours. Soutenu le 1er décembre 2011
41. Meyronin, B.2009.Le marketing Territorial : enjeux et pratiques .Revue Organisations & Territoires.Paris.Vuibert.p 35
42. Moucer, S&Sahraoui, A.2018-2019 : Conception d'un quartier résidentiel Site : ville nouvelle de Bouinan.Master II en architecture.
43. Musson, A.2010. « *Revue de littérature sur les indicateurs d'attractivité et de développement durable : Vers un indicateur d'attractivité durable* », Géographie, économie, société, Vol. 12, p 199
44. Noisette & Vallerugo. 1996.Le marketing des villes Un défi pour le développement stratégique.
45. Olszak,E. 2010. Développement durable et attractivité des territoires dans l'Union Européenne, opposition ou convergence ? Géographie, économie, société. P 279
46. Otchia, C .2006 : Les déterminants de la qualité de l'habitat à Kinshasa. Mémoire master 2. Économie mathématique. Université de Kinshasa.
47. Rey.J , Rey.D ,Robert.P.1967 « *le Petit Robert.Dictionnaire de la langue française.* » . Edition, Dictionnaire Le Rober, France.
48. Paul Augé. 1948. « Le Petit Larousse. Dictionnaire de la langue française ». Edition du centenaire de la Librairie Larousse.
49. Philippe, K.2015. Rapport d'information sur l'investissement étranger en France. Édition Assemblée nationale. P 54.
50. PQN-A. Octobre 2020. L'animation de la Politique de la ville en Nouvelle-Aquitaine .
51. Racine, J.1993 : La ville entre Dieu et les hommes. Genève. Presses Bibliques et Universitaires

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

52. Sauvin, T.2015. « *Entreprises et territoires, Des liaisons dangereuses* ». Editeur :
Armand Colin
53. Sassen, S.1999.La métropole : Site stratégique et nouvelle frontière, Culture& conflits
Partie 01, P.33.P345.
54. Serval, S.2015 : Les managers territoriaux face à l'attractivité durable de leurs
territoires. Mémoire de magister. Université Aix Marseille.
55. Sueur, J. P. (2010-2011). Rapport d'information :ville du futur,futur des villes ;Quels
avenir pour les villes du monde? .
56. Thiard, P.2007. « Attractivité et compétitivité : offre territoriale, approches marketing
et retombées ». In Collectif. L'Attractivité des territoires : regards croisés. Actes des
séminaires. P 47-P 48.

Site internet :

URL :<https://grand-est.dreets.gouv.fr/C-est-quoi-la-politique-de-la-ville>

URL: <https://www.cnrtl.fr/definition/habitat>

URL: https://www.researchgate.net/figure/A-simplified-formula-to-calculate-sample-size-Yamane-1967_fig4_281629128

Annexe 01 : analyse architecturale du pos 26

Typologie du bâti :

