LE DEVELOPPEMENT DU TRANSPORT POUR PROMOUVOIR L'ATTRACTIVITE TERRITORIALE DE LA VILLE NOUVELLE DE BOUGHEZOUL

Received: 02/12/2019/ Accepted: 12/11/2020 / Published: 20/09/2021
Corresponding authors : malikamallek2@gmail.com

Malika. **MALLEK***
Tahar **BAOUNI****

Résumé

Les stratégies d'attractivité des villes se basent particulièrement sur des richesses acquises à travers le temps, contrairement aux villes nouvelles qui sont conçues sur des territoires sans atouts historiques. Le présent article vise à mettre l'accent sur l'importance du rôle que peut jouer le transport dans l'attractivité de ces nouveaux territoires en général, et de celle de la ville nouvelle de Boughezoul en particulier. Cette importance est mise en exergue à travers d'anciennes études soulignant l'impact du transport sur la migration des hommes et des capitaux vers de nouveaux territoires considérés plus attractifs, et également, à travers de récentes études chiffrant la plus-value qu'apporte ce facteur à l'attractivité territoriale. L'article expose aussi les résultats d'une enquête d'opinion portant sur l'attractivité de la ville nouvelle de Boughezoul qui révèle, notamment, qu'à hauteur de 83%, le transport est l'enjeu le plus prioritaire à envisager pour promouvoir son attractivité.

Mots clés : Attractivité territoriale, acteur du territoire, ville nouvelle, transport et mobilité.

* DOCTORANTE ; LABORATOIRE VILLE, URBANISME ET DEVELOPPEMENT DURABLE ; ECOLE POLYTECHNIQUE D'ARCHITECTURE ET D'URBANISME ; ALGERIE.
** PROFESSEUR ; LABORATOIRE VILLE, URBANISME ET DEVELOPPEMENT DURABLE ; ECOLE POLYTECHNIQUE D'ARCHITECTURE ET D'URBANISME ; ALGERIE.

Classification JEL : C15 – C18 - R11 - R19 - R58.

تطوير النقل من أجل تعزيز الجاذبية الإقليمية لمدينة بوغزول الجديدة

ملخص

تعتمد استراتيجيات جاذبية المدن بشكل خاص على الثروة الإقليمية المكتسبة بمرور الزمن على عكس المدن الجديدة التي يتم تصميمها على مناطق لا تملك ثروات تاريخية. يهدف هذا المقال إلى إبراز أهمية الدور الذي يمكن أن يلعبه النقل في جاذبية هذه المناطق عموما وكذا في جاذبية مدينة بوغزول الجديدة خصوصا. وقد تم إبراز أهمية هذا العامل في الجاذبية الإقليمية من خلال دراسات سابقة حول أسباب هجرة الناس ورؤوس الأموال إلى مناطق جديدة تعتبر أكثر جاذبية، وأيضًا من خلال دراسات حديثة تحدد القيمة المضافة لهذا العامل في جاذبية الأقاليم.

يعرض المقال أيضًا نتائج استطلاع للرأي حول جاذبية مدينة بوغزول الجديدة والتي تكشف على أن 83٪ من الجهات الفاعلة في الإقليم تعتبر أن النقل يمثل أولوية قصوى في تعزيز جاذبيتها.

الكلمات المفتاحية: الجاذبية الإقليمية، ممثل الإقليم، مدينة جديدة، النقل والتنقل.

تصنيف *جال* : C15 – C18 - R11 - R19 - R58.

THE DEVELOPMENT OF TRANSPORT TO PROMOTE THE TERRITORIAL ATTRACTIVENESS OF THE NEW CITY OF BOUGHEZOUL

ABSTRACT

The attractiveness strategies of cities are based particularly on wealth acquired over time, unlike new cities that are designed in territories with no historical assets. This article aims to highlight the importance of the role that transport can play in the attractiveness of these new territories in general, and that of the new city of Boughezoul in particular. This importance is highlighted by previous studies highlighting the reasons for the migration of men and capital to new territories considered more attractive, and through recent studies quantifying the benefit that brings this factor to territorial attractiveness. The article also presents the results of an opinion poll on the attractiveness of the new city of Boughezoul, which reveals, in particular, that 83% of transport is the most important issue to consider promoting its attractiveness.

Key words*:* Territorial attractiveness, territorial player, new city, urban mobility.

JEL Classification : C15 – C18 - R11 - R19 - R58.

INTRODUCTION

Pour assurer leur attractivité et leur rayonnement, les villes ou les territoires mobilisent l'ensemble des compétences et atouts dont ils disposent afin de répondre aux enjeux de l'attractivité territoriale auxquels ils sont confrontés. L'attractivité dans le domaine touristique a été développée par Londres, Venise, Paris… pour leurs atouts patrimoniaux et architecturaux. En Irlande la ville de Dublin a choisi

les domaines économique et financier. Grâce à la renommée internationale de leurs universités, les villes d'Oxford, Cambridge, Harvard… développent une attractivité dans les domaines scientifique et culturel. Toutes ces villes ont déjà des atouts acquis à travers l'histoire leur permettant de développer des stratégies d'attractivité, mais les villes nouvelles qui ont été planifiées dans l'idée d'organiser la croissance urbaine sur des lieux, généralement, sans aucune vocation préalable n'ont pas cette richesse historique leur permettant de devenir attractives. Selon le Schéma National d'Aménagement du Territoire (SNAT), l'Algérie compte créer plusieurs villes nouvelles. S'inscrivant dans la ligne directrice N°2 du SNAT, Boughezoul est une des villes nouvelles crées au niveau des hauts plateaux en vue d'assurer un rééquilibrage territorial. Elle vise à la mise en œuvre d'une dynamique conduisant à un nouvel équilibre entre la frange littorale et les zones intérieures du territoire (ANAAT 2018).

Devant l'absence d'un capital historique, les villes nouvelles tentent généralement de développer de nouvelles stratégies pour devenir attractives aux regards des acteurs du territoire les plus éloignés. Parmi ces stratégies, beaucoup d'entre elles sont construites autour de la problématique de transport et, actuellement, certaines villes s'engagent sur des projets de mobilité visant à densifier et à moderniser leur réseau de transport pour accroitre leur attractivité. Devant la situation précaire des transports en Algérie, dont 90% s'effectuent toujours par route, notamment, dans les territoires intérieurs du pays, et le réseau ferroviaire qui ne dépasse guère les 42OO Km et les 200 gares…(Boubakour, 2020), la ville nouvelle de

Boughezoul peut-elle s'appuyer sur le développement du réseau du transport pour devenir attractive ? Sachant que malgré sa proximité de la capitale, située à environ (170 km), et la position privilégiée dont elle jouit, au carrefour d'axes routiers structurants Nord -Sud et Est Ouest, elle demeure qualifiée de ville éloignée. La durée du trajet entre la ville d'Alger et Boughezoul dépasse en moyenne les quatre (4) heures de route, ce qui accroit les causes défavorables à son attractivité.

En se basant sur plusieurs études mettant en exergue l'importance du transport dans l'attractivité des territoires, nous pouvons prédire qu'a l'instar des villes qui ont construit leur stratégie d'attractivité autour de la mobilité, la ville nouvelle de Boughezoul peut asseoir son attractivité à travers le développement du transport, qui contribuera à drainer la population et certaines activités économiques vers son territoire et répondre, ainsi, à l'objectif pour lequel elle a été créée. Parmi ces études qui consolident notre hypothèse nous citons ; les études qualitatives d'anciennes recherches évoquant les raisons de migration des hommes et des capitaux vers de nouveaux territoires considérés plus attractifs grâce, principalement, au développement du transport, telles que celles d'Adam Smith, Alfred Weber, Ravenstein, Marsal… D'autres études quantitatives révèlent les résultats chiffrés d'actuelles recherches mesurant l'impact de nouvelles infrastructures de transport sur l'attractivité de certains territoires qui ont conduit au dépeuplement de plusieurs grandes villes, parmi lesquelles nous citons ; les villes centrales des États-Unis, les villes de Chine, la ville de Paris, l'Ile de France, et même des villes dans des pays africains tel que l'Ethiopie…

Nous allons tenter de conforter notre hypothèse à travers les résultats de l'enquête d'opinion que nous avons menée dans le cadre de cette étude. L'enquête est élaborée auprès des acteurs du territoire sur la base d'un questionnaire construit autour de plusieurs problématiques relatives à l'attractivité et à la mobilité urbaine. Les

réponses des acteurs sont recoupées et filtrées selon les résultats obtenus, et des calculs statistiques ont permis de classer les réponses des acteurs selon les résultats obtenus. Nous pouvons confirmer que ces résultats viennent consolider les conclusions des études théoriques sus-citées sur l'importance de la mobilité et du transport dans l'attractivité des territoires. Les résultats viennent, également, nous renseigner sur la vision des acteurs du territoire sur l'attractivité des villes nouvelles et les actions prioritaires à envisager pour l'attractivité de la ville nouvelle de Boughezoul, notamment sur : la campagne de communication du projet de la ville nouvelle, les facteurs qui entravent son attractivité, les atouts de son projet permettant de promouvoir son attractivité, les facteurs à prioriser pour son attractivité… Cette enquête aidera la ville nouvelle de Boughezoul dans l'orientation de sa stratégie de développement vers les facteurs qui assureront l'amélioration de son attractivité.

1 DEFINITION DE CONCEPTS

1.1 L'attractivite Territoriale

La littérature sur la définition et les déterminants de l'attractivité territoriale est très abondante, tant dans la littérature française qu'anglo-saxonne. Malgré les nombreux travaux existants, une ambigüité règne encore autour de cette notion qui fait encore l'objet de beaucoup de recherches et de confrontations entre les études théoriques et pratiques.

Son apparition est généralement attribuée à la discipline urbaine, plus exactement à l'économie urbaine avec la loi de William J. Reilly de 1931. Mais le phénomène d'attractivité urbaine en tant que science semble être antérieur à ces travaux pour lequel une trace plus ancienne existe dans les travaux de l'historien Ibn Khaldoun, qui est également sociologue, économiste, géographe, démographe, et homme d'Etat. Dans son célèbre livre « *El Moqadima* » ou

« Prolégomènes » qu'il a écrit en 1377, Ibn Khaldoun parle déjà de l'attractivité des villes envers les riches, où ils y trouvent un lieu de bien-être et de détente : «…ce à quoi on se laisse porter par amour du bien-être et du repos » (De Slane, 1863).

