



Les « nouveaux riches » du commerce mondialisé et leur rôle dans la transformation urbaine

Le cas de Sidi Mabrouk (Constantine, Algérie)

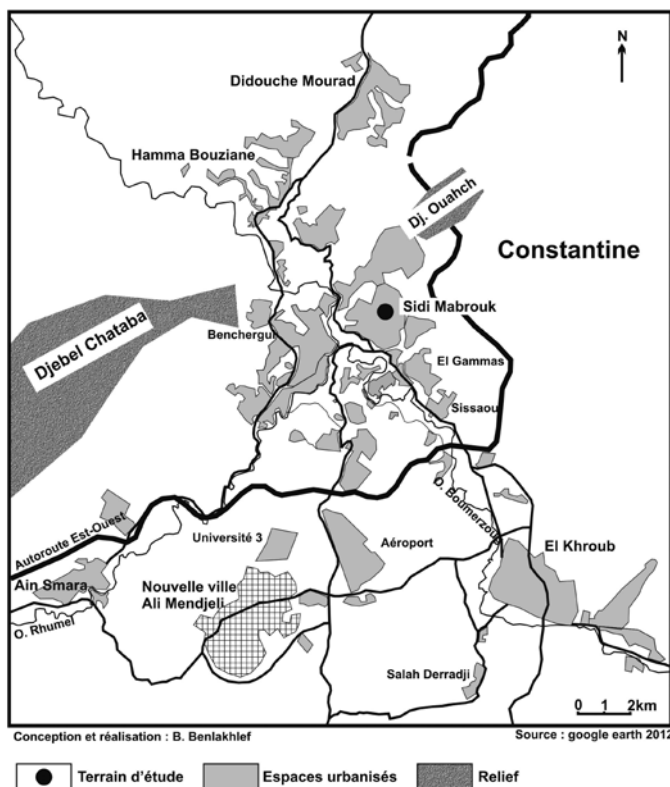
Brahim Benlakhlef
Pierre Bergel

Le quartier résidentiel de Sidi Mabrouk est situé à l'est de Constantine, en rive droite de l'Oued Rhumel. Édifié au temps de la colonisation, il propose un cadre paisible qui tranche avec l'animation et la densité d'un centre urbain pourtant proche. Depuis une quinzaine d'années, Sidi Mabrouk est en pleine transition. Le quartier devient un pôle commercial attractif pour la population du grand Constantine. Des centres commerciaux sortent de terre proposant des vêtements et des accessoires prisés par une clientèle jeune, « branchée » et solvable. Les vitrines illuminées, les marques internationales, la *world music* l'emportent peu à peu sur la quiétude.

De telles transformations ne sont pas propres à Sidi Mabrouk. Tirant parti d'une augmentation du niveau de vie et d'un climat général de prospérité, les activités commerciales sont en plein développement dans les villes algériennes, par exemple à Alger (Mérad, 2011). À Constantine, d'autres parties de la ville sont affectées par cette évolution, comme le secteur d'Onama/El Ghazi au sud-est (Bergel, Kerdoud, 2010). Mais le cas de Sidi Mabrouk est original car, contrairement aux situations les plus courantes, il s'agit d'un quartier ancien à l'écart des grands axes de circulation. Les investisseurs doivent donc composer avec la forme urbaine existante (parcellaire, voiries, constructions) et avec l'ancienne structure de la propriété. Ces contraintes orientent la transition, transformant ce quartier résidentiel en un pôle commercial de première importance (Zertal, 2010).

La seconde originalité tient aux auteurs de cette transition : des entrepreneurs originaires de la petite ville d'Aïn Fakroun, située à soixante kilomètres au sud. En même temps qu'ils investissent dans leur ville d'origine au cours des années 1990, les entrepreneurs *fakrounis* s'intéressent aux opportunités que peut présenter la capitale de l'Est algérien. En se déplaçant vers Constantine, ils étendent leurs activités du commerce informel à l'activité formelle, du souk au centre commercial, d'une chalandise classique

Sidi Mabrouk se situe dans la périphérie est de Constantine, sur la rive droite de l'Oued Rhumel



B. Benlakhlef, octobre 2011

à des produits « tendance » (Tarrius, 2002). S'ils ne sont pas les seuls à investir à Sidi Mabrouk, ils semblent avoir une influence déterminante dans les transformations.

Issus d'une société réputée « traditionnelle », les *Fakrounis*, loin d'être conservateurs, apparaissent comme des agents



P. Bergel, septembre 2011

À l'écart de l'activité commerciale, quelques rues de la cité jardin de Sidi-Mabrouk restent dans leur état initial

actifs de la transformation urbaine en cours à Constantine. Par leur activité d'importateur, ces « nouveaux riches » du commerce mondialisé distribuent des marchandises étrangères et contribuent à la diffusion de pratiques occidentales de consommation et de *shopping*. Par leurs investissements immobiliers, ils acclimentent des modèles architecturaux et urbanistiques nés dans le Golfe arabo-persique ou en Asie orientale. Au-delà de ses spécificités, l'exemple localisé de Sidi Mabrouk permet donc de saisir les relations que les sociétés urbaines algériennes entretiennent avec la mondialisation et, plus généralement, avec les influences extérieures.

