

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

Université Saad Dahleb – Blida

Institut d'Architecture et d'Urbanisme



Mémoire de Master – Mention Recherche

Rapports évolutifs entre ville et commerce en Algérie 1830 - 1962 :

Les Grands Magasins d'une rive à l'autre

Cas des Galeries de France d'Alger – Actuel Musée National d'Art Moderne et Contemporain (MAMA)

Présenté par

MEZGHICHE Tinhinène

Encadré par

Dr. Arch. ABDERRAHIM-MAHINDAD Naima

Jury d'examen

Dr. AIT SAADI Hocine

Dr. AOUISSI Khalil

Mémoire présenté en vue de l'obtention du diplôme de Master 2 en Architecture, option

Patrimoine Architectural et Urbain

Décembre 2020

Remerciements

Je tiens à exprimer ma reconnaissance à mon encadrante, Mme. ABDERRAHIM-MAHINDAD Naima, pour son temps, sa patience, ses précieux conseils et orientations dont l'apport à ce travail sont inestimables.

Mes remerciements vont aux membres du jury, pour leur intérêt pour ce travail, leur bienveillance de l'évaluer et leurs précieuses remarques et corrections.

Ma plus profonde gratitude va à mes parents, à mes sœurs et à ma très chère cousine pour leur soutien sans faille.

Mille mercis à mes amis et à mes proches. Merci d'avoir cru en moi et de continuer à le faire, merci pour votre constante bienveillance, vos conseils, votre immarcescible patience et vos intarissables encouragements.

Merci à mes collègues de travail pour leur soutien, leurs encouragements et les efforts fournis pour me faciliter, un tant soit peu, le travail sur ce mémoire.

Enfin, merci à toute personne ayant contribué au fait que ce modeste travail soit arrivé à terme. Ce n'est, je l'espère, que le début d'un long chemin en votre compagnie.

A ma grand-mère, Rachida, pour son amour inconditionnel,

Porté par des yeux qui brilleront sans cesse,

Dans nos cœurs comme dans le ciel.

Résumé

Indissociable composant de la ville, l'espace commercial a de tout temps joué un rôle fondamental dans la structuration du tissu urbain et contribué à sa dynamique. Au fil des siècles, il se manifeste sous diverses formes et typologies.

Nés à Paris à la fin du XVIII^e siècle, les passages couverts et les Grands Magasins sont à l'origine d'une réelle révolution dans la réflexion autour de la conception de l'espace commercial. Objets d'un succès fulgurant, les Grands Magasins, répandus en Europe conformément au modèle parisien, sont exportés en Algérie au début du XX^e siècle.

Dans ce mémoire, nous tentons de mettre en évidence les conditions d'exportation de cette typologie d'espaces commerciaux en Algérie, à travers l'étude du cas des « Galeries de France » d'Alger.

La première manifestation des Grands Magasins en Algérie s'inscrit dans une ossature commerciale algéroise faite de marchés couverts ou ouverts et d'échoppes en tous genres. La création des « Galeries de France », sur l'axe très commerçant de la rue d'Isly, coïncide avec l'adoption du style néo-mauresque comme style national, vecteur d'une identité algérienne.

Ce premier Grand Magasin se vêt d'un style néo-mauresque affirmé, tout en conservant certains aspects du modèle parisien, notamment son fonctionnement. Néanmoins, d'autres Grands Magasins qui ont suivi se présentent sous une architecture plus européenne.

Ce travail de recherche nous a permis de constater que l'adoption des Grands Magasins en Algérie se conforme aux conditions socio-économiques et aux politiques gouvernementales qui se reflètent sur le vocabulaire architectural et constructif employés.

Mots clés : *Architecture commerciale, Grands Magasins, Passages couverts, marchés, Néo-mauresque, Galeries de France.*

Abstract

As an essential component of a city, commercial areas have always played a fundamental role in the structure of the urban fabric and its dynamics. Over the centuries, retail spaces have come in various forms and typologies.

Founded in Paris at the end of the 18th century, covered passages and department stores are at the origin of a real revolution in the design of retail space. Objects of dazzling success, the Department Stores, widespread in Europe in accordance with the Parisian model, were exported to Algeria at the beginning of the 20th century.

In this thesis, we attempt to highlight the conditions for exporting this typology of commercial spaces from Paris to Algeria, through the study of the case of the "Galleries of France" in Algiers.

The first demonstration of the Department Store in Algeria takes part in an Algerian commercial framework made up of covered or open markets and stalls of all kinds. The creation of "Les Galeries de France", on the very commercial axis of the rue d'Isly, coincides with the adoption of the neo-Moorish style as a national style, vector of an Algerian identity.

This first Department Store is dressed in an assertive neo-Moorish style, while retaining certain aspects of the Parisian model. Nonetheless, other Department Stores that follow have a more European architecture.

This research work has enabled us to observe that the adoption of Department Stores in Algeria conforms to socio-economic conditions and government policies, which are reflected in the architectural and constructive vocabulary employed.

Keywords: *Commercial architecture, Department stores, Covered passages, markets, Neo-Moorish, Galleries de France.*

ملخص

كونها عنصر لا ينفصل عن المدينة ، لقد لعبت المساحات التجارية دورًا أساسيًا في هيكلة النسيج الحضري كما ساهمت في دينامياته. على مر العصور ، تجلبت المساحات التجارية في أشكال وأنماط مختلفة.

تأسست الممرات المغطاة والمتاجر الكبرى في باريس في نهاية القرن الثامن عشر و تسببت في تغيير جذري في التفكير حول تصميم المساحات التجارية. نظرا للنجاح الباهر الذي تعرضت اليه هذه المتاجر الكبرى ، و انتشارها في أوروبا وفق النموذج الباريسي ، تم تصديرها إلى الجزائر في بداية القرن العشرين.

نحاول في هذه الأطروحة إبراز شروط تصدير هذا النوع من المساحات التجارية في الجزائر ، من خلال دراسة حالة " Les Galeries de France " في الجزائر العاصمة.

يتزامن إنشاء "Les Galeries de France" ، على المحور التجاري لشارع ايزلي، مع اعتماد الأسلوب النيو موريش -néo-mauresque كنمط وطني ناقل للهوية الجزائرية. مع ذلك ، إن المتاجر الأخرى التي تتبع لها هندسة معمارية أوروبية.

مكننا هذا العمل البحثي من الملاحظة أن اعتماد المتاجر الكبرى في الجزائر يتوافق مع الظروف الاجتماعية والاقتصادية والسياسات الحكومية التي تنعكس في المفردات المعمارية والبناء المستخدمة.

الكلمات المفتاحية : لعامة التجارية ، المتاجر الكبرى ، الممرات المغطاة ، الأسواق ، النيو موريش.

Sommaire

Remerciements	3
Résumé	5
Abstract	6
ملخص	7
Sommaire	8
Liste des figures	12
Liste des tableaux	15
Liste des annexes	16
Introduction générale	17
I. Problématique	18
II. Objectifs	19
III. Méthodologie	20
IV. Structure du mémoire	21
Partie I : État de l'art : L'espace commercial, origines, évolution et mutations	23
<i>Introduction</i>	23
<i>Chapitre I : Aperçu historique de l'évolution des espaces commerciaux et leur rapport au développement de la ville et de l'espace urbain</i>	26
I. Période Antique	26
1. Le bazar	26
2. L'agora grecque	28
3. Le forum et le macellum romains	29
II. Le Moyen-Âge	30
1. Les marchés médiévaux	30
2. Les foires médiévales	30
III. Périodes moderne et contemporaine	31
1. La fin du Moyen Âge – Début de la Révolution Industrielle	31
	8

2.	La ville industrielle – Fin des Trente Glorieuses	32
3.	L'âge métropolitain, société de consommation	33
	<i>Chapitre II : De l'espace commercial ouvert à l'espace commercial clos</i>	34
I.	Du marché couvert au souk – mutation ou résurgence	35
1.	Les marchés bâtis (couverts et semi-ouverts)	35
2.	Les <i>souks</i> (marchés à ciel ouvert)	35
II.	Apparition et emplacement des marchés	36
1.	Aperçu théorique	36
2.	Le cas d'Oran	38
	<i>Conclusion</i>	41
	Partie II : Identification des différentes typologies d'espaces commerciaux de la fin du XVIII^e au début du XX^e siècle	45
	<i>Introduction</i>	45
	<i>Chapitre I : Les passages couverts et les Grands Magasins</i>	46
I.	Les passages couverts et les galeries marchandes	46
1.	Définitions	46
2.	Contexte historique	47
3.	Les Galeries de Bois – Un passage accidentel au succès inespéré	48
4.	Fonction urbaine	49
5.	Modèle architectural	50
6.	Le déclin des passages couverts	53
II.	Les Grands magasins	54
1.	Contexte historique	54
2.	Fonction urbaine	56
3.	Évolution et devenir	56
	<i>Chapitre II : Le Bon Marché de Paris – Modèle architectural européen du Grand Magasin</i>	57
I.	La création du Bon Marché	57
II.	Emplacement dans le tissu urbain	58
III.	Parti architectural	60
1.	Volume et enveloppe extérieure	60
2.	Organisation spatiale	62
3.	Ornementation	64
IV.	Système constructif	65
		9

1. Une architecture de fer et de verre	66
2. L'escalier monumental	68
3. La double verrière	69
4. Le système d'étanchéité	69
<i>Chapitre IV : Le Department Store, le Grand Magasin exporté – La touche américaine</i>	71
<i>Conclusion</i>	75
Partie III : L'exportation du Grand Magasin en Algérie – Cas d'Alger	77
<i>Introduction</i>	77
<i>Chapitre I : Principaux espaces commerciaux d'Alger</i>	80
I. Principaux espaces commerciaux d'Alger pendant l'occupation turque	80
1. La Marine et environs	81
2. Bab-Azoun et environs	82
3. La place d'Alger dans l'ossature commerciale de la Régence Ottomane	83
II. Principaux espaces commerciaux d'Alger pendant la période coloniale	84
1. Les marchés	84
2. Les passages	87
3. Les Grands Magasins	90
<i>Chapitre II : Cas d'étude : Le quartier d'Isly</i>	92
I. Intérêt du cas d'étude	92
II. Historique du quartier	92
III. Édifices emblématiques	96
IV. Caractère commercial	97
V. Cas des Galeries de France – Premier Grand Magasin d'Algérie	98
1. La création des Galeries de France d'Alger	98
2. Emplacement dans le tissu urbain	99
3. Parti architectural – Le choix du néo-mauresque	99
<i>Chapitre III : Autres exemples Algériens de Grands Magasins</i>	114
I. Galeries de France d'Oran	114
II. Galeries de France de Bône	114
III. Au Bon Marché d'Alger	115
<i>Conclusion</i>	118
Conclusion générale	122
	10

Références bibliographiques	126
Annexes	130

Liste des figures

Figure 1. –	Schéma de la ville de Tâschqurghân. (Centlivre, P. (1970))	27
Figure 2. –	Edward Dowell, Bazar d’Athènes (1821).....	28
Figure 3. –	L'Agra, le Pnyx et l'Acropole à Athènes au V ^e s. av. J-C.....	28
Figure 4. –	Reconstitution du Macellum de Pompéi, édifié au I ^{er} siècle avant J.C. (Peter Olsen)	29
Figure 5. –	Foire de Beaucaire, gravure colorée du XVIII ^e siècle. (Musée de Nîmes)	31
Figure 6. –	Galleries de bois du Palais-Royal. (Archives de la BNF)	49
Figure 7. –	Carte des passages couverts de Paris (Visactu La Croix).....	50
Figure 8. –	Passage Feydeau, Paris.	51
Figure 9. –	Passage du Caire, Paris.....	51
Figure 10. –	Galleries Vivienne, inaugurée en 1826. (Beboy / Stock Adobe)	52
Figure 11. –	Passage des Panoramas, 2015.	52
Figure 12. –	Passage Jouffroy en 1877, Dessin du A.-P. Martial	53
Figure 13. –	Passage Vardeau, inauguré en 1845.....	53
Figure 14. –	Illustration des magasins A la belle jardinière depuis le Pont Neuf, 1824.	55
Figure 15. –	Carte postale des Magasins A la belle jardinière, depuis la rue du Pont-Neuf, 1900. (lartnouveau.com)	55
Figure 16. –		55
Figure 17. –	Le Bon Marché, angle rue du Bac-rue de Sèvres, 1880. (Fonds Leveau/Archives Le Bon Marché Rive Gauche.)	59
Figure 18. –	Plan de Paris des Magasins du Bon Marché. (BnF, GED-5633.)	59
Figure 19. –	Les rotondes du bon marché de Paris . (BNF, Estampes.).....	60
Figure 20. –	Vue générale du Bon Marché (BNF, Estampes.)	60
Figure 21. –	Porche d’entrée du Bon Marché. (BNF, Estampes.).....	61
Figure 22. –	Coupe schématique du Bon Marché, mettant en évidence quelques-uns des espaces qu’il comportait. (Coupe : BNF, traitement : Auteure.).....	62
Figure 23. –	Comptoirs d’etalage, Bon Marché. (BNF, Estampes.)	63
Figure 24. –	"Au Bon Marché", hall et grand escalier, 1879. Source : BNF, Estampes.	63
Figure 25. –		63
Figure 26. –	Escalier central, colonnes et chapiteaux. (BNF, Estampes.)	65
Figure 27. –	Verrières, colonnes et chapiteaux. (BNF, Estampes.)	65
Figure 28. –	Le bon marché de Paris, 1852, plan de coupe. (BnF Estampes)	67
Figure 29. –	Au Bon Marché, escalier cental, 1879. (BnF, Estampes.)	68

Figure 30. –	Coupes de l’escalier central du Bon Marché. 1873. Source : Bibliothèque historique de la ville de Paris. Photo : Thierry Ollivier.	68
Figure 31. –	Double verrière du Bon Marché. (BnF, estampes et photographies.)	69
Figure 32. –		69
Figure 33. –	Grand Magasin Morgan's Montreal en 1923.	71
Figure 34. –	Façade du Magasin Laliberté en 1884. (Courtoisie de Laliberté)	72
Figure 35. –	Magasin Le Zéphirin Paquet en 1890. (B. Ostiguy)	73
Figure 36. –	Carte schématique d’Alger avant l’occupation française, Quartier de la Marine et environs, repérage des souks turcs. (Eusèbe des Salles).....	82
Figure 37. –	Marché de la place de Chartres (judaicalgeria.com).....	84
Figure 38. –	Porte d’Isly, ex-porte de Constantine, 1856.	85
Figure 39. –	Marché couvert de Chartres. (judaicalgeria.com)	86
Figure 40. –	Marché de Bab El Oued (judaicalgeria.com)	87
Figure 41. –	Accès à l’hôtel et aux galeries du duc de Malakoff, 2019. (F. Toumi)	88
Figure 42. –	Au cœur de l’îlot Malakoff, 2018. (Auteure).....	88
Figure 43. –	Quelques espaces commerciaux d’Alger à la période coloniale	91
	(Fond de carte : Alger et ses environs, 1924. Source : Gallica.BnF.fr – Traitement : auteure).....	91
Figure 44. –	Place Bugeaud, vers 1860. (judaicalgeria.com).....	94
Figure 45. –	Quartier d’Isly, 1888. (Bibliothèque nationale de France, GED-821)	95
Figure 46. –	Quartier d’Isly, 1904 (Bibliothèque nationale de France, département Cartes et plans.)	95
Figure 47. –	Cinéma Le Club, 26 rue d’Isly.	96
Figure 48. –	Le Casino – Music-Hall, n°9, rue d’Isly.....	96
Figure 49. –	L’Alhambra, 29 rue d’Isly, vue sur place d’Isly.	97
Figure 50. –	L’Alhambra, 29 rue d’Isly, vue du jardin d’hiver.	97
Figure 51. –	L’Alhambra, 29 rue d’Isly, vue extérieure.	97
Figure 52. –	Galleries de France, 1816. (Source : Collection J.M. Laboulbene)	100
Figure 53. –	Illustration du minaret du MAMA, 2020. (Auteure).....	101
Figure 54. –	Détails de façade du MAMA, Février 2020. (Source : Auteure)	102
Figure 55. –	Façade d’angle du MAMA d’Alger. Février 2020. (Source : auteure).....	104
Figure 56. –	Vue sur l’escalier central, Galleries de France, début XXe siècle. (Source : Archives CDHA).....	105
Figure 57. –	Intérieur des magasins, début XXe siècle. (Source : Collection J. Robert D-Eshougues).....	105
Figure 58. –	Schéma d’organisation du RDC. (Plan : Dossier de réhabilitation du MAMA, plan avant intervention. Traitement : auteure.)	106
Figure 59. –	Schéma d’organisation du 1 ^{er} étage. (Plan : Dossier de réhabilitation du MAMA, plan avant intervention. Traitement : auteure.)	107

Figure 60. –	Schéma d'organisation du 2 ^e étage. (Plan : Dossier de réhabilitation du MAMA, plan avant intervention. Traitement : auteure.)	107
Figure 61. –	Schéma d'organisation du 3 ^e étage. (Plan : Dossier de réhabilitation du MAMA, plan avant intervention. Traitement : auteure.)	108
Figure 62. –	Les Galeries Algériennes, photos avant réhabilitation. (source : mama-dz.com).....	109
Figure 63. –	Détails du plafond. (Source : F.Toumi, 2018.)	110
Figure 64. –	Détails des arcs outrepassés. (Source : F.Toumi, 2018.)	110
Figure 65. –	Détails des arabesques. (Source : F.Toumi, 2018.)	111
Figure 66. –	Étendue de la réhabilitation des Galeries Algériennes. (Fond de plan : Bouchoucha N., traitement : auteure.)	112
Figure 67. –	Le hall central avant/après réhabilitation. (mama-dz.com).....	113
Figure 68. –	Intérieur du MAMA, 2020. (F. Toumi)	113
Figure 69. –	Galeries de France, Rue d'Arzew, Oran.....	114
Figure 70. –	Rue d'Arzew (Galeries de France à Gauche), Oran, 1925.	114
Figure 71. –	Les Grands Magasins des Galeries de France à Bône.....	115
Figure 72. –	Vue générale des vitrines, rue Bertagna, Bône.	115
Figure 73. –	Intérieur du Bon Marché d'Alger.	116
Figure 74. –	Au Bon Marché d'Alger, Rue d'Isly, avant réhaussement. Source : Judaicalgeria	117
Figure 75. –	Au Bon Marché d'Alger, Rue d'Isly, après réhaussement. Source : Judaicalgeria	117

Liste des tableaux

Tableau 1. –	Tableau récapitulatif de la répartition des marchés d’Oran en fonction de la nature du tissu urbain	
(Auteure.)		39
Tableau 2. –	Récapitulatif des formes d’espaces commerciaux. (Auteure)	44
Tableau 3. –	Tableau comparatif entre les caractéristiques du Bon Marché de Paris et celles des Galeries de France (Auteure)	121

Liste des annexes

Annexe 2 – Dossier graphique du Musée National d'Art Moderne et Contemporain d'Alger. H. Faidi, 2008. Plan du sous-sol.....	130
Annexe 1 – Dossier graphique du Musée National d'Art Moderne et Contemporain d'Alger. H. Faidi, 2008. Plan du rez-de-chaussée.....	130
Annexe 4 – Dossier graphique du Musée National d'Art Moderne et Contemporain d'Alger. H. Faidi, 2008. Plan du 2 ^{ème} étage.....	131
Annexe 3 – Dossier graphique du Musée National d'Art Moderne et Contemporain d'Alger. H. Faidi, 2008. Plan du 1 ^{er} étage.....	131
Annexe 5 – Dossier graphique du Musée National d'Art Moderne et Contemporain d'Alger. H. Faidi 2008. Coupe Est-Ouest.....	131
Annexe 6 – Dossier graphique du Musée National d'Art Moderne et Contemporain d'Alger. H. Faidi, 2008. Plan du 3 ^{ème} étage.....	131
Annexe 7 – Coupe longitudinale des Galeries de France. (Dossier de réhabilitation du MAMA, plan avant intervention.).....	131
Annexe 8 – Dossier graphique du Musée National d'Art Moderne et Contemporain d'Alger. H. Faidi 2008. Coupe Est-Ouest.....	131
Annexe 9 – Dossier graphique du magasin Au Bon Marché de Paris. 1873 – Plan du Rez-de-chaussée. Source : Bibliothèque historique de la ville de Paris. Photo : Thierry Ollivier.....	131
Annexe 10 – Dossier graphique du magasin Au Bon Marché de Paris. 1873. Source : Bibliothèque historique de la ville de Paris. Photo : Thierry Ollivier.....	131
Annexe 11 – Dossier graphique du magasin Au Bon Marché de Paris. 1873 – Plan du 2 ^{ème} étage. Source : Bibliothèque historique de la ville de Paris. Photo : Thierry Ollivier.....	131
Annexe 12 – Dossier graphique du magasin Au Bon Marché de Paris. 1873 – Plan du 3 ^{ème} étage. Source : Bibliothèque historique de la ville de Paris. Photo : Thierry Ollivier.....	131

Introduction générale

La ville est un organisme vivant composé d'un tissu et d'une ossature qui évoluent au fil du temps. Sujette aux conséquences de la croissance économique et démographique, la ville change, s'étend et subit des mutations dans ce qu'on qualifie de processus évolutif de l'urbain¹.

La ville est fille du commerce². Durant des siècles, les villes se sont développées autour de pôles d'échange et de négoce et ont été façonnées par le commerce qui s'y développe, si bien que jusqu'à la moitié du XX^e siècle, en Europe, la dualité ville/commerce connaît un mouvement d'adaptation spontanée où l'expansion urbaine (spatiale et démographique), mène naturellement à une augmentation de l'offre en commerces.

En plus d'être une réponse à des besoins essentiels, le commerce participe à la qualité de vie en ville. C'est un véritable lieu de rencontres et d'échanges où se créent des liens sociaux. Il a un impact sur la fréquentation et l'animation des rues et des quartiers, ou encore sur la qualité architecturale et esthétique de l'espace urbain dans lequel il est ancré.

Ainsi, tout commerce, par sa forme architecturale, économique, ou son emplacement, impacte systématiquement le tissu urbain dans sa structure, son esthétique, son attractivité et dans son développement en général. Il contribue à la modulation de l'intensité urbaine, à l'animation de l'espace urbain et au renforcement de son identité³.

A partir de la fin du XVIII^e siècle, en conséquence de la révolution industrielle⁴ en Europe, une multitude de formes et de typologies d'espaces commerciaux se succèdent, se suivent et s'avoisinent. Dès lors, le commerce urbain connaît une réelle évolution sur le plan économique mais aussi sur le plan architectural. Les petits établissements découlant d'initiatives individuelles aux mains d'entreprises familiales ne suffiront plus à répondre aux exigences d'une ville dont les

¹ ROUAN SERIK, S. 2014. *Les galeries marchandes, grandes et petites surfaces commerciales à Oran*. Magistère en géographie et aménagement, Université des Sciences et de la Technologie d'Oran.

² COVILLE, A. 1928. Les villes du Moyen Âge, premier article. *Journal des Savants*, 15-22.

³ ALONSO-PROVENCIO, M. 2013. Les mutations des centres et l'urbanisme commercial à Lausanne *Urbia - Les Cahiers du Développement urbain*.

⁴ MARENCO, C. 1994. Le commerce et la ville, état de la recherche. *Les Annales de la Recherche Urbaine*, 124-126.

besoins évoluent au rythme de son expansion. En addition aux petits commerces isolés, populaires et de proximité, naissent de plus imposantes typologies d'espaces commerciaux tels que les passages couverts et les grands magasins⁵.

Pendant la période coloniale, les grandes villes Algériennes et Alger en particulier, ne font pas exception à cette dynamique urbaine qui voit se succéder une variété de typologies commerciales le long de ce qui constitue encore aujourd'hui les axes urbains les plus populaires, les plus fréquentés et les plus animés de la ville. Aujourd'hui encore résonne dans la mémoire collective le nom d'anciens marchés qui ont marqué les quartiers et villes dans lesquels ils ont vu jour. Certaines petites villes Algériennes portent à ce jour le nom des marchés qui ont fait leur renommée : Souk-Ahras, Souk El Had, Souk El Tenin, Souk El-Khemis, Souk El Djemâa, etc.

A Alger aussi, on retient le nom de certaines surfaces commerciales qui ont laissé des traces parfois tangibles à travers des immeubles encore en place aujourd'hui et parfois plus abstraites, à travers des souvenirs ancrés dans la mémoire de ceux qui ont un jour fréquenté les lieux. On retiendra notamment le nom des magasins « Au Bon Marché » et celui des « Galeries de France » ou « Galeries Algériennes ».

I. Problématique

Partout dans le monde, le commerce constitue un facteur clé dans le développement et la structuration du tissu urbain. L'étude de l'évolution des formes commerciales offre un outil à la compréhension des différentes mutations et transformations que subit la ville. Depuis quelques décennies, la question des rapports évolutifs entre ville et commerce intéresse les architectes et les urbanistes en vue d'une lecture prospective de l'impact qu'auront ces rapports sur la structure du tissu urbain de demain.

L'évolution de l'espace commercial en Europe a donné naissance à diverses typologies d'espaces commerciaux. Parmi elles, les Galeries couvertes et les Grands Magasins qui nous mènent vers certaines interrogations : dans quelles circonstances ces nouvelles typologies sont-elles apparues ? Ces nouvelles typologies d'espaces commerciaux sont-elles issues d'une

⁵ METTON, A. 1980. Les mutations de l'équipement commercial : un aspect de l'évolution urbaine. *Norois*, 601-608.

réflexion principalement axée sur la recherche d'un espace commercial régulateur et organisateur de l'espace urbain, ou bien sont-elles une simple réponse à un besoin et à une demande grandissante ?

Pour une meilleure compréhension de l'avenir, une compréhension du passé s'impose. Alger, comme d'autres grandes villes Algériennes, garde aujourd'hui encore en son sein de nombreuses marques des ambitions urbanistiques de l'époque coloniale dont elle fut un jour le théâtre.

Ainsi, les rapports évolutifs entre la ville et le commerce en France suscitent divers questionnements quant à leur application dans un contexte Algérien : dans quelles conditions les Grands Magasins ont-ils été importés en Algérie ? Leur adoption s'est-elle conformée à un modèle général ou bien en a-t-il découlé un modèle contextualisé ?

II. Objectifs

Ce travail s'axera sur l'évolution des espaces commerciaux pratiqués en milieu urbain sur les deux rives de la méditerranée, en se focalisant particulièrement sur la naissance des galeries couvertes et des Grands Magasins en tant que typologies commerciales afin de déterminer leur rôle dans la dynamique urbaine à la fois en Europe et en Algérie.

Les objectifs de ce travail de recherche consistent en :

- L'ébauche de l'évolution du commerce en centre-ville à travers le temps en Europe puis en Algérie avec la naissance des galeries couvertes et des Grands Magasins.
- L'identification des Grands Magasins d'Alger, ainsi qu'une lecture architecturale et urbaine de ceux-ci, mettant en évidence les conditions d'application de cette typologie commerciale venue d'Europe, au contexte algérois.
- La mise en exergue de l'impact des Grands Magasins sur le plan urbain à Alger et ainsi la compréhension de l'objectif recherché derrière leur création.

III. Méthodologie

Afin de traiter du sujet et de répondre aux questionnements émis, un plan de recherche a été établi :

1. La constitution d'une banque de données

- De nombreuses lectures traitant du sujet ou s'y rapportant, de près ou de loin selon diverses approches, ceci dans le but d'établir un état de l'art et de constituer une base de données ainsi qu'une bibliographie permettant d'acquérir les bases théoriques nécessaires à une lecture analytique du sujet convenablement fondée.
- La récolte de documents d'archives relatifs au contexte algérien. Cartes, plans, images d'archives, articles de journaux, etc. permettront l'ancrage de la problématique dans son contexte local, pour une investigation contextualisée. Ceci permettra également de retracer l'évolution des typologies d'espaces commerciaux, la naissance des galeries marchandes et des grands magasins, en parallèle à l'évolution de la ville.
- L'étude d'exemples de galeries marchandes internationales, sur la base de documents d'archives ou de travaux de recherches préalablement effectués, afin d'illustrer les notions de galerie marchande et de grand magasin dans l'aire géographique qui est à leur origine.

2. La familiarisation avec le cas d'étude

La réalisation de reportages photographiques et de relevés, si nécessaires, alliés aux documents d'archives récoltés auprès des institutions concernées, en vue d'une analyse du cas d'études local, sélectionné en fonction de sa pertinence et de la documentation disponible à son égard.⁶

⁶ Cette partie aurait dû s'appuyer sur des documents d'archives ainsi qu'une investigation et un relevé in-situ, mais notre volonté et notre démarche initiale ont été altérés par la crise sanitaire due à la COVID-19. Ceci étant, nous nous sommes rabattus sur des images et des descriptions d'époque, en plus des documents graphiques issus du dossier de Réhabilitation du Musée, pour émettre des hypothèses quant à l'organisation spatiale et le fonctionnement de l'édifice.

3. L'analyse et le traitement des données récoltées

Sur la base des documents récoltés, des lectures effectuées et des visites sur site, une lecture comparative se fera entre l'application de ces formes d'espaces commerciaux dans le contexte Européen et Algérien afin d'en faire ressortir les spécificités de chaque contexte et les conséquences de l'implantation de ces typologies commerciales sur les tissus urbains.

IV. Structure du mémoire

Ce travail se présentera en trois parties. Après l'énoncée de l'objet d'étude, de la problématique dont il traitera et de ses objectifs au sein de ce chapitre introductif, il s'agira, dans un premier temps, d'établir un état de l'art recensant l'ensemble des conclusions auxquelles sont arrivées les recherches menées sur notre sujet, ou s'en rapprochant. Ainsi, nous retracerons l'évolution de l'espace commercial au fil des époques et des contrées et nous étayerons les conclusions relatives à son rapport à l'évolution de la ville.

La deuxième partie de ce travail se focalisera davantage sur les Galeries Couvertes et les Grands Magasins. Elle portera sur les contextes de leur apparition, leurs rôles à l'échelle urbaine et leurs caractéristiques architecturales. Nous procéderons également, au sein de cette partie, à l'étude d'un exemple européen, à savoir Au Bon Marché de Paris, premier Grand Magasin au monde et modèle architectural européen de cette typologie d'espaces commerciaux. Par ailleurs, nous verrons comment ce modèle a été exporté au-delà du continent européen, notamment en Amérique du Nord, et les conditions de son adaptation à la ville américaine.

Ensuite, viendra une troisième partie dédiée à l'étude de la mise en contexte du Grand Magasin en Algérie, avec pour cas d'étude le centre-ville d'Alger pendant la période coloniale et son ossature commerciale. Ce faisant, nous nous pencherons sur l'ossature commerciale algéroise et ses principaux espaces commerciaux. Afin d'étayer notre travail, nous nous appuierons sur le cas des Grands Magasins des Galeries de France, premier Grand Magasin d'Algérie.

Enfin, ce travail se verra clôturé par une partie qui tentera d'apporter réponse aux questionnements évoqués plus haut tout en ouvrant la porte vers de nouvelles perspectives de recherche.

Partie I : État de l'art : L'espace commercial, origines, évolution et mutations

Introduction

Aux prémices de ce travail, nos premières recherches bibliographiques se sont avérées infructueuses quant à l'étude des typologies d'espaces commerciaux que nous abordons ici, dans leur contexte Algérien.

A l'internationale, les rapports entre la ville et le commerce ont assez tôt suscité de nombreux questionnements sur lesquels se sont d'abord penchés les historiens, à l'exemple d'Henri Pirenne⁷, qui a établi une relation de causalité entre l'emplacement de l'espace commercial et la fondation des villes médiévales.

Du point de vue des géographes, l'espace commercial est abordé en se basant sur des approches en termes d'espace vécu, sont donc étudiées les pratiques urbaines du commerce. Les sciences sociales, jusqu'aux années 1980, associent ces pratiques à l'acte d'acheter. Dans cette optique, l'analyse des sociologues se base sur deux approches : la première axée sur les consommations et la seconde sur les fréquentations et donc sur les pratiques spatiales.