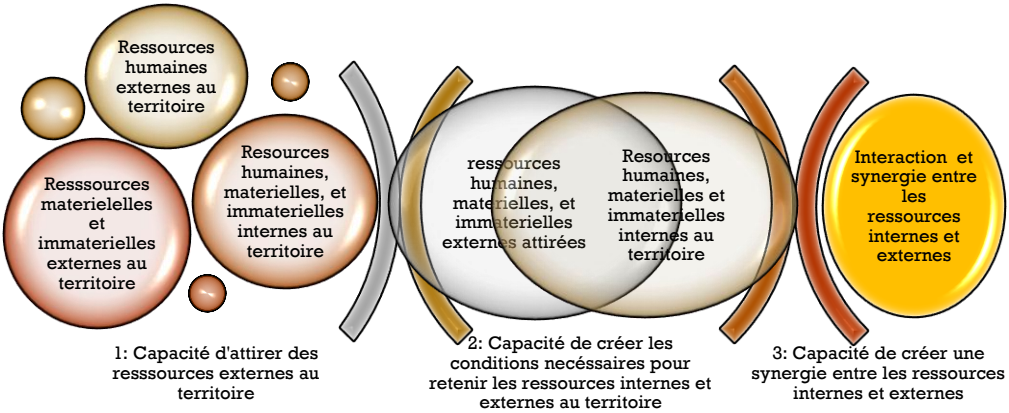
L'attractivité territoriale a connu de nombreuses définitions, qui diffèrent de l'économie, à la géographie, à la sociologie… Villa Borges, Jacquier-Roux, et Le Bas, dans leur article intitulé « Echelle et variété de l'attractivité technologique d'une région - l'exemple de Rhône-Alpes », considèrent que l'attractivité d'un territoire peut se définir comme : « une capacité à attirer des hommes, des capitaux, des investissements, ou des activités économiques venant de l'extérieur du territoire » (Borges, Roux, & Bas, 2007). Cette définition réduit la vision de l'attractivité au simple sens d'attirer différentes formes de ressources externes, sans pour autant s'intéresser à la capacité de ce territoire à être attractif pour sa propre population. Cette problématique a été évoquée en 2003 et en 2008 par Laurent Davezies dans ses travaux sur le développement du tourisme en Ile-de-France. Il montre que cette région, alors qu'elle reste l'une des régions les plus attractives du monde, perd progressivement une partie de ses habitants de couches moyennes qui se déplacent vers des régions plus attractives en termes de qualité de vie (coût de la vie plus faible, qualité de l'habitat supérieure, plus grande offre en espaces verts, moins d'inégalités sociales donc moins de chômage…). Ce qui conduit cet auteur à conclure qu'un territoire attractif doit savoir d'abord garder les siens, car il est plus important de capter la richesse que de la créer.

Un autre volet de l'attractivité territoriale a été souligné par Hubert Gérardin et Jacques Poirot, dans leur publication intitulée « L'attractivité des territoires : un concept multidimensionnel », qui est celui de la périodicité de l'attractivité. Ils définissent l'attractivité territoriale comme : « La capacité d'un territoire à être choisi par un acteur comme zone de localisation (temporaire ou durable) pour tout ou partie de ses activités ; cette attractivité est une attractivité perçue

qui n'implique que des personnes physiques, des individus, des ménages ou des équipes, par exemple des équipes dirigeantes d'une entreprise ou d'une administration publique» (Gérardin & Poirot, 2010). Cette périodicité de l'attractivité pour ces chercheurs peut être temporaire ou durable, alors que Hervé Alexandre, François Cusin, Claire Juillard, dans leur publication intitulée: « l'attractivité résidentielle des agglomérations françaises» associent l'attractivité d'un territoire à sa capacité à attirer durablement les ressources : « L'attractivité d'un territoire renvoie à sa capacité à attirer durablement différentes formes de ressources (humaines, économiques et financières) » (Alexandre, Cusin, & Juillard, 2010).

De tout ce qui précède, nous constatons que la plupart des définitions résument l'attractivité d'un territoire à sa capacité à attirer et/ou à retenir certains facteurs humains ou matériels pour une période donnée. Cela exclut le rôle devant être joué par le territoire lui-même envers ses ressources et celles attirées, en vue d'assurer les conditions nécessaires, permettant à toutes ces ressources de fonctionner en parfaite symbiose. Ce commensalisme générera une valeur ajoutée rendant ce territoire encore plus performant, conduisant à faire perdurer son attractivité. A partir de ce raisonnement on peut retenir une nouvelle définition propre à cette étude, qui émerge de toute les définitions sus-citées et de notre propre vision du phénomène de l'attractivité territoriale : «l'attractivité d'un territoire est définie par sa triple capacité ; d'une part, à attirer toutes sortes de ressources considérées comme facteurs d'évolution (habitants, investisseurs, événements, entrepreneurs, capitaux…etc.). D'autre part, à sa capacité à créer les conditions nécessaires pour retenir ses ressources et celles attirées. Et finalement, à sa capacité à pouvoir créer une synergie entre ces ressources, conduisant au développement de nouvelles performances territoriales et à faire perdurer son attractivité» (Vision de l'auteur).

Figure 1: Attractivité d'un territoire



Source : Réalisée par l'auteur selon sa vision de l'attractivité urbaine, Excel 2013.

1.2 Le territoire et ses acteurs

La plateforme électronique de publication en ligne « Géoconfluences » pour le partage du savoir et pour la formation en géographie, développée par la Direction générale de l'enseignement scolaire (DGESCO) et par l'École Normale Supérieure de Lyon (ENS de Lyon) au nom du Ministère de l'Éducation nationale Français, définit un territoire au sens large comme : « une portion d'espace appropriée » ou « un espace délimité, approprié par un individu, une communauté, sur lequel peut s'exercer l'autorité d'un État, d'une collectivité ». Pour ce qui est de la définition des acteurs du territoire, ils sont définis comme : « L'ensemble des agents (individu, groupe de personnes, organisation) susceptibles d'avoir, directement ou indirectement, une action sur les territoires. De l'individu à l'État et aux structures transnationales, en passant par l'entreprise, les collectivités locales, les associations, etc. Ils ont leurs représentations

mentales et patrimoniales, leurs pratiques socio-spatiales des territoires ; leurs intérêts, leurs objectifs et donc leurs stratégies. Ils peuvent passer des alliances, faire du "lobbying", arbitrer, etc. ». Nous considérons cette définition tout en la simplifiant, pour retenir une nouvelle définition dans le cadre de cette étude : « Un acteur du territoire est toute personne, ou groupe de personnes intervenant sur un territoire donné, en participant à son vécu à travers les échanges de biens et de services, et en conduisant au développement de relations socioprofessionnelles et à l'instauration d'une cohésion entre les différents intervenants» (Vision de l'auteur). La méthodologie d'identification de l'ensemble des acteurs du territoire est détaillée au niveau de l'annexe 1.

2 IMPORTANCE DU TRANSPORT DANS L'ATTRACTIVITE DES TERRITOIRES VU A TRAVERS D'ANCIENNES ETUDES DE MIGRATION

Le transport, ou la mobilité d'une manière générale, est qualifié par plusieurs auteurs comme facteur d'importance fondamentale dans l'attractivité des territoires. Adam Smith met en exergue cette importance dans son livre intitulé « Recherches sur la nature et les causes de la richesse des nations». Il cite les raisons pour lesquelles l'homme était attiré par les territoires longeant les voies navigables[1], et le rôle qu'elles jouent pour l'inciter à se localiser ou à faire installer son industrie au niveau de ces territoires. Il souligne à cet effet, les facilités qu'offrent ces territoires en matière d'échanges économiques et le gain en temps et en argent qu'ils permettent d'obtenir : « La facilité des transports par eau ouvre un marché plus étendu à chaque type d'industrie que ne peut faire le transport par voie terrestre. C'est aussi, sur les côtes de la mer et le long des rivières

[1] L'auteur sous-entend par-là que l'homme était attiré par les territoires se trouvant aux cotés des rivières navigables et des mers.

navigables que l'industrie de tout genre commence à se propager et faire des progrès» (Smith, 1776).

Pour Ravenstein, les grandes villes et les centres d'industrie sont les territoires qui attirent le plus les migrants des territoires ruraux. Cette affirmation est une résultante de l'examen qu'il a effectué sur les données de la composition urbaine issues du recensement Britannique et à la comparaison de lieux de naissance de la population. Ses travaux concluent que la population des villes d'Angleterre et du Pays de Galles entre 1871 et 1881 a augmenté de 19,6%, tandis que la population rurale n'a augmenté que de 7,1%. Le chercheur conclut, également, que les infrastructures routières et les installations existantes au niveau des villes attirent de plus en plus les travailleurs. Ces moyens de transport permettent aux travailleurs, même s'ils sont installés loin des villes, de profiter du travail et des moyens de distraction qu'elles offrent : « Les routes améliorées, les installations ferroviaires, le développement de la marine marchande, l'habitude de voyager, et la connaissance croissante des ouvriers, ont conduit à faciliter la circulation des personnes vers des endroits qui n'étaient pas jusque-là désirés» (Ravenstein, 1885). Le développement des infrastructures et des systèmes de transport facilitent le déplacement et la communication entre les différentes localités, même éloignées. Ils ont une incidence directe sur l'attractivité de ces territoires qui étaient autrefois indésirables de par la distance qui les sépare et les difficultés géographiques qui les caractérisent.

Le transport et le fret ont aussi été abordés par l'économiste britannique Alfred Marshal, qui les considère parmi les plus importants facteurs de l'attractivité territoriale. Dans son célèbre ouvrage « principes de l'économie », il souligne que la disponibilité des moyens de transport et la réduction de leurs tarifs permettent aux entreprises de s'approvisionner à partir d'endroits éloignés. Cette facilité rend certains territoires plus attractifs par rapport à d'autres : « D'une manière générale, il faut dire que l'abaissement des tarifs des frets, pour le transport des marchandises, tend à faire acheter à

chaque localité de loin ce dont elle a besoin et, par conséquent, tend à concentrer des industries particulières dans des localités particulières » (Marshall, 1890).