Ne disposant pas de sources statistiques suffisamment fines, les développements proposés dans cet article s'appuient sur des données qualitatives. Si les bilans du Centre national du registre du commerce (CNRC) donnent des indications sur l'activité commerciale algérienne (nombre de commerçants, type d'activité, part des personnes morales, etc.), ces dernières sont diffusées à l'échelle de la *wilaya* (équivalent du département français). Elles peuvent donc fournir des éléments de cadrage, mais ne permettent en aucun cas d'aborder l'échelle fine de l'intra-urbain¹. Une bonne part de l'activité commerciale algérienne échappant au recensement et au contrôle, il faut par ailleurs utiliser ces chiffres avec précaution. À titre d'exemple, selon une estimation de l'Union générale des commerçants et artisans algériens (UGCAA), effectuée en juin 2007, les Algériens

actifs dans le marché noir seraient 1,5 million². Selon une estimation plus récente du Forum des chefs d'entreprise (mars 2011), le nombre d'actifs occupés dans l'activité informelle s'élèverait à 1,78 million de personnes³. Ces chiffres sont à comparer aux effectifs officiels de la population active occupée (9 735 000, Office national de la statistique (ONS 2010) ainsi qu'au nombre de commerçants régulièrement enregistrés (1 407 449, CNRC, avril 2011).

Pour réduire les biais et pallier les insuffisances de l'information statistique, le choix méthodologique s'est donc porté sur une observation monographique à échelle fine, même si les conclusions de cette recherche se veulent plus générales. Onze entretiens semi-directifs ont ainsi été menés au cours du mois de septembre 2011 auprès des investisseurs, des exploitants, des clients des boutiques rencontrés dans le quartier de Sidi Mabrouk. Des acteurs politiques et techniques extérieurs (élu, services administratifs de la mairie de Constantine, de la *wilaya*, de la préfecture) ou économiques (agents immobiliers) ont en outre été sollicités. Compte tenu du caractère sensible des informations récoltées sur place, les paroles de nos interlocuteurs n'ont pas pu être enregistrées. Dans la plupart des cas, il a toutefois été possible de prendre des notes simultanément à la discussion. Les indications de prix et de superficie concernant

1. Les bilans statistiques du CNRC (2007, 2008, 2010) sont disponibles à l'adresse : <http://www.cnrc.org.dz/fr/src/documents.php?page=1>.





2. *Quotidien Liberté*, 17 juin 2007. Article notamment disponible à l'adresse : <http://www.algerie-dz.com/article10087.html>.

3. *Quotidien Liberté*, 2 mars 2011. Disponible sur le site Algérie 360, site d'information et d'actualité sur l'Algérie, à l'adresse suivante : <http://www.algerie360.com/algerie/consequences-des-demieres-mesures-gouvernementales-le-commerce-informel-dope>.

Les transformations urbaines liées au commerce depuis le milieu des années 1990



B. Bentakhtef, octobre 2011

F	Centre commercial <i>fakrouni</i>		Centre commercial en chantier		Maison coloniale démolie, parcelle en attente
	Centre commercial non <i>fakrouni</i>		Maison coloniale en attente de démolition		

les parcelles et les immeubles ont été quant à elles systématiquement recoupées. Elles ont été également confrontées à des valeurs moyennes à l'échelle de l'agglomération afin d'évaluer l'ampleur de la valorisation dont Sidi Mabrouk fait l'objet depuis une quinzaine d'années.

Les « nouveaux riches » à Sidi Mabrouk : des investisseurs qui transforment la ville

Aéré et verdoyant, le quartier de Sidi Mabrouk est un des rares quartiers de Constantine à offrir une telle qualité urbaine dans une ville très minérale.

Sidi Mabrouk : du lotissement colonial à la « ruralisation » (1931-1962)

Au sein de ce quartier, le lotissement de Sidi Mabrouk supérieur a été édifié entre 1931 et 1934 par un entrepreneur d'origine juive sur le modèle de la cité-jardin. Sur une dizaine d'hectares en forme de triangle a été tracée

une voirie orthogonale découpant des parcelles allongées perpendiculairement aux voies. Régulières, ces dernières offrent une façade sur rue d'une dizaine de mètres de largeur sur une profondeur de vingt à quarante mètres. Leurs superficies sont comprises entre 250 et 400 m², exceptées les parcelles d'angle, qui peuvent être plus vastes. Les maisons basses présentent une façade à l'alignement. Elles étaient initialement pourvues de jardins sur l'arrière, dont beaucoup ont été construits après l'indépendance.

Si les commerces quotidiens et les équipements de proximité sont présents dès l'origine, le quartier est avant tout résidentiel. Le square et la synagogue constituent les éléments centraux d'une sociabilité que certains qualifient rétrospectivement de « villageoise⁴ ». Jusqu'à l'indépendance,

4. Cf. le site internet coordonné par Serge Gilard, un habitant français de Constantine entre 1955 et 1961. Ce site propose une page sur Sidi Mabrouk, intéressante pour comprendre les représentations nostalgiques dont ce quartier est rétrospectivement l'objet. http://www.constantine-hier-aujourd'hui.fr/LaVille/quartiers/sidi-mabrouk_mansourah.htm.

La transition commerciale affectant le quartier de Sidi Mabrouk est visible dans la succession des formes urbaines



P. Bergel, septembre 2011

Les anciennes maisons coloniales basses avec jardin (au premier plan) cèdent la place à des immeubles modernes qui s'élèvent au-delà des hauteurs autorisées par le document d'urbanisme (au second plan).

ces demeures sont occupées par des Français métropolitains et une forte proportion de Juifs algériens exerçant une profession libérale, ou employé dans la fonction publique, le commerce. Dans le Sidi Mabrouk de la colonisation, les classes moyennes et moyennes supérieures forment la majorité des résidents, et les élites y sont plus intellectuelles que financières.