En sociologie urbaine, les travaux portant une attention aux mutations du commerce sont rares, les dimensions économiques, spatiales et socio-politiques du phénomène suscitant une plus vive attention⁸.

Force a été de constater qu'en Algérie, un vif intérêt est porté aux marchés, notamment ceux qu'abritent ou abritaient les halles industrielles du XIX^e siècle. Ils sont étudiés, classifiés selon leur typologie architecturale ou constructive, leur importance à l'échelle urbaine, architecturale et sociale et sont documentés par des monographies⁹. Leur potentiel est mis en

⁷ PIRENNE, H. 1971. *Les villes du Moyen-Âge*, Paris, P.U.F.

⁸ MARENCO, C. 1994. Le commerce et la ville, état de la recherche. *Les Annales de la Recherche Urbaine*, 124-126.

⁹ MEKLATI, S. A. 2016. *Les halles de marchés en Algérie: Une architecture à l'âge industriel*. Magister en architecture et patrimoine, Ecole Polytechnique d'Architecture et d'Urbanisme.

évidence à travers des travaux de recherche ainsi que des cas pratiques où sont exploitées des pistes de restauration, de réhabilitation ou de reconversion¹⁰.

En Europe et en France particulièrement, les Grands Magasins et leur impact sur les dynamiques urbaines et les petits commerces de centre-ville sont à l'origine de nombreuses publications scientifiques, littéraires et cinématographiques. En Algérie, les travaux sur cette typologie sont très rares, voire inexistantes. Ainsi, dans le cadre de notre travail, nous nous sommes principalement appuyés sur des recherches européennes pour nous alimenter en fondements théoriques.

Concernant notre cas d'études, il s'ancre dans un environnement algérois relativement bien documenté. Les travaux de Nabila Oulebsir¹¹ et de Nabila Chérif¹² nous ont fourni une aide considérable à la compréhension de l'urbanisme d'Alger à l'époque coloniale et même avant.

D'autres travaux axés sur les formes d'expression architecturale à Alger, autour de l'architecture néo-mauresque en particulier, à l'exemple des travaux d'Amina Chalabi et de Youssef Lazri¹³, nous ont été d'un apport de taille pour les analyses architecturales qui ont suivi.

A l'échelle internationale, en se fiant à un article de Claudine Marenco¹⁴, nous pouvons résumer sommairement les problématiques axées sur le commerce et la ville à nos jours à :

- L'évolution des pratiques commerciales des suites de l'appareil de distribution et des modes de vie;
- Les conditions de production des pratiques urbaines du commerce et leur articulation avec d'autres pratiques du quotidien;
- L'analyse des formes commerciales sur le plan social comme creusets d'échange et de brassage, catalyseurs de constructions identitaires;

¹⁰ Tous les ans, le sujet est abordé au sein d'un atelier de PFE à l'EPAU sous la thématique : Restauration et de réhabilitation des friches industrielles du XIXe et XXe siècle.

¹¹ OULEBSIR, N. 1994. La découverte des monuments de l'Algérie. Les missions d'Amable Ravoisié et d'Edmond Duthoit (1840-1880). *Revue des mondes musulmans et de la Méditerranée*, 57-76.

¹² CHERIF, N. 2017. Alger, 1830-1980: Chronique d'une historiographie en construction. *Perspective*, 131-152.

¹³ CHALABI, A. L., YOUSSEF 2019. Lecture interprétative du langage architectural des façades néo-mauresques en Algérie à travers quelques exemples d'édifices publics. *Sciences & Technologie*, n°49, juin 2019, 9-20.

¹⁴ MARENCO, C. 1994. Le commerce et la ville, état de la recherche. *Les Annales de la Recherche Urbaine*, 124-126.

- Les grands magasins et leur impact sur les l'espace urbain, les pratiques sociales et les petits commerces;
- L'étalement urbain et la densification de l'offre en espaces commerciaux en périphérie des villes et ses conséquences sur le commerce de centre-ville;
- La redynamisation du commerce de centre-ville en marge du développement des centres commerciaux en périphérie.

Afin de bien comprendre l'impact d'une certaine typologie d'espaces commerciaux et ses caractéristiques sur le tissu urbain, nous aborderons dans cette partie de notre travail, une lecture rétrospective de l'évolution de l'espace commercial dans l'espace comme dans le temps en tentant de comprendre son rapport au processus évolutif de la ville.

Chapitre I : Aperçu historique de l'évolution des espaces commerciaux et leur rapport au développement de la ville et de l'espace urbain

Aussi loin que l'on puisse remonter dans l'Histoire des premiers échanges marchands, le commerce a toujours été un élément structurant qui module l'intensité urbaine, les pratiques de mobilité, les liens sociaux, l'animation et l'identité des villes¹⁵. C'est aussi à travers lui que les cultures s'importent¹⁶.

Le commerce, sous toutes ses formes, fascine. Fondement même de l'économie des nations, il contribue à modeler les sociétés et les territoires. De par son importance cruciale, le commerce comme lieu de pratique des transactions commerciales a connu de nombreuses transformations au fil des siècles.

Compte tenu de cette importance, de nombreux travaux se sont portés sur l'évolution et la transformation de l'espace commercial au fil du temps, apportant ainsi un outil à la compréhension de l'histoire des civilisations, des rapports humains et sociaux mais aussi, à la compréhension du rapport du commerce à la ville, au passé comme à l'avenir¹⁷.

C'est dans cette même perspective que nous retraçons l'historique de l'espace commercial depuis sa naissance pendant l'antiquité, à ce qu'il est devenu aujourd'hui.

I. Période Antique

1. Le bazar

Très tôt, en Mésopotamie, les Babyloniens importent métaux, calcaire, parfums et chevaux d'Égypte et d'Arabie, en retour desquels ils exportent des produits manufacturés. En conséquence de ces échanges commerciaux florissants, les villes se dotent de bazars qui constituent les principaux lieux de marchandage et de négoce. Ils se présentent à ciel

¹⁵ ALONSO-PROVENCIO, M. 2013. Les mutations des centres et l'urbanisme commercial à Lausanne *Urbia - Les Cahiers du Développement urbain*.

¹⁶ MARENCO, C. 1994. Le commerce et la ville, état de la recherche. *Les Annales de la Recherche Urbaine*, 124-126.

¹⁷ Ibid.

ouvert ou semi-couvert, sous formes de galeries bordées d'échoppes. La ville et le bazar deviennent indissociables l'un de l'autre.

Une vue aérienne de la ville de Tâshqurghân, située en Afghanistan actuel, met en évidence la place de ce haut lieu de négoce et de marchandage : l'espace urbain s'articule, de façon concentrique, autour du bazar. Il en découle que bazar est à l'origine de la centralité urbaine d'un bon nombre de villes orientale¹⁸.

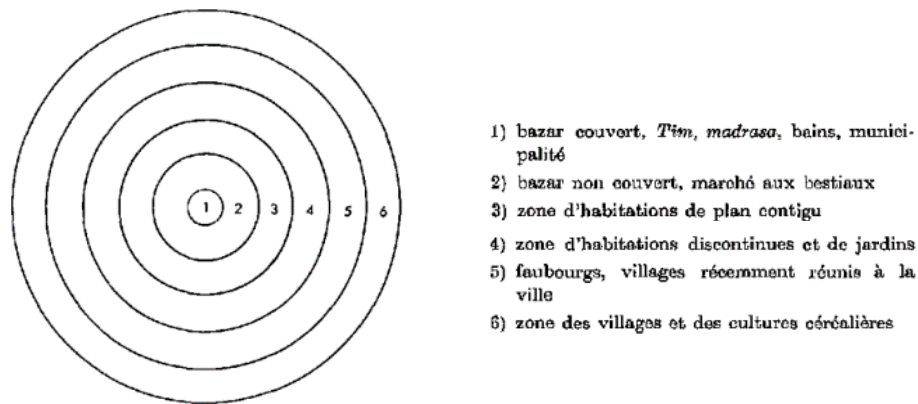


Figure 1. – Schéma de la ville de Tâshqurghân. (Centlivre, P. (1970))

Au fil des siècles, la notion de bazar s'étend sur de nouveaux territoires. A Athènes par exemple, où sous l'occupation ottomane du XIV^e au XIX^e siècle la ville antique et les prémices d'une ville ottomane cohabitent, un bazar s'installe dans le quartier de Monstiraki, au long de l'un de ses axes principaux, non loin de l'agora antique. Le bazar de Monstiraki attire encore aujourd'hui des centaines de milliers de touristes tous les ans¹⁹.

Au XIX^e siècle, Paris se dote de plusieurs établissements commerciaux auxquels elle donne le nom de bazar des suites de la conquête de l'Algérie et l'envie de piquer la curiosité. Ces bazars-là se présentent sous forme d'amas de considérables boutiques installées à demeure des bâtiments. Par ailleurs, les Grands Magasins du Louvre avaient

¹⁸ CENTLIVRE, P. 1970. *Un Bazar d'Asie Centrale*. Thèse de doctorat ès lettres, Université de Neuchatel.

¹⁹ SPYROPOULOU, A. 2001. Les transformations du marché d'Athènes à la fin du XIX^e siècle. *Villes en Parallèle*, 100-107.

autrefois été qualifiés de « plus beau et plus vaste bazar de Paris » alors qu'ils appartenait à une toute autre typologie d'espace commercial.



Figure 2. — Edward Dowell, *Bazar d'Athènes* (1821)

2. L'agora grecque

En Grèce aussi, l'agora est le cœur battant de la cité antique. C'est à la fois un lieu de vie sociale, politique et mercantile. C'est en son sein que le marché prend place. Elle se présente comme un espace ouvert, délimité par une colonnade et entouré d'édifices emblématiques. Les commerces y sont regroupés par catégories. Certains se tiennent en plein air ou sous des tentes au milieu des colonnades tandis que d'autres occupent de véritables magasins²⁰.

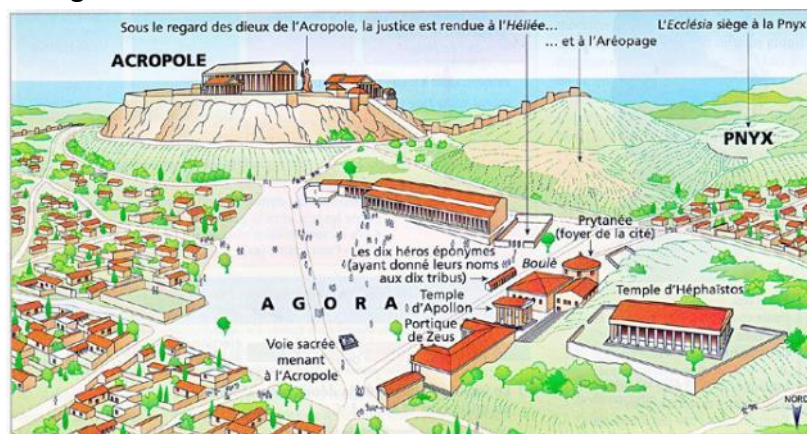


Figure 3. — L'Agra, le Pnyx et l'Acropole à Athènes au V^e s. av. J-C.

²⁰ GIRARD, P. 1882. L'Asclépieion d'Athènes d'après de récentes découvertes, par M. Paul Girard. *Bulletin de Correspondance Hellénique*. P. 282-283

3. Le forum et le macellum romains

Situé au cœur de la ville romaine, à l'intersection du Decumanus et du Cardo, le forum romain est d'abord le successeur de l'agora grec avant d'être peu à peu envahi par les banques et les boutiques de luxe qui lui font perdre son rôle de marché.

Dès lors, on créa le *macellum*, un lieu exclusivement dédié à la vente et à l'achat des produits quotidiens, accessible depuis le forum et donc proche du centre de la ville. Il se compose d'une cour à portiques (*area*), autour de laquelle s'organisent diverses boutiques. Au centre de la cour, on vend des poissons et des coquillages. A proximité, une fontaine d'eau permet de nettoyer le poisson et préserver sa fraîcheur.

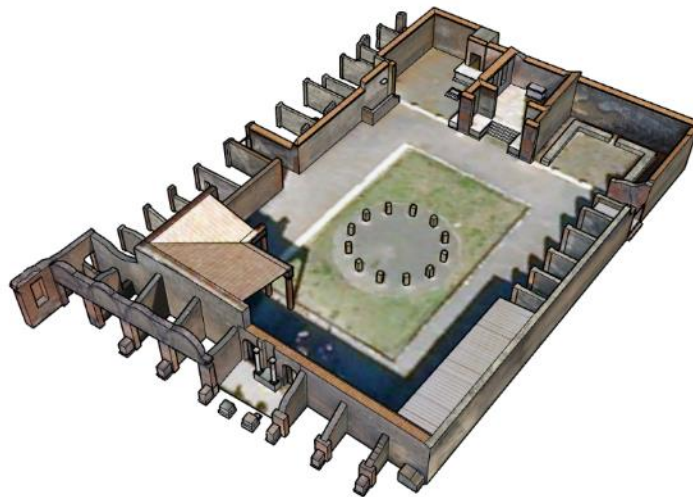


Figure 4. – Reconstitution du Macellum de Pompéi,
édifié au II^e siècle avant J.C. (Peter Olsen)

Pour résumer, pendant l'antiquité déjà, l'espace commercial occupe une place privilégiée dans la ville. Il illustre une alliance entre la fonction commerciale et les espaces publics les plus représentatifs. De la période grecque à la période romaine, le marché passe d'un espace urbain polyvalent où la vie sociale se joint à la vie politique, à un espace urbain dont l'identité est plus affirmée puisqu'il est désormais exclusivement réservé à l'échange commercial.

II. Le Moyen-Âge

1. Les marchés médiévaux

Les villes du moyen sont le terrain de développement des marchés et des foires. Les marchés prenaient place de façon hebdomadaire dans les faubourgs de la ville, il arrivait qu'ils devinrent le point de départ de quartier nouveaux du fait de la grande affluence qu'ils subissaient.

A Paris, quand le marché installé jusque-là dans l'Île de la Cité fut déplacé au XIe siècle près du Grand Pont, au bord de la Seine, le long de la Grève où les bateaux pouvaient accoster, un nouveau faubourg y vit le jour. Plus tard, le roi Louis VI le fit transférer plus à l'Ouest, dans la région des Petites Champs ou Champeaux, la ville ne tarda pas à s'étendre de ce côté, particulièrement lorsque Philippe Auguste y fit construire les Halles en 1183²¹.

2. Les foires médiévales

Les foires, quant à elles, se déroulaient à des dates plus éloignées et duraient plusieurs jours, voire même des semaines entières. Des commerçants de toute l'Europe s'y rencontraient et la population de la ville hôte se voyait doubler pendant la durée de la foire. Au XIII^e siècle, en Europe, l'exotisme oriental fascine. Des foires, comme celle de Beaucaire²², seront qualifiées de véritables bazars éphémères.

²¹ LOMBARD-JOURDAN, A. 2009. Chapitre premier. L'implantation du "marché du roi" aux Champeaux. *Les halles de Paris et leur quartier (1137-1969) : Les halles de Paris et leur quartier dans l'espace urbain (1137-1969)* Paris: Publications de l'Ecole nationale des chartes.

²² La foire de Beaucaire était une foire d'importance européenne pendant le Moyen-Âge. Sa fondation en 1217 donne à la cité de Beaucaire le statut de « capitale française des marchandises ». Elle gardera ce nom jusqu'à l'arrivée du chemin de fer à la moitié du XIXe siècle.



Figure 5. – Foire de Beaucaire, gravure colorée du XVIII^e siècle.
(Musée de Nîmes)

En conclusion, pendant la période médiévale, les lieux de déroulement des événements commerciaux (marchés et foires), malgré leur caractère éphémère, contribuent grandement à l'épanouissement économique de leur zone-hôte. Si bien que le commerce est inéluctablement générateur d'installations urbaines : « La ville est fille du commerce. »²³

III. Périodes moderne et contemporaine

1. La fin du Moyen Âge – Début de la Révolution Industrielle

Cette période englobe l'ensemble des productions urbaines allant des villes planifiées médiévales, à la Renaissance. Avec la naissance de l'urbanisme planifié naît la notion de ville-marché, où les structures commerciales sont liées à la fonction de logement sans beaucoup d'intermédiaires. Le commerce contribue à produire un modèle

²³ COVILLE, A. 1928. Les villes du Moyen Âge, premier article. *Journal des Savants*, 15-22.

de ville compacte fondée sur l'échange, l'interrelation et l'espace public, une ville faite pour le piéton²⁴.

La pratique du commerce se présentait dans son immense majorité sous forme de petits établissements aux mains d'entreprises familiales apportant une réponse à un besoin grandissant.

2. La ville industrielle – Fin des Trente Glorieuses

En 1922, Christaller²⁵ théorise le fait qu'un centre urbain important doit faire l'équilibre entre des entreprises rentables et des consommateurs dont les déplacements et les dépenses sont limités. Pendant cette période, les centres sont hiérarchisés et les centralités marchandes ont des zones de chalandise aussi efficaces que possible.

La surpopulation des villes et l'expansion des périphéries urbaines qui s'en est découlée s'est traduite par l'augmentation de la demande, accompagnée d'un sous-équipement commercial local justifié par des niveaux élémentaires de desserte qui tardaient, jusqu'à la démocratisation de l'automobile, à arriver ex-nihilo. Pendant ce temps, l'activité commerciale au sein des centres villes s'étoffait de tous les besoins insatisfaits de la périphérie²⁶.

Pour répondre au besoin grandissant en termes d'offre en commerces, des initiatives de rattrapage se mettent en place. Pour bénéficier d'une chalandise existante et contribuer à l'étoffer, de nouveaux commerces s'adosent à l'armature commerciale déjà en place²⁷. Ils occupent ainsi une position centrale dans le tissu urbain²⁸.

Au fil de la succession d'événements historiques en Europe entre le XIX^e et le XX^e siècle (i.e. la Révolution Française et la Révolution Industrielle), les modes de production,

²⁴ ALONSO-PROVENCIO, M. 2013. Les mutations des centres et l'urbanisme commercial à Lausanne *Urbia - Les Cahiers du Développement urbain*.

²⁵ DJAMENT, G. C., M. 2005. Traduire Christaller en français. Textes seuils, réception, récit de découverte. *Cybergeog : European Journal of Geography*.

²⁶ METTON, A. 1980. Les mutations de l'équipement commercial : un aspect de l'évolution urbaine. *Norois*, 601-608.

²⁷ Ibid.

²⁸ METTON, A. 2001. Commerce et centralité dans les très grandes villes : effets et enjeux de la mondialisation de la distribution *Bulletin de l'Association de Géographes Français*, 321-329.

de consommation et, par extension, les modes de vie, subissent de considérables transformations qui se traduisent par de nouvelles typologies d'espaces commerciaux : c'est la naissance des passages couverts, des galeries marchandes et plus tard, des Grands Magasins²⁹.

3. L'âge métropolitain, société de consommation

Pendant cette période, le commerce subit une grande mutation par rapport à l'urbain. Avec les Trente glorieuses, la voiture génère et accompagne le grand commerce et la périphérisation. Les principes de la Charte d'Athènes se répandent et remettent en cause le modèle de Christaller. La voiture provoque une transformation radicale dans la planification des villes. Le bâti est dissocié de la rue et l'urbanisme fonctionnaliste engendre un urbanisme de secteurs où la relation entre l'habiter et le commerce se dissout jusqu'à la création de zones purement commerciales en périphérie des villes³⁰.

Depuis le début du XXI^e siècle, le commerce prend une nouvelle importance. Il quitte son rôle d' « élément destructeur de la ville » pour devenir une « opportunité de renouvellement de l'espace urbain »³¹. Les centres-villes en déclin sont transformés grâce à des opérations de requalification auxquelles des commerces sont associés.

²⁹ THIVIERGE, S. 1989. Commerce et architecture. *Continuité*, numéro 42.

³⁰ ALONSO-PROVENCIO, M. 2013. Les mutations des centres et l'urbanisme commercial à Lausanne *Urbia - Les Cahiers du Développement urbain*.

³¹ THIVIERGE, S. 1989. Commerce et architecture. *Continuité*, numéro 42.

Chapitre II : De l'espace commercial ouvert à l'espace commercial clos

Dans une agglomération, il est fréquent que le marché constitue le centre de l'animation urbaine. C'est un équipement qui se caractérise par une diversité en termes de pratiques, mais aussi en termes d'organisation spatiale. Si bien qu'il a pris, à travers les pays et les civilisations, diverses formes d'organisation.

Dans le monde et dans le temps, la pratique du commerce s'est manifestée sous deux grandes formes : la pratique commerciale de type sédentaire et celle de type non sédentaire. La première pratique regroupe les espaces commerciaux bâtis tels que les halles, les marchés, les bazars, les boutiques, etc. La seconde pratique, non sédentaire, englobe les marchés itinérants, forains, saisonniers ou périodiques. Ils ne se déroulent pas dans un espace bien défini et sont souvent éphémères.

Le retraçage de l'évolution des espaces commerciaux nous permet de constater qu'au cours de l'histoire, l'espace commercial a subi des transformations qui lui ont fait prendre diverses formes. Il s'est d'abord manifesté sous la forme d'un espace complètement ouvert, pour ensuite prendre une forme semi-couverte, puis prendre place au sein d'un édifice bâti à cette fin précise. Ce passage d'une forme à l'autre n'a toutefois pas engendré la disparition de la précédente puisqu'à ce jour, il existe encore des marchés ouverts qui côtoient des centres commerciaux complètement clos.

Des siècles durant, le marché couvert et le *souk* ont été des structures d'organisation de l'espace et de la société coloniale et précoloniale en Algérie³². Le *souk*, malgré son caractère ethnique, a survécu à la présence coloniale et perdure à ce jour, se manifestant sous forme de marchés quotidiens ou hebdomadaires.

Dans une thèse autour de la place de l'espace marché, Kheira Feninekh questionne en 2001 son évolution, son devenir et les pratiques sociales qui lui sont associées en prenant pour

³² FENINEKH, K. 2001. L'espace marché : mutation ou résurgence ? Le cas d'Oran. *Insaniyat* [Online]. Available: <http://journals.openedition.org/insaniyat/9641> [Accessed 06 octobre 2020].

cas d'étude la ville d'Oran. Elle étudie la logique de localisation des marchés dans la ville, le processus de leur création et les pratiques sociales des marchés ainsi que les comportements pouvant influencer sur leur conception.

I. Du marché couvert au souk – mutation ou résurgence

1. Les marchés bâtis (couverts et semi-ouverts)

A Oran, comme dans d'autres villes du pays, force est de constater que les marchés bâtis (couverts ou semi-ouverts) ont soit perdu leur fonction, soit été désaffectés et complètement délaissés. Ils agonisent sous l'effet des aléas du temps qui, sur eux, marque ses traces, tandis qu'en parallèle, des marchés clandestins, en extérieur, connaissent une forte activité.

L'apogée des marchés en plein air a engendré l'abandon des marchés bâtis, un potentiel spatial adapté et convenablement aménagé à servir une fonction commerciale s'est retrouvé gâché. C'est le cas de plusieurs marchés à Oran mais aussi à Alger, à l'exemple du Marché Volta, laissé à l'abandon et à la merci des aléas du temps depuis de nombreuses années, malgré sa valeur patrimoniale³³.

2. Les souks (marchés à ciel ouvert)

Alors que dans le temps, le *souk* occupait une place qui lui était destinée dans la ville, il s'accapare aujourd'hui un espace qui lui est inapproprié, créant ainsi un environnement où règnent anarchie et conflits d'usage. L'espace urbain se met, tant bien que mal, au service du commerce clandestin. Des étalages clandestins prennent ainsi place aux abords des marchés bâtis dont la marchandise est désormais exposée à l'extérieur. Ce phénomène s'accapare trottoirs et rues mécaniques, qui foule oblige, deviennent piétonnes.

³³ MEZGHICHE, T. 2018. *La Fabrique à Images : Une école du cinéma pour Alger*. Projet de fin d'études pour l'obtention du diplôme d'architecte, Ecole Polytechnique d'Architecture et d'Urbanisme d'Alger.

A l'origine de cette pratique clandestine du commerce, l'exemption de ses commerçant des différentes charges, taxes et contributions que sont tenus de payer les commerçants exerçant au sein des marchés couverts.

Dans son travail, Kheira Feninekh évoque une panoplie de causes et de problèmes de différents ordres, découlant du constat précédent, où le marché s'accapare la rue, engendrant ainsi de nouvelles pratiques, anarchiques, du commerce en extérieur. Elle évoque :

- Un problème de gestion qui se manifeste malgré les nombreuses mesures prises par l'administration communale pour le maintien d'un certain ordre.
- Des problèmes économiques dus à l'existence d'un marché parallèle dont le fonctionnement échappe à l'organisation fiscale, ne générant ainsi aucun bénéfice à l'État.
- Des problèmes en termes de pratiques de l'espace qui devient difficile d'accès, tant pour les automobilistes que pour les habitants des quartiers concernés, de même pour la clientèle ciblée par les marchés en question.
- Des problèmes environnementaux mettant à risque l'hygiène alimentaire et la comestibilité des aliments mis en vente. De plus, les réseaux d'assainissement subissent également les conséquences des pratiques des commerçants et l'hygiène de la ville en devient impactée.

II. Apparition et emplacement des marchés

1. Aperçu théorique

Au sujet de l'apparition et de l'emplacement des marchés, Feninekh K. fait état de diverses hypothèses préalablement établies par des économistes, urbanistes, géographes et sociologues, pour expliquer le processus de création et de développement des marchés et révéler les éléments qui déterminent la taille, la nature et la localisation de cet équipement dans le tissu urbain.

Brian J. et Berry L.³⁴ évoquent une logique combinant pratiques sociales et planification urbaine selon lequel le développement de la ville et celui des marchés suivent une évolution chronologique identique. Il en résulte que l'extension d'une ville engendre une augmentation du nombre de marchés qu'elle contient.

Dans une autre étude, Brian J. et Berry L.³⁵ évoquent la « *Théorie des places centrales* » selon laquelle les principaux types d'échanges, dont celui exprimé par le marché, comportent une localisation spécifique fournissant un point de réunion pour les consommateurs : la centralité offre cette localisation privilégiée.

D'autre part, Mumford affirme que « *l'installation d'un marché en tant qu'élément permanent de la vie de la cité, est justifiée par l'importance d'une agglomération citadine d'où dépend la circulation des produits et les marges de bénéfice.* »³⁶

Par ailleurs, Feninekh souligne que « *Les consommateurs choisissent systématiquement les centres d'achat les plus proches, offrant les biens qu'ils désirent* », tout en précisant que « *des zones principales d'une plus grande accessibilité cumulée peuvent attirer des consommateurs de plus loin.* »

En somme, ces diverses hypothèses et théories, montrent que les marchés connaissent divers types d'intégration à l'espace urbain. Dans sa localisation, un marché, comme tout autre espace commercial, est à la recherche d'une efficacité d'échange commercial. Cette quête d'efficacité est à l'origine d'un emplacement déterminé par les distances maximales que le consommateur accepte de franchir (zone de chalandise).³⁷

³⁴ BRIAN, J. B., L. 1971. *Géographie des marchés et du commerce de détail*, Paris, Ed. Armand Colin.

³⁵ BRIAN, J. B., L. 1962. *Etudes comparatives des systèmes de places centrales*, Washington, Projet NR 389-126 (Office of naval research, geography branch, 1962).

³⁶ MUMFORD, L. 1961. *La cité à travers l'histoire*, Paris, Ed. Le Seuil.

³⁷ FENINEKH, K. 2001. L'espace marché : mutation ou résurgence ? Le cas d'Oran. *Insaniyat* [Online]. Available: <http://journals.openedition.org/insaniyat/9641> [Accessed 06 octobre 2020]. P.5

2. Le cas d'Oran

2.1. Transformations de l'espace marché

L'étude établie par Fenninekh autour du processus d'évolution des marchés à Oran, met en évidence le fait que pendant la période précoloniale, le marché est avant tout un espace extérieur. On parle de « place de marché » comme élément structurant du tissu urbain.

Après 1830 et tout au long de l'occupation française, la ville d'Oran est remodelée de sorte à accueillir de nouvelles structures urbaines coloniales où le marché se distingue par son emplacement, certes, mais aussi par son architecture. De ce fait, la ville subit des transformations qui passent par de nombreuses étapes :

- Les marchés précoloniaux sont couverts et de nouveaux marchés voient le jour;
- Les nouveaux marchés se présentent sous formes d'édifices spécialement dédiés à cette fonction;
- Ils n'occupent plus forcément l'emplacement d'une place urbaine, mais s'installent dans des espaces qui leur sont dédiés;
- Le marché ouvert, type *souk* est concurrencé par le marché couvert, plus organisé et mieux adapté;
- Des marchés semi-couverts voient le jour et s'installent au sein des quartiers musulmans, préservant l'ambiance du souk. Les marchés couverts, quant à eux, sont principalement implantés au sein des quartiers européens;
- Les marchés existants, couverts ou semi-couverts, débordent sur les rues environnantes pour les raisons évoquées plus haut;
- Des marchés hebdomadaires font leur apparition et marquent la résurgence des anciennes pratiques sociales.

2.2. Emplacement de l'espace marché

A Oran, les marchés (hebdomadaires et quotidiens) ne sont pas disposés aléatoirement. Ils font partie d'un réseau suivant une trame relativement serrée, manifestation d'un chevauchement ou d'une « interpénétration des aires de chalandise. »³⁸

Pour Feninekh, la logique de localisation des marchés à Oran est en étroite relation avec l'organisation de la ville. Elle dépend donc des *types de tissus urbains*³⁹, des types de marchés et de leurs types de fonctionnement. Nous avons tenté de résumer les résultats de l'étude dans le tableau ci-dessous.

Type de tissu urbain	Type de marchés	Fonctionnement
Alignement économique	- Couverts datant de l'époque coloniale - Semi-couverts - Ouverts	- L'activité marchande se pratique sur les rues selon une dominance. - Les rues mécaniques deviennent piétonnes.
Alignement	Marchés couverts et semi couverts intégrés dans les quartiers centraux de la ville.	- Concentré varié de produits alimentaires et autres. - Offre à l'échelle de la ville.
Alignement bas	- Couverts - Semi-couverts - Ouverts - Marchés de gros	- Marchés couverts et semi-couverts sont obsolètes, non-fonctionnels. - Activité marchande le long des rues – rue marché - Tissu en densification => Besoins en hausse => Conflits d'usages en augmentation
Lotissement	Marchés semi-couverts seulement	- Ils répondent aux besoins quotidiens - Des marchés non-couverts hebdomadaires répondent à des besoins complémentaires
Plan de masse (collectif + individuel)	Marchés ouverts ou semi-couverts	- Situés entre des blocs d'habitation - Grefte de commerces et activités aux alentours de marché - Grande portée économique car pas d'autres marchés dans les environs - Grande affluence, débordement sur les rues voisines
ZHUN	- Marchés hebdomadaires - Marchés ouverts et semi-couverts	Les marchés hebdomadaires engendrent des désordres sur le plan spatial
Emprises diverses	Marché unique, hebdomadaire	Implanté à proximité des zones centrales de la ville

Tableau 1. – *Tableau récapitulatif de la répartition des marchés d'Oran en fonction de la nature du tissu urbain (Auteure.)*

³⁸ Ibid.

³⁹ Oran renferme neuf types de tissus urbains étudiés par Guerroudj, Toufik : dans « Oran, ville moderne », Université des sciences et de la technologie d'Oran, 1980. Sept types de tissus renferment des marchés quotidiens. Les caractéristiques de ces tissus diffèrent sur plusieurs points. Ils diffèrent dans le type de construction, dans l'emprise au sol, dans la dynamique c'est-à-dire s'ils se dégradent, se densifient, ou s'ils sont stables. Ils diffèrent aussi dans leur densité, la nature de leur bâti, les hauteurs des constructions. Certains tissus sont très anciens alors que d'autres peuvent être encore en construction. Ce sont donc divers critères qui distinguent chaque tissu urbain d'un autre. Mais, il est à noter que la fonction principale des tissus possédant un marché est l'habitat.