L'économiste sociologue Alfred Weber dans son livre « La Théorie de la localisation des industries » s'intéresse à l'importance du transport dans la localisation des industries. Il a défini alors, les facteurs qui peuvent influencer le choix de la localisation d'une industrie donnée, en prenant en considération les besoins de chaque industrie en matière première, et il s'est interrogé sur la meilleure localisation lui correspondant de sorte à se rapprocher ou bien du lieu d'existence de cette matière première, ou bien du marché de la consommation. Pour Alfred Weber, le choix de localisation d'une activité dans un territoire donné dépend du gain à effectuer sur trois volets de la production qui sont : les frais du transport, le coût de la main d'œuvre et le gain induit suite à l'effet d'agglomération. Selon lui, les déplacements spatiaux de forces économiques et la migration des capitaux et des hommes ont conduit à l'effondrement de plusieurs empires et à l'édification de nouveaux (Weber, 1929).

Par ailleurs, l'importance des moyens de transport existants entre les différents territoires qui développent des relations, qu'elles soient commerciales ou autres, a été citée à plusieurs niveaux par le professeur économiste Walter Isard dans son livre intitulé « *Location and Space-Economy*». Il n'hésite, d'ailleurs, pas à qualifier ce facteur d'attractivité comme facteur d'importance fondamentale : « les considérations de transport revêtent une importance fondamentale. De même, on ne peut nier l'importance cruciale des transports pour la spécialisation géographique entre des zones séparées » (Isard, 1956).

3 IMPACT DU TRANSPORT SUR L'ATTRACTIVITE DE NOUVEAUX TERRITOIRES ET LE DEPEUPLEMENT DES CENTRES URBAINS

Plusieurs récentes études tentent d'analyser l'impact de la réalisation de nouveaux réseaux et infrastructures de transport sur

des territoires éloignés et leur répercussion sur les centres urbains qui leur sont limitrophes. Les résultats de l'étude menée par Nathaniel Baum-Snow attestent qu' : « Entre 1950 et 1990, la population totale des villes centrales des États-Unis a diminué de 17% malgré une croissance démographique qui a augmenté de 72% dans l'ensemble des zones métropolitaines » (Baum-Snow, 2006). L'étude démontre que la construction de nouvelles autoroutes a largement contribué au déclin de la population des centres villes. Cette explication est motivée par la théorie de l'utilisation des sols développée par Alonso en 1964, qui prédit que les temps de déplacement plus courts augmentent la demande d'espace dans les banlieues par rapport aux villes centrales. L'étude démontre aussi que les gares de chemins de fer régionales avaient également un effet d'attractivité sur les populations, leurs territoires connaissant une croissance de l'activité commerciale et économique grâce à l'arrivée de liaisons régionales autour des gares.

L'article publié en 2012 par Gilles Duranton et Matthew Turner met en évidence, aussi, qu'aux États-Unis la réalisation d'infrastructures dans un territoire entraine une augmentation du nombre d'emplois. Ils estiment les effets des principales routes et des transports en commun sur la croissance des grandes villes américaines entre 1980 et 2000 : « Nous constatons qu'une augmentation de 10% de quantité d'autoroutes (inter-États) d'une ville entraîne une augmentation de son emploi de 1, 5% sur 20 ans » (Duranton & Turner, 2012).

De même pour la Chine qui, au début des années 90, s'est lancée dans une initiative ambitieuse visant à construire et à moderniser rapidement son infrastructure de transport et en particulier ses autoroutes. Les dépenses en infrastructures de transport ont augmenté de 15% par an, pour atteindre environ 200 milliards de dollars en 2007. L'étendue et la configuration des réseaux routiers, ferroviaires et de transports en commun, ont eu une incidence sur la décentralisation de la population et sur le développement économique. Une étude réalisée par les cinq chercheurs , Baum-Snow,

Brandt, Henderson, Turner, et Zhang démontre que : « La présence à la fois, d'autoroutes radiales et de routes périphériques en dehors du centre-ville, réduit la densité de population dans les centres villes. Nos estimations indiquent que chaque autoroute radiale supplémentaire a déplacé au moins 4,2% de la population du centre-ville vers les régions suburbaines ». Ils ajoutent que : « Chaque ligne de chemin de fer radiale supplémentaire entraîne un déplacement d'environ 17% du PIB du centre-ville et de 26% du PIB du secteur industriel du centre-ville vers les régions environnantes» (Baum-Snow, Brandt, Henderson, Turner, & Zhang, 2012).

L'impact du transport sur l'attractivité économique des territoires a été démontré par le Laboratoire Interdisciplinaire d'Évaluation des Politiques Publiques (LIEPP). Il a été chargé par la Société du Grand Paris d'évaluer l'impact que pourrait avoir la construction du Grand Paris Express (GPE) sur l'attractivité de la région de l'Île-de-France pour les entreprises multinationales. Les résultats de l'évaluation montrent que la construction d'une gare RER entraîne un surcroît d'attractivité de 4 à 9 % ; ces chiffres sont de 5 à 10 % pour les entreprises à capitaux étrangers. Les résultats attestent aussi que les villes qui ont un métro attirent davantage d'investissements directs étrangers : « Le Grand Paris Express prévoit un doublement de la taille du métro, soit une augmentation de 100 % de la taille de l'infrastructure de métro. En appliquant cette valeur aux résultats du modèle avec effets fixes que nous privilégions, c'est-à-dire une élasticité comprise entre 0,1 et 0,2, nous obtenons un impact pour le GPE qui varie entre 10 % et 20 % de projets en plus. Paris ayant attiré 1 310 projets entre 2003 et 2014, de telles élasticités correspondent à un intervalle de 130 à 262 projets supplémentaires » (LIEPP, 2017).

Dans le cas de la Grande-Bretagne, les chercheurs Gibbons, Lyytikäinen, Overman, et Sanchis-Guarner ont analysé l'impact de la construction de nouvelles infrastructures routières et la réduction du temps des trajets sur l'attractivité des territoires ; ils ont conclu que celles-ci permettent d'attirer de nouvelles entreprises : « Une

amélioration de 1% de l'accessibilité entraîne une augmentation d'environ 0,3-0,4% du nombre d'entreprises et d'emplois. Les estimations varient entre zéro et 1% selon les secteurs et les spécifications» (Gibbons, Lyytikäinen, Overman, & Sanchis-Guarner, 2017). L'exposition aux améliorations des transports est mesurée par les changements d'accessibilité, qui sont calculés à une échelle géographique détaillée à partir des changements dans les temps de trajet minimaux le long du réseau routier. Ces changements sont induits par la construction de nouveaux schémas de liaisons routières.En Afrique nous pouvons citer l'exemple de l'Ethiopie qui a connu une croissance économique historiquement élevée durant la dernière décennie. Le taux de croissance annuel moyen du PIB est estimé à 10,6 % selon le gouvernement et à environ 8 % selon le Fonds monétaire international (FMI) (Nallet, 2018). Les grands projets d'infrastructures gouvernementaux constituent le fondement de l'attractivité de l'Ethiopie et de sa croissance, dont les emblèmes sont les routes, les ponts, les voies ferrées, et plus récemment, le tramway d'Addis-Abeba. Le stock d'investissements directs étrangers (IDE) en Éthiopie s'élève à 22,3 Mds USD en 2018 selon la CNUCED, soit 27,7 % du PIB éthiopien en forte progression depuis 2012 (passant de 279 M USD en 2012 à 4 Mds USD en 2017. Les projets d'infrastructures ferroviaires sont devenus des symboles de la « nouvelle Éthiopie ». La réhabilitation de la ligne de chemin de fer de 750 kilomètres reliant Addis-Abeba et Djibouti constitue un projet phare de cette dynamique. Elle fait partie d'un vaste projet de réseau ferroviaire qui devrait connecter la ligne avec le Soudan, le Kenya et le Soudan du Sud. Le tramway d'Addis-Abeba, également se veut le symbole de la nouvelle Éthiopie à l'échelle de la capitale.

4 MATERIELS ET METHODES

Une enquête de terrain a été lancée, en vue de recueillir les différents avis des acteurs du territoire sur l'attractivité de la ville

nouvelle de Boughezoul et d'évaluer l'importance accordée au facteur du transport et de la mobilité. Le questionnaire de l'enquête contient 40 questions, il est construit sur la base de plusieurs recherches sur l'attractivité territoriale, et en particulier sur la vision de la « Charte d'Athènes » de 2003, et de celle du Conseil Européen des Urbanistes (CEU) sur les villes futures européennes basées sur le concept de la ville en réseau.

4.1 Objectifs de l'enquête

L'étude a comme objectif principal de définir, selon la vision des acteurs du territoire, quelle importance à réserver au facteur du transport et de la mobilité en vue de promouvoir l'attractivité de la ville nouvelle de Boughezoul. L'enquête vise, également, à :

- Evaluer le niveau de l'attractivité du projet de la ville nouvelle de Boughezoul ;
- Identifier les raisons qui entravent l'attractivité de la ville nouvelle de Boughezoul ;
- Mettre en avant les atouts de la ville nouvelle permettant de promouvoir son attractivité ;

  Elle vise, aussi, à identifier :
- Les facteurs conduisant à son attractivité et leurs priorisations ;
- Les enjeux prioritaires à promouvoir pour développer la mobilité à l'intérieur et vers l'extérieur de la ville nouvelle de Boughezoul…

4.2 Choix de la méthode de déroulement de l'enquête

Trois méthodes ont été préalablement examinées avant de déterminer celle avec laquelle la collecte des informations allait s'opérer. Tout d'abord, nous pensions élaborer l'enquête en face à face, mais cette méthode a été écartée pour plusieurs raisons, notamment, la longueur du questionnaire, la nécessité de recrutement

d'enquêteurs, le long délai de préparation et de mise en œuvre, l'importante de la logistique devant être déployée, la saisie et le traitement des données..., d'autant plus qu'elle limite notre périmètre d'intervention. La deuxième méthode est l'enquête par téléphone ; bien qu'elle soit moins onéreuse que la première et rapide à mettre en œuvre, cette dernière a été, également écartée, du fait que le questionnaire contient une vidéo de présentation du projet de la ville nouvelle de Boughezou,l chose que nous ne pouvions visualiser à travers cette méthode. Ce qui nous a mené finalement, à réaliser l'enquête via l'application « Google Forms » sans délimitation préalable. Cette application permettait non seulement l'intégration de la vidéo dans le questionnaire, mais donnait également une certaine flexibilité aux participants de pouvoir renseigner le questionnaire à distance, quand ils le veulent et où ils veulent, d'autant plus que le suivi et l'analyse des résultats via cette application pouvait se faire en temps réel.