Avec l'indépendance, les résidents français sont remplacés par des Algériens. Des Constantinois saisissent l'occasion pour acquérir les logements libérés à des prix dérisoires. Des ruraux venus de Petite-Kabylie investissent par ailleurs les « biens vacants » en s'installant dans les habitations désertées. Souvent effectués par effraction, ces emménagements sont relevés partout à Constantine, mais ils affectent particulièrement Sidi Mabrouk qui est un quartier prisé. Les Constantinois répugnent pour leur part

à commettre de tels actes, laissant ainsi des populations rurales investir des parties entières de la ville (Saint-Jean, Bellevue, Bab el Kantara, par exemple).

Sidi Mabrouk connaît une forte dégradation du bâti et des espaces publics entre les années 1960 et 1990. Les maisons ne sont guère entretenues et elles perdent de leur valeur. Les lotissements El Hayet (au sud-est) et Benkhebab (au nord) se construisent à proximité et deviennent recherchés avant que de nouveaux investisseurs extérieurs ne confèrent à Sidi Mabrouk un regain d'intérêt. À partir du milieu des années 1990, d'autres ruraux en provenance d'Ain Fakroun commencent à y acheter des biens immobiliers, notamment à la première génération des migrants ruraux originaires de Petite-Kabylie. D'origine rurale eux aussi, les *Fakrounis* évoluent toutefois dans un contexte socio-économique très différent.

Les « nouveaux riches » d'Aïn Fakroun : des commerçants bâtisseurs qui profitent de la prospérité retrouvée

Avec la fin du terrorisme et l'augmentation du prix des hydrocarbures, les populations algériennes bénéficient d'une augmentation de leur pouvoir d'achat ainsi que d'une ouverture des marchés leur permettant de consommer davantage. Selon les estimations du Fonds monétaire international (FMI), cette tendance va se poursuivre : la consommation des ménages devant encore augmenter de 4 % d'ici 2013, en dépit d'une conjoncture mondiale morose (Mérad, 2011). Profitant de ce contexte, les activités liées au commerce voient leurs effectifs gonfler. Le nombre de commerçants algériens inscrits a doublé entre 2001 et 2010, passant de moins de 700 000 personnes à plus de 1,4 million (CNRC, avril 2011). Le ratio national, qui était d'un commerçant pour 44 habitants en 2001, s'établit désormais à 1 pour 26 (ONS et CNRC, 2011). La *wilaya* d'Alger rassemble 13 % des effectifs totaux, devant celles de Sétif, d'Oran et de Tizi-Ouzou. Avec près de 50 000 commerçants inscrits en 2010 (3,6 % du total national), la *wilaya* de Constantine occupe la cinquième place dans ce classement. Près de la moitié de ces commerçants sont spécialisés dans le commerce de détail, notamment dans le textile, la pièce détachée automobile et l'électroménager. Plus de 90 % d'entre eux sont inscrits en tant que personnes physiques, montrant combien la dynamique commerciale algérienne est géographiquement disséminée et économiquement peu capitalistique.

Nos enquêtes sur les *Fakrounis* de Constantine recourent les tendances moyennes. Bénéficiant dans un premier temps d'un soutien familial, ces « nouveaux riches » apparaissent, au fur et à mesure de leur réussite, comme des entrepreneurs de plus en plus indépendants. Aujourd'hui âgés d'une cinquantaine d'années, ceux d'entre eux qui investissent à Sidi Mabrouk ont accumulé un capital initial en pratiquant « le commerce du cabas » (*trabendo*) entre la France, la Tunisie et l'Algérie au cours des années 1980. Dans la décennie suivante, ils se sont lancés dans l'importation de produits textiles fabriqués en Asie orientale. Comme d'autres, ils tirent parti d'une conjoncture favorable à la consommation en fournissant le marché algérien en marchandises revendues à bas prix, au détail ou en demi-gros.

En quelques années, leur réussite a transformé Aïn Fakroun en une ville-souk d'importance régionale. Pour investir dans leur activité autant que pour montrer leur richesse, ces « nouveaux riches » ont fait édifier de vastes villas le long des axes menant au centre commerçant. Ces bâtiments rassemblent la fonction résidentielle aux étages supérieurs et des lieux d'entreposage situés dans des rez-de-chaussée à doubles ou triples hauteurs desservis par de larges portes métalliques (Benlakhlef, Bergel, 2011).

La transition commerciale de Sidi Mabrouk (années 1990)

En pleine réussite économique et en forte ascension sociale, certains de ces commerçants *fakrounis* sont à la recherche d'une clientèle urbaine pouvant acquérir des produits de gamme supérieure fabriqués en Turquie ou au Moyen-Orient. Ils se mettent donc à la recherche d'opportunités d'installation à Constantine. En s'installant dans la grande ville, les *Fakrounis* entendent également diversifier leur source de revenus. Engagés dans l'importation et le négoce par leurs affaires d'Aïn Fakroun, ils se comportent plutôt en investisseurs immobiliers en s'installant

Centre commercial en construction à l'initiative d'un investisseur constantinois



P. Bergel, septembre 2011

Les concepteurs ne répuent pas à utiliser les bardages aluminiums et les vitres fumées, avec l'objectif de proposer en modèle réduit une réplique des grands centres commerciaux visités à Dubaï ou dans les Émirats. Cette stratégie du « toujours plus » est avivée par l'aiguillon de la concurrence, doublé d'une course à l'ostentation.