Dans le cas d'Oran, comme dans celui de nombreuses autres villes, la répartition des marchés et des espaces commerciaux sous toutes leurs formes se fait en fonction de la distance à parcourir par le consommateur. Cela expliquerait pourquoi les zones centrales sont mieux achalandées que la périphérie.

Conclusion

Aussi loin que l'on puisse remonter, commerce et ville ont formé un couple indissociable. Les espaces commerciaux, planifiés ou spontanés, issus d'un besoin grandissant, ont contribué à modeler les villes en attirant les foules, en transformant leurs modes de vie et en structurant, graduellement le tissu urbain. Jusqu'au début du XX^e siècle, l'espace commercial occupe une place centrale dans la ville. Il contribue à sa vie et à son animation. Il détermine le centre de gravité de l'activité du centre-ville et joue donc un rôle de polarisation.

L'espace commercial est aussi un lieu où se tissent des rapports sociaux. Il est un lieu d'expression d'une culture, selon ses pratiques sociales. Il illustre une mise en scène du modèle idéal de la société civile. Sur le plan urbain, l'espace commercial constitue un élément articulateur. Il définit et est défini par les interactions qui s'opèrent entre les différentes composantes du tissu urbain.

Un recul dans le temps nous a permis de constater que l'espace commercial a subi de nombreuses transformations et mutations. Après avoir été un espace extérieur, éphémère, le plus souvent, une place urbaine, il devient un espace bâti, couvert, dédié à une fonction bien définie. Ainsi, il prend des formes architecturales diverses, monumentales et remarquables, ou non, prenant place généralement à l'emplacement d'un marché ouvert existant, où l'activité marchande passe d'un espace extérieur à un espace bâti, clos.

Nous constatons également que toute extension urbaine est systématiquement suivie par l'apparition de marchés⁴⁰. L'importance de ces derniers est étroitement liée à leur aire de chalandise, facteur déterminant de la surface desservie par le marché et ainsi, son attractivité.

Si les espaces commerciaux couverts ont connu un grand essor à partir du XIX^{ème} siècle, il est intéressant de constater que les pratiques anciennes du commerce persistent encore à ce jour à travers certains marchés ouverts, notamment les marchés hebdomadaires.

⁴⁰ FENINEKH, K. 2001. L'espace marché : mutation ou résurgence ? Le cas d'Oran. *Insaniyat* [Online]. Available: <http://journals.openedition.org/insaniyat/9641> [Accessed 06 octobre 2020].

Le tableau ci-dessous présente un récapitulatif des formes d'espaces commerciaux dans l'espace comme dans le temps et leur devenir.

	Espace	Période & localisation	Définition	Emplacement dans la ville	Devenir
Espace ouvert, ou semi-couvert	Bazar	-5000 Av. J.-C., en Mésopotamie et en Egypte ancienne.	Principal lieu de marchandage dans les villes antiques mésopotamiennes et égyptiennes. Il se manifeste sous forme de galeries ouvertes ou semi-couvertes, bordées d'échoppes .	L'espace urbain s'articule autour du bazar. Il est au centre de celui-ci.	Le terme bazar reste employé à ce jour, avec une connotation orientaliste , pour qualifier des espaces commerciaux proposant une variété de produits.
	Agora	-776 à -323 Av. J.-C., Grèce Antique.	Lieu de vie sociale, politique et mercantile. C'est en son sein que le marché prend place. Espace ouvert , délimité par une colonnade et entouré d'édifices emblématiques . Les commerces y sont regroupés par catégories.	Emplacement central dans la cité antique.	Le terme agora est encore employé à ce jour pour désigner une vaste place ouverte .
	Forum	-510 Av. J.-C. à 476 Ap. J.-C., République de la Rome Antique.	Successeur de l'agora grecque, lieu où se tenaient les assemblées du peuple et où se discutaient les affaires publiques. Vite envahi par les banques et boutiques de luxe, il perd son rôle de marché .	Situé au cœur de la ville romaine, à l'intersection du Decumanus et du Cardo.	Terme employé à ce jour pour désigner une réunion-débat , un colloque .
	Macellum		Lieu dédié à la vente et à l'achat des produits quotidiens, accessible depuis le forum . Il se compose d'une cour à portiques (area), autour de laquelle s'organisent diverses boutiques.	Situé non loin du forum et du centre de la ville.	Le terme ne désigne plus que sa fonction initiale.

Espace Ouvert, couvert ou semi-couvert	Souk	Date de parution incertaine, pays arabes du Moyen-Orient et de l'Afrique du nord.	Principal lieu de marchandage dans les villes arabes, il se présente généralement sous forme d'une place ou d'une rue semi-couverte. Il prend un aspect linéaire ou tentaculaire .	Prend généralement une place centrale au sein d'une ville ou agglomération.	Le terme est encore employé à ce jour pour qualifier les marchés des villes arabes . Certaines villes portent même le nom des marchés qui en ont fait la renommée.
	Foire	Moyen-Âge, Europe.	Rassemblement marchand, dans un lieu ouvert ou sous des tentes , se déroulant à des dates éloignées et durant plusieurs jours , voire même plusieurs semaines.	Prend place en périphérie et occupe un grand espace. Connaît une immense affluence de toute l'Europe.	Les foires existent encore à ce jour et sont tout aussi thématiques à l'image de la foire du livre, de l'agriculture, etc.
	Marché médiéval		Espace commercial éphémère, ouvert, prenant place de façon hebdomadaire dans les faubourgs de la ville médiévale car ils subissaient une très forte affluence.	Prend place en périphérie du cœur de la ville (faubourg), qui parfois devenait le départ d'un quartier nouveau à son tour.	Cette image correspond à celle que nous avons aujourd'hui des marchés hebdomadaires.
Espace clos, bâti	Passage couvert	XVIII ^e siècle, Paris.	Espace tracé en intérieur d'îlot, bordé de commerces et couvert d'une verrière .	Prend place au cœur du vieux Paris .	Les passages couverts et les galeries marchandes qui ont survécu dans l'ombre des grands magasins constituent aujourd'hui un attrait majeur pour Paris. Ce sont des lieux touristiques encore fonctionnels à ce jour.
	Galerie marchande		Une galerie marchande est un passage couvert à la différence qu'elle est bordée de commerces de luxe , dotés de fines décorations et couvert d'une verrière .		

	Magasin de nouveauté	XVIIIe siècle, Paris.	Ancêtres des Grands magasins , les magasins de nouveauté sont des magasins imposants en taille, ayant pour objectif de présenter à une population citadine de nouvelles marchandises venant de tout part.		Les magasins de nouveauté subissent des transformations de taille qui en font des Grands Magasins , plus luxueux et plus attrayants.
	Grand Magasin	XIXe siècle, Paris.	Un grand magasin est un commerce de détail multi spécialiste exploité par une société commerciale unique. Les marchandises sont exposées dans des rayons spécialisés répartis sur une grande surface, sur plusieurs niveaux.		Certains Grands Magasins sont encore fonctionnels. Ils sont considérés comme étant les ancêtres du centre commercial .

Tableau 2. – Récapitulatif des formes d’espaces commerciaux. (Auteure)

Partie II : Identification des différentes typologies d'espaces commerciaux de la fin du XVIII^e au début du XX^e siècle

Introduction

L'évolution du commerce et des pratiques spatiales et sociales qui lui sont liées, telle qu'expliquée dans le chapitre précédent, a conduit à l'apparition de nombreuses typologies d'espaces commerciaux. La succession d'événements historiques et l'évolution des techniques a permis à ces espaces de se distinguer tant par leur aspect architectural que par les techniques employées dans leur construction.

A partir de la fin du XVIII^e siècle, jusqu'à la moitié du XIX^e siècle, deux nouvelles typologies d'espaces commerciaux que se démarquent par la somptuosité de leur architecture, leur exploitation des avancées techniques, leur emplacement et leur impact à l'échelle urbaine à savoir : les grands magasins et les passages couverts.

Nous avons choisi de nous focaliser sur ces deux typologies d'espaces commerciaux tant leur impact sur l'évolution du commerce fut révolutionnaire, si bien que les Grands Magasins sont désormais considérés comme étant l'ancêtre du centre commercial contemporain.

Indissociables, les Grands Magasins et les passages couverts se sont respectivement succédés et ont depuis leur création dans le Paris du XVIII^e siècle, illustré une architecture prestigieuse traduisant une opulence financière propre à cette époque, mais aussi une volonté de mettre davantage en lumière, ce qui sera plus tard, le Paris d'Hausmann

Ainsi, nous abordons dans cette partie les origines de la création de ces espaces commerciaux révolutionnaires et leur impact à l'échelle urbaine.

Chapitre I : Les passages couverts et les Grands Magasins

I. Les passages couverts et les galeries marchandes

1. Définitions

1.1. Le passage couvert

Un passage-couvert, par définition, est « un espace tracé en intérieur d'îlot, bordé de commerces et couvert d'une verrière »⁴¹. L'idée de créer des passages couverts bordés d'échoppes n'est pas nouvelle, puisqu'elle se manifeste très tôt dans les bazars et souks en orient. Le plan médiéval de Paris comportait déjà des « passages à ciel ouvert se faufilant dans un tissu urbain dense »⁴². Ces passages, souvent étroits, laissent à supposer qu'ils étaient parfois couverts par endroits, précairement, peut-être, dans le principal but de se protéger des intempéries.

C'est donc à Paris que le premier prototype du passage couvert tel qu'on le conçoit aujourd'hui voit le jour. Il y connaîtra son âge d'or entre la fin du XVIII^e siècle et sa transformation radicale au milieu du XIX^e siècle. En Europe, 250 passages couverts seront construits entre 1786 et 1914.

1.2. La galerie marchande

L'appellation « Galerie marchande », quant à elle, est nuancée. Dans son dictionnaire raisonné de l'architecture française du XI^e au XVI^e siècle, Viollet-le-Duc la définit comme étant un « passage couvert, de plain-pied, donnant à l'intérieur ou à l'extérieur, servant de communication d'un lieu à un autre, de circulation, aux différents étages d'un édifice. », il affirme que « c'est plutôt l'aspect monumental que le plus ou moins de largeur et de hauteur qui fait donner le nom de galerie à un passage. La dénomination de galerie entraîne avec elle l'idée d'un promenoir étroit relativement à sa longueur, mais

⁴¹ CONDE-REIS, G. Les passages couverts : un accident de l'histoire. *Les Cahiers de l'Urbanisme*, N°70, Décembre 2008, 74-78.

⁴² Ibid.

décoré avec une certaine richesse. On donne aussi le nom de galerie à tout passage de service, très étroit, mais très apparent, et faisant partie de l'architecture d'un édifice. »

Ainsi, en fonction de son rôle, Viollet-le-Duc classe différencie deux types de galeries : « Les galeries en galeries de service contribuant à la décoration extérieure ou intérieure des monuments, et en galeries promenoirs, dans les châteaux ou les édifices publics ou privés. »⁴³

2. Contexte historique

A sa création, le nouveau mode d'organisation de l'espace urbain que constituent les passages couverts fait face à un Paris qui avait encore largement son visage du Moyen-Âge avec un tissu urbain déjà doté de percements étroits et aléatoires à ciel ouvert. Petit à petit, ces passages se sont naturellement organisés jusqu'à devenir de vraies circulations intérieures volontairement conçues.

En conséquence de la révolution française, la suppression des privilèges féodaux et la vente des biens du clergé en 1789 provoque un mouvement d'opérations immobilières. Sur les terrains confisqués à la noblesse et au clergé, parcelles occupant des emplacements stratégiques au cœur de Paris, les premiers passages couverts sont construits.

Les nouveaux propriétaires des terrains, maisons et hôtels particuliers acquis prennent l'initiative de raser des bâtiments et leurs jardins pour reconstruire des immeubles d'un ou deux étages en créant en leur centre de véritables galeries couvertes d'une verrière, dotées d'au moins une entrée et une sortie.

Sous de hautes verrières, les passages couverts offraient à qui voulait y flâner, l'occasion d'admirer les récentes prouesses du progrès technique de l'époque : l'éclairage au gaz, le travail du verre et du fer permettant l'élaboration des longues verrières et une esthétique qui se développera au fil du temps.

⁴³ VIOLLET-LE-DUC, E. E. 1854. *Dictionnaire raisonné de l'architecture française du XIe au XVIe siècle*, Banc.

Pascal De Moncan souligne affirme que les passages couverts sont l'une des caractéristiques qui font la particularité de Paris. Il les décrit comme « (...) des chemins abrités par lesquels on va d'une rue à l'autre en traversant une ou plusieurs maisons, et qui ne sont destinés qu'aux piétons. (...) Les magasins en sont brillants, bien pourvus, mais un peu chers. Dans le mauvais temps ils servent, comme le Palais-Royal, de promenades et de lieux de rendez-vous. Ils sont généralement éclairés par le gaz. »⁴⁴

Le premier passage couvert planifié est parisien. Il reliait le Palais-Royal à la rue Faydeau mais a été détruit peu après 1800. Les documents qui en sont restés témoignent d'une galerie imaginée avec un vrai tracé rectiligne, un portique d'entrée et de part et d'autre, des magasins. La verrière qui couvrait ce passage n'était cependant pas continue. Elle était composée de plusieurs petites verrières accolées les unes aux autres pour former un ensemble homogène.

3. Les Galeries de Bois – Un passage accidentel au succès inespéré

Lorsqu'on parle du premier passage couvert connu et renommé, est évoqué le passage couvert des Galeries de Bois. Son emplacement au cœur du Palais-Royal en a fait une référence, rendant populaire une « typologie » qui était encore à ses débuts.

Le duc de Chartres (1747-1793), afin de redresser ses finances, décide en 1781 de faire reprendre un ancien projet consistant à bâtir autour du Jardin du Palais-Royal des appartements avec des magasins sous portiques. Par manque de budget, les travaux peines à s'achever et le projet initial fut simplifié en 1787. On décida alors de construire des bâtiments provisoires, les futures et célèbres Galeries de Bois, dont le rôle premier était de séparer la cour du Palais-Royal et le jardin dont l'accès était désormais public.

Le projet est composé de trois travées dotés de deux passages bordés d'une rangée de boutiques de part et d'autre. Contrairement aux passages couverts qui lui succéderont, la Galerie de bois n'est pas recouverte d'une verrière mais par des fenêtres ouvertes sous les débords de sa toiture. Elle sera détruite 40 ans après sa construction.

⁴⁴ DE MONCAN, P. 2009. *Le Paris d'Haussmann*, Les éditions du Mécène

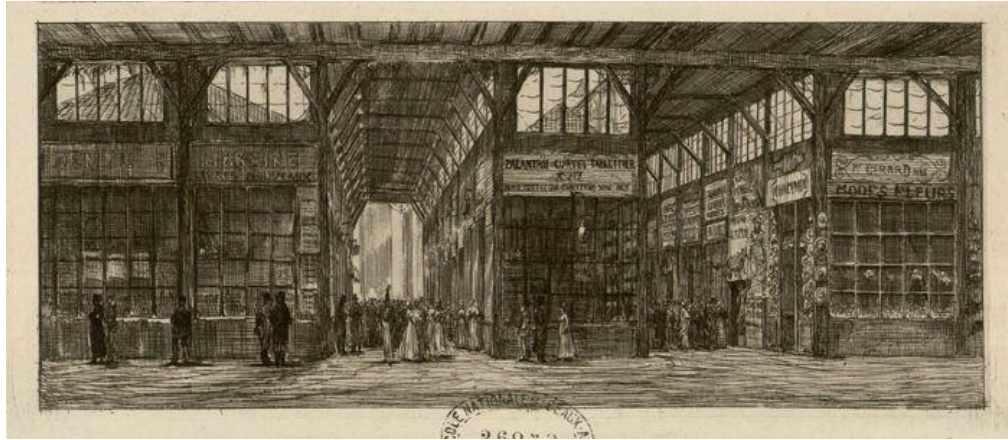


Figure 6. — Galeries de bois du Palais-Royal. (Archives de la BNF)

4. Fonction urbaine

Benjamin Walter définit les passages couverts comme étant une « nouvelle invention du luxe industriel, sont des galeries vitrées, revêtues de marbres, à travers des blocs entiers de maisons, dont les propriétaires se sont unis pour ces spéculations. Des deux côtés de ces galeries, éclairées par en haut se succèdent les plus élégantes boutiques, en sorte qu'un pareil passage est une ville, voire un monde en miniature »⁴⁵. L'un des objectifs de ces passages était de tracer des raccourcis couverts entre deux rues, facilitant l'accès aux lieux les plus animés de la ville. Ainsi, il était fréquent qu'un passage couvert donne sur un grand boulevard, la Bourse ou un théâtre.

Ils constituaient également d'importants espaces marchands liés à de nouveaux modes de consommation. On y trouvait des boutiques de nouveautés, des marchands de jouets, des cafés, des restaurants et des hôtels mais aussi des galeries d'art et des bouquinistes.

⁴⁵ BENJAMIN, W. 1939. Paris, capitale du XIXe siècle. *Les classiques des sciences sociales*.

Progressivement, les passages couverts occupèrent la fonction de hauts lieux de promenade et de mondanité de la bourgeoisie qui s’y mettait en scène.



Figure 7. — Carte des passages couverts de Paris (Visactu La Croix)

5. Modèle architectural

Les passages couverts constituent un héritage architectural d’une grande richesse, chaque passage ayant ses propres spécificités qui en font un lieu unique. Paris compte dix passages couverts encore en usage, sur la cinquantaine de passages couverts connus dans l’Histoire⁴⁶.

Les passages couverts se distinguent par l’éclectisme de leur décor, inspiré d’une variété de styles allant du néo-classicisme, du décor Renaissance, jusqu’à l’Art déco. Un traitement particulier est réservé au sol, murs et plafond afin de créer un passage confortable, et le confort passe avant tout par la propreté. Ainsi, le sol revêtu de marbre est facilement nettoyé et les murs, mettant en exergue de somptueuses boiseries, prennent un aspect luxueux.

⁴⁶ DE MONCAN, P. 2009. *Le Paris d’Haussmann*, Les éditions du Mécène

Au fil de leur évolution, ces galeries se sont présentées sous trois typologies distinctes :

5.1. Les passages brillants

Dérivés directs de la Galerie de Bois du Palais Royal, ces galeries vitrées doivent leur nom aux nouveautés aperçues à travers leurs vitrines ainsi que l'effervescence qui y règne. De ce fait, les passages brillants ne doivent pas leur éclat à leur architecture qui n'était ni des plus riches en décoration, ni des plus scintillantes de luminosité, mais de l'art de vivre qui accompagne ces lieux de grande animation et de forte consommation.

5.2. Les passages lumineux

Les passages lumineux font usage de la fonte, pour sa malléabilité et son faible coût, pour orner les galeries. Les angelots et les faunes de la galerie Véro-Dodat (1826), le cocotier lumineux de la galerie Colbert (1826), les pilastres de la galerie Vivienne (1826), sont en fonte.



Figure 8. — *Passage Feydeau, Paris.*



Figure 9. — *Passage du Caire, Paris.*



Figure 10. — *Galeries Vivienne, inaugurée en 1826. (Beboy / Stock Adobe)*



Figure 11. — *Passage des Panoramas, 2015.*

La lumière dont jouissent ces passages n'est pas exclusivement naturelle puisque, grâce à la démocratisation de l'éclairage à gaz et à l'effet amplificateur des nombreux miroirs installés au sein des galeries, celles-ci brillent de mille feux.

Une peinture en trompe l'œil, appliquée sur les colonnes doriques, fait croire à du marbre, ce qui affirme davantage la somptuosité des lieux. Les structures de ces passages sont en bois, les exposant à un important risque d'incendie.

5.3. Les passages métalliques

Cette dernière génération de passages couverts marque un nouveau tournant dans l'architecture des passages couverts. L'ossature entièrement métallique des passages Jouffroy (1845) ou Verdeau (1845) est la première du genre. Le bois, vulnérable au feu, ne joue plus qu'un rôle décoratif puisqu'il n'est plus présent que dans l'habillage des façades intérieures.



Figure 13. — *Passage Verdeau, inauguré en 1845.*



Figure 12. — *Passage Jouffroy en 1877,*
Dessin du A.-P. Martial

L'ornementation et la décoration au stuc, au marbre et au trompe l'œil s'atténue. Les façades sont désormais dénuées de relief et les symboles de réussite commerciale disparaissent tandis que l'horloge se généralise dans la majorité des passages couverts. L'évolution métallique apporte ainsi plus de sobriété et d'élégance à ces passages qui exhibaient autrefois leurs symboles de richesse.

6. Le déclin des passages couverts

L'intense développement des voies ferroviaires pendant la moitié du XIXe siècle et les grands travaux de restructuration du Baron Haussmann sur la ville de Paris, avec la construction des Grands Magasins, temples géants du commerce, provoquent le déclin progressif des passages couverts.

Les passages couverts, dans leur étroitesse et leur offre limitée en boutiques, ne peuvent pas rivaliser avec les Grands Magasins et leurs vastes espaces intérieurs. Ils ferment les uns après les autres mais certains passages couverts ont néanmoins survécu jusqu'à nos jours et sont encore considérés comme de réels bijoux dotés d'une grande richesse historique tant sur le plan architectural que sur plan urbain.

II. Les Grands magasins

Dans un article de journal paru en 1900, on pouvait lire : « ville moderne n'est pas complète si elle n'a pas à montrer, à côté de ses églises, de ses grands hôtels et de ses théâtres, au moins l'un de ces gigantesques bazars de commerce où l'on vend à peu près de tout. »⁴⁷

1. Contexte historique

Les Grands Magasins font leur apparition pour la première fois à Paris, à la fin du XIX^e siècle. Ils sont le fruit de la conjonction favorable d'un important développement industriel, résultant de la révolution industrielle, qui créa un besoin de formes commerciales capables d'écouler rapidement et vite les produits issus de l'industrie et le développement des transports urbains qui ont permis la concentration, dans les grandes agglomérations, d'une importante clientèle potentielle.⁴⁸

Les raisons du développement de ce nouveau type de magasins (grands magasins, ex. magasins de nouveautés) sont pour ainsi dire multiples et convergentes : D'abord, l'accroissement de la population parisienne qui atteint neuf millions d'habitants en 1851 et onze millions et demi en 1866⁴⁹ ; ensuite, les travaux du baron Haussmann, préfet de la Seine entre 1853 et 1870, qui agrandissent et élargissent la capitale (elle double sa superficie en 1860), provoquant le déclin du « vieux Paris » (les Grands Magasins sont, à l'exception du Bon Marché, situés sur la rive droite de la Seine, à proximité des grandes

⁴⁷ THIVIERGE, S. 1989. Commerce et architecture. *Continuité*, numéro 42.

⁴⁸ METTON, A. 1980. Les mutations de l'équipement commercial : un aspect de l'évolution urbaine. *Norois*, 601-608.

⁴⁹ Chiffres fournis par Alain Plessis dans *De la fête impériale au mur des fédérés*, éd. Du Seuil, coll. Points Histoire, p.158

artères percées après la chute du Second Empire); et pour finir, l'accroissement du pouvoir d'achat de la bourgeoisie.

Les créations de Grands Magasins se succèdent à Paris : La belle jardinière en 1824, les Grands Magasins du Louvre en 1855, le Bazar de l'Hôtel de Ville en 1856, Le Printemps en 1865, la Samaritaine en 1869, les Galeries Lafayette en 1893, etc. Dotés d'une architecture innovante, d'une considération apparente pour le client et d'une grande variété de marchandises, les Grands Magasins ne tarderont pas à connaître un vif succès.



Figure 14. — *Illustration des magasins A la belle jardinière depuis le Pont Neuf, 1824.*



Figure 15. — *Carte postale des Magasins A la belle jardinière, depuis la rue du Pont-Neuf, 1900. (lartnouveau.com)*

2. Fonction urbaine

Après épuisement des capacités d'expansion dans la capitale, les Grands Magasins s'installent dans les grandes villes de province. La formule est toujours la même, il s'agit de la « juxtaposition, sous un même toit et dans un même établissement, de points de vente dévolus à des activités diverses, et dont chacun constitue pratiquement l'équivalent d'un magasin spécialisé »⁵⁰.

La localisation du Grand Magasin est toujours la même, il occupe une place au cœur du centre-ville qui ne connaît pas d'exception : c'est le grand magasin qui détermine le centre de gravité de l'activité du centre-ville. Il attire les foules et crée toute une dynamique autour. Il contribue grandement à l'animation de la ville.

3. Évolution et devenir

A partir des années 1930, avec les progrès de la consommation, les progrès de l'urbanisation, la construction de grands ensembles en périphérie des villes, la grande aisance de déplacement, avec la généralisation de l'automobile et la transformation radicale des modes de vie qui en découle, naît l'intérêt d'implanter des grandes surfaces de consommation en périphérie des villes.

Plus grands, plus à même de subir des extensions et de conquérir de nouveaux horizons, les centres commerciaux voient le jour. Face à ces géants pour concurrents, les Grands Magasins perdent peu à peu de leur popularité, si bien qu'un grand nombre d'entre eux finissent par fermer leurs portes définitivement.

Aujourd'hui, certains Grands Magasins, à l'image du Bon Marché et les Galeries Lafayette sont encore ouverts, incarnant une image de luxe et de prestige que les centres commerciaux, dans leur caractère populaire et accessible, ne sont pas toujours en mesure d'offrir. Les Grands Magasins qui subsistent fascinent encore aujourd'hui et représentent des édifices historiques dotés d'un côté quelque peu muséographique.

⁵⁰ METTON, A. 1980. Les mutations de l'équipement commercial : un aspect de l'évolution urbaine. *Norois*, 601-608.

Chapitre II : Le Bon Marché de Paris – Modèle architectural européen du Grand Magasin

Les Grands Magasins se distinguent par la beauté de leur expression architecturale. Il n'est pas rare qu'ils soient sculptés de balcons et de magnifiques coupoles telles que celles des Galeries Lafayette. L'architecture de ces espaces commerciaux est un témoignage direct des prouesses techniques de l'époque.

Une stratégie de communication se met en place. Pour attirer la clientèle, les propriétaires font appel à des architectes de renom pour concevoir des magasins à l'architecture remarquable. Les Grands magasins se présentent comme des lieux à ne pas manquer.

Dans Paris puis dans d'autres grandes villes de Province, les Grands Magasins prolifèrent en suivant un modèle générique du Grand Magasin à la parisienne, inspiré du Bon Marché de Paris, que nous prenons ici pour référence.

I. La création du Bon Marché

Au départ de cette aventure, alors que les travaux du baron Haussmann commencent à bouleverser le paysage urbain parisien, en 1852, Aristide Boucicaut devient le propriétaire d'une « boutique de nouveautés », à l'angle de la rue du Bac et de la rue de Sèvres.

En 1869, rêvant de voir son commerce florir et prendre plus d'ampleur, Boucicaut entame des travaux d'agrandissement et d'embellissement sur sa boutique, après avoir englouti, petit à petit les maisons commerciales voisines, débouchant enfin sur l'ancien emplacement de l'Hôpital les Petites Maisons.

C'est sous la supervision de l'architecte Alexandre Laplanche (1839-1910) qu'Aristide Boucicaut trace les grandes lignes de son temple du commerce moderne, dressant ainsi les plans du premier Grand Magasin jamais construit. La première pierre de ce dernier est ainsi posée le 9 septembre 1869⁵¹. L'inauguration du premier Bâtiment de Laplanche a lieu le mardi de Pâques, 2 avril 1872.

⁵¹ Sous cette première pierre, A. Boucicaut enterre une boîte scellée dans laquelle il écrit « Je désire donner à cette construction, toute spéciale, une organisation philanthropique qui me permette, en me rendant utile à mes semblables, de témoigner à la Providence toute ma reconnaissance pour le succès dont elle n'a cessé de couronner

Par la suite, le magasin poursuit son prolongement le long de la rue Velpeau, sous la supervision de l'architecte Louis-Charles Boileau (1837-1914), dont les travaux s'achèvent en 1874. Objet d'un immense succès, le Bon Marché de Paris continuera à subir des agrandissements successifs pendant vingt longues années, passant d'une surface de 300m² en 1852, à 50.000m² en 1877⁵².

Véritable « cathédrale du commerce moderne »⁵³, le Bon Marché fascine par son architecture de métal et de verre, encore révolutionnaire à l'époque. Par sa superficie exceptionnelle, il facilite la circulation des clients et met particulièrement en valeur les marchandises dont il dispose.

Par ailleurs, le Bon Marché sera le théâtre de nombreux fantasmes littéraires, si bien qu'Émile Zola en fait le magasin de référence dans son livre « Au bonheur des dames ». Dans cette œuvre, Zola décrit avec une grande précision l'architecture du magasin, à l'issue de nombreuses visites et de recherches sur le Paris Haussmannien qui alimenteront nombre de ses œuvres.

II. Emplacement dans le tissu urbain

C'est au cœur du Paris historique que le premier Grand Magasin au monde voit le jour. L'emplacement de ce dernier dans le tissu urbain qui compose ce Paris du XIX^e siècle n'est pas fortuit. Le bon Marché est situé à l'angle de la rue de Sèvres et de la rue du Bac. Il occupe un emplacement privilégié, marquant l'angle d'un carrefour dont la vocation commerciale a de tout temps fait la renommée, si bien que la rue de Sèvres, antérieure à l'occupation romaine⁵⁴, représente l'un des axes historiques les plus anciens de la ville.

mes efforts... » Source : JUHEL, F. 2015. *Dossier Le bon marché - Le couple Boucicaut* [Online]. Paris: Bibliothèque nationale de France. Available: http://passerelles.bnf.fr/dossier/bon_marche_02.php [Accessed 15.11.2020].

⁵² ALEXANDRE-BIDON, D. C., E.; GAIMARD, M.; JUHEL, F.; MANE, P.; RYSER, N.; TEXIER, S. 2015. *Techniques et métiers, Le Bon Marché, Passerelles BnF* [Online]. BnF, Direction de la diffusion culturelle, Éditions multimédias. Available: http://passerelles.bnf.fr/techniques/bon_marche_05.php [Accessed 08/11/2020].

⁵³ ZOLA, E. 1883. *Au bonheur des dames*, Paris, Georges Charpentier.

⁵⁴ MARREY, B. 2020. *Le Bon Marché : Une cathédrale du commerce moderne* [Online]. Paris: La Connaissance des Arts. Available: <https://www.connaissancedesarts.com/archi-jardin-et-patrimoine/le-bon-marche-une-cathedrale-du-commerce-moderne-11147417/> [Accessed 15.11.2020].



Figure 17. – *Le Bon Marché, angle rue du Bac-rue de Sèvres, 1880.*
(Fonds Leveau/Archives Le Bon Marché Rive Gauche.)

1870, un square du nom du Square du Bon Marché voit le jour sur cette même rue Valepau, marquant encore une fois cette localisation privilégiée. Aujourd’hui, le square porte le nom des Boucicaut, rendant ainsi hommage aux célèbres initiateurs du Grand Magasin. Dans le temps, cet espace public de qualité contribuait à attirer davantage la clientèle du Bon Marché. Puisque le quartier, déjà grandement achalandé, le devient davantage par ce square en face duquel les grandes vitrines du Bon Marché appelaient la clientèle.



Figure 18. – *Plan de Paris des Magasins du*
Bon Marché. (BnF, GED-5633.)

III. Parti architectural

1. Volume et enveloppe extérieure

Dès ses débuts, le bon marché se voulait être majestueux. Au fil des extensions, la splendeur et l'opulence n'ont pas cessé de se manifester à travers l'aspect de ce grandiose édifice implanté au cœur du Paris historique et s'étalant sur un îlot tout entier.

L'immeuble s'inscrit dans un style haussmannien qui se veut élégance et homogénéité. Il respecte le gabarit réglementé de l'époque qui fixait la hauteur maximale à six étages, proportionnels à la largeur de la rue.



Figure 19. – Les rotondes du bon marché de Paris . (BNF, Estampes.)



Figure 20. – Vue générale du Bon Marché (BNF, Estampes.)