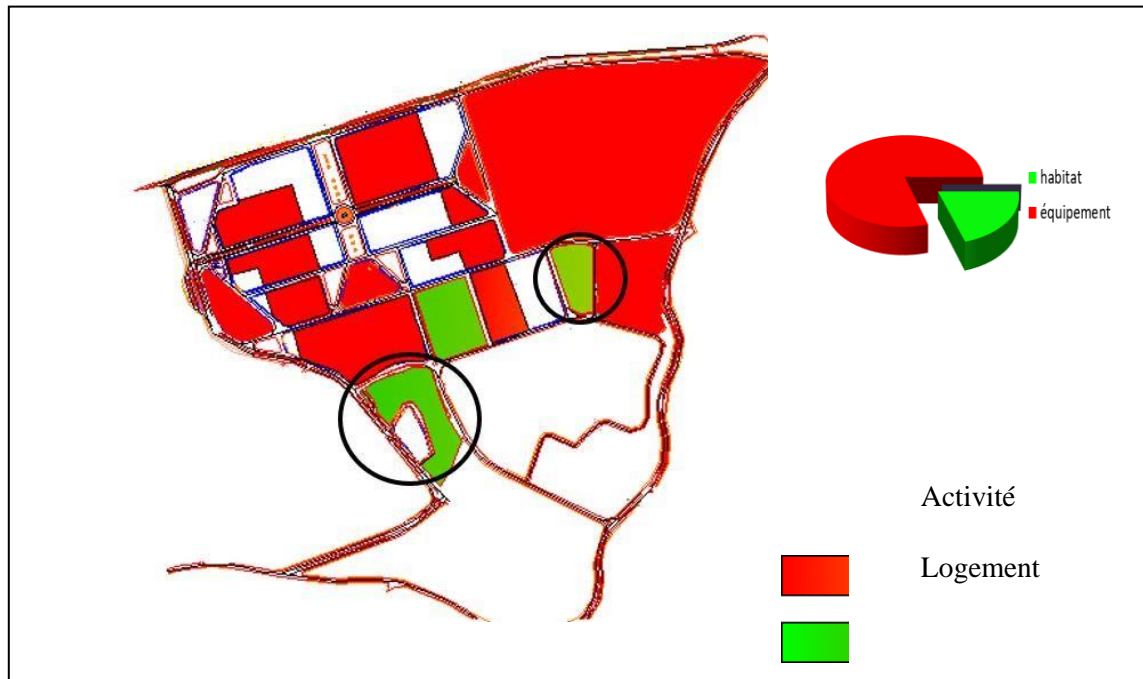


Tableau : Typologie du bâti

Source : Auteurs

typologie	équipement	habitat
Surfaces (m ²)	200419,66	51039,62
pourcentage(%)	79,7	20,3

- Pos ou les équipements possède un têt élevés par rapport aux habitats.
- Une concentration remarquable des habitations dans la partie Sud-Est et Sud-Ouest du site
- Concentration des habitats dans une forte pente

Typologie des logements :

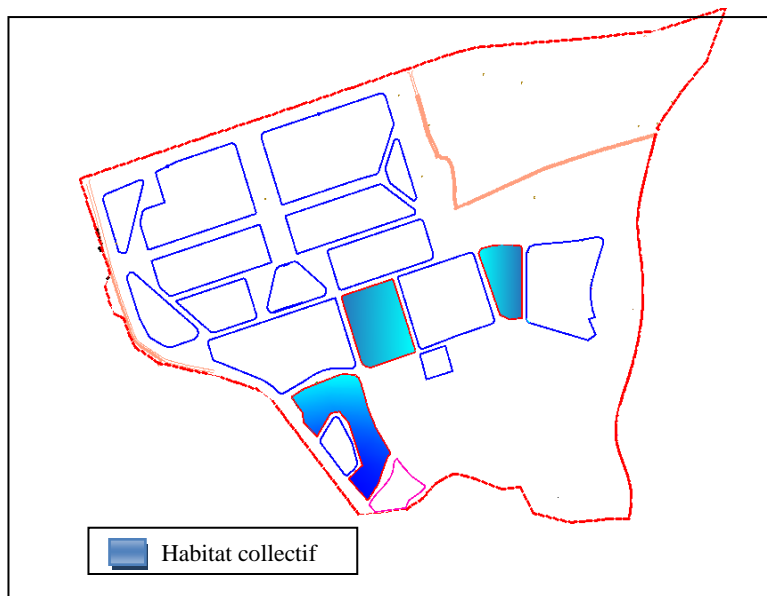


Tableau : Typologie de l'habitat

Source : Auteurs

Typologie d'habitats	Habitat collectifs	Habitat individuel
nombre	590+200+300=1090	0
Pourcentage	100	0

Les logements sont Totalemment collectifs ; LPP, social

Typologie des activités :