Une des premières acquisitions *fakrounie* à Sidi Mabrouk (1995)

Bouzid* se présente comme le premier propriétaire de Sidi Mabrouk ayant cédé son bien à un commerçant d'Aïn Fakroun. Il s'agissait d'une maison coloniale édifée dans les années 1930 offrant 80 m² de surface habitable sur une parcelle d'environ 400 m².

La propriété est entrée dans la famille de Bouzid en 1962. Son père, Slimane, l'acquiert auprès d'un ami de la famille originaire d'El Milia, en Petite-Kabylie. La maison sert alors de résidence à Slimane, à ses deux frères ainsi qu'à leurs familles respectives. Avec les naissances, les deux frères déménagent dans les environs alors que Slimane demeure dans la maison jusqu'à son décès en 1995.

La succession est délicate et la maison familiale devient objet de litige entre les héritiers. L'option de la vente est donc retenue par la famille du défunt en 1995. Ali, un Fakrouni engagé dans le *trabendo* depuis les années 1980, est intéressé par l'acquisition d'un bien à Sidi Mabrouk. Selon son récit, il est venu en promenade dans ce quartier qui lui a plu. Il s'est donc renseigné auprès d'un ami afin de savoir si des parcelles étaient à vendre. Ce dernier l'informe d'une succession difficile dans la famille de Bouzid. Ali fait une offre et acquiert le bien pour 16 millions de dinars algériens, soit entre 115 000 et 123 000 euros au cours actuel^{**}. Aujourd'hui, les deux hommes sont amis, même si Bouzid admet que la destruction

de la maison familiale l'a « choqué ». Cette transaction était inévitable, compte tenu des difficultés de la succession. Elle est également bénéfique pour sa famille puisque son produit a permis, selon Bouzid, « de loger tout le monde ».

Ali démolit l'ancienne maison pour construire un centre commercial primitivement baptisé « Zara ». Il s'agit d'un des premiers immeubles de ce genre édifé à Sidi Mabrouk. Il se réserve les deux étages supérieurs afin d'y installer sa résidence constantinoise. Ali est bientôt suivi par deux de ses frères qui acquièrent à leur tour des maisons coloniales pour y implanter leurs propres centres commerciaux, notamment un « deuxième Zara » situé dans un lotissement voisin. Le centre, qu'on appelle parfois le « premier Zara », existe toujours, même s'il a dû changer de nom afin d'éviter tout contentieux. Le Gouvernement algérien, qui souhaite adhérer à l'Organisation mondiale du commerce (OMC) où il n'a pour l'instant qu'un statut d'observateur, tente d'en faire respecter les règles, notamment celles qui interdisent l'utilisation abusive d'une marque déposée.

* Les prénoms ont été modifiés afin de respecter l'anonymat des personnes interrogées.

** Le dinar algérien étant non-convertible, son cours officiel est fixé à cent DA pour un euro. Certainement plus réaliste, le cours officieux au marché parallèle s'établit entre 130 et 140 DA.

à Constantine. Les immeubles commerciaux qu'ils y ont édifé sont constitués de boutiques proposées en location à des commerçants constantinois. D'après nos enquêtes, il semble que les *Fakrounis* se limitent à l'investissement immobilier, sans prendre directement part à l'activité commerciale.

Pour rentabiliser au mieux leurs investissements immobiliers, et selon un processus courant dans les villes algériennes, les *Fakrounis* ne respectent pas le plan d'urbanisme, qui, à Sidi Mabrouk, limite la constructibilité à 40 % de la superficie totale des parcelles et la hauteur des bâtiments à douze mètres. Au cours de l'enquête, un vendeur rapporte les paroles d'un acquéreur *fakrouni* qui lui a acheté son bien en 1995 : « Tu me vends, ne t'inquiète pas. » Aujourd'hui, cette parcelle est construite en totalité sur une hauteur qui excède largement le maximum autorisé. De tels dépassements semblent indiquer que les acquéreurs *fakrounis* sont susceptibles d'acheter la bienveillance des autorités au moyen de « bakchichs » qui leur permettent de bâtir sans respecter le contenu du permis de construire accordé. Les régularisations sont opérées *a posteriori*, au moyen de modifications des certificats de conformité, aisément obtenues car ces documents ne concernent que la façade sur rue. L'intérieur de la parcelle n'étant pas contrôlé, il peut être densifié illégalement sans que le contrôle *a posteriori* n'ait à le prendre en compte au moment de la régularisation. Comme certains auteurs l'ont fait remarquer, « le permis de construire en tant qu'instrument de contrôle *a priori*, au lieu de précéder la construction, lui succède et s'adapte à elle » (Belguidoum, Mouaziz, 2010).

Depuis une quinzaine d'années, Sidi Mabrouk connaît de nombreuses transactions immobilières. Les enquêtes montrent l'influence d'une famille de *Fakrounis* qui a acheté plusieurs biens en vue d'édifé des centres commerciaux. Sur les treize centres édifés ou en construction depuis le milieu des années 1990, quatre ont été identifiés comme *Fakrounis*. Ces quatre investisseurs appartiennent à la même famille (trois frères et un de leurs cousins). S'ils sont minoritaires dans les transactions (environ un tiers du total enregistré), ces *Fakrounis* sont unanimement reconnus comme les pionniers de la transition commerciale à Sidi Mabrouk. Les investisseurs constantinois sont arrivés plus tard (début des années 2000) et se sont largement inspirés de leurs méthodes. Dans la même rue que celle où se situe le centre commercial, un investisseur constantinois est à son tour en train d'édifé un bâtiment commercial. Son plan et sa disposition intérieure sont en tous points identiques à ceux du premier, ce qui donne une certaine crédibilité à l'hypothèse du mimétisme. Il n'a pas été possible d'interroger l'investisseur concerné, mais cette hypothèse a été confirmée par l'ensemble des personnes rencontrées, y compris par les non-*Fakrounis*.