Une rotonde surplombée d'un dôme, habillé d'ardoise, agrémenté d'Œil-de-bœuf est surmontée d'un Pinacle à quatre Oculus, marque les quatre angles du bâtiment et constitue un élément d'appel. Les toitures, quand elles ne se présentent pas sous formes de verrières, sont faites de zinc et d'ardoise. Celles-ci, à la différence des verrières, sont visibles depuis la rue.

L'entrée principale monumentale, donnant sur la rue de Sèvres, est surmontée d'un fronton, au-dessous duquel on peut lire l'inscription « Maison Aristide Boucicaut ». L'ensemble affiche d'imposantes sculptures. De majestueux pilastres de pierre, des cariatides et autres splendides statues encadrent cette entrée.



Figure 21. – Porche d'entrée du Bon Marché. (BNF, Estampes.)

Sur l'ensemble des façades sur rue du magasin, on pouvait lire sur les linteaux des fenêtres la fonction des espaces auxquels elles appartiennent (tapis et couvertures, confections, etc.). Les façades sont faites de pierre de taille mais le fer et le verre reprennent leur droit en se manifestant à travers les larges vitrines offrant une vue sur les marchandises exposées.

L'enveloppe et le volume du Grand Magasin, fidèles à l'époque de sa construction, s'inscrivent tous deux dans un style haussmannien fort populaire. Les plus grandes innovations quant à cet édifice se manifestent sans doute dans sa fonction première et son intérieur.

2. Organisation spatiale

Le bon marché s'étale sur cinq étages, en plus des sous-sols. Le rez-de-chaussée, le 1^{er} et le 2^{ème} étage sont principalement dédiés aux services de vente, avec une partie dédiée à l'administration. Le troisième étage abrite un grandiose salon de lecture. L'étage mansardé abrite les cuisines, le réfectoire où 915 personnes mangent en trois services et des chambres où logent les demoiselles du magasin et une partie du personnel des commis⁵⁵.

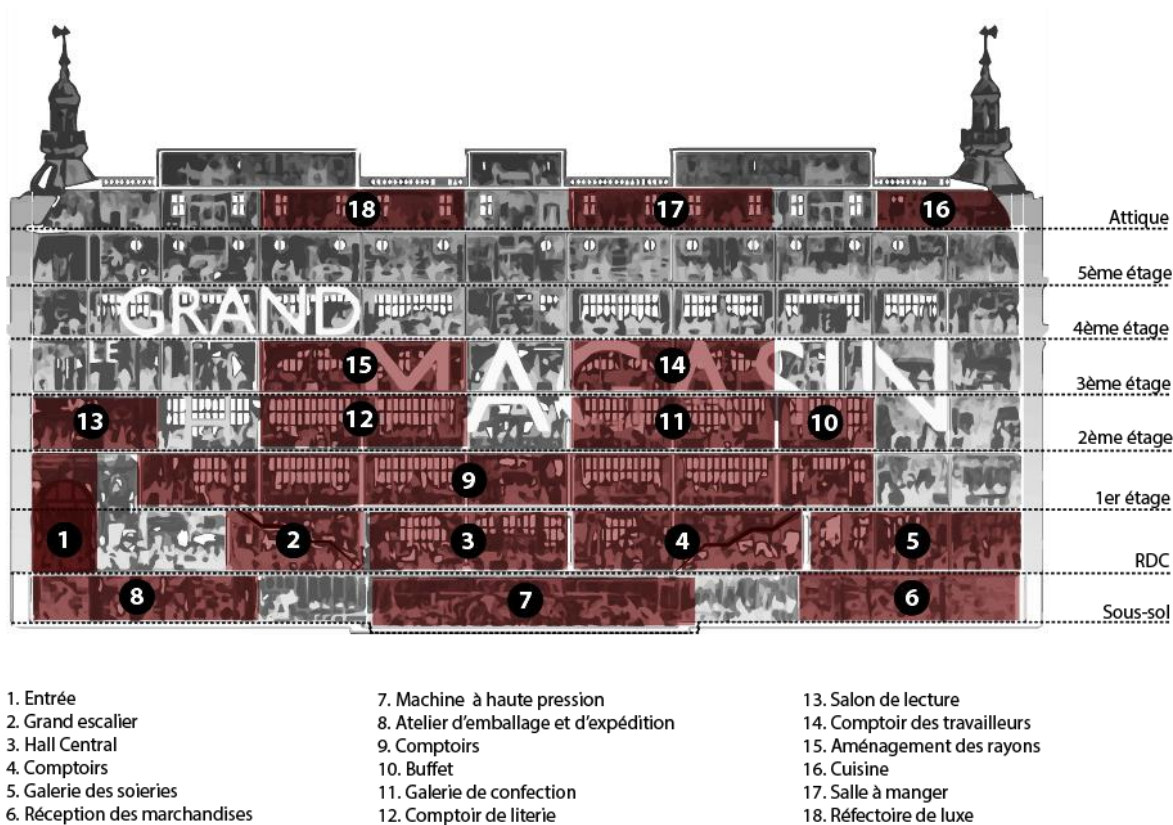


Figure 22. — Coupe schématique du Bon Marché,
mettant en évidence quelques-uns des espaces qu'il comportait.
(Coupe : BNF, traitement : Auteure.)

⁵⁵ Ibid.

Conçu à l'image d'une « nef de gare », entourée par les rampes de deux étages accessibles depuis un majestueux escalier central, en fer et à double évolution, développant des « courbes hardies » et multipliant les paliers, les ponts de fer et les jetées sur le vide. Ce temple de fer, à l'architecture légère, se tient comme une tour de « Babel entassant des étages, élargissant des salles, ouvrant des échappées sur d'autres étages et d'autres salles à l'infini »⁵⁶.



Figure 24. – "Au Bon Marché", hall et grand escalier, 1879.

Source : BNF, Estampes.

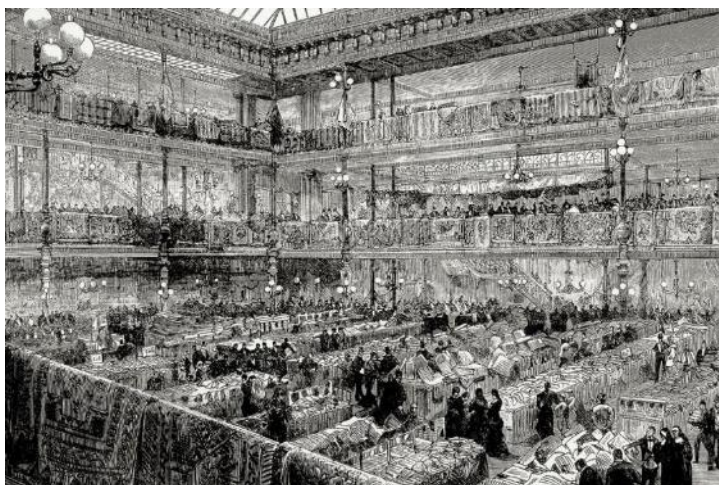


Figure 23. – Comptoirs d'étalage, Bon Marché. (BNF, Estampes.)

Comme dans un théâtre où les marchandises sont l'objet de toute l'attention, les galeries superposées s'articulent, comme des gradins, autour d'un espace central couvert

⁵⁶ ZOLA, E. 1883. *Au bonheur des dames*, Paris, Georges Charpentier.

d'une majestueuse verrière porteuse d'une lumière qui s'abat sur l'ensemble des rayons du magasin.

La grande flexibilité et adaptabilité qu'offre la structure métallique du Bon Marché permettra à l'édifice de continuer à vivre une fois la nuit tombée puisqu'il se transformera le soir en académie enseignante où une pléiade de professeurs y enseigne la musique vocale et instrumentale. D'ailleurs, on y donnera des concerts et spectacles, en transformant, en quelques heures, les galeries du rez-de-chaussée et du premier étage qui donnent sur la rue Velpeau, les rendant capables d'accueillir jusqu'à 3000 auditeurs chacune.

En 1875, une galerie de tableaux, Galerie des Beaux-Arts, est inaugurée au sein du Grand Magasin qui, en plus d'être une institution commerciale le jour et une académie enseignante le soir, devint également un intermédiaire gratuit et obligeant entre artistes et amateurs.

3. Ornementation

Le fer, matériau omniprésent est exposé au vu de tous. En bas, pour ne pas rivaliser avec les marchandises, la décoration est sobre et les teintes neutres. En prenant de la hauteur, se rapprochant de la charpente métallique, les chapiteaux des colonnes gagnent en richesse, en sculptures et en peinture aux couleurs vives et éclatantes. Les frises sont ornées de mosaïques et de faïences, les escaliers vêtus de velours rouges et dotés de rampes de fer luisant⁵⁷.

Le fer est également présent sur les garde-corps des galeries et escaliers, il structure l'ossature de la verrière. Comme pour souligner la démocratisation de l'usage de ce dernier, le fer devient lui-même élément décoratif.

⁵⁷ Ibid.



Figure 27. – Verrières, colonnes et chapiteaux.
(BNF, Estampes.)



Figure 26. – Escalier central, colonnes et chapiteaux. (BNF, Estampes.)

IV. Système constructif

Le bâtiment de Laplanche, inauguré en 1872, était assez traditionnel dans son système constructif. Charpente en bois, sous-sols en meulière, façades en roches de Lérrouville et grandes baies vitrées le long de ses 35m de façade sur la rue Velpeau et 45m sur la rue de Sèvres et de son entrée monumentale. Les points d'appui, massifs, étaient en pierre.

L'extension de Boileau, inaugurée en 1887, était porteuse d'une grande nouveauté d'un point de vue constructif. Avec l'aide de Armand Moisant et de Gustave Eiffel, l'architecte reprend la trame de son prédécesseur, tout en y introduisant du métal qui permettra au Grand Magasin d'être dépourvu de cloisons et de s'ouvrir complètement sous forme de vastes plateaux.

Par ailleurs, le bâtiment d'Alexandre Laplanche, du fait qu'il soit conçu en charpente en bois, ne bénéficiait que d'une faible hauteur sous plafond⁵⁸. Grâce à l'usage de la charpente métallique, cet inconvénient a pu être évité dans les extensions qui ont suivi.

⁵⁸ MERCIER, N. 1985. *Un Grand Magasin Parisien : Le Bon Marché, 1863-1938*. Mémoire de fin d'études. Diplôme supérieur de bibliothécaire. Mémoire de fin d'études, Ecole Nationale Supérieure des Bibliothèques.

1. Une architecture de fer et de verre

Dans la construction de son Grand Magasin, Aristide Boucicaut veille à ce que son temple du commerce fascine tant par l'offre fonctionnelle dont il fait part que par les nouvelles techniques employées dans son écriture architecturale, une architecture de fer et de verre dont la construction nécessitera 8000 tonnes de métal, soit plus que la tour Eiffel qui en comptera 7500⁵⁹.

Le Bon Marché voit le jour pendant une période marquée par grand essor industriel qui va de pair avec une hausse de la production du fer qui encourage la production de la construction métallique qui, bien qu'elle eut déjà fait son apparition à la fin du XVIII^e siècle, connaît un fort développement à partir de la moitié du XIX^e siècle qui bouleverse complètement la manière de construire. Quelques années après son inauguration, le bon marché est agrandi au moyen des structures de Gustave Eiffel.

Au sujet de l'utilisation du métal dans la construction, Boileau déclare qu' « *il est impossible de faire un monument avec du métal, ou qu'un tel monument, ne pouvant soutenir de comparaison sérieuse avec les édifices en pierre, devait s'écarter en tout et pour tout de leur imitation et être considéré à un autre point de vue.* » Il insiste que « *Ce point de vue devra consister à envisager non plus les pleins de l'édifice, mais bien le vide qu'il enveloppe. Dans ce concert lumineux, l'architecture solide jouera le rôle de la sertissure d'une pierre fine.* »⁶⁰

La construction en fer apporte une réponse aux besoins des Grands Magasins. Elle permet la réalisation de vastes espaces aux rayons multiples, où les produits sont valorisés et la circulation facilitée sous des fermes à longues portées. De plus, ce mode de construction réduit les risques d'incendie, très redoutés à l'époque.

⁵⁹ ALEXANDRE-BIDON, D. C., E.; GAIMARD, M.; JUHEL, F.; MANE, P.; RYSER, N.; TEXIER, S. 2015. *Techniques et métiers, Le Bon Marché, Passerelles BnF* [Online]. BnF, Direction de la diffusion culturelle, Éditions multimédias. Available: http://passerelles.bnf.fr/techniques/bon_marche_05.php [Accessed 08/11/2020].

⁶⁰ MARREY, B. 2020. *Le Bon Marché : Une cathédrale du commerce moderne* [Online]. Paris: La Connaissance des Arts. Available: <https://www.connaissancedesarts.com/archi-jardin-et-patrimoine/le-bon-marche-une-cathedrale-du-commerce-moderne-11147417/> [Accessed 15.11.2020].

Par ailleurs, le fer qui, auparavant, restait caché sous la maçonnerie, s'affirme et se montre visible jusqu'à en devenir un élément d'ornementation.

Les sous-sols et les piles d'angles sont en pierre. L'ossature est montée en fer et des colonnes supportent l'assemblage des poutres, des poutrelles et des solives. Ce système de construction offre de grandes portées, dénudant les vastes plateaux ouverts et les galeries entourant le hall central de l'encombrement des structures porteuses. La brique, quant à elle, est employée pour les voutains des planchers et les cloisons des distributions intérieures.

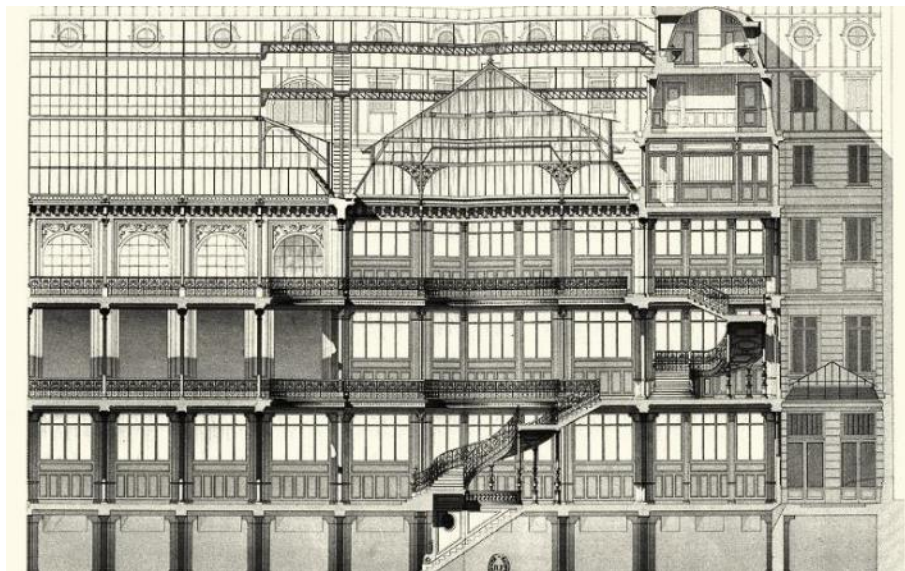


Figure 28. — *Le bon marché de Paris, 1852, plan de coupe. (BnF Estampes)*

Quant au verre, son usage ne se résume pas aux verrières assurant un éclairage optimal de jour. On le retrouve également sur les façades du Grand Magasin, sous forme d'immenses vitrines sur rue, exposant les marchandises sur magasin et invitant à pénétrer à l'intérieur de ce dernier. Boileau percevait le bâtiment du bon marché comme un « écrin enveloppant une pierre fine ». La pierre fine était la marchandise et l'écrin se devait de la mettre en valeur.

2. L'escalier monumental

Cet escalier monumental est doté d'une structure autoportante entièrement faite de ferronnerie. Éclairé par une immense verrière, il occupe une place centrale au sein du hall d'entrée du Grand Magasin. Complètement ouvert sur les étages en galeries, il offre, au côté de légères passerelles, une vue sur la totalité de l'espace commercial, invitant ainsi les clients à la consommation à travers une grande fluidité des déplacements⁶¹.



Figure 29. — *Au Bon Marché, escalier central, 1879. (BnF, Estampes.)*

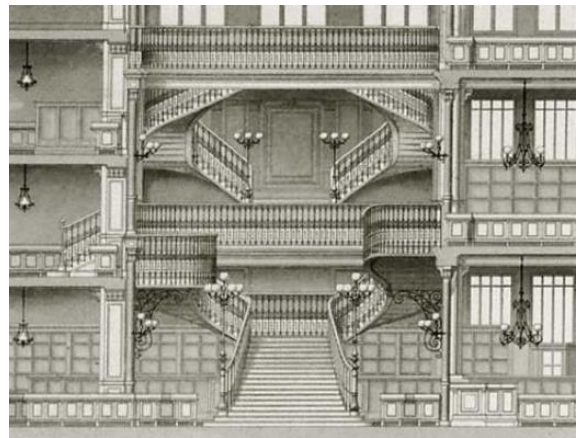
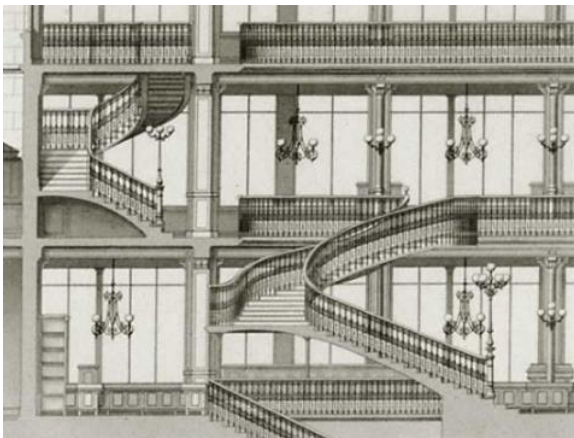


Figure 30. — *Coupes de l'escalier central du Bon Marché. 1873.*

Source : Bibliothèque historique de la ville de Paris. Photo : Thierry Ollivier.

⁶¹ JUHEL, F. 2012. *Passerelles BNF - L'architecture de Fer* [Online]. Fichiers numériques réalisés par le département de Reproduction de la BnF. Available: http://passerelles.bnf.fr/albums/architecture_fer/index.htm [Accessed 08/11/2020].

3. La double verrière

En guise de couverture pour les vastes espaces qu'offre le magasin, une verrière vient en complément à la structure en fer, sous forme de lanterne⁶² centrale.

Mais le verre n'étant pas un bon isolant thermique et étant favorable à la condensation, n'offre pas une solution optimale. Pour pallier aux problèmes d'isolation thermique et d'étanchéité, l'architecte Armand Moisant, dont la renommée sera impactée, met au point un système de double verrière⁶³.

La verrière intérieure, accrochée aux verrières extérieures, peut faire l'objet de décoration aux vitraux.



Figure 31. — Double verrière du Bon Marché.
(BnF, estampes et photographies.)

4. Le système d'étanchéité

Le sous-sol du Bon Marché se présente en deux niveaux. Dans la partie centrale, plus basse, se trouvent les salles des machines où sont installés le chauffage et l'électricité. En périphérie, où le niveau du sol est quelque peu plus haut, se trouvent les services de réception et d'envoi des marchandises.

La localisation du Bon Marché fait qu'il est fortement exposé aux remontées d'eau de la Seine. Pour pallier à ce problème, on imaginera d'immenses cuves étanches, faites de

⁶² Dôme vitré éclairant un édifice par le haut.

⁶³ ALEXANDRE-BIDON, D. C., E.; GAIMARD, M.; JUHEL, F.; MANE, P.; RYSER, N.; TEXIER, S. 2015. *Techniques et métiers, Le Bon Marché, Passerelles BnF* [Online]. BnF, Direction de la diffusion culturelle, Éditions multimédias. Available: http://passerelles.bnf.fr/techniques/bon_marche_05.php [Accessed 08/11/2020].

tôle épaisse, profondes de 2.5m et longues de plus de 18m, pour abriter les socles des machines à vapeur et des pompes⁶⁴.

Malgré les désagréments que peuvent causer les remontées d'eau, elle n'en reste pas moins nécessaire pour l'alimentation des machines et l'entretien des bâtiments. Cette eau est récupérée au moyen de deux puits forés à 100m de profondeur, joints à des pompes à vapeur qui montent l'eau jusqu'au toit où elle est stockée dans d'immenses réservoirs pouvant servir également en cas d'incendie.

Ces dispositifs témoignant de nouvelles prouesses techniques n'ont pas manqué de fasciner Émile Zola qui en fait l'éloge dans « Au Bonheur des dames » : « *Le corridor longeait le réservoir, un énorme cube de tôle qui contenait soixante mille litres d'eau ; et il y en avait, sur le toit, un second d'égale grandeur, auquel on arrivait par une échelle de fer.* »⁶⁵

⁶⁴ Ibid.

⁶⁵ ZOLA, E. 1883. *Au bonheur des dames*, Paris, Georges Charpentier.

Chapitre IV : Le Department Store, le Grand Magasin exporté – La touche américaine

C'est en Europe, et plus précisément à Paris que naît le premier Grand Magasin. Celui qui incarne véritablement cette révolution commerciale s'appelle Au bon marché de Paris et est inauguré en 1852. Fondés sur des principes révolutionnaires comme le prix fixe sur les articles, la possibilité d'échange et de remboursement et même la livraison à domicile par voie postale, les Grands Magasins gagnent la faveur populaire dans tous les centres urbains. Cette architecture commerciale du grandiose, somptueuse, et pour le moins rentable pour ses adoptants, ne tarde pas à être exportée en dehors du sol Européen, atteignant l'Amérique du Nord à la fin des années 1860, preuve d'une universalité incontestée.

A l'instar du Morgan's, inauguré en 1866 à Montréal, qui se démarque dans le paysage urbain par son toit mansardé, les premiers Grands Magasins d'Amérique du Nord gardent des traces caractéristiques du Grand Magasin à la manière de Paris. Il est installé à l'angle de deux rues qui s'entrecroisent, doté de vastes portails, d'un décor quelque peu sculpté et d'un majestueux escalier central éclairé zénithalement.



Figure 33. – *Grand Magasin Morgan's Montreal en 1923.*

En 1883 est inauguré le Magasin Laliberté à Québec. Du fait du coût élevé et de la rareté des terrains, le magasin, situé à l'angle de deux rues encore une fois, dispose d'une façade très étroite sur l'une d'elles. Le traitement d'angle du bâtiment en fait un élément singulier qui capte toute l'attention. Couronné d'un dôme décoratif et d'un lanternon, l'élément d'angle constitue l'emblème de l'entreprise.

Au fil des ans, de nouveaux Grands Magasins, sous l'appellation Department Store, se démarquent plus brutalement du modèle parisien. C'est le cas du Syndicat de Québec, construit en 1889. Il se distingue par de grandes surfaces vitrées tant au rez-de-chaussée qu'aux étages supérieurs. Inspirée du courant éclectique, cette architecture fait penser à « un palais vénitien surmonté d'une toiture Second Empire. »⁶⁶ Il n'en est pas moins que l'architecture du lieu reste prestigieuse et attractive.



Figure 34. — Façade du Magasin Laliberté en 1884. (Courtoisie de Laliberté)

⁶⁶ THIVIERGE, S. 1989. Commerce et architecture. *Continuité*, numéro 42.

A la fin du XIX^e siècle, l'architecture commerciale se trouve fortement influencée par un vent d'Amérique. Les grandes villes telles que New York et Philadelphie, du fait de l'exiguïté et la rareté des terrains, ont recours à des édifices en hauteur desservis par des ascenseurs. Se conformant aux principes de l'École de Chicago, les Grands Magasins affichent des charpentes squelettiques et se dénuent de tout décor.



Figure 35. — Magasin Le Zéphirin Paquet en 1890. (B. Ostiguy)

Le Magasin de Zéphirin Paquet, inauguré en 1890, illustre cette tendance. En façade, la verticalité est accentuée. Sylvie Thivierge associe cette façade à une colonne classique : « Les ouvertures cintrées constituent la base, les quatre étages répétant un module identique en sont le fût, et le couronnement dissimulant le toit plat représente le chapiteau », écrit-elle. Des décennies durant, la plupart des hautes constructions adapteront cette composition en façade, banques, hôtels et immeubles à bureaux emploient tous le même vocabulaire architectural dans leur enveloppe extérieure.

Ces quelques exemples illustrent l'universalité des Grands Magasins comme hauts lieux de consommation, offrant des étalages riches et variés en un lieu unique. Néanmoins, l'exportation de ce modèle commercial en dehors des frontières de l'Europe a été soumise à une

adaptation et une contextualisation sur le plan architectural. Si, dans le fond, la fonction, l'usage et le prestige du grand Magasin restent les mêmes, quel que soit le contexte géographique dans lequel il est implanté, le vocabulaire architectural qu'il emprunte dépend des spécificités de son emplacement. Ainsi, dans le contexte américain, la typologie architecturale du Grand Magasin ne se présente pas uniquement sous l'aspect d'un modèle parisien, mais elle est soumise à une transformation donnant naissance à un modèle contextualisé : le Department Store.

Conclusion

L'apparition des Grands Magasins représente une réelle révolution dans la conception architecturale de l'espace commercial. L'espace commercial devient un facteur clé à la consommation. En plus d'être d'un apport économique, il contribue à structurer la ville, à en définir l'évolution et à en maintenir l'animation, l'attractivité et le dynamisme.

Cette révolution commerciale dont est porteur le Grand Magasin lui confère un succès fulgurant. Les temples du commerce, reproductions du modèle originel qu'est le Bon Marché de Paris, se multiplient et se décuplent dans toute l'Europe. De plus, les nombreuses extensions que subit le Bon Marché vingt ans durant lui garantiront une constante modernité.

En partant du fait que le Bon Marché représente le modèle architectural du Grand Magasin Parisien, nous avons pu faire ressortir quelques caractéristiques architecturales et constructives de ce modèle parisien qui en font une typologie clairement identifiable.

Caractéristiques architecturales et constructives du Grand Magasin parisien

- Un style haussmannien affirmé
- Un emplacement stratégique en centre-ville et à l'angle d'une rue, de préférence.
- La rotonde comme élément d'appel.
- Une toiture en zinc ou en ardoise.
- Des combles exploitables à des fins de logement pour les employés.
- Un gabarit n'excédant pas six niveaux.
- Une ossature métallique illustrant les prouesses techniques de l'époque.
- Un vaste hall central éclairé par une majestueuse verrière.
- Un escalier à caractère monumental, faisant de la visite une réelle promenade.
- Des galeries s'étalant sur plusieurs niveaux, enrobant le hall central et offrant une vue sur l'ensemble des marchandises qu'il regroupe.
- De larges vitrines sur rue, offrant une vue des marchandises depuis l'extérieur.
- Un caractère d'opulence et d'élégance, renvoyant à un luxe avéré.

L'indéniable succès des Grands magasins ouvre de nombreux horizons à cette typologie d'espaces commerciaux et lui permet de franchir mers et océans pour conquérir de nouveaux continents. C'est ainsi que le Grand Magasin, quelques années à peine après sa naissance à Paris, se voit exporté en Amérique du Nord où il prolifère et se développe selon les standards constructifs du contexte local.

Partie III : L'exportation du Grand Magasin en Algérie – Cas d'Alger

Introduction

En Algérie, il semblerait que le patrimoine bâti ait longtemps fait l'objet d'un laisser-aller qui nous aura valu la perte d'un grand nombre de biens patrimoniaux avant même que ceux-ci n'aient eu l'occasion de faire l'objet d'une quelconque inventorisation. Mais depuis près de deux décennies, l'intérêt porté au patrimoine architectural et urbain prend un considérable essor.

En effet, la mise en place d'un programme d'intervention, de préservation et de valorisation du patrimoine bâti au sein du plan directeur d'architecture et d'urbanisme (PDAU 2000-2029) a engendré un accroissement dans le nombre de travaux de recherche universitaires axés sur l'histoire de l'art, de l'architecture et de l'urbanisme algérois entre le XIXe et le XXe siècle.

Ces travaux portent pour la plupart sur l'analyse des politiques urbaines du pouvoir colonial en place à l'époque et leur impact sur l'esthétique de la ville selon deux angles d'approche. Le premier angle porte sur la perception et les représentations de la ville et de son architecture par les hommes de l'art (artistes, architectes et ingénieurs) et le second sur le génie militaire français, premier acteur de l'appropriation de l'espace urbain pendant les premières décennies de l'occupation française⁶⁷.

Entre 1830 et 1860, les hommes de l'art s'attèlent à l'exploration des architectures des villes algériennes. Ils ne construisent que très peu. En revanche, les ingénieurs du génie militaire œuvrent à la restructuration du territoire en vue d'accueillir davantage de troupes armées et de populations européennes.

Dans un travail dédié au dessin des villes algériennes par le génie militaire français, Xavier Malverti⁶⁸ fait ressortir deux particularités de la ville telle que dessinée par les officiers du génie

⁶⁷ CHERIF, N. 2017. Alger, 1830-1980: Chronique d'une historiographie en construction. *Perspective*, 131-152.

⁶⁸ MALVERTI, X. 1994. Les officiers du Génie et le dessin de villes en Algérie (1830-1870). *Revue des mondes musulmans et de la Méditerranée*, 229-244.

militaire. D'abord, elle découle d'une démarche de « l'école de la fortification permanente »⁶⁹, mais aussi « du principe de la régularité et de l'ordre géométrique propices aux conditions d'hygiène, de fonctionnalité et de sécurité »⁷⁰, appuyé sur les décrets du préfet Haussmann relatifs à l'assainissement des rues de Paris. Dans le cas d'Alger, ces principes sont appliqués et adaptés aux spécificités du site. C'est ainsi qu'en l'espace de quelques décennies, l'ancien Alger, la Casbah, est complètement dévisagé au profit du nouvel Alger européen.

A propos de la construction du nouvel Alger selon une image européenne, Jean-Jacques Jordi rappelle que si Alger était le siège de la régence turque pendant les trois siècles qui ont précédé le débarquement français, elle n'avait pas pour autant le statut d'une grande ville tant « l'espace algérien était centré sur l'intérieur et non sur le littoral »⁷¹ à l'arrivée des français. D'autres villes telles que Constantine et Tlemcen avaient une plus grande importance de par le fait qu'elles constituaient des pôles commerciaux, culturels et religieux. Il en ressort que « c'est la présence française qui fait d'Alger la capitale de l'Algérie et une capitale méditerranéenne »⁷².

Durant tout son développement, entre 1830 et 1930, Alger fait l'objet d'incessantes comparaisons avec les grandes villes européennes. En prenant Paris comme modèle culturel universel, Alger devient « la fille parisienne sur le continent africain ». De Paris et d'autres villes françaises, elle héritera de la rigueur, la régularité et le fonctionnalisme. De ce qui restera de l'ancien Alger, elle conservera le symbolisme des ruelles tortueuses de la Casbah.

Dans sa thèse, Nabila Oulebsir se penche sur les méthodes et les procédés de conservation que les travaux d'Amable Ravoisié (1801-1870) et d'Edmond Duthoit (1837-189)⁷³ ont permis de mettre en œuvre. Elle met en évidence l'impact qu'auront ces derniers sur « la genèse et la formation d'une conscience et d'un discours sur le patrimoine »⁷⁴ qui, de fil en aiguille, conduira

⁶⁹ DE FALLOIS, J. 1768. *L'école de la fortification, ou les elemens de la fortification permanente (etc.)*, George Conrad Walther.

⁷⁰ MALVERTI, X. 1994. Les officiers du Génie et le dessin de villes en Algérie (1830-1870). *Revue des mondes musulmans et de la Méditerranée*, 229-244.

⁷¹ JORDI, J.-J. 1998. Alger 1830-1930 ou une certaine idée de la construction de la France. *Méditerranée*, 29-34.

⁷² Ibid.

⁷³ OULEBSIR, N. 1994. La découverte des monuments de l'Algérie. Les missions d'Amable Ravoisié et d'Edmond Duthoit (1840-1880). *Revue des mondes musulmans et de la Méditerranée*, 57-76.

⁷⁴ OULEBSIR, N. 2004. *Les usages du patrimoine : monuments, musées et politique coloniale en Algérie (1830-1930)*, Paris, Éd. de la Maison des Sciences de l'Homme.

