El Eulma (Algérie), anatomie d'une place emblématique du commerce transnational

Saïd Belguidoum, Saïd Chouadra, Nadir Alikhodja[1]

Présentation de l'enquête

Cette enquête a été menée durant les mois de mars et d'avril 2015 dans la continuité du projet DYREV (Dynamiques urbaines et recomposition des villes algériennes) du PNR Population et Société[2]. Elle a consisté en un recensement systématique de tous les locaux commerciaux du Souk Dubaï d'El Eulma.

Pour se faire, il a été procédé à une répartition en 5 secteurs du marché (voir figure 8). Chaque secteur a ensuite été découpé en îlots et en parcelles. Pour chacune des parcelles une fiche a été établie mentionnant le type de bâti (hauteur et emprise au sol), le degré de finition (construction achevée, élévation en cours), l'occupation (commerce, habitation), le nombre de locaux et la nature des commerces.

Dans cet article, nous ne rendrons compte que des données concernant les activités de commerce. Celles sur le bâti feront l'objet d'une publication ultérieure.

Cette enquête s'inscrit dans la poursuite d'un travail engagé depuis 2011 et touchant différentes places marchandes algériennes, notamment Aïn Fakroun (Belguidoum, 2011) et Medina J'dida à Oran (Boudinar, Belguidoum, 2015).

De nombreuses sorties sur terrain ont été effectuées à El Eulma depuis 2012 donnant lieu à des relevés, des observations répétées et des entretiens semi-directifs auprès de nombreux commerçants.

L'objectif de l'enquête était de produire des informations précises sur l'activité du marché et de créer une base de données qui permettra de suivre les évolutions de cette place commerciale dans un contexte où les transformations sont très rapides.

Ce recensement systématique vient enrichir la connaissance d'une place transnationale qui joue un rôle majeur dans ce processus discret de la mondialisation qui fait accéder de larges publics à de nouvelles pratiques de consommation.

[1] Saïd Belguidoum, Aix Marseille Univ, CNRS, IREMAM, Aix-en-Provence, France
Saïd Chouadra, Institut d'architecture, LAM, Université Ferhat Abbas, Sétif 1, Algérie
Nadir Alikhodja, Institut d'architecture, LAM, Université Ferhat Abbas, Sétif 1, Algérie

[2] Programme mis en place par la Direction Générale de la Recherche Scientifique et Technologique (DGRST) - Algérie.

I - El Eulma, une place emblématique du commerce transnational en Algérie

El Eulma est devenue la place emblématique du commerce transnational en Algérie. Son souk « Dubaï », également appelé *Shâra'*[3] par la population locale, est devenu la principale centralité commerciale en Algérie des biens domestiques (équipements de la personne et équipements de la maison).

En une vingtaine d'année, ce qui était un petit marché de gros et demi-gros de la droguerie et la quincaillerie s'est imposé comme le lieu incontournable de l'approvisionnement en biens domestiques et en petit outillage industriels de toute l'Algérie. Son rayonnement touche aussi la Tunisie et par le biais de Tamanrasset qu'elle dessert, les pays du Sahel.

En 2015, près de 3000 commerçants, spécialisés dans la vente de gros, semi gros et de détails, y sont installés.



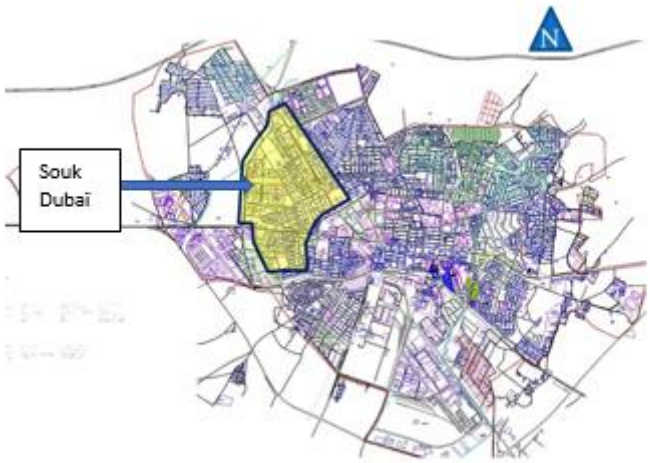
Une rue de Souk Dubaï. © S. Belguidoum, 2014

Pour un grand nombre d'entre eux, il s'agit de commerçants importateurs et de grossistes faisant venir directement de Chine, mais aussi du Moyen-Orient et d'Europe, les produits qu'ils écoulent auprès d'une clientèle venant de toute l'Algérie, ou qu'ils distribuent par le biais des

[3] *Shari'* ou *shara*' signifie « Artère ; avenue ; boulevard, rue ». Prend le sens courant de « grande artère d'une ville » ou encore « la voie principale dans laquelle s'engagent les gens en foule » (les mots de la ville, 2010, p. 1103)

commerçants spécialisés dans la couverture des marchés régionaux (Bir El Ater et Tadjenanet pour l'Est, Aïn El Hadjel au centre et Sidi Khatab à l'Ouest). Les livraisons se font aussi directement auprès des commerçants de demi-gros, comme ceux de Medina J'dida, la principale place de revente à Oran.

Figure 1 : El Eulma et le souk Dubaï



Source : Auteurs

El Eulma dans l'armature urbaine nationale et régionale

Située à 26 kilomètres de Sétif (le chef-lieu de wilaya) et 100 km de Constantine, la principale ville de l'Est algérien, El Eulma va connaitre un essor particulièrement rapide passant de 26 000 habitants en 1966 à 155 000 habitants en 2008.[4]

Rien ne prédisposait cette localité dynamique mais périphérique à jouer un tel rôle. El Eulma était certes connu pour son marché de bestiaux (l'un des plus importants de la région après ceux du Khroub et d'El Harrach), ce qui expliquait sans doute que sa desserte commerciale dans les années 1970 dépassait déjà celle d'un simple bourg rural. (Aubry *et al.*, 1972).