4.3 Sondage et échantillon

Nous avons défini un plan de sondage basé sur deux méthodes de sondage complémentaires :

Une large diffusion : Un sondage basé sur une large diffusion du questionnaire sur les réseaux sociaux, notamment Facebook et tweeter, pour s'assurer qu'un maximum de population de différentes catégories socioprofessionnelles puisse avoir accès au questionnaire.

Un plan aléatoire simple : De peur que le premier plan de sondage n'accroche pas les professionnels du monde économique et afin d'assurer leur participation à l'enquête, un deuxième sondage, basé sur les échantillons sélectionnés par un tirage aléatoire sur une base de données contenant 50.000 contacts, a été effectué. Le questionnaire a été transmis, à travers une campagne

e-mailing, à un échantillon de 1531 personnes de différentes catégories professionnelles, qui représente un taux de sondage de 3%.

Echantillon de départ (pré-enquête) : Avant le lancement massif de l'enquête d'opinion auprès des acteurs du territoire, un sondage a été élaboré auprès d'une dizaine de différents acteurs. Ce qui a permis de réajuster le questionnaire en vue de le rendre plus compréhensible, par la clarification de certaines parties qui étaient jugées ambigües par certains acteurs.

4.4 Durée de l'enquête

L'enquête a été lancée au début du mois de Novembre 2018 et a pris fin à la fin du mois de février 2019, après une durée de quatre mois de collecte. La phase d'analyse des données a débuté au début du mois de mars 2019. La préparation de l'enquête, par contre, a été entamée 5 mois avant son lancement. Cette préparation consistait en : la collecte des données statistiques, la définition des objectifs, la préparation de l'étude théorique, les calculs qui ont permis de définir les différents préalables nécessaires à l'élaboration du questionnaire, l'élaboration du questionnaire, et la détermination de la méthodologie de déroulement de l'enquête.

4.5 Outils utilisés pour l'élaboration de l'enquête

L'outil utilisé pour l'élaboration du questionnaire de l'enquête et la récolte des données est : Google Forms.

En vue de mettre l'ensemble des acteurs au même niveau d'information, une vidéo virtualisant la future ville nouvelle a été intégrée dans le questionnaire, en utilisant le site web d'hébergement des vidéos « YouTube ». Elle diffuse un film décrivant le contenu du

projet de la ville nouvelle, son organisation spatiale et les objectifs pour lesquels elle a été créée.

Les invitations de participation au sondage sont transmises aux différents acteurs du territoire, via une campagne e-mailing. La possibilité d'utilisation de Google Forms sur les appareils mobiles a permis, également, un large partage du questionnaire sur les réseaux sociaux « Facebook » et « Twiter ».

Les outils utilisés pour le traitement des données des résultats obtenus sont : Word, Google Sheets et Excel

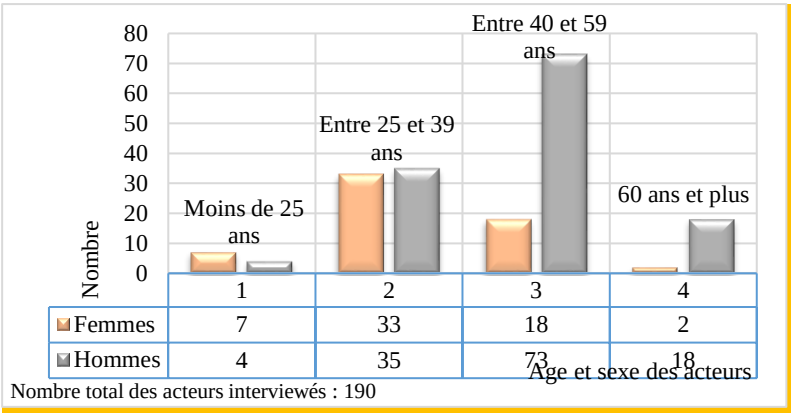
5 RESULTATS ET DISCUSSIONS

5.1 Identification des acteurs interviewés

Afin de pouvoir cerner l'avis des différentes tranches d'acteurs interviewés et d'analyser objectivement la relation entre leurs visions sur les différentes problématiques posées et leurs conditions socioprofessionnelles, nous avons procédé à leur catégorisation par : fonction, âge, sexe, lieu d'habitation, nombre de personnes vivant dans leurs foyers… Cette catégorisation a été établie suite à une étude des différentes fonctions urbaines et/ou territoriales, et une analyse de données arrêtées au 4eme trimestre 2018 recueillies auprès de l'Office National des Statistiques (ONS) (Voir détail en annexe 1).

5.1.1 Structuration des acteurs interviewés par âge et par sexe

Figure 2: Age et sexe des acteurs interviewés



Source : Etablis par l'auteur à partir des résultats de l'enquête, Excel 2013.

Environ la moitié des acteurs ayant participé à l'enquête appartiennent à la catégorie d'âge « entre 40 et 59 ans », elle représente quarante-huit (48)% de l'ensemble des acteurs interviewés. La catégorie « entre 25 et 39 ans » vient en deuxième position avec une participation de trente-six (36)%. En revanche la catégorie de « plus de 60 ans » a participé avec un taux de dix (10)%. Vient en dernier la catégorie de « moins de 25 ans » avec un taux de participation avoisinant les six (6)%.

Malgré la large diffusion du questionnaire à toutes les catégories et genre de la population, l'enquête enregistre une plus grande implication de la catégorie d'hommes par rapport à celle des femmes. Leur participation est estimée à soixante-huit (68)%, elle représente plus du double de la participation féminine estimée à trente-deux (32)%.

5.1.2 Structuration des acteurs interviewés par fonction

Tableau 1: Fonctions des acteurs interviewés

Nombre total des acteurs interviewés : 190

N°	Fonction- Situation	Nombre d'acteurs	%
01	Architecte, Urbaniste, Planificateur…	50	26 %
02	Enseignant - chercheur	25	13 %
03	Fonctionnaire (Fonction Publique)	45	24 %
04	Médecin, Infirmier, Laborantin…	10	5 %
05	Salarié (Secteur Economique)	32	17 %
-	Fonctions du reste des acteurs	28	15 %

Source : Etablis par l'auteur à partir des résultats de l'enquête, Word 2013.

Après étude et analyse des différentes fonctions urbaines ou territoriales, quatorze (14) fonctions d'acteurs sont identifiées dans le cadre de cette étude (Voir détail en annexe N° 1). Le tableau N° 1, ci-après, regroupe les résultats obtenus pour les cinq catégories de fonctions les plus représentatives des acteurs ayant participé à l'enquête. La participation de l'ensemble des acteurs est détaillée en annexe (Voir détail en annexe N° 2).

5.1.3 Lieu d'habitation des acteurs interviewés

Tableau 2 : Lieu d'habitation des acteurs interviewés

Nombre total des acteurs interviewés : 190

Code wilaya	Wilaya	Nombre d'acteurs	%
06	Béjaia	12	6 %
09	Blida	13	7 %

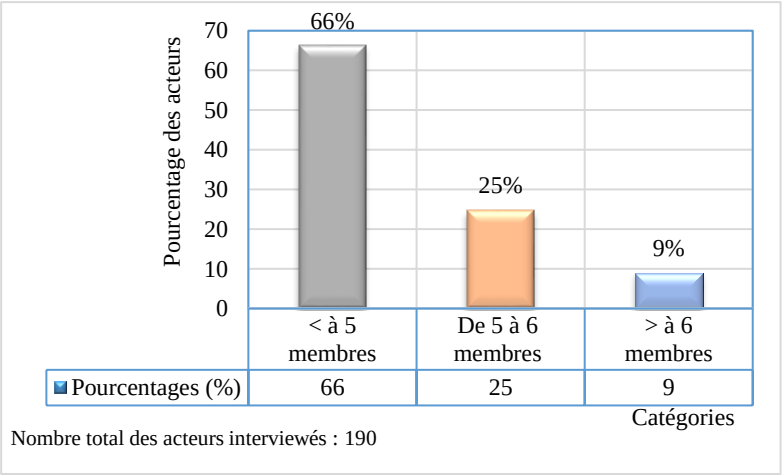
16	Alger	113	59,5 %
-	Autres wilayas	52	27,5 %

Source : Etablis par l'auteur à partir des résultats de l'enquête, Word 2013.

L'ensemble des acteurs ayant participé à l'enquête habitent dans Vingt-cinq (25) wilayas différentes (Voir détail en annexe N° 2). Le tableau, ci-après, regroupe les résultats obtenus pour les trois (03) wilayas les plus représentatives. La wilaya d'Alger est de loin celle qui a enregistré la plus grande participation avec un taux avoisinant les soixante (60) %.

5.1.4 Nombre de personnes par foyer

Figure 3: Nombre de personnes par foyer



Source : Etablis par l'auteur à partir des résultats de l'enquête, Excel 2013.

Les résultats du nombre de personnes vivant dans le même foyer indiquent que soixante-six pour cent (66%) des acteurs interviewés vivent à moins de cinq personnes par foyer. Alors que vingt-cinq pour

cent (25) représentent la moyenne nationale qui vivent entre cinq et six personnes par foyer. Et seul neuf pour cent (9%) des acteurs vivent à plus de six personnes dans le même foyer.