à la naissance d'un nouveau style architectural aux inspirations locales au début du XXe siècle, à savoir : l'architecture néo-mauresque.

La bipolarité ville européenne-ville orientale est perçue comme richesse que la Troisième République voudra exploiter. Alger, quatrième plus grande ville de France de par sa population, sera en partie une ville-musée, c'est là la volonté du Comité du vieil Alger principalement animé par Henri Klein et appuyé par le gouverneur Charles-Célestin Jonnart. Ce comité veillera à la préservation des rares monuments de la période ottomane et exprimera son soutien aux architectes protagonistes du style néo-mauresque qui connaîtra un franc succès au début du XXe siècle. Dans cette même perspective, le comité composé majoritairement de membres de la haute administration, se donnera pour mission de lutter « contre le mauvais goût des architectes qui banalisent l'espace de la ville par l'adoption d'une architecture décontextualisée [...] »⁷⁵.

C'est ainsi qu'en parallèle à l'essor des Passages Couverts et l'apparition des Grands Magasins à Paris, Alger subissait de grandes transformations urbanistiques, fruit du colonialisme français. Les concepts de Passages Couverts et de Grands Magasins sont importés dans un contexte différent de celui qui a motivé leur création en France et en Europe en général. De ce fait, il semble nécessaire de comprendre sous quelle forme ces typologies d'espaces commerciaux ont été appliquées au contexte algérois.

⁷⁵ HUEBER, J. 2018. Documenter le patrimoine et l'architecture d'Alger : les Feuilletts d'El-Djezaïr. *ABE Journal [Online]*, 13, 21.

Chapitre I : Principaux espaces commerciaux d'Alger

I. Principaux espaces commerciaux d'Alger pendant l'occupation turque

Au début du XIX^{ème} siècle, un touriste visitant le Vieil Alger, autrement dit, la Casbah, y verrait « l'un des plus pittoresques échantillons de la vie orientale qu'on puisse trouver en Afrique du Nord. »⁷⁶ Cela à quelques détails près, car les souks de type traditionnel, grouillants de monde et de marchandises manquent à l'appel au sein de cette ville dont la position géographique aurait dû conférer un rôle maritime et commercial de premier plan. A ce paradoxe, une explication est répandue : Alger, ville de corsaires, n'est pas un centre de commerce et d'industrie⁷⁷. La ville tirait néanmoins des revenus du commerce de la laine et des peaux de bêtes, mais au fil des travaux de restructuration qu'elle a subi au début du XIX^{ème} siècle, il n'en restait plus rien.

Pour les troupes armées débarquant d'Europe à des fins coloniales, l'Alger de 1830 était une agglomération effrayante aux règles urbanistiques inconnues. Le génie militaire, dans la précipitation d'effectuer des travaux de restructuration, négligea de lever le plan détaillé des quartiers qu'il détruisait. En 1837, il ne restait déjà plus aucune trace des rues de la basse ville avant le débarquement français, rendant le retraçage de l'emplacement des souks ottomans difficile.

Dans ce sens, des enquêtes auprès des habitants autochtones ont été nécessaires pour déterminer le tracé des rues et l'activité de leurs habitants. Parmi elles, une enquête d'Eusèbe de Salles⁷⁸ permet de retracer approximativement la topographie des souks remplacés à partir de 1830 par la Place du Gouvernement et le Quartier de la Marine.

⁷⁶ EMERIT, M. 1952. Les quartiers commerçants d'Alger à l'époque turque. *Algeria et l'Afrique du nord illustrée*. Office Algérien d'Action Economique et Touristique (OFALAC) ed. 26 bd Carnot ou 40-42, rue d'Isly, Alger.

⁷⁷ Le produit de la piraterie ottomane, pour lequel l'Algérie a longtemps été connue, ne constituait concrètement qu'une très faible fraction des revenus de la Régence Turque à partir de la fin du XVIII^e siècle, pour en devenir presque nulle à partir de 1816. L'industrie locale se voyait concurrencée par les bateaux européens porteurs de produits manufacturés et les caravanes venues de Tlemcen et du Maroc.

⁷⁸ DES SALLES, E. 1837. Alger 1837 - Le Quartier des Souks. Paris, France: Archives Nationales de France.

1. La Marine et environs

Pendant la période ottomane, toutes les marchandises qui sortaient d'Alger ou qui y pénétraient passaient par « Bab Dzira »⁷⁹, à l'exception du produit de la pêche. Cette porte marque le début de la rue de la Marine, anciennement appelée Triq Bab El Dzira. Non loin de là, à hauteur de Djamaa El Jedid, s'étendait au nord la place du Badistan, ex-marché aux esclaves. On trouvait là des tailleurs, brodeurs d'habits et des fabricants de boutons de luxe⁸⁰.

Du côté de la place du Gouvernement (actuelle place des Martyrs), retentissaient les cris des marchands et le bruit des marteaux des petits artisans entassés dans les maisons basses. Les ruelles, étroites mais animées, avaient chacune sa vocation.

Au nord de la place, la rue Erressassia⁸¹ était celle des ouvriers en cuivre et des plombiers. Au sud, la rue El Ferraghia était celle des serruriers. La rue El Hachmaqji était connue pour ses cordonniers. Zankat El Dhaouda accueillait l'activité des fileurs d'or pendant que Zankat Essaghat était occupée par des juifs fabricants de bijoux d'or et d'argent.

Au sein de la rue Zankat El Nehas, on ciselait les objets en cuivre et la rue Mesaissa était là où on confectionnait des bracelets de corne de bœufs ou de buffle⁸². Cette dernière était prolongée par Zankat Es Sebbaghin, rue des teinturiers. En face de « Bab El Bhar », se tenait la rue Tchaqmaqjia, souk des fabricants ou réparateurs de fusils. A l'angle de la place Bab Azzoun, à l'emplacement de l'ancienne galerie Duchassaing, se tenait Souk Ellouh, spécialisé dans les calottes de velours.

⁷⁹ Cette porte est démolie en 1870, en faveur de la construction du boulevard Amiral Pierre, longeant la mer.

⁸⁰ EMERIT, M. 1952. Les quartiers commerçants d'Alger à l'époque turque. *Algeria et l'Afrique du nord illustrée*. Office Algérien d'Action Economique et Touristique (OFALAC) ed. 26 bd Carnot ou 40-42, rue d'Isly, Alger.

⁸¹ Les appellations de ces rues sont les reproductions phonétiques des noms arabo-turcs tels que les hommes de 1830 les ont entendues.

⁸² Ces bracelets étaient très populaires auprès des femmes de l'intérieur du pays, trop pauvres pour se fournir en métaux précieux.

Enfin, en allant vers la mosquée de Sidi Ali Betchin, se tenait le long de la rue Babel-Oued, une série de souks dont celui du cuir, souk El Bellardjia.

2. Bab-Azoun et environs

Le quartier de Bab-Azoun, sous la régence ottomane, était une succession de souks très animés⁸³. A l'extrémité de la rue Palmyre, se tenait un marché à huile, principalement fréquenté par la population Kabyle. Non loin de l'actuel Square Port Saïd, ex-Square Bresson, se tenait un grand marché aux légumes. Au pied de l'actuel théâtre qui était un rocher servant de tir à la cible pendant la période ottomane, se tenait le marché au charbon.

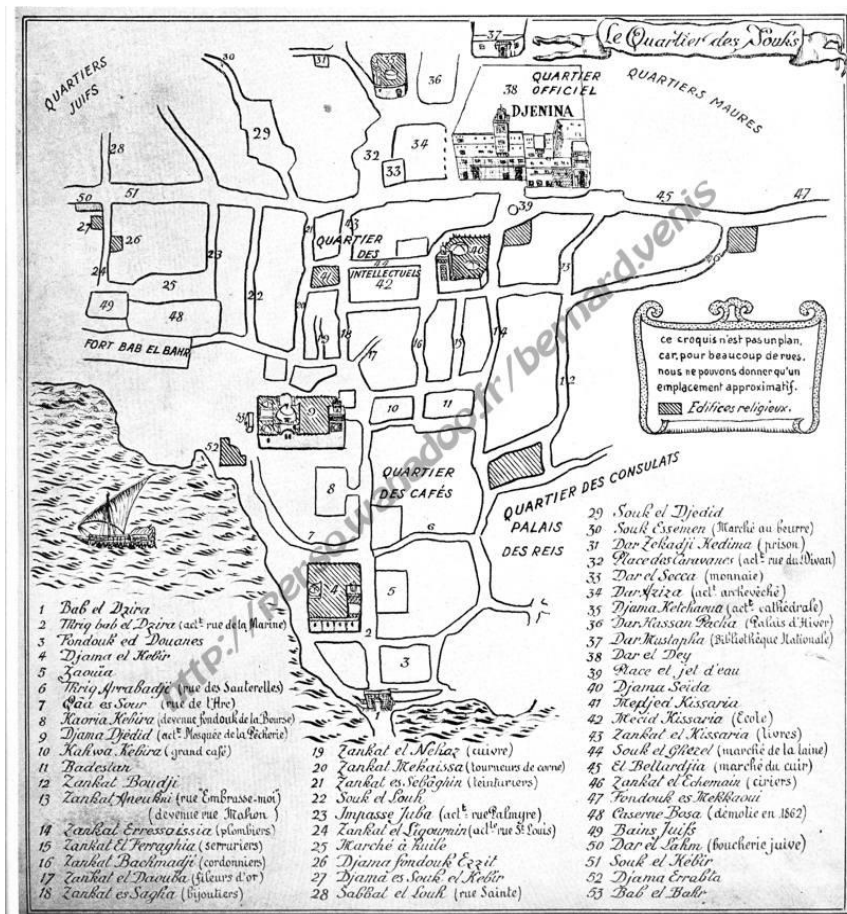


Figure 36. — Carte schématique d'Alger avant l'occupation française,

Quartier de la Marine et environs, repérage des souks turcs.

(Eusèbe des Salles)

⁸³Bien que ce point puisse sembler sans valeur ajoutée à notre thème, il est intéressant de souligner qu'à la différence d'autres villes musulmanes, où la population juive était cantonnée dans un quartier spécial, à Alger, juifs et musulmans vivaient côte à côte.

Non loin de ce qui est devenu la Place de Chartres, avant la création de la rue du même et la démolition de la plus grande synagogue d'Alger, se tenait la principale masse de maisons juives qui abritaient des fabricants de cabans.

3. La place d'Alger dans l'ossature commerciale de la Régence Ottomane

La carte des quartiers commerçants d'Alger, avant l'arrivée des français, fait état du fait que l'Alger turc n'était pas seulement la capitale politique du pays, et ne vivait pas uniquement des courses des corsaires.

Il est indéniable que l'Alger turc n'avait pas l'impact industriel qu'avait Tlemcen car la camelote qu'on y fabriquait n'avait aucun succès auprès des acheteurs étrangers, ni auprès de ceux des confins de la Régence. Toutefois, elle trouvait acheteur auprès des habitants de la Mitidja et dans les tribus du Titteri.

Alger était une ville de passage. Elle marquait un point d'arrêt pour les caravanes venues du Maroc, de Tunisie ou du Sahara, transportant soit des marchandises rares, ou des pèlerins de la Mecque, ce qui entretenait un mouvement d'échanges assez actif.

A Alger, les divers marchés et rues marchandes sont complémentaires les uns aux autres. Ils tissent une toile qui s'étale sur l'ensemble de la ville turque et qui œuvre pour répondre aux besoins des habitants en termes des produits quotidiens, tout en proposant une offre d'une plus grande variété aux passants venant d'autres horizons.

Par ailleurs, les autorités turques veillaient particulièrement à inspirer confiance au commerce en faisant régner dans la ville une discipline sévère qui stimulait un tant soit peu les échanges marchands au sein d'Alger⁸⁴.

⁸⁴ EMERIT, M. 1952. Les quartiers commerçants d'Alger à l'époque turque. *Algeria et l'Afrique du nord illustrée*. Office Algérien d'Action Economique et Touristique (OFALAC) ed. 26 bd Carnot ou 40-42, rue d'Isly, Alger.

II. Principaux espaces commerciaux d'Alger pendant la période coloniale

1. Les marchés

1.1. Les marchés à ciel ouvert

En 1869, Victor Bérard, dans sa description d'Alger⁸⁵, fait référence aux plus importants marchés algérois de l'époque. Grande source d'animation pour la ville, mais aussi lieux de grande attractivité pour les touristes de passage à Alger.

- **Marché place de Chartres**

Bérard cite, pour les objets de consommation journalière, le marché de la Place de Chartres, un des marchés quotidiens les plus importants de la capitale. Il commence en montant la rue Saint-Louis, au coin de la rue Bab-Azoun. On y trouve le nécessaire en produits alimentaires mais aussi une infinité d'articles d'habillement.



Figure 37. — *Marché de la place de Chartres (judaicalgeria.com)*

- **Marché de la pêcherie**

A la Pêcherie, près de la Place du Gouvernement (ex-Place des Martyrs), on pouvait se procurer son poisson dans un marché dédié, implanté dans les constructions longeant le

⁸⁵ BÉRARD, V. 2018. *Description d'Alger Et de Ses Environs (Ed. 1867)*, Paris, Hachette Livre.

boulevard de l'Impératrice. De même que le marché pour les fruits, le gibier et la volaille prend place au bas de la rampe Chassériau. Le marché aux bestiaux est établi à Mustapha.

- **Marché d'Isly**

Le Quartier d'Isly, quant à lui, était connu pour son marché, sis Place Bugeaud (ex-Place de l'Emir Abdelkader). Les commerçants algérois y exposaient des étalages de denrées variées et les touristes y trouvaient leur bonheur en produits locaux à bas prix. Par ailleurs, au sein de baraques longeant la rue d'Isly, non loin de la porte du même nom (détruite en 1905), se tient le marché aux graines et aux huiles, où les autochtones exposent leurs produits⁸⁶.



Figure 38. — *Porte d'Isly, ex-porte de Constantine, 1856.*

1.2. Les marchés couverts

A Alger, ceux qu'on pourrait qualifier de « grands marchés » disposent tous d'une bâtisse permanente qui en est le cœur. Ces bâtisses, souvent en structure métallique, abritent des boutiques diverses. Les rues qui les ceinturent se voient souvent incluses dans cette activité commerciale débordante.

⁸⁶ BONY, G. *Les Marchés d'Alger - Judaic Algeria* [Online]. Available: <https://www.judaicalgeria.com/pages/alger-les-marches.html> [Accessed 18.10.2020].

- **Le marché de Chartres**

Le marché de Chartres précédemment évoqué finira par prendre place au sein de nouveaux locaux. Il occupera un édifice spécialement conçu à cette fin : Le marché couvert de la rue de Chartres. Ceci étant, le marché, même couvert et abrité par une haute charpente métallique, ne manquera pas d'étendre ses étalages sur les rues voisines où le négoce à la sauvette trouve un terrain de choix. Au sein des lieux, le souci d'être à la pointe du progrès se manifeste dans les noms des magasins. Trois boucheries se côtoient : « Boucherie moderne », « Boucherie du Progrès » et « A la Fleur de la Ville »⁸⁷.



Figure 39. – *Marché couvert de Chartres. (judaicalgeria.com)*

- **Bazar Parcifico**

Toujours sur la rue de Chartres, couvert d'un toit en verre et fermé d'une grille en fer, se tient le Bazar Parcifico. On y vend des burnous, des poteries et des ouvrages de selleries.

⁸⁷ Ibid.

- **Marché de Bab El Oued**

Le marché de Bab El Oued représente le plus populaire des marchés d'Alger. La grande variété de qualités et de prix dans les produits qui y sont proposés fait qu'il attire une clientèle venant de tout part⁸⁸.



Figure 40. — *Marché de Bab El Oued (judaicalgeria.com)*

Bien d'autres marchés marquent dans le paysage algérois vers la fin du XVIII^e siècle. Parmi eux : le marché l'Agha, le marché Clauzel et le marché Randon.

2. Les passages

Comme ce fut le cas pour Paris, Alger compte plusieurs passages, traversant les îlots de la ville coloniale et créant des raccourcis dans cette ville à la morphologie particulièrement pénible à parcourir tant elle monte et elle descend. Dans sa Description d'Alger et de ses Environs, Victor Bérard⁸⁹ recense quelques-uns de ces passages :

⁸⁸ Ibid.

⁸⁹ BÉRARD, V. 2018. *Description d'Alger Et de Ses Environs (Ed. 1867)*, Paris, Hachette Livre. p. 47

- **Le passage Malakoff**

Créé en 1862, c'est l'un des plus importants et des plus animés passages d'Alger. Sous forme de galeries, il reliait les rues du Vieux Palais, Bab-El-Oued, Jenina et Neuve-Mahon. Son nom vient du fait qu'il abritait un buste de bronze du Duc de Malakoff. On y trouve aujourd'hui encore le célèbre café Malakoff, un café maure d'époque.

Loin des luxueux et lumineux passages couverts parisiens, ce passage était bordé de cafés, boulangeries, pharmacies, quincailleries, magasins de vêtements, un marchand de beignets et, au pied de l'église Notre Dame de la Victoire (Mosquée Ali Betchine), des magasins d'articles religieux et une épicerie mozabite. Les galeries donnent finalement sur un cœur d'îlot en forme de croix.



Figure 41. — Accès à l'hôtel et aux galeries du duc de Malakoff, 2019.
(F. Toumi)



Figure 42. — Au cœur de l'îlot Malakoff, 2018.
(Auteure)

- **Le passage du Commerce**

Ce passage met en communication deux hauts lieux du commerce algérois, à savoir : la rue de Chartres et la place du Gouvernement. Couvert de vitres et bordé d'échoppes, il assure une continuité de l'offre commerciale tout en assurant la jonction entre les deux nœuds marchands cités. C'est un passage hautement fréquenté jusqu'à en être souvent bondé de monde.

- **Le passage Napoléon**

Ce passage est parallèle au passage du Commerce mais ne lui ressemble que pour le peu qu'il soit également recouvert d'un vitrage que Bérard qualifie de splendide. Il est orné de sculptures que Bérard estime être l'un des plus beaux ornements de la ville d'Alger en cette année 1867, dallé de marbre et éclairé au gaz, à l'image des passages parisiens. Le passage, bien plus prestigieux que ses précédents, est bordé de luxueux magasins. Enfin, il offre une entrée au Cercle du Commerce.

- **Le passage Gaillot**

Ce passage à ciel ouvert a pour unique fonction de mettre en communication la rue des Consuls avec la rue d'Orléans.

- **Le passage Duchassaing**

Ce passage, bordé de quelques échoppes et couvert de vitres, établit le lien entre la rue Bab-Azoun et le Boulevard de l'Impératrice.

- **Le passage Mantout**

Ce passage ouvert et relativement marchand, communique avec la place de Chartres et la rue du même nom, avec la rue et l'impasse Scipion. Il ne se démarque pas particulièrement.

- **Le passage Narboni**

Ce passage ouvert en forme d'Y abrite les commerces de maures, marchands de tabac et de menus objets. Il aboutit aux rues Bab-Azoun, de Chartres et du Caftan.

- **Le passage Martinelli**

Ce passage n'a rien de bien remarquable. Il fait simplement communiquer la rue de Bab-el-Oued avec celle des Trois-Couleurs. Le passage cesse d'exister en 1949, en même temps que de nombreuses rues qui furent fermées et transformées en impasses⁹⁰.

Il est intéressant de constater qu'à la différence des passages parisiens qui témoignaient d'une certaine opulence à travers une architecture luxueuse, à la pointe des nouvelles techniques de construction, les passages algérois, pendant cette période coloniale, jouent avant tout le rôle de raccourcis, assurant la jonction entre les importantes artères nouvellement tracées par le génie militaire français.

Ces passages ne sont pas systématiquement clos. Ils peuvent être couverts de verrières laissant passer la lumière, tout comme ils peuvent être surmontés d'une succession d'arcs. Les passages algérois sont avant tout populaires. Les commerces qui les bordent, répondent surtout à des besoins primaires, loin de toute extravagance. On y voit une réinterprétation du passage couvert parisien, appliqué à un contexte algérois fondé sur les restes de la ville ottomane dont l'influence, bien que la ville ait été démolie dans sa partie basse, persistera.

3. Les Grands Magasins

Nos recherches et la documentation dont nous disposons nous ont permis d'identifier deux Grands Magasins algérois au sein d'un même périmètre restreint. A savoir : Les Galeries de France et le Bon Marché. Tous deux situés au cœur de l'Alger colonial, au sein du plus vieux quartier européen de la capitale : le quartier d'Isly. Cette concentration de Grands Magasins a motivé le fait que nos recherches soient particulièrement tournées vers ce quartier d'Isly et de ses Grands Magasins.

⁹⁰ En 1949, la rue Cléopâtre, se transforma en Impasse Parodi, la rue Jenina fut amputée de sa partie basse, le passage Martinelli fut fermé, ces deux rues aboutissaient rue de Trois Couleurs.

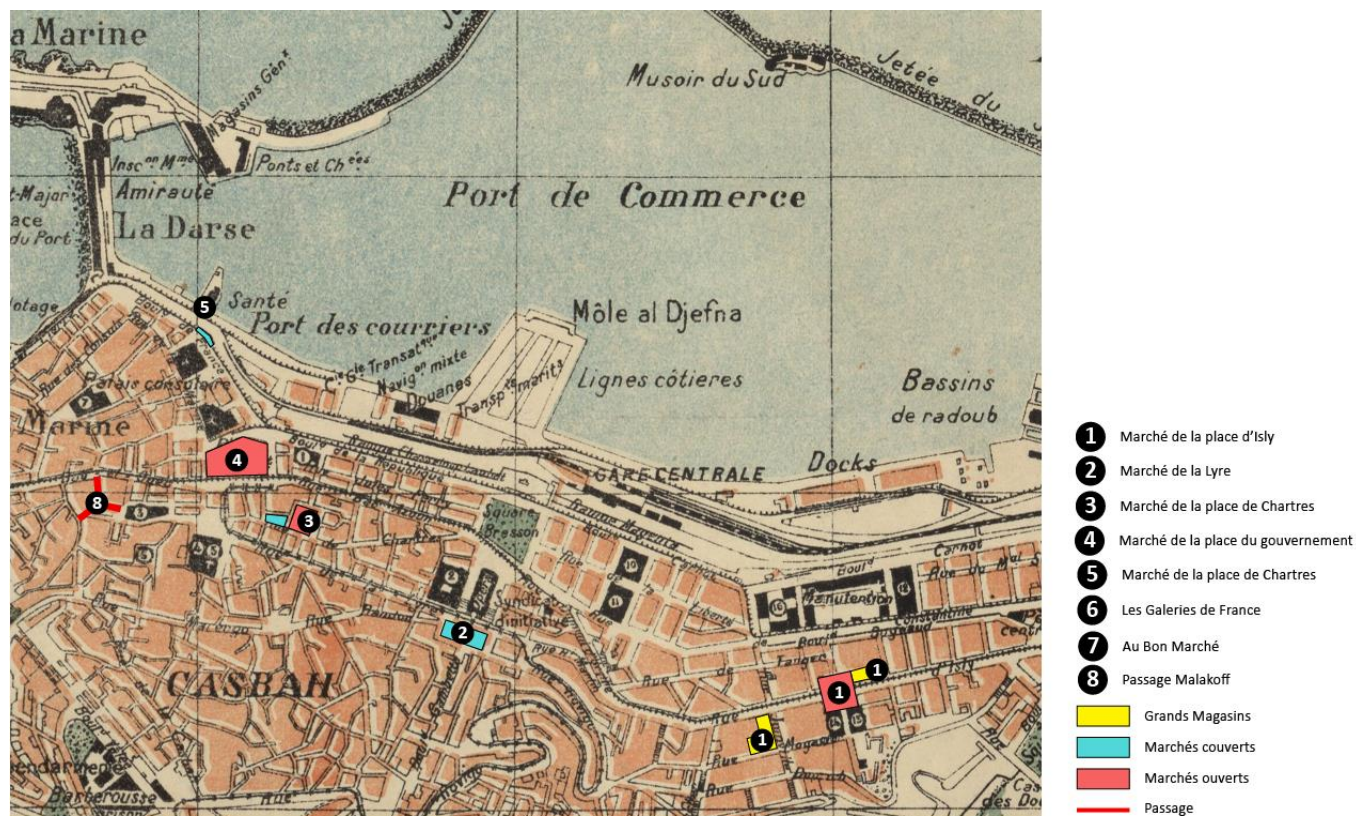


Figure 43. — Quelques espaces commerciaux d'Alger à la période coloniale

(Fond de carte : Alger et ses environs, 1924. Source : Gallica.BnF.fr – Traitement : auteure)

Chapitre II : Cas d'étude : Le quartier d'Isly

I. Intérêt du cas d'étude

Dans cet Alger du XIX^e siècle, le quartier d'Isly prend peu à peu une place centrale dans le schéma d'évolution de la ville. Premier quartier d'habitation européen, il devient vite le cœur battant du nouvel Alger colonial. Ce rôle majeur revient en partie, si ce n'est majoritairement, à la forte activité commerciale que connaît le quartier, activité qui se manifestera en des lieux aux configurations diverses et variées. C'est cette vocation commerciale affirmée, en plus de la présence des Grands Magasins des Galeries de France, qui a motivé notre choix du quartier d'étude comme cas d'étude.

Aux origines du caractère commercial du quartier, il y a d'abord le marché très fréquenté et populaire sis place d'Isly, puis les diverses échoppes et boutiques qui longent la rue du même nom, accompagnées d'autres édifices emblématiques, fort attractifs, tels que la brasserie de l'Alhambra, le Casino music-hall et les quelques salles de cinéma qui ne désespèrent pas.

La rue d'Isly représente un axe structurant et commercial par excellence. Le choix de cette rue pour l'implantation des Grands Magasins des Galeries de France, première manifestation de cette typologie commerciale en Algérie, assure une implantation dans un contexte d'ores et déjà fortement achalandé.

II. Historique du quartier

Pendant les années 1830, l'armée occupait de nombreux faubourgs d'Alger, notamment ceux situés le long du littoral. Durant les années 1840, lors de la construction de l'enceinte française, une partie de la vieille ville est intégrée à la ville européenne en expansion à partir du front de mer. Le quartier d'Isly (actuel Larbi Ben M'hidi) est le premier quartier d'habitation « européen » d'Alger. Il est construit à l'emplacement de l'ancien faubourg Bab-Azoun, au sud de la ville ottomane.

A l'origine, le quartier prend place sur une zone contenant un grand nombre de bassins et d'aqueducs dont l'un, l'aqueduc du Hamma, trace la future rue principale du quartier qui portera le nom « rue de l'Aqueduc » jusqu'en 1844, où elle prend le nom d'Isly⁹¹.

La construction du quartier d'Isly est réalisée conformément aux plans dressés par l'architecte Auguste Guiauchain⁹². A la fin du XIX^e siècle, l'enceinte française est démolie et les îlots du front de mer sont densifiés. Ainsi, la partie basse du quartier d'Isly devient le centre de la ville agrandie.

La rue d'Isly, large de 16m, ordonne le quartier et en constitue le cœur battant. Elle débute à la première boucle de la rampe Rovigo pour s'arrêter à un rond-point : la future place Bugeaud. En 1852, une statue du général du même nom est inaugurée, donnant son nom à cette ex-place d'Isly où se tenait un marché. Au-delà de cette place se tenait le quartier du roulage, avec ses guinguettes populaires, ses échoppes et ses petites industries. Une route en mauvais état conduisait à la porte d'Isly, démolie en 1905.

A la fin du XIX^e siècle, avec l'avènement du Tramway qui longe la rue d'Isly, marque une nouvelle ère pour la rue d'Isly. Devant une forte fréquentation de l'axe d'Isly, la statue du maréchal Bugeaud constitue un obstacle au passage, elle est alors désaxée du centre de la place, vers la droite⁹³.

⁹¹ Le nom rue d'Isly fait référence à la victoire de Thomas Robert Bugeaud de la Piconnerie, duc d'Isly, Maréchal de France, ancien gouverneur général d'Algérie, contre le sultan du Maroc, allié de l'Emir Abdelkader, vaincu le 14 Août 1844 sur les rives de l'Isly, rivière du Maroc oriental, à l'ouest d'Oujda.

⁹² PIATON, C., HUEBER, J., DU BOISTESSELIN, A., AICHE, B. & LOCHARD, T. 2016. *Alger: ville & architecture, 1830-1940*, Éditions Honoré Clair. P. 133-134

⁹³ Après l'indépendance, la statue de Bugeaud est remplacée par celle de l'Emir Abdelkader qui reprend la place centrale initiale.



Figure 44. — *Place Bugeaud, vers 1860.*
(*judaicalgeria.com*)

De la première période d’urbanisation de la ville, peu d’immeubles perdurent. Le nouveau caractère central du quartier motive une opération de renouvellement urbain de grande ampleur. Au niveau de l’ex-Place Bugeaud, il ne subsiste des constructions antérieures que l’ancien collège impérial arabo-français des années 1857 – 1860 (actuelle Assemblée populaire communale d’Alger-Centre) et l’ancien Mont-de-piété (actuelle mairie annexe).

Le long de la rue Tanger, des immeubles de rapport d’inspiration néo-classique témoigne encore des premières constructions des années 1840⁹⁴. Des immeubles de rapport plus récents structurent davantage le quartier, répondant aux exigences d’une bourgeoisie algéroise dont les pratiques urbaines évoluent. Après 1900, le quartier s’anima et devint très commerçant.

⁹⁴ PIATON, C., HUEBER, J., DU BOISTESSELIN, A., AICHE, B. & LOCHARD, T. 2016. *Alger: ville & architecture, 1830-1940*, Éditions Honoré Clair. P. 133-134

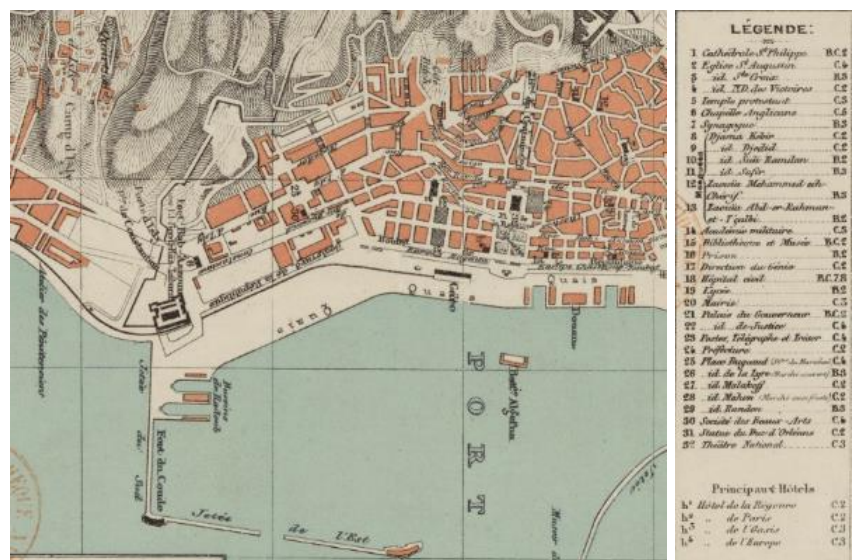


Figure 45. – Quartier d'Isly, 1888.
(Bibliothèque nationale de France, GED-821)

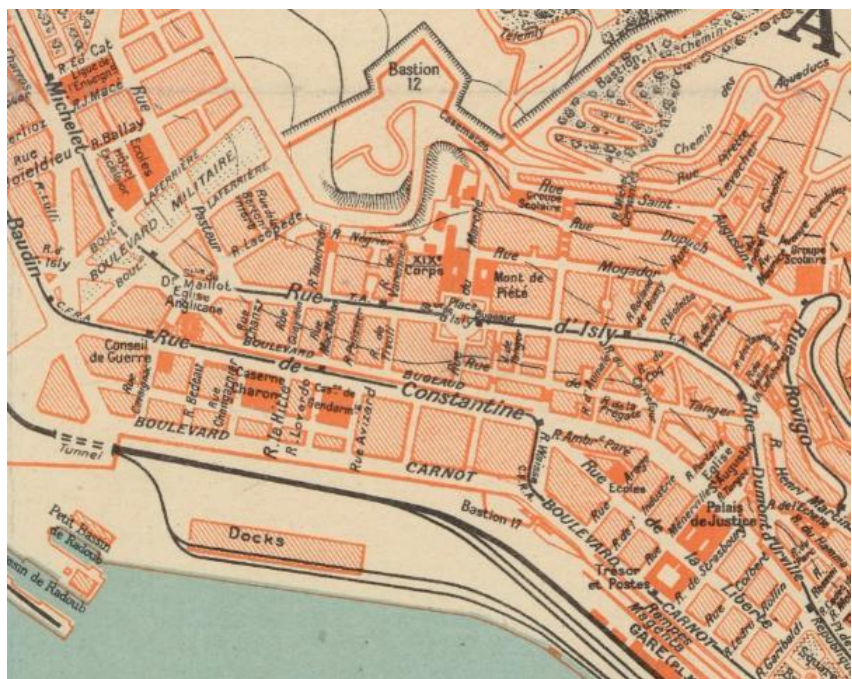


Figure 46. – Quartier d'Isly, 1904
(Bibliothèque nationale de France, département Cartes et plans.)