L'abandon par l'Etat de son monopole des importations dans les années 1990, va entrainer une dynamique commerciale nouvelle dont une des grandes caractéristiques sera la création de places marchandes en dehors des grands centres urbains.
« Mais si la libéralisation des marchés va enclencher une nouvelle dynamique à l'échelle de toute l'Algérie, la répartition des importateurs se concentre essentiellement sur cinq wilayas (dont trois de l'Est algérien[5]) regroupant 68% des commerces d'importation. A elle seule Sétif

[4] Office National des Statistiques, RPGH 2008, les principaux résultats, collection statistiques n°142, 2009

[5] Sétif, Constantine et Oum El Bouaghi. Cette dernière, une des moins urbanisée d'Algérie, concentre à elle seule 5% des importateurs algériens, domiciliés pour l'essentiel à Aïn Fakroun et Aïn Mlila.

concentre près de 8% de ces importateurs (2600), dont près de 2000 sont installés à El Eulma. ».[6] (Belguidoum, Pliez, 2012).

L'émergence de nouvelles places marchandes et redéploiement de l'armature urbaine

« Ce sont des villes moyennes (El Eulma, Aïn Mlila), des petites villes ou de grosses bourgades (Aïn Fakroun, Tajenanet, Bir Ater) qui s'érigent en places commerciales, organisant la distribution des produits que leurs entrepreneurs marchands importent. Leur concentration dans l'Est algérien s'explique en partie du fait de leur plus grande proximité des frontières tunisienne et libyenne (par où provenait l'essentiel de la marchandise avant que l'importation par les ports algériens). El Eulma (les biens de la maison, l'ameublement, la téléphonie mobile, la micro-informatique et la quincaillerie), Aïn Mlila (pièce détachée pour automobile) et Aïn Fakroun (le vêtement bon marché) sont les trois localités qui, dans leur domaine de spécialisation spécifique, se sont imposées, étendant leur réseau de distribution sur l'ensemble du territoire algérien et même au-delà par l'établissement de liens avec des commerçants des pays frontaliers. D'autres localités de l'Est algérien se sont également spécialisées dans des domaines moins visibles. C'est le cas de Belaïba et El Djezar (pièces détachées pour engins de travaux publics et véhicules lourds), petites localités situées près de Barika ou encore de Bir el Ater (friperie) dans la wilaya de Tébessa, qui fut un temps une des plaques tournantes des produits en provenance de Libye ». (Belguidoum, 2011)

En organisant à grandes échelles les circuits de distribution, ces localités s'affirment dans la hiérarchie du réseau urbain comme places marchandes transnationales.

Un marché transnational des biens domestiques

L'enquête menée durant les mois de mars et avril 2015, a permis de recenser **3249 commerces, dont 2337 en activités**,[7] pratiquant dans leur quasi-totalité la vente en gros et demi-gros.

En plus des importateurs, environ 2000 sont domiciliés à El Eulma, d'autres commerçants exercent comme grossistes.[8]

C'est essentiellement dans l'équipement domestique (l'équipement de la personne et l'équipement de la maison) que s'est spécialisé le marché, même si le petit outillage industriel (quincaillerie, électricité et petites machines) et commercial (enseignes, équipements de magasin et de restaurant) a une présence notable.

[6] Centre National du Registre du Commerce, « Les créations d'entreprises en Algérie - Statistiques 2010 », Alger avril 2011

[7] Depuis le déroulement de l'enquête, un nouveau secteur abritant plusieurs centaines de locaux s'est développé.

[8] Il existe 2800 grossistes enregistrés sur la wilaya de Sétif, dont près de la moitié est installée à El Eulma.

Tableau 1 : Répartition des locaux de commerces par grand type d'activité

	Equipement de la personne	Equipement de la maison	Quincaillerie-petit outillage industriel	Autres	Cafés restaurants	Locaux fermés[9]	Total
Total	**624**	**1120**	**443**	**69**	81	**912**	**3249**
	19,2%	***34,5%***	***13,6%***	***2,1%***	2,5%	***28,1%***	***100%***

Source : enquêtes auteurs – mars/avril 2015

Tableau 2 : Répartition des commerces en activité par grand type

	Equipement de la personne	Equipement de la maison	Quincaillerie-petit outillage industriel	autres	Cafés-restaurants	Total
Total	**624**	**1120**	**443**	**69**	**81**	**2337**
	26,7%	***47,9%***	***19%***	***3%***	***3,4%***	***100%***

Source : enquêtes auteurs – mars/avril 2015

L'équipement de la maison (meubles, articles de décoration, linge de maison, électro-ménager, micro-informatique, droguerie) représente près de la moitié des commerces, (1120 locaux, soit 47,9%.)

L'équipement de la personne (habillement, chaussure et maroquinerie, article de sport, jouets, cosmétique, téléphonie mobile), avec 624 locaux constitue 26,7% de l'ensemble.

La forte présence de locaux spécialisés en **quincaillerie industrielle et en petites machines** (443 locaux soit 19%) est également à noter.

L'essor ces dernières années de cafés, restaurants et hôtels (69 au total), atteste de la vitalité d'un marché qui attire des milliers de personnes chaque jour.

Enfin, il faut noter la présence de commerces divers, avec une prédominance de la papeterie. Au total, ce sont 81 commerces représentent 2,5% de l'ensemble et 3,4% des commerces en activité.

[9] 912 locaux (28,1%) étaient fermés au moment de l'enquête. Selon les secteurs il s'agit souvent de reconversion en cours (vente ou changement de locataires, c'est le cas pour les secteurs 1et 2) ou d'un potentiel prêt à la location ou utilisés comme local de stockage. (Secteurs 3,4 et 5).

De nouvelles ambiances urbaines



© S. Belguidoum, 2014


© S. Chouadra,2013


© S. Chouadra,2013


© S. Belguidoum, 2014

II - Genèse et évolution de la place

C'est à partir d'une dizaine de boutiques de quincaillerie et de droguerie, installées en 1999 en périphérie de la ville dans une petite promotion immobilière faisant face à la nouvelle gare routière, que va naitre ce qui deviendra l'année suivante Souk Dubaï, appelé ainsi en référence à la provenance des marchandises.

Au commerce de la quincaillerie et de la droguerie s'ajoutera, entre 2000 et 2005, celui des meubles et des articles de maison, de la téléphonie mobile de la micro-informatique, de l'électro-ménager. Le marché se développe rapidement en prenant possession d'un lotissement pavillonnaire créé dans son prolongement. Ce lotissement, destiné à l'origine à répondre à la

demande en maisons individuelles de la population locale, change d'affectation. Les propriétaires des lots[10] vont dans un premier temps se limiter à faire construire les rez-de-chaussées qu'ils mettront en location pour des commerçants de plus en plus nombreux à vouloir s'installer dans cette nouvelle place.