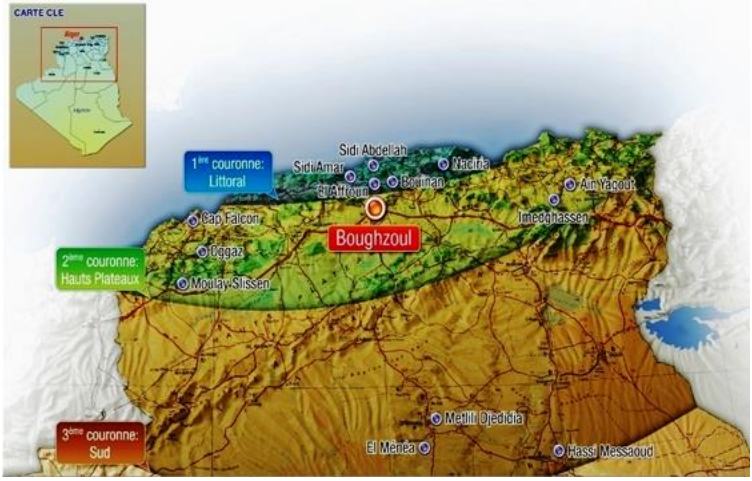
5.2 Diagnostic du projet de la ville nouvelle de Boughezoul et de son territoire ;

La ville nouvelle de Boughezoul est située dans la Wilaya de Médéa en Algérie (Voir fig. N° 4). Elle s'étale sur un périmètre global de six mille hectares (6.000 ha)[2]. Elle a été créée avec comme objectifs majeurs la création :

- D'un pôle de compétitivité et d'excellence sur les Hauts Plateaux Centre pour le rééquilibrage du territoire ;
- D'une ville d'équilibre afin d'optimiser le potentiel de développement des Hauts Plateaux Centre et de diffuser les effets de la croissance des aires métropolitaines ;
- D'une dynamique de développement local et régional, par la promotion et l'implantation des industries de pointe permettant d'encadrer le développement économique de la région des Hauts Plateaux, et de renforcer la compétitivité territoriale par l'effet induit de la création d'emplois ;
- D'une ville autonome dotée de diverses fonctions (habitat, administration, éducation, services médicaux, culture et autres) pour impulser une dynamique économique et sociale durable.

[2] Périmètre global (6 000 ha) : Le mot désigne l'étendue finale de la ville comprenant tous les espaces urbanisés, le foncier industriel de pointe réservé pour l'extension future, les tissus existants, le terrain d'exploitation forestière et le complexe des énergies nouvelles et renouvelables. Par contre, le périmètre exclut le lac et ses îles, la station d'épuration, la zone agricole et la ceinture verte.

Figure 4: Localisation de la ville nouvelle de Boughezoul



Source : Etablissement de la ville nouvelle de Boughezoul, rapport de mission B1 : plan d'aménagement, mars 2009

Se trouvant dans un territoire peu urbanisé, elle doit développer les conditions nécessaires pour attirer divers acteurs vers elle en vue d'être en mesure de répondre aux objectifs pour lesquels elle a été créée, notamment, celui de créer une ville d'équilibre afin d'optimiser le potentiel de développement des Hauts Plateaux Centre et de diffuser les effets de la croissance des aires métropolitaines.

5.2.1 Avis des acteurs sur la commune de Boughezoul

Le territoire de la commune de Boughezoul est un territoire méconnu de la part de 30% des acteurs interviewés.

Parmi les 70% des acteurs qui connaissent le territoire de la commune de Boughezoul, seul 36% d'entre eux pensent qu'il dispose de tous les atouts lui permettant un développement futur. 34% des

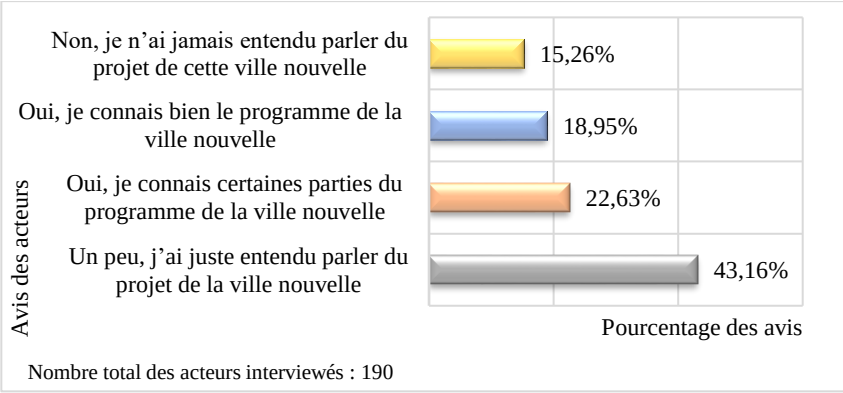
acteurs estiment qu'il est sans ressources d'attractivité. Tandis que 29% d'entre eux le qualifient de territoire sans avenir prévisible.

Cet avis négatif sur le territoire de Boughezoul nous pousse à vouloir connaitre l'avis de ces mêmes acteurs sur le projet de la ville nouvelle de Boughezoul. Sera-t-il en mesure de convaincre ces acteurs à changer leur vision négative envers ce territoire qualifié sans ressources et sans avenir ? Les résultats, ci-après, donnent une vision plus claire sur le niveau de connaissance et l'avis des acteurs sur le projet de la ville nouvelle de Boughezoul.

5.2.2 Niveau de connaissance des acteurs du projet de la ville nouvelle de Boughezoul

Seulement 19% des acteurs interviewés connaissent le programme du projet de la ville nouvelle de Boughezoul, 23% ne connaissent que certaines parties de son programme (Voir fig. N° 5). Cette méconnaissance du projet de la ville nouvelle de Boughezoul de la part des acteurs interviewés conduit à prédire que le projet souffre d'un problème de communication et de marketing. Ce qui nous a poussés à évaluer la qualité de la stratégie de communication et de marketing du projet de la ville nouvelle, les résultats sont schématisés dans la figure N° 6.

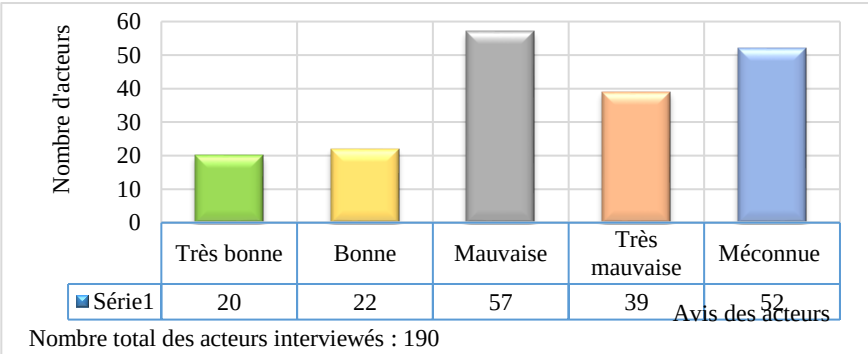
Figure 5: Niveau de connaissance du projet de la ville nouvelle de Boughezoul



Source : Etablis par l'auteur à partir des résultats de l'enquête, Excel 2013.

5.2.3 Evaluation de la campagne de communication du projet de la ville nouvelle de Boughezoul

Figure 6: Evaluation de la campagne de communication du projet de la ville nouvelle de Boughezoul



Source : Etablis par l'auteur à partir des résultats de l'enquête, Excel 2013.

L'enquête révèle que Vingt-deux (22)% des acteurs trouvent que la campagne de communication sur le projet de la ville nouvelle de Boughezoul est bonne ou très bonne. Contrairement aux soixante-dix-huit (78)% autres qui estiment qu'elle est mauvaise, très mauvaise, ou méconnue. Ces résultats permettent de conclure que le projet souffre effectivement d'une stratégie de communication et de marketing, ce qui peut entraver l'attractivité de la Ville Nouvelle dans le futur.

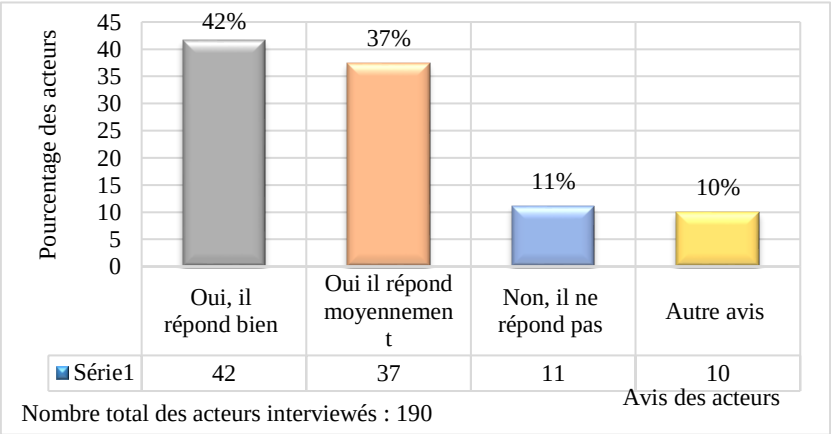
5.2.4 Degré de réponse du projet de la ville nouvelle de Boughezoul aux attentes des acteurs

Compte tenu de la méconnaissance du projet de la ville nouvelle de Boughezoul par la plupart des acteurs interviewés, et en vue de les mettre au même niveau d'information pour assurer des résultats crédible de l'enquête, nous avons intégré dans le questionnaire une vidéo décrivant les objectifs du projet, son programme, et son organisation géo spatiale.

Après avoir pris connaissance du projet de la ville nouvelle de Boughezoul à travers la vidéo, 42% des acteurs estiment que le projet répond à leurs attentes. 37% pensent qu'il répond moyennement à leurs attentes. Et seuls les 21% d'acteurs restants sont partagés entre, ceux qui pensent qu'il ne répond pas du tout à leurs attentes, et ceux qui soulignent les différents manquements du projet. Ces résultats attestent d'une amélioration de la vision des acteurs interviewés vis-à-vis du projet ville nouvelle, après avoir eu une connaissance plus exhaustive sur son contenu.

Une autre question plus directe a été, alors, adressée aux acteurs permettant d'évaluer leur volonté à vouloir vivre au niveau de la ville nouvelle de Boughezoul. Les avis recensés sont schématisés dans la figure N° 7.

Figure 7: Volonté des acteurs de vivre au niveau de la ville nouvelle de Boughezoul



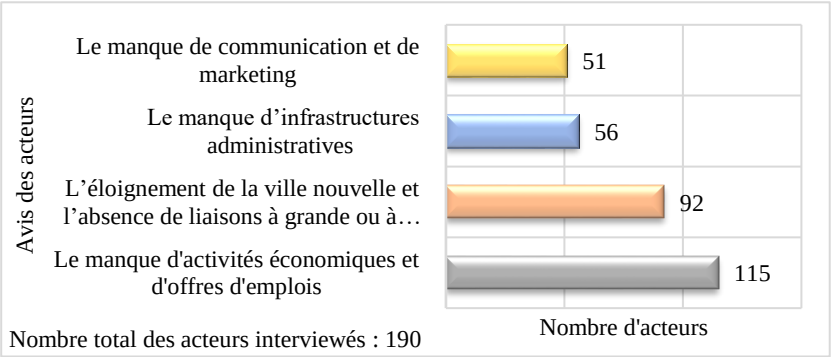
Source : Etablis par l'auteur à partir des résultats de l'enquête, Excel 2013.