Successions patrimoniales et libération du foncier

La transition commerciale de Sidi Mabrouk est alimentée par les litiges accompagnant les successions immobilières. En Algérie, ces dernières sont souvent difficiles car les règles de succession issues du droit musulman autorisent un nombre important de parents à revendiquer leur part

« Zara », le premier centre commercial de Sidi Mabrouk



B. Benlakhlef, octobre 2011

La parcelle d'angle, bien située, a été repérée par l'acheteur *fakrouni*. Ce dernier a construit sur l'ensemble de la surface, sans respecter les prescriptions du plan d'urbanisme. Le troisième étage abrite son appartement constantinois. Relativement ancien, ce centre est différent de ceux qui viennent d'être livrés ou qui sont en cours d'édification. Les façades paraissent moins démonstratives, plus urbaines et résidentielles que strictement commerciales. Au milieu des années quatre-vingt-dix, l'influence du « modèle Dubaï » n'est guère perceptible en Algérie alors qu'elle s'imposera comme une référence dans les années qui suivent.

d'héritage. Les enquêtes effectuées à Sidi Mabrouk révèlent que ces litiges concernent surtout les propriétaires originaires de Petite-Kabylie, les familles constantinoises ayant su développer des stratégies leur permettant de conserver leur patrimoine intact au fil des générations. Dans les familles de Petite-Kabylie en revanche, la mort du primo-migrant se conclut souvent par la vente du bien immobilier. Les héritiers sont nombreux, ce qui a pour effet de fractionner le patrimoine en de multiples parts de faible valeur. Sauf exception, aucun des héritiers ne dispose d'une somme suffisante pour racheter l'ensemble, ce qui empêche la conservation du bien dans la famille. Les *Fakrounis* sont couramment

sollicités par ces familles divisées car il est notoire qu'ils sont intéressés par l'achat de maisons coloniales aisées à démolir. Leurs propositions sont souvent reçues favorablement car les prix qu'ils proposent sont avantageux.

Appartenant à une société *arch'* de propriété collective, les propriétaires *Fakrounis* se constituent ainsi un patrimoine urbain personnel qui, contrairement aux usages de la tribu, n'est transmissible que dans le cercle de la famille étroite. Un lieu de résidence urbain permet en outre un meilleur accès aux services, une meilleure scolarité pour les enfants, ... Sans avoir obtenu de preuves définitives en la matière, on peut également se demander si l'accès à la ville

Quelques-une des 21 transactions relevées depuis le milieu des années 1990

Localisation voir p. 71	Superficie (m ²)	année de la transaction	Nature de la nouvelle activité	Prix d'achat (millions de DA)
1	250	2011	Parcelle sans affectation	50
2	400	2005	En chantier	25
3	400	2003	Centre commercial R + 4 en cours d'achèvement	27

Source : Benlakhlef, Bergel.

Le « Salon Dubaï », un centre commercial de « première génération » similaire au « Zara » présenté p. 74



P. Bergel, septembre 2011

Au dernier étage, la discothèque qui donne son nom à l'ensemble n'est pas décelable depuis la rue.

n'est pas synonyme de revanche symbolique pour des ruraux longtemps mal considérés par les Constantinois. Cet attrait pour la grande ville ne les empêche pas de conserver des liens étroits avec leur région, leur famille et leur tribu d'origine. Même s'ils résident de façon permanente à Sidi Mabrouk, ces commerçants possèdent une ou plusieurs résidences à Aïn Fakroun ainsi que dans les environs. Ils y ont également maintenu une activité d'importation et de négoce, et y possèdent plusieurs magasins, notamment dans les rues commerçantes du centre. C'est le cas d'Ali, propriétaire de maisons et de magasins dans sa ville d'origine. La demeure qu'il considère comme la plus luxueuse et la plus digne de recevoir des invités se situe à Oum el Bouaghi, ville située à une trentaine de kilomètres au sud d'Aïn Fakroun.

Les « nouveaux riches » à Sidi Mabrouk : des agents de la modernité urbaine ?

Des prix immobiliers à la mesure de la prospérité des Fakrounis

Enrichis dans leurs activités antérieures, les *Fakrounis* disposent de capitaux importants. Ils n'hésitent donc pas à proposer des prix élevés lorsqu'ils s'engagent dans une transaction immobilière à Sidi Mabrouk. Minoritaires dans les transactions, ils apparaissent largement responsables de l'augmentation générale des prix, comme nous l'a affirmé un agent immobilier. Notre échantillon, qui s'échelonne entre le milieu des années 1990 et aujourd'hui (21 transactions réalisées et trois offres n'ayant pas encore trouvé preneur), révèle l'importance de cette augmentation. Les valeurs extrêmes des prix de vente s'échelonnent entre 16 millions (1995) et 56 millions de DA (2010) soit, hors inflation, des prix du mètre carré constructible multipliés par deux ou trois en quinze ans.