En 2005, un nouveau lotissement, situé de l'autre côté de la route nationale et qui servait jusqu'alors d'entreposage, sera à son tour annexé au marché et depuis 2010, la progression se poursuit englobant au nord-ouest de la ville un périmètre de plus en plus large.

En même temps que le marché prend de l'importance, de nouvelles activités se développent. L'habillement et les articles de sport, la lingerie et la maroquinerie feront leur apparition à partir des années 2010.

La promotion immobilière COSIDER. Point de départ du Souk Dubaï



© S. Chouadra,2013

Sans attendre la fin de la construction, le local est déjà en activité

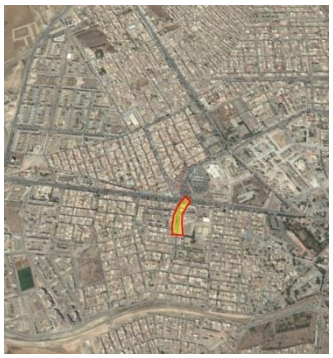


© S. Belguidoum, 2017

[10] Vendus par la commune à des prix peu élevés à une population répondant à différents critères sociaux (résidence, veuves de chouhada - martyrs de la guerre de libération - et anciens moudjahid…), les lots qui devaient être strictement résidentiels, deviennent une source de rente importante. Les propriétaires financeront les constructions grâce aux revenus tirés de la location. Aujourd'hui, Le montant des locations varie, selon l'emplacement, entre 80 000 DA à 200 000 DA pour un local de 100 m2.

Figures 2 à 7 : Evolution dans le tissu urbain (création de nouveaux tissus et annexion des quartiers environnants) (1999 – 2002 – 2005 – 2010 – 2012 – 2015)

1999



2002



2005



2010



2012



2015



Sources auteurs

En 2015, Souk Dubaï s'étale sur 110 ha et propose un linéaire de façades sur rue de plus de 20 km abritant 3249 locaux.

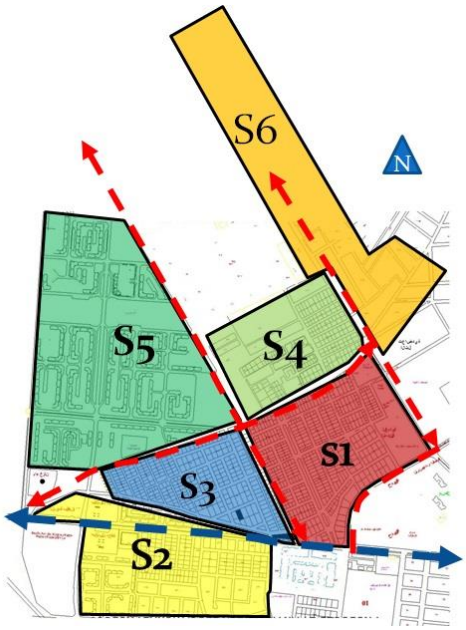
III - La logique de distribution des commerces : un regroupement par agrégation de choix individuels

En même temps que le marché prospère et s'étend, il se structure. De grands secteurs se spécialisent. Les commerçants, de plus en plus nombreux à s'installer, venant de tout l'Est algérien et depuis peu de Kabylie, de l'Algérois et du Sud-Est (El Oued) privilégient une installation par grands secteurs.

Ainsi, résultat d'une agrégation de choix individuels (chaque opérateur cherchant une localisation avantageuse), un regroupement des activités par rue et par îlot, donne une plus grande visibilité aux activités commerciales.

En 2015, les activités se déploient au sein de cinq grands secteurs, correspondant aux différentes phases d'expansion du marché. Un 6ème secteur s'est constitué à partir de la fin 2015 et est pleinement actif aujourd'hui. [11]

Figure 8 : le découpage en secteur



Source : auteurs

De taille inégale, chaque secteur a tendance à regrouper des activités de même type.

[11] Le secteur 6 s'étant constitué à la fin de l'année 2015, il ne figure pas dans notre enquête.

Tableau 3 : Répartition des commerces par secteur[12]

	Equipement de la personne	Equipement de la maison	Quincaillerie et petit équipement industriel	autres	Cafés-restaurants	Total
Secteur 1	**415**	**651**	49	31	14	**1160**
	67,1%	***58,2%***	*11,1%*	*44,9%*	*17,3%*	49,6%
Secteur 2	3	49	**270**	11	7	**340**
	0,2%	*4,3%*	***60,9%***	*15,9%*	*8,6%*	14,5%
Secteur 3	5	**167**	7	7	14	**200**
	1%	***14,9%***	*1,6%*	*10,1%*	*17,3%*	8,6%
Secteur 4	30	**222**	**106**	4	12	**374**
	0,6%	***19,8%***	***23,9%***	*5,9%*	*14,8%*	16%
Secteur 5	**171**	31	11	16	34	**263**
	31,1%	*2,8%*	*2,5%*	*23,2%*	***42%***	11,3%
Total	624	1120	443	69	81	**2337**
	100%	*100%*	*100%*	*100%*	*100%*	100%

Source : enquêtes auteurs – mars/avril 2015

IV - Présentation des activités par secteur - une spécialisation marquée

Le secteur 1 : Equipements de la personne et de la maison

Occupant la totalité du lotissement communal qui s'est développé dans le prolongement des premiers commerces de 1999, ce secteur est le plus dense. 1200 locaux, dont 1160 en activités se déploient à l'intérieur d'un tissu de rues orthogonales constitués de 30 ilots de taille inégale.

56,1% sont dédiés à l'équipement de la maison (58,1% des commerces d'équipement de la maison sont dans ce secteur) et 35,7% sont des commerces consacrés à l'équipement de la personne (soit 66,5% des commerces de ce type).

[12] Lecture en colonne : 67,1% des commerces d'équipement de la personne sont installés dans le secteur 1. Le secteur 1 concentre 49,6% des commerces du Souk Dubaï

Une animation permanente



© S.Belguidoum, 2014



© S.Chouadra, 2013

C'est le secteur où la concentration de l'électro-ménager, du vêtement, des articles féminins, de la droguerie, de la téléphonie et de l'informatique est la plus forte.