III. Édifices emblématiques

Au cœur de cette capitale pleine de vie, la rue d'Isly a donné jour à de nombreux édifices emblématiques tantôt par leur architecture et tantôt par leur fonction qui a sans doute contribué au dynamisme du quartier.

Dans un ouvrage dédié à l'Alger d'avant 1962, Guy Bonnet écrivait : « La rue d'Isly ? ...C'était surtout les cinémas. »⁹⁵ regroupait dans le temps une enfilade de salles de cinéma : Le Régent, Le Paris et Le Club, qui est devenu l'actuelle cinémathèque d'Alger.

Une autre perle de cette rue se tenait au n°9, c'était le Casino – Music-Hall, construit en 1910. En son sein avaient lieu des concerts et des spectacles de variété.



Figure 47. — Cinéma Le Club, 26 rue d'Isly.



Figure 48. — Le Casino – Music-Hall, n°9, rue d'Isly.

Au n°29 rue d'Isly, à quelques pas des Galeries de France et de la place d'Isly, se trouvait la Brasserie de l'Alhambra où se jouent le vaudeville, la comédie et l'opérette. Remarquable par son style néo-mauresque, il est réédifié en 1929 et comporte des salles de conférences et d'exposition, un bar américain et des salles de jeux.

⁹⁵ FECHNER, E. 1999. *Le pays d'où je viens*, Paris, Calmann-Lévy.



Figure 51. — L'Alhambra, 29 rue d'Isly, vue extérieure.



Figure 49. — L'Alhambra, 29 rue d'Isly, vue sur place d'Isly.



Figure 50. — L'Alhambra, 29 rue d'Isly, vue du jardin d'hiver.

IV. Caractère commercial

Le quartier, pendant la période ottomane, était animé par de nombreux commerces en plein air et des artisans. Pendant les années 1840, la place d'Isly était l'emplacement du marché du quartier. A partir de la seconde moitié du XIX^e siècle, la création d'une ligne de tramway le long de la rue contribue grandement à l'affirmation du caractère commerçant de cet axe.

Au début des années 1900, alors que le quartier d'Isly gagnait en dynamisme et en fréquentation, des immeubles datant de la moitié du XIX^e siècle furent remplacés par des

immeubles plus modernes⁹⁶. Le quartier d'Isly subit une opération de renouvellement qui verra naître des édifices commerciaux de grande ampleur.

D'abord, les Galeries de France sont inaugurées en 1914, non loin de l'ancienne place du marché, suivies du Bon Marché en 1923 qui donne directement sur cette place d'Isly, renforçant considérablement son caractère commercial.

V. Cas des Galeries de France – Premier Grand Magasin d'Algérie

1. La création des Galeries de France d'Alger

La naissance des Galeries de France, 1^{er} Grand Magasin Algérois, marque le début d'une nouvelle ère dans l'histoire d'Alger. L'heureuse évolution de la ville est due en grande partie au développement du commerce en son sein⁹⁷. L'inauguration de ce Grand Magasin au début du XXe siècle transforme le visage de la rue d'Isly.

A l'emplacement des Galeries de France, succursale de la Société Française des Magasins Modernes en Algérie (Magmod), réalisées entre 1901 et 1909 sous la supervision de l'architecte Henri Petit, se tenait initialement un immeuble tout à fait banal, une mesure au rez-de-chaussée de laquelle le commerce était pauvrement représenté par un café maure et une épicerie mozabite.

L'inauguration de ce palais du commerce en 1914 provoque une fièvre contagieuse au sein de la rue d'Isly qui verra s'installer, à ses abords, de nombreux espaces commerciaux de toutes tailles et de toute spécialisation. Cette effervescence au sein du quartier d'Isly jouera un rôle dans le déplacement du centre d'Alger vers ce dernier. Jean-Marc Gély⁹⁸

⁹⁶ PIATON, C., HUEBER, J., DU BOISTESSELIN, A., AICHE, B. & LOCHARD, T. 2016. *Alger: ville & architecture, 1830-1940*, Éditions Honoré Clair. P. 133-134

⁹⁷ GÉLY, J.-M. *Les grandes réalisations : Les galeries de France* [Online]. Paris. Available: <http://www.cdha.fr/les-grandes-realizations-les-galerias-de-france-dalger> [Accessed 24.11.2020].

⁹⁸ Jean-Marc Gély secrétaire général adjoint au bureau du centre de documentation historique sur l'Algérie en France et auteur de plusieurs articles dans la revue *Mémoire vive* du CDHA.

affirmera d'ailleurs que « Le principal mérite ou plus exactement le mérite initial de l'heureuse évolution d'Alger revient au commerce Algérois. »⁹⁹

2. Emplacement dans le tissu urbain

Le Grand Magasin des Galeries de France prend place au cœur du Quartier d'Isly. Doté d'un caractère commercial depuis sa création, le quartier est de tout temps fréquenté par une clientèle de locaux et de touristes à l'affut des marchandises exposées au sein du marché de la place du d'Isly.

Ainsi, à l'image des Grands Magasins parisiens, les Galeries de France tirent profit de ce quartier déjà fortement achalandé pour se créer une place centrale au sein de l'ossature commerciale algéroise tout en contribuant grandement à l'animation de ce nouveau centre urbain. Car quand bien même le caractère central du quartier d'Isly eut commencé à s'affirmer dès la moitié du XIX^e siècle, la création des Galeries de France, puis du Bon Marché d'Alger ont joué un rôle d'amplificateur.

Pour visiter les Galeries de France, on venait de tout part. Au-delà de l'offre commerciale et sociale dont les Galeries étaient porteuses, elles avaient un rôle quelque peu touristique et culturel qui contribuait à les rendre d'autant plus attrayantes. L'impact de ce nouvel édifice dans le tissu urbain algérois se fera tellement ressentir que la place du Gouvernement en sera détrônée pendant un temps.

3. Parti architectural – Le choix du néo-mauresque

Les Galeries de France, premier Grand Magasin d'Algérie, adoptent un style néo-mauresque clairement reconnaissable. Ce choix stylistique s'inscrit dans une tendance propre à l'époque de leur construction, motivé par une volonté de créer une architecture locale, vecteur d'algérianité. En effet, les premières architectures de style néo-mauresques voient le jour au début du XIX^e siècle, à Alger, sous le gouvernement de Célestin Jonnart, épris d'orientalisme.

⁹⁹ GÉLY, J.-M. *Les grandes réalisations : Les galeries de France* [Online]. Paris. Available: <http://www.cdha.fr/les-grandes-realizations-les-galeries-de-france-dalger> [Accessed 24.11.2020].

L'oscillation, en Algérie, entre une architecture aux allures modernes, occidentale, et une architecture d'inspiration orientale trouve ses fondements dans deux attitudes coloniales diamétralement opposées : celle du Génie Militaire durant les premières années de la colonisation, puis celle liée à la colonie de peuplement dès 1840¹⁰⁰.



Figure 52. — *Galerie de France, 1816.* (Source : Collection J.M. Laboulbène)

Aux débuts de l'occupation française et jusqu'à la Première Guerre mondiale, les architectes exerçant en Algérie viennent, pour la plupart, de la métropole. Ils construisent des immeubles semblables à ceux de Paris et de Marseille, faisant d'Alger, quatrième ville de France, « un petit Paris sur le continent africain ».

A Alger comme dans d'autres villes du pays, les premiers édifices publics édifiés se rapportent à des styles européens, et aux références éclectiques, inculquées à l'École de Beaux-Arts. On peut constater que les théâtres construits au sein des centres coloniaux adoptent tous une architecture baroque et les édifices religieux un vocabulaire romano-byzantin.

¹⁰⁰ PICARD, A. 1994. Architecture et urbanisme en Algérie. D'une rive à l'autre (1830-1962). *Revue des mondes musulmans et de la Méditerranée*, 121-136.

Cependant, les premières générations issues de la politique de peuplement, nées en Algérie, créent un lien particulier avec ce pays : ils développent une certaine « algérianité »¹⁰¹. Sur le plan architectural, cette algérianité se manifeste à travers un style local, à savoir : le style néo-mauresque. Ce style se veut être une « réconciliation entre orient et occident, avançant une nouvelle identité politique et culturelle... »¹⁰².

Sous les directives du gouverneur Jonnart, les édifices publics s'habilleront du style néo-mauresque. On comptera alors, comme appartenant à ce style, la Grande Poste de Voinot et Tondoire, la préfecture d'Henri Petit, toutes deux construites en 1906, Les Galeries de France en 1914, le Casino Music-Hall en 1910, la brasserie de l'Alhambra réédifiée en 1929 et bien d'autres édifices... Cette architecture « locale », plantera, dans les architectes des années 1930, l'idée d'une architecture méditerranéenne, accompagnée plus tardivement d'une critique des œuvres du Mouvement Moderne.

3.1. Volume et enveloppe extérieure

3.1.1. Le minaret

Dès sa sortie du sol, l'architecture des Galeries de France se démarque des immeubles de rapport auxquels elle s'adosse. Un minaret surmonté d'une horloge, le rôle d'un élément d'appel. Il attise la curiosité et l'intrigue des passants. Une description d'Alger au début du XIX^e siècle, relatée par Jean-Marc Gély, observe qu'« On ne prend plus l'heure à la mosquée de la place du Gouvernement, on consulte le cadran des Galeries de France »¹⁰³.



Figure 53. — Illustration du minaret du MAMA, 2020. (Auteure)

¹⁰¹ Ibid.

¹⁰² BOULBENE-MOUADJI, I. F. 2012. *Le style néo-mauresque en Algérie : Fondement - portée - réception (A travers quelques exemples d'édifices à Annaba, Constantine et Skikda)*. Magistère en architecture, Université Mentouri - Constantine.

¹⁰³ GÉLY, J.-M. *Les grandes réalisations : Les galeries de France* [Online]. Paris. Available: <http://www.cdha.fr/les-grandes-realizations-les-galeries-de-france-dalger> [Accessed 24.11.2020].

Selon Louis de Beaudicour, l'éparpillement de ces cadrans d'horloges partout à Alger cache en fait une volonté de remettre les pendules à l'heure, de marquer le temps, l'imposer et affirmer définitivement l'appropriation d'une terre conquise, se l'annexer dans l'espace comme dans le temps. Là où il leur est impossible de passer inaperçus, ces cadrans sont l'illustration même « d'un acte fondamental de conquête et l'un des signes les plus importants de la transformation de la société indigène. »¹⁰⁴

Malgré cette hostilité face à la présence d'un cadran au sommet des édifices publics et autres constructions majeures, dès les premières années de la colonisation avec l'horloge du Djamaâ El Jedid, le minaret surmonté d'une horloge reste une caractéristique récurrente de l'architecture néo-mauresque.

3.1.2. Éléments de façade

L'enveloppe des Galeries de France emploie un vocabulaire décoratif et architectonique spécifique à l'architecture néo-mauresque. Sur la façade d'angle, une vitrine surmontée d'un majestueux arc outrepassé brisé au-dessus duquel vient s'ajouter un



Figure 54. — Détails de façade du MAMA, Février 2020. (Source : Auteure)

¹⁰⁴ BEAUDICOUR, L. D. 1860. *Histoire de la colonisation de l'Algérie*.

alignement de trois ouvertures, est couronnée d'une corniche de tuiles reposant sur des corbeaux de bois. L'ensemble est richement décoré de carreaux de céramique gaiement colorés, sur lesquels on peut encore lire aujourd'hui l'inscription « Galeries Algériennes », témoignant du changement d'appellation qui s'est opéré sur les Galeries de France après l'indépendance.

Les baies, allongées en hauteur, à encadrement rectangulaire au rez-de-chaussée couronné d'encorbellements et surmontées d'un arc outrepassé brisé aux niveaux supérieurs, se décuplent en rythme sur toute la façade longeant la rue d'Isly. Ce choix d'arc vient confirmer l'influence hispano-mauresque¹⁰⁵.

Depuis la reconversion des magasins en musée, les vitrines laissent entrevoir l'objet des expositions qui s'y tiennent. On peut facilement imaginer que dans le temps, on voyait au travers de ces vitrines les sublimes marchandises exposées par les grands magasins.

Comme à l'intérieur de l'édifice, les boiseries sont grandement présentes sur les façades de l'édifice, notamment au niveau des balustrades et des corbeaux.

Vu de l'extérieur, à partir de la rue d'Isly, l'édifice ne laisse pas entrevoir les somptueuses coupes qui apportent de la lumière à son intérieur. En revanche, une rangée de merlons vient couronner l'édifice en servant de « crénelage » à l'acrotère.

¹⁰⁵ CHALABI, A. L., YOUSSEF 2019. Lecture interprétative du langage architectural des façades néo-mauresques en Algérie à travers quelques exemples d'édifices publics. *Sciences & Technologie*, n°49, juin 2019, 9-20.



Figure 55. — *Façade d'angle du MAMA d'Alger. Février 2020.*
(Source : auteure)

3.2. Organisation spatiale

L'organisation intérieure des Galeries de France, de ce que peuvent nous en dire les diverses descriptions auxquelles nous avons pu accéder¹⁰⁶, correspond à la composition caractéristique des Grands Magasins Parisiens de l'Époque.

Les Galeries de France se présentaient en cinq niveaux, dont un sous-sol, le tout sur une surface de 10 000 m², tous espaces compris. L'entrée, située sur la rue d'Isly, offrait, dès qu'on pénétrait au sein de l'édifice, une vue sur un majestueux escalier en bois tournant à deux volées droites alternativement divergentes et convergentes.

¹⁰⁶ Cette partie aurait dû s'appuyer sur des documents d'archives ainsi qu'une investigation et un relevé in-situ, mais notre volonté et notre démarche initiale ont été altérés par la crise sanitaire due à la COVID-19. Ceci étant, nous nous sommes rabattus sur des images et des descriptions d'époque, en plus des documents graphiques issus du dossier de Réhabilitation du Musée, pour émettre des hypothèses quant à l'organisation spatiale et le fonctionnement de l'édifice.

L'escalier menait aux étages supérieurs, qui, sous forme de coursives, serpentaient, en trois niveaux, autour d'un hall central situé au sous-sol. Ces coursives étaient également accessibles via deux ascenseurs offrant une vue panoramique sur le hall central¹⁰⁷.



Figure 56. – Vue sur l'escalier central, Galeries de France, début XXe siècle. (Source : Archives CDHA)



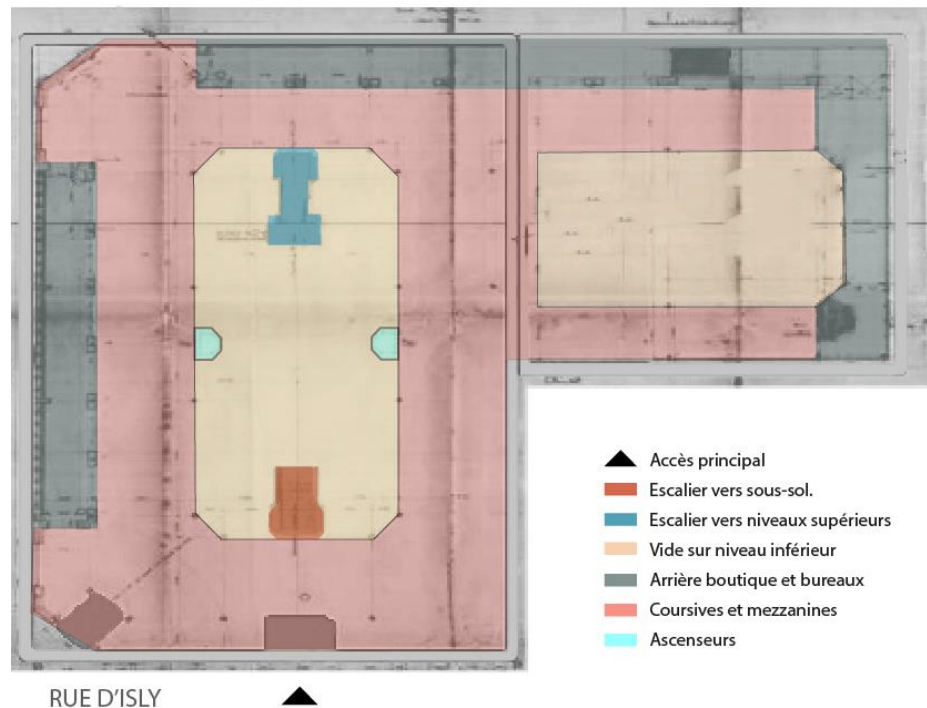
Figure 57. – Intérieur des magasins, début XXe siècle. (Source : Collection J. Robert D-Eshougues)

La lumière et l'air étaient capturés et diffusés grâce à trois majestueuses coupoles en verre, à base octogonale.

Le rez-de-chaussée se présente en cursive contournant un espace central situé en contrebas. Il est délimité par des rambardes de boiseries et surplombe le sous-sol. Il offre un accès au niveau inférieur et aux quatre niveaux supérieurs à partir de l'escalier monumental ou les deux ascenseurs qui se démarquent par une saillie par rapport aux rambardes.

¹⁰⁷ PIATON, C., HUEBER, J., DU BOISTESSELIN, A., AICHE, B. & LOCHARD, T. 2016. *Alger: ville & architecture, 1830-1940*, Éditions Honoré Clair.

C'est au sous-sol qu'exposait l'essentiel des marchandises qui restaient visibles aux niveaux supérieurs. On y trouvait une grande variété d'Les propriétaires du magasin avaient même obtenu l'autorisation d'un bureau destiné aux services de la poste, télégraphe et télécommunication (PTT) au fond du magasin¹⁰⁸. Tout, en un seul lieu, exposé à tous, accessible à tous. Telle était la devise de ces temples du commerce.



RUE D'ISLY

Figure 58. – Schéma d'organisation du RDC.

(Plan : Dossier de réhabilitation du MAMA, plan avant intervention. Traitement : auteure.)

Le deuxième étage était dédié à l'ameublement. Le mobilier y était exposé dans différentes pièces, toutes agencées différemment, tenant de mettre en évidence le confort, le goût et le luxe que reflètent les marchandises des Galeries de France. En complément aux meubles, cet étage propose des étalages de tapisseries, de couvertures et de tissus. On y retrouve également le bureau du directeur donnant sur la rue Mogador.

¹⁰⁸ GÉLY, J.-M. *Les grandes réalisations : Les galeries de France* [Online]. Paris. Available: <http://www.cdha.fr/les-grandes-realizations-les-galeries-de-france-dalger> [Accessed 24.11.2020].

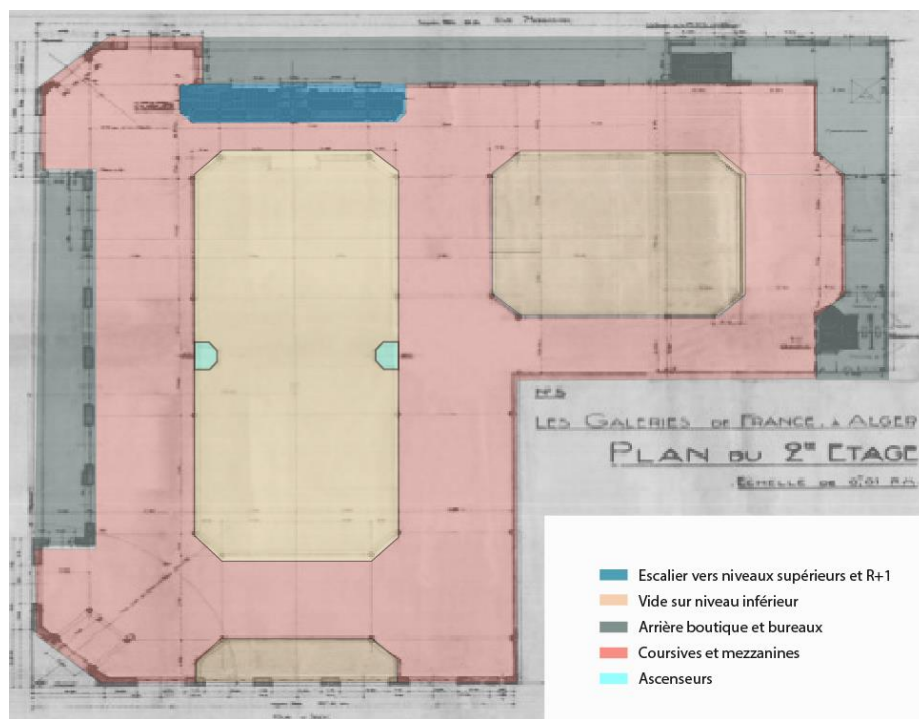


Figure 60. – Schéma d'organisation du 2^e étage.

(Plan : Dossier de réhabilitation du MAMA, plan avant intervention. Traitement : auteure.)

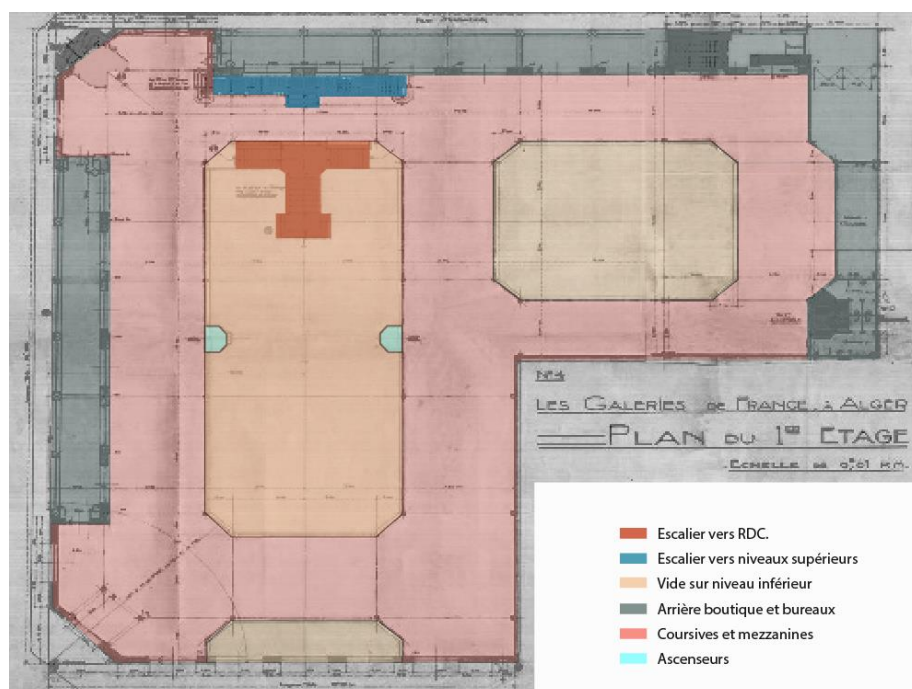


Figure 59. – Schéma d'organisation du 1^{er} étage.

(Plan : Dossier de réhabilitation du MAMA, plan avant intervention. Traitement : auteure.)

Le troisième était destiné à la confection. On y trouvait des ateliers de couture, de coupe, de tapisserie et de menuiserie. On y trouvait également des réserves et des débarras. C'est aussi à cet étage que les bureaux prenaient place. Comptables, dactylos et chargés de commandes se côtoyaient pour contribuer au fonctionnement des magasins.

Une description d'époque de l'édifice, rapportée par Jean-Marc Gély¹⁰⁹, évoque un escalier menant au sommet du minaret qui offre une splendide vue sur les rues d'Alger.

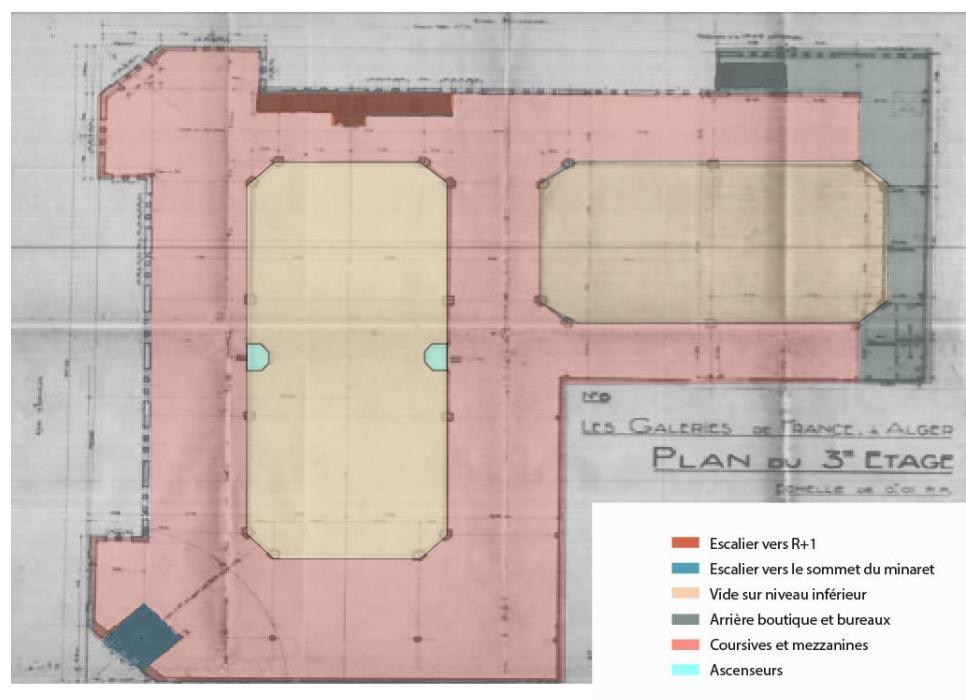


Figure 61. – Schéma d'organisation du 3^e étage.

(Plan : Dossier de réhabilitation du MAMA, plan avant intervention. Traitement : auteure.)

3.3. Ornementation intérieure

3.3.1. Rambardes et balustrades

Les rampes et les rambardes étaient faites de bois percé de motifs à invocation orientaliste, on pouvait y voir le des motifs de qaïm naïm, notamment. Comme l'ensemble des menuiseries, elles étaient confectionnées dans l'atelier de François Darbéda, frère de

¹⁰⁹ Ibid.

l'architecte Gabriel Darbéda. En ce début de XX^e siècle, Guy Bonnet écrivait que « La rue d'Isly, c'était Les Galeries de France avec leur curieux intérieur tout en bois.»¹¹⁰

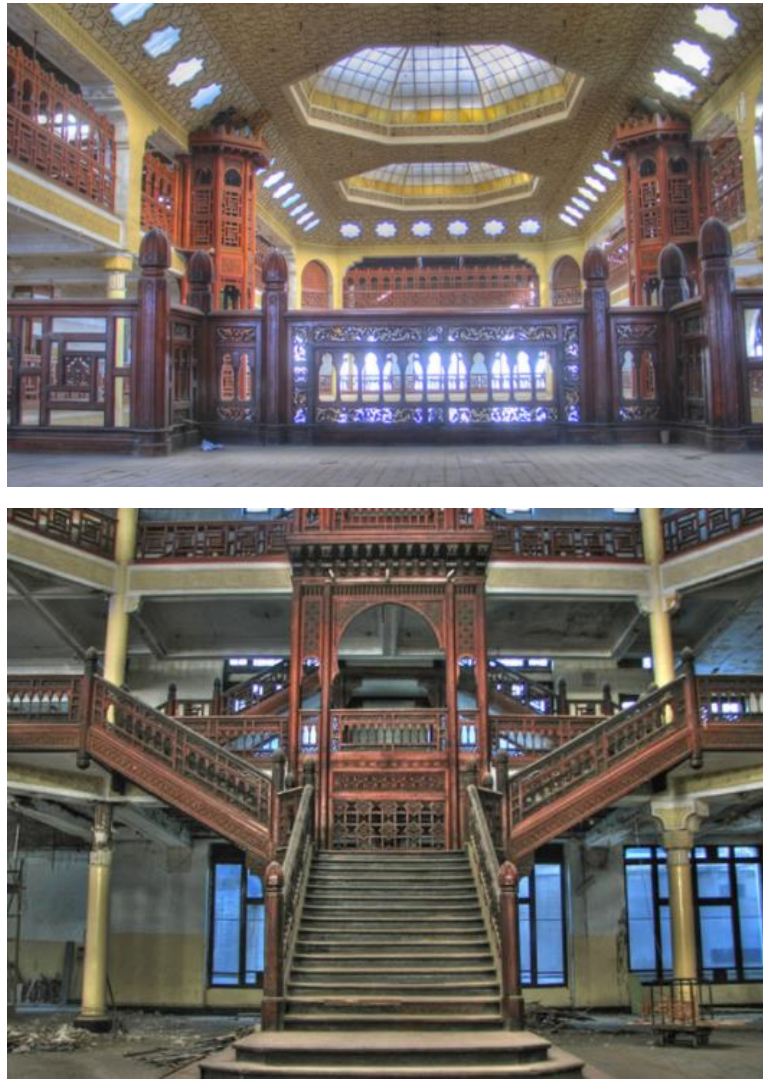


Figure 62. — Les Galeries Algériennes, photos avant réhabilitation. (source : mama-dz.com)

3.3.2. Le plafond

Le plafond s'inscrit dans un style artesonado, qui, d'origine hispanique, est un style de plafonds en bois orné de motifs d'influence islamique. Celui des galeries de France est percé de motifs étoilés, contournant les galeries en suivant un rythme régulier.

¹¹⁰ FECHNER, E. 1999. *Le pays d'où je viens*, Paris, Calmann-Lévy.



Figure 63. – Détails du plafond. (Source : F.Toumi, 2018.)

3.3.3. L'arc outrepassé brisé

Comme à l'extérieur, on retrouve ces arcs outrepassés brisés, souvent présents dans l'architecture néo-mauresque, au niveau des galeries.



Figure 64. – Détails des arcs outrepassés. (Source : F.Toumi, 2018.)

3.3.4. Les arabesques et autres motifs

Des arabesques, motifs sinueux composés de rinceaux végétaux, réfèrent à l'art islamique, contribuent à la richesse de l'ornementation de l'édifice et sont employées sur la quasi-totalité des boiseries.

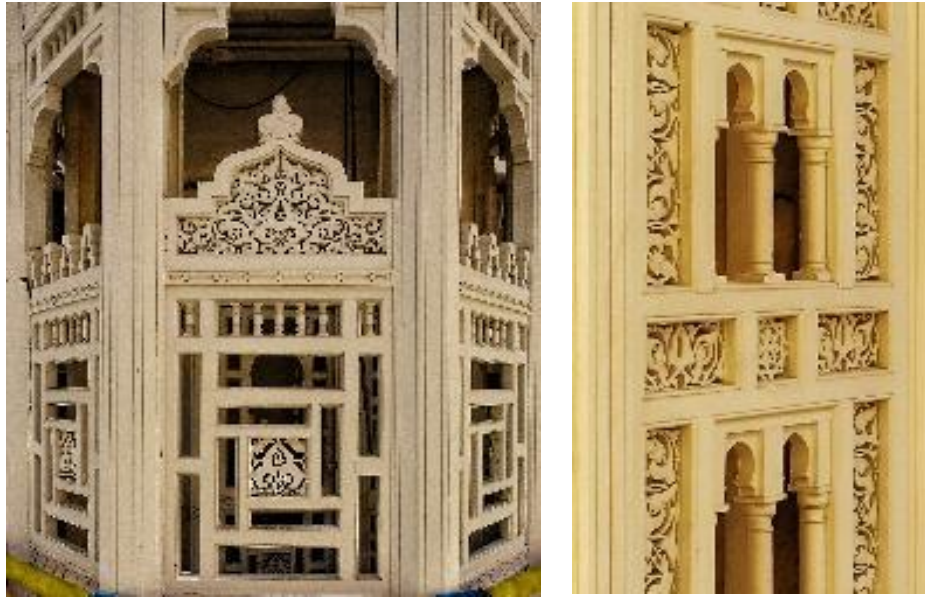


Figure 65. – Détails des arabesques. (Source : F.Toumi, 2018.)