À ces coûts initiaux, il est nécessaire d'ajouter les coûts de démolition des maisons coloniales (environ 400 000 DA sur une parcelle de 400 m²) afin d'évaluer la charge foncière totale ainsi que les coûts de reconstruction. Le centre commercial n° 2 coûtera par exemple 80 millions de DA une fois le gros-œuvre terminé. En incluant les finitions et le mur rideau en façade, le coût total du chantier achevé s'élèvera à environ 120 millions de DA soit 60 000 DA par mètre carré construit, hors sous-sol. Mais la valeur nette monte à environ 80 000 DA par mètre carré si on décompte les circulations

L'intérieur d'un magasin de vêtements destinés à une population jeune et « branchée »



P. Bergel, septembre 2011

Le « Palmarium », centre commercial réaménagé suite à un récent changement de propriétaire



P. Bengel, septembre 2011

L'influence de l'architecture commerciale des Émirats est également identifiable ici. Le dernier étage, pour l'instant en travaux, accueillera prochainement une salle de sport réservée à une clientèle féminine.

et qu'on rapporte le coût au mètre carré réellement exploitable. Ayant décuplé en dix ans selon les dires d'un agent immobilier, ces prix sont à peu près équivalents à ceux du centre-ville huppé où un appartement de 100 m² habitables se négocie couramment à 10 millions, soit 100 000 DA au mètre carré sans compter les parties communes. Parti d'un niveau très bas dans la décennie quatre-vingt-dix, l'effet de

rattrapage qui affecte les prix immobiliers de Sidi Mabrouk est donc indéniable.

Cependant, les retours sur investissement sont rapides. Dans ce centre commercial qui compte quatre niveaux d'exploitation (rez-de-chaussée plus deux étages plus sous-sol, les deux derniers niveaux étant prévus pour des appartements), les loyers s'élèvent à 2 500 DA mensuels au

L'intérieur d'un centre commercial en construction



P. Bergel, septembre 2011

On notera la décoration intérieure, à la fois clinquante et luxueuse. Les boutiques sont disposées en « box » munis de vitrines donnant sur la circulation intérieure.

mètre carré. Chacun des trois niveaux supérieurs compte douze cellules commerciales d'une superficie de vingt mètres carrés, soit un produit total mensuel de 1,8 million de DA⁵, sans compter les revenus à tirer du sous-sol avec l'installation probable d'une « supérette ». Hors impôts, l'amortissement s'effectue donc sur soixante-sept mois, soit un peu plus de cinq ans et demi d'exploitation à monnaie et prix constants.

Les rendements de leurs investissements incitent les acquéreurs à une débauche de luxe dans les constructions. Pèse également l'image valorisante des grands centres commerciaux visités à Dubaï et dans les Émirats, qui semblent représenter le *nec plus ultra* en matière de modernité. Imiter cette architecture valorise également celui qui en prend l'initiative : cela indique qu'il a voyagé et qu'il a donc suffisamment de moyens pour le faire. Ali, qui est allé à Dubaï pour ses affaires, nous a confié être influencé par ce modèle. Il pense par exemple doter son nouveau centre commercial d'un ascenseur central vitré qui desservirait

les plateaux. À l'image de ce qu'entreprend l'investisseur constantinois présent dans la même rue, il envisage en outre la pose d'une façade en verre fumé qui lui coûterait 20 millions de DA supplémentaires.

Deux générations de centres commerciaux

Sur un nombre restreint de rues et de parcelles, la cité-jardin de Sidi Mabrouk supérieur présente une accumulation de chantiers, donnant l'image d'un quartier en profonde transformation. Mises à part quelques artères pour l'instant épargnées, notamment dans la partie sud, les maisons coloniales cèdent progressivement la place à des immeubles à étages qui rivalisent en hauteur, en couleurs vives et en décorations ostentatoires.

L'observation montre l'existence de deux modèles architecturaux. Le premier présente des façades d'apparences urbaines et résidentielles. Les percements sont identiques à ceux des immeubles de résidence, et les circulations comme les espaces commerciaux sont invisibles de l'extérieur, sauf au rez-de-chaussée. Pour le passant inattentif, ces immeubles semblent de facture classique :

5. 2 500 DA x 20 m² x 12 cellules x 3 niveaux = 1 800 000 DA.

rez-de-chaussée commercial et utilisation privative dans les étages. À l'intérieur, cette impression se confirme : les circulations et escaliers sont étroits et les boutiques ressemblent à des appartements reconvertis plutôt qu'à des locaux commerciaux spécifiquement construits à cet effet. À partir du début des années 2000, la généralisation des échanges avec le Golfe impose un second modèle de type « Dubaï ». Les couleurs vives et les grandes hauteurs signalent de loin le bâtiment commercial, tandis que les façades presque intégralement vitrées indiquent sa fonction au passant.

Le « Dubaï », un temple de la consommation

Dans la langue populaire algérienne, les « Dubaï » sont des magasins à étages qui exposent la marchandise en situation (mannequins, rayonnages libres, etc.), et dans lesquels on peut essayer les vêtements, exercice très difficile à pratiquer dans les souks si l'on est un homme, et impossible pour une femme. Ces situations commerciales « à l'occidentale » sont encore inédites en Algérie, où le commerce de souk constitue toujours une part majoritaire de la consommation ordinaire.