Tableau 4 : Répartition des commerces dans le secteur 1

	Equipement de la personne	Equipement de la maison	Quincaillerie et petit équipement industriel	autres	Cafés-restaurants	Total
Secteur 1	**415**	**651**	49	31	14	**1160**
	35,8%	***56,1%***	*4,2%*	*2,7%*	*1,2%*	*100%*
Total	**624**	**1120**	**443**	**69**	**81**	**2337**
	26,7%	***47,9%***	***19%***	***3%***	***3,4%***	***100%***

Source : enquêtes auteurs – mars/avril 2015

(Lecture en ligne : 35,8% des commerces du secteur 1 sont dédiés à l'équipement de la personne)

Tableau 5 : Répartition par secteur de chaque type d'activité

	Equipement de la personne	Equipement de la maison	Quincaillerie et petit équipement industriel	autres	Cafés-restaurants	Total
Secteur 1	**415**	**651**	49	31	14	**1160**
	66,5%	***58,2%***	*11,1%*	***44,9%***	*17,3%*	49,6%
Total	624	1120	443	69	81	**2337**
	100%	*100%*	*100%*	*100%*	*100%*	100%

Source : enquêtes auteurs – mars/avril 2015

(Lecture en colonne : 66,5% des commerces de l'équipement de la personne sont concentrés dans le secteur 1)

Pour l'équipement de la maison, c'est essentiellement les boutiques d'articles de maison (107 des 141boutiques de ce type sont dans ce secteur), de droguerie (146 sur 178) et d'électroménagers (155 sur 164) qui y sont regroupés auquel il faut rajouter une partie importante des boutiques de micro-informatique (44 sur 83) et de téléphonie (84 sur 110).

Pour l'équipement de la personne, c'est dans ce secteur que sont concentrées les boutiques de vêtements (116 sur 145), de maroquinerie et bagagerie (73 sur 74) et de lingerie (69 sur 70), de jouets (58 sur 62) constituent l'essentiel de l'activité dans ce secteur.

Les boutiques de micro-informatique et de téléphonie mobile (respectivement 44 et 84 locaux) sont regroupées dans 3 rues de ce secteur.

Secteur le plus fréquenté, c'est aussi là que ce sont concentrés près de la moitié des cafés et restaurants (41 sur 69, soit 45%), et les deux hôtels du secteur.

L'hôtel Oasis (Ouaha)



© S. Chouadra,2013

Secteur 2 : Quincaillerie et petit outillage industriel

Avec 270 commerces de petits équipements industriels et commerciaux, soit 60,4% de ce type d'activité, c'est essentiellement la quincaillerie (218 sur les 237 installés à Dubaï) et petit outillage industriel (45 sur 46) qui sont domiciliés dans le secteur 2.

79,4 % des locaux sont affectés à cette activité.

Les commerces de la personne (3 locaux) et de la maison (49), ont une présence marginale dans ce secteur.



© S. Chouadra,2013



© S. Chouadra,2013

Tableau 6 : Répartition des activités dans le secteur

	Equipement de la personne	Equipement de la maison	Quincaillerie et petit équipement industriel	autres	Cafés-restaurants	Total
Secteur 2	3	49	**270**	11	7	**340**
	0,9%	*14,4%*	***79,4%***	*3,2%*	*2,1%*	*100%*
Total	**624**	**1120**	**443**	**69**	**81**	**2337**
	26,7%	***47,9%***	***19%***	***3%***	***3,4%***	***100%***

Source : enquêtes auteurs – mars/avril 2015

Tableau 7 : Répartition par secteur de chaque type d'activité

	Equipement de la personne	Equipement de la maison	Quincaillerie et petit équipement industriel	autres	Cafés-restaurants	Total
Secteur 2	3	49	**270**	11	7	**340**
	0,5%	*4,3%*	***60,9%***	*15,9%*	*8,6%*	14,5%
Total	624	1120	443	69	81	**2337**
	100%	*100%*	*100%*	*100%*	*100%*	100%

Source : enquêtes auteurs – mars/avril 2015

Secteur 3 : Equipement de la maison : meubles et articles de décoration

Situé au nord du marché, sur un nouveau lotissement en voie d'achèvement et constitué de 14 îlots, ce secteur, relativement faible en locaux commerciaux occupés (200 soit 8,6% de l'ensemble des locaux), est occupé à 83,5% par des commerces destinés à l'équipement de la maison. Ce sont essentiellement les magasins de meubles (111 sur 256), d'articles de maison (16) et de linges de maison (22) qui y sont domiciliés.

Tableau 8 : Répartition des activités dans le secteur

	A	B	D	E	G	Total
Secteur 3	5	**167**	7	7	14	**200**
	2,5%	***83,5%***	*3,5%*	*3,5%*	*7%*	*100%*
Total	**624**	**1120**	**443**	**69**	**81**	**2337**
	26,7%	***47,9%***	***19%***	***3%***	***3,4%***	***100%***

Source : enquêtes auteurs – mars/avril 2015

Tableau 9 : Répartition par secteur de chaque type d'activité

	Equipement de la personne	Equipement de la maison	Quincaillerie et petit équipement industriel	autres	Cafés-restaurants	Total
Secteur 3	5	**167**	7	7	14	**200**
	1%	***14,9%***	*1,6%*	*10,1%*	*17,3%*	8,6%
Total	624	1120	443	69	81	**2337**
	100%	*100%*	*100%*	*100%*	*100%*	100%

Source : enquêtes auteurs – mars/avril 2015

Le besoin en surface de vente et d'exposition explique aussi cette faible densité des locaux dans ce secteur où généralement un magasin occupe l'intégralité d'une parcelle.



© S. Chouadra,2013


© S. Chouadra,2013

Secteur 4 : Meuble, informatique et accessoire automobile

Constitué de 15 îlots, ce secteur est particulièrement actif dans la vente du meuble, des articles de maison, de la quincaillerie et des accessoires automobiles.