Uniquement 10% des acteurs interviewés sont catégoriques de ne pas vouloir vivre dans la ville nouvelle de Boughezoul. Cependant 22 % ne sont pas vraiment prêts à s'y installer pour de multiples causes, dont la plupart peuvent être résolues. Alors que plus de 60% des acteurs ne trouvent pas d'inconvénient à y vivre. Ces résultats prouvent que la ville nouvelle de Boughezoul telle qu'elle est conçue peut, d'ores et déjà, attirer un nombre considérable d'acteurs. Elle peut encore devenir plus attractive si elle parvient à comprendre les besoins de sa future population et répondre à leurs attentes.

En vue d'aider la ville nouvelle à mieux cerner l'optique du développement attendu par les acteurs, nous avons recensé à travers les points, ci-après, les facteurs qui entravent l'attractivité de la ville nouvelle, ainsi que les atouts qui peuvent faire sa force de rayonnement, tout en mettant en avant les facteurs prioritaires à développer pour promouvoir son attractivité.

5.3 Orientation du développement de la ville nouvelle de Boughezoul en vue de garantir son attractivité.

Figure 8: Facteurs entravant l'attractivité de la ville nouvelle de Boughezoul



Source : Etablis par l'auteur à partir des résultats de l'enquête, Excel 2013.
(Question à choix multiples)

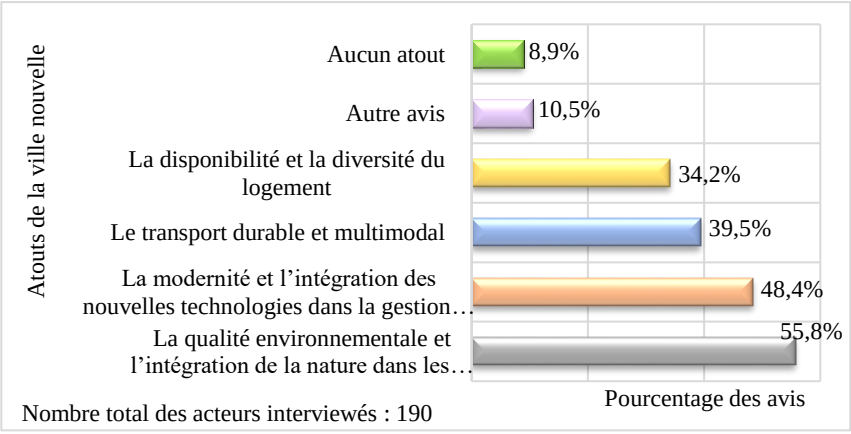
Le manque d'activité économique est considéré par 60.5% des acteurs interviewés comme le facteur qui freine le plus l'attractivité de la ville nouvelle de Boughezoul. Viennent après, l'éloignement de la ville nouvelle et l'absence de liaisons à grande et à très grande vitesse à hauteur de 48.4%. Le troisième facteur identifié par les acteurs est le manque d'infrastructures administratives (Voir fig. N° 8).

La distance séparant la capitale et la ville nouvelle de Boughezoul est parmi les principaux facteurs qui dissuadent les acteurs à s'y installer. Le nombre de Kilomètres entre les deux territoires n'est que de cent soixante-dix (170 Km), ce qui laisse admettre que l'éloignement n'est pas calculé par rapport au nombre de kilomètres mais plutôt par rapport à la durée de connexion des différents lieux d'appartenance de ces acteurs à la ville nouvelle de Boughezoul.

5.3.1 Identification des atouts de la ville nouvelle de Boughezoul permettant de promouvoir son attractivité

Le principal atout de la ville nouvelle de Boughezoul permettant de promouvoir son attractivité, considérée par les acteurs à hauteur de 56%, est l'aspect environnemental et l'intégration des espaces naturels dans l'aménagement urbain. Le transport durable et multimodal par contre est considéré à la troisième position à hauteur de 40% ; il est positionné derrière la modernité et l'innovation en deuxième position (Voir fig. N° 9).

Figure 9: Atouts de la ville nouvelle de Boughezoul permettant son attractivité



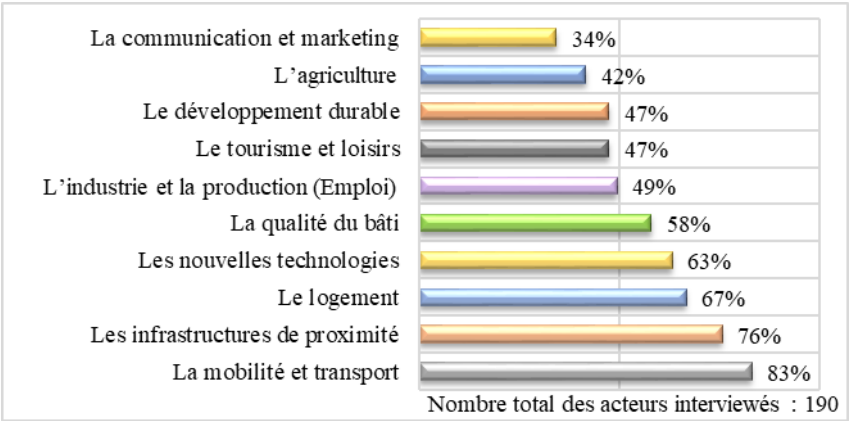
Source : Etablis par l'auteur à partir des résultats de l'enquête, Excel 2013 (Question à choix multiples)

L'intérêt que portent les acteurs au transport est mis en exergue lors de la priorisation des enjeux à développer pour promouvoir

l'attractivité de la ville nouvelle de Boughezoul, et dont les résultats sont présentés sur la figure N° 10, ci-après.

5.3.2 Priorisation des enjeux à développer pour promouvoir l'attractivité de la ville nouvelle de Boughezoul

Figure 10: Priorisation des enjeux à développer pour promouvoir l'attractivité de la ville nouvelle de Boughezoul



Source : Etablis par l'auteur à partir des résultats de l'enquête, Excel 2013.
(Question à choix multiples)

Parmi dix facteurs ou enjeux à développer et à prioriser pour promouvoir l'attractivité de la ville nouvelle de Boughezoul, le premier rang revient à la mobilité et au transport à hauteur de 83%. La disponibilité et la qualité des infrastructures de proximité sont, également, des facteurs d'attractivité auxquels les acteurs accordent un intérêt particulier, à hauteur de 76%. Le troisième enjeu à prioriser est le logement avec 67% d'intérêt, tandis que la qualité du bâti est

classée à la quatrième position à hauteur de 58% (Voir fig. N° 10). Le premier rang accordé à la mobilité et au transport, sous-entend que la ville nouvelle de Boughezoul doit concentrer son développement autours de cet enjeu extrêmement prioritaire aux regards des acteurs du territoire.

CONCLUSION

Pour asseoir leurs stratégies d'attractivité, les anciennes villes travaillent, généralement, sur la mise en valeur de leurs atouts acquis à travers l'histoire. Contrairement à ces anciennes villes, les villes nouvelles s'appuient sur de nouveaux atouts, principalement, sur l'amélioration de l'accessibilité de leurs territoires, en investissant dans la réalisation d'infrastructures de transport multimodales. Il a été démontré, à travers plusieurs anciennes recherches sur la migration, l'importance que peut jouer le transport dans la délocalisation des hommes et des capitaux vers des territoires considérés plus attractifs, tel que les recherches ; d'Adam Smith (1977), Ravenstein (1885), Marshall (1890), et SARD (1956)…

Dans cette même optique, la ville Nouvelle de Boughezoul peut envisager de promouvoir son attractivité en améliorant son accessibilité à travers de nouvelles infrastructures de transport. D'autant plus que 48,4% des acteurs interviewés, dans le cadre de l'enquête de terrain menée, classent l'éloignement de la ville nouvelle et l'absence de lignes de grande et de très grandes vitesses la connectant aux différents centres urbains comme le deuxième plus important facteur entravant son attractivité (Voir fig. N° 8).

Avant de s'interroger sur l'importance à réserver au facteur du transport pour la promotion de l'attractivité de la ville nouvelle de Boughezoul, il fallait connaitre l'avis des acteurs sur l'attractivité du projet de la ville nouvelle, comprendre les facteurs qui entravent son attractivité, et également, déterminer ses atouts sur lesquels elle peut se baser pour asseoir sa stratégie d'attractivité.

Les résultats obtenus, à ce titre, indiquent que seul 19% des acteurs avaient une bonne connaissance du contenu du projet de la ville nouvelle de Boughezoul. Cette méconnaissance conduisait les acteurs à avoir des appréciations négatives sur son projet. Néanmoins, après avoir eu une connaissance plus exhaustive sur le contenu du projet, il a été constaté une amélioration de leur vision vers des opinions beaucoup plus positives. Cette constatation est établie suite à l'analyse des résultats enregistrés avant et après la diffusion du film virtualisant la future ville nouvelle (Voir fig. N° 5, 6, 7, 8,9).

Parmi les résultats enregistrés après la diffusion du film et l'avis des acteurs sur le degré de réponse du projet de la ville nouvelle aux attentes des acteurs, 79% d'entre eux estiment que le projet répond bien ou moyennement à leurs attentes, contre 21% qui trouvent qu'il n'y répond pas, ou alors, qui y trouvent quelques manquements. Ces résultats conduisent à conclure que la ville nouvelle de Boughezoul peut, d'ores et déjà, attirer un nombre considérable d'acteurs, et devenir encore plus attractive, si elle parvient à développer une stratégie de communication et de marketing visant à promouvoir ses atouts, et surtout, si elle reste à l'écoute de ses futurs habitants et œuvre à répondre aux manquements qu'ils y trouvent.