Ces espaces commerciaux d'un nouveau type sont en outre générateurs de nouveaux comportements. Dans ces lieux, on ne vient pas pour l'achat utilitaire. L'important est de s'y essayer au *shopping*, ce que pratiquent volontiers des groupes de très jeunes filles qui s'initient après les cours à des modes venues d'ailleurs et à de nouveaux rapports à la marchandise, autant ludiques qu'économiques. Sous une forme à la fois atténuée et spécifique, on identifie à Sidi Mabrouk des tendances lourdes de la consommation mondiale, qui mêlent de plus en plus étroitement le divertissement et la consommation en un *fun shopping* (Mangin, 2004) qui semble fasciner les jeunes Algériens et Algériennes.

À l'intérieur des boutiques, les chaînes stéréo ou les téléviseurs diffusent refrains et clips à la mode. En arabe, parfois en anglais. On vend des jeans, des survêtements, des chaussures à talons hauts et tous les accessoires vus comme indispensables par une jeunesse branchée sur les dernières tendances de la mode. Selon un agent immobilier du quartier, un jeune Constantinois qui souhaite « acheter des fringues ou draguer une nana » a de bonnes chances de trouver son bonheur à Sidi Mabrouk.

Autrefois calmes, les artères étroites accueillent une circulation dense, surtout en fin de semaine ou aux heures de pointe. La clientèle féminine, souvent nue-tête y est surtout présente en fin d'après midi et, après le *shopping*, elle s'accorde volontiers une halte à la pâtisserie Cléopâtre. Les clients comme les vendeurs arborent volontiers les signes mondialisés des *trendy* en prise sur leur époque : jeans moulants, montres ou lunettes de soleil de marque, tee-shirt à l'effigie d'une vedette internationale, d'un groupe de musique ou d'un club de

football européen. Les plus riches montrent volontiers leurs véhicules tout-terrain flambants neufs de marque allemande ou japonaise.

Le « bling-bling » de la mondialisation : deux exemples

À l'angle sud-est du quartier et à proximité d'une station de taxis, le « Salon Dubaï » est un centre commercial édifié par un *Fakrouni* qui est l'un des frères d'Ali. Le rez-de-chaussée est classiquement occupé par des boutiques de vêtements pour femmes ou pour enfants, un vendeur de lunettes de soleil de contrefaçon... Au premier étage, on trouve un salon de coiffure pour dames et un restaurant au deuxième. Le troisième et dernier étage accueille quant à lui le « Salon Dubaï », qui donne son nom à l'ensemble. Si l'on pousse sa porte, on découvre des fauteuils profonds, une piste de danse, des enceintes et des amplis qui, une fois en fonctionnement, doivent être généreux en décibels. Sous une appellation rassurante, le « Salon Dubaï » est donc une discothèque qui se dissimule à peine, un lieu de rendez-vous de la jeunesse noctambule de Constantine. Dans cette ville sévère et religieuse, il est néanmoins nécessaire de sauver les apparences par des euphémismes afin de ne pas prêter le flanc à la critique, même si personne n'est dupe.

Non loin de là, le nouveau propriétaire du « Palmarium » envisage une stratégie différente. Il entend se spécialiser dans les vêtements et accessoires destinés aux femmes et aux jeunes enfants. Au rez-de-chaussée, une boutique pour homme est encore présente, mais son bail ne sera pas renouvelé afin de concrétiser cette orientation. Au troisième étage, le propriétaire est en train d'aménager une salle de gymnastique qui sera exclusivement réservée à une clientèle féminine. Outre les inévitables machines (musculature, vélos, etc.), le plateau accueillera un hammam ainsi que des vestiaires munis de douches. L'objectif est de dédier le « Palmarium » aux consommatrices féminines, qui pourront à la fois pratiquer le *shopping* et soigner leur forme. Le propriétaire est suffisamment confiant dans la réussite d'une formule qui semble avoir grand succès à Alger pour exploiter directement la salle de gymnastique, sans la confier à un locataire. Il est persuadé que la clientèle constantinoise sera suffisante, ce qui lui permettra d'amortir son investissement.

Conclusion

Depuis l'indépendance, Sidi-Mabrouk a été investi par deux strates successives de populations extérieures. Dans un premier temps, des populations originaires de Petite-Kabylie ont « ruralisé » cette partie de la ville. Dans un second temps, les *Fakrounis* ont profité de la dévalorisation immobilière liée à cette « ruralisation » initiale, en même temps qu'ils ont tiré parti de l'inadaptation des structures

familiales kabyles à la conservation d'un patrimoine urbain. En leur permettant d'acheter quelques parcelles, cette situation leur a permis de montrer la voie aux investisseurs constantinois. Vecteur de l'implantation commerciale, ces ruraux réputés traditionnels sont en passe de transformer une périphérie constantinoise résidentielle en un quartier fréquenté par la jeunesse. Les rues calmes se transforment en artères commerçantes ouvertes sur les « tendances » internationales, les maisons coloniales sont progressivement démolies pour être remplacées par des immeubles commerciaux de plus en plus hauts et de plus en plus voyants. Les prix du foncier ont triplé en quinze ans alors que ceux de l'immobilier ont décuplé.

Avec le développement d'une offre commerciale « branchée » sur les courants de la mondialisation, les « nouveaux riches » *fakrounis* contribuent au développement de nouvelles pratiques de *shopping*. Constructeurs de bâtiments, ils apparaissent également comme des agents déterminant de la transformation urbaine. Contrairement à des exemples étudiés ailleurs en Algérie (quartier du Hamiz près d'Alger, Cheballah, 2010), notre enquête montre donc des relations étroites entre transition commerciale et modernisation urbaine.