Tableau 10 : Répartition des activités dans le secteur

	A	B	D	E	G	Total
Secteur 4	30	**222**	106	4	12	**374**
	8%	***59,4%***	*28,3%*	*1,1%*	*3,2%*	*100%*
Total	**624**	**1120**	**443**	**69**	**81**	**2337**
	26,7%	***47,9%***	***19%***	***3%***	***3,4%***	***100%***

Source : enquêtes auteurs – mars/avril 2015

Tableau 11 : Répartition par secteur de chaque type d'activité

	Equipement de la personne	Equipement de la maison	Quincaillerie et petit équipement industriel	autres	Cafés-restaurants	Total
Secteur 4	30	**222**	**106**	4	12	**374**
	4,8%	***19,8%***	***23,9%***	*5,9%*	*14,8%*	16%
Total	624	1120	443	69	81	**2337**
	100%	*100%*	*100%*	*100%*	*100%*	100%

Source : enquêtes auteurs – mars/avril 2015

59,4% des locaux sont occupés par les commerces d'équipement de la maison (qui après le secteur 1 est le principal lieu de leur installation) et 28,3% par la quincaillerie et accessoire automobile.

Avec le secteur 2, c'est le lieu privilégié par les magasins de meubles (118).

C'est aussi dans ce secteur qu'est apparu une nouvelle activité à El Eulma, les pièces et accessoires automobiles (75 des 84 boutiques de ce type sont dans ce secteur).



© S.Belguidoum,


© S. Chouadra,2013

Secteur 5 : La chaussure et l'entreposage

Contrairement aux autres secteurs qui se sont développés dans des zones de lotissements de maisons individuelles, ce secteur se développe au sein d'un grand ensemble d'habitat collectif de type LSP (logement social participatif). Les commerces s'installent dans les nombreux locaux ouverts au rez-de-chaussée de ces petits immeubles de 6 étages.

De nombreux locaux, fermés, servent d'entreposage.


© S.Belguidoum, 2013


© S.Belguidoum, 2013

V – Répartition par grande activité – regroupement et visibilité

Cette spécialisation des secteurs est encore plus manifeste avec la distribution des grands types d'activités, permettant de les localiser dans le marché.

Tableau 12 : Répartition des commerces en activité par grand type et par secteur

	Equipement de la personne	Equipement de la maison	Quincaillerie et petit équipement industriel	autres	Cafés-restaurants	Total
Secteur 5	**171**	31	11	16	34	**263**
	65%	*11,8%*	*4,2%*	*6,1%*	*12,9%*	*100%*
Total	**624**	**1120**	**443**	**69**	**81**	**2337**
	22,2%	***47,9%***	***19%***	***3%***	***3,4%***	***100%***

Source : enquêtes auteurs – mars/avril 2015

Tableau 13 : Répartition (en pourcentage) par secteur de chaque type d'activité

	Equipement de la personne	Equipement de la maison	Quincaillerie et petit équipement industriel	autres	Cafés-restaurants	Total
Secteur 5	**171**	31	11	16	**34**	**263**
	27,4%	*2,8%*	*2,5%*	*23,2%*	***42%***	11,3%
Total	624	1120	443	69	81	**2337**
	100%	*100%*	*100%*	*100%*	*100%*	100%

Source : enquêtes auteurs – mars/avril 2015

65% des locaux du secteur sont spécialisés dans l'équipement de la personne, avec une nette prédominance du commerce de chaussures (119 sur 124 commerces de ce type). C'est aussi dans ce secteur, situé près de la bretelle d'autoroute, que se concentrent les cafés et les restaurants (34 des 81 de Dubaï).

- **Equipement de la personne : 624 commerces (19,2%)**

Dans cette catégorie sont regroupés l'habillement (homme, femme, enfant et religieux), la lingerie, la chaussure, la maroquinerie et la bagagerie et le cosmétique, les articles de sport et les jouets.

Tableau 14 : Répartition des différents types de commerce d'équipement à la personne

	Habillement (H – F et religieux)	Chaussure	Maroquinerie Bagages	Cosmétique Parfumerie	Lingerie	Articles sport	Jouets	Total
Total	**145**	**124**	**74**	**106**	**70**	**43**	**62**	**624**
	23,2%	***19,9%***	***11,9%***	***17%***	***11,2%***	**6,9%**	**9,9%**	**100%**

Source : enquêtes auteurs – mars/avril 2015

(Lecture en ligne :) Les 624 commerces de ce type se répartissent entre habillement (23,2%), chaussure (19,9%), maroquinerie (11,9%), cosmétique et parfumerie (17%) et lingerie (11,2%), les articles de sports -survêtements et accessoires - (6,9%) et les jouets (9,9%)

Répartition des commerces de l'équipement de la personne par secteur

Ce type d'activité est essentiellement concentré sur **le secteur 1** (pour l'habillement, la maroquinerie, le cosmétique et la lingerie, le jouet (406 sur 455 commerces de ce type soit 90% du total de ces commerces) et **le secteur 5** (pour la chaussure, 119 sur 124, soit 96%).

Dans les secteurs 2, 3 et 4 ce type de commerce est inexistant ou marginal.

Tableau 15 : Distribution des types de commerce à l'intérieur de chaque secteur (% en ligne)

	Habillement	Lingerie	Chaussure	Maroquinerie Bagages	Cosmétique Parfumerie et coiffure	Articles de sport	Jouets	Total
Secteur 1	**116**	**69**	3	**73**	**87**	9	**58**	**415**
	28%	*16,6%*	*0,7%*	***17,6%***	***20,9%***	*2,2%*	***14%***	***100%***
Secteur 2	-	-	-	-	1	2	0	**3**
	-		-	-	-		0	
Secteur 3	3	-	1	-	1	0	0	**5**
	-		-	-	-	*0*	*0*	
Secteur 4	2	-	1			**25**	2	**30**
Secteur 5	24	**1**	**119**	1	17	7	2	**171**
Total	**145**	**70**	**124**	**74**	**106**	**43**	**62**	**624**
	27,9%	***11,2%***	***23,9%%***	***14,3%%***	***20,4%***	***41%***	***59%***	**100%**