On retrouve également d'autres motifs comme le Qaïm Naïm, régulièrement employé dans l'art islamique.

4. Évolution et devenir des Galeries de France

Après l'indépendance, en 1962, les Galeries de France sont renommées Galeries Algériennes. Leur activité commerciale perdure jusqu'à leur fermeture en 1988, après la faillite de la société publique qui gérait l'établissement. L'édifice demeure fermé jusqu'à ce que le Ministère de la Culture en prenne la tutelle. En 2008, le bâtiment est classé Monument Historique. La même année, des travaux de réhabilitation sont entamés sous la supervision de l'architecte Halim Faïdi.

A l'issue de cette réhabilitation, les Galeries Algériennes sont converties en Musée National d'Art Moderne (MAMA). Des expositions éphémères s'y tiennent plusieurs fois par an. L'édifice historique, remis en état, quitte sa fonction commerciale première et pour s'insérer dans l'ossature des édifices culturels d'Alger.

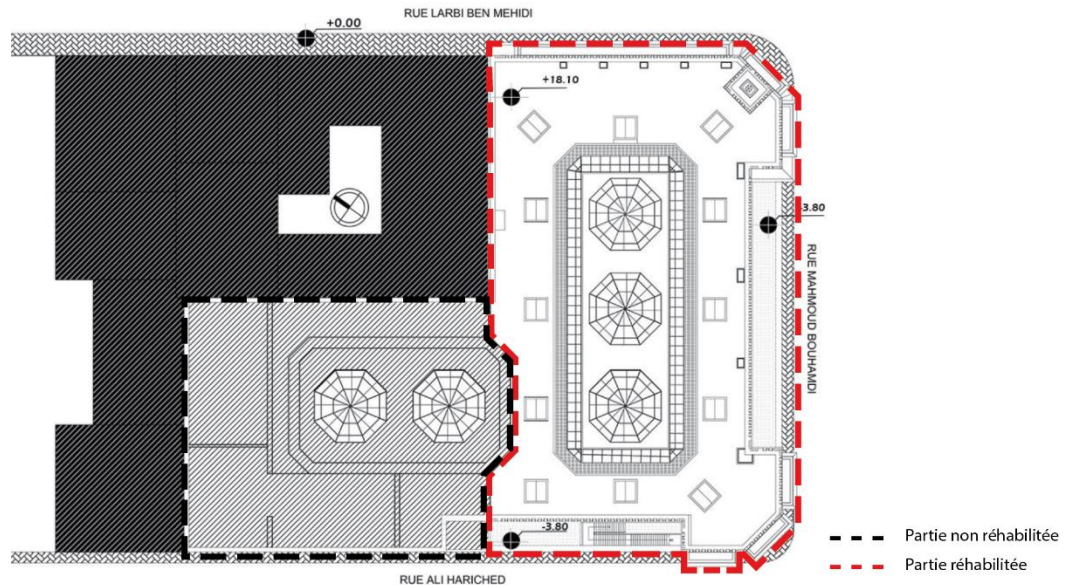


Figure 66. – *Étendue de la réhabilitation des Galeries Algériennes.*
(Fond de plan : Bouchoucha N., traitement : auteure.)

Depuis la dernière Exposition internationale d'art contemporain, Performance et Fashion Design « Al-Tiba9 » qui s'est tenu au sein du musée en Septembre 2019, le musée est fermé jusqu'à nouvel ordre pour cause de travaux de confortement¹¹¹.

¹¹¹ L'information est annoncée sur la page d'accueil du site officiel du Musée National d'Art Moderne. URL : mama-dz.com [Accessed on 24.11.2020]

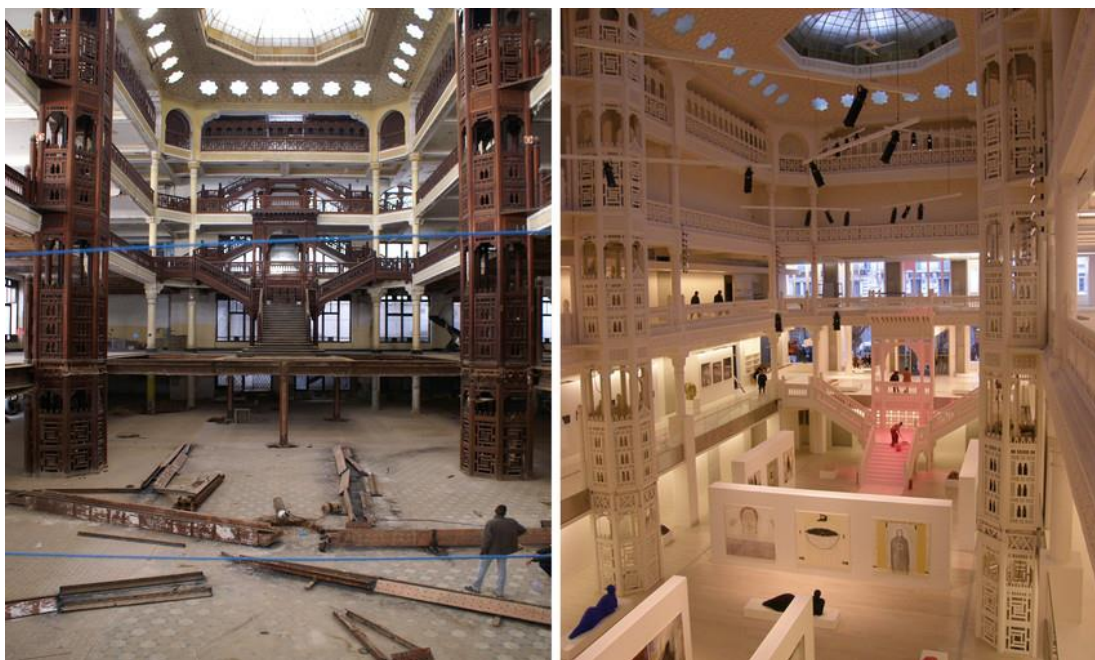


Figure 67. — *Le hall central avant/après réhabilitation. (mama-dz.com)*

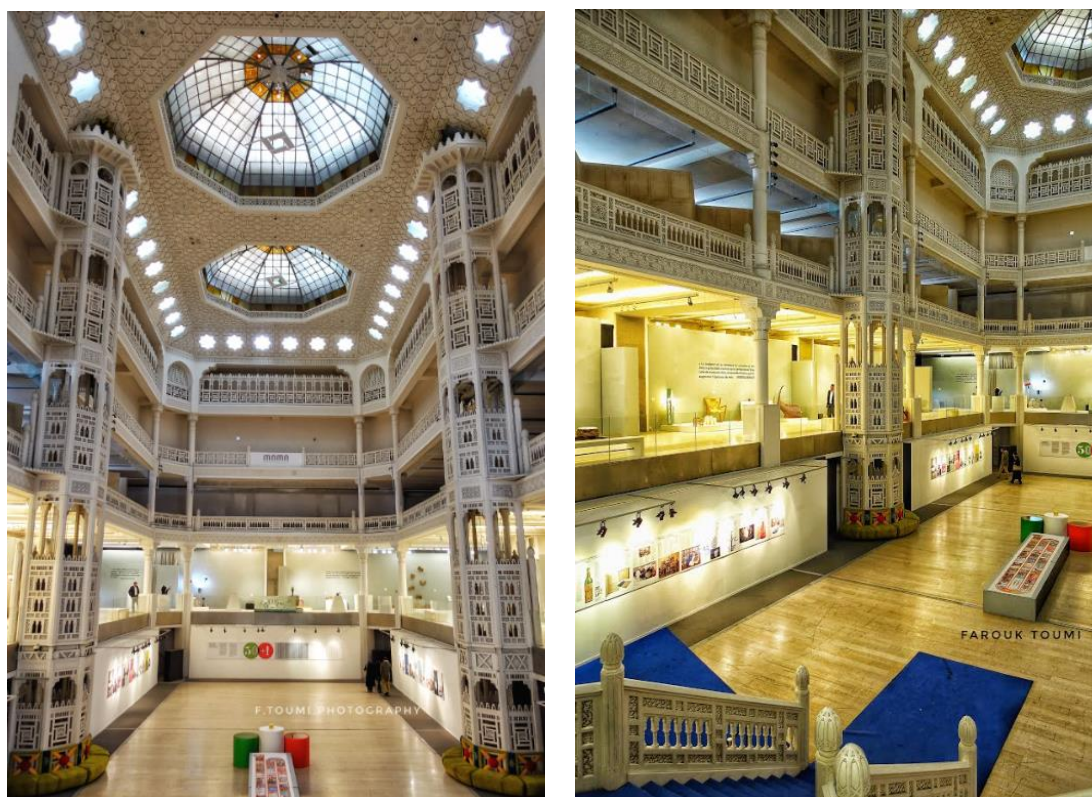


Figure 68. — *Intérieur du MAMA, 2020. (F. Toumi)*

Chapitre III : Autres exemples Algériens de Grands Magasins

I. Galeries de France d'Oran

Les Galeries de France d'Oran, succursale de l'Entreprise Française des Magasins Modernes, sont inaugurées en 1923, au cœur de la ville, près de 10 ans après celles d'Alger et 2 ans avant celles de Bône. A la différence des Galeries de France d'Alger, la façade de ces Grands Magasins Oranais, laisse paraître un style Louis XVI affirmé¹¹². Malgré cette notable différence stylistique avec les Galeries de France d'Alger, les deux édifices partagent, en plus de leur vocation commerciale première, une vocation culturelle, puisque ce semblable oranais sera également transformé en musée d'Art Moderne d'Oran (MAMO) en 2017.



Figure 69. — *Galeries de France, Rue d'Arzew, Oran.*



Figure 70. — *Rue d'Arzew (Galeries de France à Gauche), Oran, 1925.*

II. Galeries de France de Bône

L'inauguration des Grands Magasins des Galeries de France, conçues par l'architecte Émile Cayla, au cœur de la ville de Bône et sur l'une de ses rues principales, a eu lieu en 1925. La façade de l'immeuble obéit au pur style Louis XVI (rigueur des formes géométriques) qui

¹¹² Les Galeries de France à Oran. *L'Afrique du Nord illustrée*, 21 novembre 1925.

enveloppe une ossature générale faite entièrement en Béton Armé et s'élançant sur six niveaux, posés sur des sous-sols réservés au service des expéditions, à la réception et à une salle de marques pour les articles de Paris.

Le rez-de-chaussée, ainsi que les deux premiers étages, sont destinés aux articles d'habillement. Le troisième, aux meubles et aux bureaux d'administration du magasin. Au quatrième étage ont été mis en dépôt les réserves relatives aux différents rayons, en plus d'une salle consacrée aux nouveautés. Le cinquième étage, quant à lui, est destiné aux ateliers de menuiseries et de tapisserie¹¹³.



Figure 71. — *Les Grands Magasins des Galeries de France à Bône.*



Figure 72. — *Vue générale des vitrines, rue Bertagna, Bône.*

III. Au Bon Marché d'Alger

Conçu par les architectes Henri Petit et Georges Garnier en 1919, le Grand Magasin Au Bon Marché, succursale de l'établissement parisien d'Aristide Boucicaut est inauguré en 1923 à

¹¹³ Inauguration des Galeries de France à Bône. *L'Afrique du Nord illustrée*, 24 Octobre 1925.

l'emplacement d'un petit immeuble du XIX^e siècle qui abritait autrefois des commerces (d'abord des pompes funèbres puis une quincaillerie).

Le bâtiment est organisé autour d'un grand atrium, entouré de trois niveaux de galeries. Les planchers étaient initialement destinés à une structure métallique, mais ils ont finalement été réalisés en ciment armé.



Figure 73. — *Intérieur du Bon Marché d'Alger.*

Le magasin ferme en 1949 et l'immeuble est vendu. L'immeuble tel qu'on le connaît aujourd'hui est le fruit d'une intervention qui a eu lieu en 1952, où l'architecte Marcel Lathuillère rabaisse la verrière pour ne plus couvrir que le rez-de-chaussée où des commerces persistent. Les niveaux restants sont transformés en bureaux et trois nouveaux niveaux viennent rehausser l'immeuble¹¹⁴.

En 1961, un nouveau magasin Au Bon Marché, doté d'une architecture plus moderne, est inauguré au n°29 bis de la rue d'Isly. Le magasin est aujourd'hui remplacé par l'Oasis, un centre commercial aux allures contemporaines.

¹¹⁴ PIATON, C., HUEBER, J., DU BOISTESSELIN, A., AICHE, B. & LOCHARD, T. 2016. *Alger: ville & architecture, 1830-1940*, Éditions Honoré Clair.



Figure 74. — *Au Bon Marché d'Alger, Rue d'Isly, avant réhaussement. Source : Judaicalgeria*



Figure 75. — *Au Bon Marché d'Alger, Rue d'Isly, après réhaussement. Source : Judaicalgeria*

Conclusion

Après nous être focalisés sur l'ossature commerciale d'Alger dans cette troisième partie de notre travail, nous avons constaté que pendant la période ottomane, une concentration de marchés s'amassait dans les quartiers les plus peuplés de la ville. Les *souks* étaient souvent spécialisés, tout comme l'étaient certaines rues de la Casbah dont le nom renvoyait à la vocation des échoppes de ses artisans.

Il est intéressant de rappeler que malgré les précieuses informations qui nous sont parvenues sur cette ossature commerciale à l'époque ottomane, il manque à Alger des cartes précises de la configuration de la vieille ville, avant l'avènement des colons français et les travaux de restructuration précipitée du génie militaire français qui manquaient de relever l'état existant de la ville avant d'entreprendre les opérations de destruction.

Pendant la période coloniale, des marchés couverts sont construits à l'emplacement de certains marchés d'époque turque. L'espace commercial passe alors d'un espace ouvert, à un espace couvert, clos et clairement défini. Néanmoins, comme nous l'avons évoqué au début de ce travail, le *souk* traditionnel connaîtra une résurgence au fil du temps et les marchés couverts finiront par être parfois délaissés au profit du commerce clandestin.

L'exemple le plus notable de ces mutations et transformations est le marché de Chartres qui trouve demeure dans le très commerçant ancien quartier turc de Bab Azoun qui, dans le temps, était une succession de *souks*. Après avoir servi de marché ouvert durant les premières années de la colonisation, il se déplace au sein d'un marché couvert bâti pour enfin se défaire quelque peu de l'espace restreint qui lui est alloué et s'emparer de la rue à nouveau.

Concernant les passages couverts, à la différence de la notion parisienne de cette typologie commerciale, la notion de passage couvert, à Alger, renvoie à un passage étroit, servant de raccourci, parfois bordé de modestes échoppes, rarement synonyme de luxe et de prestige.

Les diverses mutations que subit l'espace commercial tant à Alger que dans la métropole française, conduit à l'importation, en Algérie, des Grands Magasins. Leur première manifestation s'illustre à travers les Galeries de France d'Alger qui s'éprennent de la rue d'Illy comme

emplacement, pour sa vocation commerciale avérée et en sa qualité de nouveau centre de développement de l'Alger européen dès la moitié du XIX^e siècle. Cette première manifestation se distingue visiblement du modèle originel parisien à travers un style néo-mauresque affirmé, résultant du contexte politique et social local. Néanmoins, les Galeries de France ne manquent pas de partager quelques caractéristiques communes avec le modèle architectural parisien.

Dans le tableau ci-dessous, nous avons tenté de dresser les principales similarités et différences entre le modèle parisien du Grand Magasin et la toute première application de cette typologie commerciale en Algérie.

		AU BON MARCHÉ DE PARIS	LES GALERIES DE FRANCE À ALGER
		<i>Modèle architectural parisien/européen du Grand Magasin</i>	<i>Premiers Grands Magasins d'Algérie</i>
GÉNÉRALITÉS	DATE DE CONSTRUCTION	1852 - 1877	1901-1909
	ARCHITECTE	Alexandre Laplanche puis Louis-Charles Boileau père et fils	Henri Petit
	PROPRIÉTAIRE	Aristide et Marguerite Boucicaut	Société française des magasins modernes
A L'ÉCHELLE URBAINE	EMPLACEMENT DANS LE TISSU URBAIN	Au coeur de Paris, sur un axe commercial historique datant de l'époque romaine, la rue de Sèvres. Emplacement sur une parcelle d'angle.	Au coeur de l'Alger européen, dans le quartier d'Isly, non loin du célèbre marché du même nom. Emplacement sur une parcelle d'angle.
		Emplacement central, sur une parcelle d'angle.	
	SURFACE	300m ² en 1852 50 000m ² en 1877	10 000m ²
	GABARIT	Sous sol + 6 niveaux	Sous-sol + 4 niveaux
	IMPACT URBAIN	Réalisation d'édifices commerciaux de même envergure et d'édifices d'accompagnement qui peu à peu transforment l'aspect et le vécu de la ville.	
A L'ÉCHELLE ARCHITECTURALE	STYLE ARCHITECTURAL	Style haussmannien	Style néo-mauresque
	EXTÉRIEUR	Des rotondes à oculus aux quatre coins de l'édifice.	Minaret orné d'un cadran d'horloge à l'angle de l'édifice, visible depuis la place d'Isly.
		Élément d'appel marquant à l' angle de l'édifice.	

SYS. CONSTRU.	INTERIEUR		Accès direct à partir de l'axe commerçant.	
		ENTRÉE	Imposante. Surmontée d'un fronton et encadrée de statues et de sculptures .	Plus discrète, surmontée d'une corniche en tuile reposant sur des corbeaux de bois, longeant toute la façade donnant sur la rue d'Isly, jusqu'au minaret.
		OUVERTURES	Ouvertures rythmées aux étages et larges et hautes baies vitrées au rez-de-chaussée, offrant une vue sur les marchandises.	
			Les vitrines sont rectangulaires et les menuiseries sont en fer .	Les vitrines sont surmontées d'arcs outrepassés brisés, les menuiseries et balustrades sont en bois .
		TOITURE	Toiture parisienne typique en ardoise et en zinc , visible à partir de la rue.	Toiture plate , invisible à partir de la rue, couronnement sous forme merlons .
		ORNEMENTATION	Fronton, pilastres, culptures, statues, cariatides, etc.	Arcs outrepassés, faiences, corbeaux en bois et corniches en tuile, colonnes, etc.
		FONCTIONNEMENT DE LA PARTIE PUBLIQUE	L'espace s'organise autour d'un hall central où sont exposées une grande partie des marchandises. Autour du hall se déploient des galeries sur plusieurs niveaux, où se tiennent les étalages. Sur l'ensemble des niveaux, le hall central est visible à partir des galeries.	
		MODE DE CIRCULATION HORIZONTALE	Le parcours de circulation horizontale s'organise en boucle autour du hall central, optimisant de tout part la vue sur l'ensemble des marchandises.	
		MODE DE CIRCULATION VERTICALE	L'accès aux étages supérieurs se fait à partir d'un escalier monumental central.	
			Escalier métallique à double révolution	Escalier en bois tournant à deux volées droites alternativement divergentes et convergentes
		ECLAIRAGE	Eclairage zénithal à travers des verrières	
			A travers des double verrières étanches de forme prismique .	5 verrières sous forme de dôme à base octogonale .
		ORNEMENTATION	Le fer est l'élément d'ornementation par excellence. Les colonnes, les rambardes et les rampes d'escaliers sont entièrement faites de fer forge à des fins décoratives.	Le bois est maître du plafond au sol. A l'extérieur comme à l'intérieur des Galeries de France, sculptées, gravées et percées de motifs propres au style néo-mauresque, les boiseries sont omniprésentes. Sculptées, gravées et percées.
		MATÉRIAUX EMPLOYÉS	Le bois (charpente du 1er bâtiment), meulière, roche de Lérrouville, verre, fer.	Pierre, bois, verre, métal...

	ELÉMENTS DE STRUCTURE	Eléments d'appui verticaux en charpente métallique, fer et fonte, tant dans les éléments de structure que dans l'ornementation.	
	EVOLUTION ET DEVENIR	La fonction commerciale de ces Grands Magasins est conservée . En plus d'être un lieu de consommation par excellence, ils constituent aujourd'hui une attraction touristique, pour leur aspect luxueux et leur valeur historique.	Ces Grands Magasins, renommés Galeries Algériennes après l'indépendance, puis fermées pendant de longues années pour faillite, ont été réhabilitées et transformées, en 2007, en Musée d'Art Moderne.

Tableau 3. – Tableau comparatif entre les caractéristiques du Bon Marché de Paris et celles des Galeries de France (Auteure)

Cette lecture comparative nous permet de conclure sur le fait que les Grands Magasins importés en Algérie font l'objet d'une contextualisation déterminée par les facteurs politiques, sociaux et économiques contemporains à leur première apparition à Alger mais partagent néanmoins quelques caractéristiques avec le modèle architectural parisien des Grands Magasins.

L'étude sommaire d'autres exemples de Grands Magasins en Algérie à savoir : Les Galeries de France à Oran, les Galeries de France à Bône et le Bon Marché d'Alger, nous a permis de constater que le modèle néo-mauresque du premier Grand Magasin algérois n'a pas été généralisé ailleurs dans le pays et ce, du fait des oscillations des politiques de gouvernance à l'égard d'une identité architecturale locale portée par l'architecture néo-mauresque.

Conclusion générale

La lecture rétrospective de l'évolution des espaces commerciaux au fil du temps, ainsi que l'étude de leur emplacement dans la ville, nous permettent de vite constater que la ville et le commerce forment un couple indissociable. D'un point de vue purement utilitaire, l'espace commercial, en sa qualité de réponse aux besoins d'une clientèle avérée, s'inscrit dans une zone de chalandise bien définie, souvent associée à une centralité urbaine.

De nos jours, les nouveaux moyens de mobilité et de transport nous permettent de parcourir des distances relativement importantes pour assouvir notre besoin de consommation. Cela se manifeste dans l'emplacement des grandes surfaces commerciales et des centres commerciaux en périphérie des centres urbains.

Néanmoins, jusqu'à la moitié du XIX^e siècle, les déplacements étaient considérablement restreints. L'offre commerciale prenait place, principalement, en centre-ville. Profitant d'une chalandise existante, diverses typologies d'espaces commerciaux se succèdent. Ces espaces commerciaux sont tantôt couverts, tantôt ouverts. Tantôt restreints dans un espace clos et clairement défini, tantôt dépourvus de limites, se résumant à des étalages sur la rue. Ils sont tantôt bâtis et permanents, tantôt improvisés, éphémères, ou périodiques.

Parmi ces diverses typologies d'espaces commerciaux, les galeries marchandes et les Grands Magasins se distinguent par la somptuosité de leur architecture, leur exploitation des avancées techniques, leur emplacement et leur impact à l'échelle urbaine.

Les galeries marchandes, populaires dès la fin du XVIII^e siècle, jusqu'au milieu du XIX^e, tirent profit des étroits percements dans le tissu urbain, servant souvent de raccourcis, pour implanter des boutiques variées de part et d'autres du passage. Couvertes d'une verrière, éclairées et agréables à parcourir, elles contribuent à la structuration du tissu urbain.

Nés à Paris au milieu du XIX^e siècle, les Grands Magasins constituent une réelle révolution dans la pensée et la conception de l'espace commercial, si bien qu'ils sont perçus comme étant l'ancêtre des centres commerciaux. En Europe, ils se conforment le plus souvent au modèle

originel parisien, « Au Bon Marché », tant dans sa typologie architecturale et constructive, son organisation et son fonctionnement, que dans son emplacement dans le tissu urbain.

Au-delà du continent européen, à l'exemple de l'Amérique du Nord, les Grands Magasins conservent cette organisation et ce fonctionnement inspirés du modèle parisien, tout en se conformant à une typologie architecturale, une typologie constructive et à un style contextualisé.

A Alger, la première manifestation des Grands Magasins s'est faite à travers les Galeries de France. Au vu de sa vocation commerciale et de son importance historique, la rue d'Isly est destinée à être l'emplacement idéal pour accueillir cette toute nouvelle expérience commerciale. De fait, le choix de l'emplacement du Grand Magasin est motivé par une riche ossature commerciale préexistante, assurant une portée auprès d'une clientèle avérée.

Par ailleurs, la relation établie entre le commerce et la ville implique que l'implantation d'un espace commercial d'une aussi grande envergure impacte systématiquement l'évolution de la ville. Si bien qu'une structure commerciale telle que le Bon Marché de Paris ou les Galeries de France d'Alger engendrent une fièvre contagieuse menant à la réalisation d'édifices commerciaux de même envergure et d'édifices d'accompagnement pouvant considérablement transformer l'aspect et le vécu d'une étendue urbaine.

La création des Galeries de France coïncide avec l'adoption du style néo-mauresque comme style national, vecteur d'une identité algérienne. L'exportation de cette typologie d'espaces commerciaux en Algérie se conforme au contexte spatio-temporel de son apparition. Ce faisant, les Galeries de France adoptent le néo-mauresque comme style architectural. Il est fréquent que l'architecture laisse transparaître les conditions politiques, économiques et historiques du contexte physique dans lequel elle prend place. Les Galeries de France sont l'exemple même de la soumission d'une typologie architecturale importée aux conditions idéologiques de la production artistique et architecturale de l'époque.

Après les Galeries de France, d'autres Grands Magasins ont vu le jour à travers le pays. Une succursale de la prestigieuse Maison Boucicaut, « Au Bon Marché d'Alger » a même été édifiée à quelques mètres seulement des Galeries de France. Cependant, force est de constater

que contrairement au modèle parisien, le Grand Magasin de style néo-mauresque ne s'est pas généralisé à travers la ville et le pays.

Ce manque d'homogénéité dans le style architectural des Grands Magasins en Algérie n'est autre que le reflet des conditions politiques et socio-économiques vécues par l'Algérie coloniale qui font qu'en ce début de XX^e siècle, les villes algériennes oscillent entre occidentalisation et orientaliation en fonction des fluctuations des politiques gouvernementales qui varient entre conciliation et intransigeance vis-à-vis de l'affirmation d'une éventuelle identité locale illustrée dans le style néo-mauresque en architecture.

Enfin, la transformation des Galeries de France d'Alger et plus tard celles d'Oran en musée d'art moderne et contemporain témoigne d'une muséification volontaire aspirant à valoriser les vestiges du passé tout en profitant de leur emplacement stratégique pour contribuer à la revitalisation du centre-ville au moyen de hauts lieux culturels alloués à l'expression artistique.

Perspectives de recherche

Par manque de données et de documents d'archives, nous n'avons pas pu nous approfondir davantage quant au système constructif des Grands Magasins qui font l'objet de notre cas d'étude. Afin de compléter ce travail, des recherches pourraient se focaliser exclusivement sur l'identification et l'étude des systèmes constructifs employés dans la réalisation de ces édifices de grande envergure à Alger, en sachant que pendant la colonisation française, Alger a souvent été considérée comme un terrain d'expérimentation pour la métropole en termes de construction.

Par ailleurs, quand bien même nous aurions cité un exemple oranais et un exemple bônois dans notre travail, ce dernier s'est principalement focalisé sur la première manifestation du Grand Magasin à Alger, ne survolant que très sommairement les autres manifestations de cette typologie à Alger comme en Algérie. Une recherche plus poussée sur ces autres manifestations pourrait mener à une meilleure compréhension de l'adaptation des Grands Magasins aux contextes urbains, sociologiques, économiques et politiques variés des autres villes algériennes.

Enfin, des recherches pourraient s'axer sur le devenir des espaces commerciaux physiques, à l'ère du foisonnement notable du commerce en ligne. Car comme nous l'avons vu au sein de ce travail, le commerce et la ville sont en étroite liaison et les espaces commerciaux contribuent grandement à l'animation et au dynamisme des villes. Avec l'essor des plateformes de vente en ligne, en Algérie comme partout ailleurs et la dématérialisation de l'acte de « faire ses courses », le devenir des espaces commerciaux existants et la forme que pourraient prendre les lieux de pratique du commerce au futur pourraient être déterminants quant à l'évolution et au devenir de nos villes.

Références bibliographiques

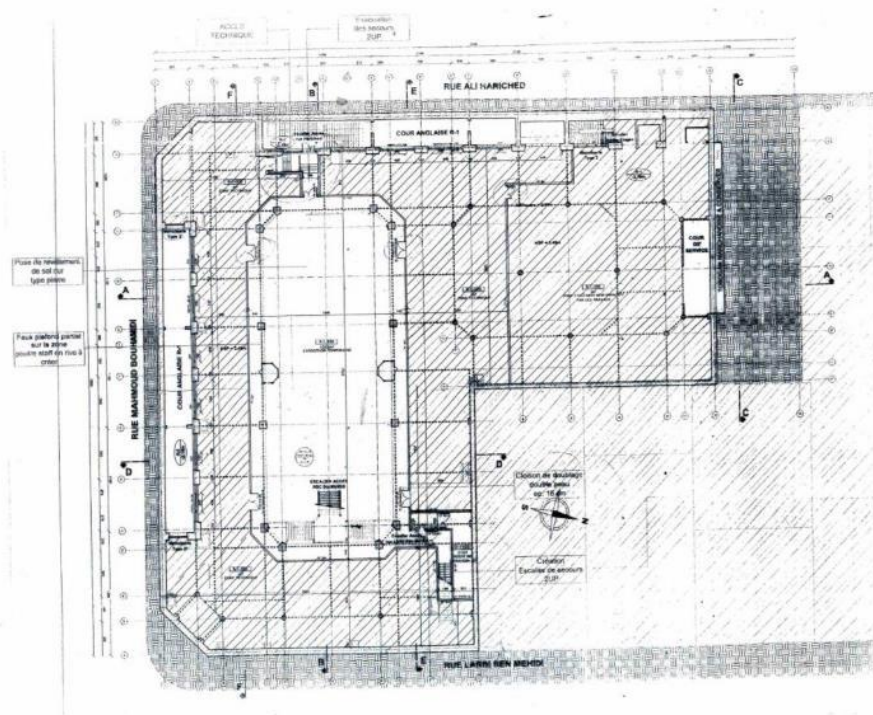
- ALEXANDRE-BIDON, D. C., E.;** GAIMARD, M.; JUHEL, F.; MANE, P.; RYSER, N.; TEXIER, S. 2015. *Techniques et métiers, Le Bon Marché, Passerelles BnF* [Online]. BnF, Direction de la diffusion culturelle, Éditions multimédias. Available: http://passerelles.bnf.fr/techniques/bon_marche_05.php [Accessed 08/11/2020].
- ALONSO-PROVENCIO, M.** 2013. Les mutations des centres et l'urbanisme commercial à Lausanne *Urbia - Les Cahiers du Développement urbain*.
- BEAUDICOUR, L. D.** 1860. *Histoire de la colonisation de l'Algérie*.
- BENJAMIN, W.** 1939. Paris, capitale du XIXe siècle. *Les classiques des sciences sociales*.
- BÉRARD, V.** 2018. *Description d'Alger Et de Ses Environs (Ed. 1867)*, Paris, Hachette Livre.
- BONY, G.** *Les Marchés d'Alger - Judaic Algeria* [Online]. Available: <https://www.judaicalgeria.com/pages/alger-les-marches.html> [Accessed 18.10.2020].
- BOULBENE-MOUADJI, I. F.** 2012. *Le style néo-mauresque en Algérie : Fondement - portée - réception (A travers quelques exemples d'édifices à Annaba, Constantine et Skikda)*. Magistère en architecture, Université Mentouri - Constantine.
- BRIAN, J. B., L.** 1962. *Etudes comparatives des systèmes de places centrales*, Washington, Projet NR 389-126 (Office of naval research, geography branch, 1962).
- BRIAN, J. B., L.** 1971. *Géographie des marchés et du commerce de détail*, Paris, Ed. Armand Colin.
- CENTLIVRE, P.** 1970. *Un Bazar d'Asie Centrale*. Thèse de doctorat ès lettres, Université de Neuchatel.
- CHALABI, A. LAZRI, Y.** 2019. Lecture interprétative du langage architectural des façades néo-mauresques en Algérie à travers quelques exemples d'édifices publics. *Sciences & Technologie, n°49, juin 2019*, 9-20.
- CHERIF, N.** 2017. Alger, 1830-1980: Chronique d'une historiographie en construction. *Perspective*, 131-152.
- CONDE-REIS, G.** Les passages couverts : un accident de l'histoire. *Les Cahiers de l'Urbanisme, N°70, Décembre 2008*, 74-78.
- COVILLE, A.** 1928. Les villes du Moyen Âge, premier article. *Journal des Savants*, 15-22.

