

VILLE ET COMMERCE

D'après les historiens, la ville serait « fille du commerce ». Cette affirmation indique une relation d'évidence et un lien étroit entre l'activité économique et la structure sociale. Une relation entre le commerce de détail et l'espace urbain.



L'étude du rôle du commerce dans l'espace géographique s'est posée tardivement en géographie. Par contre, le fait marchand du commerce a été depuis longtemps considéré comme générateur d'urbanisation. L'activité économique commerciale est créatrice de richesse, vecteur de prospérité urbaine et d'animation sociale. Jusqu'à la Seconde Guerre mondiale, les formes morphologiques du commerce dans la ville ne sont pas abordées et les commerces sédentaires ne sont pas touchés par les études.

L'historien Henri PIRENNE a étudié le sujet, c'est lui qui est à l'origine de la formule célèbre : « la ville est fille du commerce ». Soit un lien réunissant ces deux faits. À travers ces travaux, cet historien nous explique que les migrations de populations notamment du sud de l'Europe vers le nord, ce sont faites à cause de la croissance commerciale en cette région de l'Europe. La migration des populations emprunte le chemin de l'essor économique des régions. Là où l'activité commerciale est fleurissante, il y a attraction des hommes.

Actuellement, dans le pays développé, le commerce de proximité se fait rare. Le commerce de détail est de plus en plus supplanté par les grands distributeurs et les centres commerciaux. Ce phénomène commence à prendre vie en Algérie avec l'apparition des grands centres, type PARKMALL dans les villes importantes comme Alger, Sétif, Oran, Constantine et Annaba.

La conséquence est une moindre diversité des activités urbaines et un accroissement de l'exode des populations à partir des villes moyennes.