Source : enquêtes auteurs – mars/avril 2015

Tableau 16 : Distribution par secteur des différents types de commerce

	Habillement	Lingerie	Chaussure	Maroquinerie Bagages	Cosmétique Parfumerie et coiffure	Articles de sport	Jouets	Total
Secteur 1	**116**	**69**	3	**73**	**87**	9	**58**	**415**
	80%	*98,6%*	*2,4%*	***98,6%***	***82,1%***	*20,9%*	***93,5***	***66,6%***
Secteur 2	-	-	-	-	1	2	-	**3**
	-		-	-	-		-	
Secteur 3	3	-	1	-	1	0	-	**5**
	-		-	-	-	*0*	-	
Secteur 4	2	-	1			**25**	2	**30**
Secteur 5	24	**1**	**119**	1	17	7	2	**171**
Total	**145**	**70**	**124**	**74**	**106**	**43**	**62**	**624**
	27,9%	***11,2%***	***23,9%%***	***14,3%%***	***20,4%***	***41%***	***59%***	**100%**

Source : enquêtes auteurs – mars/avril 2015

Lecture en colonne : sur 145 locaux commerciaux d'habillement, 116 (80%) sont dans le secteur 1, 0 dans le secteur 2, 3 dans le secteur 3, 2 dans le secteur 4 et 24 dans le secteur 5.



© S.Belguidoum, 2014



© S. Chouadra,2013



© S.Belguidoum, 2014



© S.Belguidoum, 2014

Principaux lieux d'approvisionnement de l'équipement de la personne

Habillement : Guangzhou, Yiwu, Shishi (Chine)

Vêtement religieux : Yiwu (Chine)

Lingerie et vêtements de sport : Guangzhou (Chine)

Robes et vêtements de fêtes : Turquie

Cosmétique : Yiwu (Chine)

Maroquinerie et chaussure : Guangzhou, Yiwu (Chine)

Jouet : Yiwu (Chine)

Equipements de la maison – 1120 locaux (47,9%)

Dans cette catégorie sont regroupés les commerces de meubles, de tissus et linges de maisons, d'articles de décoration et luminaire, la droguerie, l'électroménager, la micro-informatique, la téléphonie, l'optique et l'horlogerie.
Avec 1120 locaux s'adonnant à ces activités (47,9% de l'ensemble des commerces de la place), l'équipement de la maison est le principal domaine de spécialisation du Souk Dubaï.

Magasins de meubles où se côtoient produits turcs, chinois et égyptiens



© S.Belguidoum, 2017



© S.Belguidoum, 2017

Tableau 17 : Répartition des différents types de commerce d'équipement de la maison

	Meubles	Tissus et Linges de maison et tapis	Articles de décoration et luminaire	Dro-guerie	Electro-Ménager	Informa tique	Télé pho nie	Opti-que photo	Horlo-gerie	Total
Total	**255**	**136**	**141**	**178**	**164**	**84**	**110**	**33**	**19**	**1120**
	22,8%	**12,2%**	**12,6%**	**15,9%**	**14,6%**	**7,5%**	**9,8%**	**2,9%**	**1,7%**	**100%**

Source : enquêtes auteurs – mars/avril 2015

Lecture en ligne : **les 1120** commerces de ce type se répartissent entre **le meuble (22,8%),** les tissus et linges de maison (12,2%), les articles de décoration et le luminaire (12,6%), la droguerie (15,9%), l'électro-ménager (14,6%), l'informatique (7,5%), la téléphonie mobile (9,8%), l'optique et l'horlogerie (3,6%)

Répartition de l'équipement de la maison par secteur

Le commerce de l'équipement de la maison se répartit principalement dans 3 secteurs (1, 3 et 4).

Tableau 18 : Répartition des différents types d'équipement de la maison à l'intérieur de chaque secteur (lecture en ligne)

	Meubles	Textiles Linges de maison et tapis	Articles De maison Décoration luminaire	Dro-guerie, entre-tien	Electro-Ménager, télévision	Informa tique	Télé pho nie	Opti-que photo	Horlo - gerie	Total
Secteur 1	21	46	**107**	**146**	**155**	44	**84**	29	19	**651**
	3,2%	*7,1%*	***16,4%***	***22,4%***	***23,8%***	*6,8%*	***12,9 %***	*4,5%*	*2,9%*	***100%***
Secteur 2	3	**21**	9	15	1					**49**
	6,1%	***42,9%***	*18,4%*	*30,6%*	*2%*					***100%***
Secteur 3	**111**	22	16	14	-	4	-	-	-	**167**
	66,4%	13,2%	9,6%	8,4%	-	2,4%	-	-	-	**100 %**
Secteur 4	**117**	38	4	-	6	31	25	1	-	**222**
	52,7%	*17,1%*	*1,8%*	-	*2,7%*	*14%*	*11,3 %*	*0,4%*	-	***100%***
Secteur 5	3	9	5	3	2	5	1	3	-	**31**
	9,7%	*29%*	*16,1%*	*9,7%*	*6,5%*	*16,1%*	*3,2%*	*9,7%*	-	***100%***
Total	**255**	**136**	**141**	**178**	**164**	**84**	**110**	**33**	**19**	**1120**
	22,8%	**12,2%**	**12,6%**	**15,9 %**	**14,6%**	**7,5%**	**9,8%**	**2,9 %**	**1,7%**	**100 %**

Source : enquêtes auteurs – mars/avril 2015

Mais c'est en fonction du type de commerce que la répartition est plus marquée. Ainsi, hormis le meuble, qui lui se concentre sur les secteurs 2 et 3, et le linge de maison qui se répartit sur l'ensemble des secteurs, tous les autres sont essentiellement localisés à l'intérieur du secteur 1.

Par exemple, sur les 164 commerces d'électro-ménager et sur les 178 commerces de droguerie respectivement 94,6% (155) et 82% (146) se situent dans le secteur 1.

Sur les 255 commerces de meubles 43,5% (111) et 45,9% (117) sont installés dans les secteurs 3 et 4.

A noter que le secteur 2 (4,4%) et le secteur 5 (2,8%) ont très peu de locaux dédiés à l'équipement de maison.