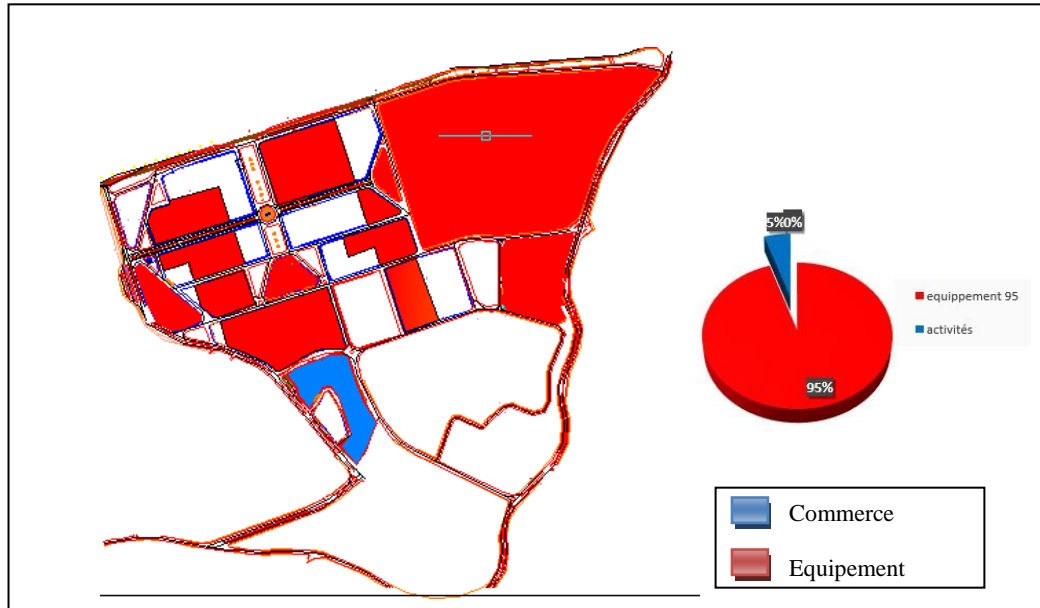


Tableau : Typologie des activités

Source : Auteurs

Typologie des activités	équipement	commerce
pourcentage	95	5

- La majorité des activités sont des équipements
- L'insuffisance d'activités commerciales qui sert à la vie quotidienne des citoyennes.

Typologie des équipements :

Tableau : Typologie des équipements

Source : Auteurs

	Administratif	Sanitaire	Éducatif	culturel	loisir	Militaire
Inspection de travail	Centre des impôts	Clinique médical spécialisé	Equipement scolaire lycée	Musé de moudjahid	Salle omnisport	La gendarmerie
Direction el moudjahidin	Direction de travaux public	Laboratoire du contrôle de la qualité et l'emballage		Bibliothèque de la wilaya		
Direction de culture	Direction de service agricole			Institut de formation professionnelle		
Siégé ADE	Direction de sport			Théâtre régional		
Centre d'archive de wilaya	Direction de commerce					
DIRECTION DE TRANSPORT	Direction de l'environnement					
Siège control financier	Direction de tourisme					
Centre foncier intercommunal	Direction des équipements publics					
Complexe télécom	La DUC					
COUR DE JUSTICE	TRIBUNAL ADMINISTRATIF					
Direction de service agricole	Centre de proximité des impôts Jijel					
Ministère de Finances	CDI					
Direction de l'emploi de la wilaya	CACOE					

Tableau : Synthèse du tableau ci-dessous

Source : Auteurs

Typologie	Administratif	Sanitaire	Éducatif	culturel	loisir	militaire
Nombre	26	2	1	5	1	1
Pourcentage	72,22	5,55	2,77	13,88	2,77	2,77

- La majorité des équipements sont de type administratif 70
- Un manque flagrant de l'activité commercial, activité touristique, économique et lieux de loisirs