Volontairement limitée à un espace restreint, à une *street corner society* (White, 2007), cette étude confirme des tendances observées dans la plupart des villes algériennes ainsi que dans d'autres villes d'Afrique ou du Moyen-Orient (Pliez, 2007 et 2009). Délaissant les espaces urbains

centraux, de nouveaux équipements commerciaux sont édifiés en périphérie des villes, notamment parce que ces localisations permettent un accès aisé par l'automobile. Ces évolutions récentes montrent combien les processus généraux de la mondialisation commerciale ont partie liée avec des transformations urbaines localisées. Cette dernière concerne les grandes villes, carrefours dans la circulation des biens, des hommes et des richesses, tout autant que les campagnes et les petites villes, y compris celles qui paraissent assoupies ou « traditionnelles ».

L'élargissement de l'offre et de la demande, comme l'allongement des circuits de distribution mettent en contact des individus et des groupes qui n'avaient jusqu'alors aucun motif pour se rencontrer. Le commerçant *fakrouni* négocie désormais avec des fabricants chinois, et il rétribue les services d'un intermédiaire iranien ou d'un interprète ouïgour. Ces nouvelles configurations sociales et spatiales brouillent les catégories héritées du fordisme : villes et campagnes, progrès *versus* conservatisme, agriculture contre économie urbaine. À Sidi Mabrouk, des ruraux analphabètes issus d'une société tribale ont soudainement connecté un quartier périphérique de la capitale régionale à l'économie-monde. Sans en être totalement conscients, les *Fakrounis* contribuent ainsi à la construction d'un « nouvel esprit du capitalisme » (Boltanski, Chiapello, 2001), en même temps qu'ils produisent une « nouvelle raison du monde » (Dardot, Laval, 2009).

Références bibliographiques

Belguidoum S., Mouaziz N., (2010), « L'urbain informel et les paradoxes de la ville algérienne », *Espaces et sociétés*, n° 143, pp. 101-116.

Benlakhlef B., Bergel P., (2011), « Les "nouveaux riches" de l'importation algérienne : des agents de la transformation sociale et urbaine ? Étude de cas dans quatre petites villes du nord-est algérien : Aïn Fakroun, Aïn M'lila, El Eulma, Tadjenanet », *Méditerranée*, n° 116, pp. 17-24.

Bergel P., Kerdoud N., (2010), « Nouveaux lieux du commerce et transformation des pratiques de consommation dans les villes algériennes. Études de cas à El Eulma et Onama/EL Ghazi (Constantine) », *Noroi*, n° 217, 2010/4, pp. 75-89.

Boltanski L., Chiapello E., (2001), *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard, collection Tel, 971 p.

Cheballah H., (2010), « Un quartier résidentiel à vocation commerciale ou comment naît le commerce sans la ville », in Gasnier R. (dir.), *Commerce et ville ou commerce sans la ville ? Production urbaine, stratégies entrepreneuriales et politiques territoriales de développement durable*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 298 p.

Dardot P., Laval C., (2009), *La nouvelle raison du monde. Essai sur la société néolibérale*. Paris, La Découverte, 497 p.

Mangin D., (2004), *La ville franchisée. Formes et structures de la ville contemporaine*, Paris, Éd. de la Villette, 398 p.

Mérad S., (2011), « Commerce : évolution en mode tâtonnement », *LCE-Les circuits de l'économie*, 11 décembre, en ligne : <http://www.lce-algerie.com/actualite/2-algerie/706-commerce-evolution-en-mode-tatonnement.html>.

Pliez O., (2007), « Des jeans chinois dans les rues du Caire ou les espaces discrets de la mondialisation », *M@ppemonde*, 88, 2007/4 en ligne : <http://mappemonde.mgm.fr/num16/articles/art07404.html>

Pliez O., (2009), « Salloum (Égypte), une bourgade bédouine sur les routes de la mondialisation », *L'Espace géographique*, 2009/1, vol. 38, pp. 31-42.

Tarrius A., (2002), *La mondialisation par le bas. Les nouveaux nomades de la mondialisation souterraine*, Paris, Balland, 168 p.

White F.-W., (2007), *Street Corner Society. La structure sociale d'un quartier*, Paris, La Découverte, 403 p.

Zertal S., (2010), « Dynamiques sociales et nouvelles centralités commerciales. Cas du grand Sidi Mabrouk à Constantine », *Sciences et Technologies*, n° 31, juin, pp. 99-106.

Sources statistiques et institutionnelles

CNRC, (2008), *Bilan statistique de l'enregistrement des commerçants au Centre national du registre du commerce*, Alger, ministère du Commerce, 98 p.

Ministère du commerce, CNRC, avril 2011, *Les créations d'entreprise en Algérie. Statistiques 2010*, Alger, ministère du Commerce, 104 p.

Office national de la statistique, 2011, *Emploi et chômage au quatrième trimestre 2010*. Alger, ONS, non paginé.

Biographies

BRAHIM BENLAKHLEF est enseignant-chercheur à l'École normale supérieure de Constantine. Ses recherches portent sur les effets du changement social et économique dans les villes de l'Est algérien, notamment Annaba et Constantine. Les thèmes traités concernent le logement, les projets urbains, les transformations socio-économiques.

benlakhlef@yahoo.com

PIERRE BERGEL est enseignant-chercheur à l'université de Caen. Ses thèmes de recherche portent sur le renouvellement urbain, les divisions sociales des espaces de la ville, les politiques publiques urbaines (politiques de cohésion sociale et de rénovation du parc social).

pierre.bergel@unicaen.fr