Le témoignage des acteurs qui trouvent que le projet de la ville nouvelle ne répond pas à leurs attentes enregistre quelques unes de ses insuffisances qui sont, principalement , le manque d'activités économiques et d'offre d'emplois, ainsi que l'éloignement de la ville nouvelle (Voir fig. N° 8). Pour rapprocher la ville nouvelle de Boughezoul des différents acteurs, elle doit répondre aux besoins de sa future population et développer de nouvelles infrastructures de transport, lui permettant d'améliorer le temps de ses connexions vers les différents centres urbains et territoires qui l'entourent, compte tenu qu'il est attendu qu'elle freine progressivement les effets attractifs de la capitale en attirant vers elle la population et certaines activités concentrées à Alger. Des temps de déplacement plus courts augmentent la demande d'espace dans les banlieues par rapport aux

villes centrales. Les récentes études développées plus haut ont démontré, avec des résultats chiffrés, la plus-value qu'apporte la réalisation de nouvelles infrastructures de transport pour l'attractivité économique et résidentielle de nouveaux territoires, et le rôle qu'elles ont joué dans le dépeuplement de grands centres urbains.

Les résultats de ces différentes études sont appuyés par les conclusions de l'enquête de terrain menée dans le cadre de cette étude, et qui démontrent que 98% d'acteurs interviewés estiment que la réalisation des transports en commun et leur modernisation aident les territoires à se développer. D'autres résultats aussi, attestent que 83% des acteurs considèrent le facteur de transport et de la mobilité comme l'enjeu le plus prioritaire à développer permettant de promouvoir l'attractivité de la Ville Nouvelle de Boughezoul (Voir fig. N° 10).

Cependant, le développement du transport et de la mobilité, conjugué à une stratégie d'attractivité adaptée aux besoins des futur acteurs de la ville nouvelle de Boughezoul, lui permettra, non seulement, de réduire la durée de ses connexions aux différents territoires qui l'entourent, mais également, de soutenir le développement de l'économie conduisant à drainer la population du nord du pays et à créer cet équilibre recherché et objectif pour lequel elle a été créée.

Références bibliographiques

Alexandre, H., Cusin, F., & Juillard, C. (2010). *L'attractivité résidentielle des agglomérations françaises. Enjeux, mesures et facteurs explicatifs.* Université Paris-Dauphine Chaire Ville & Immobilier Fondation Paris-Dauphine.

ANAAT, MICLAT (2018). *Agence Nationale à l'Aménagement et à l'attractivité des territoires: Evaluation de la mise en oeuvre du SNAT pour la période 2011-2015.* Alger: Agence Nationale à l'aménagement et à l'attractivité des territoires.

Baum-Snow, N. (2006). Did highways cause suburbanization? *Oxford journal*, 42.

Baum-Snow, N., Brandt, L., Henderson, J. V., Turner, M. A., & Zhang, Q. (2012). *Roads, Railways and Decentralization of Chinese Cities.* Pekin: IGC International Grouth Centre ; UK ald.

Borges, R. V., Roux, V. J., & Bas, C. L. (2007). Echelle et variété de l'attractivité technologique d'une région, l'exemple de Rhône-Alpes. *HAL*(00133607).

Boubakour, F. (2019, Juillet 16). *Les transports urbains en Algérie face aux défis du développement durable : sur les problèmes rencontrés et les solutions proposées.* Récupéré sur Codatu: http://www.codatu.org/wp-content/uploads/Les-transports-urbains-en-Algérie-face-aux-défis-du-développement-durable-sur-les-problèmes-rencontrés-et-les-solutions-proposées-Farès-BOUBAKOUR.pdf

De Slane, M. (1863). *Les Prolégomènes d'Ibn Khaldoun.* Paris: Imprimerie impériale.

DGESCO, Direction générale de l'enseignement scolaire et l'École Normale Supérieure de Lyon (ENS de Lyon). (2020, Juillet 6). *Glossaire.* Récupéré sur Géoconfluences: http://geoconfluences.ens-lyon.fr

Duranton, G., & Turner, M. A. (2012, March 12). Urban Growth and Transportation. *Review of Economic Studies*, pp. 1407–1440.

EPVNB, Etablissement Public de la Ville Nouvelle de Boughezoul. (2010). *Finalisation du plan d'aménagement de la ville nouvelle de Boughzoul.* Boughezoul. EPVNB.

Gérardin, H., & Poirot, J. (2010). *L'attractivité des territoires : un concept multidimensionnel, "Mondes en développement 2010/1".* Louvain-la-Neuve: De Boeck Supérieur - Distribution électronique Cairn.info.

Gibbons, S., Lyytikäinen, T., Overman, H., & Sanchis-Guarner, R. (2017). *New Road Infrastructure: The Effects on Firms.* Londre: Spatial Economics Research Centre (SERC).

Isard, W. (1956). *Location and Space-Economy.* New York: The Technology Press of Massachusetts Institute of Technology and John Wiley & Sons, Inc.

LIEPP, L. I. (2017). *Impact du Grand Paris Express sur la localisation des investissements directs étrangers.* Paris: LIEPP.

Marshall, A. (1890). *Principles of Economics (8th ed.).* Indiana: Liberty Fund, INC.

Nallet, C. (2018). *Le défi des mobilités urbaine en Afrique - Le cas de tramway d'Addis-Abeba.* Paris: Notes de l'Ifri.

ONS Office National des Statistiques. (2018). *Données de la population en milieu de l'année (entre 2015 et 2018)*. Alger : ONS.

Ravenstein, E. G. (1885). The Laws of Migration. *Journal of the Statistical Society of London, 48*(2).

Roncayolo, M. (2010). *La ville et ses territoires.* Saint-Amand: folio essais.

Smith, A. -R.-M. (1776). *Recherche sur la nature et les causes de la richesse des nations- Reproduction : Jean-Marie Tremblay.* Bibliothèque Paul-Émile-Boulet de l'Université du Québec.

Weber, A. (1929). *theory of location of industries.* Chicago: University of Chicago Press.

ANNEXE 1 : Méthodologie suivie pour la catégorisation des acteurs interviewés

1 Catégorisation des acteurs par âge et par sexe

Pour ce qui est de la structuration des acteurs par âge, nous avons défini quatre catégories : la première est celle correspondant à la phase estudiantine (moins de 25 ans). La deuxième est celle relative au début de la vie professionnelle (rntre 25 et 39 ans). La troisième correspond à la phase de la maturité de la vie professionnelle (entre 40 et 59 ans). Et enfin la quatrième catégorie, celle de l'après retraite (60 ans et plus). Cette structuration prend en considération les grandes phases de la vie de l'homme, et le nombre de la population pour chaque groupe d'âge défini par l'ONS (Voir tableau N°3).

Tableau 3: Structure de la population par âge et par sexe (pour 10000 habitants)

Catégorie	Groupes d'âges	Masculin	Féminin	Ensemble	Total
Moins de 25 ans	00-04 ans	602	570	1172	4550
	05-09 ans	493	464	957	
	10-14 ans	386	367	753	
	15-19 ans	398	381	779	
	20-24 ans	452	436	889	
Entre 25 et 39 ans	25-29 ans	480	471	951	2620
	30-34 ans	460	452	912	
	35-39 ans	382	375	757	
Entre 40 et 59 ans	40-44 ans	310	311	621	1959
	45-49 ans	268	270	538	
	50-54 ans	221	222	443	
	55-59 ans	179	178	357	
60 ans et plus	60-64 ans	146	141	287	872
	65-69 ans	98	98	196	

	70-74 ans	71	74	145	
	75-79 ans	56	60	116	
	80-84 ans	37	40	77	
	85 ans & +	25	26	51	
TOTAL		5063	4937	10 000	10 000

Source : Données ONS au 4ème trimestre 2018

2 Catégorisation des acteurs par nombre de personnes vivant dans le foyer

Pour déterminer les catégories à définir pour évaluer le nombre de personnes vivant dans un même foyer, nous nous sommes basés sur les dernières statistiques du quatrième trimestre de l'an deux mille dix-huit (2018) recueillies auprès de l'Office National des Statistiques (ONS) fixant le nombre de la population et le nombre de ménages par année. Du fait de l'absence de la donnée relative au nombre de ménages pour l'année 2018, nous considérons celle de l'année 2017 qui est de 7 672 000 familles (voir tableau N°5), et le nombre de la population correspondant à cette même année, qui est de 41 697 498 personnes (voir tableau N°4).

Tableau 4: Population algérienne de 2015 à 2018

	2018	2017	2016	2015
Masculine	21 552447	21 119851	20 680259	20 235195
Feminine	20 993517	20 577647	20 155331	19 728045
Total	42 545964	41 697498	40 835591	39 963240

Source : Donnée ONS Au 4eme trimestre 2018

Tableau 5: Nombre de familles algériennes de 2015 à 2017

	2015	**2016**	**2017**
Nombre de familles	***7 164* 000**	***7 443* 000**	***7 672* 000**

Source : Donnée ONS Au 4eme trimestre 2018

Pour calculer le nombre moyen de personnes par ménage nous avons procédé à la division du nombre de la population de l'année 2017 sur le nombre de ménage de la même année selon la formule ci-après :

$$\textbf{Nbre de personne par foyer} = \frac{\textbf{Nbre de la population de 2017}}{\textbf{Nbre de ménage de l'année 2017}}$$

$$\textbf{Nombre de personne par foyer} = \frac{\textbf{41 697 498}}{\textbf{7 672 000}} = \textbf{5,44}$$

Le résultat obtenu est de 5,44, cela signifie que le nombre moyen de personnes par ménage est entre 5 et 6 personnes. De ce fait trois catégories sont identifiées qui sont les suivantes ;

1. Une première catégorie regroupant les ménages dont le nombre de personnes la constituant est inférieur à la moyenne, donc inferieur à cinq (<5) ;
2. Une deuxième catégorie représentant la moyenne qui est de cinq à six personnes par ménage (>5<6) ;
3. Une troisième catégorie regroupant les ménages dont le nombre de personnes la constituant est supérieur à la moyenne, donc supérieur à six (>6),

3 Catégorisation des acteurs par fonction

3.1 Identification des catégories de fonctions territoriales

Avant de définir la catégorisation des acteurs par fonctions, il fallait définir d'abord l'ensemble des fonctions que peut assurer un territoire donné. Pour ce faire, le point de départ pour la détermination de ces fonctions est la référence aux travaux du chercheur Marcel Roncayolo, qui identifie dans son livre « la ville et ses territoires » les fonctions de la ville : « Six ou Sept fonctions élémentaires sont d'ordinaire évoquées, plus au moins associées entre elles : fonctions religieuse, politique, culturelle, d'un côté ; fonctions

commerciale et industrielle de l'autre ; enfin fonctions touristiques et résidentielle. Ce classement laisse place à des catégories composites (villes « multifonctionnelle ») ou exceptionnelle (« capitales ») » (Roncayolo, 2010). L'auteur définit ici sept fonctions territoriales. Nous avons retenu les sept fonctions sus-citées, que nous avons éclaté et auxquelles nous avons ajouté cinq autres fonctions, qui nous semblaient indispensables pour faire valoir l'ensemble des fonctions d'un territoire en vue de répondre aux besoins de ses acteurs. Il en résulte une liste de douze fonctions territoriales définie comme suit :

1. La fonction sanitaire : qui engage certains acteurs spécialisés ;
2. La fonction éducative et de formation
3. La fonction financière ;
4. La fonction de mobilité ;
5. La fonction d'innovation.