Typologie des équipements selon l'état

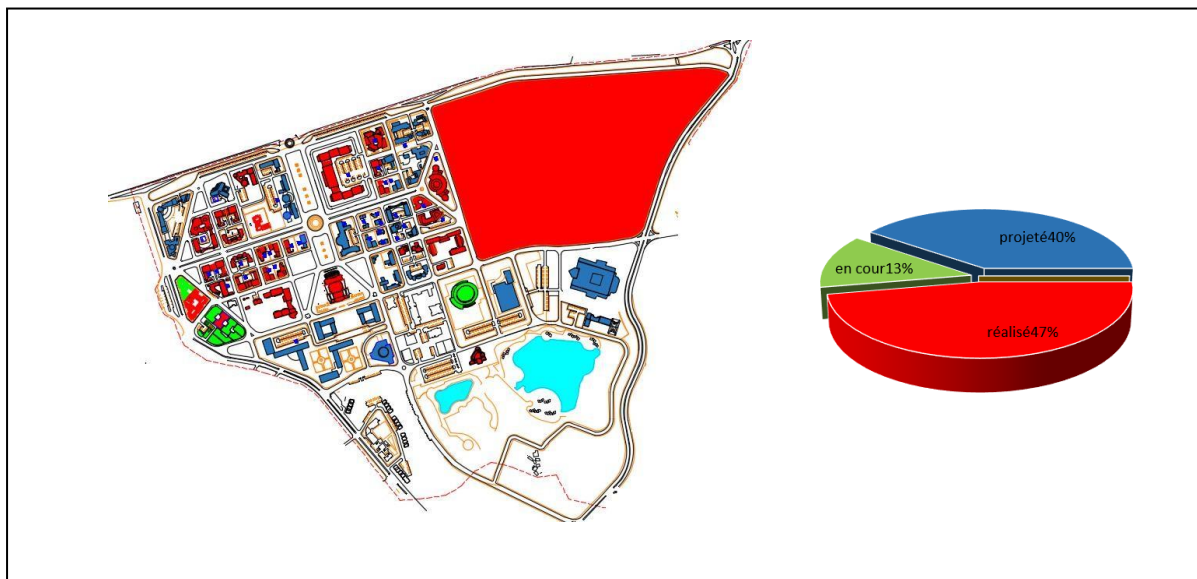


Tableau : Typologie des équipements selon l'état

Source : Auteurs

Équipement	réalisé	En cour	projetés
nombre	33	9	28
pourcentage	47,15	12,85	40,00

- La majorité des équipements sont réalisé

Annexe 02 : Enquête par entretien :

Thème 1 : L'entrée Est de la ville de Jijel et sa qualité de vie auprès les habitants, employés

Q1-Comment trouvez-vous l'entrée Est de Jijel en comparaison avec son entrée Ouest ?

Q2-D'après vous est ce que le site est accessible ?

Q3-Ya-t-il une variété des moyens de transports ?

Q4-Existent-ils des places de parking pour le public ?

Q5-A votre avis quel sont les avantages d'habiter ou travailler ici ?

Q6-Êtes-vous satisfait d'habiter ou travailler ici (situation, typologie de logement, aération ...) ?

Q7-Qu'est-ce que vous faites pendant le temps libre ?

Q8-Pendant votre temps libre, trouvez-vous des espaces publics et des espaces verts pour vous reposer ?

Q9-Comment trouvez-vous la qualité de vie à l'entrée Est de la ville de Jijel ?

Q10-Quelle est votre évaluation de la disponibilité de l'offre commerciale ?

Q11-Quelle est votre évaluation de la qualité et de l'accessibilité des services ?

Pensez-vous que votre site est sécurisé ?

Q12-D'après vous quels sont les problèmes les plus graves dans ce site ?

Q13-Quels sont les activités manquantes et qui rendent le site attractif ?

Thème 2 : L'attractivité à l'entrée Est de la ville de Jijel

Q1-Trouvez-vous que l'entrée Est de la ville de Jijel est capable d'attirer les touristes, les investisseurs et les habitants ? pourquoi ?

Q2-Pensez-vous que ce périmètre doit être dédié au tourisme, aux investisseurs, aux ces habitants ? pourquoi ?

Q3-Quels sont les atouts de l'entrée Est de la ville de Jijel qui peuvent constituer un levier d'une stratégie d'attractivité ?

Q4-Quelles sont les rôles que l'entrée Est de la ville de Jijel devrait jouer pour être attractive et rendre la ville elle-même attractive ?

Q5-Qu'est ce qui selon vous caractérise le mieux cet endroit, et lui donne une ambiance particulière ?

Q6-Quels sont les éléments qui peuvent construire l'image de l'entrée de la ville ?

Q6-Au niveau de territoire willayal, pensez-vous que cet espace jouer un rôle initial ? qu'il puisse par exemple d'être, d'une certaine façon un atout supplémentaire pour la wilaya de Jijel toute entier dans sa concurrence avec les autres villes environnantes ?

Guide d'entretien avec la DUC et les directions du pos 26 ?

Direction de tourisme

Q1 : Quels sont les projets qui étaient planifiés et pas encore réalisés ? Pourquoi ?

Q2Quels sont vos futurs projets concernant l'attractivité du site du côté touristique ?

Q3 : quelles sont les projets touristiques qui voudrez-vous proposés qui participent à l'attractivité de l'entrée Est de Jijel ?

Direction de l'environnement :

Q1 : Quels sont les projets qui étaient planifiés et pas encore réalisés ? Pourquoi ?

Q2Quels sont vos futurs projets concernant l'attractivité du site du côté environnementale ?

Q3 : quelles sont les projets qui voudrez-vous proposés qui participent à l'attractivité de l'entrée Est de Jijel ?

Direction de commerce :

Q1-Quels sont les projets qui étaient planifiés et pas encore réalisés ? Pourquoi ?

Q2-Pensez-vous que le commerce joue un rôle dans l'attractivité du site ?

Q3-Quels sont les types de commerce qui peuvent participer à l'attractivité de l'entrée Est de Jijel ?

Q4-Quels sont vos futurs projets concernant l'attractivité du site ?

Direction de transport :

Q1- Est-ce que les réseaux, automobiles, bus, taxis ferroviaires sont disponibles ?

Q2-Yat-il une variété des moyens de transport en commun (train, bus,) ?