Tableau 19 : Répartition dans les secteurs des différents types d'activité (lecture en colonne)

	Meubles	Textiles Linges de maison et tapis	Articles de décoration luminaire	Drogue-rie	Electro-Ménager télévision	Infor-matique	Télé-phonie	Optique App. photo	Horlogerie bijouterie	Total
Secteur 1	21	**46**	**107**	**146**	**155**	**44**	**84**	**29**	**19**	**651**
	8,2%	**33,6%**	**75 ,9%**	**82%**	**94,6%**	**52,4%**	**76,4 %**	**88%**	**100 %**	**58,1 %**
Secteur 2	3	21	9	15	1	-	-	-	-	**49**
	1,2%	15,4%	6,4%	8,4%	0,6%	-	-	-	-	**4,4%**
Secteur 3	**111**	22	16	14	-	4	-	-	-	**167**
	43,5%	16,3%	11,3%	7,8%	-	4,8%	-	-	-	**14,9 %**
Secteur 4	**117**	**38**	4	-	6	**31**	25	1	-	**222**
	45,9%	**27,9%**	2,8%	-	3,6%	**36,9%**	22,7%	3%	-	**19,8 %**
Secteur 5	3	9	5	3	2	5	1	3	-	**31**
	1,2%	6,6%	3,6%	1,6%	1,2%	5,9%	0,9%	9%	-	**2,8%**
Total	**255**	**136**	**141**	**178**	**164**	**84**	**110**	**33**	**19**	**1120**
	100%	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100 %**	**100 %**	

Source : enquêtes auteurs – mars/avril 2015

Lecture en colonne : Sur les 255 commerces de meubles, 8,2% sont installés dans le secteur 1, 1,2% dans le secteur 2, 43,5% dans le secteur 3, 45,9% dans le secteur 4 et 1,2% dans le secteur 5.

Principaux lieux d'approvisionnement de l'équipement de la maison

Meubles : Futian (Chine), Turquie, Egypte

Textiles et linges de maison : Yiwu

Articles de maison et luminaire : Yiwu (Chine)

Droguerie : Yiwu

Electro-ménager : Shenzhen (Chine), Bordj Bou Arreridj et Sétif (Algérie)

Informatique et téléphonie : Shenzhen (Chine)

Quincaillerie, petit équipement industriel et commercial – 443 locaux (19%)

Dans cette catégorie sont regroupés la quincaillerie domestique et industrielle, l'électricité, et le petit matériel industriel (moteurs, motopompes, tours et fraiseuses ……), le matériel électronique et les équipements commerciaux (restaurant, enseignes…)

Tableau 20 : Répartition entre les différents types d'activité

	Quincaillerie Electricité	Electronique	Machines industrielles	Equipement commercial	Pièces et Accessoires Automobiles	Total
Total	**237**	**43**	**48**	**28**	**87**	**443**
	53,6%	***9,7%***	***10,8%***	***6,3%***	***19,6%***	***100%***

Source : enquêtes auteurs – mars/avril 2015

Sur les 443 locaux de ce type de commerce, 53,6% ont comme spécialité la quincaillerie et l'électricité, confirmant l'importance d'El Eulma dans ce secteur. En seconde position viennent les pièces détachées et accessoires automobiles, avec 87 boutiques et 19,6%. Ensuite viennent les commerces de petites machines industrielles (10,8%), le matériel électronique (9,7%) et l'équipement commercial (6,3%).

C'est dans **les secteurs 2** (270 locaux, soit 60,9%) **et 4** (106 locaux, 23,9%) que se concentre ce type de commerce.

Tableau 21 : Répartition des différents types de commerce de quincaillerie, de petit équipement industriel et commercial.

	Quincaillerie Electricité	Electronique	Machines industrielles	Equipement commercial	Accessoires automobiles	Total
Secteur 1	1	**37**	1	5	5	**49**
	2%	***75,6%***	*2%*	*10,2%*	*10,2%*	***100%***
Secteur 2	218	1	45	5	1	**270**
	80,6%	*0,4%*	*16,7%*	*1,9%*	*0,4%*	***100%***
Secteur 3	4	0	0	0	3	**7**
	-	-	-	-	-	-
Secteur 4	14	4	0	13	**75**	**106**
	13,2%	*3,8%*	*0%*	*12,3%*	***70,8%***	***23,9%***
Secteur 5	0	1	2	5	3	**11**
						-
Total	**237**	**43**	**48**	**28**	**87**	**443**
	53,6%	***9,7%***	***10,8%***	***6,3%***	***19,6%***	***100%***

Source : enquêtes auteurs – mars/avril 2015



© S. Chouadra,2013

Tableau 22 : Répartition des différents types d'activité à l'intérieur de chaque secteur (lecture en ligne)

	Quincaillerie Electricité	Electronique	Machines industrielles	Equipement commercial	Accessoires automobiles	Total
Secteur 1	1	**37**	1	5	5	**49**
	0,4%	***86%***	*2,1%*	*17,9%*	*5,7%*	***11,1%***
Secteur 2	**218**	1	**45**	5	1	**270**
	92%	*2,3%*	***93,7%***	*17,9%*	*1,1%*	***60,9%***
Secteur 3	4	0	0	0	3	**7**
	1,7%	*0%*	*0%*	*0%*	*3,4%*	***1,6%***
Secteur 4	14	4	0	13	**75**	**106**
	5,9%	*9,4%*	*0%*	*46,4%*	***86,2%***	***23,9%***
Secteur 5	0	1	2	5	3	**11**
	0%	*2,3%*	*4,2%*	*17,9%*	*3,4%*	***2,5%***
Total	**237**	**43**	**48**	**28**	**87**	**443**
	100%	***100%***	***100%***	***100%***	***100%***	***100%***

Source : enquêtes auteurs – mars/avril 2015

La quincaillerie (237 locaux soit 53,6%) se trouve pour 92% dans le secteur 2.
L'électronique (43 locaux) se concentre à 86% dans le secteur 1.
Les machines industrielles (48 locaux) sont à 93,7% dans le secteur 2.
Les pièces automobiles (87 locaux) se localisent à 86,2% dans le secteur 4.

Principaux lieux d'approvisionnement pour la quincaillerie et le petit équipement industriel

Quincaillerie – électricité – Guangzhou, Yiwu (Chine)

Electronique : Shenzhen (Chine)

Machines industrielles : Guangzhou, Shenzhen (Chine)

Equipement commercial : Yiwu (Chine)

Accessoire automobile : Yiwu (Chine)

VI - Les échelles de la place. Des réseaux multiples et diversifiés.

Brassant quotidiennement des tonnes de marchandises et accueillant une multitude de visiteurs la place fonctionne sur plusieurs échelles : marché de gros et de redistribution sur le marché national, marché de demi-gros et vente au détail. Le circuit mobilise savoir-faire, savoir circuler, compétences commerciales, réseaux relationnels.