Avec ces réajustements nous définissons au final douze (12) catégories de fonctions urbaines :

1. La fonction religieuse ;
2. La fonction politique et administrative ;
3. La fonction éducative et d'enseignement ;
4. La fonction sanitaire ;
5. La fonction culturelle et sportive ;
6. La fonction commerciale ;
7. La fonction industrielle et de production ;
8. La fonction touristique et de loisir ;
9. La fonction financière ;
10. La fonction mobilité ;
11. La fonction résidentielle ;
12. La fonction d'innovation.

3.2 Identification des catégories de fonctions des acteurs

La deuxième étape qui a conduit à la catégorisation des acteurs par fonction est celle d'identifier, pour chacune des douze fonctions

urbaines arrêtées dans la première étape, les acteurs devant intervenir sur un territoire donné pour accomplir ces fonctions ou qui permettent à cette fonction d'exister. Que ça soit l'acteur exprimant le besoin, ou l'acteur qui répond à ce besoin par la fourniture d'un bien ou d'un service (voir tableau N°6).

Tableau 6: Identification de la fonction des acteurs urbains sur la base des fonctions territoriales

	N°	Fonctions urbaines	Acteurs demandant ou participant à la fourniture du service
Fonctions définies par Roncayolo	01	Fonction religieuse	✓ Urbanistes, Architectes, ingénieurs…; ✓ Fonctionnaires (Secteur de la fonction publique : Cadre Supérieur, Cadre Moyen, Agent…) ; ✓ Salariés (Secteur économique) ; ✓ L'ensemble des autres acteurs demandant ou fournissant le service à travers une action organisée ou autre (membre d'association, bénévole, bienfaiteurs…).
	02	Fonction politique et administrative	✓ Urbanistes, Architectes, ingénieurs…; ✓ Fonctionnaires (Secteur de la fonction publique : Cadre Supérieur, Cadre Moyen, Agent…) ; ✓ Salariés (Secteur économique) ; ✓ L'ensemble des autres acteurs demandant ou fournissant le service à travers une action organisée ou autre (membre de partie politique, d'associations…).
	03	Fonction éducative et d'enseignement	✓ Urbanistes, Architectes, ingénieurs…; ✓ Fonctionnaires (Secteur de la fonction publique : Cadre Supérieur, Cadre Moyen, Agent…) ; ✓ Salariés (Secteur économique) ; ✓ Investisseurs ; ✓ Étudiants - Élèves- Apprentis ; ✓ Enseignants… ; ✓ L'ensemble des autres acteurs demandant ou fournissant le service à travers une action organisée ou autre (membre de partie politique, d'associations…).
	04	Fonction	✓ Urbanistes, Architectes, ingénieurs…;

	sanitaire	✓ Fonctionnaires (Secteur de la fonction publique : Cadre Supérieur, Cadre Moyen, Agent…) ; ✓ Salariés (Secteur économique) ; ✓ Investisseurs - Industriels - producteurs… ; ✓ Médecins ; ✓ Infirmiers ; ✓ Laborantins ; ✓ L'ensemble des autres acteurs demandant ou fournissant le service à travers une action organisée ou autre (membre d'association, bénévole, bienfaiteurs…).
05	Fonction culturelle et sportive	✓ Urbanistes, Architectes, ingénieurs…; ✓ Fonctionnaires (Secteur de la fonction publique : Cadre Supérieur, Cadre Moyen, Agent…) ; ✓ Salariés (Secteur économique) ; ✓ Investisseurs - Industriels - producteurs… ; ✓ Artisans ; ✓ Artistes - Ecrivains - Photographes… ; ✓ Sportifs ; ✓ L'ensemble des autres acteurs demandant ou fournissant le service à travers une action organisée ou autre (membre d'association, bénévole, bienfaiteurs…).
06	Fonction commerciale	✓ Urbanistes, Architectes, ingénieurs…; ✓ Fonctionnaires (Secteur de la fonction publique : Cadre Supérieur, Cadre Moyen, Agent…) ; ✓ Investisseurs - Industriels - producteurs… ; ✓ Commerçants ; ✓ Artisans ; ✓ L'ensemble des autres acteurs demandant ou fournissant le service (bailleurs de fonds, salariés du secteur économique, clients…).
07	Fonction industrielles et productive	✓ Urbanistes, Architectes, ingénieurs…; ✓ Fonctionnaires (Secteur de la fonction publique : Cadre Supérieur, Cadre Moyen, Agent…) ; ✓ Investisseurs - Industriels - producteurs…; ✓ Salariés (Secteur économique).

Nouvelles fonctions intégrées	08	Fonction touristiques et de loisirs	✓	Urbanistes, Architectes, ingénieurs…;
			✓	Fonctionnaires (Secteur de la fonction publique : Cadre Supérieur, Cadre Moyen, Agent…) ;
			✓	Investisseurs - Industriels - producteurs…;
			✓	Commerçants ;
			✓	L'ensemble des autres acteurs demandant ou fournissant le service (artisans, clients…).
	09	Fonction financière	✓	Urbanistes, Architectes, ingénieurs…;
			✓	Fonctionnaires (Secteur de la fonction publique : Cadre Supérieur, Cadre Moyen, Agent…) ;
			✓	Investisseurs - Industriels - producteurs…;
			✓	Banquiers ;
			✓	Assureurs ;
			✓	Salariés (Secteur économique).
	10	Fonction de mobilité	✓	Urbanistes, Architectes, ingénieurs…;
			✓	Fonctionnaires (Secteur de la fonction publique : Cadre Supérieur, Cadre Moyen, Agent…) ;
			✓	Investisseurs - Industriels - producteurs…;
			✓	Salariés (Secteur économique).
	11	Fonction résidentielle	✓	Urbaniste, Architecte, ingénieurs…;
			✓	L'ensemble des acteurs identifiés dans les différentes catégories de fonctions urbaines ;
			✓	Les autres acteurs, tel que :
				▪ Retraités ;
				▪ Personnes sans activité professionnelle (hors retraité)
				▪ Enfants de bas âges non encore scolarisé.
	12	La Fonction d'innovation	✓	Chercheurs ;
			✓	Urbanistes, Architectes, ingénieurs…;
			✓	Fonctionnaires (Secteur de la fonction publique : Cadre Supérieur, Cadre Moyen, Agent…) ;
			✓	Investisseurs - Industriels - producteurs…;
			✓	L'ensemble des acteurs identifiés dans les différentes catégories de fonctions urbaines (Créateur, acteur

exprimant un besoin…).

Source : Etablis par l'auteur, Word 2013.

Quatorze (14) acteurs urbains sont identifiés dans le cadre de notre recherche, et qui sont classés par ordre alphabétique dans le tableau ci-après :

1. Architecte, Ingénieur, Urbaniste, Planificateur, …
2. Artisan ;
3. Artiste - Ecrivain – Journaliste ;
4. Assureur – Banquier… ;
5. Commerçant ;
6. Enseignants - chercheurs…
7. Étudiant - Élève – Apprentis… ;
8. Fonctionnaire (Secteur de la Fonction Publique) ;
9. Investisseur - Industriel - Producteur… ;
10. Médecin, Infirmier, Laborantin… ;
11. Retraité ;
12. Salarié (Secteur économique) ;
13. Sans activité professionnelle (hors retraité)
14. Sportif.

ANNEXE 2 : Détails de quelques résultats portés au niveau de l'article sur la catégorisation des acteurs

1 Structuration des acteurs interviewés par fonction

Tableau 7 : Fonctions des acteurs interviewés
Nombre total d'acteurs : 190

N°	Fonction- Situation	Nombre d'acteurs	%
01	Architecte, Urbaniste, Planificateur…	50	26 %
02	Artisan	0	0 %
03	Artiste - Ecrivain -photographe…	1	1 %
04	Assureur - Banquier	1	1 %
05	Commerçant	4	2 %
06	Enseignants - chercheurs	25	13 %
07	Étudiant - Élève - Apprentis	6	3 %
08	Fonctionnaire	45	24 %
09	Investisseur - Industriel - Producteur…	5	3 %
10	Médecin, Infirmier, Laborantin…	10	5 %
11	Retraité	9	5 %
12	Salarié	32	17 %
13	Sans activité professionnelle (hors retraité)	0	0 %
14	Sportif	2	1 %
	Total	**190**	**100 %**

Source : Etablis par l'auteur à partir des résultats de l'enquête, Word 2013.

2 Lieu d'habitation des acteurs interviewés

Tableau 8 : Lieu d'habitation des acteurs interviewés
Nombre total d'acteurs : 190

Code wilaya	Wilaya	Nombre d'acteurs	%
01	Adrar	1	0,5 %
02	Chlef	2	1,1 %
03	Laghouat	3	1,6 %
05	Batna	2	1,1 %
06	Béjaia	12	6,3 %
07	Biskra	2	1,1 %
09	Blida	13	6,8 %
10	Bouira	2	1,1 %
12	Tébessa	1	0,5 %
15	Tizi-Ouzou	3	1,6 %
16	Alger	113	59,5 %
17	Djelfa	1	0,5 %
18	Jijel	1	0,5 %
19	Sétif	2	1,1 %
21	Skikda	1	0,5 %
23	Annaba	1	0,5 %
25	Constantine	1	0,5 %
26	Médéa	3	1,6 %
30	Ouargla	7	3,7 %
31	Oran	3	1,6 %
32	El-Bayad	2	1,1 %
35	Boumerdès	8	4,2 %
37	Tindouf	1	0,5 %
42	Tipaza	3	1,6 %
47	Ghardaia	2	1,1 %

Total	**190**	**100 %**

Source : Etablis par l'auteur à partir des résultats de l'enquête, Word 2013.