3-Est-ce que les places de parking sont suffisantes pour le public ?

Q4-Est-ce qu'il y a une possibilité création d'un arrêt de bus au niveau du pos ?

ANNEXES

Annexe :

Annexe01 : Analyse architecturale du pos 26

Annexe02 : Enquête par entretien

RÉSUMÉ

Résumé :

Notre recherche a pour objectif d'améliorer les zones résidentielles situées aux entrées des villes par l'attractivité urbaine. Dans ce contexte, notre étude s'est focalisée sur les mécanismes et les critères qui déterminent et favorisent l'attractivité des territoires et des villes.

Nous avons pris, par exemple, l'entrée Est de la ville de Jijel comme modèle vivant pour mesurer l'attractivité de cette zone, Malgré son emplacement stratégique à la porte de la ville et surplombant sur une façade maritime, elle ne joue pas son rôle de refléter une image attrayante à la ville.

L'objectif ciblé de cette étude est de prouver que l'attractivité urbaine, qui repose sur plusieurs fractions, est le moyen efficace pour animer les zones résidentielles situées aux entrées des villes. Dans cet égard, cette recherche vise à saisir le concept d'attractivité urbaine, ses stratégies, et sa réflexion sur la revitalisation et l'amélioration des villes en général et les entrées de villes en particulier.

Ces fractions se résument par ; la qualité de cadre de vie qui est devenue un enjeu majeur et nécessaire pour toute stratégie urbaine, le tourisme qui est le vecteur d'attractivité urbaine et l'économie comme le levier puissant du développement, ses trois piliers doivent être combinés et interconnectés entre eux pour en faire une stratégie efficace.

Les mots clé : Attractivité urbaine, zones résidentielles, entrée Est de Jijel, animation urbaine.

RÉSUMÉ

Abstract

Our research aims to improve residential areas at cities through urban attractiveness. In this context, our study focused on the mechanisms and criteria that determine and promote urban attractiveness of territories and cities.

We have taken for example, the entrance of the city of Jijel as a living model to measure the attractiveness of this area, despite its strategic location at the door of the city and overlooking a maritime facade, it does not play its role. to reflect an attractive image to the city.

The targeted objective of this study is to prove that urban attractiveness, which is based on several fractions, is the effective way to facilitate residential areas at cities' entrances. In this regard, this research aims to seize the concept of urban attractiveness, its strategies, and its reflection on the revitalization and the improvement of cities in general and the entrances of cities in particular.

These fractions are summarized by; The quality of living environment that has become a major and necessary issue for any urban strategy, tourism that is the vector of urban attractiveness and the economy as the powerful lever of development, its three pillars must be combined and interconnected with each other to make it an effective strategy

Key words: Urban attractiveness, residential areas, East entrance to Jijel, urbain animation .

ملخص

هدفنا من هذا البحث العلمي هو تحسين المناطق السكنية الواقعة في مداخل المدينة عن طريق الجاذبية الحضرية، في هذا الإطار تمحورت دراستنا حول الاليات والمعايير التي تحدد جاذبية الاقاليم والمد وقد اخذنا على سبيل المثال المدخل الشرقي لمدينة جيجل كنموذج حي لقياس مدى حيوية هذه المنطقة.

فبالرغم من موقعه الاستراتيجي على بوابة المدينة والمطل على واجهة بحرية غير انه لا يقوم بتأدية دوره في عكس صورة جذابة للمدينة

المراد من هذه الدراسة هو اثبات ان الجاذبية الحضرية التي تقوم على عدة عوامل هي الوسيلة الفعالة لتحسين هذه المناطق السكنية الواقعة في مداخل المدن، ومن هذا المنظور فهذا البحث يهدف الى الاحاطة بمفهوم الجاذبية الحضرية، استراتيجياتها، وانعكاسها على إنعاش وتحسين الاقليم عامة ومداخل المدن خاصة، هذه العوامل المتمثلة في نمط الحياة التي أصبحت قضية رئيسية لكل استراتيجية حضرية السياحة التي تمثل شعاع الجاذبية الحضرية والاقتصاد كقوة رافعة للتنمية لا يمكن ان تقوم كل واحدة بحذ ذاتها على تأدية هذا الدور بل يجب دمج أركانها الثلاثة وتربطها لجعلها استراتيجية فعالة.

الكلمات المفتاحية: الجاذبية الحضرية، مناطق سكنية، المدخل الشرقي لجيجل، الحيوية الحضرية