Les commerçants d'El Eulma, eux-mêmes importateurs ou seulement grossistes, sont en relation permanente avec leurs fournisseurs à l'étranger, notamment par le biais des transitaires installés en Chine et en Turquie (Belguidoum, Pliez, 2011 et 2015).

Phénomène nouveau, des agents d'entreprises chinoises, de plus en plus nombreux viennent directement démarcher les commerçants de la place.[13]

[13] Lors des derniers séjours terrain en mars 2016 et en février 2017, nous avons ainsi croisé plusieurs agents d'entreprises chinoises.

Agences bancaires spécialisées dans le transfert de devises



© S.Belguidoum, 2012



© S.Belguidoum, 2012

Acheminée et entreposée à El Eulma, ou dans des locaux ouverts dans d'autres localités, la marchandise est rachetée par des commerçants locaux ou venant de toute l'Algérie. Elle peut changer plusieurs fois de main avant d'être écoulée au détail. Le volume et la rapidité de la circulation des marchandises sont les principes essentiels de fonctionnement du marché.

Le deuxième niveau de la distribution concerne les marchés régionaux hebdomadaires du gros et demi-gros. Une autre catégorie de marchands de la localité, associés aux importateurs, ou ayant racheté en seconde main, sillonne les grands marchés régionaux : Sidi Khatab à l'Ouest, Aïn El Hadjel au centre du pays et Tadjenanet pour l'Est.

Les livraisons se font aussi directement auprès des commerçants de demi-gros, jusqu'à Medina J'dida, la principale place de revente de ce type de produit à Oran[14].

[14] Voir Aines Boudinar et Saïd Belguidoum (2015), Anne Bouhali (2015).

Des entreprises de transport particulièrement actives

Il existe à El Eulma, une dizaine d'entreprises de transport spécialisées dans l'acheminement et la distribution des marchandises. L'une de ces entreprises s'est spécialisée dans la liaison avec les places du Sahara (Ouargla, Ghardaïa, ..., jusqu'à Tamanrasset).



© Ainès Boudinar, 2017



©Ainès Boudinar, 2017

photos 1 : Une entreprise de transport assurant la liaison El Eulma - Oran (traduction), Société El Bahia, transport El Eulma – Oran

Photo 2 : un camion semi-remorque immatriculé dans la wilaya de Sétif (celle d'El Eulma), déchargeant sa marchandise dans l'aire d'entreposage de l'entreprise

Le troisième niveau correspond au commerce de détail et de demi-gros qui est assuré par les centaines de boutiques de la localité. Attirant une population de plus en plus nombreuse, le commerce de détail prend une ampleur réelle, dans un contexte urbain qui s'adapte à l'accueil de ce public extérieur.[15]

L'impact d'El Eulma concerne aussi la Tunisie. Commerçants frontaliers, mais aussi de Tunis viennent s'y approvisionner.

[15] Restaurants et hôtels attestent de ce dynamisme

Bus « touristique » tunisien. Des commerçants tunisiens se déplacent en groupe



.© S.Belguidoum, 2012

La réussite des marchands d'El Eulma se vérifie aussi par l'ouverture de centres commerciaux dans les grandes villes, notamment à Sétif, Constantine, Alger (El Hamiz) et Oran.

A travers ces grands traits de l'organisation des circuits commerciaux on devine une réelle stratégie qui fait la force de cette place marchande. Les différentes échelles d'intervention s'articulent et attestent de l'esprit d'entreprise et de conquête de marché qui animent ces nouveaux entrepreneurs, en quête permanente de filières d'approvisionnement (aujourd'hui essentiellement la Chine), de diversification des partenaires commerciaux, de pénétration des principales places régionales de vente et de fidélisation de leurs gros clients.

Cette stratégie touche aussi l'organisation urbaine et les retombées sur l'immobilier et les pratiques constructives sont nombreuses.

Une promotion immobilière de grande envergure
(Société immobilière créée par un gros importateur)



© S. Chouadra,2013

Bibliographie

Aubry Jean-Jacques, Aubry Michèle, Courtiau Jean-Pierre, 1972*, Une petite ville de l'Ouest constantinois dans sa région. El Eulma (Algérie)*, Université Paris VII, UER de géographie et Sciences de la Société, Publication de recherches, série Afrique du Nord

Belguidoum Saïd, 2011, Le dynamisme des nouvelles places marchandes de l'Est algérien : reconfiguration urbaine et nouvelles donnes sociales. *Entre le licite et l'illicite: migrations, travail, marchés*, Sep 2011, Cerisy, France. <halshs-00936444>

Belguidoum Saïd, Pliez Olivier, 2012, « Construire une route de la soie entre l'Algérie et la Chine », Diaspora, *Histoire et sociétés*, numéro 20, décembre 2012, pp.115-130.

Belguidoum Saïd, Pliez Olivier, 2015, « Yiwu: The Creation of a Global Market Town in China », *Articulo - Journal of Urban Research* [Online], 12 | 2015, Online since 14 February 2016, connection on 26 March 2017. URL : http://articulo.revues.org/2863 ; DOI : 10.4000/articulo.2863

Belguidoum Saïd, Pliez Olivier, 2015, « *Made in China*. Commerce transnational et espaces urbains autour de la Méditerranée », *Les Cahiers d'EMAM* [En ligne], 26 | 2015

Boudinar Ainès, Belguidoum Saïd, 2015, « Dynamique marchande et renouveau urbain à Oran. Médina J'dida et Choupot deux quartiers du commerce transnational », *Les Cahiers d'EMAM* [En ligne], 26 | 2015

Bouhali Anne, 2015, « Médina J'dida (Oran), un quartier-marché sur les routes algériennes du commerce transnational », *Les Cahiers d'EMAM* [En ligne], 26 | 2015

Centre National du Registre du Commerce, « Les créations d'entreprises en Algérie - Statistiques 2010 », Alger avril 2011

Office National des Statistiques, RPGH 2008, les principaux résultats , collection statistiques n°142, 2009

Topalov Christian, Coudroy de Lille Laurent, Depaule Jean-Charle, Marin Brigitte, 2010, *L'aventure des mots de la ville*, Robert Laffont, Paris