- DE FALLOIS, J.** 1768. *L'école de la fortification, ou les elemens de la fortification permanente (etc.)*, George Conrad Walther.
- DE MONCAN, P.** 2009. *Le Paris d'Haussmann*, Les éditions du Mécène
- DES SALLES, E.** 1837. *Alger 1837 - Le Quartier des Souks*. Paris, France: Archives Nationales de France.
- DJAMENT, G. C., M.** 2005. Traduire Christaller en français. Textes seuils, réception, récit de découverte. *Cybergeo : European Journal of Geograpy*.
- EMERIT, M.** 1952. Les quartiers commerçants d'Alger à l'époque turque. *Algeria et l'Afrique du nord illustrée*. Office Algérien d'Action Economique et Touristique (OFALAC) ed. 26 bd Carnot ou 40-42, rue d'Isly, Alger.
- FECHNER, E.** 1999. *Le pays d'où je viens*, Paris, Calmann-Lévy.
- FENINEKH, K.** 2001. L'espace marché : mutation ou résurgence ? Le cas d'Oran. *Insaniyat* [Online]. Available: <http://journals.openedition.org/insaniyat/9641> [Accessed 06 octobre 2020].
- GÉLY, J.-M.** *Les grandes réalisations : Les galeries de France* [Online]. Paris. Available: <http://www.cdha.fr/les-grandes-realizations-les-galeries-de-france-dalger> [Accessed 24.11.2020].
- GIRARD, P.** 1882. L'Asclépieion d'Athènes d'après de récentes découvertes, par M. Paul Girard. *Bulletin de Correspondance Hellénique*.
- HUEBER, J.** 2018. Documenter le patrimoine et l'architecture d'Alger : les Feuilletts d'El-Djezaïr. *ABE Journal [Online]*, 13, 21.
- JORDI, J.-J.** 1998. Alger 1830-1930 ou une certaine idée de la construction de la France. *Méditerranée*, 29-34.
- JUHEL, F.** 2012. *Passerelles BNF - L'architecture de Fer* [Online]. Fichiers numériques réalisés par le département de Reproduction de la BnF. Available: http://passerelles.bnf.fr/albums/architecture_fer/index.htm [Accessed 08/11/2020].

- JUHEL, F.** 2015. *Dossier Le bon marché - Le couple Boucicaut* [Online]. Paris: Bibliothèque nationale de France. Available: http://passerelles.bnf.fr/dossier/bon_marche_02.php [Accessed 15.11.2020].
- LOMBARD-JOURDAN, A.** 2009. Chapitre premier. L'implantation du "marché du roi" aux Champeaux. *Les halles de Paris et leur quartier (1137-1969) : Les halles de Paris et leur quartier dans l'espace urbain (1137-1969)*
- Paris: Publications de l'Ecole nationale des chartes.
- MALVERTI, X.** 1994. Les officiers du Génie et le dessin de villes en Algérie (1830-1870). *Revue des mondes musulmans et de la Méditerranée*, 229-244.
- MARENCO, C.** 1994. Le commerce et la ville, état de la recherche. *Les Annales de la Recherche Urbaine*, 124-126.
- MARREY, B.** 2020. *Le Bon Marché : Une cathédrale du commerce moderne* [Online]. Paris: La Connaissance des Arts. Available: <https://www.connaissancedesarts.com/archi-jardin-et-patrimoine/le-bon-marche-une-cathedrale-du-commerce-moderne-11147417/> [Accessed 15.11.2020].
- MEKLATI, S. A.** 2016. *Les halles de marchés en Algérie: Une architecture à l'âge industriel*. Magister en architecture et patrimoine, Ecole Polytechnique d'Architecture et d'Urbanisme.
- MERCIER, N.** 1985. *Un Grand Magasin Parisien : Le Bon Marché, 1863-1938*. Mémoire de fin d'études. Diplôme supérieur de bibliothécaire. Mémoire de fin d'études, Ecole Nationale Supérieure des Bibliothèques.
- METTON, A.** 1980. Les mutations de l'équipement commercial : un aspect de l'évolution urbaine. *Noréis*, 601-608.
- METTON, A.** 2001. Commerce et centralité dans les très grandes villes : effets et enjeux de la mondialisation de la distribution *Bulletin de l'Association de Géographes Français*, 321-329.
- MEZGHICHE, T.** 2018. *La Frabrique à Images : Une école du cinéma pour Alger*. Projet de fin d'études pour l'obtention du diplôme d'architecte, Ecole Polytechnique d'Architecture et d'Urbanisme d'Alger.

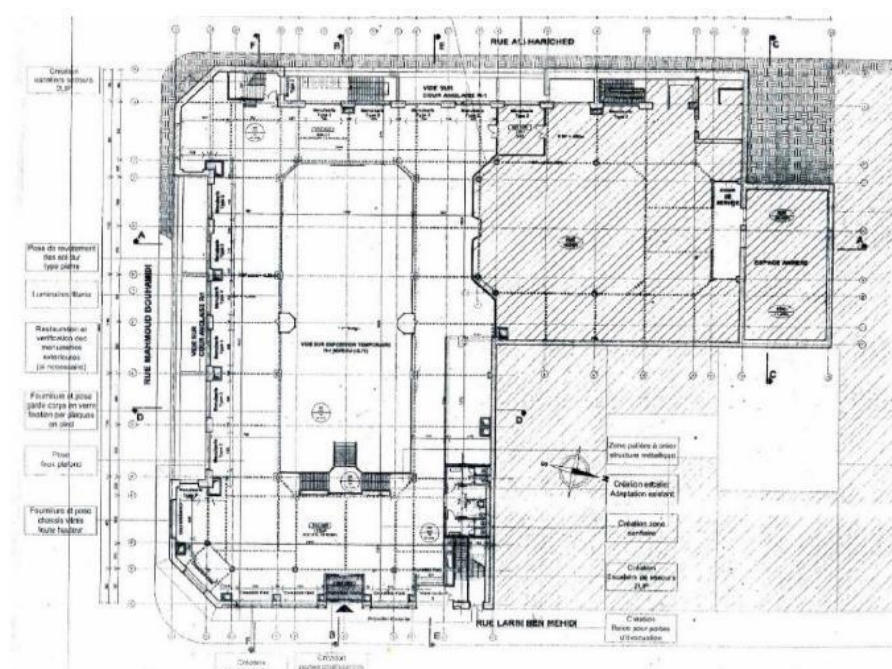
- MUMFROD, L.** 1961. *La cité à travers l'histoire*, Paris, Ed. Le Seuil.
- OULEBSIR, N.** 1994. La découverte des monuments de l'Algérie. Les missions d'Amable Ravoisié et d'Edmond Duthoit (1840-1880). *Revue des mondes musulmans et de la Méditerranée*, 57-76.
- OULEBSIR, N.** 2004. *Les usages du patrimoine : monuments, musées et politique coloniale en Algérie (1830-1930)*, Paris, Éd. de la Maison des Sciences de l'Homme.
- PIATON, C., HUEBER, J., DU BOISTESSELIN, A., AICHE, B. & LOCHARD, T.** 2016. *Alger: ville & architecture, 1830-1940*, Éditions Honoré Clair.
- PICARD, A.** 1994. Architecture et urbanisme en Algérie. D'une rive à l'autre (1830-1962). *Revue des mondes musulmans et de la Méditerranée*, 121-136.
- PIRENNE, H.** 1971. *Les villes du Moyen-Âge*, Paris, P.U.F.
- ROUAN SERIK, S.** 2014. *Les galeries marchandes, grandes et petites surfaces commerciales à Oran*. Magistère en géographie et aménagement, Université des Sciences et de la Technologie d'Oran.
- SPYROPOULOU, A.** 2001. Les transformations du marché d'Athènes à la fin du XIXe siècle. *Villes en Parallèle*, 100-107.
- THIVIERGE, S.** 1989. Commerce et architecture. *Continuité*, numéro 42.
- VIOLLET-LE-DUC, E. E.** 1854. *Dictionnaire raisonné de l'architecture française du XIe au XVIe siècle*, Banc.
- ZOLA, E.** 1883. *Au bonheur des dames*, Paris, Georges Charpentier.

Annexes



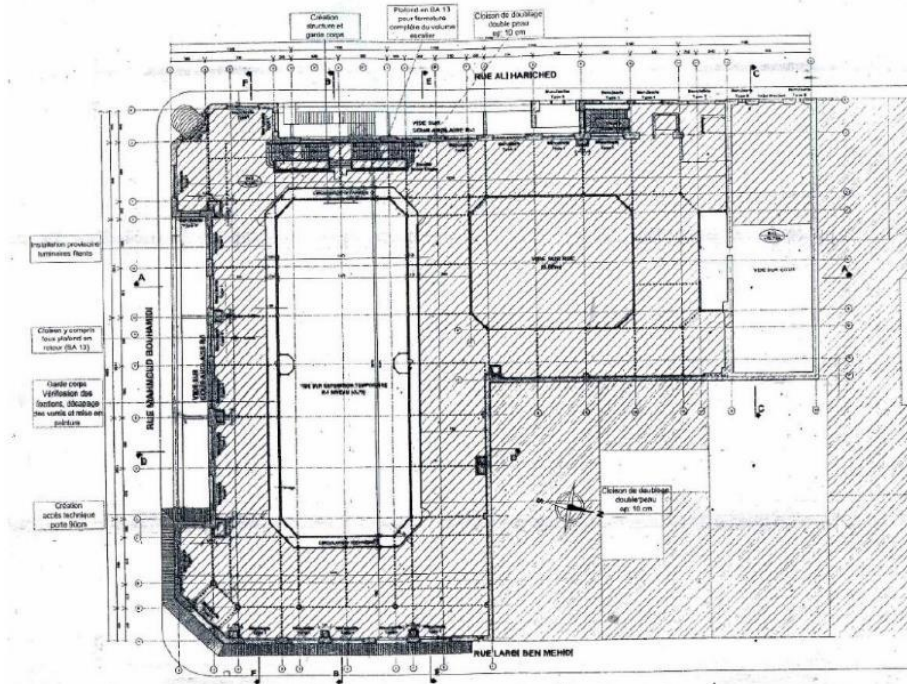
Annexe 1 – Dossier graphique du Musée National d'Art Moderne et Contemporain d'Alger.

H. Faidi, 2008. Plan du sous-sol.

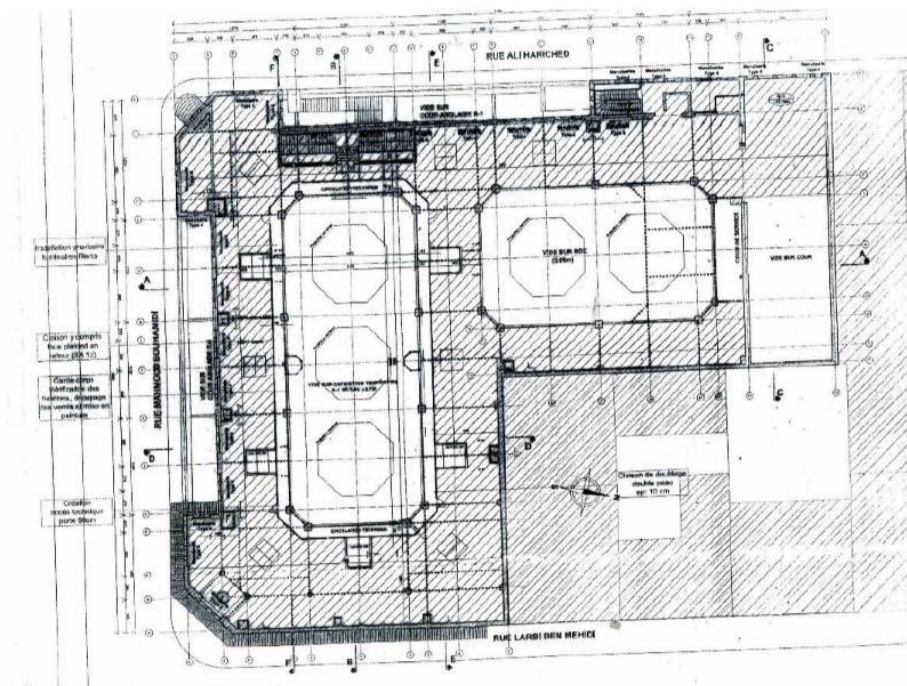


Annexe 2 – Dossier graphique du Musée National d'Art Moderne et Contemporain d'Alger.

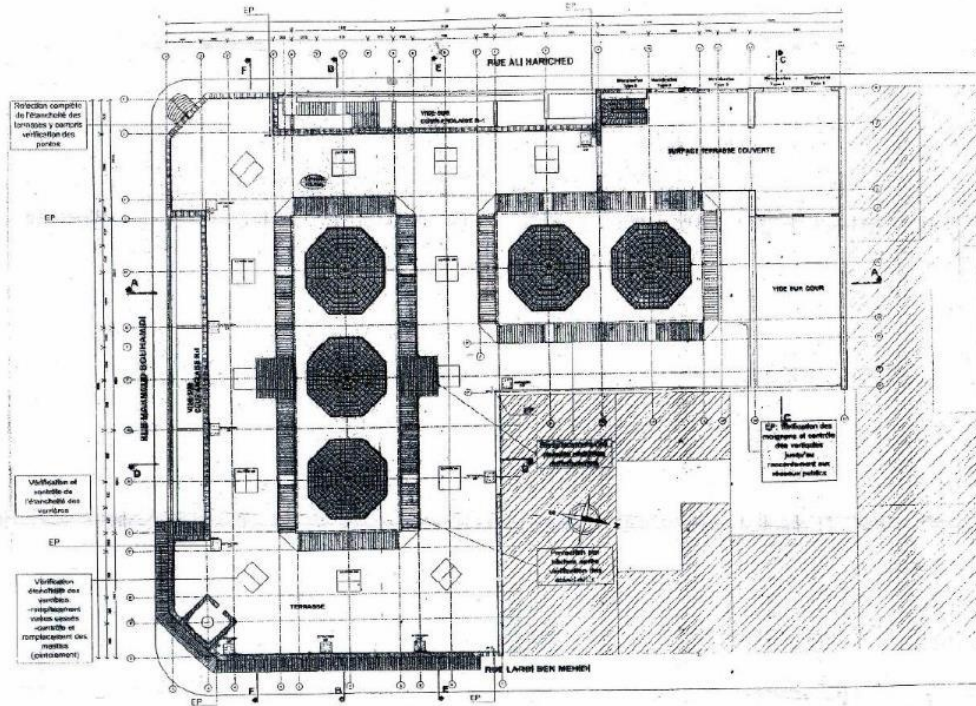
H. Faidi, 2008. Plan du rez-de-chaussée.



Annexe 4 – Dossier graphique du Musée National d'Art Moderne et Contemporain d'Alger.

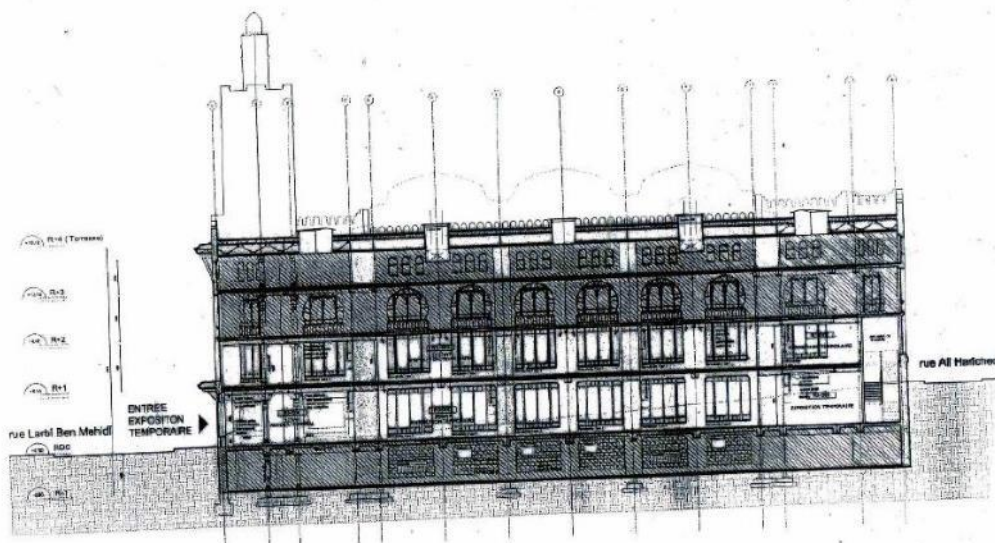


Annexe 3 – Dossier graphique du Musée National d'Art Moderne et Contemporain d'Alger.



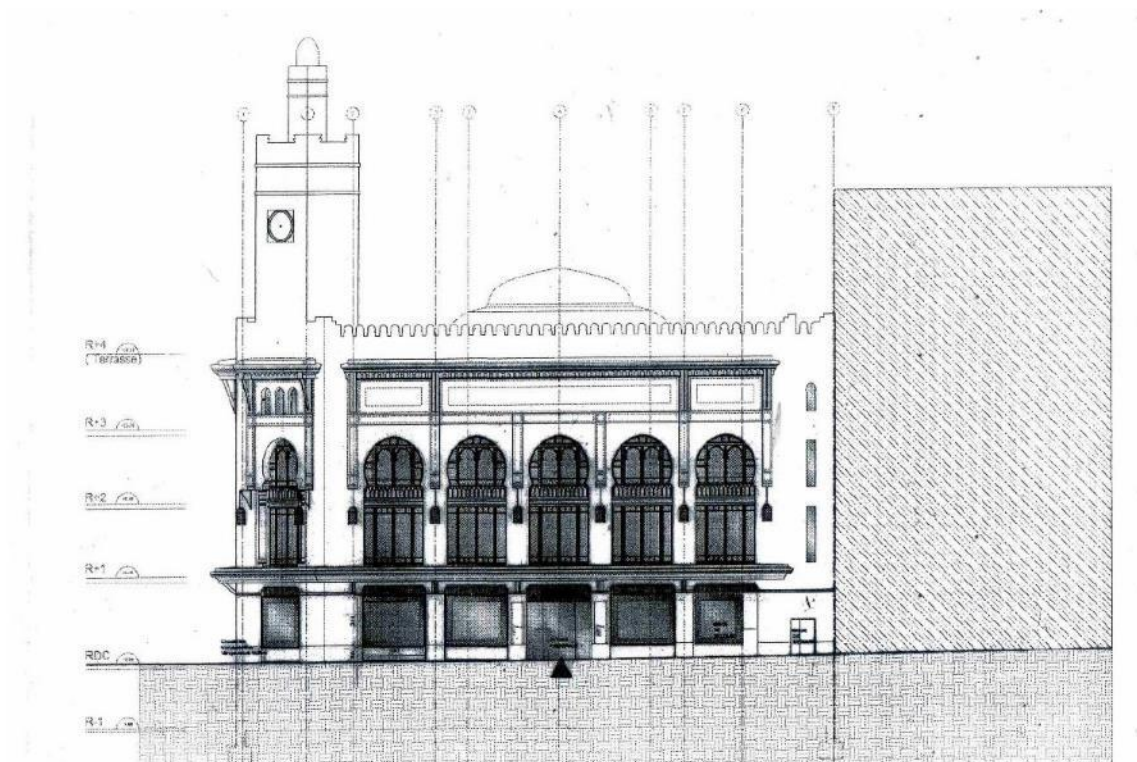
Annexe 6 – Dossier graphique du Musée National d'Art Moderne et Contemporain d'Alger.

H. Faidi, 2008. Plan du 3^{ème} étage.



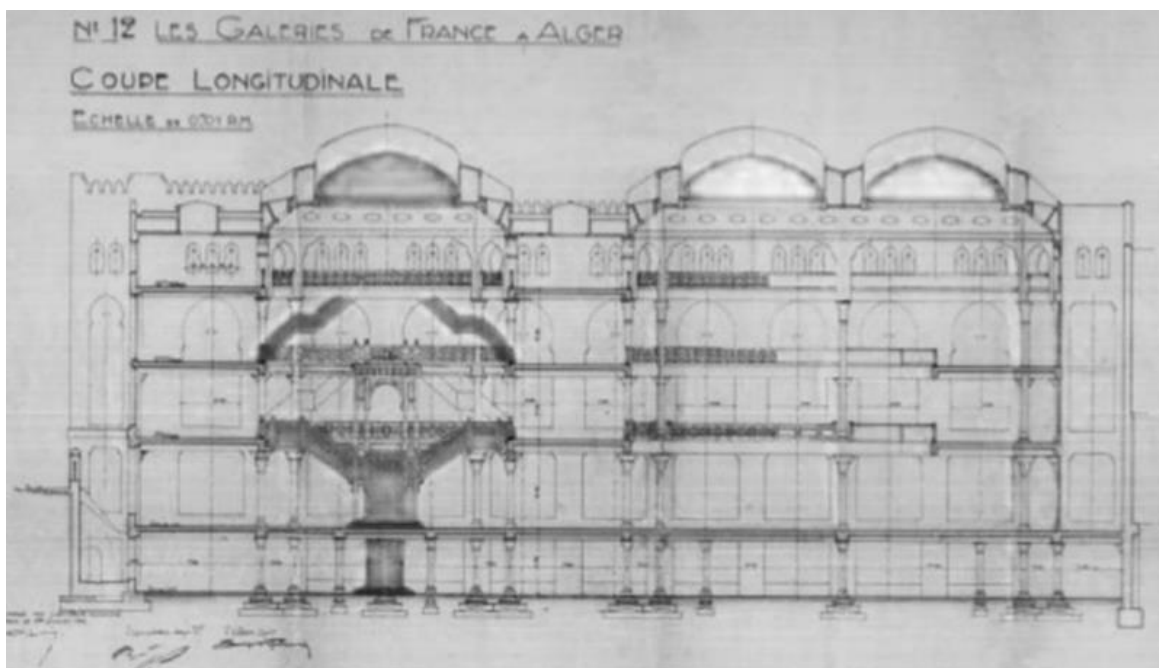
Annexe 5 – Dossier graphique du Musée National d'Art Moderne et Contemporain d'Alger.

H. Faidi 2008. Coupe Est-Ouest.



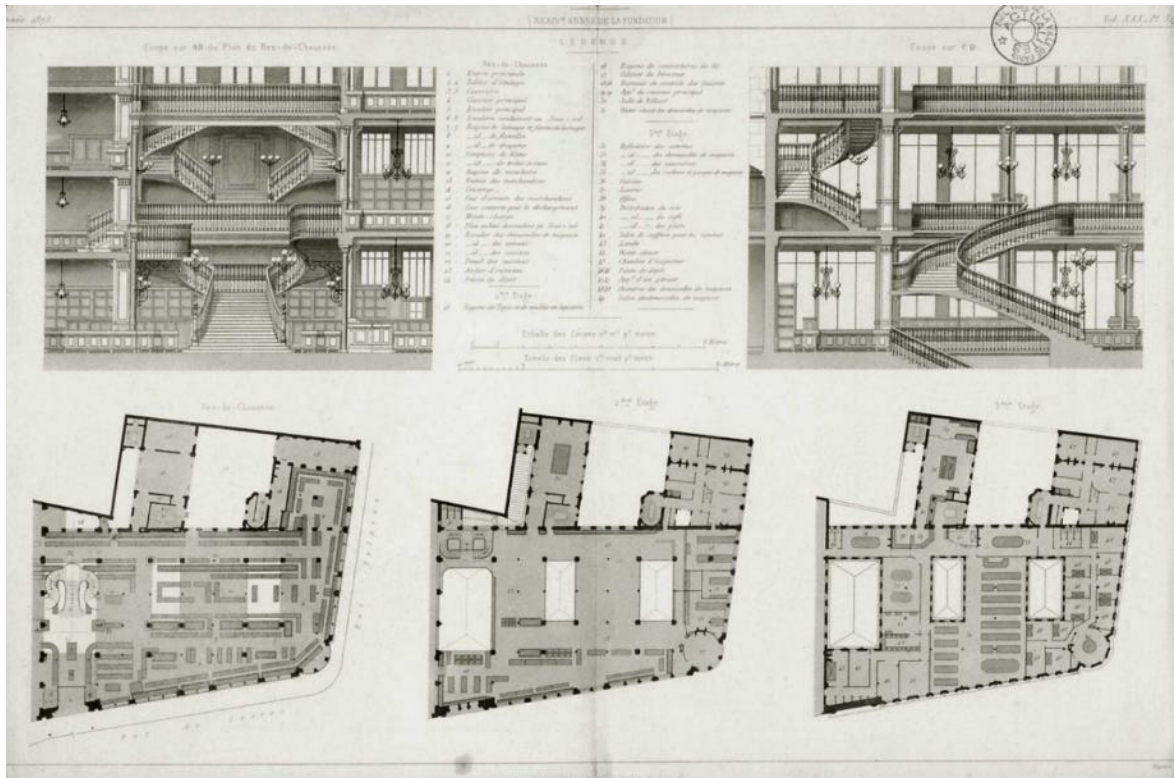
Annexe 8 – Dossier graphique du Musée National d'Art Moderne et Contemporain d'Alger.

H. Faidi 2008. Coupe Est-Ouest.



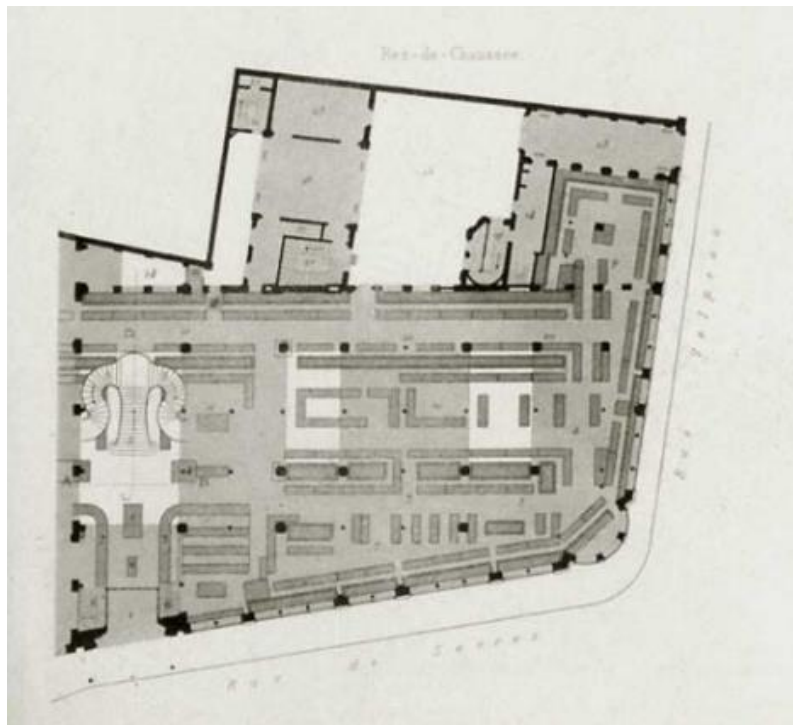
Annexe 7 – Coupe longitudinale des Galeries de France.

(Dossier de réhabilitation du MAMA, plan avant intervention.)



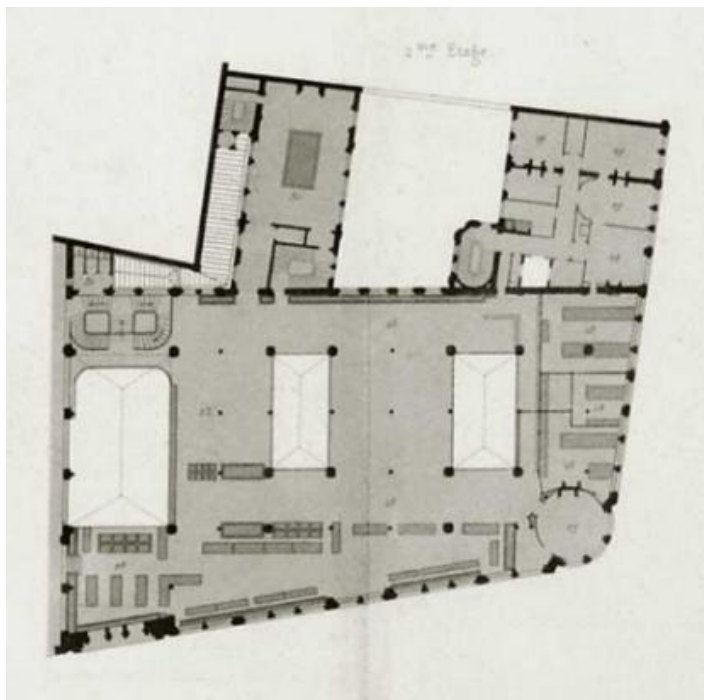
Annexe 10 – Dossier graphique du magasin Au Bon Marché de Paris. 1873.

Source : Bibliothèque historique de la ville de Paris. Photo : Thierry Ollivier.



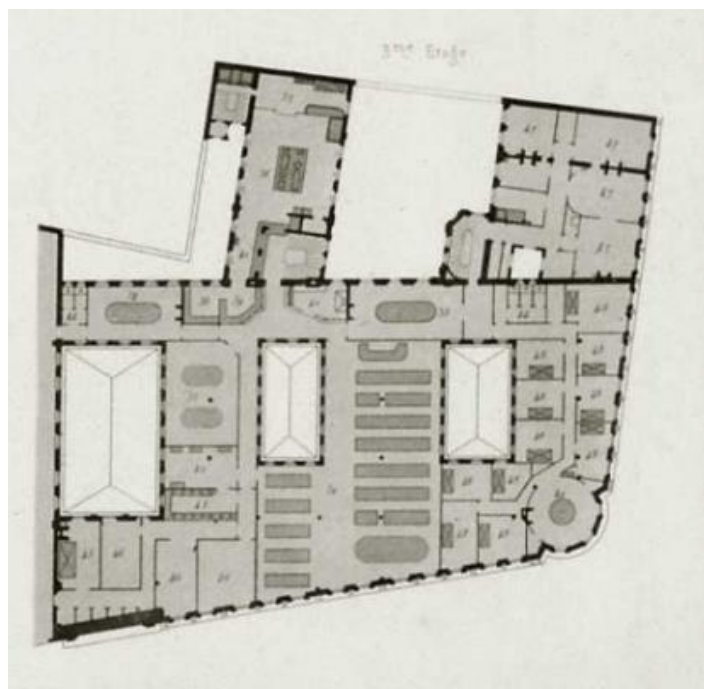
Annexe 9 – Dossier graphique du magasin Au Bon Marché de Paris. 1873 – Plan du Rez-de-chaussée.

Source : Bibliothèque historique de la ville de Paris. Photo : Thierry Ollivier.



Annexe 11 – Dossier graphique du magasin Au Bon Marché de Paris. 1873 – Plan du 2^{ème} étage.

Source : Bibliothèque historique de la ville de Paris. Photo : Thierry Ollivier.



Annexe 12 – Dossier graphique du magasin Au Bon Marché de Paris. 1873 – Plan du 3^{ème} étage.

Source : Bibliothèque historique de la ville de Paris. Photo : Thierry Ollivier.